**Jižní Moravě se inovativní prezentace regionu vyplatila. Kampaň s influencery oslovila půl milionu lidí**

Brno, 21. ledna 2022

**Centrála cestovního ruchu vsadila v loňském roce na spolupráci s cestovatelským portálem Worldee. V rámci kampaně „Nestůj, cestuj“ pozvala na jih Moravy trojici influencerů a nabídla jim prezentaci zaměřenou na příběhy lidí, kteří tvoří jedinečnost tohoto regionu. Byli mezi nimi lokální výrobci, podnikatelé, tvůrci udržitelných hodnot i nositelé lidových tradic.**

*„Rozhodli jsme se vydat cestou v Evropě unikátního konceptu spolupráce destinačního managementu, cestovatelského startupu a influencerů. Kritériem jejich výběru byla témata, kterým se věnují, a to zejména udržitelnost v cestování i podnikání a gastronomie. Turisté obecně primárně vyhledávají krásy přírody a konkrétní památky. My jsme jim chtěli přiblížit příběhy lidí, kteří jižní Moravu utvářejí. Z celkových výsledků i jednotlivých ohlasů je patrné, že je to dobrá cesta,“* řekla Martina Grůzová, ředitelka Centrály cestovního ruchu Jižní Morava (CCRJM)**.**

CCRJM oslovila influencerku Dewii, fotografa Jana Valečku a videomakera Tomáše Hubáčka. Z jejich jihomoravského víkendového pobytu vznikl atraktivní obsah pro sociální sítě, **celkem 62 zveřejněných výstupů zasáhlo na 485 000 lidí a získalo 19 100 interakcí.**Přesně tolik příznivců cestování, dobrého jídla a inspirativních fotek vidělo a reagovalo (prostřednictvím lajků, komentářů, uložení nebo sdílení) na některý z instagramových příspěvků těchto tří mladých tvůrců. Tento úspěch se pozitivně odrazil také v hodnotě POI (tzv. potenciální útrata lidí zasažených kampaní na sociálních sítích), která v tomto případě činí bezmála jeden a čtvrt milionu korun (přesně **1 236 334 Kč)**, přičemžnáklady nepřevýšily 120 000 Kč. Vyplývá to z obecně přijímaného metodického standartu „Destination Think“ používaného pro výpočet potenciálu návratnosti investice kampaně.

*„Spolupráce má vysokou hodnotu pro všechny zúčastněné strany. Influenceři vytváří hodnotný obsah pro své sociální sítě. Obsah je využitelný jak pro Jižní Moravu, tak pro Worldee. Celá tato „tripartita“ se pak vzájemně promuje na sociálních sítích. Navíc kampaňový obsah z Instagramu dále nabývá na hodnotě tím, že se dostane do aplikace Worldee jako ucelený itinerář, kde slouží jako každodenní inspirace více než 40tis. uživatelů. Itineráře na Worldee dále žijí svým životem a „nezmizí“ jako např. stories na Instagramu. To je win-win koncept pro všechny zainteresované strany. Jsem moc rád, že jsme tento inovativní koncept spolupráce mohli s CCRJM odpilotovat a určitě bychom v tom rádi pokračovali,“* komentoval Tomáš Kadlec, head of influencer relations ve Worldee.

Dalším výstupem je video, které najdete [zde](https://www.youtube.com/watch?v=ogLeLWkglt0) a inspirace pro novou sezónu na jižní Moravě v podobě tří výletních [itinerářů](https://www.worldee.com/trip/detail?tripId=101868)*.*

Celkové vyhodnocení kampaně najdete v přiloženém reportu.

**KONTAKTY PRO MÉDIA:**

**Martina Grůzová**Centrála cestovního ruchu Jižní Morava
mob: +420 725 488 889
**e-mail:** gruzova@ccrjm.cz

[Instagram](https://www.instagram.com/southmoravia/) | [Facebook](https://www.facebook.com/TheSouthMoravia/) | [web](https://www.jizni-morava.cz/)

***Centrála cestovního ruchu-Jižní Morava, z.s.p.o. (CCR JM):***

*Byla zřízena v roce 2005 jako zájmové sdružení právnických osob, které má za úkol koordinaci rozvoje cestovního ruchu na jižní Moravě se zaměřením na maximální využití turistického potenciálu území v souladu s principy udržitelného rozvoje. Členy sdružení jsou: Jihomoravský kraj, Statutární město Brno a Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky.*

*Úkolem centrály je propojování a koordinace aktivit osob zainteresovaných na rozvoji cestovního ruchu s cílem poskytnout návštěvníkům regionu komplexní služby, zabezpečit prosperitu podniků a tím i konkurenceschopnost jižní Moravy.*