



**SAINT ELMO'S**  
TOURISMUSMARKETING

# INTERREG ATCZ31 „PAMÁTKY ŽIJÍ“

Výsledky a Interpretace

**Interreg**



EUROPAISCHE  
UNION

Österreich-Tschechische Republik

Europäischer Fonds für regionale Entwicklung



EUROPÄISCHE UNION

**denkmäler leben**  
památky žijí

# PŘEHLED PROJEKTU

POSTUP

VYHODNOCENÍ

VÝSLEDKY

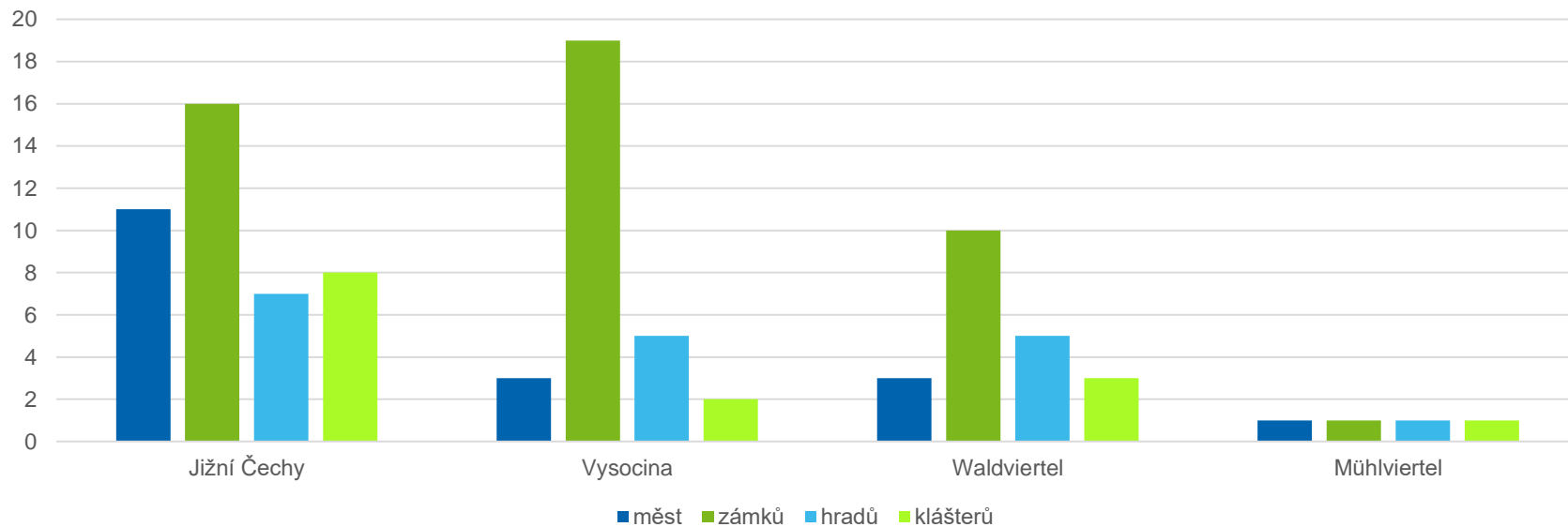
KONTAKT

# OBSAH PROJEKTU

- **Cíl:** Zjištění, zda – a pokud ano – v jaké kvalitě lze nalézt prezentující se památky na webu.
- **Rozsah:** Celkem bylo vyhodnoceno 96 památek ve dvou regionech České republiky a dvou regionech Rakouska. (Jihočeský kraj & Kraj Vysočina resp. Waldviertel & Mühlviertel)
- Těchto 96 památek se skládá z:
  - 18 měst
  - 46 zámků a muzeí
  - 18 hradů a
  - 14 klášterů

