

KAMPAŇ CESTUJ ZA PŘÍBĚHY SRDCAŘŮ



jižní **m**orava



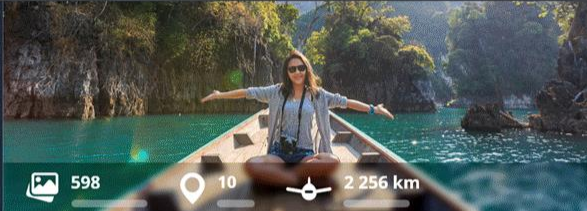
Inspiruj se, plánuj nová dobrodružství a uchovávej své zážitky z cest

DOSTUPNÉ NA




Overview



598 10 2 256 km

Visited places

1

2

3

4

5

6

7

8

Highlights



3



8



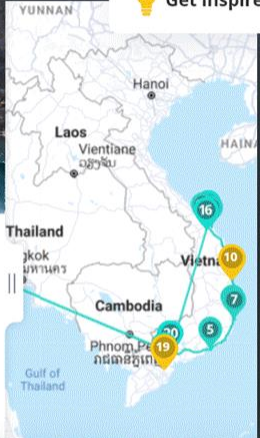
10



15



19



YUNNAN
HANOI
LAOS
VIENTIANE
THAILAND
CAMBODIA
VIETNAM
Phnom Penh
Gulf of Thailand



Koncept kampaně

Skupina tvůrců obsahu a influencerů z cestovatelské platformy [Worldee](#) vyráží na jižní Moravu navštívit lokální podniky a podpořit místní komunitu. Destinace není jenom o přírodních a kulturních památkách. Je především o příbězích lidí - místních srdcařů, výrobců a podnikatelů, kteří spolu-vytvářejí lokální folklor a dělají tak destinaci jedinečnou. Tvůrci pronikají do lokálního folkloru, interagují s příběhy místních srdcařů a ochutnávají jižní Moravu, která rozhodně není jen o víně. Své zážitky prezentují prostřednictvím moderních obsahových formátů na sociálních sítích. Kampaňový obsah je dále amplifikován v podobě ucelených itinerářů na platformě Worldee.



Jan Valečka

23 let, Praha, Česká republika



Dewii

Česká republika



Tomáš Hubáček

Česká republika



Summary

Cíle kampaně

- 🚩 Zvýšit povědomí o možnostech udržitelné dovolené v regionu
- 🚩 Vygenerovat unikátní obsah k propagaci udržitelné dovolené s využitím pro destinační management a zapojené partnery.



Shrnutí kampaně



3 Influenceři publikovali celkem **62 postů** na sociální síti Instagram (49 stories, 13x IG postů včetně IG Reels)



Vytvořili **350 kusů obsahu** – 328 fotek, 1x promo video, 8 x Reels video, a 3x itineráře na platformě [Worldee](#),



Celkový zásah (**REACH**) kampaně byl **484,8 tis. lidí** (vidělo kampaňový obsah), kteří se zajímají o cestování, udržitelný životní styl, gastronomii a fotografii.



Celkový **ENGAGEMENT** kampaně (komentý, lajky, uložení, sdílení) byl **19,1 tis. lidí** (interagovali s kampaňovým obsahem)



Zasažené publikum byly z **75% ženy**, primárně z **České republiky**



Kampaň vygenerovala celkovou mediální hodnotu (**EMV**) **\$437 tis.**



Potenciální návratnost investice kampaně dle metodického standardu DESTINATION THINK



Potential on Investment calculator

Vzorec PROI = Potential Return of Investment

$$PROI = POI / Cs$$

Vzorec POI

$$POI = Cv \times Ci \times Mg$$

POI = potenciál na investici DMO do sociálních médií, měřeno v dolarech.

