

# DEGUSTUJ ARCHITEKTURU

Zhodnocení kampaně 2023  
DUBEN - ZÁŘÍ

Centrála cestovního ruchu  
**jižní morava**

# KONCEPCE KAMPANĚ

Cílem kampaně je zatraktivnit destinaci v očích mladého publika v Česku a na Slovensku. Ukázat, že jižní Morava neznamena jen vinařské festivaly a sklepní uličky... Umí být také neotřelá, seriózní a šik. To kampaň ilustruje skrze moderní pojetí architektury vinařských staveb.



## STRATEGIE

1. Mladé publikum hledá neopakovatelné zážitky, proto jsme pojali téma jako unikátní příležitost poznat destinaci z jiného úhlu.
2. Využili jsme sílu influencerů a sociálních sítí. Díky nim jsme zvýšili povědomí o tématu a získali pozornost mladého publika, které na nich tráví spoustu času.
3. Mladí lidé oceňují možnosti interakce a sdílení. Pro opakovatelnost zážitku jsme ke spolupráci přizvali ta vinařství, která pro veřejnost nabízí komentované prohlídky a řízené degustace v kulisách moderního designu.



# Architekturu jedině **naživo**

Protože svajpovat nestačí

📍 Vinařství Spielberg

**jižní morava**



## FÁZE KAMPANĚ

- ➔ 1. FÁZE - PŘEDSTAVENÍ TÉMATU MLADÉ GENERACI PROSTŘEDNICTVÍM FAM TRIPU S INFLUENCERY
- ➔ 2. FÁZE - PODPORA TÉMATU PROSTŘEDNICTVÍM ONLINE KAMPANÍ, PR INZERCÍ A REMARKETINGU
- ➔ 3. FÁZE - DOPROVODNÉ AKTIVITY - PREZENTACE TÉMATU SKRZE AKCE V ZAHRANIČÍ

