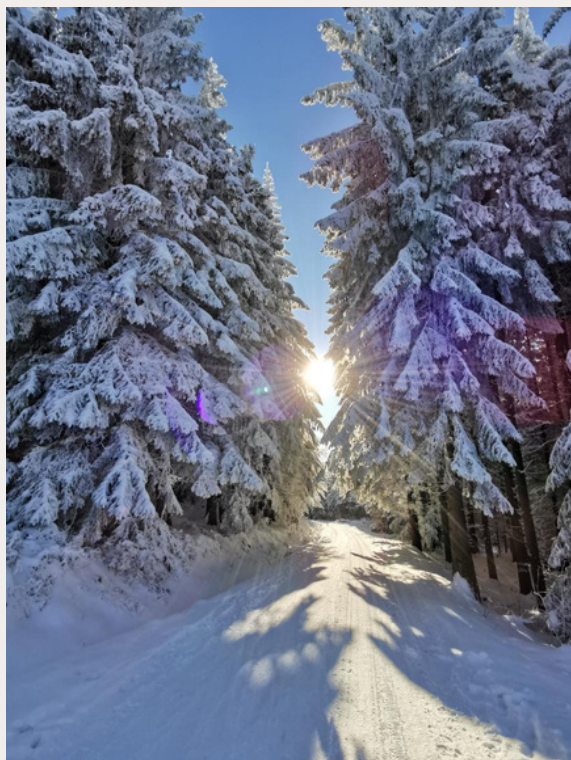




---

# Plánované mimosezónní aktivity rok 2024



---

## Mimosezonní komunikační témata 2024

- pěší a cyklo
- řemeslo a tradice
- rodinná dovolená
- MICE



---

## Plánované mimosezónní aktivity rok 2024

### ŘEMESLO A TRADICE

**Identifikace problému:**

Uvést v život nový produkt cestovního ruchu se zaměřením na řemeslo, lokálnost a tradici.

**Představení aktivit:**

Vytvoření produktu cestovního ruchu pro využití celý rok, hlavně v mimosezonné. Představit nabídku řemesla a kreativního cestovního ruchu, který nabízí návštěvníkovi jedinečný zážitek.

Vytvoření propagačního materiálu, prezentace na sociálních sítích.

**Stručný popis:**

Vytvoření produktu cestovního ruchu pro využití celý rok, hlavně v mimosezonné. Představit nabídku řemesla a kreativního cestovního ruchu, který nabízí návštěvníkovi jedinečný zážitek.

**Plánovaný rozpočet:**

150 000Kč

**Odhadovaný dosah a přínos:**

Přínos vidíme ve zviditelnění značky oblasti pod jednotným brandingem a dodržováním firemního názvosloví, spolek si v tomto klade za cíl zvýšení zájmu o destinaci. Kládeme si za cíl podpořit mimosezonní témata a atraktivitu, vzbudit zájem o třeba i zapomenuté tradice a vybudovat pocit nutnosti se více zajímat o přírodní i historické hodnoty celého území.



---

## Plánované mimosezónní aktivity rok 2024

### RODINNÁ DOVOLENÁ

#### Identifikace problému:

Směřovat aktivity k propagaci míst, jež si lze užít s celou rodinou i mimo sezónu.

#### Představení aktivit:

Propagace míst z produktu Zážitková stezka (doporučení pro rodiny s dětmi v kočárku, pro větší děti – za zážitky)

Příspěvky na sociálních sítích s tématech těchto míst min 20

Obnovení propagačních materiálů pro cílovou skupinu rodina s dětmi

#### Stručný popis:

Ad představení aktivit

#### Plánovaný rozpočet:

50 000Kč

#### Odhadovaný dosah a přínos:

Přínos vidíme ve zviditelnění značky oblasti pod jednotným brandingem a dodržováním firemního názvosloví, spolek si v tomto klade za cíl zvýšení zájmu o destinaci. Kládeme si za cíl podpořit mimosezonní témata a atraktivity, pro dodinnou dovolenou, vzbudit zájem trávení času v Pošumaví a méně navštěvovaných částech oblasti.



---

## Plánované mimosezónní aktivity rok 2024

### KOMENTOVANÉ TRASY PRODUKTU

### ŠUMAVSKO PRO TULÁKY

### (mimosezónní promo pěší a cyklo turistika)

#### Identifikace problému:

Nabídnout komentované trasy s profesionálním průvodcem i mimo hlavní letní měsíce.