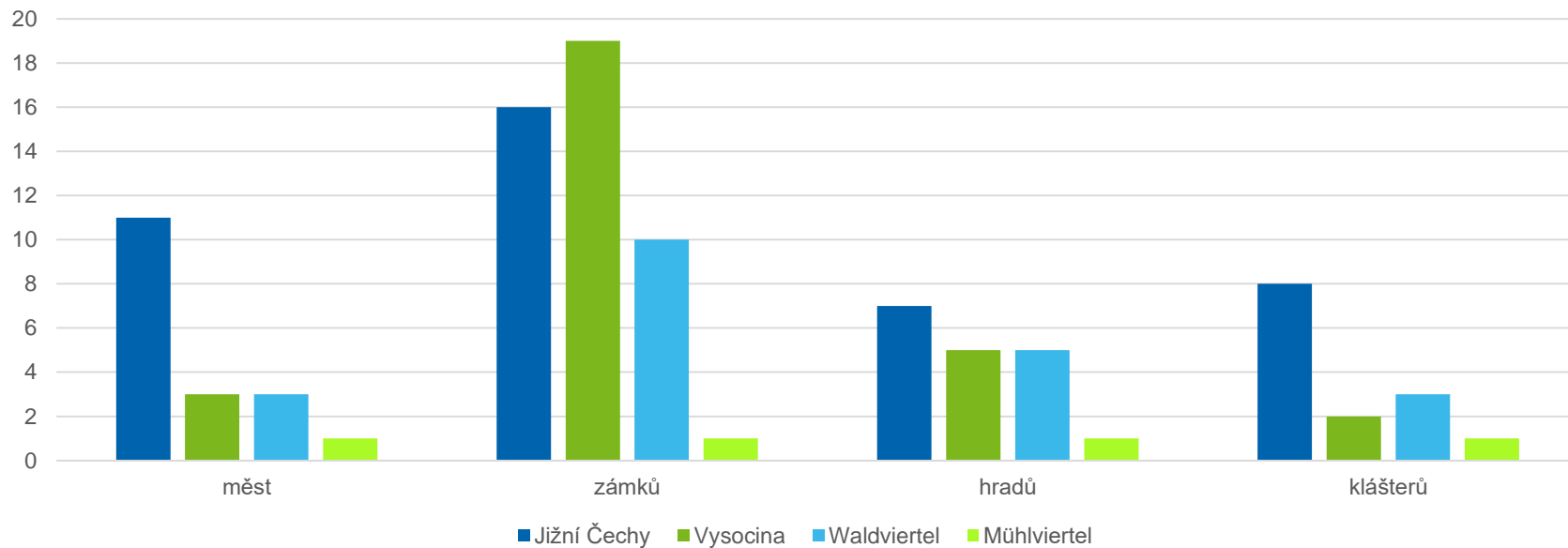
# PŘEHLED REGIONY

přehled regiony



# PŘEHLED KATEGORIE

přehled kategorie



**PŘEHLED PROJEKTU**

**POSTUP**

**VYHODNOCENÍ**

**VÝSLEDKY**

**KONTAKT**

# POSTUP

1.

## Zhotovení seznamu relevantních platform

Dle relevance, kontaktních bodů návštěvníků, snímaných čísel webové návštěvy a významu pro daný trh byly zvoleny vhodné online platformy pro tuto analýzu.

2.

## Definice měřitelných kritérií pro hodnocení

Dle atributu dobrého a atraktivního zápisu/prezentace na webu byla definována příslušná kritéria.

3.

## Zjištění a vyhodnocení online zápisů/prezentací daných památek na vybraných platformách

Vyhodnocení webové prezentace daných památek bylo provedeno systematicky dle vybraných, měřitelných parametrů. Vyhodnocovací proces byl průběžně opakovaně optimalizován a přizpůsoben.

3a.

## Rozšíření měřitelných kritérií pro rozsáhlou analýzu

Pro získání ještě lepšího celkového dojmu webové prezentace byly v průběhu šetření přidány další vyhodnovací faktory.

# POSTUP

## 1. Zhotovení seznamu relevantních platforem

### Vybrané platformy

- Wikipedia
- Tripadvisor
- Bergfex
- Yelp
- Google my Business
- Herold
- Facebook
- Czech-tourist
- Czech.cz
- Jiznicechy.cz
- Google
- Seznam

### Výzva

- Platformy byly vybrány v úzkém souladu se zadavatelem zakázky dle turistické relevance, kontaktních bodů návštěvníků a snímaných čísel webových návštěv. S pohledem na uživatele nutno říci, že některé platformy mají vysokou relevanci pouze v jedné jazykové oblasti.



# POSTUP

## 2./2a. Definice měřitelných kritérií

### Vybraná měřitelná kritéria

- **Kvalita obrázků** a **Výběr motivů**
- **Počet obrázků**
- **Obsah textu** (celistvost, relevance informací pro turistu)
- **Čitelnost textu** (textová tvorba, struktura a délka, typografie, pochopitelnost textu)

### Výzva

- Platformy se dost lišily ohledně webdesignu a obsahu. Proto nemohly vždy být vyhodnocená všechna čtyři kritéria. Tudíž se liší maximální hodnocení jednotlivých platforem.
- Některé platformy jsou silně ovlivněny obsahem, který je vytvořen uživatelem („UGC - User-generated-Content“) a protínají se částečně s firemním obsahem (např. Wikipedia, Facebook, ...)

# POSTUP

## 2./2a. Definice měřitelných kritérií

Pro vyhodnocení byl vytvořen bodovací systém (1 bod – nedostačující až 5 bodů – velmi dobrý). Vzhledem k rozlišnému významu parametrů byly tyto body násobeny váženou hodnotou.