# TVÁŘE KAMPANĚ



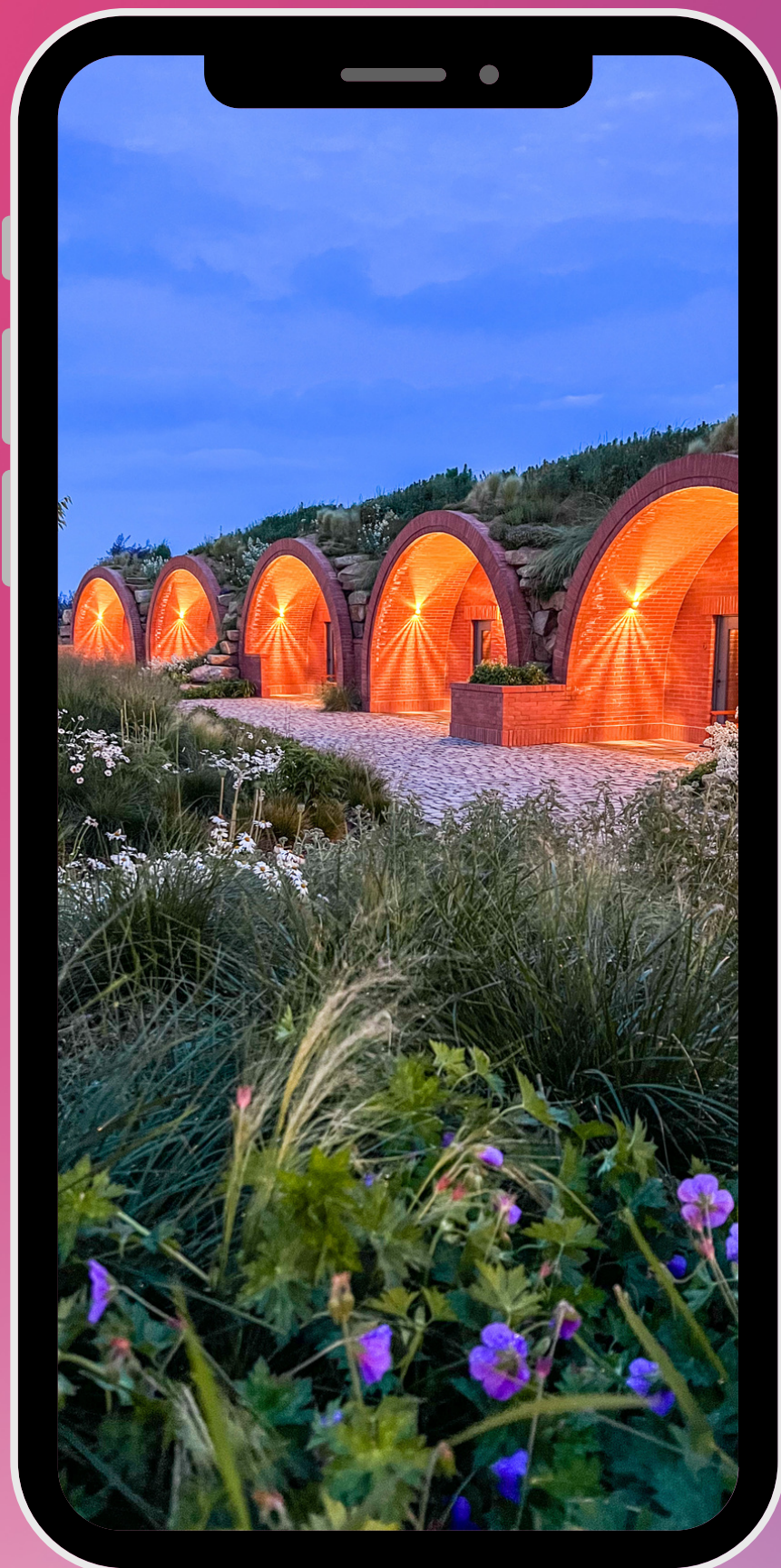
**Krista Audi Turynová**  
@uzasnamista



**Ivanka Antal (Petrušová)**  
@sweetladylollipop



**Eliška Hudcová**  
@timetofit



# Kristýna Audi Turynová 362,2 tisíc sledujících

@uzasna.mista

*“Zakladatelka nejstahovanější aplikace Úžasná místa s tipy na výlety v ČR.”*

nejúspěšnější post



6031



20



## TOTAL REACH

POSTS 591.537

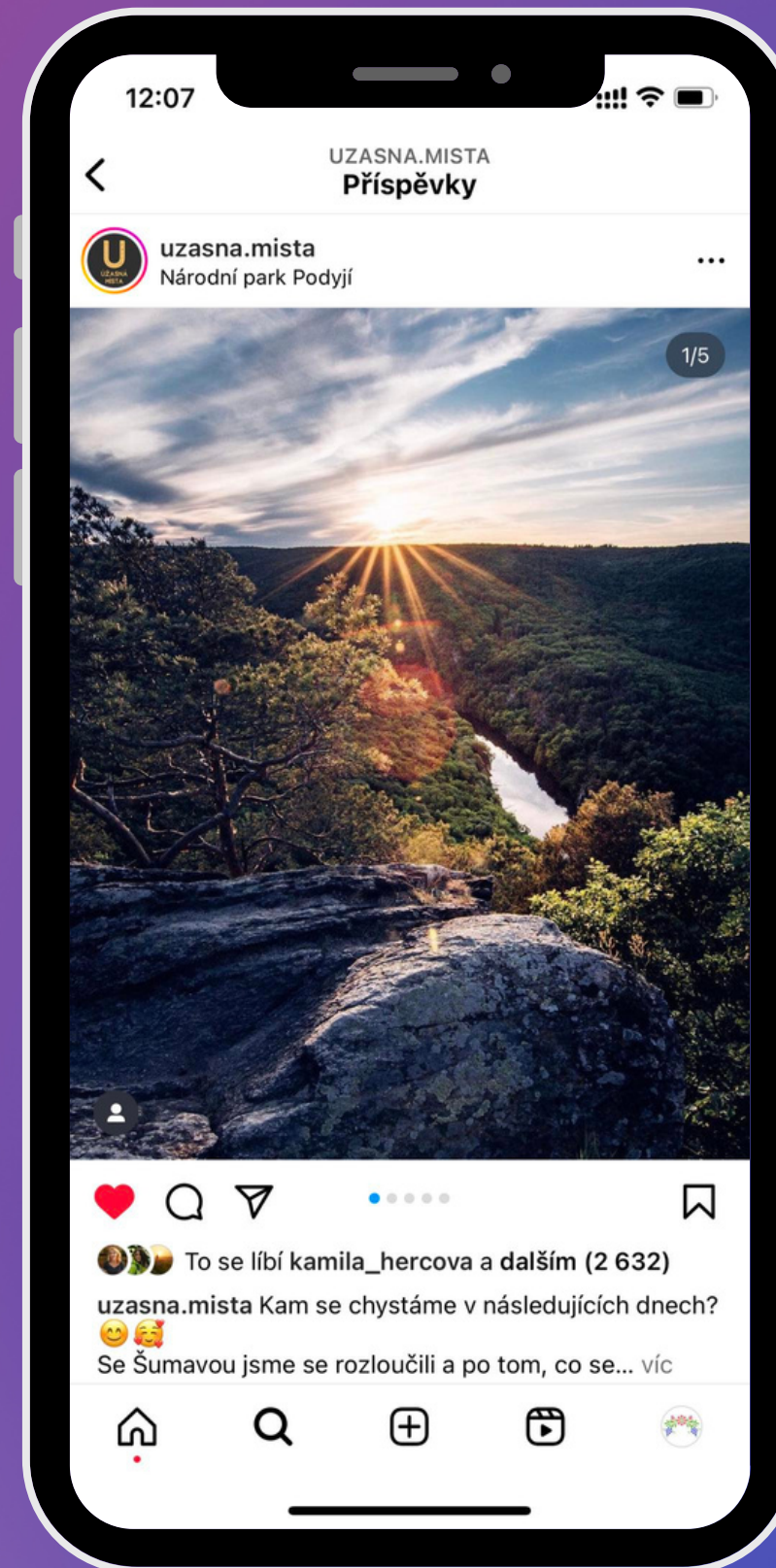
