
MARKETINGOVÝ PLÁN 2024

TURISTICKÝ RUCH V ROCE 2023

- Větší rozmach turistického ruchu částečně narušil růst životních nákladů vyvolaných růstem cen energií a celkově vysokou inflací.
- Domácí turisté dávali přednost raději výjezdům k moři.
- Velký vliv na výběr destinace měly také extrémně vysoké teploty, které trápily Evropu velkou část července i srpna.
- Všeobecně chtějí turisté zažívat autentické zážitky, dobře se najíst a hledají také návrat ke kořenům anebo úniky mimo civilizaci.
- Silně rezonuje téma udržitelnosti, které je novým trendem v cestovním ruchu.

VÝSTUPY Z AUDITU ZNAČEK (od Behavio Labs. 2023)

- **"Místa, kam se budete rádi vracet" (KUKO)**

Slogan si z hlediska emoce vede velmi dobře (77% pozitivní hodnocení).
Nicméně jen 4% slogan správně zařadí k oblasti. Lidé mají tendenci si slogan spíše spojovat s Českým rájem.

- **Kutnohorsko a Kolínsko**

Tuto oblast si lidé nadprůměrně spojují s hrady a zámky a historickými městy.

- **Co si lidé spontánně spojují s KUKO?**

"Historie na každém kroku."

"GASK, kostnice, historická města."

"Památky a hlavně Kutná Hora, nejhezčí město."

"Těším se na historické památky, kostnici v Sedlci."

"Rovina, cyklistika skoro bez kopců."

"Stříbrní havíři."

GLOBALNÍ TRENDY V TURISTICKÉM RUCHU 2024

- S rostoucími teplotami budou cestovatelé vyhledávat chladnější oblasti, aby se vyhnuli horkému počasí anebo se budou snažit strávit dovolenou v blízkosti vody.
- Cestovatelé budou vyhledávat spontánnost a dobrodružství.
- Při cestování bude v roce 2024 hrát ústřední roli jídlo a rostoucí zájem o kulinářské zážitky.
- Velká část turistů vyhledává dovolenou s cílem rekreace, relaxace a snaží se do své dovolené zařadit wellness, spánek, relaxaci, saunu, jógu.
- Velká část turistů hledá dostupný luxus (tzn. Vytěžit z dovolené maximum za dostupnou cenu).
- I v roce 2024 bude velkým tématem v cestování udržitelnost.

ZÁKLADNÍ CÍLE MARKETINGU KUKO

- Posilovat značku „Kutnohorsko a Kolínsko“ (zkráceně KUKO).
- Podpořit správné vnímání našeho sloganu (claimu) ve spojení s KUKO (viz. poznatky z auditu značek středočeských destinací).
- Kontinuálně budovat pozitivní image destinace.
- Zvýšit povědomí a zájem turistů i návštěvníků o destinaci Kutnohorsko a Kolínsko.
- Vytvářet komunitu podnikatelů v cestovním ruchu nabízejících kvalitní služby.
- Doporučovat turistům a návštěvníkům podniky poskytující služby v cestovním ruchu v souladu s aktuálními trendy.
- Zvýšit počet přenocování v destinaci, a to i s ohledem na to, že KUKO není dovolenková destinace.
- Neustále pracovat na udržitelnosti a být ohleduplní k životnímu prostředí.

ZÁKLADNÍ CÍLE MARKETINGU KUKO V ROCE 2024

- Klademe větší důraz na incoming.
- Stále zlepšujeme přístup a nabídku služeb pro domácí cestovní ruch.
- Vzhledem k naší výhodné pozici vůči hlavnímu městu prověřujeme možnosti podpory sektoru „business travel“ (ve spolupráci se SCCR a CzechTourism).
- Držíme se nově nastaveného hlavního komunikačního tématu agentury CzechTourism pro následující roky 2024 a 2025 „Aktivní turistika“.
- Ladíme naši komunikaci se Středočeskou centrálou cestovního ruchu a využíváme synergií, které nastavuje v rámci Středočeského kraje (produkt „Střední Čechy královské“ a „Pustit k vodě“).
- Zaměřujeme 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 2024

