



Máchův kraj

TURISTICKÝ REGION

MARKETINGOVÝ PLÁN 2021

MARKETINGOVÝ CÍL PROPAGACE A PREZENTACE

Vize rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Máchův kraj

Turistická oblast Máchův kraj je turisticky atraktivní oblastí mezinárodního významu. Cestovní ruch se rozvíjí v souladu se zájmy místních obyvatel a přispívá k zachování přírodního, kulturního a historického dědictví regionu.

ZÁKLADNÍ MARKETINGOVÝ CÍL PROPAGACE A PREZENTACE

„Rozvoj konkurenceschopné, provázané turistické nabídky regionu na principu partnerství a spolupráce a její úspěšné umístění na domácím a částečně na zahraničním trhu pod jednotnou značkou (image) prostřednictvím efektivních marketingových nástrojů. To vše při zachování přírodních a kulturních hodnot a v souladu se zájmy místních obyvatel.“

HLAVNÍ MARKETINGOVÉ CÍLE PROPAGACE A PREZENTACE OBLASTI

- Obnovení a posílení značky Máchův kraj na trhu cestovního ruchu
- Udržování jednotného image turistického regionu Máchův kraj
- Ve spolupráci s partnery docílit zvýšení návštěvnosti regionu v méně navštěvovaných oblastech.
- Podpora aktivit ke zvýšení atraktivity regionu mimo letní sezónu
- Podpora zájmu návštěvníků o prodloužení délky pobytu návštěvníků
- Tvorba produktů cestovního ruchu a tvorba provázané turistické nabídky cílené na jednotlivé specifické skupiny
- Využívání všech marketingových nástrojů
- Zajištění vyššího zájmu o služby cestovního ruchu v oblasti díky zkvalitnění poskytování informací o turistické nabídce

Slogany regionu pro následující období:

- Main slogan

„Máchův kraj – kouzlo jedinečnosti“

- Sub slogany

„... jedna báseň“

CÍLOVÉ SKUPINY TURISTŮ

Exkurzionisté (návštěvníci přijíždějící do regionu na 1 den):

- tuzemští a zahraniční návštěvníci aktivně poznávající region,
- zahraniční exkurzionisté (jednodenní výlety z Prahy a Středočeského kraje),
- místní obyvatelé.

Turisté (návštěvníci, kteří v regionu přenocují alespoň jednu noc):

- tuzemské a zahraniční rodiny především s menšími dětmi,
- tuzemské i zahraniční segmenty všech věkových skupin s požadavky na poznávací a venkovskou turistiku,
- tuzemská a zahraniční mladší a střední generace cestující bez rodin za poznáním a aktivní dovolenou,
- mladí lidé hledající zážitek,
- tuzemští i zahraniční senioři.

ZDROJOVÉ ZEMĚ, ZDROJOVÉ OBLASTI

Hlavní cílovou skupinou pro turistický region Máchův kraj je český návštěvník.

Hlavními zdrojovou zemí mimo Českou republiku je Německo.

V dlouhodobější perspektivě se dá uvažovat o Slovensku a Rusku.

FORMY CESTOVNÍHO RUCHU

Z dostupných šetření vyplývá, že do Máchova kraje přijíždějí tuzemští i zahraniční návštěvníci za poznáním (jedinečnou přírodou a historickými památkami), relaxací, turistikou, cykloturistikou a sportem. Nejlákavější aktivitou je pro návštěvníky cykloturistika a pěší turistika, koupání a vodní sporty. Proto by se měl region i nadále zaměřovat na propagaci aktivní dovolené, či dovolené spojenou s relaxací. Důležitá je stále se rozšiřující nabídka pro rodiny s dětmi, vzhledem ke stoupajícím nárokům.

SDRUŽENÍ MÁCHŮV KRAJ, SPOLUPRÁCE V ÚZEMÍ

Máchův kraj – destinační management, z. s. zajišťuje funkci destinačního managementu pro turistickou oblast Máchův kraj. Zajišťuje koordinaci rozvoje cestovního ruchu v území a zastupuje toto území při komunikaci a spolupráci s agenturou CzechTourism, krajskými úřady a dalšími partnery.

HLAVNÍ ÚKOLY SPOLKU V OBLASTI MARKETINGU JSOU

- budování společné značky Máchův kraj,
- tvorba oblastní turistické nabídky,
- koordinace tvorby turistické nabídky,
- zajištění regionálního marketingu (provázaný systém propagace a prezentace),
- monitoring návštěvnosti.

