



## Akční plán CCRVM 2023

Cíl činnosti destinačního managementu:

**Zefektivnění spolupráce a partnerství na principu DMO**

Zvýšení počtu aktivních partnerů všech DMO na území kraje

## Priorita 1. Destinační management

Opatření 1. 1. Rozvoj systému destinačního managementu na území Zlínského kraje					
	aktivita	naplnění		garant	spolupráce
1.1.1.	Pravidelná komunikace a vzájemná spolupráce s oblastními DMO a dalšími partnery	Pravidelná jednání CCRVM a DMO - plánování a koordinace aktivit - kooperace na aktivitách - aktualizace dat - výměna zkušeností	měsíčně	Ředitelka, produkt. manažerka	DMO ZK
1.1.2.	Metodická podpora oblastních DMO	Účast na jednáních pracovních skupin, podpora činnosti DMO v terénu	Příležitostně, na základě pozvání DMO	Ředitelka, produkt. manažerka	CCRVM, DMO
1.1.3.	Rozvoj 3K spolupráce např. v rámci pracovní skupiny RSK ZK	Informovanost a výměna zkušeností v rámci pracovní skupiny RSK, výboru pro CR, KHK aj. pracovních skupin	Probíhá pravidelně min. 2x ročně	Ředitelka, projektová manažerka	CCRVM, DMO
1.1.4.	Celokrajské setkání partnerů působících v CR	Seznámení s výstupy šetření 2022 „Chování návštěvníka ZK“, seznámení s plánem činnosti CCRVM, možnostmi zapojení do spolupráce	T: 2. 3. 2023 – nastavení spolupráce před turistickou sezónou	Projektová manažerka	CCRVM, DMO
1.1.5.	Rozvoj spolupráce s TIC	Vzájemná komunikace, výměna zkušeností, pravidelná informovanost, prospektový servis dle možností a zájmu, naplňování kalendáře akcí	Pravidelná setkání min. 2x ročně, průběžná komunikace, vybudování systému informování o turisticky významných akcích.	ředitelka, produkt. manažerka	CCRVM, DMO, TIC
1.1.6.	Rozvoj spolupráce se soukromým sektorem	Na základě analýzy veřejné podpory, možnost uzavírání barterových smluv, příp. partnerských smluv v rámci budování turistických produktů.	Průběžný rozvoj spolupráce, nutno aktivně iniciovat.	Ředitelka,	CCRVM, DMO
1.1.7.	Rozvoj spolupráce s turistickými cíli	Navázání spolupráce v rámci projektu Cestuj a poznávej a dalších turistických produktů.	Průběžné navázání a rozvoj spolupráce	Ředitelka, Produktová manažerka	CCRVM, DMO

<b>Opatření 1. 2. Rozvoj lidských zdrojů</b>					
	aktivita	naplnění			
1.2.1.	Vzdělávání pro partnery ve veřejném i soukromém sektoru, DMO i CCRVM	Volba témat na základě potřeb a zájmu, např. -workshopy v rámci firemní turistiky (FT), - semináře pro DMO a TIC, turistické cíle aj.	Příprava mimo turistickou sezónu na základě zájmu	Projektová manažerka/ manažer PR a FT	CCRVM, DMO
1.2.2.	Osvěta významu cestovního ruchu směrem k městům, obcím i obyvatelům kraje	Prezentace v rámci akcí pořádaných v regionu, články v tisku, jednání s partnery.	Probíhá příležitostně, nutné aktivně posílit především směrem k rezidentům kraje.	Projektová manažerka, manažer PR a FT	CCRVM, DMO
<b>Opatření 1. 3. Zkvalitnění sběru a využívání dat a informací v CR</b>					
	aktivita	naplnění			
1.3.1.	Realizace a rozvoj moderní databáze	Plnění centrální fotobanky, řešení sdíleného kalendáře akcí	Již funguje, nutné aktivní zapojení DMO hledáme řešení – čekáme na technické informace od DMO.	On-line specialistka	CCRVM, DMO
1.3.2.	Realizace kvalitativních a kvantitativních šetření	Průzkum vnímání turistické nabídky regionu mezi rezidenty	Bude součástí projektu NPPCR	Projekt. manažerka	CCRVM, DMO
1.3.3.	Návštěvnost a vybavenost turist. cílů	Zpracování dat z informací DMO rozšířeno o další šetření (vybavenost, web, služby...)	Součástí projektu NPPCR	Projekt. manažerka	CCRVM, DMO
1.3.4.	Návštěvník TIC	Chování návštěvníka TIC, jeho požadavky	Ve spolupráci s TIC a ATIC	Projekt. manažerka	CCRVM, ATIC