REELS 525.373

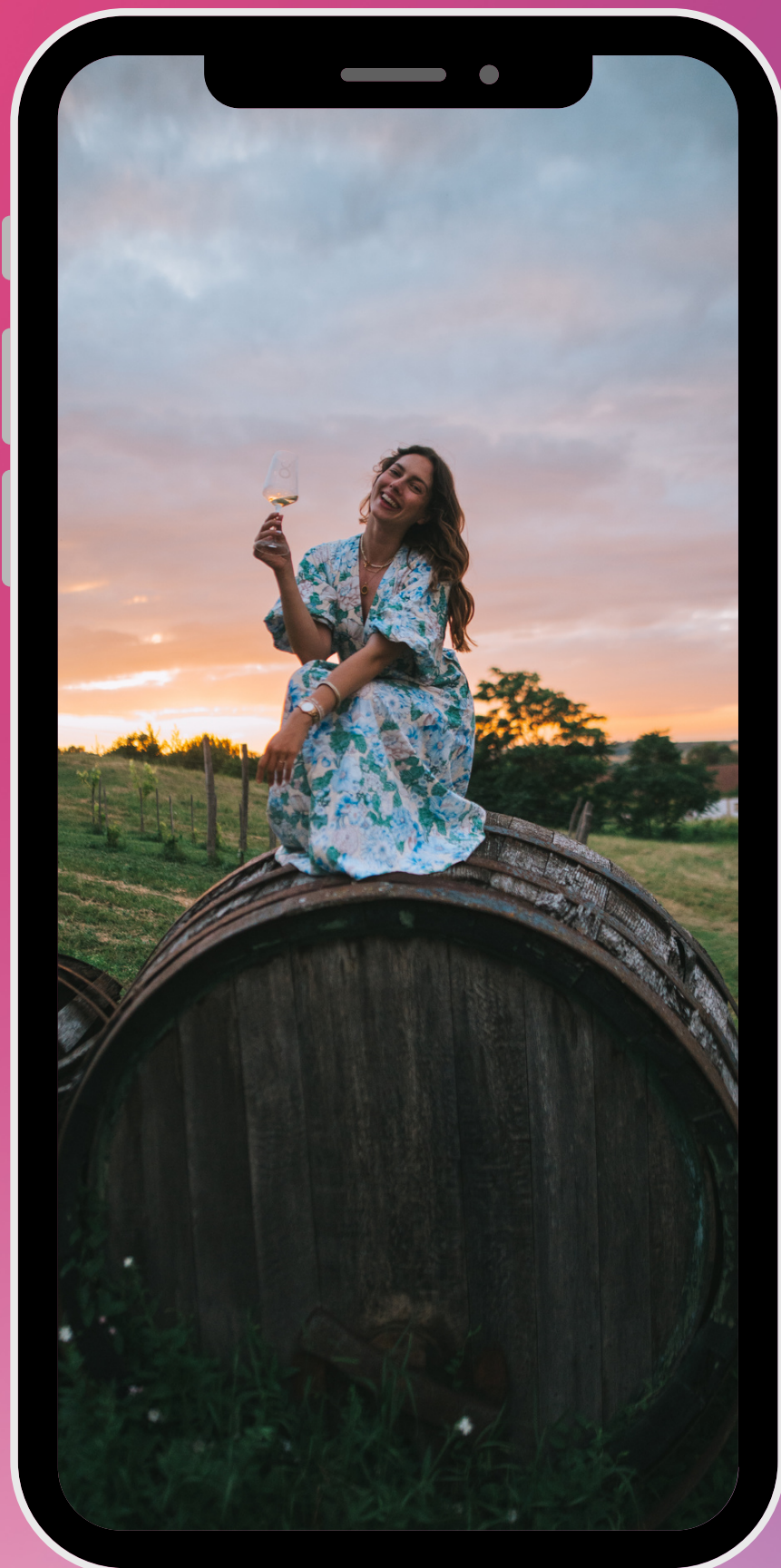
STORIES 1.222.981

---

CELKEM 2.339.891

●●● @uzasnamista





# Ivanka Antal Petrušová

48,7 tisíc sledujících

@sweetladylollipop

*“Slovenská lifestyle influencerka s citem pro design a umění.”*

nejúspěšnější post



763



4



## TOTAL REACH

POSTS 37.118

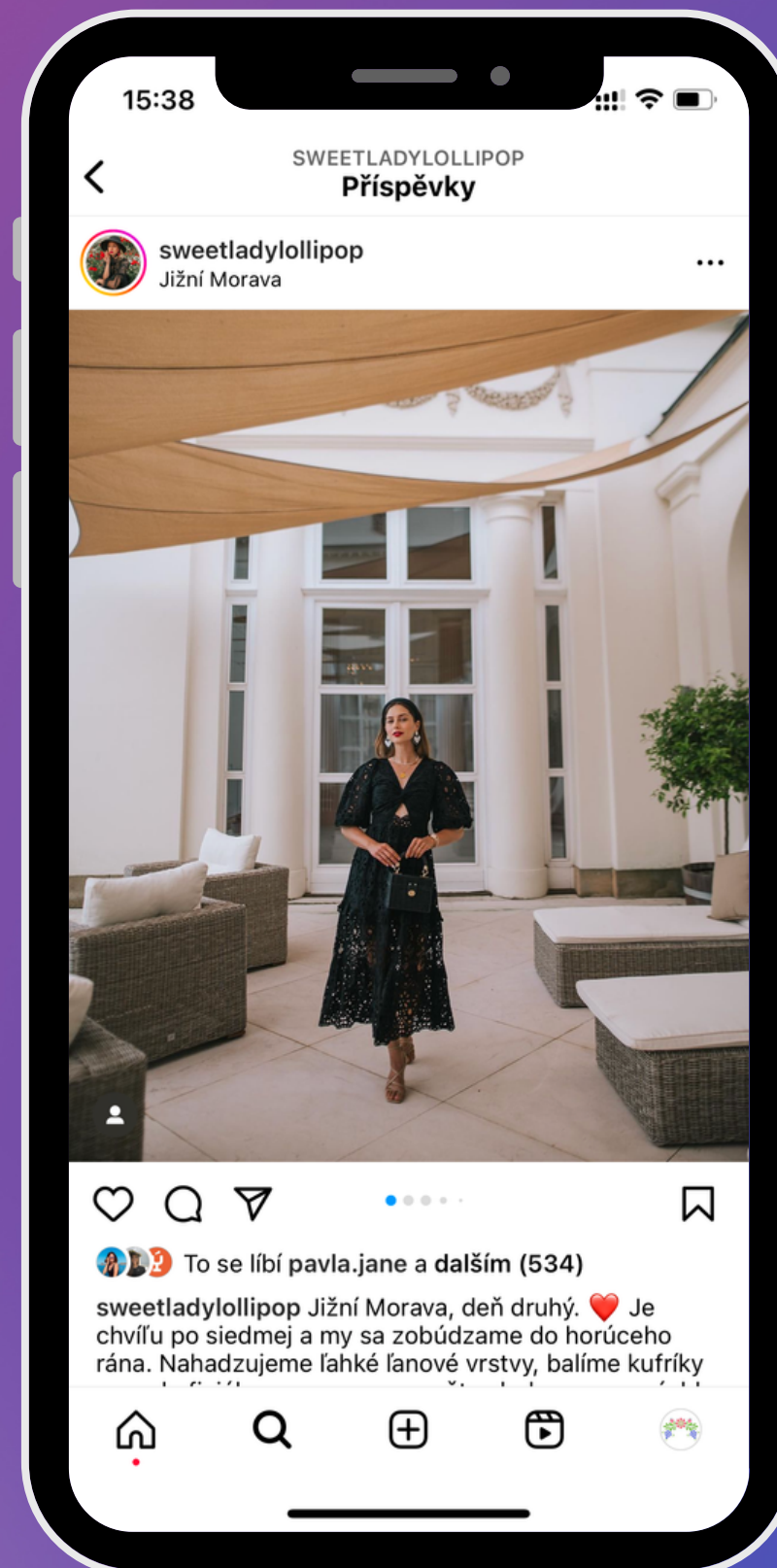
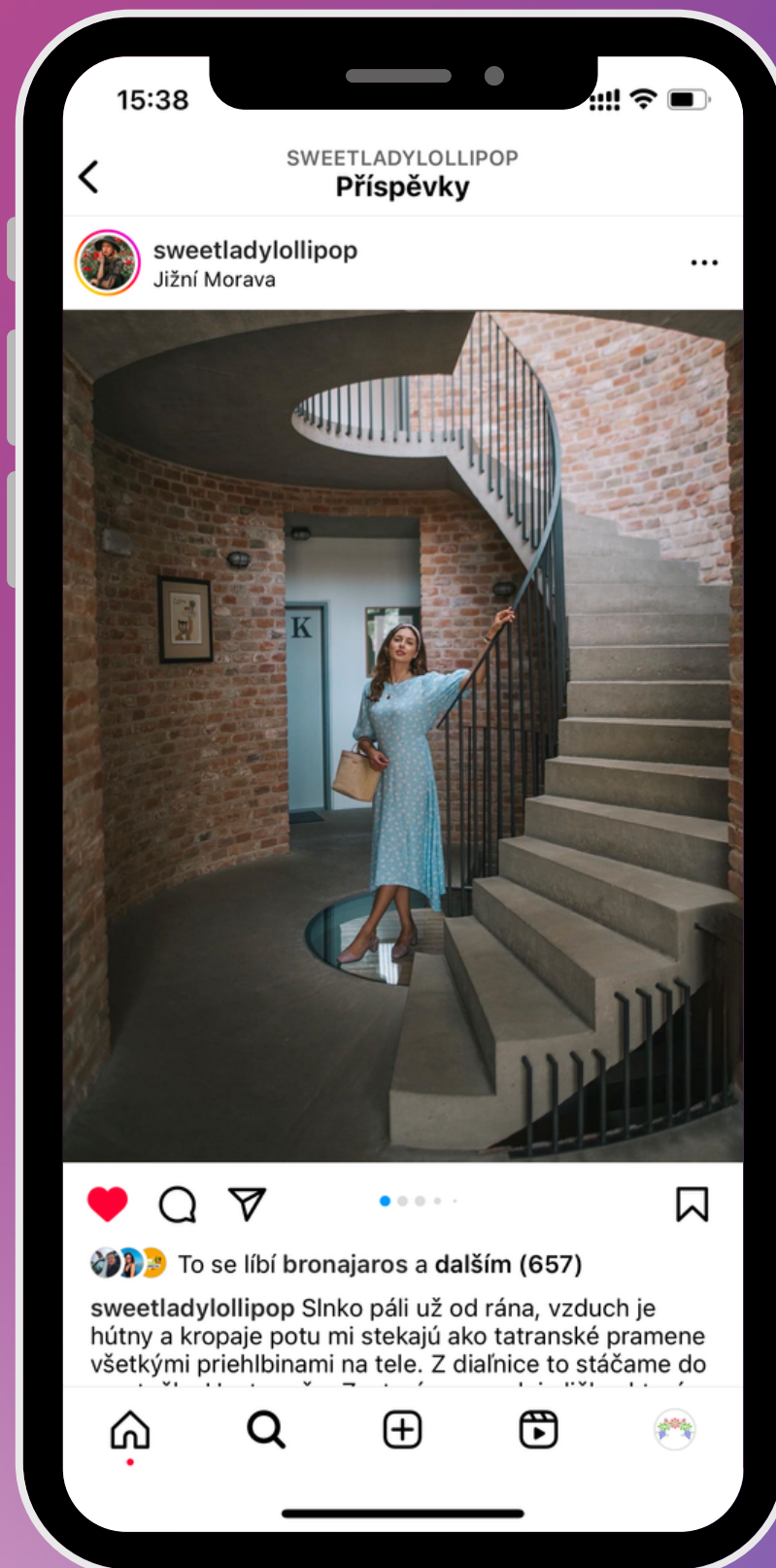
REELS 20.842

