



**Strategie rozvoje cestovního ruchu v
DMO Kraj blanických rytířů
2025 - 2030**

ZPRACOVATEL

Kraj blanických rytířů, z.s.
Tereza Kubištová, MSc

ODBORNÁ SPOLUPRÁCE

Kraj blanických rytířů, z.s.
ČSOP Vlašim
Mikroregion Voticko
Panevropská univerzita
Univerzita Karlova



**Kraj
blanických
rytířů**

Destinační společnost



Strategická část

OBSAH

1. Úvod	5
2. Vize 2029	8
2.1. Kde chceme být v roce 2030?	9
3. Definice strategických směrů a cílů	11
4. Strategický směr SPOLUPRÁCE	14
5. Strategický směr NABÍDKA A PRODUKTY	19
6. Strategický směr MARKETING	20
7. Strategický směr ŘÍZENÍ A FINANCOVÁNÍ, ROZVOJ REGIONU	23



**Kraj
blanických
rytířů**

Destinační společnost

Seznam použitých zkratk podle abecedy

3K - komunikace - koordinace - kooperace

CzT - CzechTourism

ČSÚ - Český statistický úřad

DMO - organizace destinačního managementu

GSM - Globální systém pro mobilní komunikaci

HUZ- Hromadná ubytovací zařízení

IUZ - Individuální ubytovací zařízení

MAS - Místní akční skupina

PID - Pražská integrovaná doprava

SCCR - Středočeská centrála cestovního ruchu

1. Úvod

Strategická část dokumentu "Rozvojová strategie 2025 - 2028" vychází z podrobné analytické části strategie, která přináší komplexní přehled o současném stavu cestovního ruchu v destinaci Kraj blanických rytířů. Hlavním cílem strategické části je navrhnout efektivní směřování a konkrétní kroky pro rozvoj cestovního ruchu v období 2025 - 2030, zaměřené na následující oblasti:

SPOLUPRÁCE

Strategie klade důraz na rozvoj cílené podpory členských subjektů dle jejich aktuálních potřeb. Plánuje se intenzivní spolupráce s Rehabilitačním centrem Kladruby pro tvorbu nabídky pro hendikepované návštěvníky. Důležitou součástí bude i rozvoj spolupráce s místními podnikateli prostřednictvím osvěty, školení a servisu dotační podpory. Kooperace s místními akčními skupinami (MAS) a mikroregiony bude nezbytná pro efektivní řízení a realizaci projektů.

PRODUKTY

Strategie se zaměřuje na rozvoj stávajících produktů a rozšiřování jejich nabídky. Klíčovou roli hraje podpora a rozvoj partnerství v rámci Podblanického koloniálu, který spojuje regionální producenty. Dalším cílem je aktivní zapojení do krajských a národních produktů cestovního ruchu, aby se zvýšila atraktivita a konkurenceschopnost destinace.

MARKETING

Efektivní marketingová strategie bude kombinovat online i offline metody. Plánuje se zvýšení investic do online reklamy a cíleného marketingu, stejně jako využití offline reklamních ploch, jako jsou vlaky, billboardy a plakáty. Důležitým prvkem bude označení vstupních bodů do regionu a tvorba itinerářů pro turisty. Propagace atraktivních cílů a zážitků, spolu s využitím platformy Mapy.cz, bude klíčová pro nalákání návštěvníků a zajištění jejich spokojenosti.

ŘÍZENÍ A FINANCOVÁNÍ, ROZVOJ REGIONU

Pro DMO Kraj blanických rytířů je nezbytné stabilní řízení a financování, díky němuž bude organizace plnit účel, k němuž byla zřízena.

Pro podporu celkového rozvoje se plánuje analýza potenciálu turistického rozvoje obcí a tvorba zásobníku nápadů. Iniciace zlepšení infrastruktury a podpora různých akcí v regionu budou klíčovými aktivitami, které mají za cíl zvyšovat atraktivitu destinace a zajišťovat její udržitelný růst.

Tento strategický dokument tedy představuje klíčový nástroj pro koordinaci a implementaci rozvojových aktivit, které mají za cíl posílit pozici Kraje blanických rytířů jako atraktivní a vyhledávané turistické destinace ve Středočeském kraji.

