

Marketingový plán 2023

Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava

Obsah:

1.	Zvýšit výkon organizace destinačního managementu.....	3
1.1.	Řízení a komunikace	3
1.1.1.	Plánování na principu 3K.....	3
1.1.2.	Nastavení KPI oblastních DMO.....	3
1.2.	KPI CCRJM.....	3
1.2.1.	Dosažení vybraných ukazatelů vývoje CR.....	3
1.2.2.	Počet certifikovaných oblastních DMO	3
1.2.3.	Zvýšení povědomí o systému řízení CR v regionu	3
2.	Posílit postavení destinace Jižní Morava.....	4
2.1.	Produkty a témata cestovního ruchu	4
2.1.1.	Snižování sezónnosti.....	4
2.2.	Marketingová komunikace	4
2.2.1.	Marketingová komunikace a cílové trhy	4
2.2.2.	Podpora značky destinace	7
2.3.	Inteligentní CR	7
2.3.1.	Jednotný sběr dat destinace jižní Morava.....	7
2.4.	Iniciace rozvoje služeb.....	7

1. Zvýšit výkon organizace destinačního managementu

1.1. Řízení a komunikace

1.1.1. Plánování na principu 3K

Setkání produktové rady, volba témat na další období. V rámci setkání produktové rady v roce 2022 shoda na pokračování v produktu Po stopách Alfonse Muchy, iniciace přípravy nového produktu v rámci napoleonské tematiky, příprava produktu Víno a architektura. Ucelení gastronomické oblasti pod Tasty Moravia.

Setkání produktové rady: březen/květen/září

1.1.2. Nastavení KPI oblastních DMO

Aktivita převedena z roku 2022. Zavedení indikátorů KPI pro oblastní DMO, jejichž dosažení opravňuje DMO pečovat o svěřenou turistickou oblast a dokládá potřebnou úroveň péče. Na jejich základě je vystaveno doporučení oblastní organizace k certifikaci CzT.

Tvorba indikátorů: do konce roku 2023

1.2. KPI CCRJM

1.2.1. Dosažení vybraných ukazatelů vývoje CR

Plnění navázáno na aktivity na poli marketingu i destinačního managementu. Důležitá je podpora tvorby nabídky, komunikace s partnery i samotná společná propagace destinace.

1.2.2. Počet certifikovaných oblastních DMO

Podpora vzniku/fungování funkčních oblastních DMO, které se aktivně podílí na spolupráci a tvorbě nabídky destinace. V roce 2022 úspěšně certifikována oblast Moravského krasu a okolí. DMO Znojensko a Podyjí získalo certifikát na 3 roky. Destinace JM má k 31.12.2022 4 certifikované DMO.

1.2.3. Zvýšení povědomí o systému řízení CR v regionu

Zvýšení povědomí o přínosech cestovního ruchu v rámci destinace. Prezentace aktivit Centrály napříč regionem, propojení jednotlivých aktérů a zvýšení povědomí o systému řízení cestovního ruchu v destinaci. Po ukotvení změn v komunální politice (volby 2022) zavedení adresného e-mailingu, který bude informovat o aktivitách a příležitostech.

Zavedení adresného e-mailingu: květen 2023

2. Posílit postavení destinace Jižní Morava

2.1. Produkty a témata cestovního ruchu

2.1.1. Snižování sezónnosti

V roce 2022 produkt Po stopách Alfonse Muchy na jižní Moravě. 2023 rozvoj produktu Víno a architektura, zpracování napoleonské tematiky.

2.2. Marketingová komunikace

2.2.1. Marketingová komunikace a cílové trhy

Jižní Morava – leisure/volnočasový návštěvník

Cílení: ČR

Online (FB, GAds, Sklik, bannerová reklama, inzerce, PR články, IG, Fam/Press tripy)

Offline (veletrhy, inzerce, PR články)

Témata:

jaro – historické pecky, TOP cíle, gastr. Akce, tradice

léto – víno a architektura, hudba, tradice

podzim – gastronomie, tradice, Napoleon

zima – Vánoce/advent, wellness

Cílení: sousední státy (PL, SK, AT, DE) v dojezdové vzdálenosti – promo destinace

Online (FB, GAds, bannerová reklama, inzerce, PR články, IG, Fam/Press tripy)

Offline (veletrhy, inzerce, PR články)

Navázání na kampaně CzT, propojení s KMCR a TIC Brno v oblasti propagace a obsahu.

