

Turistická oblast Kutnohorsko a Kolínsko

---

# MARKETINGOVÝ PLÁN 2023



[www.kutnohorskokolinsko.cz](http://www.kutnohorskokolinsko.cz)

# ZÁKLADNÍ CÍLE MARKETINGU KUKO

- Kontinuálně budovat pozitivní image destinace
- Zvýšit povědomí a zájem turistů i návštěvníků o destinaci Kutnohorsko a Kolínsko
- Přivést turisty a návštěvníky do podniků poskytujících služby v cestovním ruchu
- Zvýšit počet přenocování v destinaci s ohledem na to, že KUKO není dovolenková destinace
- Neustále pracovat na udržitelnosti a být ohleduplní k životnímu prostředí

# ZÁKLADNÍ CÍLE MARKETINGU KUKO PRO ROK 2023

- V roce 2023 budeme klást větší důraz na tuzemský cestovní ruch
- Postupně zahájíme aktivity směřující k incommingu, ale zatím se zaměříme na sousední země
- Vzhledem k naší výhodné pozici vůči hlavnímu městu prověřujeme možnosti podpory sektoru „business travel“ (ve spolupráci se SCCR a CzechTourism)
- Zaměříme se na udržitelné cestování a na vše, co je s ohleduplností k životnímu prostředí a snížení zásahů do přírody, spojeno

# ZÁKLADNÍ KOMUNIKAČNÍ LINIE NEJEN PRO ROK 2023

- V komunikaci klademe důraz na náš claim, který je hlavním sdělením pro cílové zákazníky

## **KUTNOHORSKO A KOLÍNSKO** **Místa, kam se budete rádi vracet**

- Pracujeme s jazykem, který je hravý, stručný, nezatěžující komplikovanými historickými daty, využívající vtipu a dvojsmyslů (viz vizuální a komunikační strategie)
- V komunikaci zdůrazňujeme poetiku, historii a pracujeme s motivem návratů (viz vizuální a komunikační strategie)

# KUTNOHORSKO A KOLÍNSKO



Muzeum lidových staveb



Koutřim



VINOTÉKA Č.P. 47  
APARTMÁNY Č.P. 9

HOTEL THERESIA  
PENZION POD VĚŽÍ

Kolin

Labe

areál Kačina

Dobruška

KÁVY PÍTEL  
na trzích Přitoky

Kutná Hora

Bylanka

Vavřínecký rybník

• HOTEL U KÁTY • HOTEL MĚDÍNEK  
• RESTAURACE A CAFÉ DAČICKÝ  
• APARTMÁNY DAČICKÝ • VINNÉ SKLEPY  
KUTNÁ HORA • PIVOVAR KUTNÁ HORA

Heroland

Čáslav

HOTEL GRAND

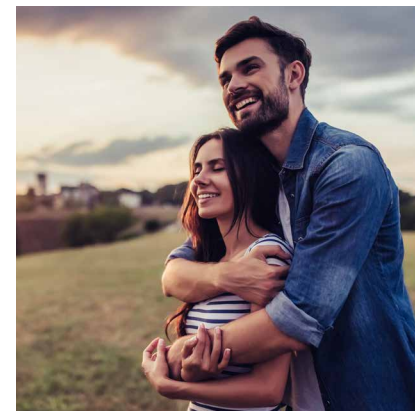
zámek a obora  
Žleby

# LOKALITA

- V roce 2023 budeme **primárně** cílit na **tuzemského** turistu a návštěvníka
- Domácí návštěvníci přijíždějí především z Prahy, Středočeského kraje, Královéhradeckého kraje, Kraje Vysočina, Jihočeského kraje a s menší frekvencí z krajů vzdálenějších jako je Liberecký, Jihomoravský apod.
- **Sekundárně** zaměříme komunikaci na **zahraniční** trhy
- Budeme se soustředit na vybrané trhy ve spolupráci se zahraničními zastoupeními agentury CzechTourism
- Zahraniční návštěvníci, které budeme v roce 2023 oslovovat, jsou ze sousedních zemí a to zejména ze Německa (25 %), Slovenska (20 %), Polska (20 %), Rakouska (15 %) a ostatní - Severské země, BENELUX (10 %)

