

VYSOČINA TOURISM

Marketingové aktivity 2024

Příležitosti pro rok 2024

- Vysočina je „levnější“
- Obliba udržitelné turistiky a agroturistiky
- Rychlá doba, turista nechce ztrácet čas s plánováním
- Rozvoj komunikace na blízké sousedy
- Velký podíl cestovního ruchu tvoří MICE



Foto: David Falat



Nové výzvy pro Vysočina Tourism

- Vzdělávání a **umělá inteligence**
- Nový **web** pro konferenční turistiku
- Příprava zadání pro hlavní **web vysocina.eu** a jeho realizace
- Zajištění **kontinuální marketingové komunikace** v nastolených dlouhodobých tématech
- Press tripy a Fam tripy pro zahraniční trhy
- Práce s daty
- **Magazín Vysočina** v české i anglické verzi
- **Aktivní nabídka MICE** a nabídka pro školy
- Nastartování aktivit **filmové kanceláře**



MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE

2024

Cílové skupiny

- I v roce 2023 tak podle dostupných dat zůstávají nejčastějšími turisty na Vysočině ti z Vysočiny samé. Trend oblíbenosti destinace Vysočina mezi místními nadále přetrvává.
- Mezi další kraje, ze kterých na Vysočinu nejčastěji návštěvníci zavítají, pak patří Jihomoravský kraj a Praha. Počet návštěvníků ze Slovenska oproti roku 2022 výrazně vzrostl.
- Respondenti uvádí uvedlo jako nejčastější důvod návštěvy Vysočiny dovolenou, relaxaci a volný čas.
- Poznávání, včetně návštěv turistických atrakcí, historických památek a architektury, je druhým nejčastějším důvodem. Třetí v pořadí je pak aktivní dovolená.



Cílové skupiny

- **Nejčastějším návštěvníkem dle věkové kategorie:**
 - 40 – 49 let
 - 35 – 39 let
 - 50 – 59 let
- **Nejčastěji k nám jezdí:**
 - Páry – opuštěné hnízdo
 - Rodiny – čtyřčlenná rodina
 - S přáteli bez ohledu na počet



Cílové skupiny

- **Nejčastějším návštěvníkem dle věkové kategorie:**
 - 40 – 49 let
 - 35 – 39 let
 - 50 – 59 let
- **Nejčastěji k nám jezdí:**
 - Páry – opuštěné hnízdo
 - Rodiny – čtyřčlenná rodina
 - S přáteli bez ohledu na počet