	5b velmi dobrý	4b dobrý	3b uspokojivý	2b chybný, dostačující	1b nedostačující	Vážená hodnota (Gewichtung)
<b>Kvalita obrázků a výběr motivů</b>	aktuální obrázky; dobrý výběr motivů, které inspirují; dobrá kvalita;	dobré motivy; dobrá kvalita	výběr motivů a kvalita obrázků v pořádku	vybrané motivy neoslovují; částečně špatná kvalita obrázků	vybrané motivy jsou špatné, neoslovují ani neinformují; částečně špatná kvalita	3
<b>Počet obrázků</b>	výstižný počet obrázků, dodá bezvadný dojem z památky (> 15)	dobrý počet obrázků, dodá dobrý dojem z památky (~10)	počet obrázků "ok" (~5)	nedostačující počet obrázků (≤3)	žádné obrázky	1
<b>Textový obsah (Úplnost, relevance informací)</b>	důležitá fakta a informace (otevírací hodiny, příjezd, kontaktní osoba), historická fakta a osobní tipy (parkování, blízké restaurace atd.), odkazy na podrobnější informace na webu, oslovující písemní styl	dobrá kvalita, relevantní informace a tipy	dostačující kvalita i obsah	málo textu, jen výčty	špatný text bez informací, nebo vůbec žádný text	3
<b>Čitelnost textu (jazyková tvorba, struktura &amp; délka, typografie, porozumění textu)</b>	velice oslovující, písemní styl/volba slov; velmi dobře strukturované věty a texty, dobré členění; odpovídající délka textu; perfektně výstižné klíčové sdělení příspěvku	oslovující písemní styl/volba slov; dobře strukturované věty a texty, dobré členění; vhodná délka textu; výstižné klíčové sdělení	struktura a volba slov v pořádku; délka textu dostačující; rozeznatelné klíčové sdělení	text téměř nestrukturovaný; neoslovující "layout"; příliš dlouhé, komplikované věty; nesrozumitelný; buď příliš dlouhý nebo příliš krátký text	špatná volba slov; pravopisné chyby; neoslovující layout a struktura; bezvýznamná výpověď textu; neoslovující text, buď příliš dlouhý nebo zcela chybějící	2

# POSTUP

## 2./2a. Definice měřitelných kritérií

Platformy se dost liší ohledně webdesignu a obsahu. Proto nemohla vždy být vyhodnocena všechna čtyři kritéria. To vysvětluje různé maximální hodnocení jednotlivých platforem.

	Wikipedia, Tripadvisor, Facebook, czech-tourist, czech.cz,	Google Business, Herold, seznam	Vyhledávač	Webovky
			<b>Přidané faktory</b>	
Maximální hodnocení	45	25	300	30
Minimální hodnocení	9	5	0	0

4 měřítka

2 měřítka, protože nemohou být vyhodnocené žádné obrázky

# POSTUP

## 3a. Přidané faktory hodnocení

### Přidané faktory hodnocení

- Pro získání ještě lepšího dojmu webové prezentace byla analyzovaná cesta od daného vyhledávače (Google a Seznam) ke korektní webové firemní stránce (**Vyhledatelnost, tzn. analýza zákaznické cesty, Customer Journey**). Potom byla ohodnocená i **optika dané webové stránky**.

Bodů pro platformu	4-5 b	3-4 b	2-3 b	1-2 b	0-1 b
Hodnocení	velmi dobrý	dobrý	uspokojivý	chybný, dostačující	nedostačující

- Dále byl rozšířen rozbor webové stránky o **technické parametry** (výkonnost/ „Performance“, dostupnost/ „Accessability“ a optimal.pro vyhl.„SEO-Score“).

Score scale:  90-100  50-89  0-49

PŘEHLED PROJEKTU  
POSTUP  
VYHODNOCENÍ  
VÝSLEDKY  
KONTAKT

# VYHODNOCENÍ KRAJŮ

# CELKOVÉ HODNOCENÍ

## Celkové hodnocení

	Wikipedia	Tripadvisor	Bergfex	Yelp	Herold	Facebook	czech-tourist	czech.cz	jiznicehy.cz	Google Business	seznam.cz
Jižní Čechy celkem	645	73	0	0	0	941	174	274	1206	265	917
Jižní Čechy průměr	23,04	14,60	0,00	0,00	0,00	29,41	24,86	22,83	31,74	8,28	22,93
Vysočina celkem	275	20	0	0	0	535	113	33	0	120	555
Vysočina průměr	25,00	20,00	0,00	0,00	0,00	26,75	22,60	33,00	0,00	8,00	23,13
Waldviertel celkem	638	104	275	0	0	339	0	0	0	205	343
Waldviertel průměr	33,58	17,33	25,00	0,00	0,00	26,08	0,00	0,00	0,00	12,06	17,15
Mühlviertel celkem	146	0	112	0	0	80	0	0	0	55	30
Mühlviertel průměr	36,50	0,00	28,00	0,00	0,00	20,00	0,00	0,00	0,00	18,33	15,00
Celkem	1.704	197	387	-	-	1.895	287	307	1.206	645	1.845
Průměr	17,75	2,05	4,03	-	-	19,74	2,99	3,20	12,56	6,72	19,22

Body pro platformu	38 - 45 b	30 - 38 b	22 - 30 b	13 - 22 b	9 - 13 b
Hodnocení	velmi dobrý	dobrý	uspokojující	chybný	nedostačující
Klíč	≥ 85%	≥ 65%	≥ 50%	≥ 28%	< 28%