# CÍLOVÝ ZÁKAZNÍK

- Primárně se zaměřujeme na **dvojice bez dětí**
- Bližší vymezení jsou dvojice, které mají starší děti a ty s nimi již nechtějí trávit volný čas anebo dvojice bezdětné; kombinace aktivní volný čas s odpočinkem a očekávají kvalitu; ochota utratit více peněz anebo seniorní dvojice; odpočinek a poznávání historie; kvalita za rozumnou cenu
- V letní turistické sezoně se pak snažíme nalákat **rodiny s dětmi**
- Bližší vymezení je rodina s 1 – 2 dětmi; rodiče většinou vysokoškolské vzdělání; zájem o aktivní dovolenou s možností něco zažít a něco se naučit; poznávání naší minulosti a tradic
- *Další cílové skupiny budeme definovat v průběhu tvorby dlouhodobé strategie a definice produktového portfolia v průběhu roku 2023*



# CÍLOVÝ ZÁKAZNÍK / PERSONY

- Dlouhodobě sledujeme naše cílové zákazníky a z nich jsme si vybrali jednu skupinu, která je nám na cílení a komunikaci nejbližší a jejíž existenci si v roce 2023 chceme potvrdit detailnější analýzou.
- Jde o rodinu s dětmi, které zatím pracovníě říkáme „hipsterská rodinka“.
- Líbí se nám, že v téhle rodině se rodiče věnují dětem, ale zároveň jim dávají velký prostor pro fantazii, kreativitu a interakci. Tito rodiče volnočasové aktivity s dětmi rádi absolvují a neoddělují svoji zábavu od zábavy dětí.
- Mají rádi kulturu, sport, historii v moderním podání. Umí využít moderní technologie, ale rádi je nechají někdy mimo svůj dosah a prožívají věci off-line. Rádi podporují lokální výrobce, zemědělce, tvůrce.
- V průměru utratí více peněz než ostatní turisté.



# PREFEROVANÉ KOMUNIKAČNÍ KANÁLY

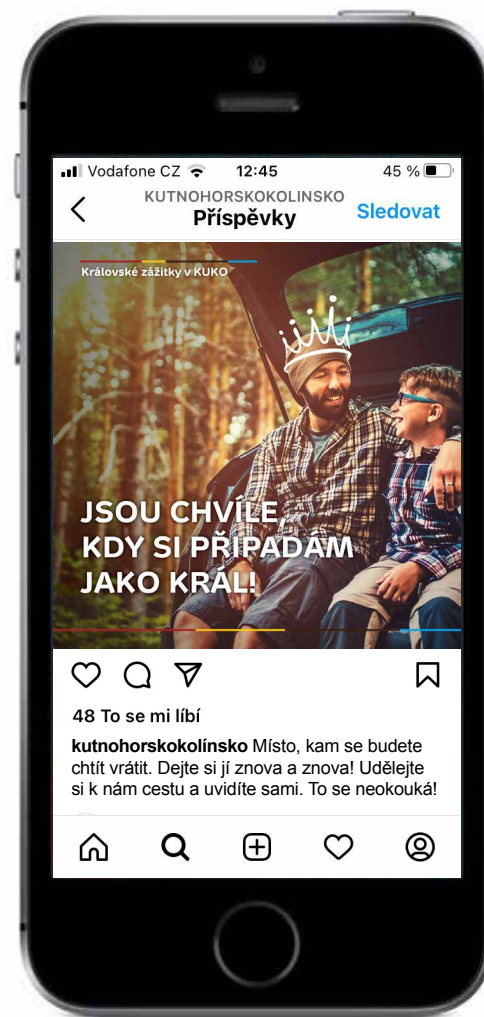
- Sociální sítě – Facebook, Instagram a LinkedIn
- Webové stránky destinace - [www.kutnohorskokolinsko.cz](http://www.kutnohorskokolinsko.cz)
- On-line reklama (+Google Ads)
- Print
- Rádio (podcast)
- TV
- Veletrhy a osobní prezentace

# SOCIÁLNÍ MÉDIA - FACEBOOK

- Pro většinu témat využíváme a budeme využívat sociální média. Soustředíme se na Facebook a Instagram.
- Facebook využíváme na realizaci kampaní v průběhu roku, které mají nalákat nové návštěvníky a nasměrovat je také na naše webové stránky.
- Na Facebooku komunikujeme akce a eventy, které jsou hlavní motivací pro návštěvu zejména v letní turistické sezoně. Důležité jsou tipy a plány na výlety a také propagace památek a dalších turistických atraktivit.
- Propagujeme také podniky v destinaci a to restaurace a ubytování. Snažíme se zařazovat i aktuální informace o regionálních produktech, které mohou turisté a návštěvníci při svých cestách ochutnat, vidět a koupit si jako suvenýr.