Cv = průměrná útrata ČR turisty/den (976 Kč=45,6 USD)/den; CzechTourism 2020)

Mq = součet všech interakcí na sociální síti, získané z analytických nástrojů

Ci = účinnost sociální sítě – procento účinnosti jednotlivé sociální sítě na nákup (viz. tabulka)

PROI = Potenciální návratnost investice

Cs = Náklady DMO na sociální média (doprava, ubytování, jídlo, honoráře)

POI = Potenciální útraty lidí zasazených sociálními sítěmi

zdroj: Destination Think

Channel	Consumer Value	Channel Impact	Channel Value	Maximum Qualifier	Total
Facebook		4,51%	\$ -		\$ -
Twitter		1,52%	\$ -		\$ -
Instagram	\$136,80	2,21%	\$ 3,02	19 100	\$ 57 772,61
YouTube		3,01%	\$ -		\$ -
Pinterest		1,35%	\$ -		\$ -
Total					\$ 57 772,61

Performance

Statistiky kampaně

	Posts 62	Engagements 19K	Reach 484.8K	EMV \$437K
 Instagram Stories	49	 877	335K	\$359.8K
 Instagram	13	 16.2K  129	145.4K	\$76.2K
 TikTok	1	 403  4	5.4K	\$1K

Publikum zasažené kampaní

28

Průměrný věk

75%

Ženy



Česká republika



Cestování

Věk

12 - 17	2%
18 - 24	37%
25 - 34	50%
35 - 49	10%

Země

Czech Republic	64%
Slovakia	13%
Germany	9%
USA	7%

Zájmy

Cestování	34%
Životní styl	18%
Gastronomie	12%
Fotografie	8%

Performance

Nejúspěšnější posty kampaně



Members

Účastníci kampaně



Dewii

💎 82

📢 386.3K Reach



Tomas / Czech re...

💎 66

📢 4K Reach



Jan Valečka | Cz...

💎 77

📢 94.5K Reach



Reach refers to the number of people who have viewed an influencer's campaign posts

Content

Campaign Posts

Top Posts by All Influencers



Dewii

82

19

Posts

10.3K

Eng.

5.49%

% Eng. Rate

386.3K

Reach

\$367.1K

EMV



3.1K 36 31.9K

Menší ohlédnutí se za mým poprvé na @southmoravia. Víno, mandle, levandule, čokoláda...spous...

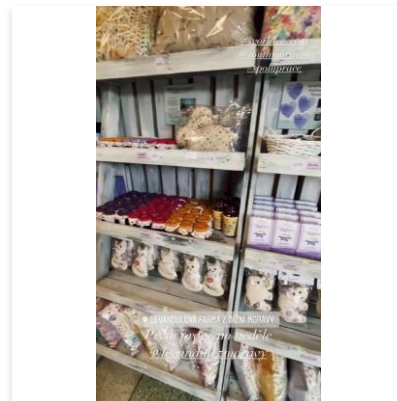
10/05/21



6.2K 26

Vyrazila jsem na svůj úplně první trip po Jižní Moravě! A překvapivě to bylo plný vína 🍷 🍷 ...

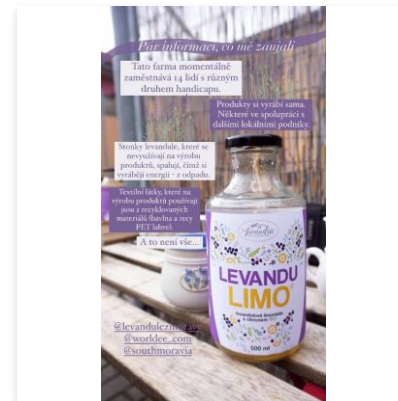
10/02/21



13.8K

První program z neděle @levandulezmoravy

09/19/21



12.2K

@levandulezmoravy @southmoravia @worlddee_com Stonky z levandule, které se nevyužívají na výrobu