# CELKOVÉ HODNOCENÍ

## Celkové hodnocení

		webové stránky	Customer Journey Google	Customer Journey Seznam	Hodnocení vzhledu
Jižní Čechy	<b>Celkem</b>	<b>7555</b>	<b>149</b>	<b>175</b>	<b>141</b>
Jižní Čechy	<b>Průměr</b>	<b>179,88</b>	<b>3,55</b>	<b>4,17</b>	<b>3,36</b>
Vysocina	<b>Celkem</b>	<b>5755</b>	<b>92</b>	<b>132</b>	<b>89</b>
Vysocina	<b>Průměr</b>	<b>198,45</b>	<b>3,17</b>	<b>4,71</b>	<b>3,07</b>
Waldviertel	<b>Celkem</b>	<b>3531</b>	<b>89</b>	<b>65</b>	<b>52</b>
Waldviertel	<b>Průměr</b>	<b>168,14</b>	<b>4,24</b>	<b>3,10</b>	<b>2,48</b>
Mühlviertel	<b>Celkem</b>	<b>778</b>	<b>18</b>	<b>15</b>	<b>11</b>
Mühlviertel	<b>Průměr</b>	<b>194,50</b>	<b>4,50</b>	<b>3,75</b>	<b>2,75</b>
<b>Celkem</b>		<b>17.619</b>	<b>348</b>	<b>388</b>	<b>293</b>
<b>Průměr</b>		<b>183,53</b>	<b>3,63</b>	<b>4,04</b>	<b>3,05</b>

### Definice kritérií pro výkonnost webových stránek

Bodů pro platformu	300-255 b	255-195 b	194-150 b	149-84 b	84-0 b
Hodnocení	velmi dobrý	dobrý	uspokojivý	chybný	nedostačující






### Definice kritérií pro "Customer Journeys" & vzhled stránky

Bodů pro platformu	4-5 b	3-4 b	2-3 b	1-2 b	0-1 b
Hodnocení	velmi dobrý	dobrý	uspokojivý	chybný	nedostačující



# VYHODNOCENÍ

## Jihočeský kraj

-  Památky Jihočeského kraje se nacházejí na platformách poměrně často.
-  Vyhledatelnost skrze vyhledávače Google a Seznam docílila v průměru dobré až velice dobré hodnoty (ø mezi 3,2 a 4,5 z celkem 5 bodů)
-  jiznicechy.cz představuje pro český trh důležitou platformu s rozsáhlým a kvalitním obsahem.
-  Mnoho webových stránek je opticky přitažlivých a prezentují se v moderní podobě, moderním designu (ø 3,4 z celkem 5 bodů)
-  Na Tripadvisor se nachází sice jen pár záznamů (pokud tam jsou, tak převážně od uživatele - user generated), ale za to je uvedené hodnocení uživatele velice pozitivní (vždy 4,0 nebo 4,5 z 5). *Potenciál pro zlepšení!*

# VYHODNOCENÍ






## Jihočeský kraj

- Na Google my Business bylo několik záznamů (mimo kláštery!), ale tyto byly generovány Googlem. *Potenciál pro zlepšení!*
- Webové stránky památek byly s 179,88 z 300 bodů ohodnocené jen průměrně. *Potenciál pro zlepšení!*
- Pro kategorie měst a zámků se prokázal i Facebook jako užitečná platforma s dobrým obsahem (kláštery a hrady jsou zastoupeny jen zřídka a pokud ano, tak je obsah vytvořen návštěvníkem). *Potenciál pro zlepšení!*
- Na Wikipedii lze nalézt mnoho jihočeských památek, ale turistický význam by mohl být zřetelnější. *Potenciál pro zlepšení!*
- Na Bergfex, czech-tourist und czech.cz nebyly prezentovány téměř žádné památky.










# VYHODNOCENÍ

## Kraj Vysočina

-  Vyhledatelnost přes Google a Seznam docílila dobré až velice dobré hodnoty (ø 3,1 až 4,7 z 5 bodů)
-  O webové stránky je často pečováno / jsou moderní, jen pár negativních případů (ø 3,1 / 5 bodů), ale výkonnost (performance) lze vylepšit (ø 198,45 / 300 bodů)
-  Památky ve Vysočině lze nalézt na Google Business sice početně, ale o záznamy je kromě hradů málo pečováno. *Potenciál pro zlepšení!*
-  Na Wikipedii lze nalézt pouze města a hrady. Žádné zámky nebo muzea. *Potenciál pro zlepšení!*
-  Na Facebooku se prezentuje celá řada památek, částečně s dobře upraveným profilem a početnými „Likes“ (oblíbami/lajky). ø 24,91 / 45 bodů jen průměr. *Potenciál pro zlepšení!*

# VYHODNOCENÍ






## Kraj Vysočina

-  Na Tripadvisor sice lze nalézt záznamy, ale pouze o jeden se stará příslušná firma. *Potenciál pro zlepšení!*
-  Hrady a města vystupují převážně na Wikipedii, Google Business, Facebooku a Seznamu. Což je dobře.
-  Na czech-tourist nejsou téměř žádné záznamy, pouze k jednomu městu existuje dobrý záznam s hodnotným prolinkem.
-  Zámky se zaměřují na Facebook a Seznam. *Potenciál pro zlepšení!*
-  Téměř žádné památky na: Bergfex, Tripadvisor, jiznicechy.cz, czech-tourist, czech.cz
-  Velice dobrá vyhledatelnost na Seznamu (ø 4,7 / 5) ale pouze průměrná prezentace (ø 23/45 bodů)
-  Dobrá vyhledatelnost na Googlu (ø 3,2 / 5) ale velice špatná prezentace (ø 8 / 45 bodů)