# SOCIÁLNÍ MÉDIA - INSTAGRAM

- Jako výkladní skříň naší oblasti slouží Instagram. Je zároveň albem fotografií, které dokresluje komunikaci na Facebooku.
- Co u nás uvidíte/zažijete bylo hlavním motem komunikace na Ig v roce 2020 a 2021.
- Pro rok 2023 se budeme snažit více vtáhnout do „hry“ naše partnery a členy, ale také samotné návštěvníky, jejichž fotky budeme sdílet. Potvrdíme tím tak autenticitu naší turistické oblasti i navštěvovaných míst.



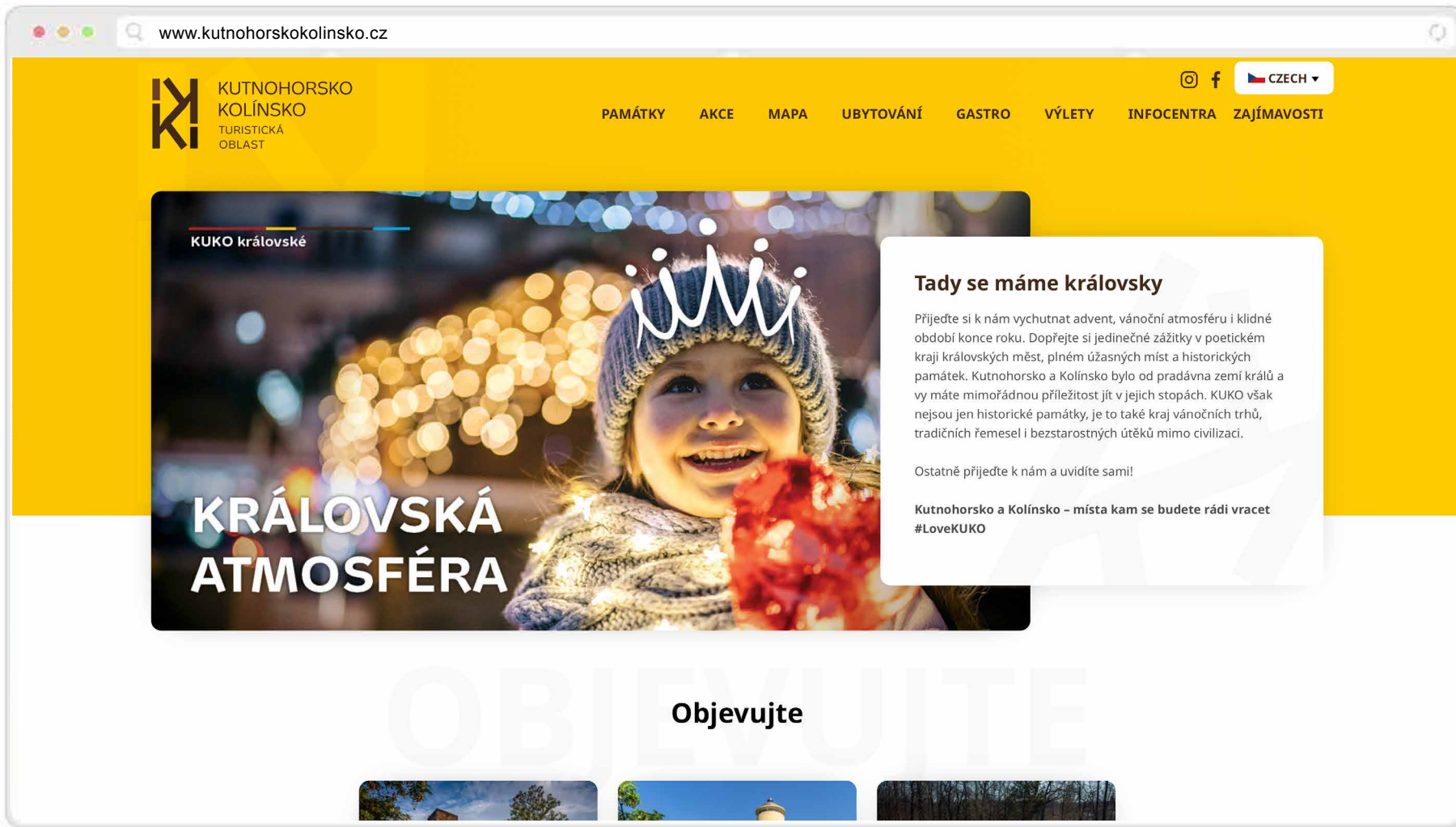
# SOCIÁLNÍ MÉDIA - LINKEDIN

- Postupně se snažíme využívat sílu další sociální sítě, kterou je LinkedIn.
- Tuto síť bereme jako doplňkovou, ale zároveň jsme si vědomi, že dobře cílené kampaně mohou zasáhnout úplně jiné obecnstvo než to, které sleduje Facebook a Instagram.
- Na této sociální síti budeme rozvíjet zejména kampaň směřující na propagaci královských měst „KUKO královské“ a také jeden z nově vybraných produktů pro rok 2023.