#### Představení aktivit:

Cyklo a pěší turistika

V rámci produktu Šumavsko pro tuláky je vytipováno 11 pěších tras, které nejsou turisticky známé. Po těchto trasách v roce 2024 nabídneme komentované vycházky s profesionálním průvodcem. V roce 2024 nabídneme minimálně tři trasy, z toho jednu v mimo letní měsíce. Slibujeme si od toho, že přilákáme návštěvníky, kteří si chtějí oblast vychutnat tak, jak ji tento produkt cestovního ruchu představuje – kde nepotkají ani živáčka.

#### Stručný popis:

Po těchto trasách v roce 2024 nabídneme komentované vycházky s profesionálním průvodcem. V roce 2024 nabídneme minimálně tři trasy, z toho jednu v mimo letní měsíce. Slibujeme si od toho, že přilákáme návštěvníky, kteří si chtějí oblast vychutnat tak, jak ji tento produkt cestovního ruchu představuje – kde nepotkají ani živáčka.

#### Plánovaný rozpočet na komentované vycházky:

20 000Kč



---

### **Odhadovaný dosah a přínos:**

Každá procházka bude mít kapacitu max.10 osob. Zásah je naplánován tak, aby oslovil skutečné milovníky Šumavy, ty, kteří se nebojí toulat, chtějí objevovat nová místa a v rámci své návštěvy se chtějí dozvědět něco z historie, fauny a flóry a další. Přínosem produktu je zvýšení zájem o lokalitu, poznávání zákoutí, která nejsou známá, zvýšení povědomosti o značce turistické oblasti a pochopení fungování spolků destinačních managementů pro lepší koordinaci aktivit v cestovním ruchu.



## Plánované mimosezónní aktivity rok 2024

# VYTVOŘENÍ NABÍDKY PRO MICE A PROPAGOVAT MIMOSEZONNÍ OBDOBÍ

### Identifikace problému:

Sestavit a aktivně nabízet nabídku pro firemní klientelu a MICE v oblasti, vytvořit plán propagace se zaměřením na mimosezonní měsíce. Vytvořit funkční systém nabídky programu pro MICE včetně tvorby na klíč.

### Představení aktivit:

Zorganizovat famtripy (min 1x) v mimosezónní době pro MICE klientelu, ukázat jim možnosti ubytování ve všech úrovních, nabídnout doprovodný program, nabídnout kongresové kapacity včetně všech služeb. Předat informace, že DMO může zpracovat celou akci na klíč, protože má v oblasti partnery a zkušenosti

### Stručný popis:

Ad „představení aktivit“ + získat alespoň jednu objednávku na program pro firemní klientelu včetně veškerého programu a zázemí. Získat zpětné vazby a vybudovat nabídku k propagaci v online světě.

### Plánovaný rozpočet na online podzimní kampaň

50 000Kč

### Odhadovaný dosah a přínos:

Rozšiřování povědomí o značce turistické oblasti, o existenci turistických oblastí, zvýšení návštěvnosti v méně obsazených měsících (mimosezonně) a nabídnout destinaci nové cílové skupině, která má dostatečné finanční možnosti, aby využila nabídky TO na maximum.



## Plánované mimosezónní aktivity rok 2024

### PODCASTY

#### Identifikace problému:

-leden-červen 2024, říjen-prosinec 2024 – pouštět zásadně mimosezonně – v mimosezónních měsících mají podcasty větší počet posluchačů a můžeme tak zasáhnout mnohem širší publikum. Témata jsou vybírána tak, aby akcentovala místa nebo osobnosti, které je vhodné navštěvovat hlavně mimosezonně, která nehovoří jednoznačně o hlavních atraktivitách a zvou k širšímu pozvání turistické oblasti s přesahem na celou Šumavu jako celek

#### Představení aktivit:

-Natočit jedenkrát měsíčně (ve výše zmíněné měsíce) díl podcastu do 40 minut (delší díly neudrží tolik posluchačovu pozornost) s předstihem o měsíc před datem jeho publikace (podcasty na březen se točí v únoru, atd.) – točí se přímo u hosta podcastu à vyšší autenticita dílu a tématu

-Jedenkrát měsíčně vydat díl Šumavských podcastů (ve výše zmíněné měsíce) (registrovaná značka) s tématem Šumavy a Pošumaví, zaměřeno na lákavá témata, o kterým se třeba ani tolik nemluví. Snaha vzbudit v návštěvnících touhu navštívit TO a celé území Šumavy s jiným cílem, než vidět největší highlighty, snažit se poznat, prozkoumat, naučit se naslouchat a chápat.

#### Stručný popis:

-Šumavské podcasty Vás provedou nejen Šumavou, ale i Pošumavím.

-Představí projekty, které nesmíte minout, osoby, které tvoří velké věci a místa, která třeba neznáte. Jedinečná příroda, šumění potůčků, štěbetající ptáci, husté lesy, klid.