Strategie vychází z následujících analýz:

- Brand audit - společnost Behavio, kvantitativní výzkum, sběr dat 9. až 13. listopadu 2023, (1 500 respondentů), srovnání všech brandů DMO ve Středních Čechách
- Dotazníkové šetření - Univerzita Karlova, Panevropská univerzita a Kraj blanických rytířů, kvantitativní výzkum, květen - září 2024, návštěvníci zámku Zruč nad Sázavou, Vodního domu, města Vlašim, Velkého Blaníku a města Votice (272 respondentů)
- Dotazníkové šetření mezi členskými a partnerskými subjekty Kraje blanických rytířů (42 respondentů)

Hodnota dokumentu

Smyslem tohoto dokumentu není popisovat obecné aktivity destinační společnosti, ale nastavit hlavní cíle, priority a komplexní akční plán a navrhnout:

- konkrétní postupy zaktivnění spolupráce v cestovním ruchu
- konkurenceschopné produkty cestovního ruchu v návaznosti na cílové skupiny
- marketingové aktivity zaměřené na posílení brandu destinace a hlavní produkty cestovního ruchu

Tento revidovaný strategický dokument byl připomínkován pracovní skupinou 15. 8. 2024 a představenstvem 27. 8. 2024 a následně schválen členskou základnou.

ZMĚNY V CESTOVNÍM RUCHU A JEJICH IMPLEMENTACE V RÁMCI DESTINAČNÍ SPOLEČNOSTI KRAJE BLANICKÝCH RYTÍŘŮ

Cestovní ruch se výrazně mění vlivem technologických pokroků a měnících se preferencí nových generací turistů (X, Y, Z). Tradiční metody propagace již nevyhovují a důraz je kladen na online technologie. Úspěšné destinace musí nabízet jedinečné a atraktivní produkty a využívat svůj unikátní potenciál. Mezi klíčové trendy patří udržitelný turismus, kde roste poptávka po ekologicky šetrných produktech a aktivitách, které minimalizují dopad na životní prostředí. Digitalizace a personalizace služeb je dalším významným trendem, kdy online platformy, mobilní aplikace a virtuální realita umožňují turistům personalizovat své zážitky.

Zážitkový turismus získává na popularitě, kdy autentické a unikátní zážitky nahrazují tradiční formy odpočinku. Moderní turisté vyhledávají aktivní dovolené a kulinářské zážitky. Proto vytváříme a propagujeme nové autentické a udržitelné zážitky a spolupracujeme s místními komunitami na tvorbě zážitkových programů.

Mikrocestování a staycation jsou trendy, kdy krátkodobé výlety do blízkého okolí podporují lokální ekonomiky a objevování méně známých oblastí. V reakci na tento trend propagujeme lokální výlety a atrakce pro obyvatele regionu a vytváříme pobytové balíčky zaměřené na domácí turisty. Sledujeme počet kampaní zaměřených na mikrocestování a jejich dosah, stejně jako prodejnost pobytových balíčků a počet přenocování.

V oblasti firemního turismu (MICE) dochází k přesunu konferencí a pracovních setkání do online prostoru, což ovlivňuje segment firemního cestování. Současně roste poptávka po teambuildingových aktivitách a incentivních cestách v přírodním prostředí.

V České republice se tyto trendy projevují podporou regionálního turismu a diverzifikací nabídky mimo tradiční centra, jako je Praha. Produkty cestovního ruchu, jako jsou edukativní Výlety pro ty, co mají pod helmici, Výlety pro školy do nitra Čech, národní geopark Kraj blanických rytířů, Léto na drezíně, nebo Uteč z kanclu do nitra Čech, reflektují místní potenciál a cílí na různé skupiny návštěvníků. Tyto iniciativy podporují místní ekonomiky a zvyšují atraktivitu regionů, jako je Kraj blanických rytířů, který se pyšní jedinečnou kombinací kulturního a přírodního dědictví.

2. Vize 2030

INTERNÍ VIZE

Kraj blanických rytířů je v roce 2030 stabilní a uznávanou turistickou destinací, pevně zakotvenou v národním systému cestovního ruchu, s vyřešeným financováním a dostatečným a stabilním rozpočtem. Území je celistvé a stabilní a zahrnuje aktivní členy a partnery, kteří se podílejí na rozvoji destinace dle strategie oblasti. Kraj blanických rytířů je pro ně nezastupitelným a vítaným partnerem při rozvoji cestovního ruchu. Svou činností řídí cestovní ruch, propojuje jednotlivé aktéry, podílí se na tvorbě a ucelení nabídky, vytváří unikátní a konkurenceschopné produkty cestovního ruchu. Přispívá ke kultivaci segmentu CR, iniciuje zlepšení infrastruktury CR, přispívá k růstu návštěvnosti, zkvalitnění služeb a nabídky cílů a spokojenosti turistů. Způsobem vedení marketingových aktivit, financováním a řízením je Kraj blanických rytířů příkladem udržitelné a inovativní turistické destinace.