09/19/21



Dewii

Page 2/4



▶ 12.5K



Tohle povídání mě mega bavilo
@levandulezmoravy @southmoravia
@worlddee_com

09/19/21



▶ 12.3K



Náš poslední program
@herufekchocolate

09/19/21



▶ 13.8K



Začali jsme levandulovou kávou a
povídáním pana majitele z
@levandulezmoravy

09/19/21



▶ 15K



A stihli jsme i slavnostní průvod
@southmoravia @worlddee_com

09/18/21



Dewii

Page 3/4



▶ 18.3K



Rozhledna Slunečná @southmoravia

09/18/21



▶ 18.6K



Dostali jsme výslužku a pokračujeme dál @vinarstvilacina

09/18/21



▶ 17.7K



Oběd s výhledem u @mezi_radky

09/18/21



▶ 15.4K



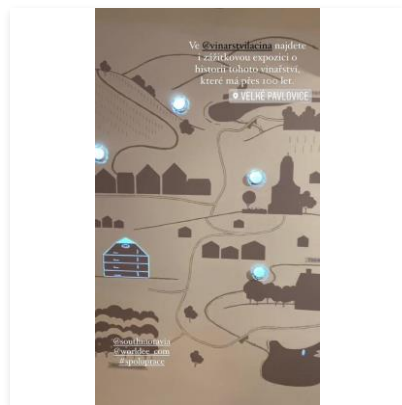
Odpoledne jsme si zašli na Velkopavlovické vinobraní @southmoravia @worlddee_com

09/18/21



Dewii

Page 4/4

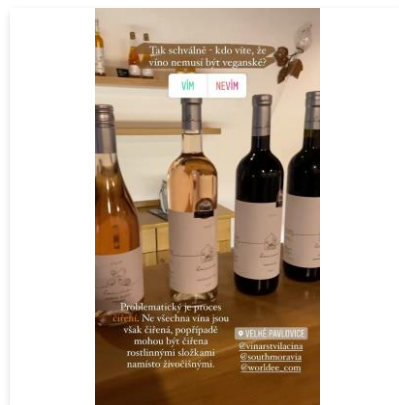


▶ 19.2K



Ve @vinarstvilacina najdete i zážitkovou expozici

09/18/21

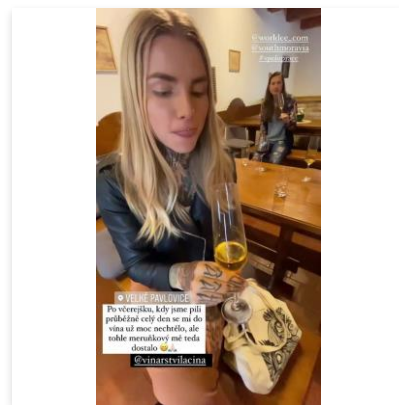


▶ 19.9K



Tak schválně, kdo víte, že víno nemusí být veganské?
@vinarstvilacina....

09/18/21

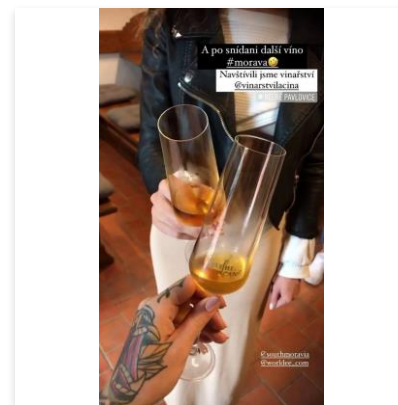


▶ 20.3K



Tohle meruňkový od @vinarstvilacina mě teda dostalo :-D

09/18/21

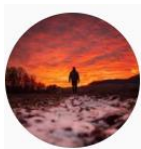


▶ 20.7K



Navštívili jsme @vinarstvilacina

09/18/21



Tomas / Czech republic / 24 /

66

11

Posts

282

Eng.

1.23%

% Eng. Rate

4K

Reach

\$5.9K

EMV



41 4 374

@ambrozuvdvur / Ubytování v Ambrožově dvoře v Pouzdřanech bylo rozhodně jedno z těch nejhe...

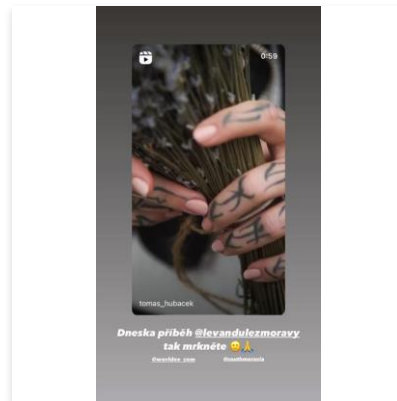
10/06/21



22 1 413

@vinarstvilacina / Vinařství Lacina ve Velkých Pavlovicích je chráněnou kulturní památkou,...