STORIES 284.537

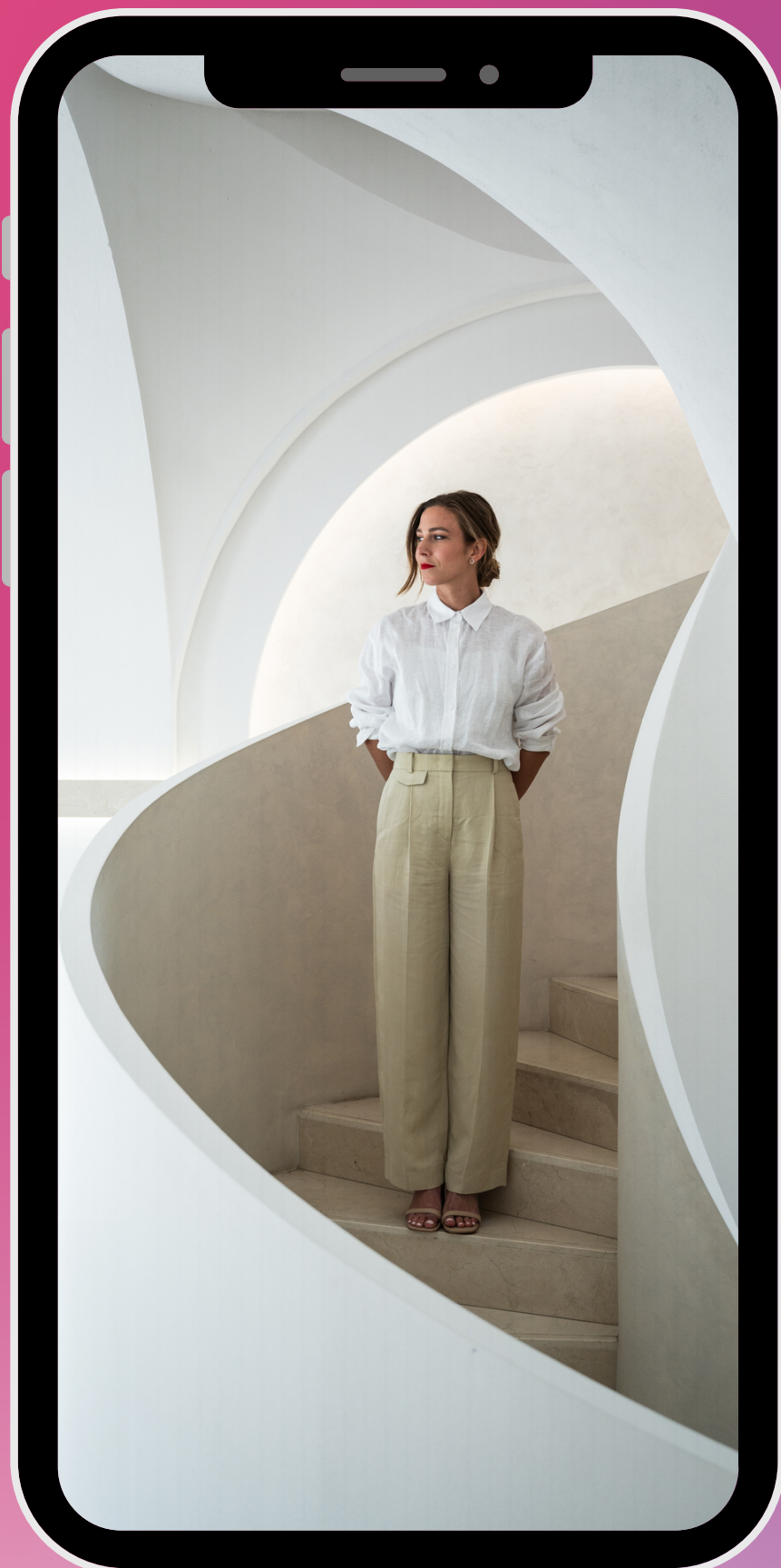
---

CELKEM 342.497

●●● @sweetladylollipop







# Eliška Hudcová

61,6 tisíc sledujících

@timetofit

*"Milovnice hor a spoluzakladatelka výletnické appky Placehunter.  
Na cesty vyráží s přítelem Jardou."*