EXTERNÍ VIZE

V roce 2030 je Kraj blanických rytířů známý jako vyhledávaná turistická destinace, s jasně definovaným a rozpoznatelným brandem, která účinně staví na obecně známé legendě o blanických rytířích, nabízí dostatek atraktivit a služeb pro fyzicky spíše nenáročnou, intelektuálně a duševně naplňující dovolenou/pobyt. Je přátelská všem, ale vyhledávaná především návštěvníky (dospělými o rodinami s dětmi), kteří touží po poznání. Ve strategii dle potenciálu a nabídky destinace zvolené cílové skupiny zde nacházejí ucelenou nabídku a unikátní, konkurenceschopné produkty. Turisté pozitivně vnímají snahu destinace o udržitelný rozvoj a symbiozu s místními obyvateli.

2.1. Kde chceme být v roce 2030?

SPOLUPRÁCE

- Organizace destinačního managementu je otevřená všem subjektům v cestovním ruchu v KBR, kteří jsou ochotni aktivně spolupracovat a souzní s vizí destinace.
- Aktivně podporujeme členské subjekty dle jejich aktuálních potřeb a spolupracujeme s nimi na rozvoji infrastruktury, turistické nabídky a turistických produktů.
- Aktivně podporujeme partnerské subjekty - aktéry v cestovním ruchu a spolupracujeme s nimi na rozvoji infrastruktury, turistické nabídky a turistických produktů.
- Pravidelně jsme formálně i neformálně v kontaktu se členy a partnery, kteří se aktivně podílejí na spolupráci v rámci 3 K platformy, společném plánování a naplňování strategie a vize.
- Spolupracujeme s místními akčními skupinami (MAS) a mikroregiony a zájmovými spolky, čímž posilujeme regionální spolupráci.
- Úzce spolupracujeme s národním geoparkem Kraj blanických rytířů, Asociací geoparků ČR.
- Úzce spolupracujeme s regionální značkou KRAJ BLANICKÝCH RYTÍŘŮ regionální produkt a Asociací regionálních značek ČR
- Máme silné partnery, jako jsou Středočeská centrála cestovního ruchu a agentura CzechTourism, s nimiž aktivně spolupracujeme na marketingových aktivitách a propagaci destinace.
- Jsme aktivní v platformách, sdružujících organizace v cestovním ruchu (STOCR) a aktivně vystupujeme v pracovních skupinách CR, zřizovaných Středočeským krajem.

NABÍDKA A PRODUKTY

- Zaměřujeme se na rozvoj stávajících produktů cestovního ruchu a marketingově o ně pečujeme, aby byly atraktivní pro návštěvníky.
- Naše nabídka je jedinečná a atraktivní, přičemž respektuje principy udržitelnosti a minimálně zatěžuje lokální prostředí.
- Aktivně se zapojujeme do krajských a národních produktů cestovního ruchu, čímž zvyšujeme viditelnost a atraktivitu naší destinace.
- Rozvíjíme pevná partnerství, která posilují regionální značku a propojují místní producenty s prodejci a koncovými zákazníky.
- Sledujeme trendy a konkurenci v nabídce, využíváme moderní postupy a technologie pro vytváření unikátní nabídky a tvorbu unikátních produktů CR
- Podporujeme autentické cíle, služby a zážitky, které přitahují turisty hledající unikátní a nezapomenutelné dovolené v našem regionu.

MARKETING

- Díky marketingovým aktivitám je značka DMO celorepublikově známá, unikátní a nepřehlédnutelná.
- Zaměřujeme se především na propagaci propracovaných, unikátních a atraktivních produktů cestovního ruchu.
- Efektivně kombinujeme on-line marketing s off-line marketingem, abychom zvýšili povědomí o naší destinaci a oslovili cílové skupiny návštěvníků.
- Aktivně využíváme možnosti organického dosahu marketingových nástrojů
- S rozmyslem využíváme možnosti reklamy, placených kampaní, zvláště v místech, trpících v exponovaných obdobích/časech/dnech poptávkou, které nedostačuje kapacita

ŘÍZENÍ A FINANCOVÁNÍ, ROZVOJ REGIONU

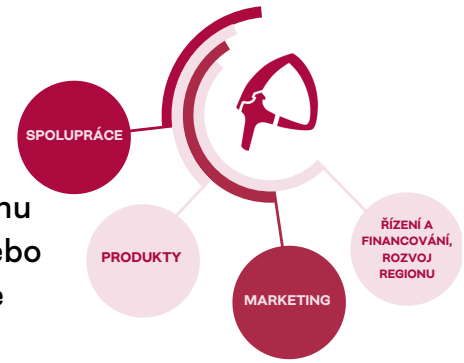
- Realizujeme systém udržitelného řízení a financování, jsme a prezentujeme se jako hospodárná, štíhlá, ale výkonná destinace.
- Využíváme systém financování, založený na výběru poplatků z ubytovací kapacity.
- Dlouhodobě a udržitelně plánujeme naše aktivity s přihlédnutím k potenciálu destinace.
- Svojí činností (vzdělávací, poradenskou) kultivujeme segment cestovního ruchu.
- Sledujeme nové trendy v CR a aplikujeme je v oblasti řízení a rozvoje destinace.
- Provádíme důkladnou analýzu potenciálu turistického rozvoje obcí, sbíráme a vyhodnocujeme data o výkonnosti CR, vytváříme zásobník nápadů, iniciujeme a podporujeme zlepšení infrastruktury.
- Aktivně podporujeme kulturní, sportovní a společenské akce a aktivity, které přispívají k oživení regionu a přitahují turisty.