# WEBOVÉ STRÁNKY DESTINACE

- Webové stránky představují „informační hub“ pro potenciálního i stávajícího návštěvníka. Jsou hlavním zdrojem inspirace a měly by poskytnout dostatek informací pro plánování výletů a návštěv.
- V komunikaci využíváme fotografie. Komunikujeme akce, které se v destinaci konají v průběhu roku.
- V roce 2022 jsme na web destinace implementovali interaktivní mapu a stránky mají jazykovou mutaci v angličtině.
- V roce 2023 proběhne redesign webu a na stránkách budeme prezentovat i nově vzniklá videa. Chceme zjednodušit layout, více zaujmout velkoformátovými fotografiemi a videem. Inspiraci hledáme nejen u tuzemských destinací, ale také v zahraničí.
- Cílem je propojit kalendář akcí s kalendářem, který na svém webu prezentuje Středočeská centrála cestovního ruchu.
- Vytvoříme i další jazykovou mutaci webu.

# NAŠE WEBOVÉ STRÁNKY



# WEB, ON-LINE A OBSAHOVÁ REKLAMA

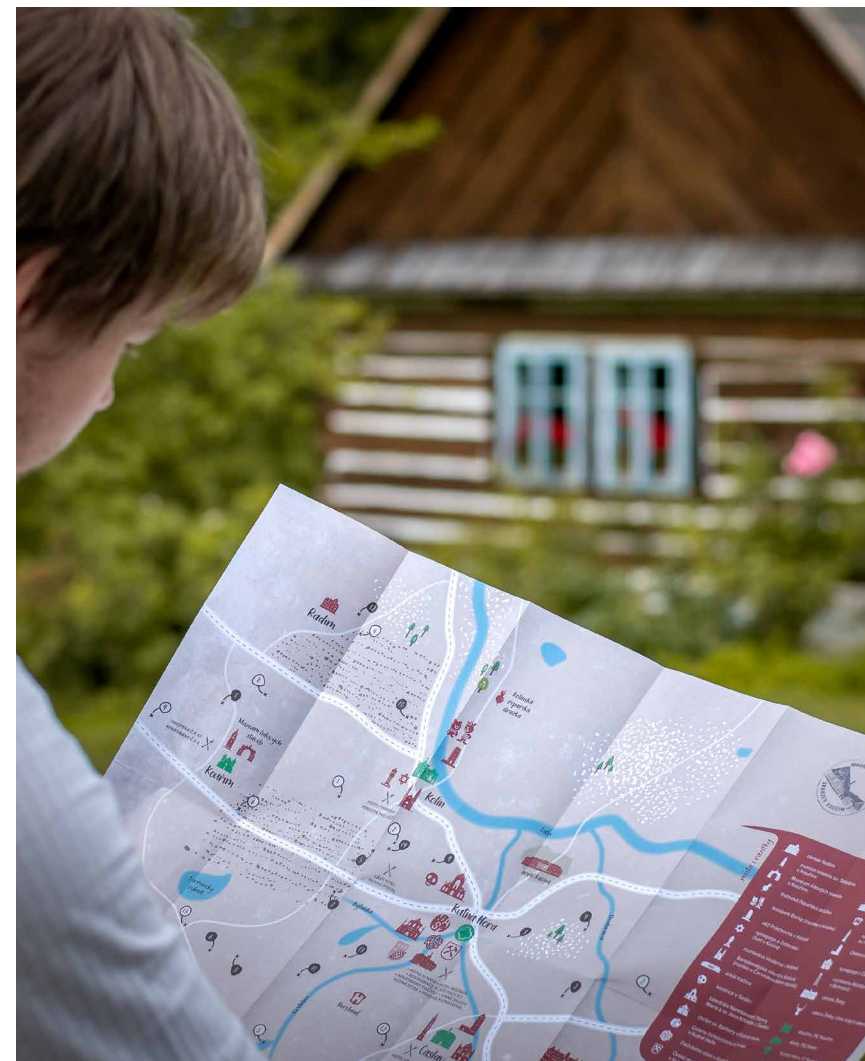
- Využíváme aplikaci Na kole i pěšky.
- Vzhledem k omezenému rozpočtu jsme zatím nevyužili dalších forem propagace na turistických portálech nebo placené kampaně u mediálních firem.
- Je velmi složité se zorientovat v množství nabízených aplikací a portálů zaměřených na cestovní ruch. KUKO se snaží zatím vytvořit silnou základnu na svých SOME a webu a až poté se budeme soustředit na další nabízené platformy.