- V komunikaci klademe důraz na náš slogan, 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)
- Z výstupů auditu značky od Behavio Labs. Víme, že se musíme ještě více zaměřit na to, aby se náš slogan dostal do povědomí a lidé si ho spojovali se značkou Kutnohorsko a Kolínsko



PIVOVAR
V ÚVALI

Kutnohorsko a Kolínsko

kostel Šimona
a Judy

Vitice



• HOSPODA VITICE

Památník
bitvy u Lipan

zřícenina
cisterciáckého kláštera
v Klášterní Skalici

Kouřim



• VINOTÉKA Č.P. 47
• APARTMÁNY Č.P. 9

Kostelec
nad Černými lesy



ČERNOKOSTELECKÝ
PIVOVAR

kostel Nanebevzetí
Panny Marie, Zásmyky

Vavřínecký
rybník

kostel sv. Jiljí

Uhliřské
Janovice

zřícenina
hradu Talmberk

Hradištko

NAOSTROV
- půjčovna
paddleboardů

památník
bitvy u Kolína

Kolín

• HOTEL THERESIA
• PENZION POD VĚŽÍ

Červené
Pečky

železniční
viadukt

• KÁVY PITEL

Kutná Hora



kostel sv. Jakuba

Církvice

kostel sv. Bonifáce,
Lochy

Čáslav

• HOTEL GRAND
• KLUB GUMÁRNA

kostel sv. Marka,
Markovice

Žleby



obora s bílými
jeleny ve Žlebech

LOKALITA

- V roce 2024 budeme **PRIMÁRNĚ** cílit na **tuzemského** turistu a návštěvníka.
- Domácí návštěvníci přijíždějí zejména z Prahy, Středočeského kraje, Královéhradeckého kraje, Pardubického kraje, Kraje Vysočina, Jihomoravského kraje.
- **SEKUNDÁRNĚ** zaměříme komunikaci směrem na **zahraniční trhy**.
- Zejména se budeme soustředit na vybrané trhy ve spolupráci se zahraničními zastoupeními agentury CzechTourism.
- Zahraniční návštěvníci, které budeme v roce 2024 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.
- Zejména v 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 2024



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 2024 chceme potvrdit detailnější analýzou profilu návštěvníka (zpracovávat budeme za celý Středočeský kraj společně se SCCR).**
- Jde o rodinu s dětmi, které zatím pracovně 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. Zároveň ale 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

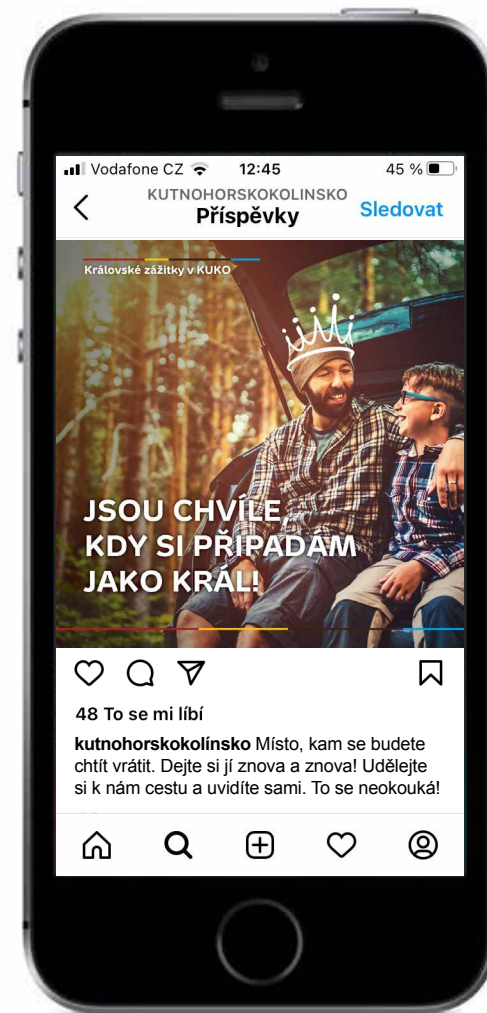
- **Sociální sítě** – Facebook, Instagram a LinkedIn
- **Webové stránky destinace** - www.kutnohorskokolinsko.cz
- **On-line reklama** (+Google Ads)
- **Print**
- **Rádio** (podcast)
- **TV**
- **Veletrhy a osobní prezentace**