10/05/21



199

Dneska příběh @levandulezmoravy tak mrkněte 🤔 @southmoravia @worlddee_com

10/03/21

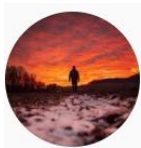


54 5 571

@levandulezmoravy / Další ze série příběhu je levandulová farma ve Starovičkách. Člověk ob...

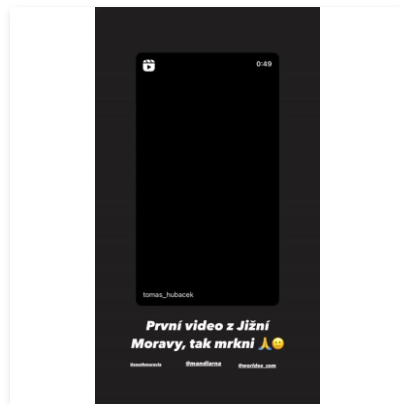
10/03/21





Tomas / Czech republic / 24 /

Page 2/3



277



@southmoravia @worlddee_com
První video z Jižní Moravy, tak mrkní 🙏
🙏😊 @mandlarna

10/02/21



51



14

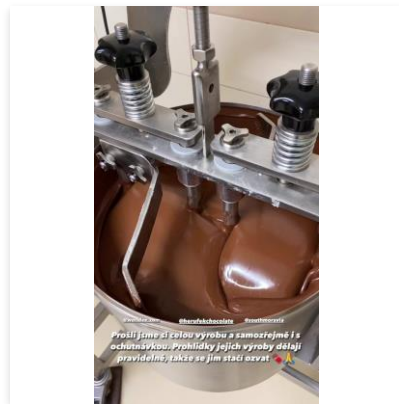


844



@mandlarna / Každý příběh je něčím
speciální a příběh Mandlárný v
Hustopečích rozhodně nen...

10/02/21

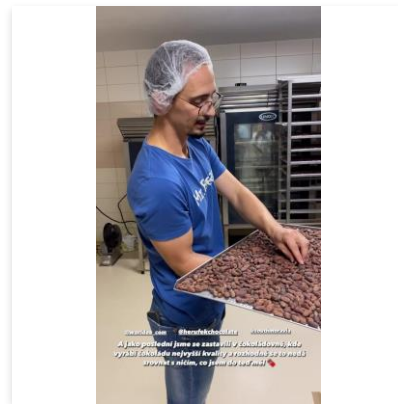


255



Prošli jsme si celou výrobu a
samozřejmě i s ochutnávkou.
Prohlídky jejich výroby dělají p...

09/20/21

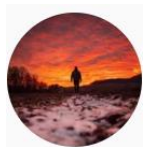


267



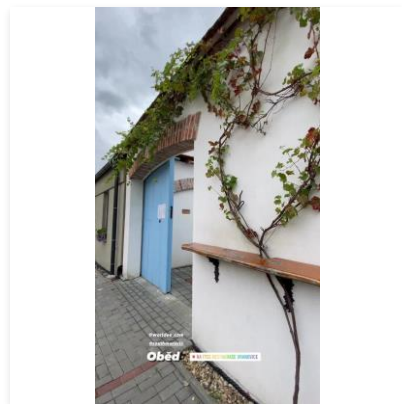
A jako poslední jsme se zastavili v
čokoládovně, kde vyrábí čokoládu
nejvyšší kvality a ro...

