

Marketingový plán a organizační struktura

Středočeské
centrály cestovního
ruchu p.o.
2020

Úvod

Ve Středočeské centrále cestovního ruchu, příspěvkové organizaci (dále jen SCCR) došlo v roce 2019 k významným organizačním změnám. Od počátku roku se obměnili někteří zaměstnanci, ředitelkou byla od 15. 7. 2019 jmenována Mgr. Zuzana Vojtová.

Ve znění usnesení Zastupitelstva Středočeského kraje č./2019/ZK ze dne 26.8.2019 byla doplněna Zřizovací listina příspěvkové organizace SCCR o Dodatek č. 3, čímž se změnilo Vymezení hlavního účelu a předmětu činnosti a doplňkové činnosti příspěvkové organizace.

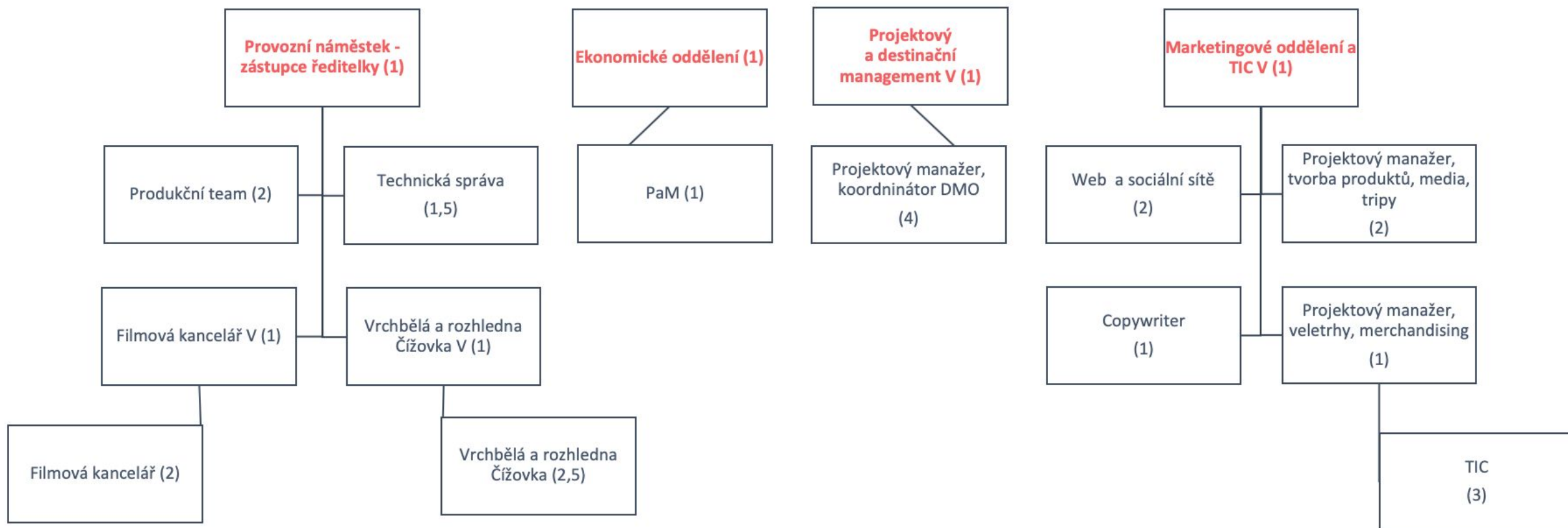
Hlavní okruhy činnosti SCCR

- 1) Destinační management a rozvoj lidských zdrojů
- 2) Marketingové aktivity
- 3) Filmová kancelář
- 4) Produkce akcí
- 5) Sportovně rekreační areál Vrchbělá a rozhledna Čížovka

Organizační struktura SCCR



Organizační struktura SCCR



Dlouhodobé cíle

Cílem Středočeské centrály cestovního ruchu je dosáhnout systematického destinačního řízení, jehož výsledkem bude pestrá turistická nabídka plná autentických zážitků a kvalitních služeb. Společně s oblastmi a lokálními partnery bude budovat nabídku, která povede k udržitelnému cestovnímu ruchu a přispěje k maximálnímu využití turistického potenciálu regionu.