Analýza zdrojových trhů 2022 - 2023

Analýza návštěvnosti Kraj Vysočina – celé období + porovnání s ČSÚ

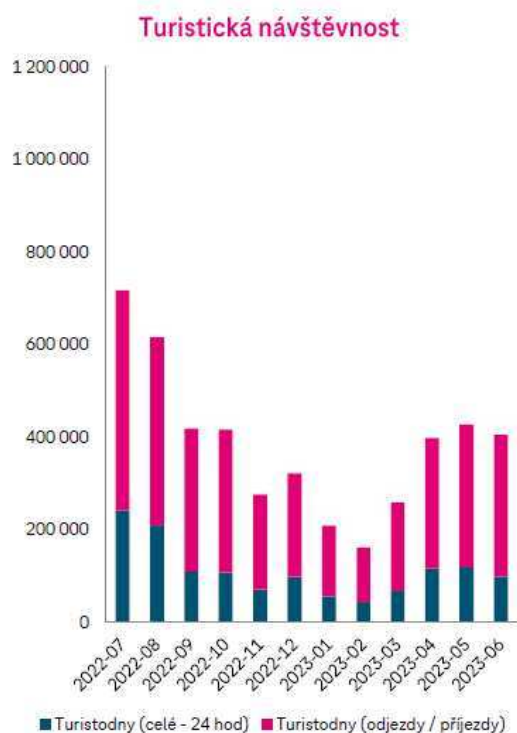
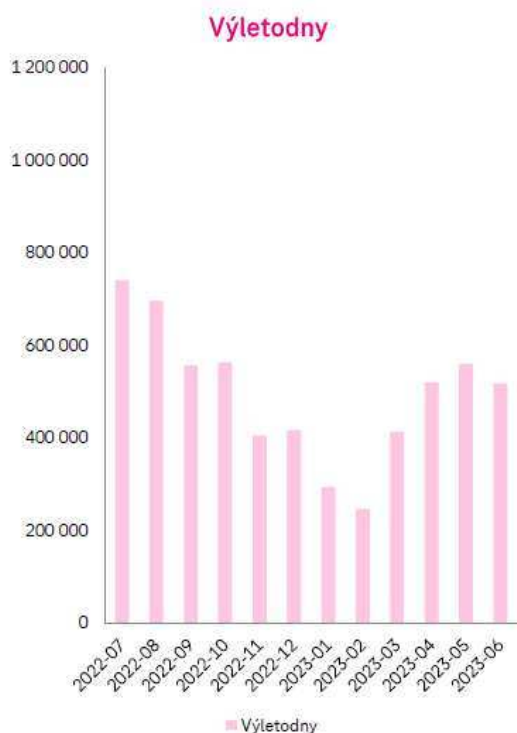
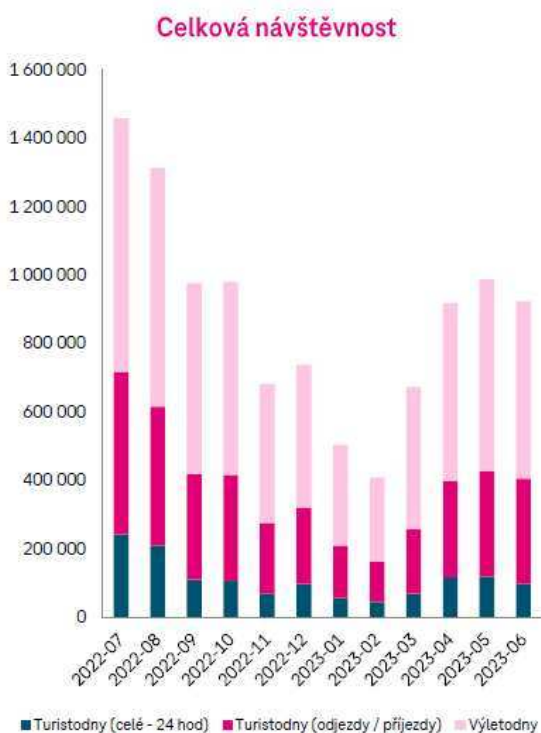
SHRNUTÍ NÁVŠTĚVNOSTI

Návštěvnost	Kraj Vysočina					
	Domácí	Zahraniční	Celkem	ČSÚ - Domácí	ČSÚ - Zahraniční	ČSÚ - Celkem
Turisté	794 694	143 757	938 452	434 441	56 410	490 851
24 hod pobyty	1 147 697	193 382	1 341 078	-	-	-
Turistonávštěvy	1 842 889	201 634	2 044 523	-	-	-
Přenocování	2 951 944	387 557	3 339 499	1 105 643	125 623	1 231 266
Turistodny	4 152 797	473 958	4 626 752	-	-	-
Podíl turistů	85%	15%	100%	-	-	-
Počet 24 hod na turistu	1,44	1,35	1,43	-	-	-
Počet přenocování na turistu	3,71	2,70	3,56	2,24	2,16	2,24
Počet turistodnu na turistu	5,23	3,30	4,93	-	-	-
Výletníci	1 654 289	241 094	1 895 383	-	-	-
Výletonávštěvy	5 522 547	404 135	5 926 682	-	-	-
Podíl výletníků	87%	13%	100%	-	-	-
Počet návštěv na výletníka	3,34	1,68	3,13	-	-	-
Návštěvníci	2 448 983	384 851	2 833 835	-	-	-
Návštěvodny	9 675 344	878 093	10 553 434	-	-	-
Podíl návštěvníků	86%	14%	100%	-	-	-



