

Projekt: Rozvoj destinačního managementu turistické oblasti vyplývajícího z akčního plánu 2024/2025

Odpovědnost: Turistická oblast Opavské Slezsko, z.s.

Akční plán destinačního managementu Turistické oblasti Opavské Slezsko, z.s. pro období 2024/2025

Cílem projektu je zajistit dlouhodobě udržitelný rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti Opavské Slezsko (TO OS). Aktivity tohoto projektového záměru korespondují se Strategií řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji, s Akčním plánem rozvoje cestovního ruchu MSK a vycházejí ze Strategie Destinačního managementu turistické oblasti Opavské Slezsko a Marketingová strategie turistické oblasti Opavské Slezsko. Destinační management turistické oblasti Opavské Slezsko se bude aktivně podílet na aktivitách a akcích krajské destinační společnosti Moravian-Silesian Tourism, s. r. o. nebo Moravskoslezského kraje. Některé aktivity, které vyžadují úzkou součinnost, jsou přímo zařazeny do akčního plánu TO OS.

Cílem projektu je dosažení dvou strategických cílů turistické oblasti Opavské Slezsko, jimiž jsou:

- 1) Rozvoj destinace
- 2) Zvýšení konkurenceschopnosti destinace

Strategické cíle budou naplňovány jednotlivými specifickými cíli. U prvního strategického cíle “Rozvoj destinace” budou naplňovány:

- a) Podpora tvorby a rozvoje produktů a produktových témat cestovního ruchu
- b) Rozvoj a tvorba informačního systému (digitalizace)
- c) Podpora prodeje
- d) Zvýšení výkonnosti destinace (statistiky, měření)

U druhého strategického cíle “Zvýšení konkurenceschopnosti destinace” budou naplňovány:

- a) Zajištění chodu destinační společnosti
- b) Zajištění organizace cestovního ruchu v oblasti na základě platformy 3K

Jednotlivé aktivity jsou podrobněji rozepsány níže v “Tabulce aktivit”.

Jedním z cílů projektu je rozvoj a zkvalitnění stávajících produktů, produktových témat či služeb, které jsou již neodmyslitelně s turistickou oblastí Opavské Slezsko spjaty. V plánu máme také tvorbu nových produktů a produktových témat, které budou vycházet z výše uvedených dokumentů, budou vhodně doplňovat stávající nabídku, a zároveň budou, kde to bude možné, korespondovat s hlavními komunikačními tématy CzT. Za klíčové v současné době a také do budoucna považujeme zaměřit se na digitalizaci produktové nabídky a další měřitelnost segmentu. Snahou je využít moderní nástroje a dosáhnout maximálního potenciálu.

Vzhledem k pravidelným schůzkám s partnery turistické oblasti Opavské Slezsko je prováděna analýza turistické oblasti ve vztahu k uvedeným tématům, jsou vytvářeny pracovní skupiny se zastoupením soukromého i veřejného sektoru. Stávající a nové produkty jsou tvořeny jako základní image turistické oblasti Opavského Slezsko a snahou je rovnoměrné pokrytí celé oblasti. Pod hlavičkou jednotného vizuálního stylu dochází k posílení a zviditelnění oblasti v rámci Moravskoslezského kraje, posléze celé ČR. Cílem je zvýšení návštěvnosti a trvalého zájmu turistů o oblast, s měřitelným efektem pro podnikatelskou sféru.

Při tvorbě produktů a produktových témat se chceme zaměřit na efektivní a měřitelné zapojení partnerů do daných aktivit a měřitelné využití ze strany turistů. Příkladem je systém turistické karty, který nestojí jen na benefitech provozovatelů, ale slouží i jako nástroj novodobého marketingu, efektivní spolupráce platformy 3k, zdroj klíčových dat a v neposlední řadě se zaměřuje na kvalitu služby a zlepšení zákaznické zkušenosti turistů. Dalším krokem je využít systém (software) u budoucích produktů a mít tak pro turisty k dispozici např. jednu vstupenku opravňující vstup do všech bunkrů (muzeí) v rámci produktu Opevnění Slezska.