09/20/21



Tomas / Czech republic / 24 /

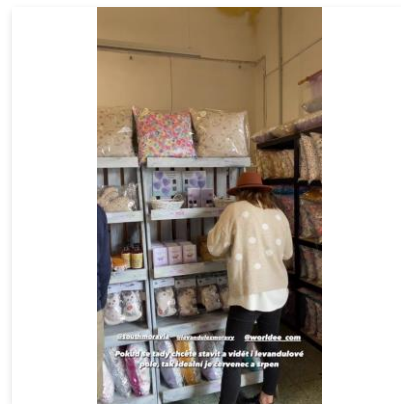
Page 3/3



▶ 272



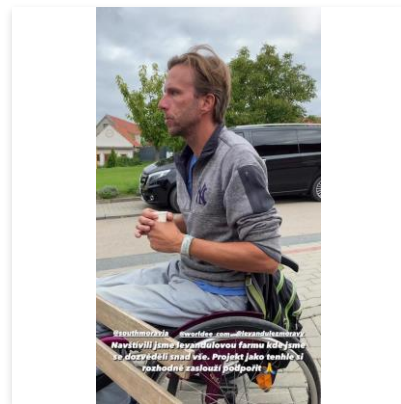
Oběd @southmoravia
@worlddee_com



▶ 280



Pokud se tady chcete stavět a vidět i
levandulové pole, tak ideální je
červenec a srpen @s...



▶ 296



Navštívili jsme levandulovou farmu
kde jsme se dozvěděli snad vše.
Projekt jako tenhle si ...



Jan Valečka | Czech Republic

77

25

Posts

8.5K

Eng.

4.06%

% Eng. Rate

94.5K

Reach

\$64K

EMV



1.3K



Link zde Na mém profilu na @worlddee_com jsem vydal itinerář celého našeho tripu po @sou...

10/04/21



368

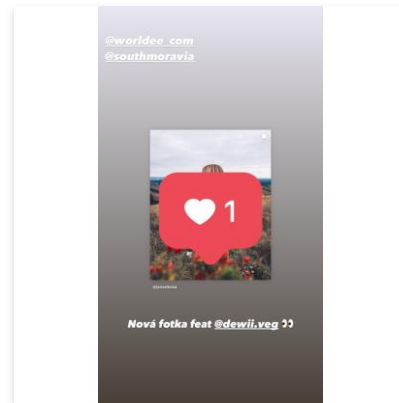
4

3.4K



Nedělám si srandu, zrovna vybírám na e-shopu další várku čokolády od @herufekchoco...

10/03/21



2.5K



Nová fotka feat @dewii.veg @worlddee_com @southmoravia

10/02/21



1.7K

4

14.3K



Jednou z top vyhlídek, které na jižní Moravě najdete je Pouzdřanská step, kde jsme s dewii...

10/02/21



Jan Valečka | Czech Republic

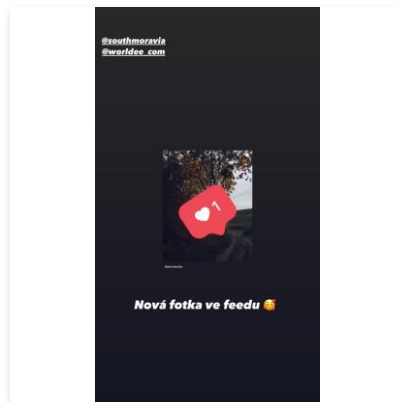
Page 2/4



♡ 649 💬 2 ▶ 5.8K 📷

Snídaně v @ambrozuvdvur v podání
@dewii.veg byla fakt pecka 😊
Doporučuju tohle ubytko poku...

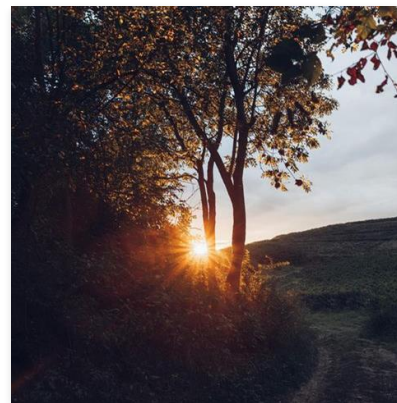
10/02/21 📌



▶ 2.1K (+)

@southmoravia @worldee_com
Nová fotka ve feedu 😊

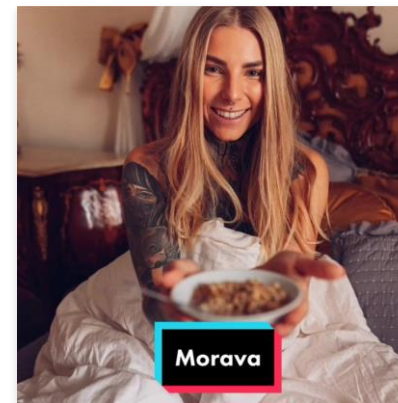
10/01/21



♡ 1.3K 💬 9 👁 12.8K 📷

Další místo, které nám na
southmoravia víc přiblížilo život a
příběhy lokálních podniků by...

