

MARKETINGOVÝ PLÁN 2021

Centrála cestovního ruchu Královéhradeckého kraje, z. s.



Zpracoval: Lukáš Voltr, Mgr. Pavel Mohelník, Mgr. Dominika Barešová, Ing. Jan Špelda

Obsah

Seznam zkratk	4
Vize Centrály cestovního ruchu Královéhradeckého kraje	5
1. Cíle a priority KHK pro rok 2021	5
1.1 Hlavní marketingová témata pro rok 2021	5
1.2 Cílové trhy	6
1.3 Komunikační kanály	6
1.4 Edice a tiskoviny	7
1.5 Účast na veletrzích a akcích CR	7
1.6 Presstripy a famtripy	7
2. PR Královéhradeckého kraje	8
2.1 Turistické noviny Východních Čechy	8
2.2 Zahraniční zastoupení CzechTourism	8
2.3 On-line marketing	9
2.4 Pořízení fotografií	9
2.5 3K platforma	9
2.6 Vzdělávání	10
2.7 East Bohemia Film Office	10
2.8 Propagační předměty	10
2.9 Tvorba nového loga a design manuálu	10

Seznam zkratek

CzT	Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism
CR	Cestovní ruch
CCRKHK	Centrála cestovního ruchu Královéhradeckého kraje, z. s.
ČR	Česká republika
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
KHK	Královéhradecký kraj
PK	Pardubický kraj
DSVČ	Destinační společnost Východní Čechy
DMO	Organizace destinačního managementu
IC	Informační centrum
PR	Public relations
PPC	Pay-per-click
OHP	Orlické hory a Podorlicko
NPPCRR	Národní program pro podporu cestovního ruchu v regionu
FB	Facebook
IG	Instagram
ČSÚ	Český statistický úřad
OOH	Out Of Home

Vize Centrály cestovního ruchu Královéhradeckého kraje

Centrála cestovního ruchu Královéhradeckého kraje má za cíl v roce 2021 jako partner aktérů cestovního ruchu realizovat marketingové aktivity z pozice krajské destinační společnosti zaměřené na propagaci Královéhradeckého kraje, podporu dlouhodobých projektů KHK a jejich propagaci, podporu rovnoměrného rozložení návštěvníků v průběhu celého roku na území KHK s ohledem na provedený behaviorální výzkum a trvale udržitelný rozvoj.

1. Cíle a priority KHK pro rok 2021

1. Budování značky “Královéhradecký kraj” na základě výstupů provedeného behaviorálního výzkumu a propojení této značky s turistickými oblastmi a potřebami návštěvníka
2. Pokračování ve spolupráci a rozvíjení partnerství s oblastními DMO, IC a dalšími subjekty CR v rámci kraje, východních Čech i ČR, CzT, zahraničními partnery
3. Marketing témat 2021
4. Plnění stávajícího turistického webového portálu KHK, datového skladu a informací na sociálních sítích
5. Tvorba nového turistického webového portálu KHK a datového skladu turistických informací
6. Pokračování/rozšíření PR KHK
7. Podpora návštěvnosti a přenocování v KHK

1.1 Hlavní marketingová témata pro rok 2021

1. Hrady, zámky a památky
 - včetně produktů oblastních DMO – např. Zámky na Orlici, Salon republiky aj.
2. Aktivní dovolená a cykloturistika
 - včetně produktů krajské i oblastních DMO – např. Hřebenovka, Labská stezka, Cyklopecky, Cyklo Hradec, Skalní města, Motoprůvodce aj.
 - včetně produktů oblastních DMO pro cílovou skupinu Rodiny s dětmi – např. Hradecko s lvíčkem Gustíkem, Český ráj dětem, Pohádkové Krkonoše, Toulavý batoh aj.
3. Tradice a regionální produkty
 - včetně produktů oblastních DMO – např. Čapek, Božena, Krkonošská pivní stezka aj.

1.2 Cílové trhy

Vzhledem k aktuální situaci s pandemií COVID-19 bude hlavním cílovým trhem Česká republika.

Mezi cílové zahraniční trhy bude patřit: Polsko, Německo, Slovensko, Rakousko, Benelux, Dánsko.