Dalším výsledkem budou e-traily, které adekvátně doplní nabídku destinace. Díky tomu dokážeme v místech, kde nejsou z různých důvodů umožněny komentované prohlídky s živým průvodcem, nahradit tento způsob on-line provedením. Prohlídky budou zaměřeny na určité cílové skupiny, budou spojovat různé provozovatele a doplněny budou o zážitky či úkoly. Kroky povedou k posílení zájmu cílové skupiny rodiny s dětmi, která dle výzkumů neustále roste (momentálně podíl 41 %).

Stabilně využíváme koncentrované síly formou společné marketingové propagace, do které se zapojují zástupci soukromého i veřejného sektoru. Následné kroky budou směřovány tedy na podporu prodeje a marketingové aktivity daných témat, které budou propagovat jednak Opavské Slezsko jako turistickou oblast, ale také jednotlivé partnery destinačního managementu. Zde patří jednoznačně Turistické noviny, velmi dobře cílené kampaně na sociálních sítích a další formy propagace (tisk, rádio apod.)

Pro zvýšení konkurenceschopnosti oblasti na trhu cestovního ruchu je zapotřebí pravidelné síťování aktérů cestovního ruchu uvnitř oblasti. Snahou je propojení jednotlivých účastníků a jejich zapojení do produktů. Ze strany destinačního managementu jsou konány schůzky partnerů a workshopy pro zajištění aktuální

informovanosti, pro potřeby analýzy oblasti, jejího směřování a podílení se na společných projektech. V případě potřeby jsou s partnery konány také individuální schůzky. Cílem je udržet a dále rozvíjet platformu 3K. Měřitelným nástrojem pro stanovení trendu výkonnosti destinační společnosti a turistické oblasti budou provedeny šetření cestovního ruchu, jednak samostatně a v případně potřeby v součinnosti s MST nebo MSK. V tomto směru využíváme naše partnerství se Slezskou univerzitou v Opavě a také VOŠ a HŠ Opava a nově využijeme i systém pro zpracování především statistik ČSÚ, marketingových výstupů a měření kvality služeb cestovního ruchu.

Pokračovat budeme ve sledování samotné návštěvnosti oblasti (HUZ), návštěvnosti ve vybraných turistických atraktivitách, počtem zapojených partnerů v produktech, vydaných turistických kartách apod. Základním - kvantitativním cílem je nárůst počtu přenocování v HUZ každoročně o 3 % a zvýšení počtu zapojených partnerů či počtu aktivit v turistické kartě oproti minulému období.

Cílovou skupinou projektu je tuzemský návštěvník/turista, samozřejmě z Moravskoslezského kraje, ale i jiných krajů ČR. Ve spolupráci s MST/MSK, či dalšími turistickými oblastmi můžeme efektivněji oslovit návštěvníky na zahraničních trzích, se zaměřením na ty, kteří zde dle analýzy návštěvnosti jezdí nejčastěji (Polsko, Slovensko, Německo). Jedná se o současného i potenciálního návštěvníka, který prostřednictvím propagačních a marketingových aktivit získá příslušné informace, které podpoří jeho rozhodnutí strávit svůj čas v turistické oblasti Opavské Slezsko. Zaměřujeme se především na Rekreaty, Požitkáře a Poutníky.

Naším cílem je také soustředit se na kvalitu poskytovaných služeb, neboť z vlastních výzkumů nám vychází, že 66 % návštěvnosti je založeno na spokojenosti návštěvníků a jejich referencích. Realizace tohoto projektu bude mít jednoznačný přínos především pro turisty mířící do turistické oblasti Opavského Slezska. Díky projektu dojde k výrazně lepšímu zmapování všech produktů či zdokonalení současných. Aktivity projektu přispějí také ke stabilnějšímu propojení jednotlivých subjektů, možnosti hlubší spolupráce a vzájemné podpory a samozřejmě i lepším možnostem marketingové podpory ze strany destinačního managementu. Zástupci veřejné i soukromé sféry musí pocítit smysl spolupráce s destinačním managementem, jehož výsledkem je zvýšení počtu návštěvníků či tržeb.

