**Marketingový plán turistické oblasti Hradecko
pro rok 2024**

**Destinační společnost Hradecko, z. s.**

**červen 2024**

**Zpracovaly:** Milena Březinová, Michaela Bělinová

**Vize**

**Pestrá nabídka turistických cílů v oblasti Hradecko, kvalitní a provázaná nabídka služeb pro návštěvníky, kontinuální aktivity založené na principu platformy 3K společně s partnery propojuje a rozvíjí cestovní ruch, který zvyšuje ekonomický přínos oblasti.**

**Hradecko je sebevědomou destinací, kde jednotliví aktéři cestovního ruchu jsou partnery, nikoliv konkurenty, kteří efektivně spolupracují a spoluvytvářejí zážitkovou destinaci s důrazem na udržitelný cestovní ruch a zvýšení její návštěvnosti.**

**Cíle**

* Nárůst turistů a prodloužení délky pobytu v TO Hradecko
* Vytvořit a udržovat funkční platformu pro vzájemnou komunikaci, koordinaci a kooperaci mezi aktéry z veřejného, soukromého i neziskového sektoru za účelem efektivnějšího řízení cestovního ruchu
* Realizovat jednotnou marketingovou strategii destinace jako celku
* Pokračovat ve spolupráci s Královéhradeckým krajem, Statutárním městem Hradec Králové, Centrálou cestovního ruchu KHK, CzT, ZZ CzT, ATIC ČR, MMR ČR, STO ČR, Mikroregiony a MAS na Hradecku, společníky a partnery Hradecka a dalšími potenciálními partnery v oblasti cestovního ruchu
* Využívat sociální sítě jako účinný marketingový nástroj
* Podporovat osvětovou a vzdělávací činnost v souvislosti s Hradeckem – první společensky odpovědnou destinací v ČR
* Rozvíjet turistické produkty na Hradecku
* Medializovat a vytvářet pozitivní PR TO Hradecka

**Prioritní marketingová témata a turistické produkty**

* Hradecko – první společensky odpovědná destinace v ČR
* Hradec Králové a Hradecko se lvem Gustíkem - produkt pro rodiny s dětmi; gustik.cz
* Regionální produkt Hradecko
* Architektonické skvosty Hradce Králové a Hradecka
* Pivní stezka Za chmelovým listem
* Interaktivní plánovač [www.poznejhradecko.cz](http://www.poznejhradecko.cz)
* Kempy a netradiční ubytování

**Cílové trhy**

* Domácí cestovní ruch s důrazem na Pardubický, Liberecký kraj, Střední Čechy
* Zahraniční cestovní ruch s důrazem na Polsko, Slovensko, Německo, Benelux, Skandinávie

**Cílové skupiny**

* Rodiny s dětmi
* Milovníci aktivního trávení volného času
* Zájemci o architekturu / architektonické skvosty Hradce Králové a Hradecka/
* Turisté „sodovkáři“
* Aktivní senioři

**Distribuční kanály**

* Partnerská síť, aktéři
* Turistický web hradecko.eu, hkinfo.cz, gustik.cz, Kudy z nudy, hkregion.cz
* On line marketing /přehled akcí, reporty společníkům a partnerům Hradecka, aktuality, Facebook, Instagram, Tik Tok, spolupráce se ZZ CzT, Kudy z nudy, web Kam po Česku – kalendář akcí, atd./
* Celorepubliková síť Adjust Art
* Inzerce: tisk dle aktuální nabídky – Deník, Mafra, Travel life, Turista, Kam po Česku, TIM
* Veletrhy, propagační a prezentační akce v ČR i v zahraničí – dle aktuálních možností
* Akce partnerů / např. na hradech a zámcích, Archeopark Všestary, Krňovice – Jarmark; Městské lesy – Čarodějnice, Smiřice – Vítání máje s Hradeckem, atd./
* Turistická informační centra, DMO a CCR Královéhradeckého kraje, svazek obcí Česká inspirace a Královská věnná města

**Hlavní marketingová témata a turistické produkty**

**I.Hradec Králové a Hradecko se lvem Gustíkem**

Ucelená nabídka pro dětské návštěvníky, rodiny s dětmi, školy a školky s cílem prodloužení doby trávené na Hradecku a v Hradci Králové a motivovat k opakované návštěvě.