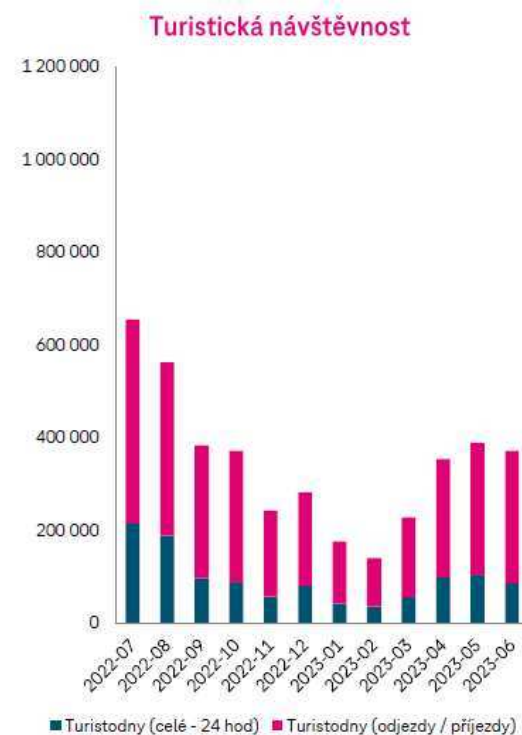
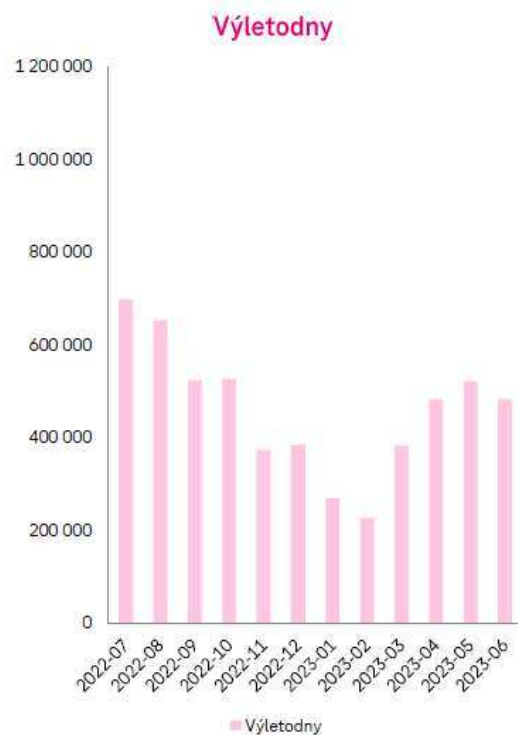
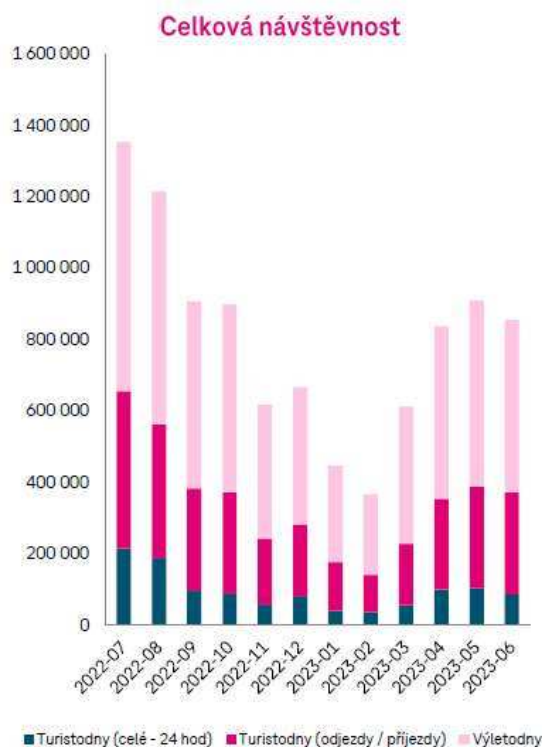
Analýza zdrojových trhů 2022 - 2023