To vše při zachování přírodních a kulturních hodnot území a v souladu se zájmy místních obyvatel.

Rozsah a kvalita zajišťování výše popsaných činností závisí na výši rozpočtu, se kterým spolek Máchův kraj – destinační management, z. s. hospodaří. Rozpočet je tvořen symbolickými členskými příspěvky a získanými dotacemi z grantových programů Libereckého kraje, Ministerstva pro místní rozvoj a do budoucna i projektů EU.

Výše popsané úkoly je možné naplnit jen tehdy, funguje-li úzká spolupráce s partnery v území (obce, podnikatelé, neziskový sektor, turistické cíle, informační turistická centra, mikroregiony atd.) a spolupráce s klíčovými partnery, kteří zajišťují nadregionální a národní marketing nebo se na něm podílejí (agentura CzechTourism, kraje, NPÚ atd.).

TURISTICKÁ NABÍDKA OBLASTI MÁCHŮV KRAJ

HLAVNÍ TÉMATA

Hlavní témata turistické nabídky oblasti Máchův kraj vycházejí z turistického potenciálu území, ze stávající nabídky a z poptávky návštěvníků, kteří do regionu přijíždějí.

V současné době je však nabídka nekoordinovaná. Po celém území vznikají nejrůznější nabídky tematicky roztržštěné, které je potřeba sjednotit pro celé území.

Hlavními tématy se turistická oblast Máchův kraj bude propagovat prostřednictvím společných regionálních propagačních materiálů, propagačních bannerů, internetových bannerů, propagačních videí a dalších marketingových nástrojů. Cílem je prostřednictvím těchto hlavních témat vytvořit srozumitelnou turistickou nabídku, která návštěvníky osloví, a dále usnadnit návštěvníkům orientaci v nabídce.

NÁVRHY HLAVNÍCH MARKETINGOVÝCH TÉMAT PRO OBDOBÍ 2020 - 2024

Návrhy hlavních marketingových témat propagace oblasti Máchův kraj (pro reklamní kampaně, veletrhy cestovního ruchu atd.) v roce 2021 jsou přizpůsobeny potřebám nově vzniklého subjektu a jeho základních potřeb pro start marketingových aktivit.

DMO Máchův kraj disponuje širokým spektrem turistických nabídek. Tyto jsou nabízeny různými organizacemi činnými v cestovním ruchu zaměřenými na různé okruhy. V současné době byla stanovena následující **stěžejní témata / hlavní produktové řady**.

A) Aktivní dovolená u vody a na kole (sport a pohoda s trochou adrenalinu)	B) Geoturistika a dobrodružství v krajině (hledání, poznávání a trocha neznáma)
C) Venkovská turistika a agroturistika Řemesla a regionální produkty (kontakt s autenticitou regionu)	D) Máchův kraj jako inspirace – cesty za uměním a tvořením (relax, tvoření a prožívání)

A) Aktivní dovolená u vody a na kole

Proč? Přínosy	<ul style="list-style-type: none"> • posílení konkurenceschopnosti destinace – využití přírodního potenciálu, který máme • sjednocení roztržitých nabídek různých subjektů do uceleného produktu • zvýšení tržeb – udržení turistů na více než jeden den • rozšíření nabídky a větší rozložení návštěvnosti do celého regionu
Cílová skupina	<ul style="list-style-type: none"> • rodiny s dětmi • sportovci
Sezóna	<ul style="list-style-type: none"> • letní • cyklo – jarní a podzimní
Co máme – konkrétní služby, produkty	<p>VODA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vodní zážitky: Máchův kraj, Nádrž Horka, Hamerské jezero (koupání, atrakce, ubytování, občerstvení) • Přírodní koupání bez zázemí: Hradčanský rybník • Vodáci: Meandry Ploučnice (půjčovna lodí, kemp) • Vodní sporty: Jachting (Regata Máchovo jezero), Cable wake (nádrž Horka), Rybolov (Hvězdovské rybníky) • Akce: Festivaly na Mácháči, jachtařské závody • Atraktivní ubytování u vody: Hotel Port, Poslův mlýn (ucelené produkty pro školy a firmy), Regata Máchovo jezero, kempy ad. <p>KOLO a INLINE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cyklomagistrála Ploučnice s odbočkami • Cyklostezky Po zaniklých obcích Ralska + cykloráj Ralsko - cykloprůvodce • Cyklozávody Kolo pro život, Hamerman, Cyklozávod Brniště ad. • Půjčovny kol – Stráž pod Ralskem • Půjčovny kol ČD – Mimoň, Doksy • Letiště Hradčany
Plánované výstupy/ aktivity	TOP 10 aktivit u vody, na vodě