KOMPLEXNÍ POSLÁNÍ DESTINAČNÍ SPOLEČNOSTI

Jsme hnacím motorem turistického ruchu v Kraji blanických rytířů, propojujeme aktéry a sjednocujeme aktivity turistického ruchu, posouváme kvalitu služeb a šíří nabídky, tvoříme atraktivní produkty cestovního ruchu, jednotně zastupujeme a propagujeme oblast uvnitř i navenek. Pro své členy a partnery jsme stabilním, vítaným a nepostradatelným partnerem.

3. Definice strategických směrů a cílů

Pro naplnění vize a poslání destinace jsou navrženy čtyři strategické směry, které obsahují jednotlivé strategické cíle. Strategické cíle jsou vytyčeny jako součást dlouhodobého plánu a směřování. Dílčí cíle jsou stanoveny jako střednědobé cíle nebo opatření s dobou realizace do 3 let. Krátkodobý (akční) plán se stanovuje se na každý kalendářní rok samostatně.



SPOLUPRÁCE

- Destinace je postavena na aktivním zapojení místních aktérů cestovního ruchu a přenosu informací.
- Spolupracujeme s národním geoparkem KBR při plánování a realizaci aktivit
- Spolupracujeme s regionální značkou KRAJ BLANICKÝCH RYTÍŘŮ Regionální produkt
- Jsme součástí celostátní platformy DMO a aktivně vystupujeme na platformách CR, zřizovaných krajem
- Spolupracujeme se Středočeskou centrálou cestovního ruchu a národní centrálou Czech Tourism

NABÍDKA A PRODUKTY

- Pravidelně aktualizujeme a rozvíjíme stávající produkty cestovního ruchu.
- Aktivně se zapojujeme do krajských a národních produktů cestovního ruchu.

MARKETING

- Díky marketigovým aktivitám je značka DMO celorepublikově známá, unikátní a nepřehlédnutelná.
- Účelně kombinujeme off-line i on-line marketing
- Účelně využíváme placených kampaní především na podporu brandu a na propagaci propracovaných, unikátních a atraktivních produktů cestovního ruchu.
- Využíváme nových trendů a postupů v marketingu

ŘÍZENÍ A FINANCOVÁNÍ, ROZVOJ REGIONU

- Zajišťujeme stabilní financování managementu destinace tak, aby bylo možné realizovat všechny projekty
- Analyzujeme potenciál turistického rozvoje pro všechny obce v regionu a vytváříme zásobník nápadů.
- Iniciujeme infrastrukturní projekty, zaměřené na zlepšení přístupnosti a pohodlí pro turisty.
- Aktivně podporujeme kulturní, sportovní a společenské akce a aktivity, které přispívají k oživení regionu a přitahují turisty.
- Implementujeme principy dlouhodobého a udržitelného plánování do všech strategických dokumentů a projektů regionu.

4. Strategický směr SPOLUPRÁCE

DÍLČÍ CÍLE

4.1. Destinace je postavena na aktivním zapojení místních aktérů cestovního ruchu a přenosu informací.

4.1	Cíl	Dílčí aktivity		Indikátory
4.1.1.	Zvýšit počet aktivně zapojených subjektů do tvorby produktů cestovního ruchu a řízení destinace	Organizace workshopů a seminářů pro místní subjekty.		<ul style="list-style-type: none"> Počet uspořádaných workshopů za rok Počet účastníků za rok Úroveň spokojenosti účastníků
		Pravidelná komunikace s místními subjekty prostřednictvím newsletterů, e-mailů a osobních setkání.		<ul style="list-style-type: none"> Počet odeslaných informačních emailů za rok Počet osobních setkání za rok Počet aktivně zapojených subjektů
		Poskytování podpory a konzultací při tvorbě nových produktů cestovního ruchu.		<ul style="list-style-type: none"> Počet poskytnutých konzultací za rok Míra implementace doporučených kroků a strategií
		Monitoring a vyhodnocování účasti a zapojení místních subjektů.		<ul style="list-style-type: none"> Počet zapojených subjektů do aktivit cestovního ruchu Počet subjektů účastnících se jednotlivých akcí Počet projektů realizovaných s aktivní účastí místních subjektů

