



Central Europe Route



Baltic - Adriatic



Iron Curtain Trail

Marketingová strategie EuroVelo tras na území Jihomoravského kraje

Tři stezky, tři cesty





Struktura

- Analýzy
- Cílové skupiny a trhy
- Koncepce
- Tvorba produktu
- Positioning a brand
- Komunikace
- Znalosti a informace

O jaké studie, odborné materiály a výzkumy se opíráme?

- Czechtourism: Unique Selling Propositions (výsledky průzkumu – září 2017)
- CzechTourism: Cykloturistika (leden 2017)
- Národní strategie rozvoje cyklistické dopravy České republiky pro léta 2013-2020
- European Parliament: The European Cycle Route Network Eurovelo – study
- Rhine Cycle Route – Market Analysis Report on the Rhine Cycle Route
- European Cyclists´ Federation: Eurovelo - the European cycle route network boosts cycling (tourism) in Europe
- European Cyclists´ Federation: Findings from a study on European Cycle Friendly Service Network Concept
- European Cyclists´ Federation: The EU Cycling Economy – Arguments for an integrated EU
- European Cyclists´ Federation: European Certification Standard Handbook for route inspectors
- UNWTO – European Travel Commission: Handbook on Key Performance Indicators for Tourism Marketing Evaluation
- UNWTO – European Travel Commission: Handbook on Marketing Transnational Tourism Themes and Routes
- EURAC research: The Future of Cycle Tourism in the Alps
- FOCUS agency: Destinační management ČR (únor 2016)
- www.cyklodoprava.cz, www.eurovelo.com, www.eurovelo.cz, www.greenways.cz
- www.eurovelo.org, www.cyklistevitani.cz, www.eurovelo13.com, www.eurovelo.at

Analytická část

- trendy v cykloturistice
- specifika poptávky v cykloturistice v ČR a EU
- cykloturistika jako forma trávení volného času
- jaké faktory rozhodují o výběru trasy (destinace), resp. cyklovýletu
- jaké parametry určují spokojenost cykloturistů s trasou a jednotlivými službami
- ekonomický význam cykloturistiky
- certifikace služeb v cykloturistice

Cílové skupiny a trhy



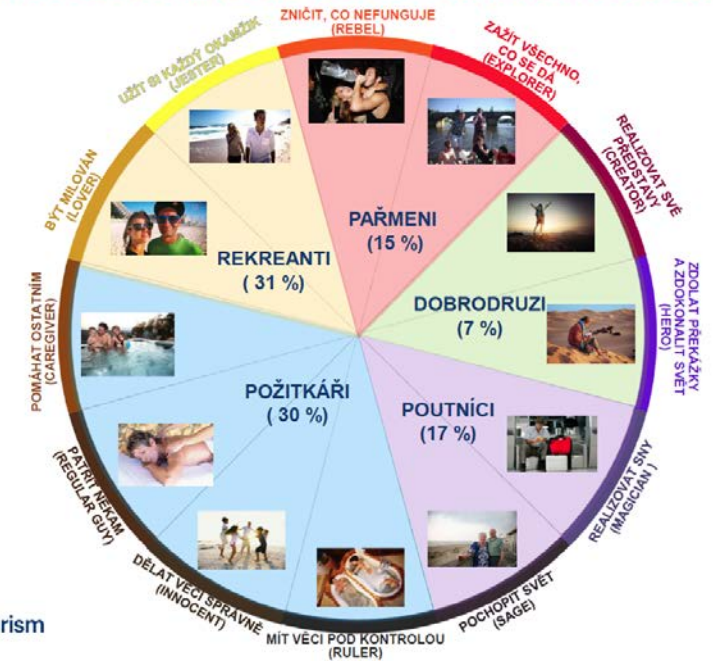
Východiska

– Cílování agentury CzechTourism a CCRJM

– Psychografické profily

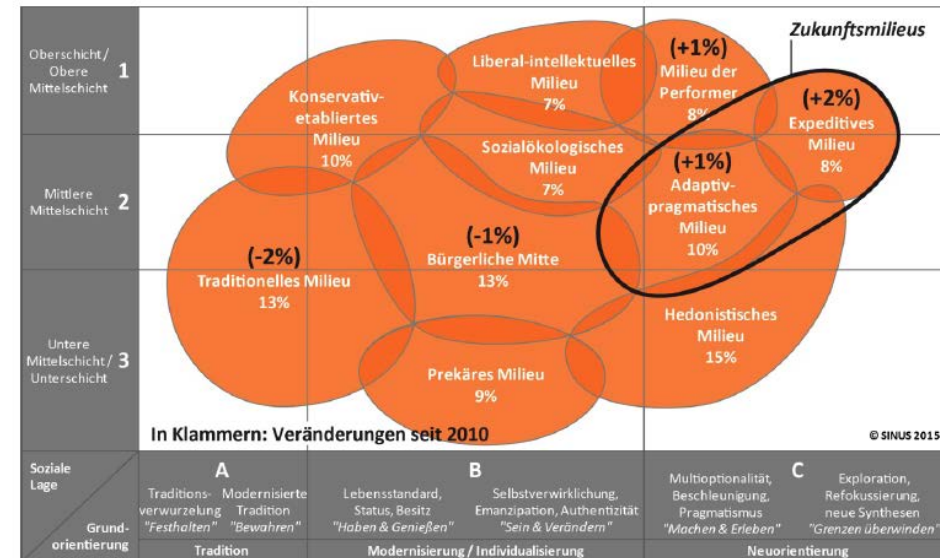
- Brand Strategy Booster (BSB) - ppm factum research, s.r.o. pro CzT
- Sinus-Meta-Milieus® - agentura Sinus (využito např. u Market Analysis Report on the Rhine Cycle Route nebo s těmito profily pracuje Marketingová strategie Jižní Moravy)