# VYHODNOCENÍ

## Waldviertel / Lesní čtvrť

-  Téměř všechny památky lze nalézt na Wikipedii v dobré nebo velice dobré formě (ø 33,58)
-  Velice dobrá vyhledatelnost na Googlu (ø 4,24) a dobrá vyhledatelnost na Seznamu (ø 3,1 / 5 bodů)
-  Téměř všechny památky mají zápis na Google Business ale bohužel pouze s průměrným obsahem (ø 12 / 40)
-  Na Seznamu mají některé z památek Infobox a i optika jejich prezentace je přitažlivější, i když celkově rovněž ne moc dobrá. (ø 17 / 45)
-  Zhruba polovina památek je na Bergfexu a zhruba třetina z nich na Tripadvisoru z vlastními profily. Profily by ale snesly úpravu. (ø 17 a 25 / 45 bodů)

# VYHODNOCENÍ

## Waldviertel / Lesní čtvrť

-  Prezentace na Facebooku se dost liší: jedna dobrá stránka, několik špatně upravených stránek, někdy vůbec žádné stránky. (ø 26,8 / 45 bodů) *Potenciál pro zlepšení!*
-  Herold: Pouze kontakt na města/obce (správní orgány), nikoliv na turistické spolky apod.
-  Žádné záznamy na: czech-tourist, czech.cz, jiznicechy.cz
-  Výkonnost webových stránek se dost liší: ø 168 / 300 bodů
-  I optika stránek má potenciál pro zlepšení: ø 2,48 / 5 bodů



# VYHODNOCENÍ

## Mühlviertel / Mlýnová čtvrť



Veškeré památky lze nalézt na Wikipedii s velice dobrými záznamy (ø 37 / 45 bodů)



Veškeré památky lze nalézt na Bergfexu s uspokojivými výstupy (ø 28 / 45 bodů)







Velice dobrá vyhledatelnost na Googlu (4,5) a dobrá na Seznamu (3,75)



Veškeré památky lze najít na Facebooku bohužel jen bez oficiální stránky – jen UGC („user generated“)!

# VYHODNOCENÍ

## Mühlviertel / Mlýnová čtvrť

-  Výkonnost webových stránek leží v průměru u 194,50 / 300 bodů
-  Optika webových stránek je rovněž průměrná - 2,48 / 5 bodů
-  Žádné zápisy na Tripadvisoru. Pouze User-Generated Content.
-  Žádné zápisy na: czech-tourist, czech.cz, jiznicechy.cz





# VYHODNOCENÍ KATEGORIÍ

# CELKOVÉ HODNOCENÍ

## Celkové hodnocení

	Wikipedia	Tripadvisor	Bergfex	Facebook	czech-tourist	czech.cz	jiznicehy.cz	Google Business	seznam.cz
Jižní Čechy průměrná hodnota	23,04	14,60	0,00	29,41	24,86	22,83	31,74	8,28	22,93
Vysočina průměrná hodnota	25,00	20,00	0,00	26,75	22,60	33,00	0,00	8,00	23,13
Waldviertel průměrná hodnota	33,58	17,33	25,00	26,08	0,00	0,00	0,00	12,06	17,15
Mühlviertel průměrná hodnota	36,50	0,00	28,00	20,00	0,00	0,00	0,00	18,33	15,00
Průměr	17,75	2,05	4,03	19,74	2,99	3,20	12,56	6,72	19,22

Body pro platformu	38 - 45 b	30 - 38 b	22 - 30 b	13 - 22 b	9 - 13 b
Hodnocení	velmi dobrý	dobrý	uspokojivý	chybný	nedostačující
Klíč	≥ 85%	≥ 65%	≥ 50%	≥ 28%	< 28%

# CELKOVÉ HODNOCENÍ

## Celkové hodnocení

	webové stránky	Customer Journey Google	Customer Journey Seznam	Hodnocení vzhledu
Jižní Čechy průměrná hodnota	179,88	3,55	4,17	3,36
Vysočina průměrná hodnota	198,45	3,17	4,71	3,07
Waldviertel průměrná hodnota	168,14	4,24	3,10	2,48
Mühlviertel průměrná hodnota	194,50	4,50	3,75	2,75
<b>Průměr</b>	<b>183,53</b>	<b>3,63</b>	<b>4,04</b>	<b>3,05</b>

### Definice kritérií pro výkonnost webových stránek

Bodů pro platformu	300-255 b	255-195 b	194-150 b	149-84 b	84-0 b
Hodnocení	velmi dobrý	dobrý	uspokojivý	chybný	nedostačující

### Definice kritérií pro "Customer Journeys" & vzhled stránky

Bodů pro platformu	4-5 b	3-4 b	2-3 b	1-2 b	0-1 b
Hodnocení	velmi dobrý	dobrý	uspokojivý	chybný	nedostačující

# VYHODNOCENÍ

## Města



Všechna města lze nalézt na Wikipedii. Kvalita se ale dost liší a obzvlášť v Jižních Čechách by měla být zlepšena. (Ø 28/45)



Pouze jedno město (České Budějovice) disponuje na Tripadvisoru vlastním výstupem.