**II. Hradecko – první společensky odpovědná destinace v ČR**

Marketingová podpora tématu; osvětová činnost zaměřená prioritně na děti v MŠ a žáky ZŠ, mateřská centra, vzdělávací a osvětová centra, MAS, Mikroregiony v území; inzerce; propagace tématu; propagace interaktivního plánovače výletů

**III. Regionální produkt Hradecko**

Podpora výrobců regionálních potravin a řemeslných výrobků; on-line marketing i inzerce v tištěných mediálních výstupech na podporu výrobců; v případě možnosti nabídnout zdarma účast na tradičních akcích – např. Den rodiny, Vítání máje, Festival regionálních produktů v Hradci Králové; propojení s tématem společensky odpovědné destinace

**IV. Architektonické skvosty Hradce Králové a Hradecka**

Propagace fenoménu Hradce Králové jako města s unikátní moderní architekturou on-line formou, inzercí; marketingová podpora dalších turistických cílů na Hradecku s důrazem na domácí cestovní ruch

**V. Pivní stezka**

Prezentovat Hradec Králové a Hradecko jako území, kde je možné najít řadu malých pivovarů – možnost pěší a cykloturistiky; grafické zpracování on-line produktu pro milovníky pivní turistiky – stezka Za chmelovým listem.

**IV. Kempy a netradiční ubytování**

Marketingová podpora kempů a netradičního ubytování s cílem prodloužit pobyt návštěvníků a „přesouvat“ turisty po jednotlivých lokalitách Hradecka; prezentovat Hradecko jako TOP lokalitu pro milovníky karavaningu.

**Marketingové aktivity**

1. **Inzerce tištěná a online**

**Tištěná inzerce – dle aktuální nabídky a možností (zodpovídá Michaela Bělinová, Milena Březinová, cca 60 tis. Kč, T: po celý rok)**

* Kam po Česku
* Travel Life – inzerce na téma turistických cílů na Hradecku s pozváním na léto
* Epocha, Epocha na cestách a spřízněné magazíny nakladatelství RF Hobby
* Newsletter mikroregionu Nechanicko /2x ročně/
* Ahoj rodinko /časopis KHK pro sociální oblast; 1x ročně/- v případě nabídky
* Turistické noviny pro východní Čechy /2x ročně/ - v případě nabídky
* Noviny KHK **–** v případě nabídky

**On-line inzerce (zodpovídá Michaela Bělinová, Milena Březinová + externí spolupracovník cca 10 tis., T: po celý rok):**

* Kam po Česku – kalendář akcí – v případě realizované celoroční spolupráce
* Kudy z nudy
* Epochanacestach.cz – v případě tištěné inzerce
* Hkregion.cz
* Weby spolupracujících partnerů
* Facebook – pravidelné příspěvky, plánované kampaně v rámci marketingových témat
* Instagram
* TIK TOK
* Asociace společenské odpovědnosti /aktuality a newsletter/
* Aktuality na [www.hradecko.eu](http://www.hradecko.eu)

 **2. Veletrhy a propagační a prezentační akce v ČR, příp. v zahraničí – pouze v případě nabídky a aktuálních možností (zodpovídá Michaela Bělinová, Milena Březinová, TIC Hradec Králové, cca 50 tis., T: dle jednotlivých akcí)**

**tuzemské**:

* Holiday World, Praha
* Touristpropag, Lysá nad Labem
* Den rodiny, Hradec Králové
* Vítání máje s Hradeckem, Smiřice
* Lodě na Labi, Nymburk
* Čarodějnice, Stříbrný rybník Hradec Králové
* Vítání sv. Martina v Hořiněvsi a v Hradci Králové
* Hradecký koštýř
* Festival Královéhradeckého kraje