Segmentace Evropanů dle požadavků na cestování



CzechTourism

Die Sinus-Milieus® in Deutschland 2015



Cílové skupiny

Dálkový
cykloturista
15 %

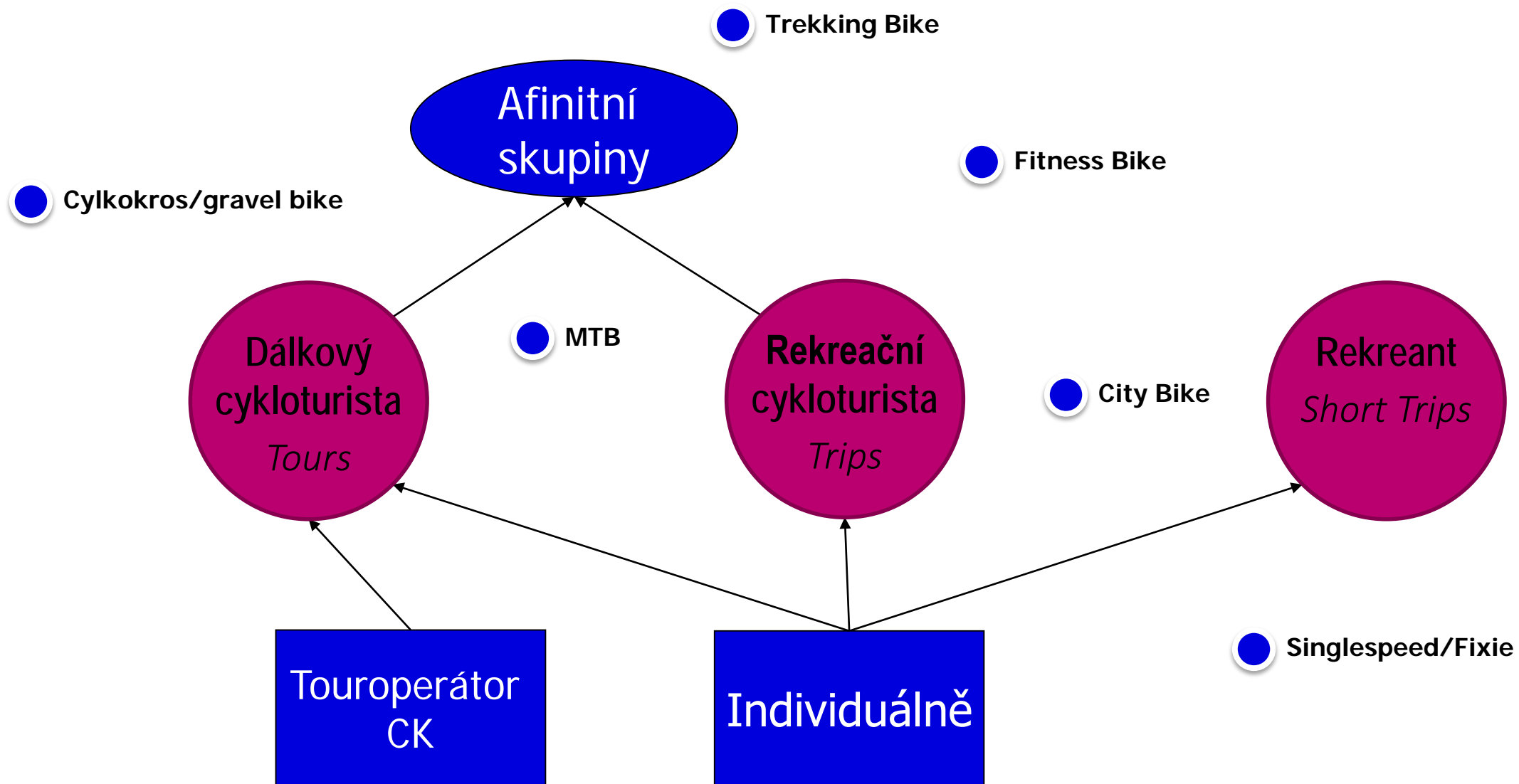


Rekreační
cykloturista
35 %



Rekreant
50 %





Dálkový cykloturista

Pestrost nabídky,
poklidné tempo

Menší podniky s
osobitou atmosférou

Vyšší vzdělání,
vyšší příjmy

Jízda na kole
je pro něj životní styl

Genius loci

Cesta je cíl

Zájem
o informace

Aktivní
životní styl

Vřelý vztah k
přírodě a kulturním
hodnotám

Jezdí ve skupině
přátel či s partnerem

Rekreační cykloturista

Hlavní
turistické
magnety
destinace

Zajištění
hladké
mobility v
destinaci

Výlety z
místa
ubytování

Rodiny s dětmi
Skupiny přátel
Mladé páry

Zájem
o info

Pestrost
vyžití

Kvalitní
turistická
infrastruktura

2. či 3.
dovolená
v roce

Rekreant

Cestuje
individuálně

Klid a
pohoda,
touha si
odpočinout

Autenticita

Zdravý životní
styl

Vyšší
vzdělání,
vyšší
příjmy

Zájem
o
informa
ce

Fyzicky
méně
náročná

Kvalitní
gastronomie
a další
služby

Jezdí ve
skupině
přátel či s
partnerem

Rozdělení cílových trhů

	Celkem	Domácí	Zahraniční
Dálkový cykloturista/Tours	15 %	10 %	20 %
Rekreační cykloturista/Trips	35 %	40 %	30 %
Rekreant/Short trips	50 %	50 %	50 %
Geografický původ	100 %	80 %	20 %