SOCIÁLNÍ MÉDIA - Facebook

- Pro většinu témat využíváme sociální média. Zejména se soustředíme na Facebook a Instagram.
- Facebook využíváme na realizaci kampaní v průběhu roku, které mají zejména 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 sezoně. Důležité jsou tipy a plány na výlety a také propagace památek a dalších turistických atraktivit.
- Propagujeme také podniky v destinaci a to zejména 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.
- Aktuálně zveřejňujeme seriál #SeznamteSeSKUKO a také #KUKOocimamistních, což jsou krátká videa, která natáčíme se zástupci poskytovatelů služeb v cestovním ruchu – s těmi, kdo stelou postele, vaří kávu nebo dolévají víno, provádějí po památkách apod.

SOCIÁLNÍ MÉDIA - Instagram

- Jako výkladní skříň naší oblasti slouží Instagram. Je zároveň albem fotografií, které dokresluje komunikaci na Facebooku.
- Co můžete v KUKO objevit – příroda, památky a služby - bylo hlavním motem komunikace na Ig v roce 2023.
- Pro rok 2024 se budeme ještě více snažit vtáhnout do „hry“ naše partnery a členy. Potvrdíme tím tak autenticitu naší turistické oblasti i navštěvovaných míst.



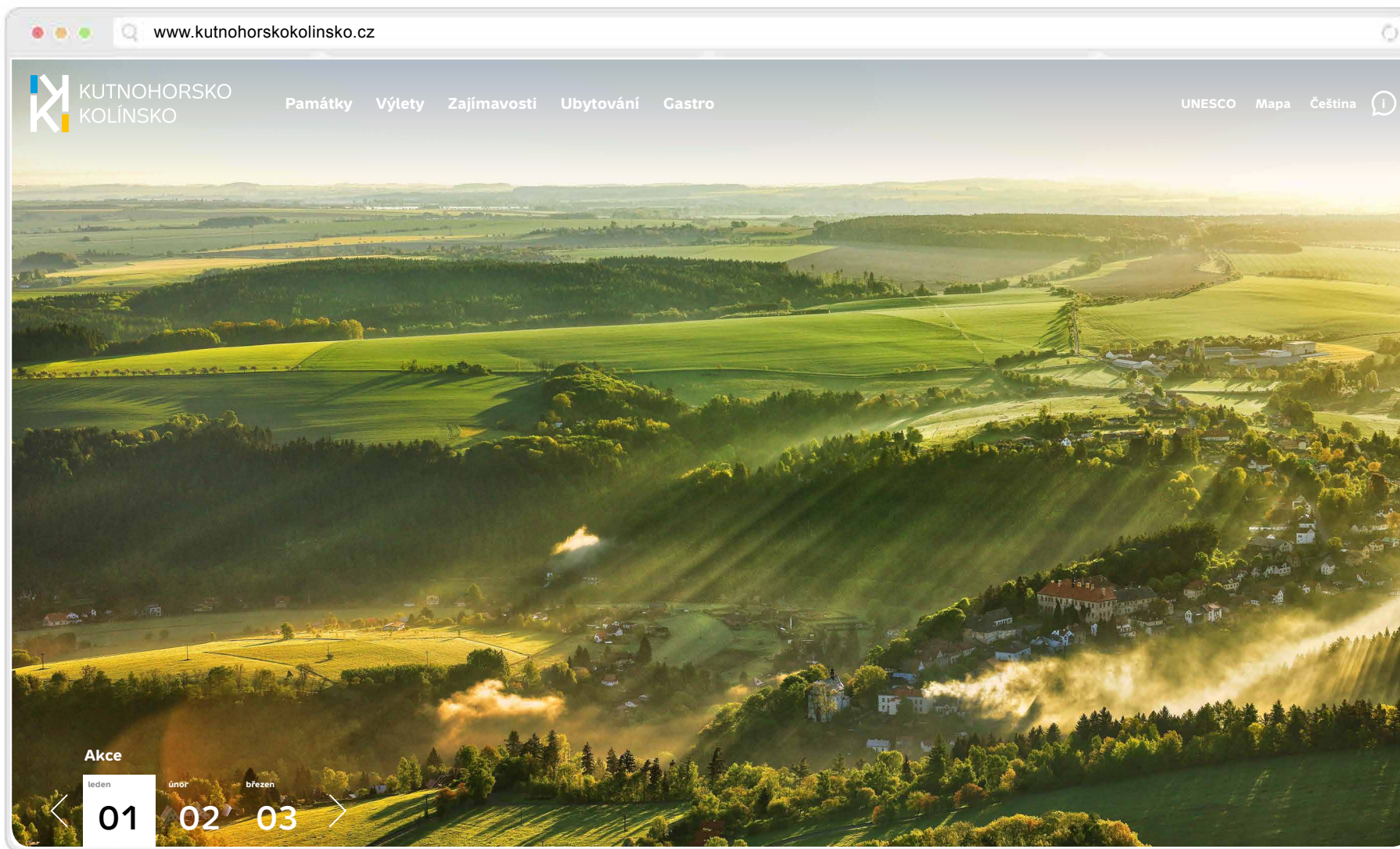
SOCIÁLNÍ MÉDIA - LinkedIn

- 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 2024.

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 zejména fotografie. Komunikujeme akce, které se v destinaci konají v průběhu roku.
- V roce 2023 probíhal redesign webu. Stránky budou doplněny o nová videa, přepisujeme a doplňujeme texty. Připravujeme dvě jazykové mutace.
- Cílem projektu financovaného z programu NPPCR (MMR) je propojit kalendář akcí s kalendářem, který na svém webu prezentuje Středočeská centrála cestovního ruchu.

NAŠE WEBOVÉ STRÁNKY



WEB, ON-LINE A OBSAHOVÁ REKLAMA

- Využívali jsme aplikaci Na kole i pěšky. Pro rok 2024 uvažujeme o ukončení spolupráce, protože nepřináší příliš velkou výhodu, nezvyšuje návštěvnost našeho webu a neprojevuje se ve zvyšování zájmu o návštěvu Kutnohorska a Kolínska.