4.1.2.	Zajistit, aby privátní sféra tvořila minimálně 30% podíl na rozhodování členů DMO	Identifikace a oslovení potenciálních členů z privátní sféry.	<ul style="list-style-type: none"> Počet oslovených subjektů z privátní sféry ročně
		Organizace informačních setkání a prezentací pro potenciální členy.	<ul style="list-style-type: none"> Počet setkání pro subjekty z privátní sféry ročně
		Pravidelné hodnocení a revize členství a zapojení privátní sféry.	<ul style="list-style-type: none"> Zpětná vazba od členů a partnerů z privátní sféry
4.1.3.	Organizovat minimálně 4 formální a neformální setkání ročně s cílem plánovat a naplňovat strategii, prezentovat výsledky činnosti DMO a zvyšovat vzdělanost v cestovním ruchu.	Plánování a organizace formálních a neformálních setkání	<ul style="list-style-type: none"> Počet uspořádaných setkání 3k platformy za rok Počet účastníků za rok
		Příprava programů a materiálů	<ul style="list-style-type: none"> Počet poskytnutých vzdělávacích programů za rok Počet účastníků za rok Hodnocení na základě zpětné vazby od účastníků
		Vyhodnocení účasti a efektivity setkání prostřednictvím zpětné vazby účastníků	<ul style="list-style-type: none"> Procentuální podíl pozvaných účastníků, kteří se zúčastnili Hodnocení spokojenosti účastníků Implementace zpětné vazby
4.1.4.	Zvýšení počtu ambasadorů, kteří aktivně podporují ostatní ke spolupráci a k zapojení se do produktů	Identifikace a nábor nových ambasadorů Aktivní zapojení ambasadorů do práce v organizaci	<ul style="list-style-type: none"> Počet nových ambasadorů Počet setkání učiněných ambasadorů se členy a partnery
4.1.5.	Efektivní informování členů a partnerů o připravovaných projektech	Pravidelná tvorba a rozesílání informačních e-mailů či newsletterů	<ul style="list-style-type: none"> Počet informačních e-mailů rozeslaných za rok Procento příjemců, kteří otevřeli informační e-mail
		Aktualizace a údržba databáze kontaktů	<ul style="list-style-type: none"> Počet kontaktů aktualizovaných za rok Hodnocení kvality a aktuálnosti databáze kontaktů

4.2. Úzce spolupracujeme s národním geoparkem Kraj blanických rytířů, Asociací geoparků ČR.

4.2.	Cíl	Dílčí aktivity	Indikátory
4.2.1.	Účast na pravidelných setkáních a společné plánování aktivit	Organizace a účast na pravidelných setkáních se zástupci geoparku KBR.	<ul style="list-style-type: none"> Počet uskutečněných setkání za rok
		Identifikace a plánování společných cílů a projektů v oblasti cestovního ruchu.	<ul style="list-style-type: none"> Počet identifikovaných, naplánovaných a realizovaných projektů za rok. Úroveň spolupráce
4.2.2.	Sdílení zdrojů a informací	Výměna dat a informací mezi národním geoparkem KBR a DMO.	<ul style="list-style-type: none"> Počet informačních materiálů a dat sdílených mezi partnery.
4.2.3.	Rozvoj produktu Národní geopark Kraj blanických rytířů	Rozvoj a marketingové uchopení produktu cestovního ruchu	<ul style="list-style-type: none"> Produkt rozpracovaný v produktovém portfoliu Počet a dosah realizovaných marketingových aktivit

4.3. Úzce spolupracujeme s regionální značkou KRAJ BLANICKÝCH RYTÍŘŮ Regionální produkt

4.3.	Cíl	Dílčí aktivity	Indikátory
4.3.1.	Účast na pravidelných setkáních a společné plánování aktivit	Organizace a účast na pravidelných setkáních se zástupci regionální značky KBR.	<ul style="list-style-type: none"> Počet uskutečněných setkání za rok
		Účast v hodnotící komisi regionální značky	<ul style="list-style-type: none"> Počet uskutečněných setkání za rok
4.3.2.	Sdílení zdrojů a informací	Výměna dat a informací	<ul style="list-style-type: none"> Počet informačních materiálů a dat sdílených mezi partnery.
4.3.3.	Rozvoj a marketingové uchopení regionální značky	Rozvoj a marketingové uchopení regionální značky	<ul style="list-style-type: none"> Počet a dosah realizovaných marketingových aktivit