300x250px

# PRINT – EXTERNÍ MÉDIA

- Přispíváme již tradičně do vybraných tištěných médií, kde využíváme prostor pro rozsáhlejší témata a spolupracujeme s několika málo vybranými médii (časopis Turista, TravelLife, Dovolená s nápadem, PragMoon...).
- Využíváme nabídky Středočeské centrály cestovního ruchu k propagaci akcí v jimi vybraných tištěných médiích.
- Klasickou reklamu v tištěných médiích téměř nevyužíváme.  
A ani pro rok 2023 ji neplánujeme.





# PRINT – VLASTNÍ TIŠTĚNÉ MATERIÁLY

- V rámci přípravy vlastních tištěných publikací jsme zdrženliví a snažíme se dobře promyslet, jakou formu, téma a množství zvolíme.
- V roce 2023 vydáme herní plán a mapu pro Dobrodružné putování Kutnohorskem a Kolínskem.
- Pro rok 2023 plánujeme pokračovat ve vydávání materiálů k tématu KUKO neznámé.
- Pro rok 2023 plánujeme vytvořit tzv. „image publikaci“, která bude mít za cíl informovat zejména na bázi fotografií a jednoduchého textu o oblasti KUKO (takový tištěný Instagram) a budeme ji využívat jako informační materiál na veletrzích, akcích mimo náš region a jako základní informační materiál na TIC nebo IC v rámci ČR. Publikace bude mít i jazykovou mutaci (angličtina), a proto ji plánujeme využívat k prezentaci v zahraničí.

# RÁDIO

- V roce 2021 jsme spolupracovali s platformou Youradio a vytvořili s jejich pomocí dva podcasty v rámci projektu Výlety s KČT. V roce 2022 byla spolupráce přerušena, ale pro rok 2023 plánujeme pokračovat v tvorbě podcastů na této platformě a zároveň využít i nabídky k propagaci na rádiu Evropa2 nebo Frekvence1.
- Na podzim roku 2021 jsme spolupracovali s Evropou2 na projektu #SvetoveCesko. Byli jsme součástí ranní show Evropy2 a zároveň jsme využili i nabídky na live stream, který Evropa2 natáčela ve všech krajích ČR.
- Pro rok 2023 jsme dostali nabídku prostřednictvím SCCR účasti v projektu Českého rozhlasu Region v pořadu „Tady to znám“. Vybrali jsme známé osobnosti z destinace, které jsme doporučili partnerům pořadu.

# TV

- Propagace formou reklamních spotů v TV jsme doposud nevyužili. Brání nám v tom především vysoké náklady na výrobu spotu a na jeho umístění v zajímavých vysílacích časech a na zajímavých TV kanálech.
- Spolupráce s TV proběhla v roce 2021 díky SCCR, kdy jsme byli začleněni do seznamu destinací pro natáčení pořadu Loskuták na výletě a S karavanem po Česku. V roce 2023 proběhla SCCR spolupráce s Mall.tv, která v naší destinaci natočila pořad s Naomi po Česku.
- Pro rok 2023 bude komunikace prostřednictvím TV v podobném módu jako v předešlém roce. Nejsme schopni zajistit dostatečný rozpočet na výrobu reklamního spotu, a budeme proto využívat cestovatelských pořadů, do kterých můžeme přispět tipy na výlety, atraktivitami a vstupy.

# PRESS A FAM TRIPY

- Po 3 letech existence jsme vytvořili svoji vizuální identitu a můžeme své aktivity v marketingu dále rozšiřovat. Jedním z účinných nástrojů pro marketing a propagaci destinace jsou i press tripy a fam tripy.
- Tyto aktivity nabízíme v součinnosti s jednotlivými městy nebo památkami a atrakcivami.
- Zatím se soustředíme na press a fam tripy organizované ve spolupráci se Středočeskou centrálou cestovního ruchu a/nebo agenturou CzechTourism.