## Priorita 2. Destinační marketing

Opatření 2.1. Tvorba ucelených turistických témat a produktů se zaměřením na určité cílové skupiny					
	aktivita	naplnění		garant	spolupráce
2.1.1.	Firemní turistika (FT): Region pro business, Baťův odkaz	Aktualizace a doplnění nabídky, aktivní podpora poptávky, využití Baťova odkazu.	Doplňován obsah na webový portál, příprava tiskoviny. Aktivní oslovení potenciálních klientů.	manažer PR a FT	CCRVM, DMO, partneři
2.1.2.	Baťa nejsou jenom boty	Rozvoj turistického produktu ve spolupráci s DMO Zl- Luh., městem Zlín a dalšími partnery	Aktualizace nabídky, tiskovina, web aj.	Produkt. manažerka	CCRVM, Zl-Luh, Zlín, partneři
2.1.3.	Tradice – základní téma CzT 2022-2023	Spolupráce s Czechtourism, doplňování obsahu – akcí a témat.	Průběžně na základě požadavků CzT doplňovány informace	Produkt. manažerka	CCRVM, DMO, TIC, partneři
2.1.4.	EKSCM a poutní trasy, vazba na okolní turistickou nabídku - turistický produkt	Zpracování produktové karty, zmapování služeb, rozvoj produktu. Web, on-line prezentace	Průběžně doplňujeme obsah na web, spolupráci v terénu	Produkt. manažerka, on-line specialistka	CCRVM, EKSCM, DMO, TIC, partneři
2.1.5.	Aktivní turistika, letní, jarní a podzimní nabídka	Zmapování nabídky a služeb. Web, on-line, kampaň	Průběžně doplňujeme obsah na web, navazujeme spolupráci v terénu	Produkt. manažerka, on-line specialistka	CCRVM, DMO, TIC, partneři
2.1.6.	Aktivní turistika, zimní sporty a další nabídka	Zmapování nabídky a služeb. Web, on-line, kampaň	Průběžně doplňujeme obsah na web, navazujeme spolupráci v terénu	Produkt. manažerka, on-line specialistka	CCRVM, DMO, TIC, partneři

2.1.8.	Wellness, relax a lázně – péče o duši i tělo, turistický produkt	Zpracování produktové karty, zmapování služeb, rozvoj produktu. Web, on-line, kampaň...	Průběžně doplňujeme obsah na web, navazujeme spolupráci v terénu	Produkt. manažerka, on-line specialistka	CCRVM, DMO, TIC, partneři
2.1.9.	Venkovská turistika: Pobyty na venkově a agroturistika	Aktualizace nabídky	Zpracována nabídka na web	Produkt. manažerka, on-line specialistka	CCRVM, DMO, TIC, partneři
2.1.10.	Cestuj a poznávej	Motivační hra, větší využití turistického potenciálu regionu	Zpracování obsahu a komunikace web, TIC	Produkt. manažerka, on-line specialistka	CCRVM, DMO, TIC
2.1.11.	Pojez	Podpora nabídky kvalitní gastronomie – rozvoj nové nabídky služeb	Ve spolupráci s Moravian-Silesian Tourism	Produkt. manažerka	CCRVM, DMO, MST, ZK
<b>Opatření 2.2. Komunikační strategie cestovního ruchu</b>					
	aktivita	naplnění		garant	spolupráce
2.2.1.	Strategie rozvoje destinačních značek a jejich umístování (vazba na značku ZK)	Redesign značky v návaznosti na redesign značky Zlínského kraje, včetně manuálu, strategie komunikace značky. Kompletní vizualizace. (ZK – VM)(ZK – M)	Na základě výzkumu, zda je destinace vnímána více jako TD Východní Morava nebo Zlínský kraj.	Ředitelka, produkt. manažerka	CCRVM, ZK
2.2.2.	Rozvoj informovanosti s využitím moderních technologií	Rozvoj webového portálu vychodni-morava.cz, rozšiřování jazykových mutací. Úprava obsahu s ohledem na SEO analýzu webového portálu <a href="http://www.vychodni-morava.cz">www.vychodni-morava.cz</a> Rozvoj webového portálu <a href="http://www.vmnakole.cz">www.vmnakole.cz</a> Zapojení do vhodné mobilní aplikace pro mobily a tablety s obsahem turistických výletů a tras na mapovém podkladu.	Probíhá doplňování informací a jazykových mutací – A,N,P. -druhá polovina roku. Hledáme vhodné řešení. Web – responzivní design, aplikace Na kole	On-line specialistka	CCRVM, DMO, TIC