Tabulka aktivit:

Oblast	Aktivita	Výstup	Specifikace výstupu	Napojení na projekt MSK/MST
---------------	-----------------	---------------	----------------------------	--

<p>1. Produkty a produktové balíčky</p>	<p><i>Profilový produkt (produkty)</i></p>	<p>Návrh, sestavení a realizace produktů nebo produktových témat ve spolupráci s partnery Opavského Slezska, případně participace na produktech MST/MSK.</p> <p>Výstupem může být nový průvodce, noviny, komentovaná prohlídka, letáček, webová aplikace, event, turistická karta, fyzický materiál .</p> <p>Podpora a rozvíjení stávajících a tradičních produktů a akcí, které jsou pro Opavské Slezsko typické, či vytváření nových.</p> <p>Příprava produktů dle Akčního plánu, aktuálních témat CZT, MSK, případně těch, které vyplynou z jednání a potřeby s partnery Opavského Slezska.</p> <p>Podílení se na tvorbě produktových balíčků s přesahem do dalších turistických oblastí.</p> <p>Vše v souladu akčních plánů.</p>	<p>1) Systém turistické karty Opavské Slezsko Celý systém je digitálním produktem, jehož cílem je smysluplné propojení aktérů cestovního ruchu a poskytovatelů služeb a prohloubení jejich spolupráce. Jedná se o třístrannou spolupráci - 1) ubytovací kapacity, 2) poskytovatelé služeb/provozovatelé atraktivit a právě 3) destinační společnosti. Naší snahou je nejen zatraktivnit naši destinaci a motivovat turisty k návštěvě, ale i propagace jednotlivých provozovatelů a zvýšení počtu jejich návštěvníků. Spojením nabídky služeb a zvýhodněných balíčků do on-line prostředí získáváme skvělý nástroj pro turisty a důležitou konkurenční výhodu pro sebe a partnery.</p> <p>Práce na systému sestává z následujících aktivit: akvizice, práce s partnery a začlenění do systému, školení partnerů, zadávání dat do systému, provoz, správa a licence systému, online rezervační systém, platební brána, distribuce a uplatnění turistických karet, marketingové aktivity, včetně grafických prací, tisku.</p> <p>Celý systém funguje na webové prezentaci www.opavskocard.cz, včetně její responzivní verze pro mobilní telefony. Výstupem jsou počty vydaných karet, počty návštěvníků přivedených k partnerům a především statistická data o zákaznickém chování a preferencích turistů.</p> <p>2) Miniprůvodce Opavským Slezskem - E-trail Prohlídkové trasy zasazené do on-line prostředí ve spojení s plněním zajímavých úkolů. Jedná se o venkovní hry ve webové prezentaci, které usnadňují turistům plánování programu a poznávání daných míst (měst). Předem definovaná (na určité téma) trasa provede turisty požadovanými místy, kdy jim bude nenásilnou formou představena historie a příběh místa spolu se současným využitím a zajímavostmi. Tento nástroj adekvátně doplňuje nabídku destinace a umožňuje v místech, kde nejsou z různých důvodů umožněny komentované prohlídky s živým průvodcem, nahradit tento způsob on-line provedením. Současně budou tyto e-traily nabízeny v turistické kartě.</p> <p>Indikátorem je počet odehraných her ve webové aplikaci.</p> <p>3) Tvorba produktového tématu Minipivovary Opavského Slezska Vytvoření "průvodce" po minipivovarech, podpora gastroturistiky. Napojení producentů na Regionální produkt Opavské Slezsko. Produkt se bude dát využít pro plánování výletů, pro cykloturistiku apod.</p> <p>Práce na produktu sestává z následujících aktivit: Akvizice partnerů, začlenění do systému, tvorba textů, fotografií, plánování tras, grafické zpracování, marketingová podpora:</p> <p>3) Opavské Slezsko regionální produkt Prohloubení podpory regionálních produktů, jako nástroje marketingu a jedinečnosti TO OS. Prezentace regionálních produktů na akcích OS a akcích partnerů. Vytváření příležitostí pro prezentaci jednotlivých producentů (Veletrhy, Akce vína, roadshow,...). Konání networkingových akcí a aktivity vedoucí k propojení a síťování jednotlivých producentů, řemeslníků, zemědělců, obchodníků, poskytovatelů služeb s restauracemi, hotely a dalšími zařízeními CR.</p>	<p>ad 1) Napojení na akční plán MSK. - klíčová témata a aktivity: Rozvoj a rozšiřování spolupráce v rámci projektu Turistická karta Opavské Slezsko Zahnuje atraktivitu z Technotrasy, gastropodniky, tj. možné napojení na POJEZ</p> <p>ad 2) Navazuje na akční plán MSK. Posílení spolupráce s podnikatelskou sférou v rámci podpory Opavské Slezsko regionální produkt. Umístění loga MSK na tištěné materiály. Možná provazba s projektem POJEZ.</p> <p>ad 3) TECHNOTRASA - budeme nápomocni při uspořádání workshopu pro možné kandidáty do Technotrasy s MST. Propojování Technotrasy a našimi tématy.</p> <p>ad 4) Napojení na akční plán MSK - klíčová témata a aktivity: Produktové téma Opevnění Slezska.</p>
--	--	--	---	---