1.3 Komunikační kanály

1.3.1 Web

- www.hkregion.cz – Turistický portál KHK
- www.micehkregion.com
- www.eastbohemiafilmoffice.cz
- www.moto-vychodnicechy.cz
- www.tourism-pl-cz.eu
- www.skalnimesta.cz
- www.labska-stezka.cz
- www.ceskojede.cz
- www.hrebenovka.cz

1.3.2 Sociální média

- Facebook
 - o www.facebook.com/hkregion.cz
 - o www.facebook.com/EastBohemiaFilmOffice
- Instagram
 - o www.instagram.com/hkregion

1.3.3 Blogeři, influenceři, presstripy, famtripy

1.3.4 On-line marketing

1.3.5 Regionální a celostátní média, inzertní kampaně

1.3.6 Turistické noviny Východní Čechy, tiskové zprávy

1.3.7 Veletrhy, roadshow, propagační akce a prezentace, konference

1.3.8 Edice, tiskoviny a OOH

1.3.9 Prostřednictvím IC, oblastních DMO

1.3.10 Ostatní – prostřednictvím spolupracujících subjektů a partnerů (CzechTourism)

1.3.11 Letiště Pardubice

1.4 Edice a tiskoviny

- 1.4.1 Image brožura KHK
- 1.4.2 Motoprůvodce
- 1.4.3 Aktualizace a dotisk cyklomap
- 1.4.4 Cyklopecky 2021 – ve spolupráci s DSVČ
- 1.4.5 Turistické noviny Východní Čechy – ve spolupráci s DSVČ
- 1.4.6 Dotisk stávajících brožur a map
- 1.4.7 Propagační materiál Rozhledny KHK

Odpovídá: Lukáš Voltr, Jan Špelda, Pavel Mohelník

1.5 Účast na veletrzích a akcích CR

1.5.1 Tuzemské veletrhy a akce

S ohledem na vývoj pandemie Covid-19 bylo s DSVČ dohodnuto, že pro příští rok se nebude objednávat výroba společné expozice u vybraného dodavatele. Pokud se budou realizovat prezentace na veletrzích (s ohledem na epidemiologickou situaci), tak bude využita stavba stánku od pořadatele veletrhu a doplnění příslušnou grafikou. Vzhledem k nákladům nebudou zadávány nové grafické a technické zpracování jednotné expozice pro všechny veletrhy. Zůstává možnost účasti jednotlivých destinačních společností na stánku. Předpokládaným veletrhem je HOLIDAYWORLD Praha a Motosalon Praha.

Jako náhrada veletrhů byla s DSVČ pro příští rok dohodnuta společná Roadshow po vybraných krajských městech ČR, např. Brno, Ostrava, Olomouc.

1.5.2 Zahraniční veletrhy

Zahraničních veletrhů a akcí se bude CCRKHK účastnit s ohledem na vývoj pandemie Covid-19 a s ohledem na plánování veletrhů agenturou CzT a oblastních DMO.

Odpovídá: Pavel Mohelník

1.6 Presstripy a famtripy

I přes celosvětovou pandemii COVID-19 mají zahraniční zastoupení velký zájem o organizaci presstripů po uvolnění omezení. Tyto akce budou organizovány v závislosti na poptávce zahraničního zastoupení agentury CzechTourism. Orientace bude zaměřena na Polsko, Německo a Benelux.

Odpovídá: Dominika Barešová

2. PR Královéhradeckého kraje

2.1 Turistické noviny Východních Čechy

- letní – květen 2021, zimní – listopad 2021
- společné vydání s Pardubickým krajem a ve spolupráci s oblastními DMO
- aktuální informace vztahující se k marketingovým tématům roku + nabídka jednotlivých území KHK a PK pro nadcházející sezonu
- distribuce – IC, subjekty CR, CzT, veřejnost – veletrhy, akce apod.
- rok 2021 – náklad 80 tis. ks
- vklad v rámci celostátního deníku ve vybraných krajích

Odpovídá: Jan Špelda

2.2 Zahraniční zastoupení CzechTourism

Během následujícího roku bude probíhat spolupráce se zahraničními zastoupeními CzechTourismu z celého světa. Primární bude však zaměřen na okolní a evropské státy.

Během celého roku bude probíhat vzájemné poskytování aktuálních informací a zajímavostí (pro newslettery, weby, tiskoviny aj.). I přes aktuální komplikované cestování je nezbytné udržovat úzký kontakt se zahraničím a této oblasti se věnovat.