Analýza návštěvnosti Kraj Vysočina – měsíční agregace - celkem



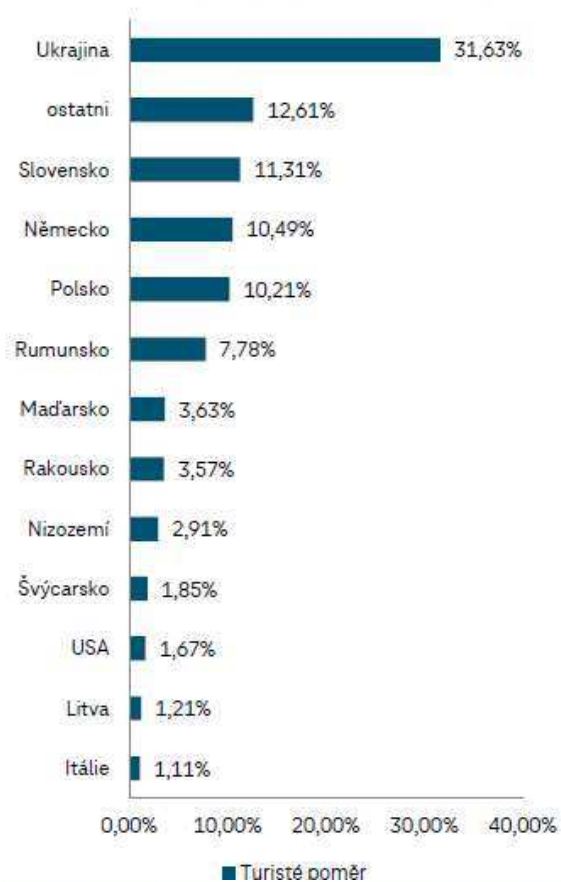
Analýza zdrojových trhů 2022 - 2023

Analýza návštěvnosti Kraj Vysočina – měsíční agregace – domácí návštěvníci

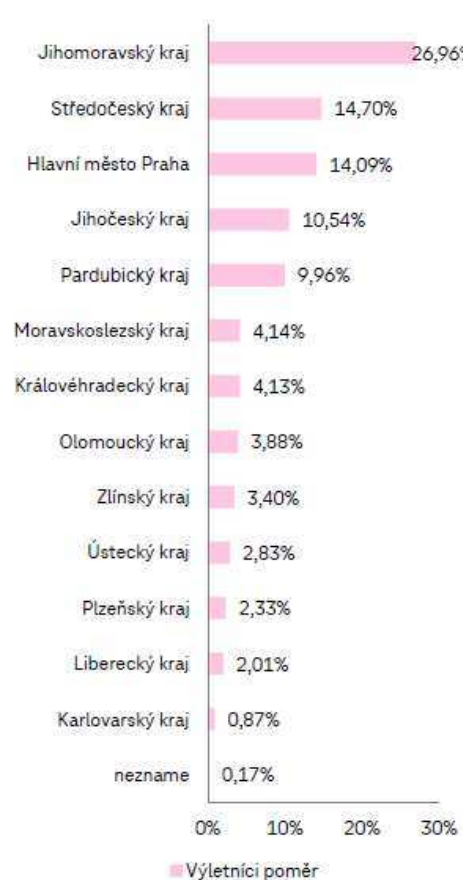


Analýza zdrojových trhů 2022 - 2023

Zahraniční turisté - celé období

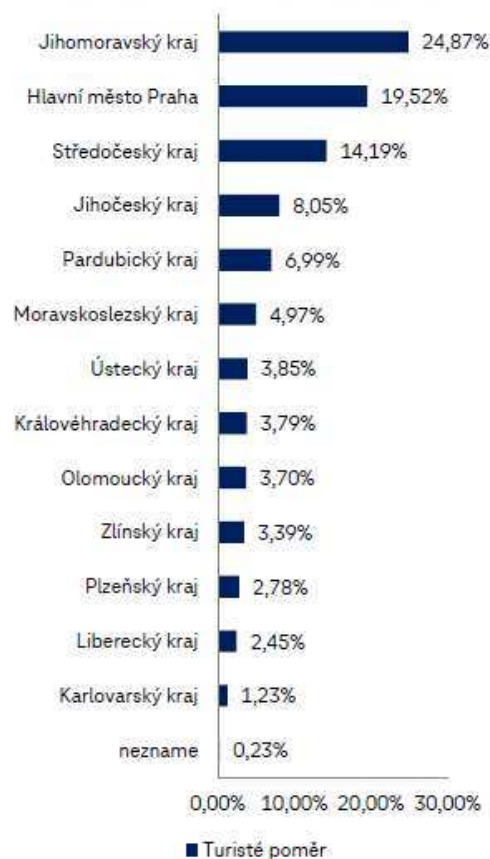


Analýza zdrojových trhů 2022 - 2023

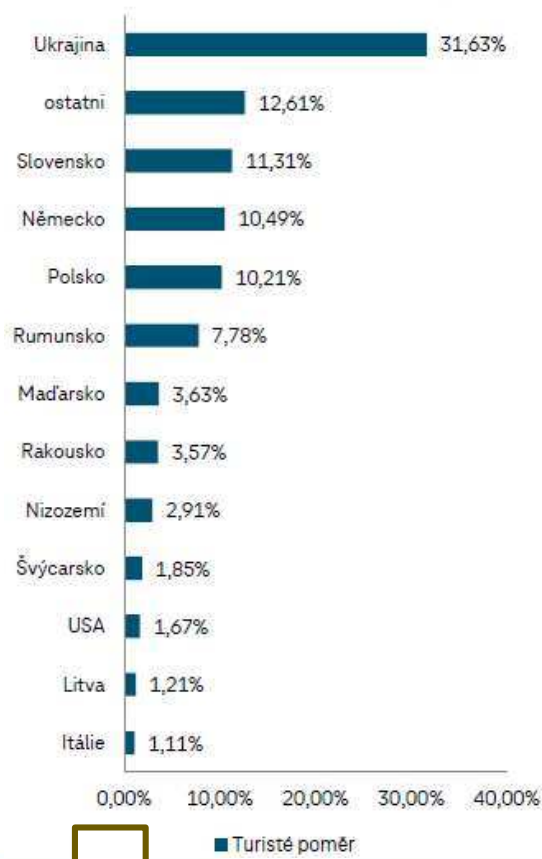


Analýza zdrojových trhů 2022 - 2023

Domácí turisté - celé období



Zahraniční turisté - celé období



Komunikace 2024

- **Brandová komunikace**
- Venkov
- Vysočina dětem
- **Aktivní dovolená**
- Gastronomie
- UNESCO
- **MICE**
- Svatby na Vysočině
- Pro školy
- **Filmová kancelář**
- Duchovní turistika
- Zahraniční trhy
- Městská turistika
- **Produkty z DMO** (UNESCO, judaismus, karty, gastro...)



Brandová komunikace

- Venkov a regionální produkty
- Aktivní dovolená (pěší, cyklo, koně)
- Památky
- Advent a Vánoce
- Školní prázdniny a svátky
- Lyže a běžky
- Gastronomie



Foto: Resort sv. Kateřina



Čekání na jaro

I. komunikační téma

- Musíme posílit obecně měsíce, které jsou velmi slabé na cestování
- Využijeme „nudy lidí“, kdy počasí ještě neumožňuje plnohodnotné cestování
- Vidíme zde velký potenciál pro rozvoj a využití akce na offline aktivitách (kontaktní kampaně)
- Cílová skupina: rodiny s dětmi, mladé bezdětné páry



Foto: Aleš Motejl



Výlet na jeden klik

II. komunikační téma

- Vytvoříme **ucelené itineráře výletů** pro jednotlivé cílové skupiny
- Cílem je turistům i místním představit **jednotlivé regiony a to nejlepší**, co nabízejí, a podnikatelům ve spolupráci s DMO poskytnout materiály, které mohou rozdávat svým zákazníkům
- **Kampaň má cílit na pomoc s přípravou dovolené a usnadnit její plánování**
- Cílová skupina: lidé mezi 25 až 55 lety, skupiny přátel, páry a lidé s dětmi



