

# **Informace o realizaci marketingových aktivit 2020**

## **Turistické oblasti Chrudimsko- Hlinecko**



odborný kolektiv autorů MAS Železnohorský region, MAS Chrudimsko, Mikroregion Hlinecko a MAS Skutečsko, Košumbersko a Chrastecko

**2021**

**Na základě stanovených cílů TO Chrudimsko-Hlinecko, které jsou detailně popsány v Marketingové strategii TO byly stanoveny na rok 2020 následující aktivity, které vedly ke splnění strategických cílů a byly v plném rozsahu naplněny:**

- 1) **Celková propagace regionu** – propagace historického, kulturního a přírodního dědictví,
- 2) **Snaha o zachování místních tradic**
  - Podpora odbytu místní produkce – regionální značka ŽELEZNÉ HORY, regionální produkt a Originální produkt z Hlinecka
  - Podpora tradičních akcí regionu
- 3) **Koordinace činnosti informačních center regionu**
  - 10 TIC – Chrudim, Hlinsko, Heřmanův Městec, Nasavrky, Přelouč, Seč, Třemošnice, Slatiňany, Luže a Skuteč
- 4) **Spolupráce s podnikateli regionu**
  - TO má zpracovanou databázi podnikatelů v oblasti ubytování, stravování a služeb CR
- 5) Každoročně probíhá **dotazníkové šetření u návštěvníků regionu**, které slouží jako důležitý podklad pro přípravu dalších aktivit
- 6) **Koordinace aktivit v oblasti CR**
- 7) **Tvorba turistických produktů**
  - a) Tvorba vlastních turistických produktů z Chrudimska-Hlinecka
  - b) Spolupráce a účast na turistických produktech Destinační společnost Východní Čechy a CzechTourism
  - c) Tvorba turistických produktů s partnery
    - Za krásami 4 regionů
    - Programy pro školy
    - Putování za poznáním
    - Zapojení regionálních výrobců do turistických produktů
- 8) **Celoživotní vzdělávání** – E-senior – konzultační místa – Srnojedy, Lukavice, Čepí, Nasavrky
- 9) **Podpora činnosti členů**
- 10) **Spolupráce s partnery**

### **Turistické produkty:**

#### **1) Kampaň na sociálních sítích** (facebook, instageram, youtube)

Zodpovídá: Lucie Macháčková (TIC Luže)

Termín: Průběžně

Náklady: 25 000,- Kč správa sítí/12 měsíců  
10 000,- Kč placená propagace facebook  
5 000,- Kč příprava podkladů na příspěvky

#### **Vyhodnocení:**

Probíhalo dle plánu.

Facebook: <https://www.facebook.com/www.navstevnik.cz/>,

Instagram: <https://instagram.com/chrudimskohlinecko?igshid=26jvzkxilrx7>

Youtube: [https://www.youtube.com/channel/UCZE8x7Fv\\_ruQNpFiHG5pHmw](https://www.youtube.com/channel/UCZE8x7Fv_ruQNpFiHG5pHmw)

#### **2) Turistické noviny TO Chrudmsko-Hlinecko**

Zodpovídá: Tomáš Černý (TIC Chrudim, předseda TO)

Termín: do 31. 3. 2020

Náklady: 90 000,- Kč grafika, tisk, příprava článků ve spolupráci s TIC regionu

#### **Vyhodnocení:**

Turistické noviny byly vydány, dle plánu a byly distribuovány na informační centra oblasti a subjekty působící v cestovním ruchu v oblasti (např. hotely, kempy, restaurace, turistické atraktivty,...) A dále byly šířeny prostřednictvím členů a partnerů, Destinační společností Východní Čechy a odborem cestovního ruchu Pardubického kraje.