Zahraniční trhy: Německo, Rakousko, Slovensko

Koncepce

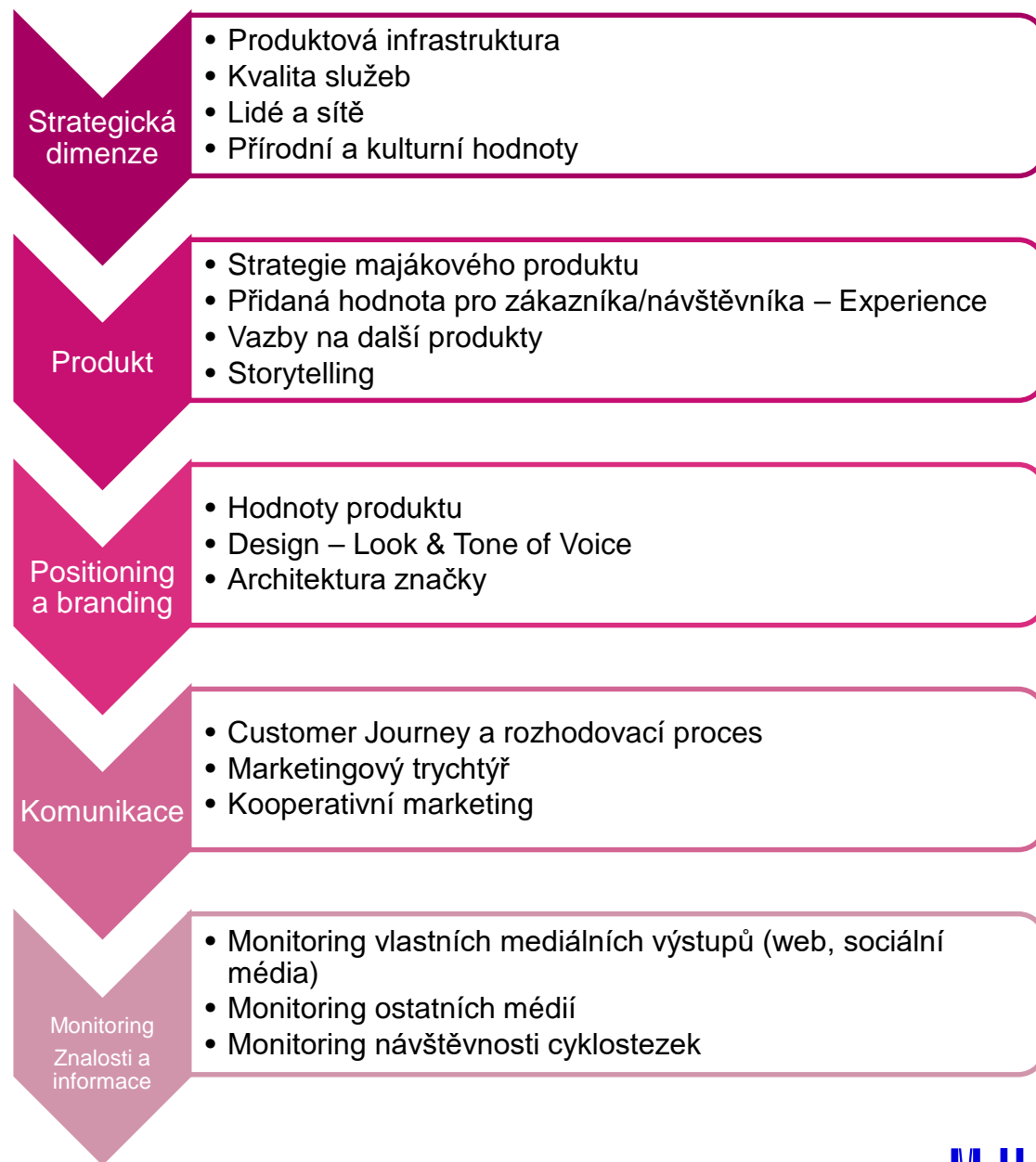
Strategické oblasti

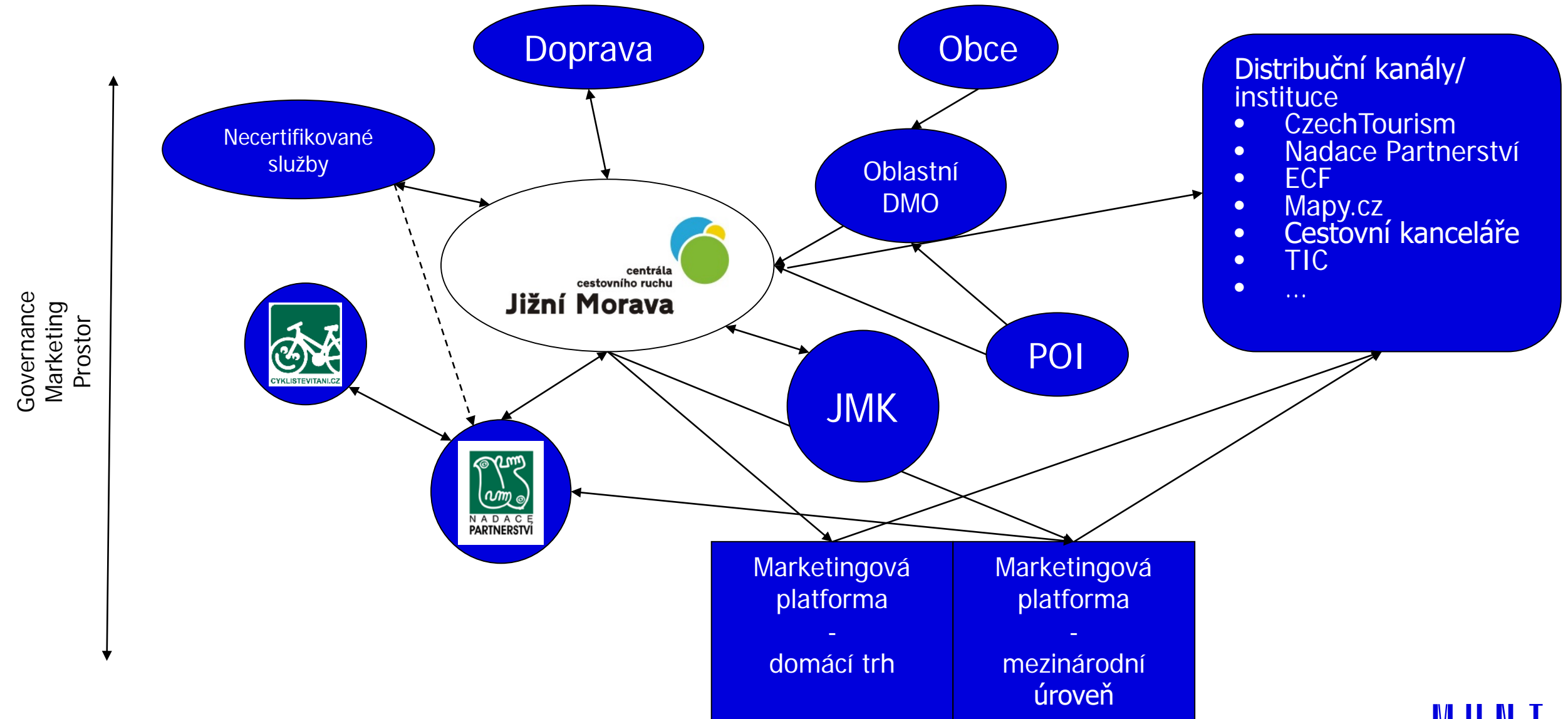


Operační dimenze

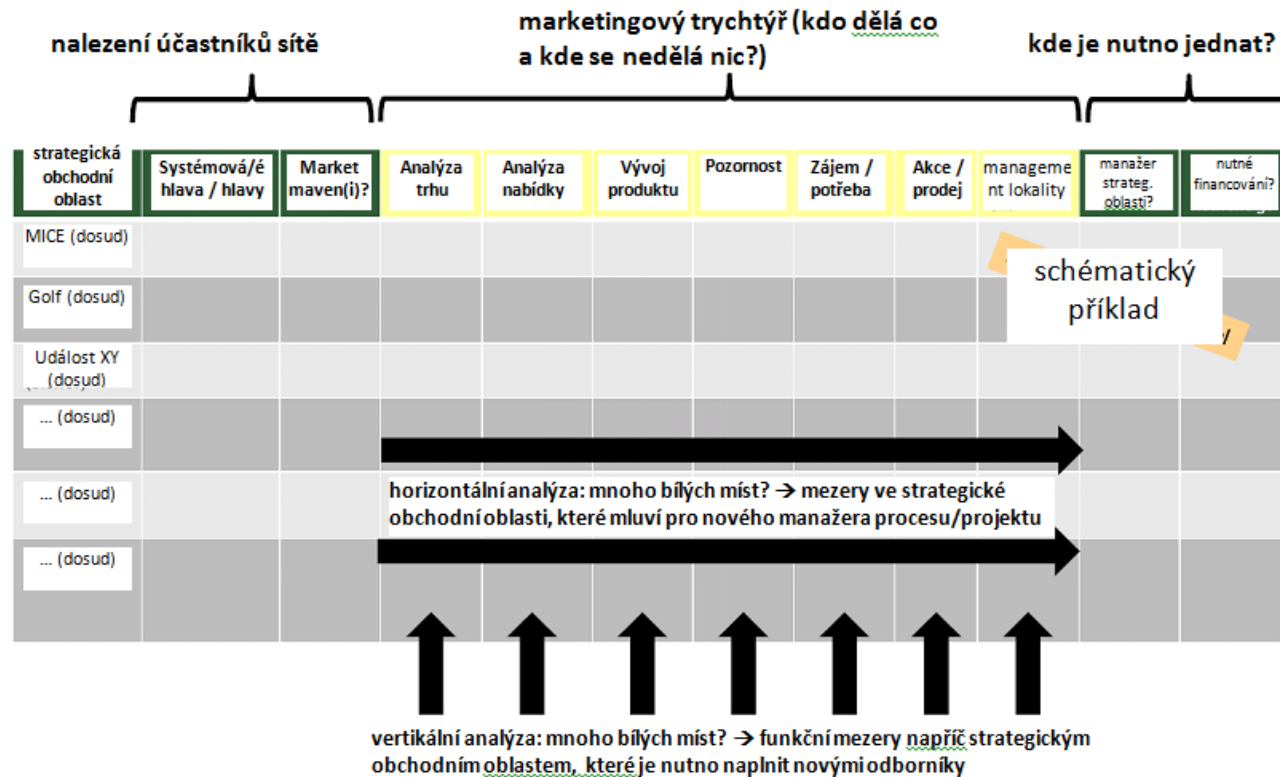


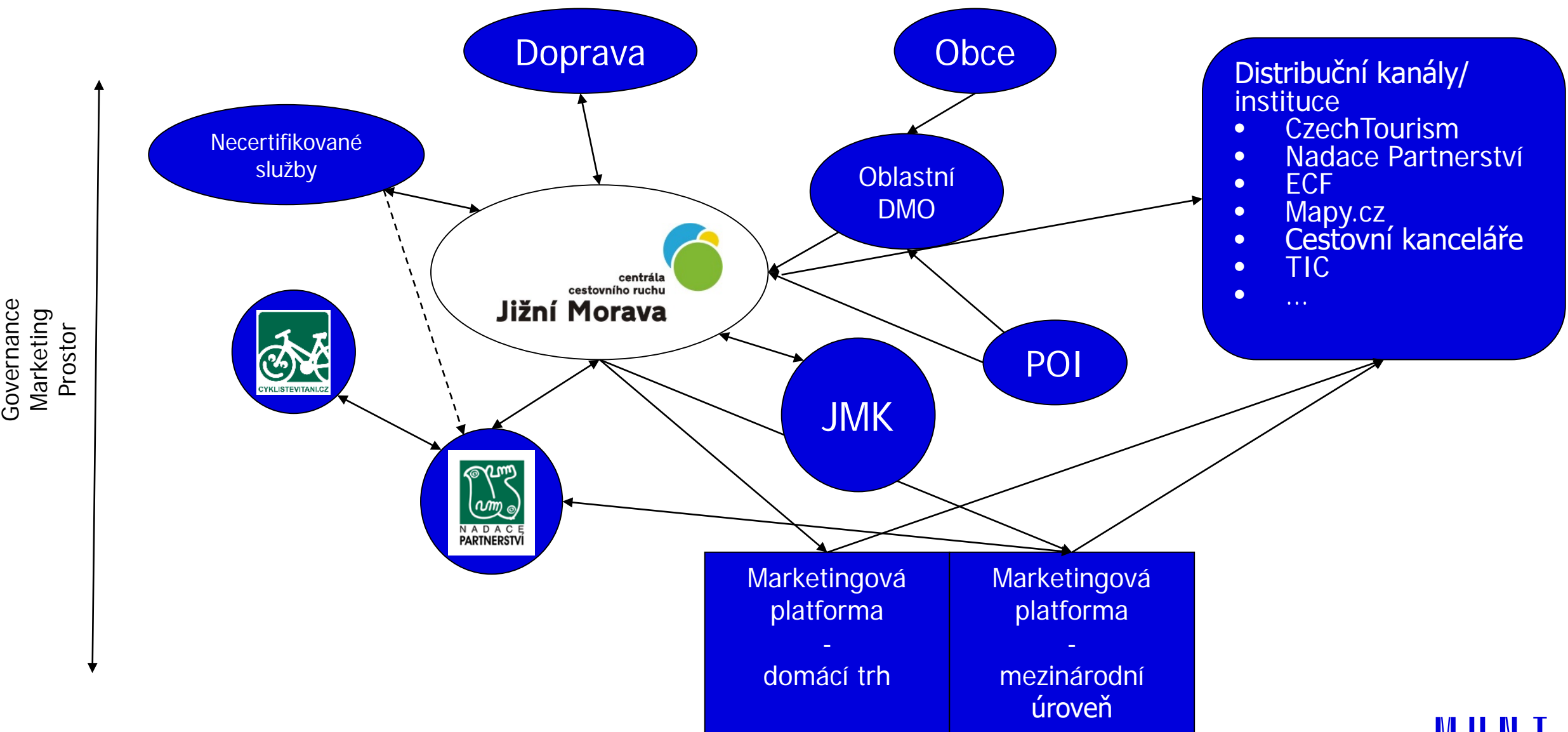
Koncepce





Stežka jako Strategická obchodní oblast (SBA)