Typické znaky rozmanité šumavské krajiny. Jestli si ji chcete užít ještě blíž, pohodlně se usadte a klidně i zavřete oči. Nabízíme Vám Šumavské podcasty, ve kterých nahlédnete takříkajíc pod pokličku tohoto podmanivého kraje jižních Čech.



---

## Plánovaný rozpočet:

-30 000Kč

## Odhadovaný dosah a přínos:

-25 000 stažení z RSS

-2000 posluchačů Spotify

-Přínos vidíme ve zviditelnění značky oblasti pod jednotným brandingem a dodržováním firemního názvosloví, spolek si v tomto klade za cíl zvýšení zájmu o destinaci prostřednictvím oblíbených platform pro, v současné době, oblíbenou činnost poslouchání podcastů. Kládeme si za cíl podpořit mimosezonní témata a atraktivitu, vzbudit zájem o třeba i zapomenuté tradice a vybudovat pocit nutnosti se více zajímat o přírodní i historické hodnoty celého území.

- publikace na RSS, SPotify, YouradioTalk, Youtube, [www.ceskepodcasty.cz](http://www.ceskepodcasty.cz)
- seriál propagace na Facebooku a Instagramu - v mimosezonné - každý týden představit jeden díl





---

## Plánované mimosezónní aktivity rok 2024

### ORGANIZACE PŘEDNÁŠEK A BESED

#### **Identifikace problému:**

Přednášky z odborníky s tématy Šumavy a Pošumaví na základě jednotlivých dílů Šumavských podcastů

#### **Představení aktivit:**

Živé besedy s hosty Šumavských podcastů a dalšími významnými osobnostmi turistické oblasti Šumavsko a celé Šumavy, konající se u našich partnerů, v mimosezonní měsíce jako jsou leden – duben a říjen-prosinec.

#### **Stručný popis:**

Veřejné besedy/přednášky se šumavskými tématy nebo se šumavskými rodáky slouží k podpoře dění v mimosezonní nabídce cestovního ruchu. Klademe si za cíl podpořit mimosezonní témata a atraktivitu, vzbudit zájem o třeba i zapomenuté tradice a vybudovat pocit nutnosti se více zajímat o přírodní i historické hodnoty celého území.

#### **Plánovaný rozpočet:**

50 000Kč

#### **Odhadovaný dosah a přínos:**

- Každá přednáška min.20 posluchačů
- Klademe si za cíl podpořit mimosezonní témata a atraktivitu, vzbudit zájem o třeba i zapomenuté tradice a vybudovat pocit nutnosti se více zajímat o přírodní i historické hodnoty celého území.



---

## Plánované mimosezónní aktivity rok 2024

### ORGANIZACE A NABÍDKA ŠKOLENÍ V MARKETINGU A V CESTOVNÍM RUCHU

#### Identifikace problému:

Vytipovat a zorganizovat školení, nabídnout školící platformy a využít nabídek jednotlivých školitelů tak, abychom v turistické oblasti, u jejích členů a partnerů zajistili určitou úroveň informovanosti a vzdělávání. Vytvořit vzdělávací programy pro školy a nabídnout programy s lektorem .

#### Představení aktivit:

Nabídnout účast na vybraných školeních, osobně se školení účastnit, zakoupit licence pro školící platformy, osobně školení zorganizovat. Zorganizovat takové aktivity zásadně mimo sezonu (připravit se na sezonu s novými dovednostmi)

#### Stručný popis:

Ad „představení aktivit“

#### Plánovaný rozpočet na online podzimní kampaň

50 000Kč

#### Odhadovaný dosah a přínos:

Nárůst znalostí, prezentačních a marketingových dovedností osob v turistické oblasti na všech úrovních (DMO a jeho vedení a zaměstnanci, členové DMO, podnikatelé, veřejná správa, neziskový sektor, ...)