4.4. Jsme součástí celostátní platformy DMO a aktivně vystupujeme na platformách CR, zřizovaných krajem

4.4.	Cíl	Dílčí aktivity	Indikátory
4.4.1.	Rozvoj spolupráce s okolními DMO	Spolupráce s DMO ležícími v Blanické brázdě	<ul style="list-style-type: none"> Počet společných projektů
		Spolupráce s DMO, jejichž územími prochází řeka Sázava	<ul style="list-style-type: none"> Počet společných projektů
		Spolupráce se sousedícími DMO	<ul style="list-style-type: none"> Počet společných projektů
4.4.2.	Aktivní účast a vystupování na platformách zřizovaných krajem, STOČR, CZT	Účast na setkáních	<ul style="list-style-type: none"> Počet uskutečněných setkání
		Aktivní zapojování se do aktivit platformem	<ul style="list-style-type: none"> Počet výstupů

4.5. Spolupracujeme se Středočeskou centrálou cestovního ruchu a národní centrálou Czech Tourism

4.1	Cíl	Dílčí aktivity	Indikátory
4.1.4.	Posílit spolupráci se Středočeskou centrálou cestovního ruchu a agenturou CzechTourism prostřednictvím společných aktivit, projektů a kampaní.	Identifikace společných projektů a kampaní	<ul style="list-style-type: none"> Celkový počet společných projektů a kampaní identifikovaných za rok.
		Pravidelná komunikace a koordinace s partnery	<ul style="list-style-type: none"> Počet pravidelných setkání a komunikačních aktivit (e-maily, telefonáty) s partnery za rok
		Účast na společných akcích a projektech	<ul style="list-style-type: none"> Celkový počet akcí a projektů realizovaných ve spolupráci s partnery za rok.
		Vyhodnocení přínosu a efektivity spolupráce	<ul style="list-style-type: none"> Počet zpětných vazeb získaných od partnerů ohledně efektivity spolupráce.

5. Strategický směr NABÍDKA A PRODUKTY

Seznam produktů a jejich rozvoj k nalezení v produktovém portfoliu

DÍLČÍ CÍLE

5.1. Pravidelně aktualizujeme a rozvíjíme stávající produkty cestovního ruchu

5.1	Cíl	Dílčí aktivity	Indikátory
5.1.1.	Zajištění pravidelné aktualizace a rozvoj turistických produktů	Pravidelný audit a hodnocení stávajících turistických produktů	<ul style="list-style-type: none">Počet provedených hodnocení turistických produktů za rok
		Aktualizace a rozvoj turistických produktů na základě zpětné vazby	<ul style="list-style-type: none">Počet turistických produktů, které byly aktualizovány za rokHodnocení spokojenosti turistů s aktualizovanými produkty
5.1.2.	Zvýšení atraktivity stávajících turistických produktů	Implementace nových technologií do stávajících produktů	<ul style="list-style-type: none">Počet nových technologických prvků implementovaných do turistických produktů
		Marketingová podpora produktů	<ul style="list-style-type: none">Počet marketingových kampaní zaměřených na propagaci aktualizovaných produktůPočet lidí oslovených marketingovými kampaněmi

5.2. Aktivně se zapojujeme do krajských a národních produktů cestovního ruchu

5.2	Cíl	Dílčí aktivity	Indikátory
5.2.1.	Aktivní zapojení do krajských a národních produktů	Zapojení do produktů cestovního ruchu	<ul style="list-style-type: none">Počet produktů, do kterých se destinace úspěšně zapojila

6. Strategický směr MARKETING

6. 1. Díky marketingovým aktivitám je značka DMO celorepublikově známá, unikátní a nepřehlédnutelná.

6.1.	Cíl	Dílčí aktivity	Indikátory
6.1.2.	Zlepšení viditelnosti destinace prostřednictvím offline reklam	Umístění reklam na klíčových dopravních uzlech	<ul style="list-style-type: none"> Počet reklam umístěných na strategických místech jako nádraží, autobusové stanice
		Spolupráce s lokálními médii na propagaci destinace	<ul style="list-style-type: none"> Počet článků, tiskových zpráv, rozhovorů, reportáží a reklam v lokálních médiích a zpravodajích ročně
		Vytvoření a distribuce informačních brožur	<ul style="list-style-type: none"> Počet vytvořených a distribuovaných brožur v regionu i mimo něj Počet distribučních míst
6.1.3.	Jasně označení všech hlavní vstupních bodů do regionu	Instalace informačních tabulí, nosičů na letáky či map na hlavních vstupních bodech	<ul style="list-style-type: none"> Počet informačních tabulí, nosičů na letáky či map umístěných na vstupních bodech
6.1.4.	Zlepšení navigace a orientace turistů v regionu	Aktualizace a údržba informačních tabulí a ukazatelů	<ul style="list-style-type: none"> Iniciace aktualizací a údržby informačních tabulí Hodnocení stavu a čitelnosti informačních tabulí