# VELETRHY A STÁNKOVÁ PREZENTACE

- Účast na veletrzích a osobní stánkové prezentace velmi pečlivě zvažujeme. Důvodem je nedostatek zdrojů (omezený finanční rozpočet a nedostatek lidských zdrojů).
- V roce 2023 se budeme účastnit veletrhů pouze v případě, že budeme příležitost připojit se ke společné prezentaci Středočeského kraje, Středočeské centrály cestovního ruchu a/nebo agentury CzechTourism.
- Na stánkových prezentacích se snažíme vždy propagovat společně s některým z turistických či městských informačních center. V roce 2023 budeme zvažovat společnou účast na zajímavých akcích – např. Vinobraní, regionální trhy a trhy produktů s regionální značkou, prezentace a oslavy výročí královských měst, apod.

# KOMUNIKAČNÍ TÉMATA PRO ROK 2023

- **KUKO královské**  
(návrat do stříbrných časů, kudy procházely královské družiny, architektura v KUKO)
- **Školní výlety** (pojedte s dětmi na výlet a poznejte kus naší historie)
- **KUKO léto** (letní kulturní sezona v plném proudu!)
- **KUKO gastronomické a tradiční** (pivní stezka, vinařský produkt)
- **Udržitelně v KUKO** (na kole v KUKO; vlakem do i po KUKO)
- **KUKO se představuje**  
(aneb seznámte se s těmi, kdo vás na vašich cestách po KUKO doprovázejí ...obsluhují, připravují obědy, stelou postele..apod.)

# KOMUNIKAČNÍ TÉMATA 2023 V DETAILU

## KUKO dětem a jejich učitelům

Motto: Dopřejte svým žákům pohádkový školní výlet a sobě konečně trochu klidu a hlavně úžasnou cestu do poetického kraje královských měst, plného jedinečných míst a historických památek. V KUKO, jak zdejšímu kraji zkráceně říkáme, je toho k vidění prostě moc. Zkrátka přijďte a uvidíte sami! Další skvělé tipy na výlety nejen pro školy najdete na [www.kutnohorskokolinsko.cz](http://www.kutnohorskokolinsko.cz).

Už v loňském roce jsme se na sociálních sítích a webových stránkách KUKO věnovali tomuto tématu. Kampaň jsme rozšířili i o e-mailing na ředitele škol a organizací zajišťující náplň volného času dětí a mládeže. Tento e-mailing zajišťovala MAP Kutnohorsko.

Cílem kampaně je upozornit na to, že KUKO je místem, kde mohou děti společně s jejich učiteli strávit zajímavý čas a zároveň si upevnit svoje vědomosti (zejména z oblasti historie, tradic).



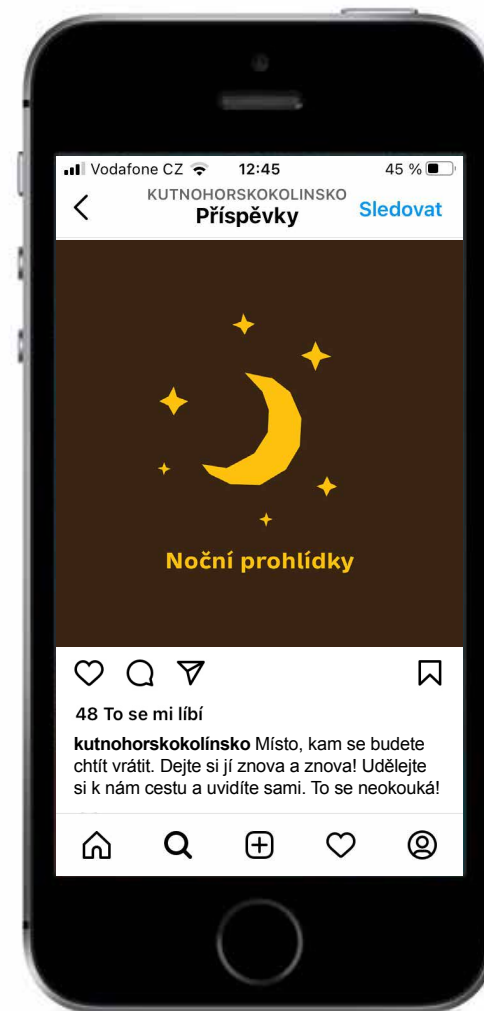
# KOMUNIKAČNÍ TÉMATA 2023 V DETAILU

## KUKO léto aneb letní kulturní sezona v plném proudu

Motto: V létě je KUKO doslova nabitě kulturními akcemi. Máme výhodu, že festivaly, divadelní představení nebývají „nacpané k prasknutí“ a tak u nás zažijete kvalitní program v klidu a pohodě bez nutnosti se mačkat.