10/01/21 📌



♡ 403 💬 4 🎵

Byli jste někdy na Morave?
😊😁 #jjznmorava #jakfotit
#fotografavani #visitcz #morava

10/01/21 📌



Jan Valečka | Czech Republic

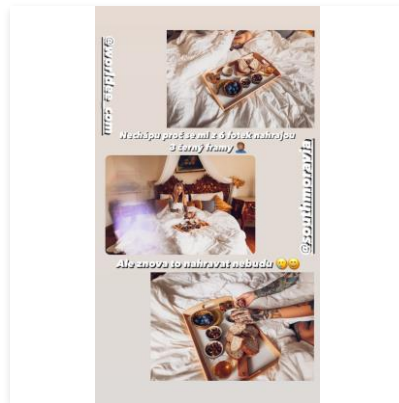
Page 3/4



♡ 349 💬 6 ▶ 2.4K 📷

Byli jste někdy na Jižní Moravě? 😊
No, já tam byl dva týdny zpět poprvé,
teda podruhé, ale...

10/01/21 📌



▶ 1.6K (+)

@worlddee_com Ale znovu to
nahraovat nebudu 😊
@southmoravia Nechápu proč se mi
z 6 fotek na...

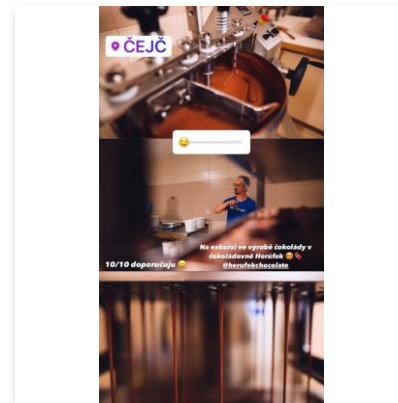
09/30/21



♡ 2.3K 💬 18 👁 15.5K 📷

M O R A V A 📖 Určitě jste
zaznamenali můj poslední trip na
Moravu (southmoravia), kde jsm...

09/30/21 📌



▶ 2K (+)

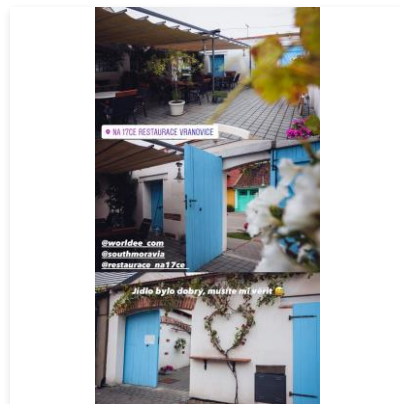
Na exkurzi ve výrobě čokolády v
čokoládovně Heruřek 🍫
@herufekchocolate 10/10
doporučuju ...

09/19/21



Jan Valečka | Czech Republic

Page 4/4

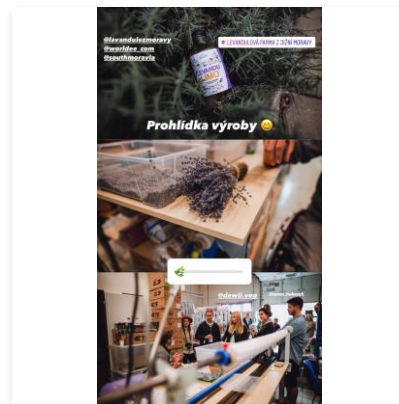


▶ 2.1K



@worlddee_com @southmoravia
@restaurace_na17ce_ Jídlo bylo
dobrý, musíte mi věřit 🍷

09/19/21

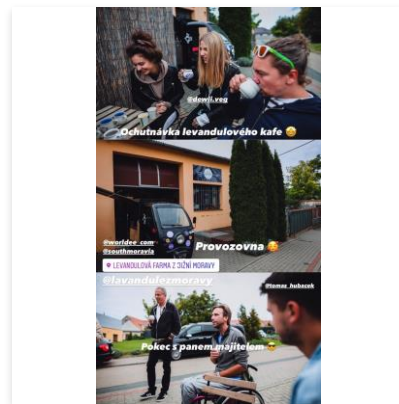


▶ 2.2K



Prohlídka výroby 🍷
@lavandulezmoravy @worlddee_com
@southmoravia @dewii.veg
@tomas_hubacek