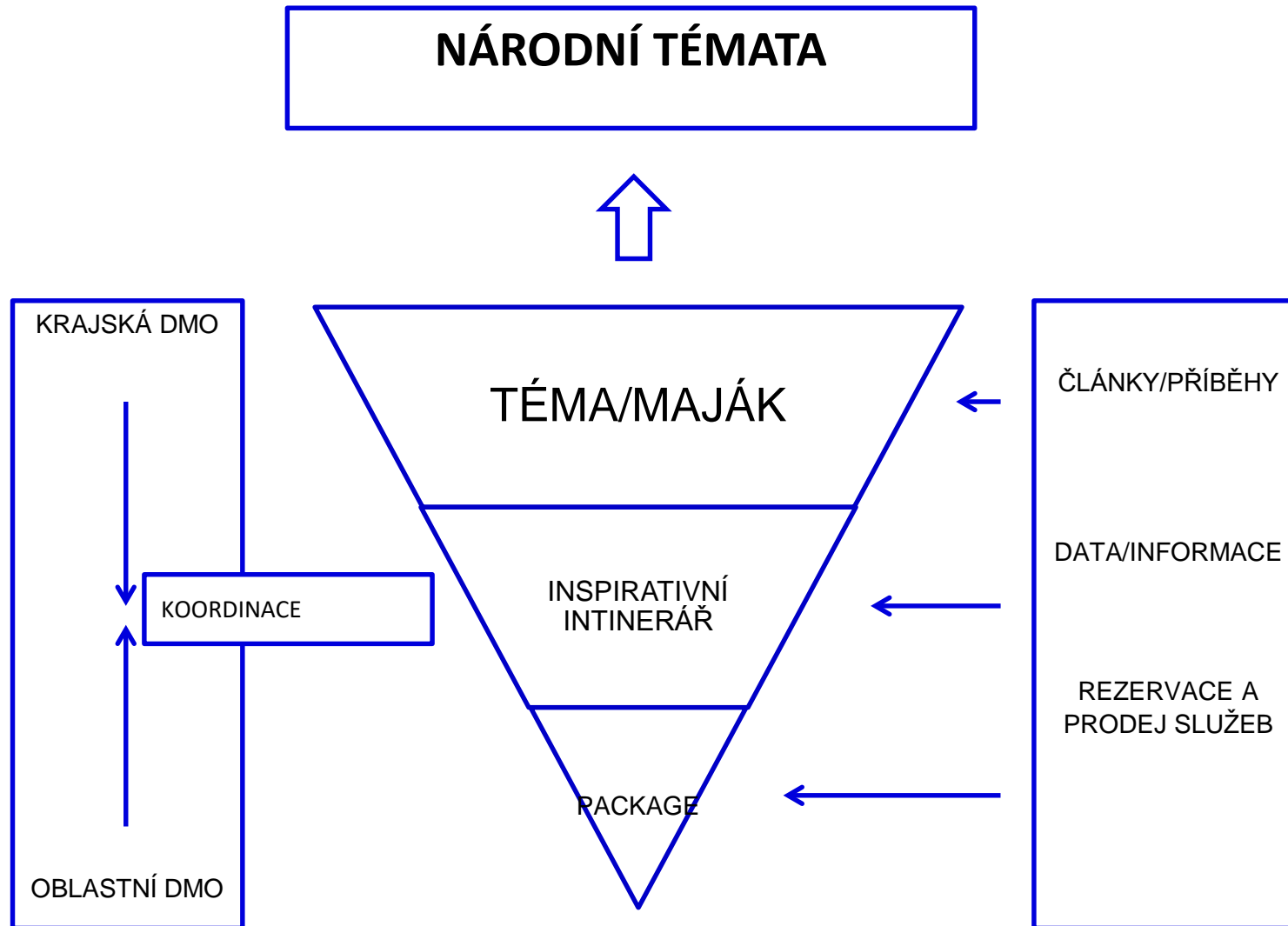


Marketingová platforma

- Budování značky Eurovelo 9 a 13 *
- Rozvoj webových portálů www.eurovelo9.com a www.eurovelo13.com
- Optimalizace SEO
- Společné on-line kampaně
- Key account management (B2B segment) *

TVORBA PRODUKTU

Principy tvorby produktu cestovního ruchu



Majákový produkt



Příklad

Moravské vinařské stezky

Úspěšné spojení cykloturistiky a tradice vinařství v Jihomoravském regionu. Společná, koordinovaná propagace produktu a pořádání tematických akcí.

- Majákový produkt tvoří ucelený řetězec služeb a atraktivit vnímaný trhem pod jednou značkou
- Zásadní znakem majákového produktu je **jeho jasná viditelnost** na trhu.
- Nedílnou součástí takového produktu je širší prostředí, ve kterém se nachází (často např. krajinný ráz).
- Maják by měl být součástí DNA značky Jižní Morava.
- Destinace by se měla soustředit na standardizaci kvality takových produktů prostřednictvím nástrojů Service Designu.
- Důraz na jednotnou prezentaci a distribuci přes všechny úrovně systému organizace cestovního ruchu (podnik, lokální/oblastní DMO, CCRJM, CzT)

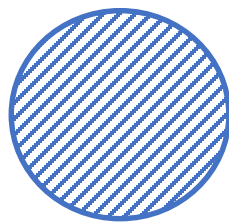
Definování přidané hodnoty pro návštěvníka

Produkt	Základní nabídka	Přidaná hodnota	Zapojení
Pěší trasa	Značení a mapy	Služby	Přijetí místními
Mezinárodní kulturní stezka	Kulturní atraktivity	Akce a festivaly	Participace na aktivitách akce
Přírodní rezervace	Přístup do divočiny (safari)	Zážitek – spánek pod noční oblohou (hvězdy)	Dobrovolnická práce
Průvodce gastroturismem	Popis jídla a restaurací	Jídelní lístky, online rezervace	Interakce s šéfkuchařem

Tvorba produktu - návštěvnický zážitek

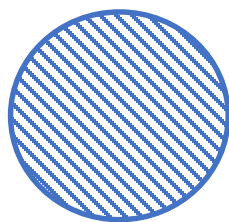
Cíl	Pozornost musí být věnována
Sjednocení nabídky podél trasy	Existuje nějaké společné téma, které zastřešuje navrhovanou stezku? Je toto téma něčím výjimečné? Skýtá téma možnost prožití skutečného a unikátního zážitku?
Inspirační příběh	Má téma charakter inspirativního příběhu? Lze na pozadí tématu vyprávět lokální story (o osobnostech, zvycích, kulturním a přírodním dědictví)?
Zapojení a autenticita	Poskytuje téma možnost se zapojit do místního dění či naučit se něco nového o místní lokalitě? Je nabídka autentická? Je charakteristická určitou úrovní kvality? Vyvolává emoce, lze ji vnímat více smysly? Feel like you are part of local life
Přidat něco „extra“	Nabízí produkt tzv. „pohled za oponu běžné nabídky“? Přináší produkt zákazníkovi moment překvapení? – nečekané zážitky
Trvalé vzpomínky	Zanechá pobyt v destinaci v návštěvníkovi trvalé vzpomínky? Vyvolává potřebu sdílet zážitky?

CS1



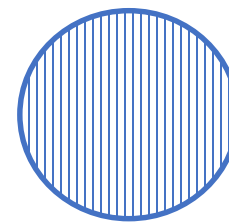
Dálkový cykloturista

CS2



Cykloturista

CS3



Rekreant

Specifika CS 1

- Speciální služby – např. převoz zavazadel
- Mapy/průvodce
- Itinerář
- Propojení na ostatní území

Částečná shoda

- značka Cyklisté vítáni
- rychlé zastávky
- sportovní areály
- cykloservis

Specifika CS 3

- doprovodná témata
- lifestyle
- eventy
- elektromobilita
- půjčovny

Specifika CS 2

- Napojení na regionální cyklotrasy
- Nabídka místních témat a produktů
- Cykloeventy
- Mobilita (vlaky, cyklobusy)

Společné jádro

- TOP turistické cíle
- trasa a značení
- odpočívadla
- vyhlídky a krajina
- tipy

Storytelling

Storytelling

Storytelling

Storytelling

Storytelling

Kombinace produktů

- Cyklo & víno (gastronomie)
- Cyklo & rodinná dovolená
- Cyklo & relaxace (wellness)
- Cyklo & kulturní zážitky
- Cyklo & sport













POSITIONING A BRANDING

Základní hodnoty značky

Dimenze značky	EuroVelo 4	EuroVelo 9	EuroVelo 4
Racionální atributy	Pohnutá historie, dva světy (svobodný a totalitní), příběhy lidí, vinařská oblast, NP Podují, historická městečka, Vranovská přehrada, ... Železná opona + Zelený pás	Vinařské oblasti JM a Dolního Rakouska, Moravský kras, Brno – Vídeň Gastronomie	Baťův kanál, Slovácko, UNESCO, regionální tradice Rozmanitost
Emocionální atributy	Volnost, bezpečí a jistota, zdravé prostředí, čerstvý vzduch, nespoutanost		
Brand Personality	Neformálnost, pohostinnost, srdečnost, přátelskost		
Brand Essence	Uvolněnost, Opravdovost, Přirozenost		



Brand

Segment	EV 13	EV 9	EV 4
Dálkový cykloturista	<p>EuroVelo 13 Stezka železné opony</p> 	<p>EuroVelo 9 Balt – Jadran</p>  <p>Brno-Vídeň</p> 	<p>EuroVelo 4 – Středoevropská stezka</p> 
Rekreační cykloturista	<p>Stezka železné opony</p> 	<p>Brno-Vídeň</p>  <p>Moravské vinařské stezky</p> 	<p>Středoevropská stezka</p>  <p>Moravská stezka</p> 
Rekreant	<p>Stezka železné opony</p> 	<p>Moravské vinařské stezky</p> 	<p>Bařův kanál</p> 

Überblick Massnahmen zur Umsetzung.



