

MARKETINGOVÝ PLÁN TURISTICKÉ OBLASTI POŠUMAVÍ NA ROK 2022



Kolektiv autorů
členové Turistické oblasti Pošumaví, z.s.



Obsah

1. Úvod	2
2. Definice "zákazníka"	2
3. Přehled produktů / projektů	2
4. Marketingová komunikace TO Pošumaví.....	3
4.1. Marketingové aktivity TO Pošumaví.....	3
4.2. Prezentace v tištěných médiích.....	3
4.3. Publikační činnost.....	4
4.4. Prezentace na internetu	4
6. Závěr	5



1. Úvod

Turistická oblast Pošumaví, zahrnuje rozsáhlé území šumavských podhůří a svou malou částí zasahuje i do CHKO a NP Šumava. Celá oblast je přírodně velmi cenná a turisticky atraktivní. Krásná krajina, neporušená příroda, bohatství fauny a flóry a slavné historické kořeny, to je společný jmenovatel regionu Pošumaví, který sdružuje přes šedesát měst a obcí nacházejících se v předhůří Šumavy, v pásu táhnoucím se od jihovýchodu k severozápadu mezi městy Sušice a Klatovy.

Podrobný popis destinace je uveden ve strategickém dokumentu Turistické oblasti Pošumaví.

Marketingový plán pro rok 2022 se zabývá pouze nástroji propagace, realizace plánovaných projektů je detailně rozpracována v Akčním plánu Turistické oblasti Pošumaví na období 2022-23.

Jednotlivé marketingové aktivity budou probíhat průběžně po celý rok, zejména dle aktuální situace. Prezentace v tištěných médiích bude realizována hlavně v první polovině roku a před hlavní turistickou sezónou. Internetové prezentace probíhají celoročně, stejně jako publikační činnost, která je časově rozložena hlavně dle kapacity zpracovatelů a dodavatelů podkladů.

2. Definice "zákazníka"

Z pohledu Turistické Oblasti Pošumaví je zákazníkem každý potenciální host v Pošumaví, ale i návštěvník webových stránek nebo sociálních sítí.

Zákazník přijede strávit svou dovolenou do Pošumaví, nakupuje ubytování, služby, výrobky, reklamní a propagační materiály, konzumuje, a následně prezentuje svoji skvěle strávenou dovolenou na svých stránkách a profilech. Zákazníkem je ale i místní obyvatel, který využije služeb a aktivit v oblasti v rámci trávení svého volného času, víkendových aktivit atd..

Konkrétně se pak jedná o rodiny s dětmi, mladé páry, aktivní seniory, skupiny přátel, školní akce /výlety, školy v přírodě, slučovací kurzy atd./, skupiny sportovců, různé zájmově zaměřené skupiny, organizátoři kurzů, školení, wellness pobytů atd.

Detailnější profil zákazníka získá TO Pošumaví i díky plánované modernizaci webové prezentace, zapojení interaktivních smart aplikací, které se zákazníkem automaticky komunikují a umí sbírat data o účastnících her a soutěží spojených s návštěvou turistických cílů v regionu.

3. Přehled produktů / projektů

Dle aktuálního Akčního plánu Turistické oblasti Pošumaví na období 2022 - 23:

Turistická oblast Pošumaví - dotisk brožury

Otava

Jak chutná Pošumaví

Filmová turistika

Industriální turistika

Ústřížky z Pošumaví -dotisk, digitalizace

Toulky Pošumavím

Vytvoření panoramatické mapy - doplnění , úprava webu

Tabulky s QR kódem



Karavanem v Pošumaví
Workshop pro podporu cestovního ruchu v Pošumaví
Publikace Prácheňsko
Výroba propagačních předmětů
Účast na přeshraničních projektech
Zajišťování informačního servisu pro členy a partnery TO Pošumaví
Rozšíření sítě nabíjecích stanic pro elektrokola v Pošumaví (spolupráce s lokální Destínací Sušicko)
Další možnosti turistických produktů

4. Marketingová komunikace TO Pošumaví

Mezi základní úlohy marketingové komunikace organizace patří:

- Oznámit ve společenském prostoru existenci TO Pošumaví po legislativní, právní a propagační stránce.
- Překonat počáteční nekomunikativnost a neznalost Turistické oblasti Pošumaví na trhu cestovního ruchu ve všeobecné veřejnosti.
- Usměrnit sociálně-psychologické motivy potenciálních návštěvníků.
- Budovat korektní komunikační vazby se členy, partnery, jinými obchodními partnery, jinými destinacemi, potencionálními budoucími partnery a členy, obcemi, firmami i jednotlivci v regionu atd.
- Oslovit trh s nabídkou skvělé destinace pro trávení dovolené a volnočasové aktivity.
- Dokázat přetřansformovat zájemce o turistický region v aktivního návštěvníka.
- Zvýšit povědomí o TO Pošumaví v co nejširším tržním prostoru.
- Dokázat přetřansformovat jednorázového hosta na stálého.

4.1. Marketingové aktivity TO Pošumaví

Marketingové aktivity TO Pošumaví lze rozdělit v poměru cca:

30% prezentace v tištěných médiích,

20% publikační činnost (vlastní tiskoviny - viz Akční plán TO Pošumaví na období 2022 - 23),

50% prezentace na internetu (web + sociální sítě + internetové prezentace jiných subjektů).

4.2. Prezentace v tištěných médiích

V průběhu roku 2022 se bude TO Pošumaví prezentovat v několika periodikách. Většina prezentace bude časově cílená k začátku turistické sezóny.

S celorepublikovým přesahem bude realizována prezentace v časopise TURISTA v rozsahu čtyřstránkového článku s fotografiemi.

