



Interreg 
Rakousko-Česká republika
Evropský fond pro regionální rozvoj



Pamáckyžijí
Denkmäler|Leben

KULTURNÍ CESTY

MARKETINGOVÁ DOPORUČENÍ

Listopad 2018

© 2018 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

GAME CHANGERS





MARKETINGOVĚ PROPOJOVAT VĚTŠÍ PAMÁTKY SPOLU S MENŠÍMI

Marketingově propojit všechny do projektu zapojené památky. Mnohé památky jsou velmi dobře propagované, avšak některé (většinou ty menší) jsou zaměřené v rámci své propagace velmi lokálně. Je tak důležité památky sobě blízké komunikovat společně a to tak, aby silnější památky svým potenciálem pomohly menším památkám a tak zvýšili jejich návštěvnost. Například propojení velkých měst s drobnými kláštery a zámečky.



DOPROVODNÉ SLUŽBY A DALŠÍ AKTIVITY

U každé do projektu zapojené památky je široký záběr doprovodných služeb (restaurace, ubytování, půjčovny) a mnoho dalších aktivit (rybníky, historické mosty, zříceniny), které jsou zdarma. V rámci propagace je důležité komunikovat, že cílová lokalita disponuje veškerou vybaveností, kterou turista může potřebovat a navíc poskytuje ZDARMA další turistické vyžití.



KARTA HOSTA

Karta hosta v současnosti funguje u mnohých do projektu zapojených památek, avšak pouze jednotlivě nikoliv jako prvek, který by památky v rámci regionů komplexně propojoval. V rámci navržených kulturních cest se tak nabízí využití potenciálu, který karta hosta nabízí (vyplývá z kvalitativní části projektu). Míru zájmu o kartu hosta můžeme ještě zvýšit prostřednictvím různých výher v případě jejího využití (např. pobyt v přílehlých krajích Rakouska).



SOCIÁLNÍ SÍŤ

Většina do projektu zapojených památek disponuje vlastní webovou stránkou (rakouské památky méně často) a také propagací pomocí tištěného materiálu (letáčky, brožury). Jen minimum památek však využívá potenciálu sociálních sítí jako je facebook či instagram, přičemž 1/5 lidí je zvyklá právě tyto sítě využívat, jako zdroj informací pro cestování. Nabízí se tak sociální sítě využít ke sdílení událostí, které se v okolí dané památky pořádají (šermíři, poutě, výstavy apod.) či přímo vytvořit samostatný profil pro projekt kulturních cest.



PROPAGACE NA INTERNETU

Pokud lidé cestují, v 88 % případů si informace o místě/lokality, kam hodlají vyrazit, hledají obecně na internetu. Zdrojem informací se tak stávají turistické portály, blogy apod. V tomto případě se tak nabízí placená inzerce propagující vytvořené kulturní cesty nebo přímo samotný web, který by celý koncept kulturních cest představil.



VYTVORIT KVALITNÍ RESPONZIVNÍ STRÁNKY S INTERAKTIVNÍ MAPOU

Kulturní cesty by na webu měly být zpracovány v interaktivní, vizuálně i obsahově atraktivní formě. Součástí by byla i interaktivní mapa všech tří regionů. K produktům s největším potenciálem by bylo dobré vytvořit video-spot shrnující hlavní atributy cest.



AMBASSADOR PROPAGUJÍCÍ KULTURNÍ CESTY

V rámci propagace kulturních cest se nabízí zvolit vhodného ambasadora, který bude zvyšovat povědomí o těchto cestách.



PUBLIKOVAT ČLÁNKY O PROJEKTU

Publikováním článků v odborných (COT Business, TTG Czech, Marketing & Media) i volnočasových časopisech lze zvýšit povědomí o samotných památkách i o projektu Památky žijí.



INFORMACE PRO RODINY S DĚTMI

Dbát na to, aby poskytovatelé ubytovacích služeb na booking.com a dalších portálech uváděli mimo jiné také informace pro rodiny s dětmi. Současně komunikovat na veletrzích mimo jiné i kulturní a zábavné akce pro děti v regionech.



SOUTĚŽ NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

Soutěže na sociálních sítích jsou populární formou, jak zvýšit zájem mladší cílové skupiny. Jelikož mají mladší cestovatelé zájem o zážitky a adrenalin, mohla by se soutěž týkat fotografií spojených právě s adrenalinem a zážitky v blízkosti hradů, zámků a klášterů.



ZVYŠOVAT PRESTIŽ

Ze skupinových diskuzí vyplynulo, že Rakušané Českou republiku často vnímají jako zastaralou, postkomunistickou. V propagaci je tedy dobré uvádět mimo zajímavá místa také kvalitní infrastrukturu, čistotu, kvalitní ubytovací a gastronomické služby a modernost.



NEOFICIÁLNÍ HODNOCENÍ OD OSTATNÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ

Rakušané tomuto hodnocení přikládají značnou důležitost, proto lze na webových stránkách vytvořit odkaz ke sdílení zážitků a dojmů z cest po regionech Vysočina, Jižní Čechy a Waldviertel.



KOMUNIKOVAT ATRAKTIVITY PRO RODINY S DĚTMI

Z našich předchozích výzkumů víme, že Rakušané postrádají v České Republice širokou nabídku služeb a atraktivit pro rodiny s dětmi. Proto je nutné zdůrazňovat služby a zařízení, která jsou v rámci těchto regionů přívětivá k rodinám s dětmi.



BROŽURY

Jak vyplynulo z našich předchozích výzkumů v oblasti cestovního ruchu, Rakouští turisté stále přikládají velký význam brožurám, ve kterých by měly být propagovány kulturní cesty pro obě cílové skupiny.