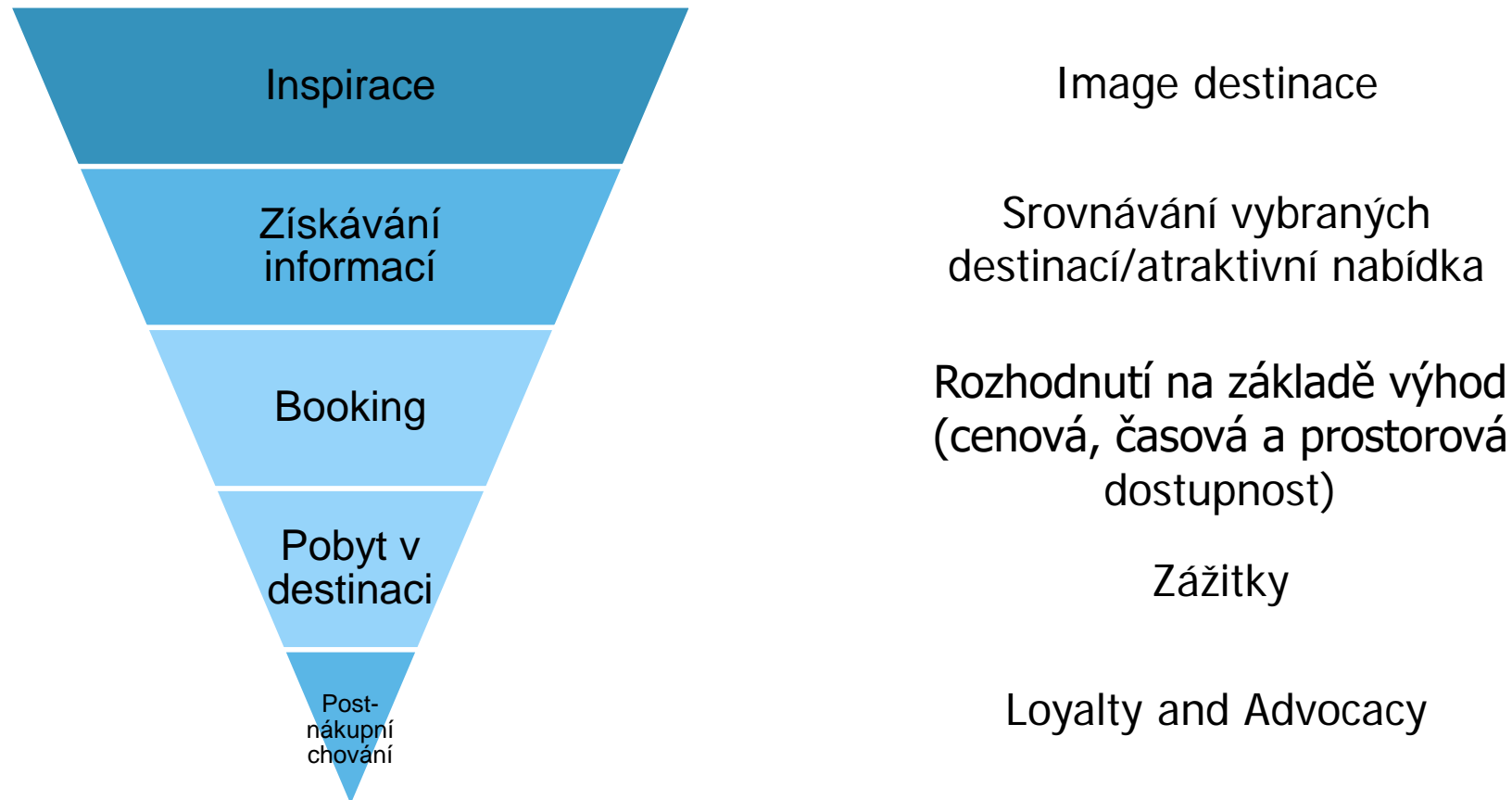
Massnahme	Ziele	Umsetzung
<p>1) Grand Tour Set für Tourist Center und Leistungsträger</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bestehende Gästeströme auf die Grand Tour aufmerksam machen ▪ Grand Tour Gästen Orientierung, Information und Bestätigung geben ▪ Leistungsträger involvieren und für die Grand Tour begeistern 	
<p>2) Branding entlang der Route</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bestehende Gästeströme auf die Grand Tour aufmerksam machen ▪ Grand Tour Gästen Orientierung, Information und Bestätigung geben 	
<p>3) Grand Tour Signature Points</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bestehende Gästeströme auf die Grand Tour aufmerksam machen ▪ Grand Tour Gästen Orientierung, Information und Bestätigung geben ▪ Leistungsträger involvieren und für die Grand Tour begeistern 	

Positioning a branding

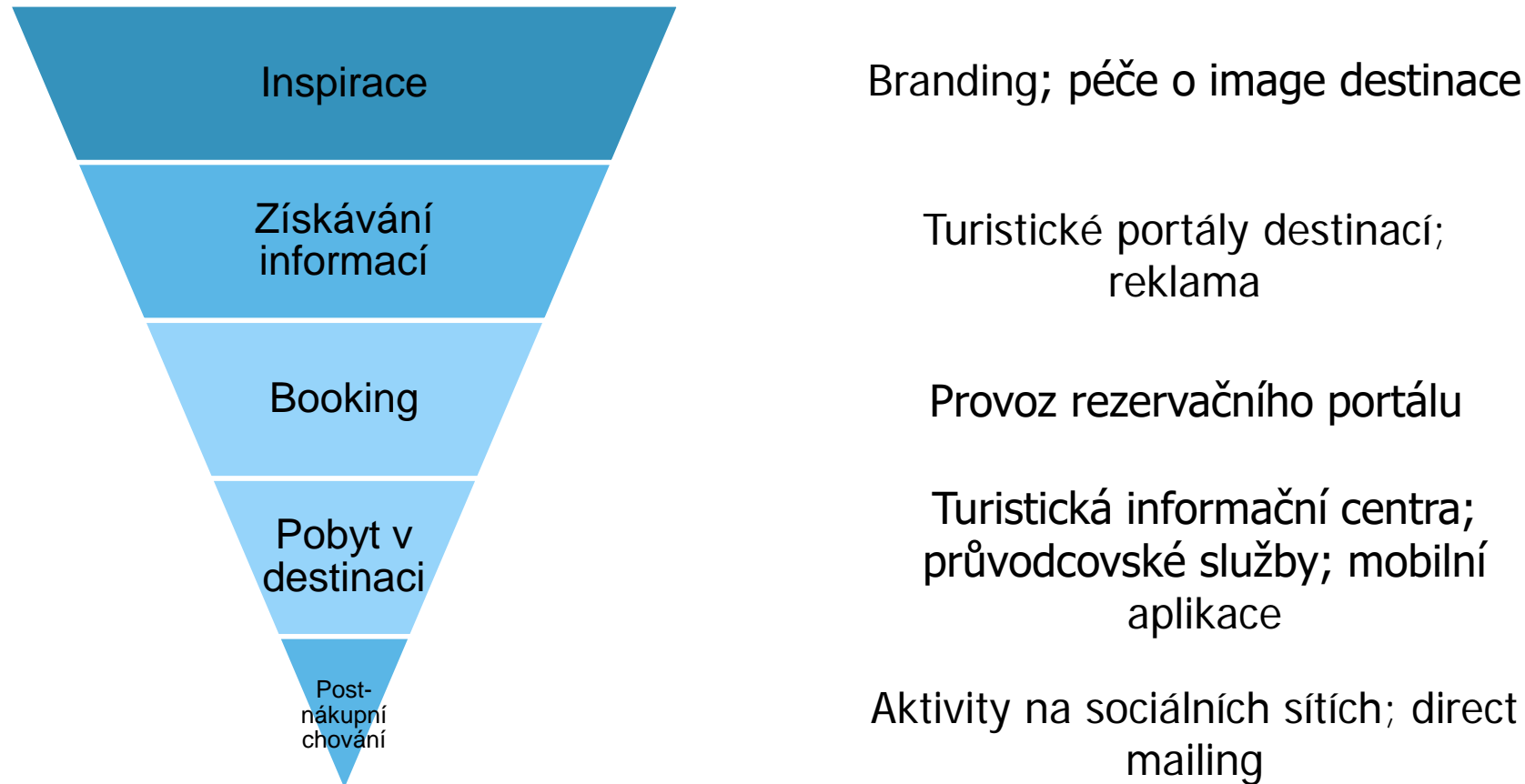
- Aktualizace fotobanky a tvorba image videí
- Corporate design
- Suvenýry a propagační předměty
- Brandingová partnerství