nejúspěšnější post

📄 2117

💬 27



## TOTAL REACH

POSTS 130.459

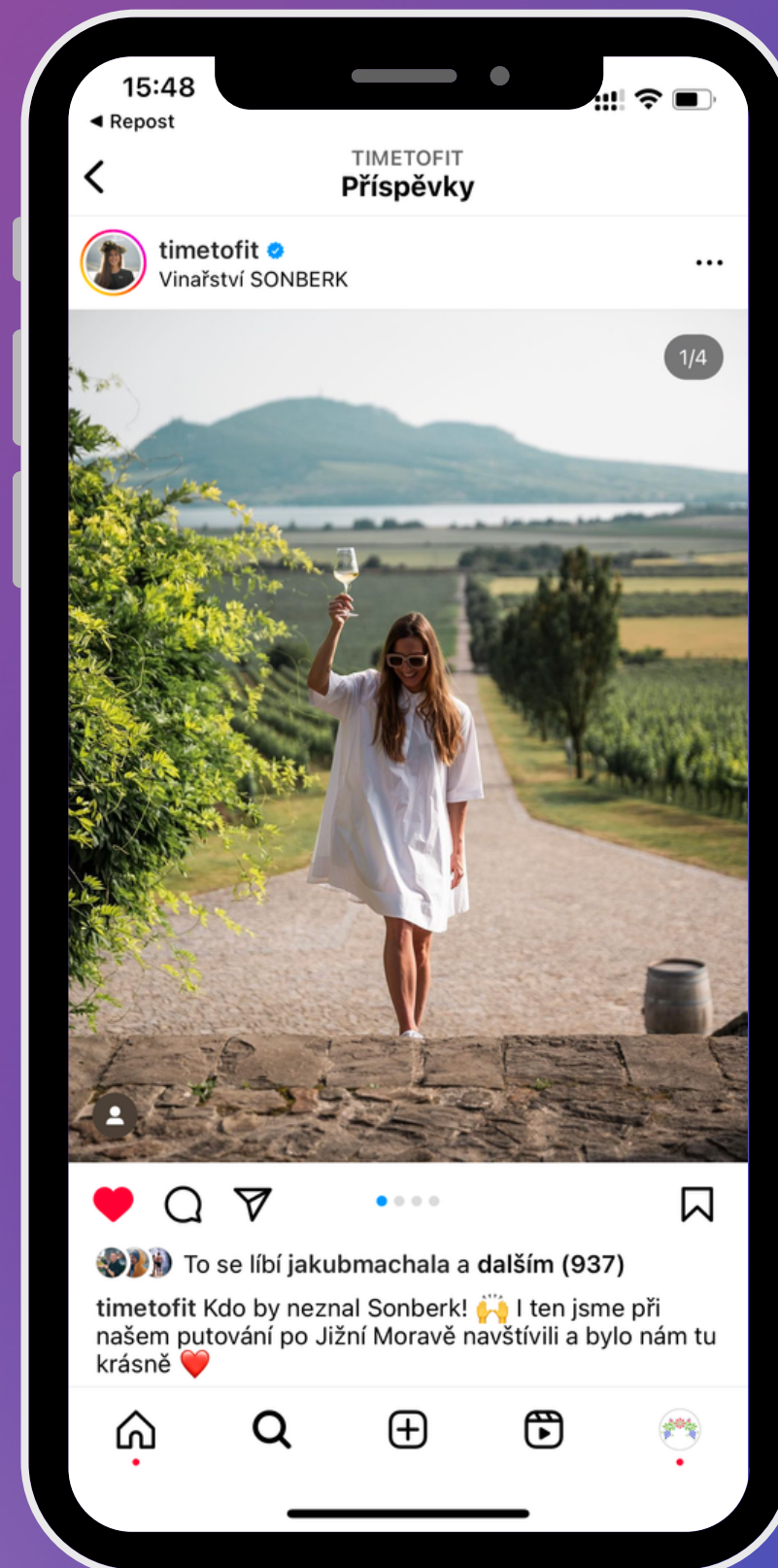
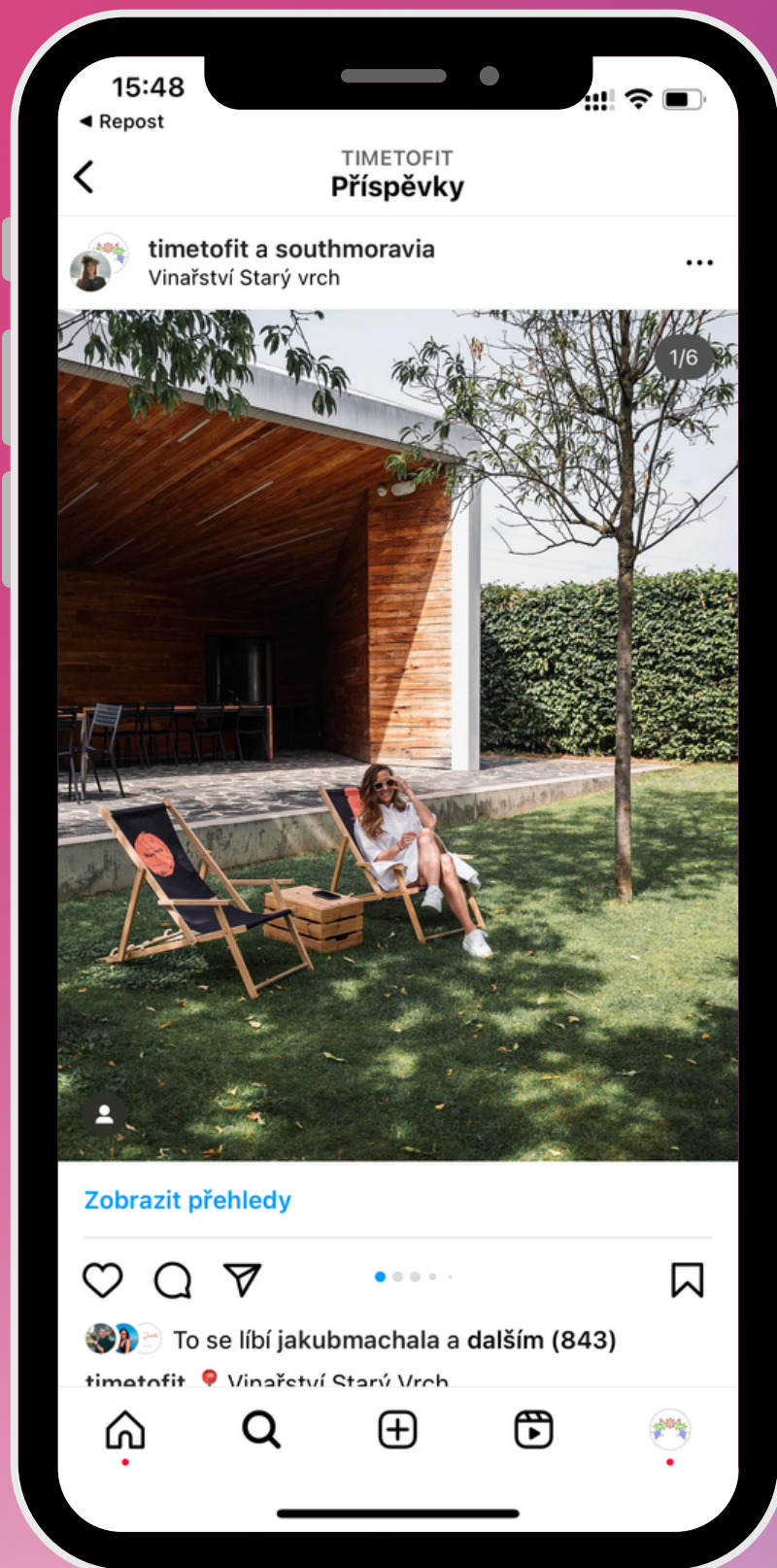
REELS 42.798

STORIES 440.449

---

CELKEM 613.706

● ● ● @timetofit



# SHRNUTÍ FAM TRIPU I.

3 influencerky publikovaly v průběhu celkem  
280 ks obsahu na Instagramu



→ 20 IG postů

→ 255 stories

→ 5 reels videí

# SHRNUTÍ FAM TRIPU II.

- Influenceři vytvořili celkem 523 ks fotografií.
- Ze 2 výletů vzniklo jedno propagační video představující TOP 8 míst pro milovníky vína a architektury.
- Nabídka webu [jizni-morava.cz](http://jizni-morava.cz) byla doplněna o 3 nové výlety pro inspiraci, které se dále propagovaly v rámci kampaně Degustuj architekturu!