6.2. Účelně kombinujeme off-line a on-line marketing

6.1	Cíl	Dílejší aktivity	Indikátory
6.1.1.	Využíváme platformy web, Facebook, Instagram, LinkedIn a Youtube	Správa on-line platformy a jejich pravidelná aktualizace	<ul style="list-style-type: none"> • Celkový počet platformy • Míra dosahu
6.1.2.	Využíváme adresných newsletterů	Vytváření newsletterů s personalizovanou nabídkou pro různé cílové skupiny a jejich rozesílka	<ul style="list-style-type: none"> • Počet vytvořených newsletterů • Frekvence rozesílky • Počet adresátů
6.1.3.	Komunikujeme s veřejností prostřednictvím tiskových zpráv	Vytváříme a rozesíláme tiskové zprávy s cílem oslovit veřejnost	<ul style="list-style-type: none"> • Celkový počet tiskových zpráv • Počet médií • Dosah (počet zveřejnění)
6.1.4.	Oslovujeme veřejnost prostřednictvím výstupů v TV a rádiích	Aktivně nabízíme novinářům témata a novinky, udržujeme vztahy s novináři	<ul style="list-style-type: none"> • Počet výstupů • Počet spolupracujících novinářů
6.1.5.	Oslovujeme média prostřednictvím presstripů	Pořádáme tematické press tripy pro novináře	<ul style="list-style-type: none"> • Počet presstripů • Počet výstupů • Počet spolupracujících novinářů

6.3. Účelně využíváme placených kampaní

6.3.1.	Placenou kampaní podporujeme on-line marketingové nástroje	Placená kampaň - klíčová slova web, FCB, instagram	<ul style="list-style-type: none"> • Počet kampaní • Objem vynaložených finančních prostředků • Dosah kampaní
6.3.2.	Placenou kampaní podporujeme brand destinace a produkty CR	Placená kampaň na podporu brandu a produktů	<ul style="list-style-type: none"> • Počet podpořených produktů • Objem vynaložených finančních prostředků • Dosah kampaní

6. 4. Využíváme nových trendů a postupů v marketingu

6.4.	Cíl	Díličí aktivity	Indikátory
6.4.1.	Zajištění toho, aby všechny hlavní turistické cíle, ubytovací kapacity a gastro odpovídající poptávce byly zanesené na platformě Mapy.cz	Identifikace a zmapování hlavních turistických cílů	<ul style="list-style-type: none"> Počet hlavních turistických cílů identifikovaných pro zanesení na platformu
		Vytvoření a nahrání dat na platformu Mapy.cz	<ul style="list-style-type: none"> Počet turistických cílů a tras, které byly nahrány na platformu Mapy.cz
		Přidávání nových cílů a pravidelná aktualizace dat na platformě Mapy.cz	<ul style="list-style-type: none"> Hodnocení aktuálnosti informací na základě zpětné vazby od uživatelů
6.4.2.	Podpora využívání rezervačních systémů	Podpora využívání rezervačních systémů pro zážitky a turistické cíle	<ul style="list-style-type: none"> Identifikace vhodných cílů a zážitků Informování o možnostech využití systémů
6.4.3	Podpora využívání AI	Podpora a vzdělávání aktérů v oblasti AI	<ul style="list-style-type: none"> Zajištění vzdělávacích programů k využití AI
6.4.4.	Práce se zpětnou vazbou	Sběr a analýza uživatelských recenzí prostřednictvím Google Analytics	<ul style="list-style-type: none"> Počet návštěvníků Míra zapojení Míra konverze
		Implementace změn na základě zpětné vazby z Google Analytics	<ul style="list-style-type: none"> Počet implementovaných změn

7. Strategický směr ŘÍZENÍ A FINANCOVÁNÍ, ROZVOJ REGIONU

7.1. Zajišťujeme stabilní financování managementu destinace tak aby byl možný stabilní chod destinace a bylo možné realizovat všechny projekty

7.1.	Cíl	Dílčí aktivity	Indikátory
7.1.1.	Zajišťovat stabilní a dostatečné financování managementu destinace	Identifikace a získávání nových finančních zdrojů	<ul style="list-style-type: none"> Počet finančních zdrojů využitých za rok (dotační programy)
		Vytváření dlouhodobých a krátkodobých finančních plánů a rozpočtů	<ul style="list-style-type: none"> Vytvoření a vyhodnocení finančních plánů
7.1.2.	Zajišťovat efektivní a transparentní využití financí	Pravidelné monitorování a hodnocení finančního zdraví organizace	<ul style="list-style-type: none"> Hodnocení finanční stability na základě interních auditů a externích hodnocení
7.1.3.	Vyhodnocovat systém financování	Každoročně vyhodnocujeme nastavený systém financování a nastavujeme částky na základě počtu přenocování	<ul style="list-style-type: none"> Pravidelné vyhodnocení systému financování na základě zpětné vazby Každoroční aktualizace