KOMUNIKACE

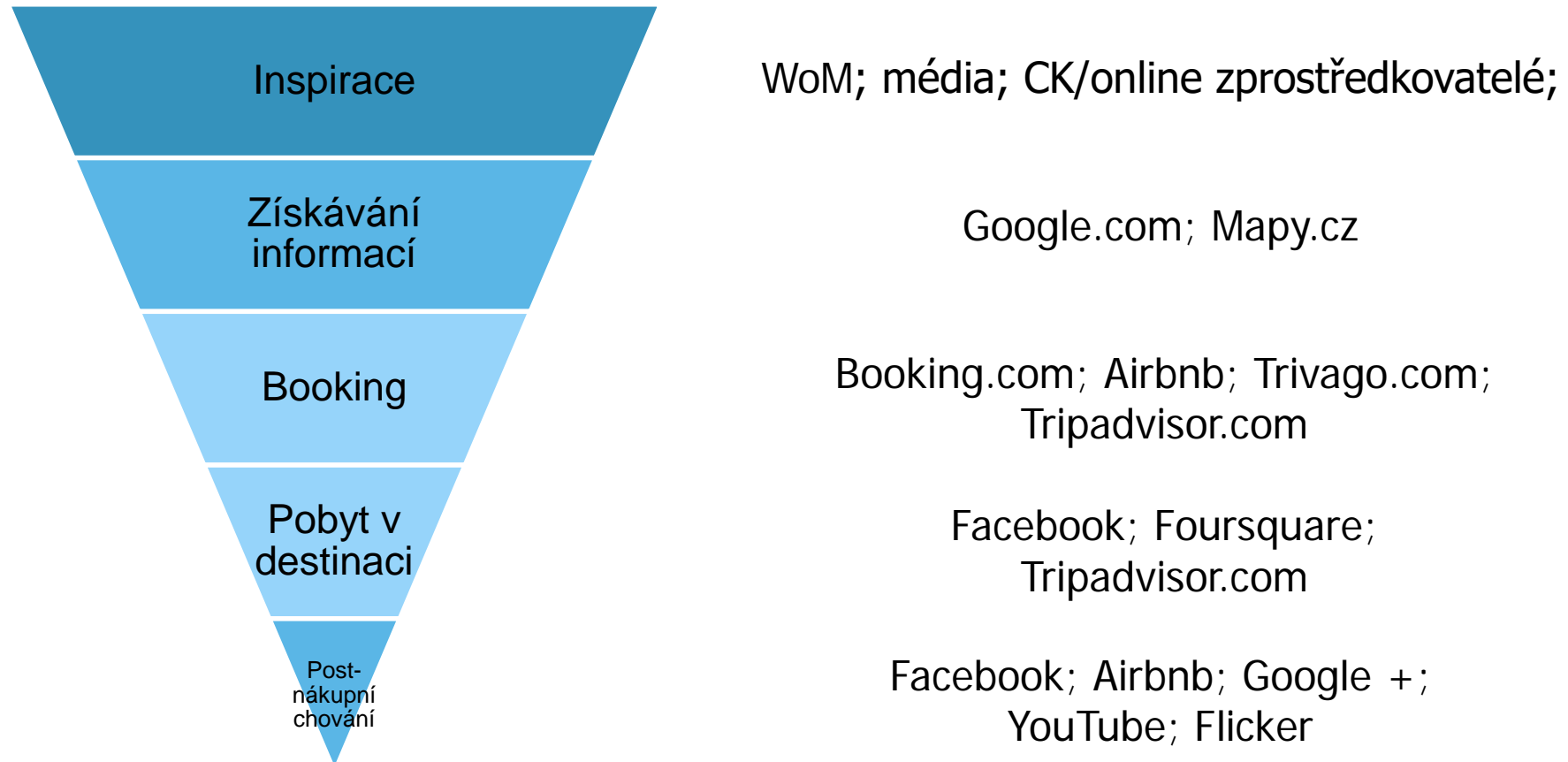
Marketingový trychtýř & Customer Journey



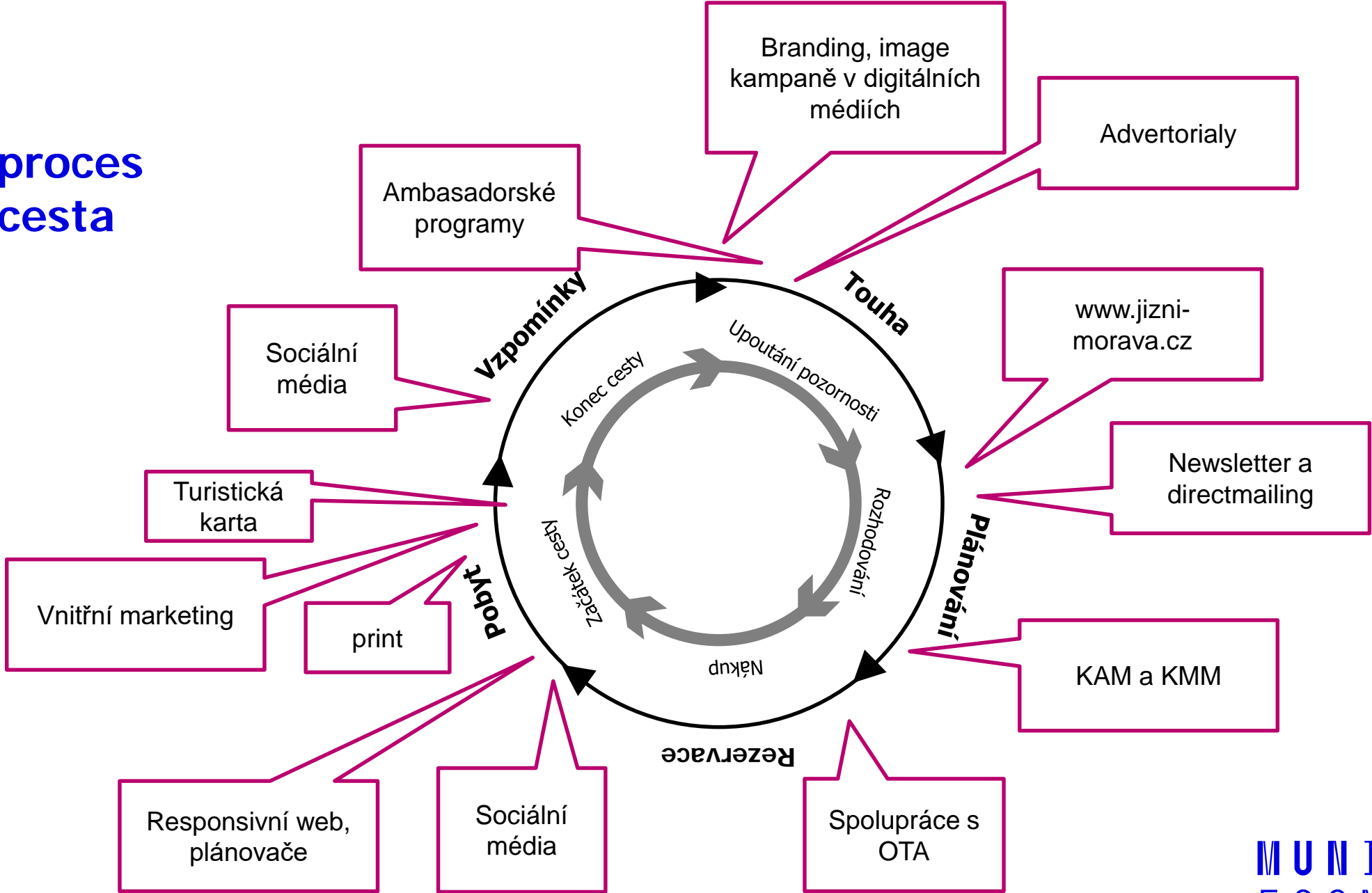
Marketingový trychtýř & Customer Journey