B) Geoturistika a dobrodružství v krajině

Proč? Přínosy	<ul style="list-style-type: none">• rozšíření cílových skupin návštěvníků – je to nabídka pro rodiny s většími dětmi, prázdná hnízda – mají téma, za kterým mohou přijet a zůstat• posílení jedinečnosti – jiná práce s přírodním potenciálem (geo) než v Českém ráji• rozšíření sezóny
Cílová skupina	<ul style="list-style-type: none">• rodiny se staršími dětmi• prázdná hnízda• aktivní senioři• dobrodruzi
Sezóna	<ul style="list-style-type: none">• jarní• letní• podzimní
Co máme – konkrétní služby, produkty	<p>GEO</p> <ul style="list-style-type: none">• Geopark Ralsko – geostezky Po stopách železné rudy a Přes Bukové hory• Geopark Ralsko - Exkurze s geoprůvodcem• Brniště – geostezka <p>ADVENTURE V KRAJINĚ</p> <ul style="list-style-type: none">• Geocashing Po zaniklých obcích Ralska
Plánované výstupy / aktivity	GEOADVENTURES – webový portál s interaktivní mapou, zaměřený na propagaci geoturistiky včetně nabídky služby průvodců

C) Venkovská a agroturistika, řemesla a regionální produkty

Proč? Přínosy	<ul style="list-style-type: none"> • Posílení jedinečnosti – podtržení venkovského prostoru, který je milý pro rodiny – atraktivní pro rodiny z měst • sjednocení roztržitých nabídek různých subjektů do uceleného produktu – máme spoustu různých nabídek, ale navzájem o sobě nevědí • rozšíření sezóny • návštěvníci mají nabídku, kvůli které zůstávají v regionu déle a mají co dělat, ikdyž prší a nemohou se koupat
Cílová skupina	<ul style="list-style-type: none"> • Rodiny s dětmi • Senioři • Prázdná hnízda – poznávání a ochutnávání
Sezóna	<ul style="list-style-type: none"> • jarní • letní • podzimní
Co máme – konkrétní služby, produkty	<ul style="list-style-type: none"> • Hipostezky Brniště • Maestoso Luna Mimoň – koňské dostihy • Stáje a farmy: Pavlín dvůr, Farma Ploužnice, Větrná Hůrka (ubytování), Bažantnice Ploužnice (sruby – ubytování) • Ekocentrum Brniště • Obora Židlov – lov, zubří • Akce: Festival spolků (Brniště), Jablka vzpomínek – ochutnávka jablečné úrody ze zaniklých obcí (GR-Mimoň) • Dílny / muzea: PVO Zákupy, Kravaře • ZOO koutek Hradčany, ZOO koutek Doksy • Regionální producenti: ZOD Brniště, Zmrzlinárna Mimoň, medy?, kozí farmy? Pivovary?
Plánované výstupy / aktivity	<p>Aktualizace značky Lužické hory – Máchův kraj – musíme rozhodnout o budoucnosti značky vzhledem ke změně DMO</p> <p>Kontaktování producentů – analýza aktuální nabídky</p> <p>Gastromapa Karla Hynka</p>

D) Máchův kraj jako inspirace – cesty za uměním a tvořením

<p>Proč? Přínosy</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Posílení jedinečnosti – podtržení kulturních atraktivit a ucelení do produktu, který je jedinečný v kontrastu ostatní nabídky v ČR • rozšíření sezóny • návštěvníci mají nabídku, kvůli které zůstávají v regionu déle a mají co dělat, ikdyž prší a nemohou se koupat
<p>Cílová skupina</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rodiny s dětmi
<p>Sezóna</p>	<ul style="list-style-type: none"> • jarní • letní • podzimní
<p>Co máme – konkrétní služby, produkty</p>	<p>LAND ART a DŘEVOSOCHÁNÍ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sochy v Brništi – otevřený ateliér • Land art stezky v Ralsku – Jabloneček + další zaniklé obce • Land art stezka v Brništi • Akce: land art Festival Proměny, land art soutěž pro veřejnost, land art exkurze s průvodcem <p>POHÁDKOVÉ / TAJEMNÉ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se Čtyřlístkem okolo Blaťáku – komiksy, stezka, Muzeum Čtyřlístku • Stezka Hastrmanů • Hrady a zámky s prohlídkou atraktivní pro děti: Houska, Bezděz, Zákupy, Doksy (strašidelné prohlídky na zámku) • Pohádková místa: Průrva Ploučnice, Máchovo jezero (Chaloupka – medvědi) • Akce: festivaly na hradech (Houska – čerti, noční prohlídky) <p>PO STOPÁCH UMĚLCŮ, KTEŘÍ ZDE TVOŘILI NEBO SE INSPIROVALI – doplnit konkrétní místa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mácha a romantismus • Miloš Forman • J.M. Rilke, Kafka <p>FILMOVÁ MÍSTA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Letiště Hradčany (Tmavomodrý svět)
<p>Plánované výstupy</p>	<p>Zapojení jména Karla Hynka Máchy do marketingových aktivit</p>