Oblast	Aktivita	Výstup	Specifikace výstupu	Napojení na projekt MSK/MST
			<p>3) Technotrasy Součinnost a kooperace při rozšiřování a snaha o zapojení dalších subjektů z TOOS do Technotrasy. Případně aktivity vedoucí ke stavu, kdy je možné subjekt připojit. Síťování, schůzky, jednání s provozovateli a majiteli atraktivit, podpora prodeje ze strany TO OS. Propagace Technotrasy apod.</p> <p>4) Opevnění Slezska - Otevřené bunkry Rozvoj produktového tématu www.opevneni-slezska.cz, práce s partnery, jednotná propagace a ucelenosti produktu. Zajištění eventu Otevřené bunkry, součástí prací je akvizice partnerů, školení, grafické práce, tisky materiálů, propagace apod.</p>	

<p>2. Aktivita podpory prodeje</p>	<p><i>Podpora profilových produktů a témat, veletrhy, prezentační akce, fam/press tripy</i></p>	<p>Rozvoj aktivit prodeje a marketingových aktivit směrem k potenciálním turistům TO OS a cíleně také těch, kteří již v oblasti jsou ubytováni - ve spolupráci s místními aktéry cestovního ruchu. Využití marketingových specialistů pro dosažení profesionálních výstupů.</p> <p>Kombinace B2B i B2C. Účelná propagace několika formami - především využitím tištěné inzerce - vlastní turistické noviny, inzerce, rádia, billboardy, CLV, turistická karta atd.</p> <p>Zaměření na propagaci "face to face" formou veletrhů či roadshow.</p> <p>Využití 3k platformy, pomoc při marketingových aktivitách partnerů</p>	<p>1) Účast na veletrzích cestovního ruchu (tuzemské i zahraniční) Prezentace turistické oblasti (včetně zajištění prospektového servisu pro naše partnery). Zajištění formou spolupráce s MSK/MST (dle vyhlášených veletrhů), případně s další turistickou oblastí, případně samostatná účast. Může se jednat o veletrhy např. v Bratislavě, Brnu, Praze a Ostravě, nebo na zahraničním veletrhu v Katovicích, případně dalších společných roadshow. Zajištění propagace Opavské Slezsko regionální značky, formou nákupu a nabídky ochutnávek.</p> <p>2) Turistické noviny Příprava podkladů a koordinace schůzek s partnery pro zapojení a volbu témat do novin. Návrhy tipů na výlet, tvorba textů, mapový podklad, grafické práce, copywriting, korektury. Distribuce.</p> <p>Počet kusů: cca 150 000 ks, A4 Jako příloha Deníku v 8 krajích ČR. 10 000 ks pro vlastní potřeby (k dispozici zapojeným partnerům, TIC, rozdáváno na akcích - vždy zdarma turistům)</p> <p>3) Propagace v rámci roadshow Organizační a personální zajištění prezentačních aktivit turistické oblasti na významných akcích, které se konají v Opavském Slezsku a mají svým významem přesah za hranice oblastí. Prezentace vlastních materiálů, produktů, ale také prezentace spolupracujících subjektů z řad veřejné i soukromé sféry. Z hlediska kontaktu s návštěvníky/turisty nenahraditelná akce.</p> <p>4) Marketing a propagace TO OS v médiích v ČR i mimo Inzerce a propagace v médiích, inzerce, billboardy, CLV a další způsoby propagace dle aktuálně řešených témat.</p> <p>5) Realizace Press/fam trip Převážně ve spolupráci s MST nebo MSK, popřípadě dalšími TO. Zaměřeno na spolupracující novináře, provozovatele online portálů, blogerů, atd. Představení turistické oblasti a partnerů.</p> <p>6) Pojez Zajištění spolupráce při tvorbě tohoto produktu, pomoc s navazování kontaktů a akvizicí partnerů. Případně další aktivity nutné k realizaci produktu. Maximální snaha o zapojení se do eventu formou stánku či jiné propagační aktivity.</p>	<p>ad 1) Navazujeme na AP MSK a společnou prezentaci kraje a tur. oblastí. Prezentace OS jako součástí MSK. Propagace nejen OS, ale také celého MSK - nosná témata apod.</p> <p>ad 2) Turistické noviny - nástroj na síťování širokého spektra partnerů - slouží k zmapování nabídky na nadcházející sezónu - silná propagace. Možnost pro prezentaci MST/MSK produktů či projektů.</p> <p>ad 3) V rámci roadshow OS zajistíme prospektový servis MSK/MST a představíme hlavní nosná témata, dle umístění roadshow (Technotrasy, Pojez, Single trails a další, plus hlavní komunikační témata atd.) Návštěvníci se dozví možnosti OS, ale také celého MSK.</p> <p>ad 4) Marketingová propagace Opavského Slezska a celého Moravskoslezského kraje. Umístění loga MSK do všech materiálů a vložení zpětného odkazu. Možnost zajištění propagace produktů MST nebo MSK, ve kterém budou zahrnuti subjekty z OS.</p> <p>ad 5) Spolupráce na tvorbě a přípravě tripů.</p> <p>ad 6) Pojez</p>
---	---	---	---	--