Z náhodných průzkumů u ubytovatelů víme, že mnoho návštěvníků přijíždí do KUKO často v průběhu léta cíleně na noční prohlídky. V létě roku 2022 jsme se snažili tuto skutečnost ověřovat a letních kulturních akcí bylo ještě více než v předešlých letech a díky „pauze“ v průběhu pandemie se staly tyto akce velmi vyhledávaným zážitkem. Proto i v roce 2023 budeme komunikovat především noční prohlídky památek, noční prohlídky měst, divadelní a hudební festivaly v historickém centru města nebo na zámku.

Už po čtvrté budeme realizovat naši off-line hru „Dobrodružné putování Kutnohorskem a Kolínkem“, která láká k návštěvě míst známých i méně známých na území celé oblasti. Poskytuje hráčům přehled o zajímavých lokalitách na našem území, motivuje je k cestování s možností vyhrát zajímavé ceny od partnerů.





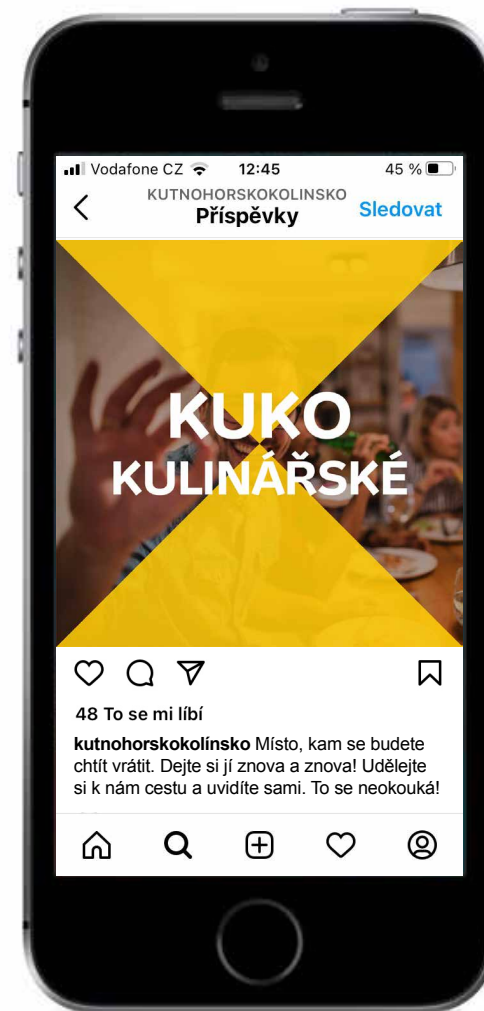
# KOMUNIKAČNÍ TÉMATA 2023 V DETAILU

## KUKO gastronomické a tradiční

V propagaci tradic a gastronomie jsme se snažili úzce navázat na komunikaci agentury CzechTourism a Středočeského kraje a využít jejich komunikačních témat i kanálů k propagaci naší destinace.

Společně se sousední destinací Pojizeří a Polabí jsme zahájili práce na přípravě nového společného produktu v podobě „pivní (gastronomické) stezky“ a plánujeme se tomuto tématu věnovat i nadále. Gastronomie je trendem současné doby, a proto se budeme snažit vyhledávat kvalitní nabídku gastronomických služeb, řemeslných pivovarů i lokálních vinařů.

Jako komunikační kanály budeme využívat sociální sítě, webové stránky partnerů a tištěná média.