Společnými cíli zainteresovaných aktérů cestovního ruchu v regionu je dosáhnout:

- **zvýšení počtu návštěvníků**
- **prodloužení jejich délky pobytu**
- **růstu podílu zahraničních návštěvníků s ohledem na jejich bonitu**
- **prodloužení turistické sezóny**
- **diverzifikovaného růstu přenocování**
- **růstu průměrných výdajů návštěvníků v souvislosti s poskytováním služeb s vyšší přidanou hodnotou.**

Silné stránky	Slabé stránky
- vysoký potenciál turistické nabídky	- chybějící značka na trhu cestovního ruchu
- bohatá historie	- nekoncepční marketing destinace
- mnoho kulturních památek a dalších turistických cílů	- slabé partnerské vztahy s oblastními a lokálními partnery
- přírodní bohatství, křižovatka řek	- nepřesné definování “přirozených turistických regionů”
- památky UNESCO	- neexistence fungující sítě DMO
- dobrá dopravní dostupnost	- sezónní CR a krátkodobý pobyt
- dobrá občanská vybavenost	- nedostatečné využití turistického potenciálu
- finanční zázemí a podpora zřizovatele	
Příležitosti	Ohrožení
- ekonomický růst, zvyšování kupní síly českých domácností	- nezáměr o nastavení řízení cestovního ruchu v rámci regionu na oblastní a lokální úrovni
- inomingový CR stále poroste	- nesoulad národní a krajské politiky CR v oblasti destinačního řízení
- blízkost hl. města Prahy	- nezáměr komerčních subjektů o aktivní spolupráci
- možnost spolupráce s odbornými asociacemi a akademickou sférou	- nemotivující nastavení NPPCR
- využití dobré praxe ze zkušeností jiných regionů i zahraničí, spolupráce s CzechTourism	- vytlačení bonitní klientely méně bonitní klientelou
- rozvoj partnerství s komerční sférou	

Zhodnocení činnosti roku 2019

1. Destinační management

Středočeská centrála cestovního ruchu p. o. získala 25. 7. 2019 certifikát Krajské organizace destinačního managementu. Tento jí byl udělen Certifikační komisí Kategorizace organizací destinačního managementu (dále jen DMO). Kategorizace DMO byla vytvořena ve spolupráci Ministerstva pro místní rozvoj, agentury CzechTourism a krajů za účelem zkvalitnit výkon a efektivitu činností DMO. SCCR se tímto zavazuje v rámci své činnosti k naplňování řady kritérií. Tato certifikace je udělena pouze na období jednoho roku. Po jeho ukončení musí opět SCCR prokázat naplnění požadovaných kritérií a požádat o obnovení certifikace.

2. Marketingové aktivity I

1. Ediční činnost:

- Mapa rozhleden, Mapa pivovarů, čtvrtletník akcí - jaro, léto, podzim, advent, Mapa kempů, Putování s dětmi po středních Čechách, Vrchbělá, Filmové střední Čechy

2. Mediální výstupy a Online:

- Časopisy a magazíny:
 - 9 x článek v časopisech/magazínech (např. Moje země, COT, Food, Travel Digest, Chaty a chalupy, Turista)
 - 1 x prezentace v turistickém průvodci
 - 1 x prezentace v knize Putování za českým vínem
 - 1 x prezentace v katalogu k veletrhu WTM
- TV:
 - Prima - pořad: Bike salon - téma: cyklo
 - Česká televize - pořad: Dobré ráno na cestách - téma: zajímavosti regionu
 - CzechAmerican TV - prezentace Středočeského kraje
- Rádio:
 - Rádio Blaník - pořad: Krajánek - téma: Rozhledny
- Online:
 - Blesk - podsekcce cestování Československo - branding
 - CSFD - branding na HP a na rodinných filmech
 - Sponzoring příspěvků na Facebooku a Instagramu

3. Kampaň: partnerství na kampani TouchPoint

4. WEB: SCCR získala doménu www.strednicechy.cz a neustále rozvíjí web www.centralbohemia.cz

2. Marketingové aktivity II – veletrhy

Zahraniční

Ferienmesse Vídeň (10. – 13. 1.)
ITF Slovakiatour Bratislava (24. – 27. 1.)
F.RE.E. Mnichov (20. – 24. 2.)
MTT Wroclaw (1. – 3. 3.)
ITB Berlín (6. – 10. 3.)
MITT Moskva (12. – 14. 3.)
WTM Londýn (4. – 6. 11.)
TC Lipsko (20. – 24. 11.)
Opole (23. – 26. 5.)