09/19/21

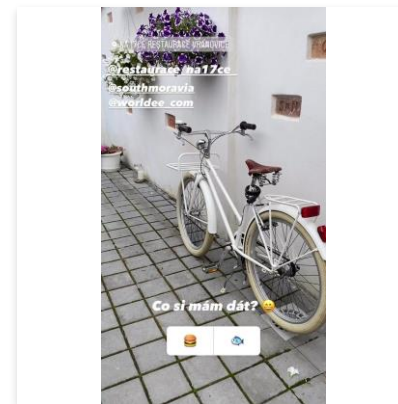


▶ 2.3K



Provozovna 🍷 Ochutnávk
lavandulového kafe 🍷
@worlddee_com @southmoravia
@dewii.veg @lavand...

09/19/21



▶ 2.4K



@restaurace_na17ce_
@southmoravia @worlddee_com Co
si mám dát? 🍷

09/19/21



Instagram Reels

V rámci kampaně vzniklo celkem 8 Instagram Reels videí, které jsou věnované prezentaci zapojených partnerů (místních srdcařů). Všechna videa jsou dostupná s plnou licencí pro DMO i všechny zapojené partnery.



Ukázka 1: <https://www.instagram.com/reel/CUiBv5lloOG/>

Ukázka 2: <https://www.instagram.com/reel/CUkqu2vl256/>

Instagram takeover

Každý den tripu „přebírá žezlo“ nad instagramovým účtem @southmoravia jiný tvůrce. Prezентuje region svým specifickým stylem storytellingu a obohacuje tak profil @southmoravia o svěží uživatelský obsah. Obsah je uchován ve výběrech



[Takeover za příběhy](#)



Promo video: Nestůj, cestuj za srdcaři



<https://www.youtube.com/watch?v=ogLeLWkglt0>

Worldee itineráře

Kampaňový obsah je amplifikován do podoby ucelených itinerářů z tripu na cestovatelské platformě a v aplikaci [Worldee](#), kde slouží jako každodenní inspirace pro desítky tisíc cestovatelů z celého světa.

The screenshot displays the Worldee app interface. At the top, the 'worldee' logo is on the left, and navigation icons (Domů, Cesty, Destinace, Přidat cestu, Upozornění, and a profile icon) are on the right. Below the logo is a search bar with the text 'Hledej' and a magnifying glass icon. The main title 'Za příběhy Jižní Moravy' is followed by the dates '17. 09. - 19. 09. 2021' and '3 dny' with a calendar icon. A sidebar on the left contains icons for 'Přehled', 'Itinerář', and 'Prezentace'. The main content area is titled '1. den' and features a map of the region. The itinerary text describes a day starting at the Mandlůvův sady, mentioning a visit to the Mandlůvův sady and a walk through the orchards. It includes a paragraph about the history of the orchards and a list of activities. Below the text are five small images: a table with food, a woman standing in a field, a person walking in a field, a person picking fruit from a tree, and a close-up of a tree trunk. To the right of the text is a map showing the route from Starovice to Hustopeče, with markers for '1' and '2'. The bottom right corner shows a preview of the next day, 'Den 3 Ne, 19. 09. 2021', with a title 'Ambrožův dvůr' and a description of the location. It includes a list of activities and a small image of a person sitting at a table.

1. den pá 17. 9. 2021 15 km (23 m)

Itinerář

Společně s Worldee jsem se vydala na Jižní Moravu s jasně daným cílem – poznávat příběhy místních podnikatelů. Navštívili jsme proto několik lokálních podniků, v kterých jsme si vyslechli jejich majitele a samozřejmě i okošťovali jejich výrobky. Víno lilo proudem, ale jen o něm to zdaleka nebylo – Morava toho nabízí víc.