Bergfex je pro německy mluvící země velice relevantní platforma. Bohužel jsou zde zastoupena pouze 3 rakouská města.








Všechna města mají Google-Info-Box. Bohužel zde není možný „přenos záznamu“. „Feedback“ (zpětná vazba) je možná a absolutně nutná: Ø 11/45 bodů






# VYHODNOCENÍ

## Města

-  Téměř všechna města jsou na Facebooku. Z části s „turistickým účtem“ z části s „účtem lokalizace“. Kvalita výstupů se dost liší a je s  $\bar{\emptyset}$  24/45 body spíše nižší.
-  Na czech-tourist se nachází pouze 5 měst, zato ale s relativně dobrým výstupem ( $\bar{\emptyset}$  31/45 bodů)
-  Na czech.cz se rovněž nachází pouze 5 měst, s relativně špatnými výstupy ( $\bar{\emptyset}$  21/45 bodů)
-  Na jiznicechy.cz se prezentují téměř všechna (ale ne úplně všechna) jihočeská města s relativně dobrými výstupy ( $\bar{\emptyset}$  33/45 bodů)
-  Téměř všechny lze najít na seznam.cz, v průměru je jejich prezentace ale docela špatná ( $\bar{\emptyset}$  20/45 bodů)

# VYHODNOCENÍ

## Města

-  Výkonnost webových stránek se velice liší - od 144 do 253 (z 300) bodů (Ø 202/300 bodů).
-  Vyhledatelnost je u Googlu dobrá (Ø 3,4/5) a u Seznamu velice dobrá (Ø 4,3/5), což lze vysvětlit vysokým podílem českých památek.
-  Optika webových stránek je s 2,9/5 „ok“. Rakouská města jsou podprůměrná. Zde se doporučuje „relaunch“ (aktualizace) webových stránek.

# VYHODNOCENÍ

## Zámky / Muzea



Zámky a muzea lze nalézt jen zhruba z poloviny na Wikipedii. Téměř všechny památky z oblasti Vysočiny chybí. Stávající výstupy jsou pouze průměrné (Ø 26,4 / 45 bodů)



Tripadvisor by byla pro zámky a muzea důležitou platformou. Bohužel je zde prezentováno pouze velice málo z nich a pokud ano, záznamy jsou dost zanedbané. (Ø 16 / 45 bodů)



Bergfex je v rámci pěší turistiky v německy mluvících zemích důležitou platformou. Zde lze nalézt pouze 5 ze 46 zámků a muzeí.








Herold je důležitá pro jazykovou asistenci, proto se doporučuje popřemýšlet alespoň nad základním zápisem. Zde se zatím nenachází žádné zámky.



# VYHODNOCENÍ

## Zámky / Muzea





-  Mnoho zámků a muzeí lze nalézt na Facebooku. Tyto disponují hodnotným obsahem. (Ø 32,4 / 45 bodů)
-  Pouze 4 zámky lze nalézt na czech-tourist nebo czech.cz
-  Výstupy na jiznicechy.cz jsou dobré. (Ø 35 / 45 bodů)
-  Záznamy na Google-Business jsou na rakouské straně generelně lepší než na české, celkem ale nějaké památky úplně chybí a záznamy by nutně měly být zprofesionalizovány. (Ø 8,9 / 45 bodů)
-  Záznamy na seznam.cz jsou lepší a téměř veškeré zámky lze najít. (Ø 22 / 45 bodů)





# VYHODNOCENÍ






## Zámky / Muzea

-  Výkonnost webových stránek je relativně špatná (Ø 168 / 300 bodů). Některé stránky nebylo možné najít vůbec.
-  Vyhledatelnost na Googlu je s Ø 3,6 / 5 bodů dobrá.
-  Vyhledatelnost na Seznamu je s Ø 4 / 5 bodů velice dobrá.
-  Optika webových stránek má z části potenciál pro zlepšení a leží s Ø 3 / 5 bodů ve „středu pole“.



