



Máchův kraj

TURISTICKÝ REGION

ROZVOJ HLAVNÍHO PRODUKTU 2021

Hlavní produktem DMO Máchův kraj pro rok 2021 je **Gatromapa Karla Hynka**. Produkt se začal profilovat v roce 2020, kdy byl poprvé představen v rámci letních turistických novin. Gatromapa by měla tvořit ucelenou a atraktivní nabídku gastrozážitků v Máchově kraji a měla by rozšiřovat turistickou nabídkou atraktivní formou v návaznosti na infrastrukturu a turistickou nabídku regionu.

Současný stav:

Do projektu se zapojilo 7 gastro subjektů, které dle výběru DMO splňují základní požadavky pro kvalitní a reprezentativní gastro zážitek. Těmto subjektům byla vytvořena základní prezentace – profil, na webu DMO, která obsahuje veřejně dostupné fotografie, základní popis a umístění včetně kontaktních údajů. Natočeny byly dvě krátká promo videa, která však byla natočena bez konceptu či společné šablony. Zapojeným subjektům je vytvářena další podpora sdílením příspěvků na sociální síti, vytváření vlastního obsahu a zapojení subjektů do influencer marketingu v rámci letní kampaně 2020.

Zapojené subjekty:

Molo 23 (hlavní pláž Máchova jezera), Bistro U Strnada (Doksy), restaurace Hotelu Port (Doksy), restaurace Pod Habsteinem (Jestřebí), Billiard Burger Bar (Mimoň), Hostinec U Zlaté Lípy (Noviny pod Ralskem), S láskou Karel (Bezděz)

Hodnocení uplynulého roku:

Plán rozvoje produktu cestovního ruchu – Gatromapa Karla Hynka 2020				
Aktivita	Indikátor	Hodnota	Výsledek	Hodnocení
Logo Gatromapy	Logo – grafický vizuál	1	1	Bylo vytvořeno logo, které krom názvu zahrnuje možnost pro zavedení „hodnocení úrovně“ subjektu a maskota, kterého lze využít pro další potřeby vizuálu
Výběr a zapojení subjektů do projektu	Relevantní subjekt nabízející gastrozážitek	5	7	Bylo vybráno několik subjektů oslovený k zapojení do gatromapy, kde byly odpovědi pozitivní. Další dva subjekty byli zapojeni bez souhlasu a předešlé komunikace, kde reakce byla opět pozitivní a zapojení těchto subjektů bylo z jejich strany ve větší míře než subjektů oslovených.
Prezentace Gatromapy v tištěném materiálu	Tištěná prezentace	1	1	Prezentace projektu proběhla v turistických novinách DMO v červnu 2020, kde došlo k distribuci do 2 sousedních krajů a 5000 ks ve vlastní distribuci.
FB placená kampaň pro prezentaci na sociální síti s prolínáním profilů zapojených subjektů	FB kampaň	1	1	Bylo investováno přes 8.000 Kč pro placenou FB kampaň prezentace jednotlivých partnerů projektu, podpořeno letní kampaní. Celkový dosah kampaně pak byl 82.650 organický a 432.505 placený dosah (14 dnů), díky tomu tak vzniklo také 9.750 unikátních návštěv na webu DMO.
Zapojení projektu gatromapy do media tripu v rámci činnosti DMO	Zapojení do media tripu	1	2	V rámci instatripu letní kampaně 2020 byla zapojena většina partnerů projektu, kde influencerky navštívili restaurace a zapojili je do jejich stories.
Videoprezentace míst zapojených do projektu	Videoprezentace	5	2	Videoprezentace byly natočeny pouze 2 i z důvodu uzavření provozoven a nepokračovalo se vzhledem k nejasné budoucnosti uskutečnění marketingových aktivit. Videu však byla vytvořena bez připraveného konceptu a předem dané šablony, proto bude nutné tato videa sjednotit a připravit znovu.

Vize rozvoje produktu Gastromapa Karla Hynka v roce 2021

V první řadě je potřeba ucelit a finalizovat profily jednotlivých subjektů na webových stránkách DMO. Každý profil by měl obsahovat vlastní popis – anotaci subjektu, vlastní recenzi, promo fotografie, vlastní promo video a vybraný jeden high-light z menu restaurace, na který restaurace láká, kompletní kontakt list včetně linků na webovou prezentaci a FB profil.

Prezentace gastromapy z hlediska vizuální stránky by měla projít rovněž finalizací s využitím vytvořeného loga. Posty na FB a IG by tak měli být jednoznačně rozpoznatelné. Ke grafickému vizálu na FB a IG bychom rádi vytvořili podporu hashtagu #papamjakopan.

Podpora ze strany zapojených subjektů by měla být především z hlediska prezentace – nálepka gastromapy na dveřích, označováním hashtagu či profilů Máchova kraje na social postech.

Pro úplnost celého projektu bude vytvořena tištěná mapa pro prezentaci infrastruktury včetně malých profilů na zadní straně, zdarma k rozdávání na TIC a ubytovacích kapacitách. V online podobě by pak měla fungovat vlastní vrstva mapy.cz s vyznačenými místy na webu DMO. Podpora produktu bude taktéž vytvoření microsite pro publikování PR textů. Počítáme taktéž se zapojením gastromapy do turistických novin Máchova kraje v létě 2021.

Gastrozážitky budou určitě součástí instatripů v rámci influencermarketingu a bude vydána tisková zpráva ve stylu „Prosím vás, kde se můžu dobře najít?“

Rádi bychom rozšířili portfolio zapojených subjektů dále do destinace v rámci vytipovaných podniků:

Hostinec U Doušů (Kravaře), Kavárna Jako doma (Brniště), Zmrzlina Ralsko (Mimoň), Zmrzlina U Leknínu (Břehyně), Dubistro (Dubá), Restaurace Koupák (Zákupy), Cukrárna Split (Česká Lípa), Harryground Bistro (Česká Lípa), Pizza GTA (Mimoň)

Plán rozvoje produktu cestovního ruchu – Gastromapa Karla Hynka 2021				
Aktivita	Indikátor	Hodnota	Termín	Odpovědnost
Grafický vizuál příspěvků a tištěné prezentace	Grafický vizuál	1	28.02.2021	Ředitel
Finalizace profilů jednotlivých subjektů na webu DMO – kompletní informace	Kompletní profil	7	31.03.2021	Projekt manažer
Vlastní recenze včetně promofotografií	Recenze	7	30.06.2021	Ředitel
Tisková zpráva projektu	Tisková zpráva	1	30.06.2021	Ředitel
Zapojení projektu gastromapy do media tripu v rámci činnosti DMO	Zapojení do media tripu	1	31.08.2021	Ředitel
Videoprezentace míst zapojených do projektu	Video prezentace	7	31.08.2021	ředitel
Prezentace v turistických novinách	Turistické noviny	1	31.05.2021	ředitel
Zapojení nových subjektů do projektu	Nový subjekt	5	31.08.2021	Ředitel
Tištěná a online verze mapy pro prezentaci kontaktů a infrastruktury	Mapa	2	30.06.2021	Ředitel