- 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.
- Vnímáme zájem ze strany podnikatelů v cestovním ruchu KUKO na společné off-line kampaně (polepy autobusů, citylighty, využití komunikace prostřednictvím bannerů). V roce 2024 zjistíme možnosti, které se nabízejí a vyhodnotíme, zda je možné některou z nabízených možností využít při stávajícím rozpočtu. Bereme v úvahu i to, že při takovýchto kampaních budeme počítat s finanční spoluúčastí ze strany partnerů/členů.

PRINT – externí média

- Přispíváme již tradičně do vybraných tištěných médií, kde využíváme prostor pro rozsáhlejší témata a spolupracujeme s několika málo vybranými médii (časopis Krásný rok, 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 2024 ji neplánujeme.



Karlovo náměstí v Kolíně (foto: Ladislav Renner)

Stříbrná Kutná Hora? Zlatej Kolín!

Text: Petra Doubalová

Foto: Libor Sváček, Ladislav Renner, Josef Čáslava, Petr Váňa, archiv Regionálního muzea v Kolíně, archiv Školního lesního podniku

Nezdá se to a možná vás to zaskočí, ale mezi řekami Labe a Sázava leží úžasná turistická oblast Kutnohorská a Kolínsko – zkráceně KUKO! Ze jste o ní nikdy neslyšeli? Tak pojďme společně projít alespoň malou část z tohoto „naši slavnou minulostí oplývajícího“ kraje.

KUKO se představuje

Kolín asi znáte z pohádek o dvou medvědech, o Kutné Hoře jsme se zase všichni učili ve škole. Nebojte, do školy vás nepoženeme a ani vás nebudeme nutit zapínat televizi a hledat program, na kterém by bylo možné zhlédnout ty dva nezbedné medvědy. Právě naopak, chceme vás zvednout ze židlí a pobídnout k plánování výletů. Kutnohorská a Kolínsko je skvěle dostupná lokalita, kde můžete navštívit hned čtyři královská města. Dýchne na vás historie spojenou s těžbou stříbra, úchvatnou gotikou, hrady i zámky a nabídne vám nádhernou krajinu jako stvořenou k cestování, toulkám přírodou, sportování a hlavně k útěkům mimo civilizaci. Jinými slovy, kdo tu nebyl, o hodně přišel a ani o tom neví. (www.kutnohorskokolinsko.cz)