SPOLUPRÁCE S CESTOVNÍMI AGENTURAMI

Rakušané stále využívají služeb cestovních agentur, proto by k propagaci kulturních cest mohla být navázána komunikace s rakouskými cestovními agenturami.

KULTURNÍ CESTA COBY PALETA MOŽNOSTÍ, ZE KTERÝCH LZE VYBÍRAT + SLEVOVÁ KARTA

Nabídka kulturní cesty by měla být maximálně flexibilní. Je třeba se vyvarovat nabídce pevně daných geografických tras. Návštěvníci musí mít možnost si vybrat z více možností a cestu si naplánovat podle svých představ. Uvítají slevové karty, které bude možné v rámci kulturní cesty využít.

PESTROST NABÍDKY MÍST V RÁMCI KULTURNÍ CESTY

Do nabídky míst zahrnout vedle hradů, zámků a klášterů, také řadu dalších atraktivních míst: přehrady, rozhledny, podzemní prostory, technické památky, přírodní památky.

RŮZNORODOST AKTIVIT V RÁMCI KULTURNÍ CESTY

Nabídnout návštěvníkům širší nabídku různých aktivit, které mohou kombinovat: kolo, kánoe, pěší naučná stezka, hry (exit game), dobrodružné akce (tandemový seskok, lanové centrum, paddleboarding), ochutnávky (food festival, pivovary) relaxace.

KDYŽ HISTORIE, TAK ZÁBAVNOU FORMOU S VYUŽITÍM MODERNÍCH TECHNOLOGIÍ

Historii je třeba nabízet zábavnou formou ve stylu současných trendových aktivit (geocaching, exit games)







REGIONALITA A AUTENTICITA

Návštěvníky přitahuje poznávání autentické atmosféry menších měst včetně lokální gastronomie a pivovarnictví.







DELŠÍ TRASA A ZMĚNA UBYTOVÁNÍ JEN S MOTIVACÍ NOVÉHO POZNÁNÍ ČI ZÁŽITKU

Návštěvníci jsou ochotní podstoupit delší přejezd za památkou (100+km) v rámci kulturní cesty s cílem unikátního zážitku nebo poznání. Cíl takové cesty musí přinést něco, co dosud v rámci cesty neviděli nebo nezažili.

PODNĚTY JAK LZE JEDNOTLIVÉ KULTURNÍ CESTY DÁLE ROZVÍJET

Kulturní cesty	Jak lze cestu dále rozvíjet	Celkové hodnocení
<p>KVALITNÍ UBYTOVACÍ A GASTRONOMICKÉ SLUŽBY</p> 	<ul style="list-style-type: none"> → Půjčit si kolo a projet si městečko a jeho nejbližší okolí na kole. → Pro mladé místní průvodce vrstevník, který jim ukáže město jejich očima. → Nabízí se propojit tento koncept s wellness aktivitami. 	
<p>WELLNESS</p> 	<ul style="list-style-type: none"> → Rakouské návštěvníky motivovat nižší cenou, vysokou kvalitou a speciálními procedurami (prameny). → Lze kombinovat s poznáváním lokální kultury a kvalitní gastronomie → Speciální program pro mladé páry 	
<p>CYKLOTRASA S PAMÁTKAMI</p> 	<ul style="list-style-type: none"> → Dva typy cykloturistiky: sportovní (vyhnout se městům, spíše přírodní památky) nebo rekreační (krátké přejezdy, města, zámky). → Možnost půjčit si kolo / elektro-kolo. Plný servis: převoz zavazadel. → Alternativou může být kánoe. Památky musí být jednoduše dostupné a prohlídka kratší a nenáročná (rozhledny, věže, přírodní památky). 	

PODNĚTY JAK LZE JEDNOTLIVÉ KULTURNÍ CESTY DÁLE ROZVÍJET

Kulturní cesty	Jak lze cestu dále rozvíjet	Celkové hodnocení
ADRENALIN 	<ul style="list-style-type: none">→ Vyvážit adrenalinové aktivity i jinými zábavnými aktivitami (koncerty, filmy, moderní umění, food festival, gastronomie, escape game) a relaxací (aquapark, termální lázně).→ Slevová poukázka na více adrenalinových aktivit v rámci cesty.	
ROD ROŽMBERKŮ 	<ul style="list-style-type: none">→ Historie rodu Rožmberků musí být pojata zábavně, interaktivně a zážitkově s využitím moderních technologií (ve stylu hry, geocaching, nebo exit games).→ Klíčová je pestrost a různorodost nabízených aktivit a míst.	
ŠLECHTICKÉ RODY 	<ul style="list-style-type: none">→ Šlechtické rody musí být pojaty velmi zábavně, interaktivně a zážitkově s využitím moderních technologií (ve stylu hry, geocaching, nebo exit games).→ Mezi představovanými šlechtickými rody musí být nějaká souvislost, která bude návštěvníky motivovat je poznat.→ Klíčová je pestrost nabízených aktivit a míst.	

Kontakty



Michal Kormanák

Associate Director Ipsos Loyalty
Michal.kormanak@ipsos.com
GSM: +420 739 472 302



Kateřina Rábová

Account Manager Ipsos Loyalty
katerina.rabova@ipsos.com
GSM: +420 736 412 775



Mahulena Nenadalová

Senior Account Manager Ipsos UU
mahulena.nenadalova@ipsos.cz
GSM: +420 739 256 800



Nikola Slovákova

Research Executive
nikola.slovakova@ipsos.com
GSM: +420 725 827 092



Na Příkopě 22, Slovanský dům, 110 00 Praha 1

www.ipsos.cz

www.ipsos.com