Marketingový trychtýř & Customer Journey



Rozhodovací proces a zákaznická cesta

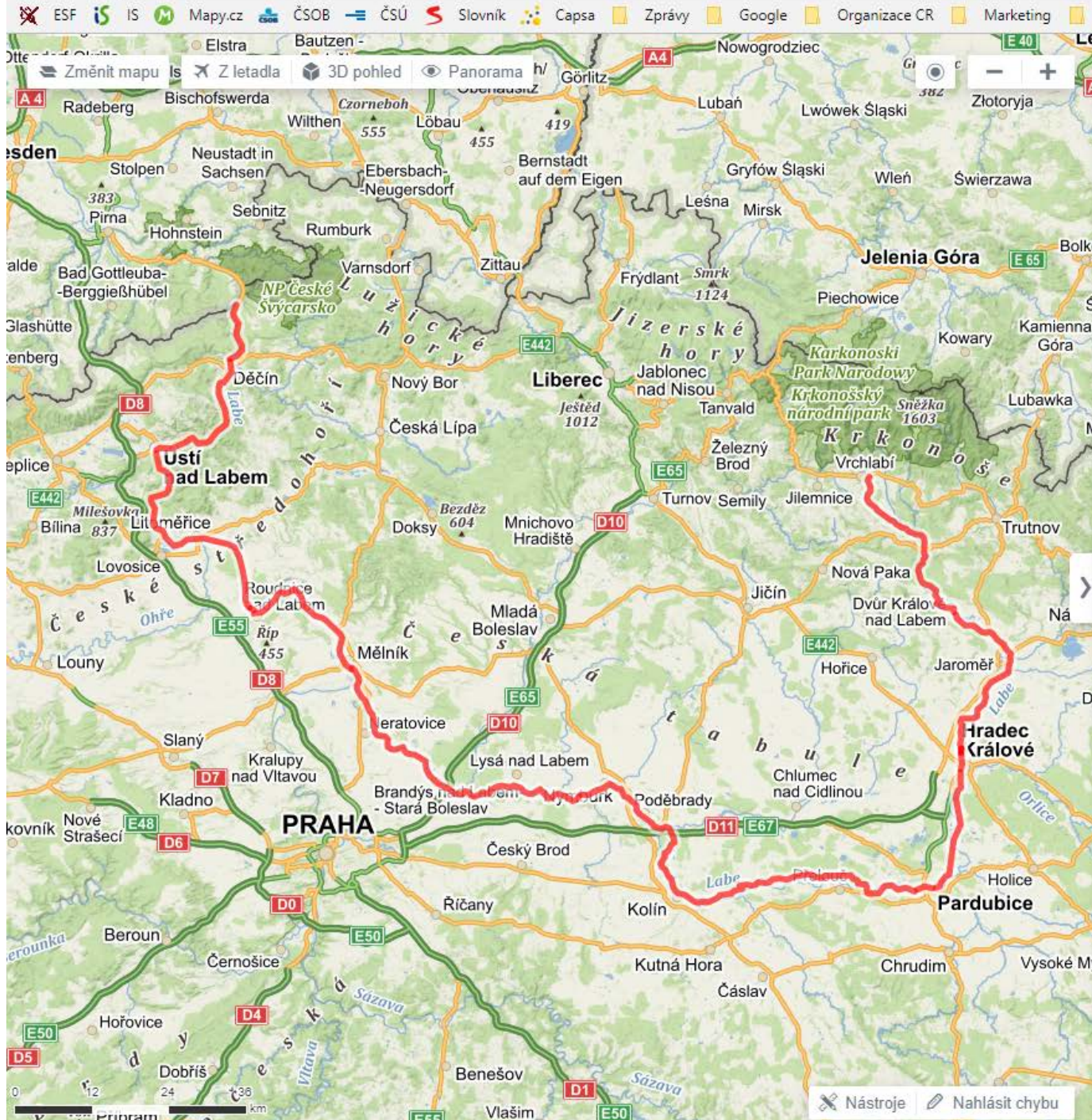


Komunikace

Obsah	Lifestyle	Prostředky	Distribuce			
#trasy + napojení na regionální trasy		Lifestyle	Gpx a popis	Web cyklostezky		
#POI				Web destinace		
#služby → zážitky/experience			Lifestyle	Videa	CzechTourism	
#krajina → zážitky/experience					Eurovelo.com	
				Lifestyle	Fotky	Mapy.cz
						Sociální média
					Lifestyle	Story

ESF IS M Mappy.cz ČSOB ČSÚ Slovník Capsa Zprávy Google Organizace CR Marketing Internet Info zdroje Časopisy Ostatní záložky

Změnit mapu Z letadla 3D pohled Panorama Hledání Plánování Moje mapy



Cyklotrasa Labská
Cyklotrasa

Nymburk
okres Nymburk, Středočeský kraj, Česko

[Do plánování](#) [Tipy na výlet](#) [Uložit](#)

Labská stezka je cyklostezka v Německu a v České republice, která vede především podél toku Labe. Pokud uvažujeme trasu ze Špindlerova Mlýna v Krkonoších až k ústí Labe do Severního moře u Cuxhavenu, je dlouhá 1220 kilometrů. Někdy se ovšem za začátek Labské stezky považuje turisticky atraktivní Praha, odkud jedou cyklisté podél Vltavy a k Labi se připojují až u Mělníka – v takovém případě se udává délka cyklotrasy 980 kilometrů.

Další odkazy:
cs.wikipedia.org

Sdílet GPS Hledat v okolí

Nástroje Nahlásit chybu



WIKIPEDIE
Otevřená encyklopedie

Hlavní strana
Nejlepší články
Náhodný článek
Poslední změny
Komunitní portál
Pod lípou
Nápověda
Potřebuji pomoc
Podpořte Wikipedii

Nástroje

Načíst soubor
Speciální stránky
Verze k tisku

Jazyky



Nejste přihlášen(a) [Diskuse](#) [Příspěvky](#) [Vytvoření účtu](#) [Přihlášení](#)

Hledat na Wikipedii

Speciální stránka

Výsledky hledání

[Nápověda](#)



Hledat

Výsledky 1–21 z 42

[Články](#) [Multimédia](#) [Všechno](#) [Rozšířené](#)

- Můžete stránku **Stezka železné opony** vytvořit nebo [požádat](#) o její vytvoření.
- [Zobrazit stránky, které na tuto stránku odkazují.](#)
- [Zkuste se podívat i na heslo Stezka železné opony na Wikislovníku.](#)

[Greenway](#) (přesměrování z [Zelená stezka](#))

Vídeň Greenways v ČR – Labská **stezka** Greenways v ČR – **Stezka železné opony** (EuroVelo 13)

Lucie Hniková: Greenways **stezky**, web Cyklistika pro všechny Krmov

5 KB (468 slov) - 18. 4. 2017, 11:31

Vinařská naučná **stezka** Valtice

vyústění na silnici je možné odbočit doleva a dojít k Muzeu **železné opony**, naučná **stezka** však míří po silnici doprava zpátky do Valtic. Sem přichází Sobotní

2 KB (202 slov) - 21. 6. 2017, 10:01

[Alžbětín](#) (kategorie [Železná Ruda](#))

Česko-německá nádražní budova Naučná **stezka** Utajená obrana **železné opony** Pohled z Alžbětína na Velký Javor

4 KB (240 slov) - 16. 9. 2017, 23:16

Naučná **stezka** Totalita rozděluje

Totalita rozděluje je naučná **stezka** vedoucí přes Borovany a jihozápadní část jejich katastru. Osmikilometrová **stezka** začíná v blízkosti borovanského

5 KB (335 slov) - 21. 10. 2017, 11:06

[EuroVelo](#) (kategorie [Cyklistické trasy a stezky](#))

Nordkapp – Athény (5 964 km) EV 13 - **Stezka Železné opony**: Barentsovo - Černé moře (10 400 km) EV 15 - Rýnská **stezka**: Andermalt - Hoek van Holland (1 320 km)

9 KB (309 slov) - 18. 4. 2017, 09:08

Výsledky ze sesterských projektů

[Povídky a arabesky/V Pováží](#)

sama o sobě neschůdná **stezka** zatarasena byla omšnými balvany, jež odtrhla tu i tam ruka času od mohutných hradeb, místy mizela **stezka** naprosto v plazivém

Z Wikizdrojů

Komunikace – segment Dálkový cykloturista

- Centrální pozici v komunikaci má webová stránka EV trasy, která plní společně s dalšími aktivitami funkci inspirační (aktivační), tak funkci plánovací a informační.
- Cílem komunikačních aktivit je budování dostatečné publicity příslušného webu.
- Silná kooperace s ostatními destinacemi (především v ČR a Rakousku).



Eurovelo 9

Trasa & etapy

Úvod

Trasa & etapy

Regiony & města

Turistická zařízení

cyklo-jizni-morava.cz

Interaktivní mapa cyklotras

Rychlá navigace

AKTUALITY
 Cyklistické akce
 Sportovní akce
 Tipy na výlety
 Destinace pro cyklisty
 Cyklistických
 Mapy, průvodčí, brožury
 3D modely objektů JMK
 Videogalerie - NOVINKA !!!

CYKLO Jižní Morava na facebooku

Trnavský samosprávný kraj

Cyklistická síť EuroVelo

EuroVelo ve světě

Propojení evropského kontinentu kompaktní sítí dálkových cyklistických tras a současně rozvoj cykloturistiky jako ekologicky šetrného způsobu cestování a udržitelného ekonomického zdroje pro regiony a města na trasách - takové jsou cíle ambiciózního projektu EuroVelo, který společně s mnoha partnery realizuje Evropská cyklistická federace. Dvanáct dálkových cyklotras v celkové délce 66 tisíc kilometrů křehuje napříč evropským kontinentem a propojuje všechny země Evropy. Projedejí hlavní údolní a přelomové hornatky Evropy, vyhledávají podíl mořského pobřeží i vnitrozemím, historická i přírodní památky světového formátu - to vše čeká na návštěvníky sítě EuroVelo. Již do roku 2013 bude většina tras vyznačena podle jednotné Evropské metodiky EuroVelo a postupně by tyto trasy měly splňovat všechna kritéria kvality porozhů, značení a bezpečnosti.

EuroVelo v České republice a na Jižní Moravě

Českou republikou, ve které koordinací EuroVelo tras zajišťuje řada partnerů, prochází hned čtyři se zhrnutel tras - východ a západ Evropy spojuje trasa 4, s koncovými městy Roscoff (nejzápadnější výběžek pobřeží Francie) a Kyjev na Ukrajině a její délka je 4 000 km. Sever s jihem Evropy spojuje trasa 9 - Jantarová stezka, 1930 kilometrů dlouhá trasa vedoucí z Gdaňsku na pobřeží Baltu do Pulj na Jadranu. Obě trasy se protínají v Brně. Třetí trasou je stezka balneárního cíle a řekou Vltava, která vede i nově trasou - Pátek zemědělců v táboráckém a Rakovnickém ústředí, která



EuroVelo 9

566 km

Popis trasy

Zobrazit mapu

Na EuroVelu srdcem Evropy

Evropská odbočivá cyklotrasa EuroVelo 9 v budoucnu spojí na okem z 860 kilometrů Baltické moře a Jaderským. Část této trasy je úsek od Jižní Moravy přes Rakousko až do Slovinska, který je součástí cestovní příručky a itinerářů pro cyklisty na historické proslulé město Baden a jeho okolí. Baden je historickým městem v jihozápadní části Německa.

historické město Baden s římskými termálními lázními je další zastávkou před tím, než se vydáte dále do Vídeňského újezí. Než se vydáte do kopce směrem Mönchskirchen, tak zde cyklisty přivítají termální lázně Linsberg Asia. Chcete-li se tomuto stoupaní vyhnout, můžete se nechat pohodlně vyvézt službou s převážnou kol taxi a cestovními službami společnosti Andreas Graf na nejvyšší bod EuroVelo 9.