Mandloňové sady

Naše první zastávka byla v mandlové kavárně firmy Mandlárna. Od paní majitelky jsme si vyslechli příběh, jak legalizovala mandlovici a po ochutnávce několika pálenek, likérů a samotných mandlí jsme vyrazili na prohlídku Mandloňových sadů v Hustopečích, kde v minulém století stálo 50 tisíc mandloní – nyní jich zde najdete 1500. Tyto sady jsou veřejně přístupné a též je dovoleno si tu vlastnoručně natrhat mandle. Jelikož ty neslouží samotné Mandlárně pro výrobu jejich produktů, ale právě lidem, co si pro ně přijdou. Sad jsme si prošli, vyzkoušeli si loupat mandle kladivkem i kamenem, vylezli na zdejší rozhlednu a pak pokračovali v naší cestě.

Starovice, Hustopeče, Kurdejov, Horní Bojanovice, Diváky, Němčice

Den 3 Ne, 19. 09. 2021 15 km (18 m)

Ambrožův dvůr

V Ambrožově dvoře si můžete objednat nejen grilovací koš, ale i snídaní koš, v kterém z vegan-friendly potravin najdete chleba, marmelády, granolu, směs ořechů a sušeného ovoce, čerstvé ovoce a máslo. Pokud si koupíte nějaký rostlinný jogurt nebo mléko, tak se najíte dostatečně :)

Levandulová farma Starovičky

Poslední den jsme začali výletem do Staroviček, kde sídlí dříve levandulové farmy Lavanda. U šálku levandulové kávy nám pan majitel popovídal něco málo o tom, jak jsou farmu vede a se mnou jeho vyprávění velmi rezonovalo - farma zaměstnává lidi s různými druhy mentálních problémů, levanduli pěstují v rámci ekologického zemědělství, produkty si vyrábí sama (ořechy, marmelády, granolu, sušené ovoce).

Worldee itineráře



Dewii



Za příběhy Jižní Moravy

17. 09. - 19. 09. 2021 3 dny

Česká republika

Mandloňové sady - Wine Wellness Hotel Amande - Sonberk - Ambrožův dvůr -
Vinařství Lacina - Rozhledna Slunečná - Němčičky - Velké Pavlovice - Ambrožův...



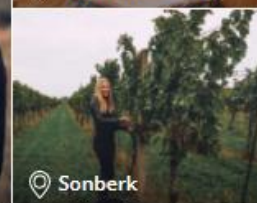
Ambrožův dvůr



Mandloňové sady



Wine Wellness Hot...



Sonberk



Vinařství Lacina

+33



Jan Valečka



Jižní Morava 2021

17. 09. - 19. 09. 2021 3 dny

Česká republika

Hustopečská mandlárna s.r.o. - Mandloňové sady - 393 - Ambrožův dvůr -
Habánský sklep Vinařství Lacina - Rozhledna Slunečná - Mezi Řádky -...



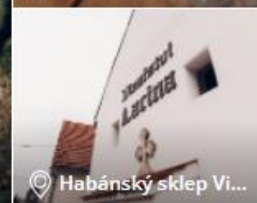
393



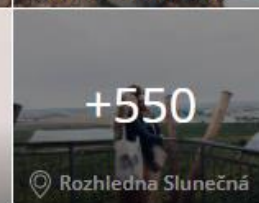
Hustopečská man...



Mandloňové sady



Habánský sklep Vi...



Rozhledna Slunečná

+550

Fotografie

Tvůrci obsahu vygenerovali dohromady 328 fotek, které vyprávějí příběhy destinace jejich osobitým tvůrčím stylem. Jižní Morava tak získala komplexní balíček obsahu s plnou licencí k propagaci udržitelné dovolené



NÁKLADY

 120 tis.

VÝSTUPY

-  Mediální zásah 485 tis. lidí
-  Přesné cílení
-  Obsah na míru s plnou licencí pro destinaci na nadcházející sezonu
-  Multiplikační efekt obsahového marketingu: obsah je dále sdílen na platformě Worldee
-  Posílení partnerských vztahů

**= ZVÝŠENÍ IMPAKTU DESTINAČNÍHO BRANDU
JIŽNÍ MORAVA**

Thank You



Powered by klear.com