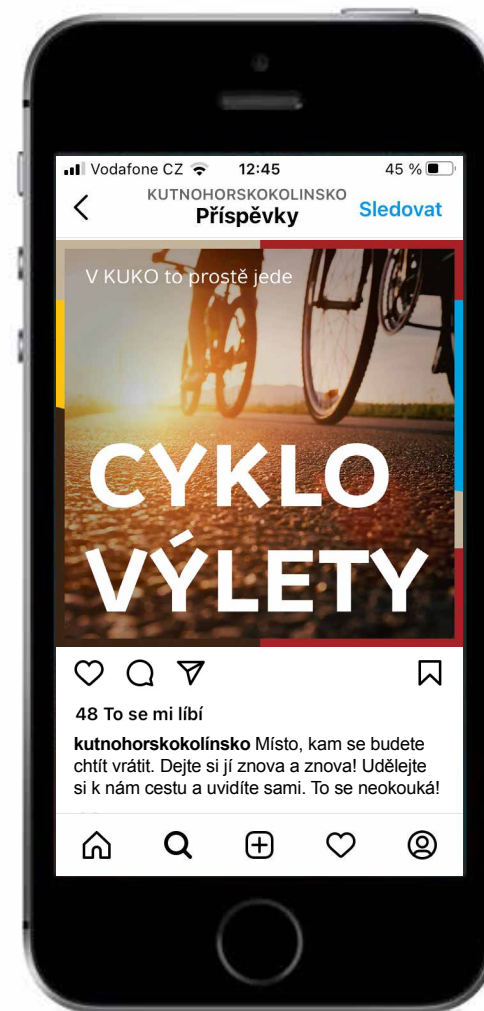
# KOMUNIKAČNÍ TÉMATA 2023 V DETAILU

## Udržitelně v KUKO

Udržitelnost je nejen populární slovo, ale v současné době jde spíš o trend, který se promítá velmi rychlým způsobem i do cestování. V KUKO souzníme s tímto trendem a snažíme se alespoň nepatrně přibližovat tento trend našim návštěvníkům.

V budoucnosti se chceme věnovat propagaci udržitelného cestování a možnosti procestovat naši oblast na kole a vlakem. Cyklistika je zároveň sportovní aktivitou a na našem území je možné se věnovat i rekreační formě tohoto sportu vzhledem k rovinné krajině.

Dalším z trendů je podpora lokálních výrobců a náhrada nakupování suvenýrů za nákup lokálních produktů. Do této sekce patří také propagace lokálních zemědělců i řemeslníků.



# KOMUNIKAČNÍ TÉMATA 2023 V DETAILU

## **KUKO se představuje (téma pro Ig)**

- Instagram slouží jako výloha nebo obrázkový časopis, kterým mohou potenciální výletníci a návštěvníci naší oblasti listovat a získávat tipy na výlety.
- V roce 2022 jsme se snažili v průběhu času představit podniků, které doprovázejí turistu a návštěvníka na jejich cestě po oblasti. Jde o hotely, restaurace, památky, a další.

# TÉMATATA 2023 ČLENSKÁ A PARTNERSKÁ SPOLUPRÁCE

- Rok 2023 přinese příležitost vyzkoušet si participaci na projektech našich členů a partnerů.
- V průběhu roku 2023 budeme spolupracovat na projektu Římskokatolické farnosti Kutná Hora Sedlec, která připravila projekt věnovaný Janu Blažejí Santinimu s názvem Santini Immortalis.
- Spolupráci na projektu pivní či gastronomické stezky jsme společně s destinací Pojizeří a Polabí zahájili už v roce 2022 a rok 2023 by měl přinést první výsledky této spolupráce.
- Jsme otevřeni spolupracovat i na dalších partnerských projektech, které budou smysluplné a přinesou podporu celé oblasti.

# REALIZACE KAMPAŇÍ NA WEBU A SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

- **Nástrojem pro plánování** konkrétních kampaní, postů na sociálních sítích i zápisů do kalendáře akcí jsou dva soubory, které sdílíme se členy. Členové a partneři předávají svoje vstupy do kalendáře akcí i přehledu marketingových aktivit. Plánujeme v horizontu 2 – 3 měsíců a postupně tyto vstupy, posty i kampaně upravujeme a doplňujeme.
- **Obsah pro prezentaci a marketingové aktivity:** vlastní grafické vizuály; videa; fotobanka destinace

# KUKO NA ROK 2023

## vč. marketingových aktivit

Finanční plán 2023	
<b>PŘÍJMY CELKEM</b>	<b>2.250.070 Kč</b>
Příjmy z členských poplatků	970.070 Kč
Příjmy z vlastní činnosti	50.000 Kč
Příjem z dotace	1.230.000 Kč
<b>VÝDAJE</b>	<b>2.400.000 Kč</b>
Služby a provoz	1.500.000 Kč
Osobní náklady	900.000 Kč
<b>ZISK/ZTRÁTA</b>	<b>-140.930 Kč</b>

marketing v detailu	
grafika a copywriting	300.000 Kč
tisk materiálů	150.000 Kč
web – redesign	250.000 Kč
videa a fotografie	150.000 Kč
PR články	50.000 Kč
SOME	200.000 Kč
	<b>1.100.000 Kč</b>