Tuzemské

GO a Regiontour Brno (17. – 20. 1.)
Holiday World Praha (21. – 24. 2.)
Dovolená a Region, Lázeňství 2018 Ostrava (1. – 3. 3.)
Infotour Hradec Králové (8. – 9. 3.)
Regiony Lysá nad Labem – 11. – 13. 4.
Euroregion Tour Jablonec n. Nisou (14. – 16. 3.)
For Bikes – Praha Letňany (29. – 31. 3.)
Travelfest České Budějovice - (26. – 28. 4.)
ITEP Plzeň (19. – 21. 9.)
Czech Travel Market Praha (30. – 31. 10.)

3. Filmová kancelář

Činnost Filmové kanceláře byla zahájena v lednu 2019.

Čemu se věnovala Filmová kancelář Středočeského kraje v roce 2019?

- Navazování spolupráci s městy a příspěvkovými organizacemi kraje v oblasti kultury a památkové péče
- Setkávání se se zástupci měst a obcí - spolupráce pro možnosti zjednodušení natáčení v konkrétních lokalitách či lokacích
- Mapování filmové tvorby, která vznikala v roce 2018, 2019 a dále pak filmy, které se točí či točit budou v roce 2020
- Přípravě obhlídek (zpřístupnění lokací)
- Zjišťování kontaktů na místní dodavatele – ubytovací a stravovací služby, dopravní podniky - tvorba burzy služeb
- Zjišťování pomoci při náboru epizodních rolí, komparzu a jiných služeb.
- Poskytování odborné konzultace týkající se regionu (infrastruktura, historie, kultura, architektura, apod.)
- Podpoře při propagaci projektu a jeho natáčení

4. Produkce akcí

SCCR v roce 2019 produkčně zajistila tyto akce:

- Setkání starostů Středočeského kraje v rámci akce Soundtrack Poděbrady
- Pivní festival
- Gastrofestival
- Žena regionu - spolupráce na zajištění slavnostního večera
- Slavnosti pravého a levého břehu Vltavy - zajištění prezentace Středočeského kraje (Roztoky, Klecany)
- Dny hejtmanky ve Středočeském kraji (Nymburk, Příbram)

5. Sportovně rekreační areál Vrchbělá

Areál je svěřen Středočeským krajem do správy SCCR od ledna 2018. Správa tohoto areálu znamená zajištění celoročního provozu, bezpečnosti a údržby travnatých ploch, sportovního vybavení a in-line dráhy, rozhleden Vrchbělá a Čížovka, kempu, který je součástí areálu, zoo-koutku a dohled nad Hotelem Relax, který je v pronájmu. Zároveň SCCR zajišťuje pravidelné zpracování monitorovacích zpráv projektu.

Zoo-koutek zaznamenal v roce několik vlastních přírůstků - pštrosa a jehně. Dokoupen byl sameček lamy. Připravuje se výstavba posezení se zastřešením proti slunci i dešti v dětském areálu, další doplnění zoo-koutku.

Plán činnosti na rok 2020

1. Destinační management

Jednou z hlavních činností SCCR je rozvoj destinačního managementu regionu Střední Čechy. Jinými slovy jde o vytváření fungující sítě partnerů z komerční a veřejné sféry v rámci turistické destinace, podporu jejich vzájemné komunikace, koordinace aktivit a efektivní spolupráce.

SCCR úzce spolupracuje se Středočeským krajem s Odborem regionálního rozvoje, oddělením cestovního ruchu na podpoře vzniku a rozvoje oblastních a lokálních destinačních společností. Komunikuje se sítí turistických informačních center a podporuje rozvoj kvality jejich služeb. Navazuje spolupráci s vysokými a středními školami, odbornými asociacemi, CzechTourismem a podnikateli v cestovním ruchu. Organizuje setkání a semináře s cílem podpory rozvoje lidských zdrojů v cestovním ruchu. Za tímto účelem připravuje řadu setkání s podnikateli a partnery v regionu.

2. Marketingové aktivitty

Marketingové cíle 2020:

- 1. Positioning a branding destinace**
 - vybudovat atraktivní a moderní značku destinace, stojící na tradičních hodnotách a bohaté historii, podpořenou kvalitou služeb
 - tvorba brandu “Střední Čechy královské”, brand promise a USP (v procesu) a jejich implementace
 - logo destinace
 - jednotný vizuální styl a content (foto a video), suvenýry
 - 2. Definování klíčových témat na 2020 s ohledem na cílové skupiny**
 - 3. Tvorba turistických produktů**
 - rozvoj mezioborové turistické nabídky (např. zapojení sklářského průmyslu)
 - 4. Důraz na online komunikaci**
-