# VYHODNOCENÍ




## Hrady

-  Téměř všechny hrady mají záznam na Wikipedii. (Top!) Optimalizace obsahu a optiky se ale vřele doporučuje (Ø 24,4 / 45 bodů)
-  Hrady jako „POIs“ (points of interest, body zájmu) profitují z dobrého hodnocení. Bohužel lze nalézt pouze jeden hrad na Tripadvisoru.
-  Na Bergfexu dominují především rakouské hrady. Záznamy a péče o stávající obsahy se doporučují. (Ø 19,4 / 45)
-  Na Facebooku lze nalézt sice mnoho záznamů, majorita z nich ale potřebuje nový a dobrý obsah. Existuje pouze pár jednotlivých, opravdu dobrých výstupů (Ø 20,3 / 45)
-  Pouze 4 hrady lze nalézt na czech-tourist nebo czech.cz



# VYHODNOCENÍ





## Hrady

-  Výstupy na jiznicechy.cz bohužel nejsou velice dobré. Chybí obrázky i oslovující obsah (Ø 19 / 45 bodů).
-  Záznamy na Google-Businessu jsou pro hrady velice důležité. Nezbytně vylepšit! (Ø 10 / 45 bodů)
-  Záznamy na Seznamu z velké části existují, ale potřebují úpravu (Ø 21 / 45 bodů).







# VYHODNOCENÍ

## Hrady

-  Výkonnost webových stránek je průměrná (Ø 196 / 300)
-  Uživatelé Googlu se dostanou dobře ke stránkám (Ø 3,6 / 5)
-  Uživatelé Seznamu se rovněž dostanou ke stránkám (Ø 4,2 / 5)
-  Optika webových stránek vykazuje dobrý průměr (Ø 3 / 5)

# VYHODNOCENÍ





## Kláštery

-  Polovinu klášterů může uživatel nalézt na Wikipedii. O záznamy je dobře pečováno. (Ø 34 / 45 bodů)
-  Vzhledem k tomu, že i kláštery patří k výletním cílům, určitě by profitovaly ze záznamů na Tripadvisor i Bergfex. Bohužel se tam současně nenachází téměř žádný klášter.
-  Žádné záznamy na Heroldu.
-  Výstupy na Facebooku majoritně existují. Hranice mezi oficiálními stránkami a UGC-záznamy není jednoznačná. Často chybí hodnotný obsah.



# VYHODNOCENÍ





## Kláštery

-  Kláštery téměř nelze nalézt na czech-tourist a czech.cz
-  Výstupy na jiznicechy.cz jsou dobré (Ø 35 / 45 bodů).
-  Bohužel téměř žádné Google-Business-záznamy. Existující profily potřebují péči (Ø 9 / 45 bodů).
-  Téměř všechny kláštery lze najít na Seznamu s vlastními záznamy. Údržba/péče nutná (Ø 21 / 45 bodů).



# VYHODNOCENÍ

## Kláštery

-  Výkonnost webových stránek je průměrná (Ø 195 / 300)
-  Vyhledatelnost na Googlu je velice dobrá (Ø 4,1 / 5 bodů)
-  Vyhledatelnost na Seznamu je rovněž dobrá (Ø 3,9 / 5 bodů)
-  Webové stránky kolísají ohledně optiky mezi „ok“ a dobrý (Ø 3,4 / 5 bodů)



PŘEHLED PROJEKTU  
POSTUP  
VYHODNOCENÍ  
VÝSLEDKY  
KONTAKT



# CELKOVÝ VÝSLEDEK PLATFORMEM

## Všechny památky

### Celkové hodnocení platformem

	Wikipédia	Tripadvisor	Bergfex	Yelp	Herold	Facebook	czech-tourist	czech.cz	jiznicechy.cz	Google Business	seznam.cz
Suma	1.704	197	387	-	-	1.895	287	307	1.206	645	1.845
Průměr	17,75	2,05	4,03	-	-	19,74	2,99	3,20	12,56	6,72	19,22

Body pro platformu	38 - 45 b	30 - 38 b	22 - 30 b	13 - 22 b	9 - 13 b
Hodnocení	velice dobrý	dobrý	uspokojivý	chybný neuspokojivý	nedostatečný
Klíč	≥ 85%	≥ 65%	≥ 50%	≥ 28%	< 28%

# VÝSLEDKY

## Celkový výsledek platformem

PLATFORMA	POZNÁMKA
Wikipedia	Především pro cizojazyčné hosty nejdůležitější platforma. Nezbytně nutná péče o obsahy a odkazy / prolinky (českých památek).
Tripadvisor	Často pouze UGC – uživatelem vytvořený obsah. Pro výletní cíle důležitá platforma.
Bergfex	Důležité pro německy mluvící výletní hosty.
Yelp	Prokázala se v průběhu projektu jako nevhodná platforma.
Google my Business	Zde jsou záznamy kromě měst možné a určitě k doporučení.
Herold	Je zdrojem pro mnoha jazykových asistentů a kartografických systémů. Záznamy se doporučují.
Facebook	Doporučuje se pro dobře navštěvované výletní cíle, jinak přenechat propagaci na facebooku na turistických destinacích.
czech-tourist	Relevantní pouze pro české památky!
czech.cz	Relevantní pouze pro české památky!
jiznicechy.cz	Relevantní pouze pro Jižní Čechy!
seznam.cz	Pro český trh velice relevantní. U všech památek je nutná péče o obsahy.