2.2.1 Organizace presstripů

- pokud situace s COVID-19 dovolí, bude snaha organizovat co nejvíce presstripů pro rozšíření povědomí o našem kraji v zahraničí

2.2.2 Podpora propagace KHK v zahraničí

- na základě jednání s řediteli zahraničních zastoupení v rámci Strategy Day CzechTourismu byla předběžně domluvena spolupráce na propagaci Královéhradeckého kraje v zahraničí
- ve spolupráci s oblastními destinačními společnostmi a s zahraničním zastoupením bude snaha o co největší propagaci kraje – tiskoviny, online kampaně

2.2.3 Účast na veletrzích

- vzhledem k celosvětové situaci přechází někteří organizátoři veletrhů do online prostředí
- účast na těchto akcích může být v aktuálních podmínkách dobrou náhradou propagace

Odpovídá: Dominika Barešová

2.3 On-line marketing

- správa a placená propagace sociálních sítí Facebook, Instagram
- placená propagace turistického portálu www.hkregion.cz (Seznam.cz, turistika.cz aj.)
- reklama sklik.cz (sponzorované odkazy ve vyhledávači, „retargeting“ – opakované připomenutí při opakované návštěvě)
- pravidelná aktualizace turistického portálu KHK www.hkregion.cz (podrobně popsáno v příloze č. 1)
- tvorba nového webového turistického portálu KHK
- vytvoření microsite pro motorkáře www.moto-vychodnicechy.cz, kde budou umístěny texty, fotografie, GPX trasy a další tipy na ubytování a stravování. Postupně budou doplněny rovněž jazykové mutace
- placená propagace a spolupráce s aplikací Na kole i pěšky

Odpovídá: Lukáš Voltr, Jan Špelda, Pavel Mohelník

2.4 Pořízení fotografií

- rozšíření stávající fotodatabanky KHK pro potřeby tiskovin, reklamy, propagaci na sociálních sítích, turistickém portálu a jejich poskytnutí aktérům CR s neomezenou licencí
- nákup nových fotografií v rámci projektu NPPCRR 2021 – pokud bude vyhlášen a budeme splňovat podmínky dotace

Odpovídá: Jan Špelda, Pavel Mohelník

2.5 3K platforma

Jednou z důležitých aktivit krajského destinačního managementu je 3K platforma – komunikace, koordinace a spolupráce s partnery na území Královéhradeckého kraje i mimo něj. CCR KHK má v plánu tyto aktivity:

- uspořádání konference pro aktéry CR ve spolupráci s Krajskou hospodářskou komorou KHK včetně navazování spolupráce mezi aktéry CR v KHK

Odpovídá: Lukáš Voltr, Pavel Mohelník, Dominika Barešová

2.6 Vzdělávání

Důležitá aktivita CCR KHK směrem k členům a partnerům je zprostředkování vzdělávání. Jelikož agentura CzT zrušila projekt „Vzdělávání v CR“ a na rok 2021 vzdělávání neplánuje, CCRKHK bude pro členy a partnery školení a workshopy sama zprostředkovávat. Předpokládají se témata jako copyright, sociální sítě, první pomoc, jednání s návštěvníky aj.

Odpovídá: Lukáš Voltr, Pavel Mohelník, Dominika Barešová

2.7 East Bohemia Film Office

- filmová kancelář – spolupráce s DSVČ, správa webového portálu, správa sociální sítě správa sociální sítě www.facebook.com/EastBohemiaFilmOffice (příspěvek min. 1x za týden), nákup fotografií, Location tour – cesta po východních Čechách za tipy na filmové lokace pro zástupce produkční společnosti; reakce na poptávky producentů či na poptávky od Czech Film Commission.

Odpovídá: Jan Špelda

2.8 Propagační předměty

- využití obnovitelných materiálů – papír, sklo, keramika
- využití produktů od místních výrobců a pěstitelů – čokoláda, medovina, sirupy, papírové/textilní tašky apod.
- pořízení cen do soutěže Cyklopecky

Odpovídá: Jan Špelda, Pavel Mohelník

2.9 Tvorba nového loga a design manuálu

Na základě provedeného behaviorálního výzkumu CCRKHK vypíše soutěž na nové logo a jednoduchý manuál vizuální identity.

Odpovídá: Lukáš Voltr