



## Jihočeská centrála cestovního ruchu

# MARKETINGOVÝ PLÁN PRO ROK 2022

- Marketingový plán v roce 2022 navazuje na hlavní činnosti organizace vyplývající ze strategického dokumentu Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje a soustředí se především na oživení cestovního ruchu v jižních Čechách po omezujících opatřeních v přechozích letech.
- Na tento hlavní cíl navazuje Jihočeská centrála cestovního ruchu také zvyšováním povědomí o jižních Čechách a jejich jedinečnosti, podpoře návštěvnosti včetně prodloužení počtu nocí zde strávených, rozšíření sezony do dalších měsíců, oslovení turistů z ČR, blízkých i vzdálených zahraničních trhů a jejich rozprostření dále do území mimo hlavní atraktivitu, podporou projektů nebo vytvářením trvale udržitelného regionu s důrazem na kvalitu služeb spolupráci v rámci press a fam tripů.
- Ve spolupráci se soukromou i veřejnou správou, školami, podnikateli, partnerskými subjekty a destinačními společnostmi zvyšuje Jihočeská centrála cestovního ruchu image celého regionu.

## OBSAH:

1. **MARKETING - JIŽNÍ ČECHY OPRAVDOVÁ LÁSKA**..... strana 3
  - a. Marketingové téma
  - b. Cílové skupiny a jejich hlavní témata
  - c. Projekty
  - d. Další aktivity
  - e. Rozpočet MARKETING
  
2. **DOMÁCÍ CESTOVNÍ RUCH**..... strana 6
  - a. Základní údaje
  - b. Marketingové aktivity
  - c. Projekty
  - d. Vzdělávání, workshopy, meetingy
  - e. Rozpočet DCR
  
3. **ZAHRANIČNÍ CESTOVNÍ RUCH**..... strana 11
  - a. Základní údaje
  - b. Marketingové aktivity
  - c. Projekty
  - d. Nový web
  - e. Rozpočet ZCR
  