A. Klíčová témata 2020

Hlavní komunikační téma	Typ turismu	Cílová skupina dle CzT	Marketingové aktivity
Střední Čechy královské (zároveň branding destinace)	kulturní i sportovně-přírodní	požitkáři, aktivní senioři, rodiny s dětmi	imageová komunikace brandingu, loga a vizuálního stylu, záložka na webu, komunikace na sociálních sítích, online kampaň, newsletter, tisk - průvodce
Dílčí komunikační témata			
Po stopách Jana Žižky (ve spolupráci s filmovou kanceláří)	kulturně-přírodní	rodiny s dětmi, požitkáři	mobilní aplikace/microsite, komunikace na sociálních sítích, online kampaň, newsletter, tisk - brožura
Řeky - Vltava II a Labe II	sportovně-přírodní i kulturní	aktivní senioři, požitkáři	komunikace na sociálních sítích (AJ profil na Facebooku), informační servis, tisk, content (foto a video), press tripy, veletrhy
MICE	kongresový a incentivní CR	lidé na služební cestě, zaměstnanci vyslaní "užít si"	MICE záložka na webu s informacemi a nabídkou
Z města ven	mladí a cool	mladí a cool	komunikace na sociálních sítích, online kampaň, záložka na webu, content pro mladé (video, foto), influencer a photo tripy

B. Online komunikace

1. Web

- SEO optimalizace zlepšit výkon stránek při organickém vyhledávání
- Online placené kampaně → Uspěšnost online kampaní závisí z 50% na kvalitě webu, proto je potřeba zapracovat na přehlednosti/kategorizaci s UX designérem
- Nová sekce MICE pro kongresový a incentivní turismus
- Překlady do jazykových mutací – velmi důležité pro incoming
- Aktualizace obsahu – kalendář akcí a aktuality – velmi důležité pro DCR
- Rozvoj webu - e-shop

2. Online kampaně

- PPC reklama (Google Ads, YouTube, Sklik)
 - Brandová reklama (Google Ads, YouTube, Sklik, RTB)
- online kampaně k podpoře hlavních komunikačních témat (mix brandových a PPC nástrojů)

3. Sociální sítě

- Facebook - jazykové mutace: DCR - ČJ, incoming - AJ (global), NĚM, POL
 - Instagram - AJ (global)
 - YouTube- AJ (global) + videa v různých jazykových mutacích
 - TripAdvisor - AJ (global)
- kampaně na sociálních sítích k podpoře hlavních komunikačních témat

4. Newsletter

- DCR - ČJ
- pravidelné zasílání newsletteru (1 x měsíčně) s novinkami, akcemi, min. 2 x ročně i soutěžemi, tématické newslettery (prázdninový, adventní, Po stopách Jana Žižky apod.)

C. Propagační materiály – ediční plán

Klíčová témata 2020

- Střední Čechy královské
- Řeky:
 - Vltava II – skládací mapa – ČJ/AJ/NĚM – součástí projektu cca 20 000 ks
 - Labe – skládací mapa - ČJ/AJ/NĚM - součástí projektu cca 20 000 ks
- Po stopách Jana Žižky – brožura – ČJ/AJ/NĚM – souvisí s filmem o J. Žižkovi - cca 18 000 ks

Dílčí marketingová témata 2020

- Milostné příběhy + šlechtická ubytování – brožura – ČJ/AJ/NĚM/POL – dotisk úspěšné řady - náklad cca 13 000 ks
- Industriální památky – DL – ČJ/AJ - náklad cca 3 000 ks
- Církevní památky – DL – ČJ/NĚM/POL - náklad cca 10 000 ks
- Stezka sv. Vojtěcha – DI – ve spolupráci s Polskem – ČJ/AJ/POL - náklad cca 3 000 ks
- Turistické cíle – trhací mapa – ČJ/AJ/NĚM/POL/IT/FR/RU/ŠP – obecný materiál pro incoming - cca 50 000 ks

D. Veletrhy

Zahraniční

- převážně ve spolupráci s CzechTourism

16.-19.1.

Ferienmesse Vídeň (spolupráce s CzechTour.)

23.-26.1.

ITF Slovakiaitour Bratislava (plocha)

19.-23.2.

F.RE.E. Mnichov (spolupráce s CzechTour.)

28.2.-1.3.

MTT Wrocław (spolupráce s CzechTour.)

4.-8.3.

ITB Berlín (spolupráce s CzechTour.)

17.-19.3.

MITT Moskva (spolupráce s CzechTour.)

listopad

TC Lipsko (spolupráce s CzechTour.)

říjen

Drážďany (spolupráce s CzechTour.)

7.-8.7.