			a pěšky, další zvažujeme		
2.2.3.	<p>Komunikační plán a jeho realizace:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Turistická nabídka</li> <li>- Akce</li> <li>- Činnost CCRVM</li> <li>- Význam CR</li> </ul>	<p>Direct mailing - tiskové zprávy, (TZ)  Newsletter (NL)  Média – tisk (inzerce a PR), TV, rozhlas, oborová média a katalogy  Cílové skupiny:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Turista – mladší generace (požitkáři), rodiny s dětmi, páry, 55+ aktivní, finančně zajištění</li> <li>b) Města a obce, rezidenti, odborná veřejnost</li> <li>c) Partneři - turistické cíle a poskytovatelé služeb</li> <li>d) média</li> </ol>	<p>TZ - vychází pravidelně cca 20x ročně  NL – pravidelně, min. 10x ročně  Média-průběžně nebo v rámci projektů, příp. realizováno ve spolupráci s CzT</p>	<p>Produkt.  Manažerka,  manažer PR a  FT</p>	<p>CCRVM, DMO</p>
2.2.4.	<p>Web a sociální síť</p>	<p>Aktualizace informací na webu, on-line marketing – soc. síť, spolupráce s blogery</p>	<p>Web průběžně včetně jazykových mutací,  Soc.sítě – příspěvky min. 1x týdně</p>	<p>On-line specialistka</p>	<p>CCRVM, DMO</p>
2.2.5.	<p>Veletrhy a prezentace, press tripy a fam tripy,</p>	<p>Příprava a odborné zajištění</p>	<p>Především veletrhy ČR, PI, SK, Eventy ZK</p>	<p>Produkt.  Manažerka,  manažer PR a  FT</p>	<p>CCRVM, DMO</p>
2.2.6.	<p>Propagační materiály a předměty.</p>	<p>Aktualizace Baťa nejsou jenom boty  Firemní turistika  Cestuj a poznávej  Pojez</p>	<p>Některé tiskoviny  výstupem plánovaného projektu NPPCR, příp. FMP</p>	<p>Produkt.  manažerka,  manažer PR a  FT,on-line spec.</p>	<p>CCRVM, DMO</p>

Opatření 2.3. Další marketingové aktivity					
	aktivita	naplnění		garant	spolupráce
2.3.1.	Tvorba obsahu fotobanky	Doplnění chybějících snímků	Průběžné doplňování	On-line specialistka	CCRVM, DMO
2.3.2.	Videospoty	Videospot 30“ a 60“ Krátké sekvence z průběhu roku pro sociální sítě	V průběhu celého roku	On-line specialistka	CCRVM
2.3.3.	Anketa	Hodnocení služeb a nabídky CR	Letní sezóna	Produkt. a projekt. manažerka,	CCRVM a DMO
2.3.4.	Konference	Hodnocení turistické nabídky regionu, Oznámení výsledků ankety	Říjen-listopad	Produkt. a projekt. manažerka,	CCRVM a DMO