4. **SOUHRN PLÁNOVANÝCH VELETRHŮ A EVENTŮ PRO ROK 2022** ..... strana 14



## 1. MARKETING – JIŽNÍ ČECHY OPRAVDOVÁ LÁSKA

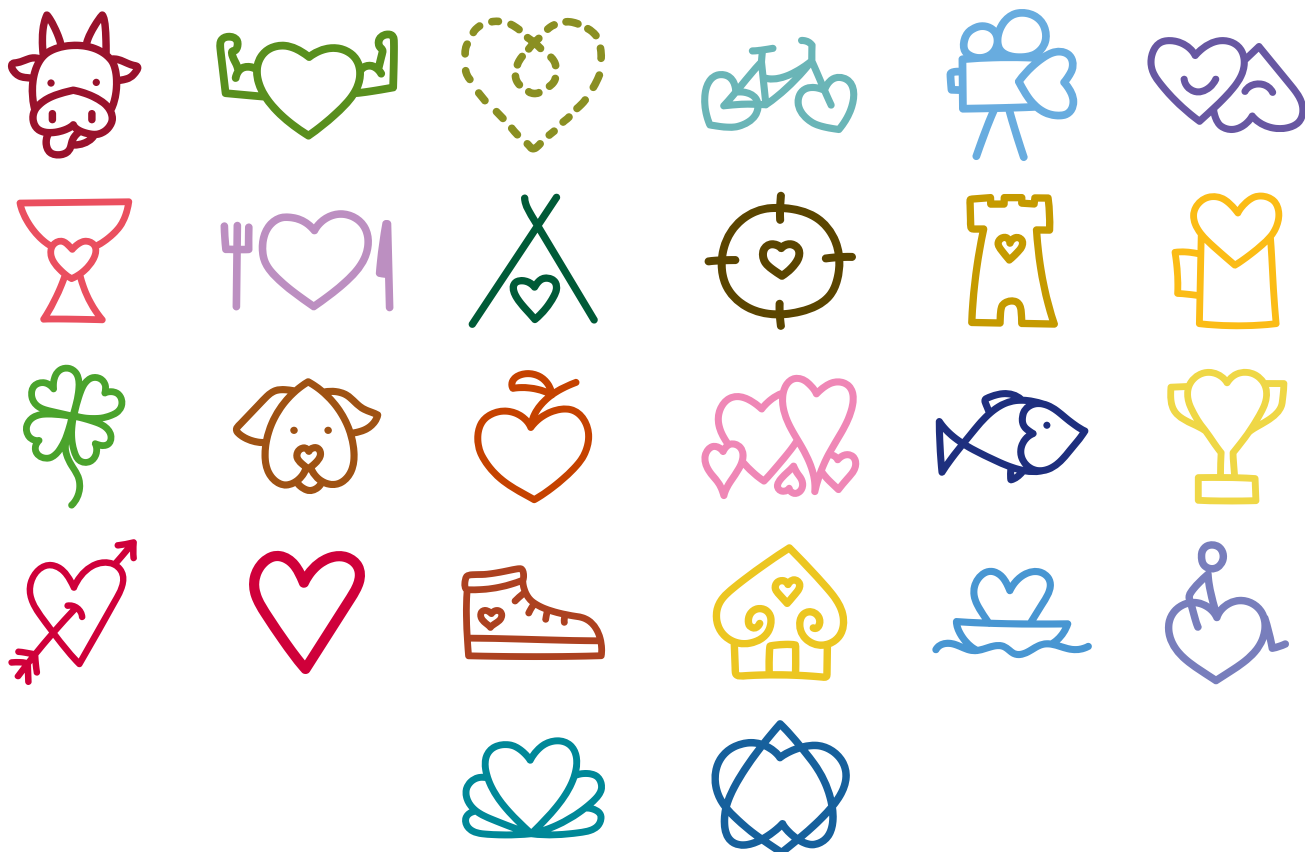
### a. Marketingové téma

V roce 2022 je více než kdykoliv předtím kladen důraz na jedinečnost jižních Čech z pohledu jejich kladného vlivu na lidské zdraví. Čistota ovzduší, množství lesů, rybníků, nížin i kopců jsou jako stvořené k ozdravení jak těla, tak duše. Jižní Čechy tak nabízejí široké možnosti jak kvalitně a nezapomenutelně strávit volný čas, a přitom podpořit své zdraví.

Nadále pak marketingové téma „Jižní Čechy opravdová láska“ i v tomto roce vyjadřuje vřelou emoci, lásku, opravdovost a důvěru k regionu. Základním prožitkem jsou zážitky, které si může odvézt každý návštěvník. Téma se v roce 2022 zaměřuje na srdečnou povahu místních lidí, historické předávání tradičních umění po generace, poctivá řemesla, unikátní gastronomické speciality a jejich výrobu, lásku ke krajině, farmaření, osobní a trvalý vztah k místním památkám, rybolov a myslivost. Každý návštěvník si tak z jižních Čech odveze emoce, které jsou opravdové, zůstávají ve vzpomínkách a hřejí u srdce.



Sjednocujícím prvkem celého téma je srdce, které je zakomponováno také do piktoogramů, které představují jednotlivé produkty cestovního ruchu.