Spolupráce s agenturou CzechTourism v rámci propagace destinace v ČR i v zahraničí (veletrhy, print, press/fam tripy).

[Web jizni-morava.cz](http://jizni-morava.cz)

Průběžný rozvoj dalších funkcionalit webového portálu jizni-morava.cz. Rozpracování gastro sekce, podpora SEO, zvýšení návštěvnosti a prodloužení pobytu na stránce. V roce 2023 bude připravena PL mutace webu.

Podpora brandu

Celoroční podpora prostřednictvím online marketingový kanálů Jižní Moravy – Facebook Jižní Morava, Instagram @southmoravia, Instagram @tastymoravia, Tiktok Jižní Morava, cestovatelská skupina Milujeme jižní Moravu.

Veletrhy:

Plánované veletrhy – vlastní stánek/prezentace na sdíleném stánku/promo destinace pomocí propagačních materiálů. Seznam bude aktualizován dle dalších příležitostí a zapojení CzT.

VELETRH/AKCE	ZEMĚ	TERMÍN
Veletrh Adventur	Litva, Vilnius	27-29.1.2023
Salimatech	ČR, BVV	7.-9.2.2023
STYL a KABO	ČR, BVV	17.-19.2.2023
Bolsa Turismo Lisboa Travel Market	Portugalsko, Lisabon	1.-5.3.2023
Stavební veletrhy	ČR, BVV	2.-4.3.2023
Veletrh cestovního ruchu a volného času, MTT Wrocław	Polsko, Wrocław	3.-5.3.2023
ITB Berlín	Německo, Berlín	7.-9.3.2023
Ferienmesse Wien	Rakousko, Vídeň	16.-19.3.2023
Holiday World & Region World	ČR, Praha	17.-19.3.2023
IWINETC	Španělsko, Tarragona	23.-24.3.2023
FOR BIKES	ČR, Praha	24.-26.3.2023
Argus Bike Festival	Rakousko, Vídeň	2.-3.4.2023
ITF SlovakiaTour	Slovensko, Bratislava	20.-23.4.2023
Travel Trade Day Brno	ČR, Brno	24.-25.4.2023
IMEX Frankfurt	Německo, Frankfurt	23.-25.5.2023
Event Club Forum Praha	ČR, Praha	11-13.6.2023
INTERCANIS	ČR, BVV	24.-25.6.2023
National Geographic Traveller Food Festival	VB, Londýn	15.-16.7.2023
Strojírenský veletrh	ČR, BVV	10.-13.10.2023
BTB Vídeň	Rakousko, Vídeň	listopad
WTM Londýn	VB, Londýn	listopad
TC Lipsko	Německo, Lipsko	listopad
IBTM World Barcelona	Španělsko, Barcelona	listopad
SportLife	ČR, BVV	listopad
Vánoční trhy	ČR, BVV	prosinec

Propagační materiály a předměty

Proběhne aktualizace stávajících tiskovin a rozšíření nabídky o PL mutaci. V rámci produktu víno a architektura bude zpracován tiskový materiál, který bude k dispozici na IC.

Předměty v letošní kolekci budou navazovat na stávající téma tradic a nehmotného dědictví.

Gourmet Jižní Morava 2023

I letos budeme pracovat na projektu Gourmet Jižní Morava 2023. Zimní a jarní měsíce budou zaměřeny na propagaci podniků Gourmet Jižní Morava 2022 a podpora značky Gourmet. Navazovat bude sběr nominací, volba hodnotitelů, organizace samotného hodnocení. Výsledky projektu budou prezentovány tištěnou brožurou i online. Kromě propagace obdrží účastníci

detailní zpětnou vazbu a nabídku školení na témata, který vyplynou z výsledků hodnocení a potřeb podniků. Cílem je zvýšit kvalitu služeb v destinaci.

Samozřejmostí jsou potřebné úpravy webové prezentace, kampaně podpořené influencery, spolupráce s podniky na vzájemné propagaci, tvorba obsahu na sociální sítě a další komunikační kanály.