V regionálním tisku zaměřeném na návštěvníky regionu - čtvrtletníku Vítaný host v Plzeňském kraji - bude prezentace TO Pošumaví směřována do letního čísla.



Pro prezentaci TO Pošumaví v regionu se zaměřením na místní obyvatele, členy, partnery a budoucí partnery a členy, bude navázána spolupráce s inzertním měsíčníkem Rozhled, který putuje zdarma do všech schránek na Klatovsku a Horažďovicku /případně i na Plzeňsku/. Tímto způsobem lze oslovit občany, firmy i obce v regionu i mimo území TO Pošumaví a nastínit výhody spolupráce budoucím partnerům a členům.

4.3. Publikační činnost

Jedná se o autorské publikace, letáky, skládačky atd. zpracované a vydané spolkem TO Pošumaví a většinou zdarma distribuované na infocentra v regionu a k partnerům a členům - pro další využití pro hosty a návštěvníky v regionu. Vzhledem k neustále rostoucím cenám tiskovin je na zvažení převod části publikací do interaktivní elektronické podoby.

V rámci prezentace těchto publikací je počítáno s účastí na veletrhu cestovního ruchu REGIONY (21. - 24. 4. 2022) v Lysé nad Labem, kde se tiskoviny zúčastní 6. ročníku soutěže Turistpropag.

Běžná propagace tištěných materiálů probíhá i na webové stránce www.toposumavi.cz v sekci propagace - brožury, mapky, letáky. Průběžně jsou - zejména novinky - prezentovány na sociálních sítích.

V případě příznivé situace budou všechny tiskoviny prezentovány i na dalších veletrzích cestovního ruchu - ať už s přímou účastí TO Pošumaví nebo prostřednictvím účastníků se partnerů. K této prezentaci bude připraven i roll up banner.

4.4. Prezentace na internetu

TO Pošumaví aktivně spravuje poměrně rozsáhlé internetové stránky, jedná se o doménu www.toposumavi.cz, dále pak o návaznou www.venkov21století.cz.

Tato prezentace pojímá všechny členy a partnery spolku, dále pak prezentuje nejrůznější turistické cíle, atraktivity, tipy a důležité informace pro návštěvníky oblasti. Na stránce jsou umístěny i veškeré podstatné dokumenty spolku, zápisy, projekty atd. Internetová stránka je nejucelenějším komplexním zdrojem informací z oblasti Pošumaví a zároveň odkazuje na weby členů a partnerů.

Cílem propagace na internetu je nasměrování všech potenciálních zájemců a hostů Pošumaví na tyto stránky - jen tam najdou kompletní informace a odkazy.

Pro tento cíl bude v roce 2022 využito placené reklamy společností Seznam.cz a Google.cz, kdy bude odkaz na stránky prezentován formou lákavých bannerů.

Dále budou k tomuto účelu využívány sociální sítě: Instagram formou prezentace profesionálních fotografií památek a turistických atraktivit napříč oblastí. Facebook bude pracovat v jedné rovině s prezentací členů a partnerů TO Pošumaví, v druhé pak bude návštěvníky směřovat k návštěvě webu formou soutěží o ceny (viz propagační předměty - bod 3.). Případně lze využít i placených funkcí propagace Facebooku.

Nezanedbatelným propagačním kanálem je i využití možností prezentace TO Pošumaví na stránkách a sociálních sítích platformy Kudy z nudy - agentury CzechTourism, dále na stránkách Plzeňského



kraje a také partnerských organizací /Destinace Sušicko, Destinace Prošumavsko, Národní Park Šumava, atd./.

Důležitou součástí je i vzájemné provázání webů členů a partnerů, vzájemná informovanost o akcích a zajímavostech v oblasti, vzájemné sdílení pozvánek na webech i sociálních sítích, využívání informací z webu TO Pošumaví informačními centry v oblasti, atd.

V rámci zkvalitnění nabídky partnerům a modernizaci systému lze zapracovat na úpravě internetové prezentace TO Pošumaví. Připravujeme zapojení mobilních smart aplikací s možností rezervačního systému, prodeje voucherů, zavedení soutěží atd. Zpětná vazba aplikací opět pomůže lépe zpracovat profil návštěvníka, vyhodnotit návštěvnost jednotlivých turistických cílů a v neposlední řadě, při správné propagaci, přitáhne větší pozornost k celé oblasti.

6. Závěr

Potřebou TO Pošumaví je další postupné ožívování cestovního ruchu – region svými zdroji skrývá mnoho příležitostí rozvoje v tomto odvětví. Služby a turistický servis vznikají postupně a tempo odpovídá celkové hospodářské situaci v ČR. Na území nyní probíhá koordinace propagace regionu jako funkčního celku směrem do území i do sousedních regionů, koordinace aktivit a podpora místních specifik.

Je nutno prohloubit spolupráci s podnikateli a zapojit další subjekty do spolupráce v rámci TO Pošumaví, případně i rozšířit členskou a partnerskou základnu. Slibně se také rozvíjí spolupráce s partnerskou lokální destinací.

Tímto způsobem bude možné zvýšit zájem turistů o návštěvu regionu, místních obyvatel o využívání místních zdrojů a služeb, a tím intenzivněji rozvíjet kvalitu služeb. Zvýšení využívání nabídky služeb v oblasti cestovního ruchu bude mít přímý vliv na zajištění finanční stability místních podnikatelů.

Marketingový plán je krátkodobý dokument, který prezentuje všechny plánované kroky, které povedou k výše uvedenému cíli v roce 2022. Skutečná realizace bude záviset i na dalších společenských a ekonomických podmínkách, takže může být v průběhu roku dané situaci jakkoliv přizpůsobena.