#### **3) Pořízení fotografií**

Zodpovídá: Petra Šoltysová Plisková (TIC Hlinsko)

Termín: Průběžně

Náklady: 60 000,- Kč min. 300 ks fotografií z TO včetně koordinace s TIC, příprava smluv na autorská práva

#### **Vyhodnocení:**

Proběhlo a byl vytvořen účet na <https://chrudimsko-hlinecko.rajce.idnes.cz>

Přihlašovací údaje do všech alb: jméno: chrudimsko / heslo: hlinecko

#### **4) Motorkářské výlety**

Zodpovídá: Jan Doucek (Vodní zdroje Chrudim, s.r.o.)

Termín: 30. 4. 2020

Náklady: 40 000,- Kč /tisk

#### **Vyhodnocení:**

Na základě úspěšného turistického produktu Motoprůvodce TO Chrudimsko-Hlinecko, proběhla v roce 2020 aktualizace tohoto turistického produktu a byl proveden tisk materiálu. Vytvořeny 3 trasy pro

motorkář a jejich propagace prostřednictvím časopisu pro motorkáře. Propagační materiál byl rovněž šířen do území a mimo něj, tak aby přilákal, co nejvíce návštěvníků do regionu.

#### 5) **PR Kampaň v médiích**

V rámci kampaně bude TO prezentována v novinách, a to celkem min. 6 výstupů včetně výstupu buď v TV nebo rozhlase a celostrany v celostátním magazínu.

Zodpovídá: Linda Vojancová

Termín: do 31.12.2018

Náklady: 20 000,- Kč

#### **Vyhodnocení:**

V rámci PR kampaně bylo realizováno dle plánu celkem 6 výstupů. V tištěných médiích (časopisech) vyšlo **celkem 6 výstupů** (tištěná média – článek Právěké poklady Železných hor v časopisu Čas pro hvězdy; on-line média – články o Železných horách na lidovky.cz, lifestylenews.cz, zeny.iprima.cz a zena-in.cz; TV – Pozvánka na zámek do Slatiňan s kastelánem J. Buštou v pořadu ČT Sama doma)

#### 6) **Videopozvánka turistické cíle TO Chrudimsko-Hlinecko**

Zodpovídá: Tomáš Černý (TIC Chrudim, předseda TO)

Termín: v průběhu roku 2020, aby byly zachyceny všechny roční období

Náklady: 33 000,- Kč

#### **Vyhodnocení:**

Byl vytvořen propagační spot, který představuje nejvýznamnější místa TO Chrudimsko-Hlinecko, pro rok 2020 vznikl spot, který představuje turistický produkt v okolí Třemošnice a zavádí návštěvníky na Zříceninu hradu Lichnice a do Berlový vápenky. Využití na webových stránkách, sociální sítě, youtube, veletrzích, akcích a dále umístění na webech partnerů (obce, členské subjekty a další).

#### 7) **Brožura Pondělní výlety a výlety v dešti**

Stávající materiál bude zaslán k připomínkování a aktualizaci na TIC regionu, bude změněna titulní strana, kdy se vyjde ze zkušeností a nadpis bude v horní polovině, v současnosti není vidět ve stojanech

Zodpovídá: Simona Klasová

Termín: do 31.5.2020

Náklady: 45 000,- Kč grafická úprava a tisk

#### **Vyhodnocení:**

Byla vytvořena brožura, která představuje s zve na místa, které mohou návštěvníci navštívit v pondělí a v dešti. Materiál vznikl ve spolupráci především s pracovníky informačních center oblasti.

Následně proběhla distribuce do území oblasti, na TIC a na subjekty působící v CR a poskytující služby CR.

#### 8) **Geoquest Národní geopark Železné hory**

Zodpovídá: Jan Doucek (Vodní zdroje Chrudim, s.r.o.)

Termín: průběžně

Náklady: 0,- Kč

**Vyhodnocení:**

V roce 2020 se i nadále rozšiřoval a pokračoval úspěšný turistický produkt Geoquesty Národního geoparku Železné hory, který vznikl v roce 2019, v roce 2020 se převážně propagoval mezi návštěvníky a díky i zvýšené návštěvnosti ČR došlo i k jeho velkému úspěchu, který se projevil na odevzdaných soutěžních kvízích.