# NÁKLADY & DATA

Náklady CCRJM: 136.000 Kč bez DPH

POI\* (Potenciální útraty lidí zasažených sociálními sítěmi): \$ 200.386 (4,8 mil. Kč)

\*spočítáno podle metodiky Destination Think.

$$POI = C_v \times C_i \times M_q$$

$C_v$  = průměrná útrata ČR turisty/den (861 Kč = \$ 37,75) x počet dnů kampaně (kalkulováno s celými 9 dny)

$C_i$  = procento účinnosti jednotlivé sociální sítě na nákup, pro Instagram = 2,21%

$M_q$  = součet všech interakcí na sociální síti (engagement)



# SHRNUTÍ FAM TRIPU III.



**3.296.094**



Celkový zásah (REACH) kampaně  
*Přes tři miliony lidí vidělo kampaňový obsah u všech tvůrkyň.*

**59.149**



Celkový ENGAGEMENT kampaně  
*Tolik lidí komentovalo, lajkovalo, uložilo si nebo sdílelo zveřejněný obsah tvůrkyň.*

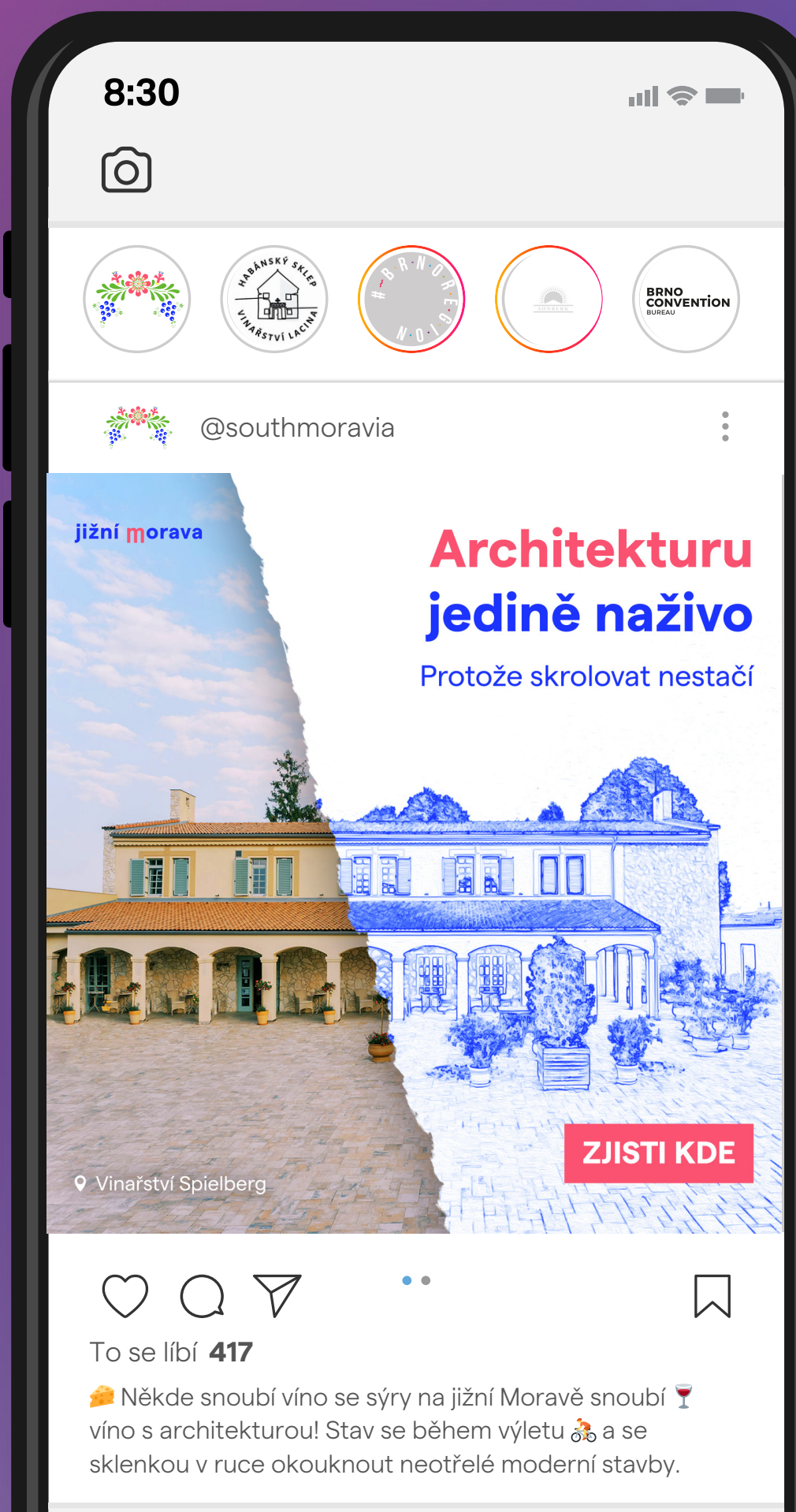
**10,1 mil. Kč**



POI  
*Potenciální výnosnost kampaně pro destinaci*

# REKLAMNÍ SDĚLENÍ

Navazující podpora výstupů v rámci kampaně Degustuj architekturu!



Facebook & Instagram

# REKLAMNÍ SDĚLENÍ

Navazující podpora výstupů v rámci online kampaně Degustuj architekturu!



Facebook & Instagram



# UKÁZKA REKLAM

Navazující podpora v rámci online inzercí

Seznam.cz

**m Jižní Morava** Reklama

**Poznejte víno a architekturu jižní Moravy v jednom**  
Vytipovali jsme místa, kde víno ochutnáte v kulisách dokonalé architektury a designu. Nalaďte všechny smysly ...

♡ Líbí se    💬 Komentáře

**m Jižní Morava** Reklama

**Za oceněnou architekturou a vínem po jižní Moravě**  
Někde snoubí víno se sýry, na jižní Moravě snoubí víno s architekturou! Stavte se během výletu a se sklenkou v rukou...