## b. Cílové skupiny a jejich hlavní témata

CÍLOVÁ SKUPINA	HLAVNÍ TÉMA	KOMUNIKAČNÍ MIX
<b>EXTERNÍ</b>		
<b>Rodiny s dětmi</b>	Památky, Pěší, Cyklo, Hipoturistika, JČ ve filmu, Pohodový venkov, Perla JČ, Camping / Glamping, Voda, Gastro, Kultura	Brožury, PR články, Tiskové zprávy, Veletrhy, Eventy, Online, Outdoor
<b>Požítkaři, Mileniálové</b>	Pěší, Cyklo, Camping / Glamping, Pivní stezky, Voda, Gastro, Kultura	Online, Outdoor
<b>Aktivní, Sportovci, Dobrodruzi</b>	Pěší, Cyklo, Camping / Glamping, Pivní stezky, Voda, Hipoturistika, Myslivci, Rybáři, Gastro, Kultura	PR články, Tiskové zprávy, Veletrhy, Eventy, Online, Outdoor
<b>55+</b>	Památky, Pěší, Pohodový venkov, Perla JČ, Wellness, Tradice, Kultura	Brožury, PR články, Tiskové zprávy, Veletrhy, Eventy, Online, Outdoor
<b>MICE, Weddings</b>	Památky, Opravdová historická města, Perla JČ, Wellness, Kultura, Gastro	PR články, Eventy, Online
<b>INTERNÍ</b>		
<b>Podnikatelé v CR, partneři TO</b>		Newsletter, PR články, Tiskové zprávy, Online, Veletrhy, Eventy
<b>Studenti, SŠ a VŠ</b>	soutěže	Online, PR články, Outdoor, Eventy

## c. Projekty

### • Hipoturistika a venkovská turistika

- Webová stránka: jihoceskehipostezky.cz
- Úprava a modernizace webových stránek nebo podstránka na jiznicechy.cz
- Navázání spolupráce s odborníky a Svazem venkovské turistiky a agroturistiky
- Pomoc a podpora při vyznačování koňských stezek
- Pomoc a podpora při budování stanic a odpočívadel

### • Překlad a úprava webu www.jiznicechy.cz do jazykových mutací, ESP, FR, RU

### • Marketingová mediální kampaň (MMR)

#### • Řeka Vltava

- Webové stránky: vltava-reka.cz
- Rozdělení aktivit mezi JCCR a SCCR

#### • Projekt Venkovské památky

- Mühlviertel, Waldviertel
- online kampaň, tištěná kampaň
- geolokační hra, propagační předměty, brožura, mapa, videa, fotky

#### • Projekt NPPCR Marketingové aktivity

- on-line mediální kampaň pro DCR a blízké trhy
- přehledné mapy jižních Čech – ČJ, NJ, AJ
- brožura Vítejte v jižních Čechách – ČJ, NJ, AJ
- Brožura Památky v jižních Čechách – ČJ, NJ
- Brožura Znovuzrozené památky v jižních Čechách – ČJ, NJ
- FB, IG, YT, sponzorování online příspěvků

### • Nový web zaměřený na návštěvníky z Německa a Rakouska – südböhmern.at



## d. Další aktivity

### • Print

- POČET: min. 30 tiskových zpráv
- Vlastní tiskové zprávy a tiskové konference
- PR články
- Dotisk stávajících brožur, tisk nových brožur, jazykové mutace stávajících brožur
- Placená propagace: Mapový informační systém po celém jihočeském kraji

### • On-line

- Sociální sítě – FB + IG Jižní Čechy, FB + IG visitsouthbohemia, FB + IG südböhen, FB + IG Zlatá stezka, Youtube Jižní Čechy
- Vlastní webové portály: jiznicechy.cz, jccr.cz, suedboehmen.at, sitelektokol.cz, vltava-reka.cz, sbcb.cz, travelcon.cz, travelfest.cz, zlatoustezkou.cz, czechypoludniowe.pl
- Online kampaně – FB a IG Jižní Čechy včetně cizojazyčných profilů, min. 4 online kampaně
- Remaster a natáčení nových pořadů a videí
- 18 Reels videí na IG JČ
- Nové fotografie do jihočeské fotobanky Photopick
- Online placená propagace na FB a webových portálech

### • Outdoor

- Billboardy, plakáty
- CLV, rámečky v metru a MHD, citylighty
- Brand stánků, vystavovatelských stolků, vlajek