**9) Zpracování materiálů pro certifikaci oblastního destinačního managementu CzT**

Zpracování veškerých dokumentů potřebných k podání žádosti o recertifikaci oblastního destinačního managementu. Materiály budou připraveny ve spolupráci s TIC regionu, členy a partnery TO.

Zodpovídá: Martin Písař (MAS ŽR)

Termín: 30.4.2020

**Vyhodnocení:**

ODM TO prošlo procesem recertifikace turistické oblasti.

**10) Certifikace Českého systému kvality služeb**

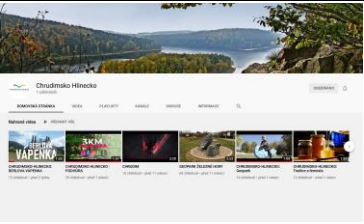
Zpracování veškerých dokumentů potřebných k podání žádosti o recertifikaci Českého systému kvality služeb pro Chrudimsko-Hlinecko, trenér organizace Martin Písař. Materiály a požadavky budou připraveny ve spolupráci s TIC regionu, členy a partnery TO.


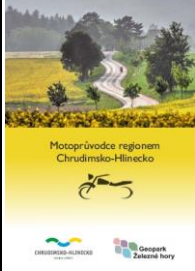




Zodpovídá: Martin Písař (MAS ŽR)





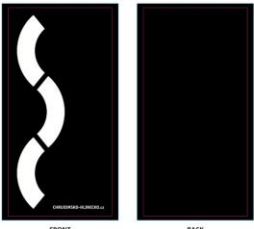
Termín: 30.11.2020

**Vyhodnocení:**

ODM TO obnovila certifikát I. stupně ČSKS a v průběhu roku 2020 došlo k naplňování jednotlivých opatření, která si nastavil.

Aktivita		Koordinační	Splněno k 31.12.2020
<b>Kampaň na sociálních sítích</b>			
	Správa sítí - facebook, instagram, youtube, vč. přípravy podkladů.  SOD s L. Macháčkovou na zhotovení prezentací ze sociálních sítí a relevantních webových stránek.	T. Černý	ano
<b>Turistické noviny oblasti</b>			
	Objednávka pro T. Carbu - zpracování článků a redakční práce.  Objednávka pro L. Turynovou Fortelkovou, grafická úprava a tisk celkem 20 000 ks.  Distribuce na TIC oblasti a blízkém okolí, vybrané turistické cíle, do stánek na nádraží ČD v Chrudimi a České Třebové ve spolupráci s městem Chrudim.	T. Černý	ano
<b>Pořízení fotografií k marketingovým aktivitám</b>			