Zastavte se, stojí to za to. #narovinu

Kutnohorská a Kolínsko je pohodová turistická oblast, která potěší opravdu snad každého turistu. Ačkoliv by se mohlo zdát, že místní rovinatá krajina je trochu monotónní, brzy při svých cestách zjistíte,

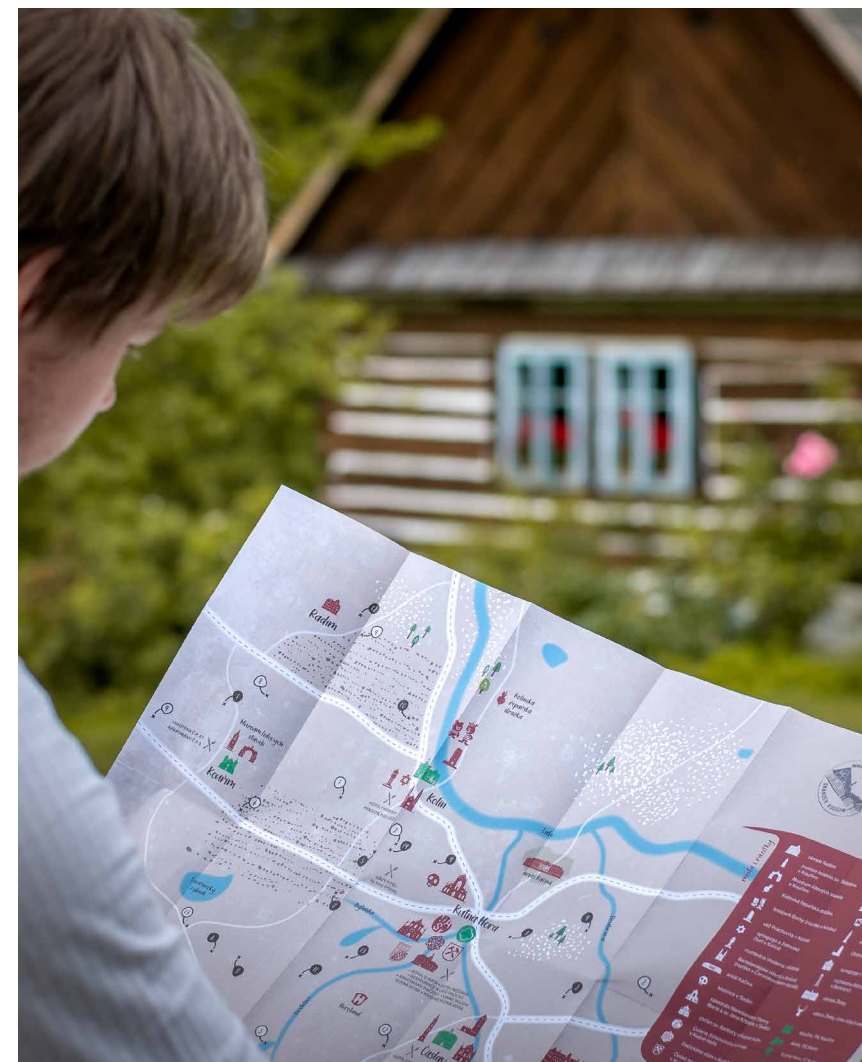
že tu o zábavu, dobrodružství a zážitky nouze nebude. Výhodou Kutnohorská a Kolínska je blízkost Prahy a velmi dobrá dostupnost po silnici i vlakem nejen z Prahy, ale i z ostatních velkých měst. Navíc je celá oblast doslova protkaná sítí železnic, která vám zpříjemní



Město Kolín se kvůli jeho početné židovské komunitě přezdívalo „Jeruzalém na Labi“ (foto: Ladislav Renner)

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 2024 vydáme ilustrovanou mapu Kutnohorska a Kolínska, která vznikla ke hře Dobrodružné putování. Mapu doplníme o nové informace/témata, na jejich podobě pracujeme.
- Pro rok 2024 plánujeme pokračovat ve vydávání materiálů k tématu KUKO neznámé.
- Pro rok 2024 vytvoříme update mapy projektu Cesta za požitky, kterou realizujeme ve spolupráci s destinací Pojizeří a Polabí.