Jakmile dorazíte na hranici mezi Dolním Rakovnickem a Štýrskem, ponořte se do světa odpočinku v vyhledávaném Štýrsku a štýrské termální lázně. V jihovýchodním Štýrsku se svým historickým městem

Blansko (CZ) → Maribor (SLO)

Stupeň obtížnosti:

střední - obtížná

Trasa:

Asfaltové a do určité míry zpevněné cyklistezky, místy málo frekventované silnice druhé třídy

Ideální doba pro cestu:

květen až říjen

Značení:

Wise Informal



EuroVelo 9 Countries Poland | Czech Republic | Austria | Slovenia | Italy | Croatia

Czech Republic

The route passes through the UNESCO Lednice-Valtice landscape area. Cycling through floodplain forest with occasional stops at historic monuments built in nature between Břeclav to Lednice and Valtice is especially rewarding. A must stop is at the medieval town of Mikulov with its outstanding chateau and Jewish quarter and cemetery. Mikulov is set at the foot of the Palava hills and landscape protected area with numerous vineyards and excellent wines. In the southern part the route is all flat to the capital of South Moravia, Brno. After Brno the route enters the Moravian carst which is a unique area filled with caves but also more challenging terrain for cycle tourists. Next part of Moravia known as Hana is flat and rich in agriculture, the regional center of Hana, Olomouc, is an important historic town and UNESCO site. From Olomouc you will cycle through Litovel on the Morava river floodplains through Litovel and Zábřeh where a hillier section is ahead past Šumperk and Jeseník through Jeseník mountains into Poland.



Komunikace – segment Dálkový cykloturista

Komunikace	Distribuce	EV 13	EV 9	EV 4
Web cyklostezky	Online ad, Partnerské weby, Print	■	■	
Storytelling	Sociální média, Web, Print, Newsletter	■	■	■
Key account management	Famtrips/kooperace se specializovanými CK	■		
Key media management	Press trips, Blogy, Print a online média	■	■	
Web destinace/TO	Partnerské weby	●	●	●
Print/průvodce	TIC/Trips/veletrhy/CRM	■	■	■
Event marketing	Cyklo akce, kulturní a gastro akce	■/●	■/●	
Partnerský marketing	Distribuce produktu přes distribuční síť partnerských společností (výrobci kol a vybavení, dopravní firmy, potravinářství)	●	●	

Komunikace – segment Rekreační cykloturista

- Základním stavebním kamenem komunikace je web destinace (krajské a oblastní DMO)
- Kooperace s externími komunikačními partnery (mapy.cz, ...)
- Hlavním prostředkem je storytelling a nabídka připravených tipů na výlety navázaných na EV trasu.

Komunikace – segment Rekreační cykloturista

Komunikace	Distribuce	EV 13	EV 9	EV 4
Web destinace	Online ad, Partnerské weby, CRM	■/●	■/●	■/●
Storytelling	Sociální média, Web, Print, Newsletter	■	■	■
Content management	Externí weby a služby (Mapy.cz; WIKI; Google.com; Tripadvisor.com,)	■	■	
Key media management	Press trips, Blogy, Print a online média	■	■	
Web cyklostezky	Partnerské weby (Cyklisté vítáni, MVS)	■	■	
Print/průvodce	TIC/veletrhy/CRM	■	■	■
Event marketing	Cyklo akce, kulturní a gastro akce	■/●	■/●	■
Partnerský marketing	Distribuce produktu přes distribuční síť partnerských společností (výrobci kol a vybavení, dopravní firmy, potravinářství)	●	●	

Komunikace – segment Rekreatant

- Cyklostezky EuroVelo jsou součástí širší nabídky regionu či turistické oblasti a jejího storytellingu.
- Kombinace s gastronomií, výlety do historických městeček, za kulturou a historií, relaxací u vody či přírodou.
- Důraz na vnitřní marketing a tipy na výlety během dovolené (výzvy typu Puč si elektrokolo a vyraz ochutnat víno na Šobes)
 - Kvalitní web destinace s tipy na výlety
 - Tiskoviny (mapy s navrženými cyklookruhy)
 - Mapy.cz
 - Turistická karta

Komunikace - segment Rekreatant

Komunikace	Distribuce	EV 13	EV 9	EV 4
Web destinace	Online ad, CRM	■/●	■/●	■/●
Storytelling	Sociální média, Web, Print, Newsletter vše ve spojení s lifestyle	■	■	■
Content management	Externí weby a služby (Mapy.cz; WIKI; Google.com; Tripadvisor.com,)	■	■	
Key media management	Press trips, Blogy, Print a online média	■	■	
Print/průvodce	TIC/veletrhy/CRM	■	■	■
Vnitřní marketing	Turistická karta, Travel Magazín	●	●	●
Event marketing	Cyklo akce, kulturní a gastro akce	■/●	■/●	■
Partnerský marketing	Distribuce produktu přes distribuční síť partnerských společností (výrobci kol a vybavení, dopravní firmy, potravinářství)	●	●	

On-site activity

[Home](#) [Things to do](#) [Where to stay](#) [Holidays & breaks](#) [Explore Wales](#)



Epic Summer Tour

Elan Valley, Mid Wales by [Wales on View](#)

[Home](#) > [Epic Locations](#)

Epic Locations

Our massive EPIC mirror letters are doing the rounds in Wales this summer to draw everyone's attention to some of Wales' most spectacular places. Find out where they have been previously and where they are this week.



Grand Tour Foto-Spots.

Die schönsten Aussichtspunkte entlang der Route.

Bruppen, Luzern-Vierwaldstättersee @ Mattia S. Nuss



Snack Box.

46 Verkaufsstellen mit regionalen Produkten.

Grand Tour Snack Box © Oliver Bartenschlager + Carita Kiefer

Akční plán

- Vytvoření pozice koordinátora pro rozvoj EV trasy
- Realizace pasportizace - Vyhodnocení (pasportizace) úrovně infrastruktury a vybavenosti páteřní trasy a hlavních přístupových tras dle metodiky ECF pro certifikaci cyklotras.
- Definovat podporované značky a zohlednit jejich přesahy mimo hranice JMK.
- Tvorba metodických podkladů pro tvorbu produktů (např. kritéria výběru subjektů, certifikační systémy, integrace stávajících schémat, místní a lokální produkty).
- Vytvořit pro jednotlivé cílové skupiny inspirativní jednodenní etapy a výlety

Akční plán

- Identifikace nosných eventů cestovního ruchu, které se prostorově a tematicky prolínají s předmětnou EuroVelo trasou.
- Vytvoření brand manuálu pro nosné značky cykloturistických produktů
- Aktualizace foto a videobanky CCRJM a partnerských subjektů.
- Labeling cyklotras, průběžná obnova značení a doplňování logem cykloturistického produktu. Postupný přechod na značení dle Metodiky značení dálkových tras.
- Navázat brandingové partnerství s korporátní sférou.
- Inovovat webovou prezentaci nabídky cykloturistiky destinace Jižní Morava s jasným důrazem na TOP cykloprodukty JM (vč. EuroVelo tras).

Akční plán

- Rozvíjet Content management produktu EuroVelo tras – tj. vytvářet obsah pro komunikaci ve formě fotografií, videí a storytellingu.
- Tvorba webu cyklotrasy (SEO, linkbuilding a storytelling)
- Aktivace komunikačního mixu (facebook, instagram a google ads; KMM a KAM (B2B); print; přímý marketing; vnitřní marketing; partnerský marketing)
- Distribuovat informace o EuroVelo trasách na klíčových portálech s potenciálem následné organické distribuce.

Akční plán

- Zintenzivnit kooperaci s CzechTourism a posílení positioningu ČR jako také destinace aktivního pohybu, vč. nabídky kvalitních cyklotras národního a mezinárodního charakteru.
- Rozvíjet systém distribuce informací o produktové nabídce regionu uvnitř destinace
- Realizovat projekt zapojení (formou školení a spolupráce) provozovatelů služeb napojených na produktu do hlavních distribučních kanálů destinace (OTA – Tripadvisor, Google Places, Facebook, ...).
- Nastavit systém dlouhodobého kvantitativního monitoringu uživatelů stezek
- Realizovat školení pro zástupce obcí a místní obyvatelstvo, studijní cesty pro průvodce, novináře a CK.

MASARYKOVA UNIVERZITA

Institut cestovního ruchu INCERU
Ekonomicko-správní fakulta
Masarykova univerzita
Lipová 41
602 00 Brno
e-mail: sauer@econ.muni.cz
Tel.: +420 549 497 617