V této kapitole jsou popsány propagační, propagačně-informační a informační materiály, které tvoří základní řadu propagace turistické nabídky. Na ně navazují produktové propagační materiály. V této kapitole je i systém distribuce materiálů.

TIŠTĚNÉ PROPAGAČNÍ (IMAGE) A PROPAGAČNĚ-INFORMAČNÍ MATERIÁLY

Image materiály a některé propagačně-informační materiály mají za cíl propagovat značku Máchův kraj a přilákat návštěvníka do regionu. Proto jsou distribuovány převážně na prezentačních akcích mimo region (např. veletrzích cestovního ruchu, zahraničních zastoupeních CzechTourismu). Informačně-propagační materiály jsou distribuovány částečně i v regionu s cílem informovat návštěvníka o celkové provázané nabídce regionu.

Image katalog Máchův kraj. Materiál bude reeditován a vydán v roce 2021 v jazykových mutacích čeština, angličtina, němčina. Distribuce materiálu by měla probíhat převážně na českých a zahraničních veletrzích cestovního ruchu, na zahraničních zastoupeních CzechTourismu a na dalších propagačních akcích s cílem přilákat návštěvníka do území.

Trhací mapa Máchova kraje. Mapový podklad celého území s turistickou nabídkou atraktivních cílů, ubytovacích kapacit a možností stravování. Zadní strana mapového podkladu bude tvořena jednotlivými nabídkami včetně fotografií a kontaktních údajů. Dotisk v případě potřeby a distribuce na turistická informační centra a hlavní partnery DMO.

Trhací mapa – Geopark Ralsko. Mapový podklad celého území s turistickou nabídkou geotopů a atraktivních míst zaměřených na geoturistiku. Zadní strana mapového podkladu bude tvořena jednotlivými cíli včetně fotografií a základního popisu. Dotisk v případě potřeby a distribuce na turistická informační centra a hlavní partnery DMO.

Turistické noviny Máchova kraje. Pro letní sezónu vznikne tištěný materiál formátu A4+ na novinovém papíře, kde se budou prezentovat turistické nabídky, novinky, zajímavosti z regionu, eventy včetně možnosti zapojení propagace partnerů turistické oblasti. Distribuce proběhne formou přílohy MF Dnes a Českolipského deníku, dále pomocí infocenter a ubytovacích kapacit. Naváže na projekt z minulých let se zaměřením na zapojení i soukromého sektoru.

INTERNETOVÁ PREZENTACE

Webová prezentace

Hlavní digitální aktivitou bude zatraktivnění nových webových stránek oblasti Máchův kraj, které by měly plnit funkci turistického portálu s napojením na datový sklad. Webové stránky nabídnou prezentaci ubytovacích kapacit, turistických cílů, jednotlivých produktových aktivit cestovního ruchu, novinek z regionu a dalších. Budou sloužit jako rozcestník na již existující stránky partnerů a členů spolku.

Facebook a instagram

Naší snahou bude udržení aktivního a fungujícího profilu na síti Facebook a vytvoření Instagramového účtu destinace s možností přispívání smluvních foto partnerů. Ke zatraktivnění profilů budou sloužit i pořizovaná videa z cest po Máchově kraji, či promo videí nabídek turistických cílů a obcí. Zapojení veřejnosti do vytváření obsahu formou sdílení, crospostingu či soutěžních výzev.

ÚČAST NA VÝSTAVÁCH A VELETRZÍCH

Význam propagace na výstavách a veletrzích cestovního ruchu v posledních letech slábne. Proto by se vynakládané finanční prostředky na tuto formu propagace měly minimalizovat. To znamená zajišťovat prezentaci nabídky především na zahraničních veletrzích prostřednictvím krajských úřadů. V Česku zajišťovat prezentaci ve spolupráci s partnery společnými menšími expozicemi.