**m Jižní Morava** Reklama

**Nejlepší výlety pro milovníky vína i architektury**  
Vytipovali jsme místa, kde víno ochutnáte v kulisách dokonalé architektury a designu. Nalaďte všechny smysly ...

# UKÁZKA ČLÁNKŮ

Navazující podpora v rámci tištěných inzercí

PragMoon

RESEKPT

jižní morava

## Degustuj architekturu

Protože fotky nestačí

ZJIŠTI KDE:



Vinařství Lahofer



Vinařství Reisten



Vinařství Spileberg



Někde snoubí víno se sýry, nejlépe kozími. My na jižní Moravě snoubíme víno s architekturou, nejlépe jedinečnou! Vydejte se s námi tam, kde spojení vinařského řemesla a práce špičkových architektů bere dech. Ochutnávejte kvarteto vinařských oblastí jižní Moravy obklopení nadčasovým designem.

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

Vinařství Gotberg



## TIPY NA VÝLETY



*Někde snoubí víno se sýry, nejlépe kozími. Na jižní Moravě se snoubí víno s architekturou, nejlépe jedinečnou!*

Dominantou mikulovské oblasti je vápencový masív Pavlovských vrchů. Tam kdo nebyl, ať odevzdá pas moravského výletníka. Zajedte na jih, do Valtic. Architekti z AiD teamu navrhli budovu vinařství Obelisk inspirováni antikou. Skelet zapuštěný do svahu, štíhlé sloupy a výhled na vinice z proskleného patra. V interiéru je útulně díky zemitým barvám, dřevěné podlaze a intarzií na stropě, která evokuje barokní stropy valtického zámku.

Znojemská oblast se pyšní reprezentativním vinařstvím Lahofer v Dobšicích. Stavba roku 2020 od studia Chybík+Křištof zrcadlí zvlněný terén, kolonáda klenutých žeber vychází z rytmu viných řádků. Obří betonová vlna skrývá výrobní a degustační sál, v u-rampě mezi nimi vznikl venkovní amfiteátr. Stavte se do LAHOTěky na sklenku nebo na koncert pod širým nebem.

Oblast Slovácka, kraj malovaných sklípků a živých tradic, které si místní hýčkají. Vinařství Spiel-

Oblast Velkopavlovicka přezdívaná „modré hory“ je známá červenými víny. Studio POParch situovalo vinařství Starý vrch do sadu v Hustopečích. Přivítají vás mezi meruňkami a loučit se budete u mandloní. Stavba mírně lomených tvarů vyrůstá hladce z terénu. Přírodní kámen a dubové dřevo dýchají čistotou, posezení pod korunami stromů navodí pohodu raz dva.

Moravští vinaři dávno vědí, že ochutnávka plodů jejich práce je komplexním zážitkem. Naladte všechny smysly a vydejte se na místa, kde víno ochutnáte v kulisách dokonalé architektury a designu.

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

jižní morava



# Online kampaň

## Report Česko

CELKOVÝ  
ROZPOČET

**230 000 Kč**



**708 000**

ZOBRAZENÍ KAMPANĚ  
FACEBOOK

Kolikrát se reklama  
zobrazila danému publiku.

**403 000**

ZOBRAZENÍ KAMPANĚ  
GOOGLE

Kolikrát se reklama  
zobrazila danému publiku.

**791 471**

ZOBRAZENÍ KAMPANĚ  
SEZNAM.CZ

Kolikrát se reklama zobrazila  
danému publiku.

**7**

INZERCÍ  
V TISKU

Kolik tištěných inzercí  
bylo realizováno.

# Online kampaň

## Report Slovensko



**564 000**

ZOBRAZENÍ KAMPANĚ  
FACEBOOK

Kolikrát se reklama  
zobrazila danému publiku.

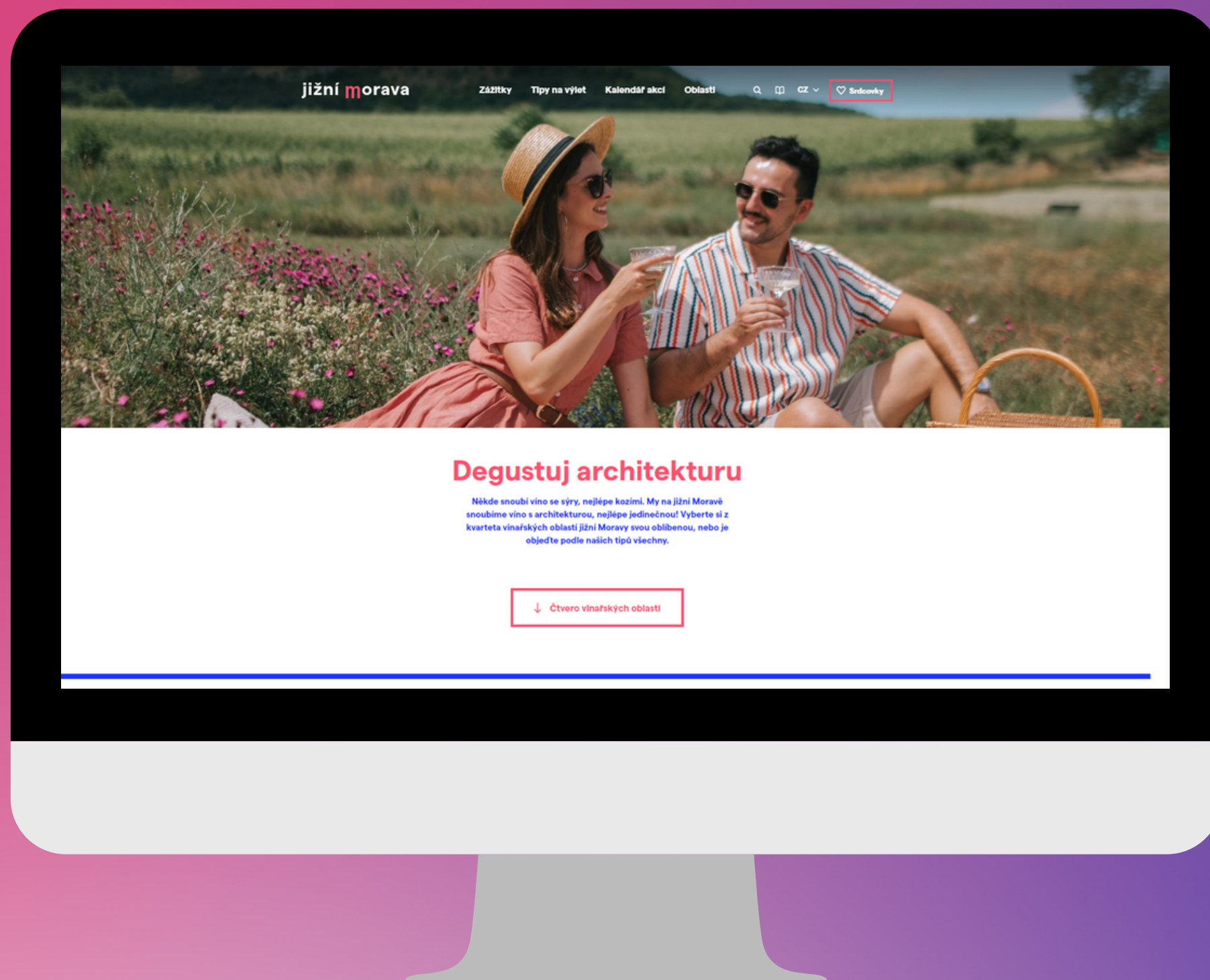
**539 000**

ZOBRAZENÍ KAMPANĚ  
GOOGLE

Kolikrát se reklama  
zobrazila danému publiku.