### • Propagační předměty

- Doplnění stávajících propagačních předmětů ve stylu Jižní Čechy opravdová láska (hrnečky, trička, deštníky, propisky, odznaky, lanyardy, balonky)
- Samolepky pro polský Piknik nad Odrou

### • Jihočeská fotobanka Photopick

- aktualizace a doplnění nových fotografií podle aktuálních potřeb
- údržba a správné označení stávajících fotografií

### • Redesign a aktualizace stávajícího webu jiznicechy.cz včetně jazykových mutací

### • Úprava a aktualizace webu jccr.cz



## e. Rozpočet MARKETING

Celkový rozpočet Marketing: 2 300 000 Kč

Hrubé rozdělení rozpočtu k aktivitám:

Photopick – údržba, update, rozšiřování		300 000 Kč
PR služby – tiskové zprávy, PR konzultace		100 000 Kč
Web jiznicechy.cz – úprava a aktualizace	Všechny mutace	500 000 Kč
Web jccr.cz – úprava a aktualizace		50 000 Kč
Marketingová komunikace značky JCCR	Sociální sítě, placená reklama	50 000 Kč
Propagační předměty (všechny mutace)		400 000 Kč
Travelcon – organizace, technické zajištění aj.		850 000 Kč
Nezařazené položky		50 000 Kč
<b>CELKEM</b>		<b>2 300 000 Kč</b>

## 2. DOMÁCÍ CESTOVNÍ RUCH

### a. Základní údaje

#### Podíl domácích návštěvníků na cestovním ruchu ČR

OBDOBÍ	CELKEM NÁVŠTĚVNÍKŮ	PODÍL DOMÁCÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ	PODÍL V %
2017	1 561 802	1 027 470	64 %
2018	1 726 991	1 083 463	63 %
2019	1 787 952	1 151 746	66 %
2020	1 120 104	975 174	87 %
2021	1 116 295	1 005 691	90 %

#### Profil typického návštěvníka jižních Čech

- rodiny s dětmi, páry, bezdětné skupiny přátel, senioři s vnoučaty
- věk 27–55 let
- důvod návštěvy: rekreace, pěší turistika v kombinaci s poznávacím a kulturním CR (hrady, zámky, muzea, divadlo, festivaly a další), aktivní turistika - cykloturistika, vodáctví, sporty

#### Převažující cílové trhy

- Střední Čechy
- hlavní město Praha

#### Komunikace

- B2C
  - Posílení komunikace a zlepšení vztahů s veřejností s důrazem na Jihočechy
- B2B
  - Posílení komunikace s důrazem na jihočeské podnikatele
  - Ve spolupráci s vysokými školami, vyššími odbornými školami, vzdělávacími institucemi, profesními organizacemi, podnikateli a JHK vytvořit systém opakovaného vzdělávání, zefektivnění praxí studentů a propojení podnikatelů a škol z oboru cestovního ruchu.
  - Cílení na studenty, pracovníky a podnikatele pro zvýšení efektivity vzdělávání, podporu, využití potenciálu studentů a jejich lepší zařazení ve službách CR.
  - Soutěže se zapojením studentů, využití potenciálu a kreativity

#### Krátkodobé cíle

- Snaha o obnovu turismu po COVIDové pandemii
- Produkty vznikající přirozeně zdola na popud turistických oblastí
- Péče o již vytvořené produkty
- Podpora: hipoturistika, venkovská turistika, projekt Vltava řeka

### Dlouhodobé cíle 2022

- prodloužení doby pobytu návštěvníků v regionu
- rozšíření sezóny do dalších měsíců
- rozproštění turistů dále do území mimo hlavní atraktivity
- vytváření trvale udržitelného regionu s důrazem na kvalitu služeb
- upřednostnění kvality před kvantitou
- snaha o získávání návštěvníků, kteří se budou opakovaně vracet do regionu
- zvyšování povědomí o značce jižní Čechy
- zvyšování povědomí o řízení CR, resp. destinačního managementu v jižních Čechách (JCCR, turistické oblasti)
- spojení aktivní turistiky v přírodě s návštěvou kulturních a technických památek, zapojení kempů, cykloturistiky, vodácké turistiky a hipoturistiky
- Sustainable travel