**zahraniční**:

* Polské veletrhy a propagační akce
* Německé veletrhy a propagační akce
* Propagace dle aktuální zajímavé nabídky
1. **Marketingové nástroje (zodpovídá Michaela Bělinová, Milena Březinová a TIC Hradec Králové, cca 10 tis.)**
* Prezentační stánek Hradecka
* Videospot pro cestovní ruch a SODovku
* X bannery pro cestovní ruch na Hradecku
* Propagační předměty a ceny do soutěží s cílem propagovat turistickou oblast Hradecko jako společensky odpovědnou a udržitelnou destinaci
* Sociální sítě - FB, Instagram, TIK TOK, YouTube -pravidelné příspěvky
* Tištěná média
* Webové stránky – aktualizace, s cílem vytvořit provázaný turistický portál
* Interaktivní on-line mapa pro plánování výletů
1. **Ediční plán – dle aktuálních možností (zodpovídá Michaela Bělinová, TIC Hradec Králové, Milena Březinová, cca 400 tis.)**

**On line (T: září 2024)**

* Tipy na výlety na Hradecku – turistické cíle, v rámci SOD /elektronicky v nové grafice/
* Gustík – elektronická verze ve spolupráci s MM HK

**Print**

* Aktualizovaný dotisk cyklosetu / ve spolupráci s odborem kultury, sportu a cestovního ruchu, MMHK a TIC/ (T: červenec 2024)
* Aktualizace a tisk trhacích map Gustík formát A3, leták A5 s omalovánkou (T: červenec 2024)
* Aktualizovaný dotisk brožury A5 Procházky městem (T: říjen 2024)
* Magazín Hradecko - tipy na výlety (T: prosince 2024)
* Katalog Regionálních produktů (T: listopad 2024)

**Outdoorové cedule**

* Infotabule Hradecka - aktualizace
1. **Monitoring a statistická šetření (zodpovídá Michaela Bělinová, Milena Březinová, partneři, T: po celý rok)**
* Monitoring návštěvnosti vybraných turistických cílů, naučných stezek, TIC v TO

 /doplňování MIS/

* Sledování návštěvnosti webu a sociálních sítí
* Český statistický úřad – vybraná data pro Hradecko
* Statistický portál agentury CzT – [www.tourdata.cz](http://www.tourdata.cz)
* Turistický portál KHK a sociální sítě KHK
* Celoroční monitoring území města Hradec Králové ze zbytkových dat mobilních operátorů /4 lokality – Hradec Králové, centrum, Městské lesy, park 360
* Monitoring návštěvnosti vybraných akci v Hradci Králové
1. **Vzdělávání a spolupráce – dle aktuálních možností (zodpovídá Soňa Došková, Michaela Bělinová, Milena Březinová a TIC Hradec Králové)**
* Setkání **výkonného výboru** prezenční formou (T: únor 2024)
* Setkávání **certifikační komise pro Regionální produkt Hradecko** prezenční formou, online formou, e-mailem (T: říjen 2024)
* Aktuální informace e-mailem partnerům (T: po celý rok)
* Informace o činnosti DM Hradecko **partnerům-** on-line - reporty, resp. separátně dle potřeby (T: po celý rok)
* Ve spolupráci s **CCRKHK, ATIC ČR, CzT a dalšími** účast na vypsaných vzděláváních (T: po celý rok)
* Účast na vzdělávání pro odbornou veřejnost – semináře on-line dle potřeby a témat (T: po celý rok)
* Pravidelná setkávání on-line resp. prezenčně s **DMO KHK, CCR KHK, STO ČR, TIC** (T: po celý rok)
* **Spolupráce s TIC v TO** / info o akcích, novinkách, výměna propagačních materiálů, účast na vzdělávání, setkání s DMO /, Infoservis(T: po celý rok)
* On-line resp. prezenční jednání v rámci pracovní skupiny **Kultura a cestovní ruch ITI Hradecko-pardubické aglomerace** (T: po celý rok)
* Spolupráce při přípravě **strategických dokumentů v oblasti rozvoje cestovního ruchu na úrovni KHK a Města Hradec Králové, CCR KHK** (T: po celý rok)