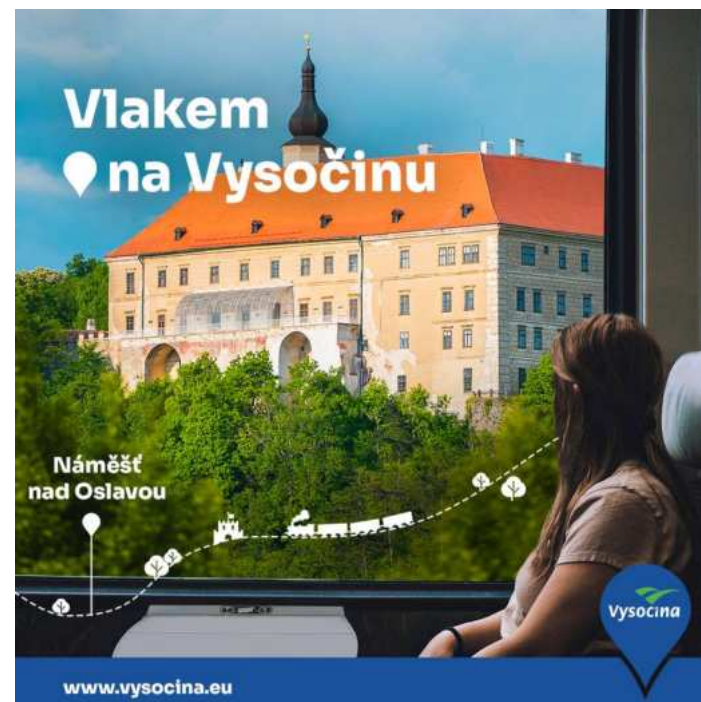
Foto: Aleš Motejl



Vlakem na Vysočinu

III. komunikační téma

- Pokračujeme v rozběhlé kampani zaměřené na udržitelné cestování
- Navázání spolupráce s Krajem Vysočina a VDV
- V roce 2024 je naším cílem navázat partnerství s Českými drahami a nabídku výletů vlakem rozšířit i na zahraniční trhy (Německo a Rakousko)
- Cílová skupina: lidé mezi 25 až 55 lety, skupiny přátel, páry a lidé s dětmi



Harmonogram

Téma	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
Aktivní dovolená	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Venkov				X	X	X	X	X	X	X		
Brand	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Vlak						X	X	X				
Děti				X	X	X	X	X				
Školy		X	X	X					X	X		
Svatby	X	X	X							X	X	X
Čekání na jaro	X	X	X	X								
Výlet na jeden klik						X	X	X	X	X	X	X



MARKETINGOVÝ MIX

2024

Plán kontaktních kampaní a veletrhů

- **MS Biatlon**
- **For Bikes**
- Prague Bike Fest
- **SP Horských kol**
- Pelhřimov – Město rekordů
- Barchan Jemnice
- Kolo pro život
- Hračkobraní
- Prázdniny v Telči
- **Země Živitelka**
- **Velká Pardubická**



Plán publikací pro rok 2024

- Magazín Vysočina – česká i anglická verze
- Brožura Venkov
- Brožura Aktivní dovolená
- Letáky



Foto: Eliška Hudcová



Exkurze s pracovníky TIC a DMO

- Jednodenní exkurze s pracovníky turistických informačních center a manažerů oblastní destinační společnosti



Foto: Pavel Černý



VYSOČINA TOURISM

Projekty

Tým Vysočina Tourism

Kristýna

Manažerka pro strategický marketing



Simona

Manažerka Vysočina Convention Bureau



Zuzana

Koordinátorka domácího cestovního ruchu a DMO



Michaela

Koordinátorka kulturního a vzdělávacího cestovního ruchu



Eliška

Manažerka Vysočina Film Office



Pavλίna

Asistentka, administrativní pracovnice



Vysočina Convention Bureau

- Nový web pro konferenční turistiku s napojením nástrojů, které jsou využívány v B2B obchodě
- Pre-sales aktivity



Vysočina Film Office

- Nová kolegyně na pozici manažera kanceláře od 1. 11. 2023
- Strategie rozvoje kanceláře
- Školení od člena produkční sekce filmového štábu tzv. „lokační“
- Motivace k pobídkám



Zahraníční trhy

- Spolupráce s agenturou CzechTourism a řediteli zahraničních zastoupení
- Online kampaně (Slovensko a Německo)
- Tiskové konference v zahraničí



Biatlon

- Podpora konferenční turistiky
- Využití potenciálu regionu v návaznosti i na roční téma agentury CzechTourism
- Spolupráce na tvorbě programu pro návštěvníky
- Servis pro návštěvníky – ubytování a tipy na výlet



Datové zdroje a vyhodnocování

- Data jsou krví každé organizace
- Nastavení a vyhodnocování cílů prostřednictvím dostupných dat
- Zbytková data mobilních operátorů



Destinace Vysočina

- Intenzivní spolupráce s oblastními destinačními společnostmi
- Smlouva o nákupu služeb a smlouva o partnerství
- Probíhá **vyhodnocení plnění** a příprava **nových smluv** dle aktuálních potřeb



Spolupráce s odbory Kraje Vysočina

- Odbor školství: Pro školy
- Odbor dopravy: VDV
- Odbor informatiky: datové zdroje
- Odbor životního prostředí: regionální produkt a regionální potravina
- Odbor sociálních věcí: rodinné pasy a senior pasy
- Odbor regionálního rozvoje: databáze kontaktů