Oblast	Aktivita	Výstup	Specifikace výstupu	Napojení na projekt MSK/MST
3. Online aktivity	<p><i>Weby, e-marketing</i></p>	<p>Technická a systémová podpora, správa a aktualizace, webhosting a domény webu www.opavske-slezsko.cz a www.opavskocard.cz a www.opevneni-slezska.cz</p> <p>Práce s profily sociálních sítí. Aktualizace informací, PR články a komunikace s návštěvníky.</p> <p>Placené kampaně na sociálních sítích - facebook, instagram. Práce s dalšími sítěmi - LinkedIn.</p> <p>Spolupráce s marketingovými specialisty, copywritery atd.</p>	<p>1) Aktualizace profilu sociálních sítí a tvorba kampaní Aktualizace a další aktivity na profilech sociálních sítí oblasti, pravidelné příspěvky, prezentace oblasti. Podpora partnerů oblasti či MST a MSK, tvorba odkazů na partnery i podnikatelské subjekty, odkazy na webové stránky. V průběhu realizace projektu budou tvořeny jednotlivé placené kampaně. Cílové skupiny budou stanoveny ve spolupráci s odborníkem na sociální sítě. (předpoklad cílení Moravskoslezský kraj, ČR, Polsko a další trhy).</p> <p>Náklady: Nastavení, správa a optimalizace kampaní, kredit na jednotlivé kampaně.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Podpora letní kampaně • Získání nových fanoušků • Ostatní kampaně <p>2) Aktualizace a úprava webové prezentace TO OS Správa a aktualizace moderních webových prezentací, např. SEO úpravy, webhosting, úpravy homepage či dalších stránek menu apod.</p>	<p>1) Prezentace a propagace nabídky OS dle různých témat - návaznost na web severnimorava.travel či sociální sítě MSK/MST. Umístění postů na fb, propagující web severnimorava.travel a všechny produkty vyplývající z akčního plánu.</p> <p>2) Samostatná sekce na webu - představení partnerů Opavského Slezska a MST a MSK. Carousel: Prožij a vyprávěj - severnimorava.travel, kudyznudy.cz, Technotrasy, Pojez, Moravskoslezský kraj apod.</p>
4. Osvětová činnost, statistiky, měření	<p><i>Práce s partnery, workshopy, pracovní setkání, study tours apod.</i></p>	<p>Naplánování fam & press tripu - oslovení médií (včetně online médií, bloggerů, fotografů). Vytvoření skupiny aktérů, kteří si budou pravidelně předávat informace a tipy na aktivity v TO.</p> <p>Šetření cestovního ruchu umožňujícího realizaci statistik a měření kvality služeb ve vlastní turistické oblasti. Využití systému GAS.