7.2. Svoji činností (vzdělávací, poradenskou) kultivujeme segment cestovního ruchu, sledujeme nové trendy a aplikujeme je do řízení destinace

7.2.	Cíl		Indikátory
7.2.1.	Zvyšování kvalifikace a kompetencí členů destinace	Nabídka specializovaných kurzů a školení	<ul style="list-style-type: none"> Celkový počet specializovaných kurzů a školení nabízených za rok Počet účastníků na každém kurzu nebo školení Míra spokojenosti účastníků
7.2.2.	Zvyšování kvalifikace kompetencí managementu	Zajištění školení pro management destinace dle aktuálních potřeb	<ul style="list-style-type: none"> Počet absolvovaných školení za rok

7.3. Provádíme důkladnou analýzu potenciálu turistického rozvoje obcí, sbíráme a vyhodnocujeme data o výkonnosti CR, vytváříme zásobník nápadů, iniciujeme a podporujeme zlepšení infrastruktury.

7.3.	Cíl	Dílčí aktivity	Indikátory
7.3.1.	Analyzovat potenciál turistického rozvoje pro všechny obce v regionu	Shromažďování a analýza dat o turistickém potenciálu obcí	<ul style="list-style-type: none"> Počet obcí, které byly analyzovány
		Vytváření zpráv a doporučení na základě analýzy	<ul style="list-style-type: none"> Počet zpráv a doporučení dodaných na základě analýzy
7.3.2.	Vytvářet zásobník nápadů pro zvýšení atraktivity regionu	Sběr a hodnocení nápadů od místních komunit a odborníků	<ul style="list-style-type: none"> Počet nápadů získaných od místních komunit a odborníků
		Vytvoření a údržba zásobníku nápadů	<ul style="list-style-type: none"> Celkový počet nápadů zapsaných v zásobníku
7.3.3.	Sběr a vyhodnocení dat o výkonnosti CR	Pravidelný sběr dat o výkonnosti CR	<ul style="list-style-type: none"> Celkový počet dat Data předaná nadřízeným organizacím (CCR, CZT)
		Vyhodnocení sběru dat o výkonnosti CR	<ul style="list-style-type: none"> Počet prezentací sběru dat
7.3.4.	Iniciace a podpora zlepšení infrastruktury	Vytipování infrastruktury, kterou je nutné rekonstruovat/ nově vytvořit a jednání s vlastníky a hledání finančních zdrojů	<ul style="list-style-type: none"> Počet vytipovaných lokalit Počet uskutečněných jednání Počet vyhledaných finančních zdrojů

7.4. Aktivně podporujeme kulturní, sportovní a společenské akce a aktivity, které přispívají k oživení regionu a přitahují turisty.

7.4.	Cíl	Dílčí aktivity	Indikátory
7.4.1.	Podporovat kulturní, sportovní a společenské akce a aktivity	Propagace akcí prostřednictvím marketingových kampaní a přímou účastí	<ul style="list-style-type: none"> Počet podpořených akcí
7.4.2.	Přispívat k oživení regionu a přitahovat turisty	Podpora návštěvnicky zajímavých regionálních akcí a aktivit	<ul style="list-style-type: none"> Počet podpořených akcí

7.5. Implementujeme principy dlouhodobého a udržitelného plánování do všech strategických dokumentů a projektů regionu.

7.5.	Cíl	Dílčí aktivity	Indikátory
7.5.1.	Implementovat principy dlouhodobého a udržitelného plánování do všech strategických dokumentů a projektů	Vytváření a implementace dlouhodobých strategických plánů	<ul style="list-style-type: none"> Počet dlouhodobých strategických plánů
		Pravidelné hodnocení a revize strategických plánů	<ul style="list-style-type: none"> Počet provedených hodnocení a revizí strategických plánů
		Vytváření krátkodobých plánů na základě dlouhodobých strategií	<ul style="list-style-type: none"> Tvorba a vyhodnocení ročních akčních plánů
7.5.2.	Zajišťovat prosperitu regionu jako vyhledávané turistické destinace	Monitorování a analýza turistického trhu a trendů	<ul style="list-style-type: none"> Počet analýz trhu a trendů Sběr dat (profil návštěvníka, návštěvnost turistických cílů atp.)
		Adaptace na změny trhu a zavádění inovací	<ul style="list-style-type: none"> Počet nových inovací a změn



Zpracoval: Kraj blanických rytířů, z. s.