**Komunikační téma 2022:** Jižní Čechy opravdová láska - Spojení aktivní turistiky v přírodě s návštěvou památek, hipoturistiky a venkovské turistiky

### Turistické oblasti

- Celkem 9 turistických oblastí, pokrytí 100% území regionu:
  - › Budějovicko
  - › Česká Kanada
  - › Český Krumlov region
  - › Lipensko
  - › Novohradsko-Doudlebsko
  - › Písecko-Blatensko
  - › Šumavsko
  - › Toulava
  - › Třeboňsko



### Vize a směr:

produkty vznikají přirozeně zdola, oddělení je pouze sjednocuje a promuje produkty na regionální a národní úrovni.

## b. Marketingové aktivity

### • Print, press

POČET: min. 10 tiskových zpráv

- Vlastní tiskové zprávy, případně tiskové konference
- PR články
  - Obecné: MF Dnes, Deník, BUDLive, Barbar
  - Specializované: COT, LUI, Všudybyl, Kam po Česku, TTG, 5+2 - Časopis Vítejte v jižních Čechách

### • On-line

POČET: min. 1 on-line kampaň (sociální sítě dle vlastních marketingových plánů)

- Web – [www.jiznicechy.cz](http://www.jiznicechy.cz)
- Sociální sítě – facebook Jižní Čechy, instagram Jižní Čechy
- Sklik.cz, prozeny.cz, novinky.cz
- Oživení a znovupoužití natočených pořadů a videí

### • Outdoor

POČET: min. 1 outdoor kampaň

- Billboardy, plakáty
- CLV, rámečky v metru a MHD, citylighty

### • TV

POČET: min. 1 série pořadů

- ČT - Vltava naše řeka s V. Cílkem
- ČT - Dobré ráno s ČT (hrazeno Jihočeským krajem)
- Nahodilé reportáže z jižních Čech – ČT, Nova, CNN Prima News, JTV, JČ1, JČ2

### • Rádia

POČET: min. 1 rádiová kampaň

- In-store media – spot Tesco





#### • Veletrhy

- Holiday World Praha, 18.–23. 3. 2022, vlastní expozice
- Gastrofest JARO, duben 2022, vlastní expozice

#### • Další promo akce

- Go a Region Tour Brno, říjen
- Barevná devítka Praha, srpen
- ITEP Plzeň, září
- Země Živitelka, Slavnosti vína, Pivní slavnosti a další akce
- Travelcon ve spolupráci s ZCR, duben

#### • Press a fam tripy

POČET: 0

- Spolufinancování tripů organizovaných turistickými oblastmi

## c. Projekty

#### • Hipoturistika a venkovská turistika

- Webová stránka: jihoceskehipostezky.cz
- Úprava a modernizace webových stránek nebo podstránka na jiznicechy.cz
- Navázání spolupráce s odborníky a Svazem venkovské turistiky a agroturistiky
- Pomoc a podpora při vyznačování koňských stezek
- Pomoc a podpora při budování stanic a odpočívadel

#### • Řeka Vltava

- Webové stránky: vltava-reka.cz
- Rozdělení aktivit mezi JCCR a SCCR OSTATNÍ



## d. Vzdělávání, workshopy, meetings

- Pravidelné setkávání s manažery turistických oblastí (1x za 14 dní)
- Pravidelné setkávání s manažery turistických oblastí & vedením turistických oblastí & partnery, členy, hosty TO - 4x ročně:
  - Duben 2022 – při Travelconu/Travelfestu
  - Červen 2022 – výjezdní zasedání v některé TO
  - Listopad 2022 – při Gastrofestu podzim
- Účast DCR alespoň na 3 odborných seminářích, konferencích či setkáních cestovního ruchu