	<p>DPP/SOD se členy Fotoklubu Hlinsko – přes 400 ks, využito TIC, na sociálních sítích a při přípravě tištěných materiálů.</p>	<p>P. Plisková</p>	<p>ano</p>
<p><b>Aktualizace a dotisk motoprůvodce</b></p>			
	<p>Aktualizace stávajícího materiálu a tisk celkem 1060 ks (Vodní zdroje Chrudim, spol. s r.o. vč. aktualizace).</p>	<p>J. Doucek (v rámci objednávky)</p>	<p>ano</p>
<p>Distribuce na TIC oblasti a čtenáře časopisu MotoRoute ve spolupráci s Moto Route s.r.o.</p>		<p>T. Černý</p>	
<p><b>Aktualizace a dotisk TOP míst v anglickém a polském jazyce</b></p>			
	<p>Aktualizace vč. grafické úpravy a tisk celkem 5 000 ks (4 000 ks v anglickém a 1 000 ks v polském jazyce).</p>	<p>T. Černý</p>	<p>ano</p>
<p>Objednávka pro L. Turynovou Fortelkovou na grafické práce a tisk, překlady M. Mikeš</p>			
<p><b>PR kampaň v médiích</b></p>			
	<p>Realizováno celkem 6 výstupů (<u>tištěná média</u> – článek Pravěké poklady Železných hor v časopisu Čas pro hvězdy; <u>on-line média</u> – články o Železných horách na lidovky.cz, lifestylenews.cz, zeny.iprima.cz a zena-in.cz; <u>TV</u> – Pozvánka na zámek do Slatiňan s kastelánem J. Buštou v pořadu ČT Sama doma)</p>	<p>T. Černý</p>	<p>ano</p>
<p>SOD s L. Vojancovou</p>			
<p><b>Spolupráce na marketingových aktivitách Destinační společnosti Východní Čechy</b></p>			
	<p>Spolupráce s DSVČ na tvorbě propagačních materiálů (Vaše dovolená 2020, Turistické noviny pro region Východní Čechy, aj.).</p>	<p>T. Černý</p>	<p>ano</p>
<p>Účast na veletrzích cestovního ruchu - vlastní pult v rámci expozice Východních Čech na ITF SLOVAKIATOUR v Bratislavě (leden) a HOLIDAY WORLD v Praze (únor).</p>		<p>T. Černý, P. Plisková</p>	
<p><b>Ceny pro absolventy questů v rámci Soutěživého průvodce</b></p>			
	<p>Nákup 2 ks poukázek do knihkupectví NEOLUXOR, s.r.o. pro vylosované výherce v rámci soutěže v Soutěživém průvodci oblastí Chrudimsko-Hlinecko.</p>	<p>T. Černý</p>	<p>ano</p>

<b>Informační materiál - pondělní výlety a výlety v dešti</b>			
	<p>Sloučení dvou dříve vydaných tištěných materiálů - aktualizace, grafická úprava a tisk celkem 7 000 ks.</p>	S. Klasová	ano
	<p>Objednávka pro L. Turynovou Fortelkovou na grafické práce a tisk.</p>		
<b>Propagační materiál - Konkrétní projekt</b>			
	<p>Grafická úprava a tisk materiálu v rámci konkrétního projektu na území TO - Společná propagace MLK a NM v přírodě Vysočina (leták ke slevové akci při návštěvě obou dvou muzeí)</p>	T. Černý	ano
<b>Videopozvánka k tur. cíli 2020 dle výběru Rady spolku</b>			
	<p>Cca 3 minuty dlouhá pozvánky na sociální síť apod. vybraná Radou spolku – na rok 2020 Berlova vápenka v Třemošnici.</p>	T. Černý	ano
	<p>Objednávka pro T. Carbu na realizaci pozvánky.</p>		
<b>Spolupráce s CzechTourismem – vč. zpracování statistických dat (certifikace)</b>			
	<p>Získání dat od obcí a dalších subjektů, vypracování žádosti k recertifikaci spolku vč. zpracování a vyhodnocení operativního strategického dokumentu na rok 2020 (marketingový plán).</p>	M. Písař	ano
<b>Propagační předměty</b>			
	<p>Výroba multifunkčních šátků s potiskem v celkovém počtu 250 ks (Silic Média s.r.o.).</p>	T. Černý	ano
	<p>Výroba papírových tašek s potiskem v celkovém počtu 700 ks (SVĚT TAŠEK spol. s r. o.).</p>		
<p><b>Administrativní činnosti</b></p>	Tomáš Černý	ano	
<p><b>Účetnické práce</b></p>	Pavlna Dolanová		
<p><b>Jednání Valné hromady</b></p>	2x (2x per rollam)	ano	
<p><b>Jednání Rady</b></p>	4x (4x per rollam)	ano	
<p><b>Setkání s partnery a subjekty regionu</b></p>	4x	ano	
<p><b>Jednání a komunikace s partnery a subjekty regionu</b></p>	průběžně	ano	