# VÝSLEDEK „CUSTOMER JOURNEY“

## Všechny památky

### Celkové hodnocení platformem

	Webové stránky	Customer Journey Google	Customer Journey Seznam	Hodnocení optiky
Suma	17.619	348	388	293
Průměr	183,53	3,63	4,04	3,05

Stupnice pro hodnocení výkonnosti webových stránek

Bodů pro platformu	300-255 P	255-195 P	194-150 P	149-84 P	84-0 P
Hodnocení	velmi dobrý	dobrá	uspokojivý	chybný, dostačující	nedostačující

Stupnice pro hodnocení „customer journey“ a optiky

Bodů pro platformu	4-5 P	3-4 P	2-3 P	1-2 P	0-1 P
Hodnocení	velmi dobrý	dobrá	uspokojivý	chybný, dostačující	nedostačující

# VÝSLEDEK CESTY ZÁKAZNÍKA („CUSTOMER JOURNEY“)

## Všechny památky

PLATFORMA	POZNÁMKA
Výkonnost webových stránek	<ul style="list-style-type: none"><li>Upozornění: CMS systémy jako Wordpress s početnými Plug-iny jsou všeobecně velice pomalé</li></ul>
Customer Journey Google	<ul style="list-style-type: none"><li>Všeobecně dobrá vyhledatelnost na Googlu. Google-Business lze více využít!</li><li>Vyhledávání českých muzeí jednodušší, protože jsou slova "Museum a Muzeum (CZ)" téměř identická a Google pozná souvislost.</li><li>České stránky – i když disponují německými obsahy – mnohokrát mají český meta-text.</li><li>Tip pro stránky obcí/měst: lepší je použít pouze JEDNU doménu. Např. Zwettl.gv.at oproti zwettl.info – postarat se o lepší navigaci a úpravu obsahů, jinak hrozí „kanibalismus klíčových slov“</li></ul>
Customer Journey Seznam	<ul style="list-style-type: none"><li>České stránky někdy končí na .cz nebo .eu – domény nutno převést dál čistou formou, jinak se nachází celá řada mrtvých linků!</li><li>Opakovaně se vyskytují konkurenční stránky: <a href="https://turistika.cz">https://turistika.cz</a>; <a href="https://www.czecot.de">https://www.czecot.de</a>, <a href="http://www.ckrumlov.info">http://www.ckrumlov.info</a>;</li></ul>
Optika webových stránek	<ul style="list-style-type: none"><li>Celá řada českých stránek s jazykovými mutacemi v němčině a angličtině bez veškerého obsahu a / nebo s špatně přeloženým obsahem prostřednictvím Google-Translate – doporučuje se dobrý překlad v příslušné řeči, minimálně jedna „Landingpage“ s nejdůležitějšími informacemi.</li><li>Přehlásky a zvláštní znaky jako např. apostrof v češtině jsou všeobecně problematické v příslušné jiné jazykové oblasti.</li></ul>

# Celkový výsledek

- Celistvý pohled na projekt prokazuje, že viditelnost památek na webu je rozdvojená. Některé památky mají dobrou viditelnost i dobré záznamy a představují pro hosta opravdovou přidanou hodnotu. Jiné památky zato dost zaostávají.
- Primárně nutno dbát na viditelnosti na Googlu a na Seznamu. Výstupy přitom nemusí být moderní nýbrž funkční. To znamená, že by měly obsahovat důležité informace v dané jazykové mutaci a neměly by používat žádnou komplikovanou předlohu („template“).
- Platformy představují úkol pro pečlivé jedince a pokud existuje dostatečně prostředků, měly by být udržovány profesionálně. Jinak jsou platformy úkolem navíc („Fleißaufgabe“). Některé platformy jsou strategicky důležitější než jiné – to zcela závisí na trhu a cílové skupině.

**PŘEHLED PROJEKTU**  
**POSTUP**  
**VYHODNOCENÍ**  
**VÝSLEDKY**  
**KONTAKT**

# KONTAKTNÍ OSOBA PRO VAŠE DOTAZY



Michael Fenböck

Projektový manažer

[m.fenboeck@tourismusmarketing.com](mailto:m.fenboeck@tourismusmarketing.com)

0043 699 109 47 116

**Interreg**



EUROPÄISCHE  
UNION



EUROPÄISCHE UNION

Österreich-Tschechische Republik

Europäischer Fonds für regionale Entwicklung

  
denkmäler | leben  
památky | žijí

## SAINT ELMO'S TOURISMUSMARKETING

# DĚKUJEME VÁM

Sämtliche Rechte an den Inhalten (einschließlich Konzepte, Gestaltungen, Preise, Konditionen, Planungen, etc.) verbleiben ebenso wie jegliches den Inhalten zugrunde liegende Know-how und unabhängig davon, ob die Inhalte Urheber-, Nutzungs- und Eigentumsrechte darstellen, ausschließlich bei der Agentur.

Mit der Präsentation und / oder Überlassung der Präsentation und ggf. weiterer Unterlagen räumt die Agentur keinerlei Rechte an den Inhalten ein. Jegliche Nutzung, Verwertung, Vervielfältigung, Bearbeitung sowie jegliche Weitergabe an Dritte ist unzulässig und bedarf der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung der Agentur. Alle Inhalte unterliegen der strikten Vertraulichkeit.