## e. Rozpočet DCR

**Celkový rozpočet DCR: 3 170 000 Kč**

**Hrubé rozdělení rozpočtu k aktivitám:**

<b>Veletrhy a eventy</b>	Holiday World a jiné	<b>800 000 Kč</b>
<b>Facebook, Instagram – správa a kampaně</b>	Mutace CZ	<b>1 300 000 Kč</b>
<b>Vzdělávání zaměstnanců</b>	Účast na konferencích apod	<b>20 000 Kč</b>
<b>Tištěné materiály – redesign, tisk</b>		<b>100 000 Kč</b>
<b>Projekt Vltava řeka</b>		<b>200 000 Kč</b>
<b>Projekt Hipostecky/Venkovská turistika</b>		<b>100 000 Kč</b>
<b>Print a Outdoor kampaně</b>	Včetně min. 10x TZ	<b>200 000 Kč</b>
<b>On-line kampaně</b>	Google Ads, sklik, PPC aj	<b>200 000 Kč</b>
<b>TV a rádia</b>		<b>200 000 Kč</b>
<b>Fam tripy, press tripy a jiné</b>		<b>50 000 Kč</b>
<b>Nezařazené položky</b>		<b>0 Kč</b>
<b>CELKEM</b>		<b>3 170 000 Kč</b>



## 3. ZAHRANIČNÍ CESTOVNÍ RUCH

### a. Základní údaje

#### Dlouhodobé cíle

- rozvíjení marketingových aktivit cílených v zahraničí
- téma roku přenést i do zahraničních kampaní
- rozproštění návštěvníků do území, kromě hlavních atraktivit, lze prezentovat i méně známé cíle nebo tvořit specializované nabídky
- spolupráce s CzechTourism
- Spolupráce se všemi ZZ
- využívání blogerů ke psaní článků/průvodců v cizím jazyce, potřeba srozumitelného IG profilu @visitsouthbohemia

#### Cílové trhy

- Rakousko
- Německo
- Polsko
- Slovensko
- Maďarsko
- Nizozemí
- Skandinávie
- Jižní Korea

### b. Marketingové aktivity

#### • Press

- dle aktuálních nabídek během roku

#### • On-line

- sociální sítě – Facebook a Instagram Zlatá stezka
- blogeři, influenceři Polsko
- spolupráce se ZZ na online aktivitách

#### • Kampaně

- kampaň advent/zima v jižních Čechách – zaměřeno na Rakousko, Německo
- Kampaň Polsko
- Kampaň „Vzpomínky nestárnou“, zaměření především na Německo a Rakousko
- Online kampaň Marketingové aktivity – Podrobnosti viz bod c. Projekty

#### • Veletrhy

<b>ITF Bratislava</b>	duben	Slovensko
<b>Urlaub &amp; Camping Wels</b>	duben	Rakousko
<b>Lebenslust Vídeň</b>	podzim	Rakousko
<b>T &amp; C Lipsko</b>	listopad	Německo

#### • Eventy/Konference

<b>Argus Bike</b>	duben	Rakousko
<b>Travelcon</b>	duben	
<b>Piknik nad Odrou</b>	květen	Polsko
<b>Canaletto</b>	srpen	Německo
<b>Waldviertel Pur</b>	květen	Rakousko

### • Press a fam tripy – Highlights z jižních Čech

- Rakousko
- Německo
- Polsko
- Nizozemí
- Skandinávie
- Plus další země dle aktuální nabídky zahraničních zastoupení

## c. Projekty

### • Projekt Venkovské památky

- Mühlviertel, Waldviertel:
- online kampaň, tištěná kampaň
- geolokační hra, propagační předměty, brožura, mapa, videa, fotky