POŘÁDÁNÍ FAM TRIPŮ A PRESS TRIPŮ

Jako velmi účinné a efektivní se jeví pořádání press tripů pro novináře, a to především ve spolupráci s CzechTourismem a odborem Kultury a cestovního ruchu Libereckého kraje. Pro rok 2021 je v plánu realizace či účast na 2 zahraničních a 2 tuzemských media tripech.

REKLAMA V TISKU

U této reklamy je nutné sledovat zacílení na potencionálního návštěvníka. Jedná se o poměrně dražší formu reklamy, kterou využívají nárazově i jednotlivá turistická informační centra a města regionu. Je nutná koordinace této formy reklamy a sdružování finančních prostředků. Pak je možné realizovat účinnou reklamní kampaň. Reklama v relevantních tematických časopisem a přílohách denního tisku, která bude navazovat na jednotlivé kampaně.

GASTROMAPA KARLA HYNKA

Aktivita	Cíl	Cílová skupina	Harmonogram
FB reposting příspěvků z profilů partnerů projektu	Podpora partnerů projektu	All	Průběžně
FB post – aktuální členové pozvánky k otevřenému okénku	Podpora partnerů, rozvoj produktu	All	01 – 03
Tisková zpráva „Kde se můžeme dobře najíst“	Představení produktu široké veřejnosti, rozvoj produktu	Požitkáři, víkendový výletníci, rodiny s dětmi	03
Graficky zpracovaná mapa, vlastní vrstva mapy.cz, tisková podoba s kontakty	Rozvoj produktu, podoba tištěného materiálu, zacílení návštěvníků	Požitkáři, víkendový výletníci, rodiny s dětmi	05
Propagace nových partnerů projektu	Rozvoj produktu, podpora partnerů	All	06
Promo video (60s) na FB, YT a web)	Rozvoj produktu, zvýšení atraktivity, rozšíření profilu	All	07-08
Vlastní recenze jednotlivých partnerů projektu včetně fotodokumentace	Rozvoj produktu, turistická nabídka služeb	All	07-10
Tisková zpráva „Máchův kraj láká na gastrožitky“	Představení produktu široké veřejnosti, rozvoj produktu	Požitkáři, víkendový výletníci, rodiny s dětmi	11
Nativní reklama iDnes	Nový návštěvníci webu, nabídka gastrozážitku	All	08-10
Influencer marketing – zapojení projekt gastronomy a jednotlivá místa pro instatrip, press trip	Nový návštěvníci, rozvoj produktu	Insta users	06-09
Soutěže o vouchery k partnerům projektu	Navýšení sledovatelů FB a IG profilu destinace	FB a Insta users	06-09

TOP 10

Aktivita	Cíl	Cílová skupina	Harmonogram
FB reposting příspěvků z profilů partnerů projektu	Podpora partnerů projektu	All	Průběžně
FB post – představení TOP places v týdnech intervalech	Podpora partnerů, rozvoj produktu	All	05 - 07
Tisková zpráva „Máchův kraj láká k vodě“	Představení produktu široké veřejnosti, rozvoj produktu	Požitkáři, víkendový výletníci, rodiny s dětmi, aktivní	05
Promo video (60s) na FB, YT a web)	Rozvoj produktu, zvýšení atraktivity, rozšíření profilu	All	06 - 10
FB placená kampaň (14 dní)	Rozvoj produktu, dosah, zvýšení počtu sledovatelů	FB	05-06
Nativní reklama iDnes	Nový návštěvníci webu	Středočeský, Jihočeský, KH kraj	08-10
Influencer marketing – zapojení projekt gastronomy a jednotlivá místa pro instatrip, press trip	Nový návštěvníci, rozvoj produktu	Insta users	06-09
Soutěže o vouchery k partnerům projektu	Navýšení sledovatelů FB a IG profilu destinace	FB a Insta users	06-09

TURISTICKÉ NOVINY

Aktivita	Cíl	Cílová skupina	Harmonogram
Fb placená kampaň	Představení produktu	All	06
Web – nativní reklama iDnes	Nový návštěvníci webu	All	07
Tisková zpráva „Turistické noviny Máchova kraje zdarma“	Představení produktu široké veřejnosti, rozvoj produktu	ALL	07
Distribuce turistických novin 3 sousední kraje, partnerská místa a TIC	Distribuce	Návštěvníci	06