Gastronomie

Podpora festivalů spojených s lokální produkcí. Podpora gastronomických počinů v destinaci Jižní Morava pod značkou Tasty Moravia.

TOP cíle

Projekt zaměřený na cíle s nejvyšší návštěvností na JM. Podpora a rozvoj partnerské sítě. Školení partnerů, zvyšování kvality služeb, setkávání, workshopy, sdílení informací a potřeb. Sběr dat. Setkání 3x ročně.

Brno Convention Bureau – projekt zaměřený na konferenční a kongresovou turistiku

Primárním cílem roku 2023 je pro Brno Convention Bureau podpora známosti značky, prohloubení aktivit v rámci partnerství a udržení počtu poptávek. Na konci roku 2022 jsme dokončili aplikaci, kterou v roce 2023 budeme představovat partnerům s cílem zvýšit atraktivitu destinace a snížit využívání papírových letáků.

Propagace destinace v zahraničí bude částečně probíhat ve spolupráci s CCB. Pozornost zaměříme na Vídeň a Bratislavu. Propagace aktivit v rámci eventu cestovním kancelářím, tour operátorům, velkým firmám a event managerům.

Průběžnou činností je oslovování nových partnerů, příprava čtvrtletního newsletteru a sběr statistik, bidování a propagace destinace v zahraničí, lobování za akce, lákání do destinace JM.

V komunikaci ukotvíme známost značky Brno Convention Bureau. Cílení bude převážně na online komunikaci (web, LN, PPC), doplněno o PR články a inzerci v odborných médiích dle cílové skupiny. Propagace značky Brno Convention Bureau v ČR a zahraničí. Ve spolupráci s CzT a městem Brnem organizujeme Travel Trade Day 2023 v Brně.

Aktivně bude CCRJM pod značkou Brno Convention Bureau lobovat za přilákání dalších velkých akcí do Brna a destinace.

S cílem zviditelnit kongresovou nabídku destinace, získat nové kontakty a přitáhnout zajímavé akce navštívíme tyto veletrhy:

- ITB Berlín
- Travel Trade Day Brno
- IMEX Frankfurt
- Event club Forum Praha
- IBTM Barcelona
- WTM Londýn

Brno Medical – projekt zaměřený na cestování za zdravím

Rozšiřování sítě partnerů na poli cestování za zdravím. Zasílání pravidelného newsletteru s nabídkou možnosti trávení času před/po zákroku či jako varianta pro doprovod. Doporučení hotelů se speciální nabídkou pro cestující za zdravím. Prohloubení nabídky/partnerství CCRJM/kliniky/hotely.

Kampaň projektu Brno Medical na rakouském trhu (online, print). Dle rozpočtu rozšíření na další cílové trhy (SK, PL).

Ostatní projekty CCRJM

Dlouhodobé, udržované projekty CCRJM. Základní aktivity směřující k udržitelnosti projektů. Aktualizace webových prezentací, komunikace s partnery, rozvoj v terénu.

- DoZahrad
- EV13
- Cykloportál JM
- Svatojakubská cesta
- Sklepní uličky

Spolupráce s vysokými školami

Pokračování ve spolupráci s vysokými školami. Zapojení studentů do praxí a stáží. Plánování dlouhodobé spolupráce na pilotních projektech CCRJM.

2.2.2. Podpora značky destinace

Detailní analýzy vstupních míst do kraje a příležitostí pro umístění poutačů.

Podpora užívání značky destinace Jižní Morava na všech propagačních výstupech týkající se cestovního ruchu.

2.3. Inteligentní CR

2.3.1. Jednotný sběr dat destinace jižní Morava

Pro ucelenou představu o vývoji návštěvnosti bude provedena analýza dat mobilních operátorů. V rámci statistik se také zaměříme na informace o návštěvnosti památek v destinaci v rámci jednotlivých čtvrtletí. Systémové zpracování proběhne v Power BI za podpory datového analytika.

2.4. Inicivace rozvoje služeb

Předávání podnětů z regionu, získání zpětné vazby od aktérů CR, diskuze s JMK, předání návrhů.