### • Projekt NPPCR Marketingové aktivity

- Přehledné mapy jižních Čech – ČJ, NJ, AJ
- Brožura Vítejte v jižních Čechách – ČJ, NJ, AJ
- Brožura Památky v jižních Čechách – ČJ, NJ
- Brožura Znovuzrozené památky v jižních Čechách – ČJ, NJ
- Edice 33 pěších výletů po jižních Čechách – ČJ

### • On-line mediální kampaň JČ opravdová láska na domácím trhu a blízkých trzích

- On-line mediální kampaň bude probíhat jako bannerová kampaň formou RTB, Facebook kampaň a Video kampaň. Bude cílena na zájemce o cestování následovně:
- Podle místa původu: domácí trh - ČR, blízké trhy: Rakousko, Německo, Polsko
- Podle věkové kategorie: Návštěvníci starší 18 let, rodiny s dětmi, senioři
- Podle motivace: Lidé se zájmem o cestování nebo Českou republiku

## d. Nový web

### • suedboehmen.at /suedboehmen.info

- určený pro návštěvníky z Německa a Rakouska

## e. Rozpočet ZCR

**Celkový rozpočet ZCR: 2 850 000 Kč**

**Hrubé rozdělení rozpočtu k aktivitám:**

<b>Veletrhy a eventy</b>	Vídeň, Mnichov	<b>700 000 Kč</b>
<b>Facebook, Instagram – správa kampaně</b>	Mutace EN, DE	<b>400 000 Kč</b>
<b>Vzdělávání zaměstnanců</b>	Účast na konferencích, jazyková výuka	<b>50 000 Kč</b>
<b>Tištěné materiály – redesign, tisk</b>	ZCR a NPPCR	<b>100 000 Kč</b>
<b>Projekt Creator House</b>		<b>300 000 Kč</b>
<b>Projekt Polsko</b>		<b>300 000 Kč</b>
<b>Projekt SBCB – South Bohemia Convention Bureau</b>		<b>250 000 Kč</b>
<b>Print a outdoor kampaně</b>	Včetně 10x TZ	<b>250 000 Kč</b>
<b>On-line kampaně</b>	Google Ads, sklik, PPC aj	<b>100 000 Kč</b>
<b>TV a rádia</b>		<b>200 000 Kč</b>
<b>Fam tripy, pres stripy a jiné</b>		<b>150 000 Kč</b>
<b>Nezařazené položky</b>		<b>50 000 Kč</b>
<b>CELKEM</b>		<b>2 850 000 Kč</b>

## 4. SOUHRN PLÁNOVANÝCH VELETRHŮ A EVENTŮ PRO ROK 2022

## PLÁN VELETRHŮ A EVENTŮ - JIŽNÍ ČECHY 2022

## Veletrhy

Název	Termín	Místo	Odpovědné odd.
Holiday World Praha	březen	ČR	DCR
Urlaub & Camping Wels	duben	Rakousko	ZCR
ITF Slovakiatour Bratislava	duben	Slovensko	ZCR
ITEP Plzeň	září	ČR	DCR
Lebenlust Vídeň	podzim	Rakousko	ZCR
Go a Regiontour Brno	listopad	Slovensko	DCR
T & C Lipsko	listopad	Německo	ZCR

## Eventy / Konference / Akce

Název	Termín	Místo	Odpovědné odd.
Argus Bike	duben	Rakousko	ZCR
Travelcon	duben	ČR	DCR + ZCR
Gastrofest	jaro	ČR	DCR
Piknik nad Odrou	květen	Polsko	ZCR
Waldviertel Pur	květen	Rakousko	ZCR
Canaletto	srpen	Německo	ZCR
Barevná devítka Praha	srpen	ČR	DCR
Země Živitelka	září	ČR	DCR





© 2022

Jihočeská centrála cestovního ruchu

Foto: Petr Kubát, Hani Kabashi, archiv Jihočeské centrály cestovního ruchu