Předběžný návrh rozpočtu 2024

Rozpočet			14 665
Sociální síť	1391	Press tripy	200
Obsahová síť	1050	PR aktivity	320
Fotografie, videa, produkce	400	Influenceři	180
Grafika, copy a SEO	460	Kontaktní kampaně, veletrhy	200
Tisk brožur a letáků	350	Gastro	450
Redesign webu	500	Metro	320
Rádio	340	Smlouva o nákupu služeb s DMO	1250
Nákup zbytkových dat	1000	Tištěná reklama	160

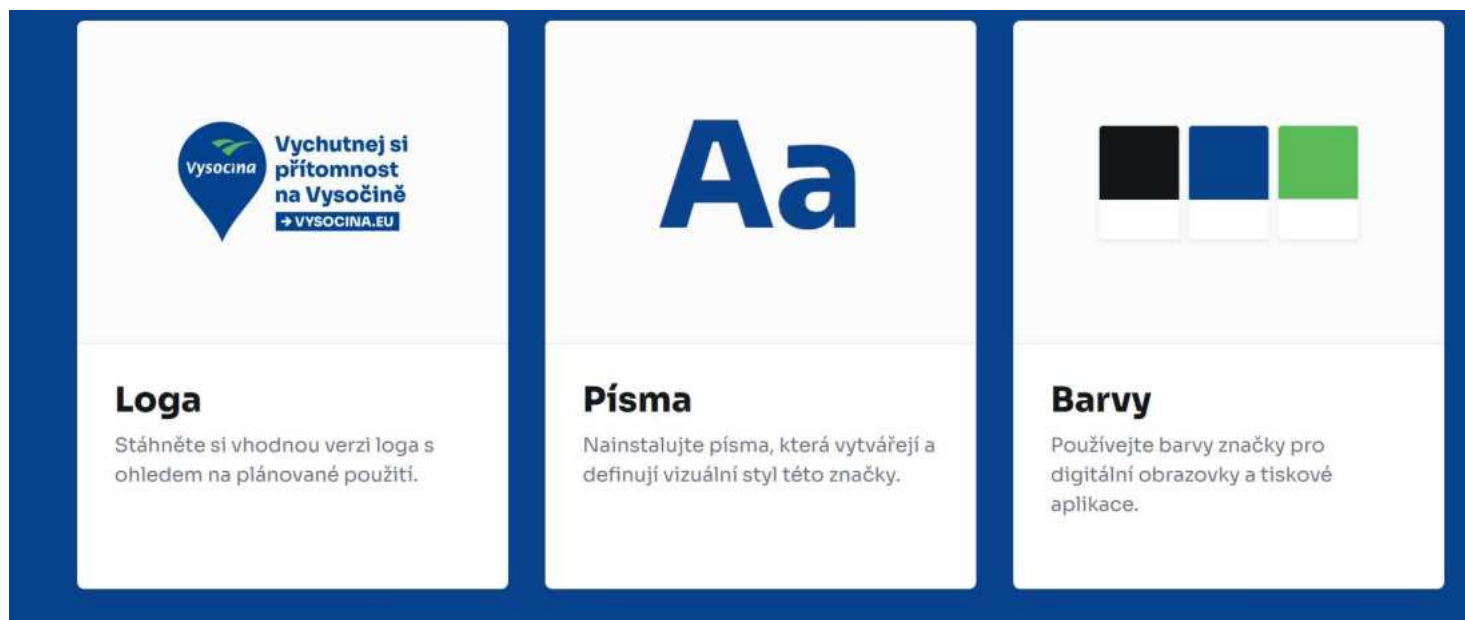


JEDNOTNÝ VIZUÁLNÍ STYL

VYSOČINA TOURISM

Manuál vizuální komunikace

- <https://vysocina.visualbook.pro/index.html>



AKČNÍ PLÁNY 2024

VYSOČINA TOURISM

Akční plány strukturované

- Akční plán Brandové komunikace
- Akční plán Aktivní dovolená
- Akční plán Vysočina dětem
- Akční plán Vysočina Convention Bureau
- Akční plán Vysočina Film Office
- Akční plán kontaktní kampaní
- Akční plán pro školy
- Akční plán kulturní a duchovní turistika
- Přehled všech plánů naleznete [zde](#).



Vysočina Tourism

Ol'ga Königová
tel.: 732 650 158