**44 000 Kč**

CELKOVÝ  
ROZPOČET



# VÝLETY NA WEBU

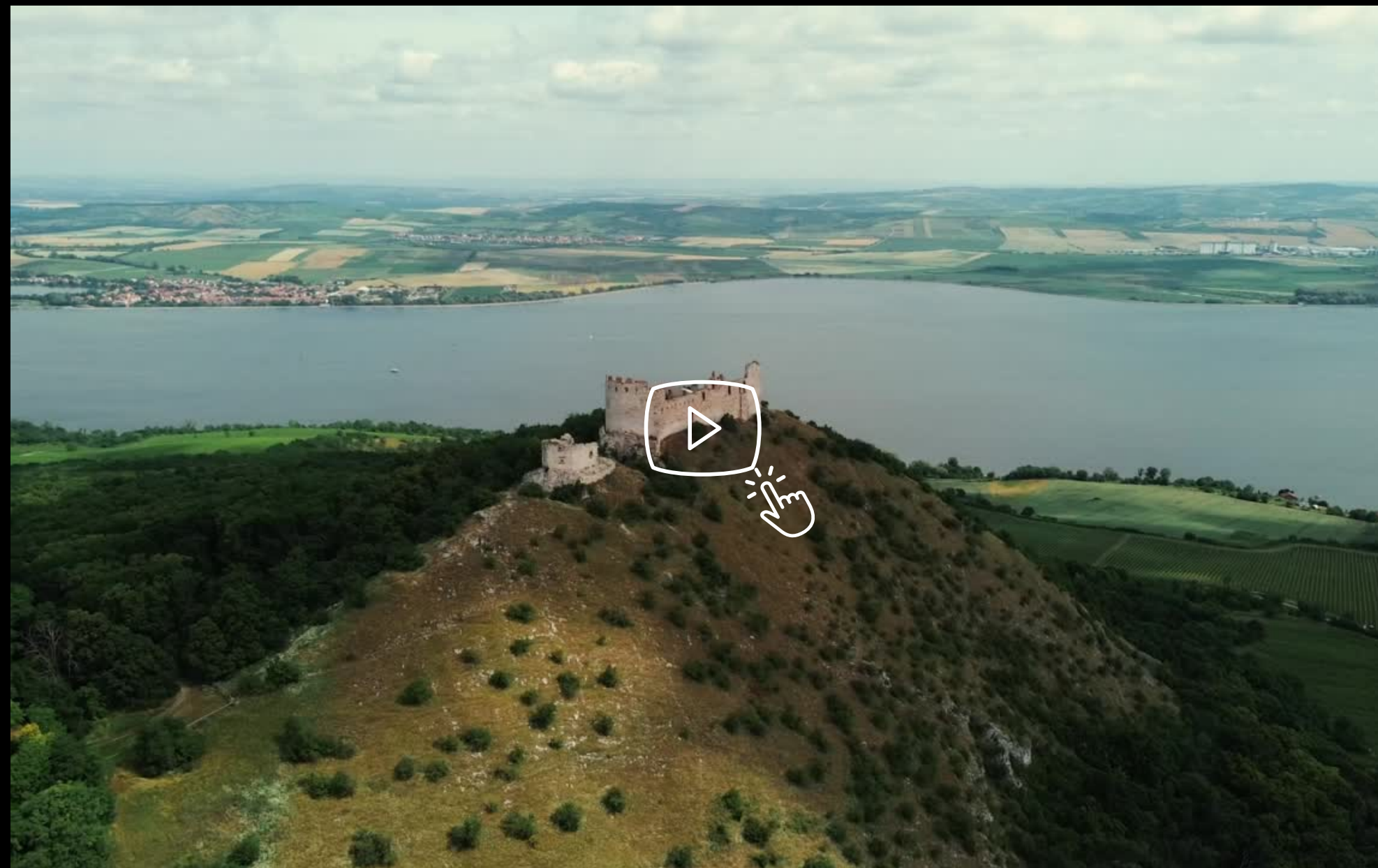
[jizni-morava.cz/cz/vino-a-architektura/](https://jizni-morava.cz/cz/vino-a-architektura/)

Téma na webu prezentujeme skrze 4 blogové články podle vinařských oblastí a 3 výlety.

**rozbal to**



# VÝSLEDNÉ PROPAGAČNÍ VIDEO



# OHLASY

Ukázky zpětné vazby od spolupracujících subjektů

*“Moc rádi jsme se stali součástí projektu víno a architektura od Centrály cestovního ruchu Jižní Moravy. Líbí se nám aktivity vedoucí k propagaci turistického ruchu na Moravě a věříme, že jsme se skrze influencery dostali do povědomí zase další skupině lidí v Česku i na Slovensku.”*

Dominika Holešínská, Sonberk

*“Za mě určitě povedená spolupráce jak z pohledu výstupů, tak organizace a průběhu – za sebe nemám co vytknout a těším se na další :)”*

Karel Osička, Vinařství Starý Vrch

*“Za spolupráci s Centrálou cestovního ruchu - Jižní Morava, z.s.p.o. jsem vděčná. Je naprosto evidentní, že jsou správní lidé na správném místě, které baví řešit turistiku na výjimečných místech jižní Moravy a podporovat tak ty, které své služby poskytují v gastronomii, ubytování a všech ostatních oblastech, které s tím souvisí... Jsem vděčná lidem, kteří se snaží dělat svou práci srdce... ;-) Děkuji Vám za to.”*

Ladislava Škrobáková, Vinařství Škrobák

*“Těší nás vaše snaha o podporu a širší zviditelnění (nejen) našeho vinařství, ale vinařského oboru obecně včetně vinařské turistiky apod. Vína od nás, rozuměj z produkce ČR, si to zaslouží. Větší pozornost a uznání, je a bude tedy jen přínosem.*

Bc. Jaroslav Chaloupecký ml., Vinařství LAHOFER, a.s.

**DĚKUJEME ZA  
POZORNOST**

Centrála cestovního ruchu  
**jižní morava**