# Vzdělávání, workshopy a meetingy

- **Fórum chytré turistiky v jihočeském příhraničí** – setkání pro informační centra TO a přilehlých TO před nadcházející sezonou – duben 2024
- **Workshop na tvorbu nového produktu cestovního ruchu** (řemesla a tradice) – pro členy a partnery s vedením oblasti – březen 2023
- **Akademie kreativního cestovního ruchu** – čtyřdenní vzdělávací kurz v mezinárodním projektu s V4 a Gruzí – únor 2024
- **Školení v cestovním ruchu** – školení organizované spolkem destinačního managementu PRO Šumavsko, z.s. pro členy a partnery ZDARMA – podzim 2024
- **Travelcon** – V roce 2024 proběhne již 8. ročník konference Travelcon, která je největší odbornou konferencí cestovního ruchu v České republice. – Cílem je připravit komerční i nekomerční subjekty na nadcházející sezonu, seznámit je s aktuálními trendy turismu a inspirovat je k dalším krokům v jejich podnikání.
- **Pravidelné setkávání předsedkyně, produktové manažerky a externích pracovníků** – 1x měsíčně
- **Členská schůze a schůze výkonného výboru spolku** – 2x ročně
- **Pravidelné setkávání s JCCR s manažery turistických oblastí & vedením turistických oblastí & partnery, členy, hosty TO** – 4x ročně: – duben 2024 – při Travelconu – září 2024 – při festivalu Voda, moře, oceány – podzim 2024 – v rámci RSK – další dle potřeby
- **Setkání jihočeských turistických informačních center** – jaro a podzim 2024
- **Pravidelné setkávání s manažery turistických oblastí a JCCR** (1x za 14 dní)
  
- **Odučit min 5 vyučovacích hodin s environmentálními programy**





## Plánované mimosezónní aktivity rok 2024

### EDIČNÍ ČINNOST

#### Identifikace problému:

Vytvoření nových materiálů k novému produktu cestovního ruchu, obnova stávajících propagačních materiálů s různými tématy (pro pěší a cyklo a rodinnou dovolenou) zaměřující se na mimosezónní aktivity, místa mimo hlavní atraktivity a hlavní body zájmu.

#### Představení aktivit:

Tvorba propagačních předmětů v režii spolku DMO, který má přehled o významných, atraktivních, nicméně méně navštěvovaných místech.

#### Stručný popis:

Budou vytvořeny propagační materiály se zaměřením na lokálnost v rámci nového produktu cestovního ruchu a obnoveny materiály pro rodinnou dovolenou a pěší a cyklo. Taktéž vzniknou materiály pro environmentální vzdělávání ve školách.

#### Plánovaný rozpočet:

100 000Kč

#### Odhadovaný dosah a přínos:

Těmito materiály zasáhneme širokou škálu návštěvníků. Jsou distribuovány mezi členy a partnery DMO, mezi další vybraná stravovací a ubytovací zařízení, do všem turistických informačních center a TIC v přilehlých turistických oblastech. Usilujeme o získání prostoru na prezentační stojan s materiály v Sportovním zařízení Prachatice, jež je v mimosezónní měsíce hojně navštěvováno lidmi z celé oblasti i mimo ni.



## Plánované mimosezónní aktivity rok 2024

### SOCIÁLNÍ SÍŤ

#### Identifikace problému:

Budování silnější základny fanoušků a sledujících, využívat nové, moderní přístupy a postupy, jak dosáhnout větších dosahů, jak oslovovat publikum.

#### Představení aktivit:

Nastavení užívání sociálních sítí tak, aby jejich dosahy v mimosezoně byly srovnatelné úrovně jako v sezonně, dosahy a počty sledujících rostly a příspěvky adresovaly místa a atraktivitu z méně vytížených oblastí.

#### Stručný popis:

Nastavení pravidelných příspěvků, plánování chytlavého obsahu. Upozorňování na významná témata a dění v TO, popřípadě na celou Šumavu. Navýšit počet interakcí a používat sociální sítě jako jeden z nástrojů prezentace pro rozptýlení návštěvnosti TO. Vymýšlet chytlavá témata a lákat na méně navštěvované aktivity  
-Nastavení mimosezonního proma pro pěší a cyklo, rodinnou dovolenou, historická města, a zaměřit se na propagaci míst v NP Šumava hlavně v mimosezonní době (duben, listopad)

#### Plánovaný rozpočet na online podzimní kampaň

30 000Kč



---

### **Odhadovaný dosah a přínos:**

- Dosáhnout u příspěvku 2000 likes (Instagram)
- Přehrání reels dosáhnout hranice 10 000 (Instagram)
- Dosáhnout hranice 9500 fanoušků (facebook)
- Dosah stránky – dosáhnout hranice 400 000 (Facebook)
- Dosáhnout hranice 7000 sledujících (Instagram)
- Dosáhnout dosahu Instagramu 400 000



*Hmm....tady je dobře.*

---

## **PRO Šumavsko, z.s.**

SPOLEK DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU  
NEUMANNOVA 161, 383 01 PRACHATICE  
IČ 03686612

---

### **Klára Sochorová**

PŘEDSEDKYNĚ SPOLKU  
SOCHOROVA@PROSUMAVSKO.CZ  
+420 602 379 093

---

### **Ing. Marie Korousová**

PRODUKTOVÁ MANAŽERKA  
KOROUSOVA@PROSUMAVSKO.CZ  
+420 720 023 760

---