</p> <p>Pravidelné setkání a workshopy, případně školení pro zvýšení informovanosti a konkurenceschopnosti aktérů cestovního ruchu - vše v souladu s platformou 3K.</p>	<p>1) Workshop pro pracovníky CR, setkání partnerů, školení, platforma 3k Využití platformy 3K - Pravidelná setkání partnerů TO OS, práce na aktuálních tématech, sdělení aktuálních informací, zapojení do produktů a nabídky. Vzdělávací akce a cesta po atraktivitách a zajímavostech TO OS, především pro pracovníky CR. Cílem je zvýšení povědomí o chystaných novinkách a tím, co OS nabízí. Možnost pojení také se školením ve spolupráci s MST - server severnimorava.travel</p> <p>2) Šetření cestovního ruchu, statistiky, měření kvality služeb, hodnocení dopadů Např. aktualizace dotazníkového šetření, realizace tohoto šetření, zajištění náležitostí k provedení. Zpracování analýz a pomoc při zajištění. Sledování trendu výkonnosti, vyhodnocení, následná opatření, tvorba ekonomické analýzy. Šetření výkonnosti sociálních sítí, kvality poskytovatelů služeb, reklamních kampaní apod. Využití systému GAS.</p>	<p>ad 1) V rámci workshopů budou účastníkům odprezentovány hlavní nosná témata MSK a MST a možnosti zapojení. Preprezentace webu severnimorava.travel a možná spolupráce s partnery (využití jako dalšího marketingového kanálu).</p> <p>Možnost představení oblasti pracovníkům MST/MSK formou výletu po OS.</p> <p>ad 2) Statistická data prohloubí informace o TO OS, zpětná vazba pro MST a MSK</p>

Oblast	Aktivita	Výstup	Specifikace výstupu	Napojení na projekt MSK/MST
5. Ostatní	<i>Marketingové a akční plány, strategie a další výše nezařazené</i>	Rozšiřování spolupráce a konkrétní výstupy se studenty.	<p>1) Spolupráce se Slezskou univerzitou a HŠ a VOŠ Opava Praxe pro studenty, zadávání bakalářských a absolventských prací, účast na absolutorích apod.</p> <p>2) Náklady na získání certifikace DM Zajištění vydání certifikace pro DM TO OS.</p> <p>3) Strategie CR MSK Aktivní spolupráce pro realizaci opatření dle Strategie CR MSK.</p>	<p>ad 1) podmínka dotačního titulu</p> <p>ad 2) Aktivní činnost pro certifikaci DM TO OS - obhajoba certifikace oblastní destinační společnosti.</p>

Uloženo: <https://opavske-slezsko.cz/destinacni-management/strategicke-dokumenty/>