Kolín n. Rýnem (spolupráce s CzechTour.)

Opole, polský veletrh

Tuzemské

- ve spolupráci s partnery z regionu

13.-16.2.

Holiday World

28.-29.2.

Dovolená a Region, Lázeňství 2018 Ostrava

březen

Hradec Králové

březen

For Caravan, For Boat Praha Letňany

13.-15.3.

For Bikes Praha Letňany

duben

České Budějovice Travelfest

září

ITEP Plzeň

30.-31.10.

Czech Travel Market Praha

Jedná se o předpoklad na základě zatím dostupných informací.

F. Další činnosti

Media plán a media list

- TV, rádio, PR, placená inzerce - **větší orientace na potenciálního klienta**
- tvorba media plánu a media listu dle komunikačních témat na rok 2020
- Zasílání pravidelných TZ komunikující větší nabídku najednou (advent ve středních Čechách, letní akce, apod.)
- pravidelně rozesílaný Newsletter
- provozování e-rádia v rámci činnosti SCCR

Press a influencer tripy

- ve spolupráci s CzechTourism, ale i vlastní influencer, press a fam tripy a studijní cesty po Středočeském kraji
- Pre a Post tour při organizaci firemních cest

Podpora prodeje - merchandising

- Cílové skupiny
 - potenciální klient - děti, sportovní turisté, požitkáři
 - partner - dárkové předměty pro partnery s grafikou středočeských hradů a zámků, pokračování v již realizované řadě předmětů
- pohledy s ilustracemi Středočeského kraje

Fotografie a krátká prezentační videa - á 2 minuty, pro užití na webu Instagramu, dle finančních možností.

3. Filmová kancelář

- Zmapování služeb, firem a společností ve Středočeském kraji (SK) využitelných pro filmový průmysl
 - Rozšiřování databáze lokací vhodných pro filmaře (se zaměřením na méně známé lokace a mikroregiony)
 - Zaměření nabídky na asijské a americké produkce (v současné době ze zahraničních produkcí převládají evropské produkce)
 - Tvorba webové interaktivní „filmové mapy“
 - Brožura filmových míst SK
 - V současné době je domluvena na rok 2020 spolupráce na **21 projektech** (české a zahraniční celovečerní filmy, koprodukční filmy, velkorozpočtový seriál, pohádky apod.)
 - 1-2 denní film trip pro lokační managery a produkce - ve spolupráci s Czech Film Commission
 - Účast na filmových festivalech, které zahrnují lokační a produkční konference: Berlinale (15. - 25.2.), Febio fest (19. - 27.3), Finále Plzeň (přelom březen/duben), MFF Karlovy Vary (29. 6. - 7. 7.).
-

4. Produkce akcí

Samostatné zajištění akcí:

- Gastrofestival
- Pivní slavnosti
- Setkání starostů a setkání velvyslanců v rámci Soundtrack Poděbrady
- Slavnosti soutoku
- V rámci akce Stříbření v Kutné Hoře prezentace SK
- Road show v regionech Středočeského kraje
- Ples Středočeského kraje

5. Sportovně rekreační areál Vrchbělá

Kromě zajištění celoročního provozu, bezpečnosti a údržby travnatých ploch, sportovního vybavení a drah, rozhleden Vrchbělá a Čížovka, kempu, který je součástí areálu, zoo-koutku a spolupráce s nájemcem Hotelu Relax, pravidelně zpracovává monitorovací zprávy projektu, zajišťuje program v areálu a řadu rozvojových aktivit.

V roce 2020 připravuje například:

- výstavbu hřišť,
- vybudování chatek v kempu,
- organizace Dne dětí
- spolupořádání cyklistického závodu Author Cup
- přehlídka práce IZS SK.

Závěr

SCCR si klade za cíl v horizontu dvou let vytvořit dobře fungující síť partnerů z komerční i veřejné sféry, jejichž společným zájmem je rozvoj cestovního ruchu v regionu.

Společně s partnery budovat značku destinace Střední Čechy a společně ji také naplnit bohatou turistickou nabídkou.

Od databázové prezentace přejít k nabídce komplexních turistických produktů, včetně zapojení cílů z jiných oborů (např. sklárny), v nichž turistické cíle jsou provázány s kvalitními službami.

Základním marketingovým nástrojem turistické destinace je webový portál. Naším cílem je, abychom co nejdříve mohli hrdě zvat potenciální návštěvníky regionu na turistický portál www.centralbohemia.cz, který bude vedle české verze nabízet minimálně anglickou, německou a polskou mutaci.