RÁDIO

- V roce 2023 jsme spolupracovali na projektu Českého rozhlasu Region v pořadu „Tady to znám“. Vybrali jsme známé osobnosti z destinace, které jsme doporučili partnerům pořadu. Celý projekt vznikl ve spolupráci se SCCR. V rámci pořadu vzniklo několik dílů z KUKO – konkrétně 10. února – Kutná Hora s Alešem Pospíšilem; 3. března – Kolín a Bartolomějské návrší; 14. července – zámek Žleby
- V červnu a září 2023 jsme realizovali ve spolupráci se SCCR radiovou kampaň na Blaníku – s cílem podpořit návštěvnost mimo hlavní sezonu.
- V červnu 2023 jsme ve vlastní režii realizovali kampaň na Express FM – Cestovatelský speciál.
- Pro rok 2024 počítáme s účastí v projektech ve spolupráci se SCCR případně CzT.

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.
- V roce 2023 proběhla repríza pořadu „S Naomi po Česku“, kterou realizovala Mall.tv ve spolupráci se SCCR.
- V roce 2023 jsme byli součástí projektu slovenské televize TA3 a natáčel se u nás jeden díl pořadu „Chutné Česko“.
- V roce 2023 jsme byli součástí projektu „Středočeská nej...“, které natáčela TV Praha ve spolupráci se SCCR.
- V roce 2024 budeme spolupracovat na výrobě pořadu ČT „Po proudu českých řek“. Seriál natočený z dronu – řeky, příroda a památky kolem řek. Celkem 180 tis. Kč na Středočeský kraj – budeme jednat o financování s partnery. SCCR bude participovat částkou 50 tis. Kč a další částku budeme vybírat mezi partnerskými městy. Spolupráce se SCCR a také jednotlivými městy, která na řekách leží – i finanční spoluúčast.
- Pro rok 2024 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

- 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 jsou omezené finanční zdroje.
- V roce 2024 se budeme účastnit veletrhů opět společně se SCCR a Středočeským krajem a/nebo agentury CzechTourism. Počítáme se společným stánkem na Holiday World v Praze a další veletrhy a výstavy zvážíme.
- Na stánkových prezentacích se snažíme vždy propagovat společně s některým z turistických či městských informačních center. V roce 2024 můžeme přislíbit 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 2024

- **KUKO královské** (královská města v KUKO; návaznost na web produkt SCCR Královský region a kampaň Střední Čechy královské)
- **Školní výlety** (pojedte s dětmi na výlet a poznejte kus naší historie)
- **KUKO léto a aktivní dovolená** (letní kulturní sezona v plném proudu! A navázání na dvouletý marketingový plán CzT – Aktivní turistika)
- **KUKO gastronomické a tradiční** (vinařský produkt, Cesta za požitky)
- **Seznamte se s KUKO + KUKO očima místních** (aneb seznamte se s těmi, kdo vás na vašich cestách po KUKO doprovázejí ...obsluhují, připravují obědy, stelou postele..apod.)
- **NOVĚ Udržitelně v KUKO** (na kole v KUKO; vlakem do i po KUKO)
- **NOVĚ Kongresová turistika** (malé kongresy, teambuildingy a svatby)
- **NOVĚ KUKO mimo letní sezonu** (jak prodloužit sezonu, jak udržet v destinaci turisty i návštěvníky po letní sezoně?)
- **KUKO neznámé** (pokračování v projektu, který představuje zajímavé turistické cíle, které jsou méně známé nebo neznámé. Navazujeme i na výstavu fotografií KUKO známé a neznámé.)

KOMUNIKAČNÍ TÉMATA 2024 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. KUKO, jak zdejšímu kraji zkráceně říkáme, je pro školní výlety jako stvořené. Zkrátka přijďte a uvidíte sami! Další skvělé tipy na výlety nejen pro školy najdete na www.kutnohorskokolinsko.cz.

- Tato kampaň byla zahájena v roce 2022 a stále více členů a partnerů se chce zapojit. Kampaň jsme realizovali na Facebooku a 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 2024 V DETAILU

KUKO léto aneb letní kulturní sezona v plném proudu

Motto: V létě je KUKO doslova nabité 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. Na své si přijde opravdu každý. Divadlo, hudba, umění a zejména netradiční noční prohlídky památek – to je kulturní léto v KUKO.

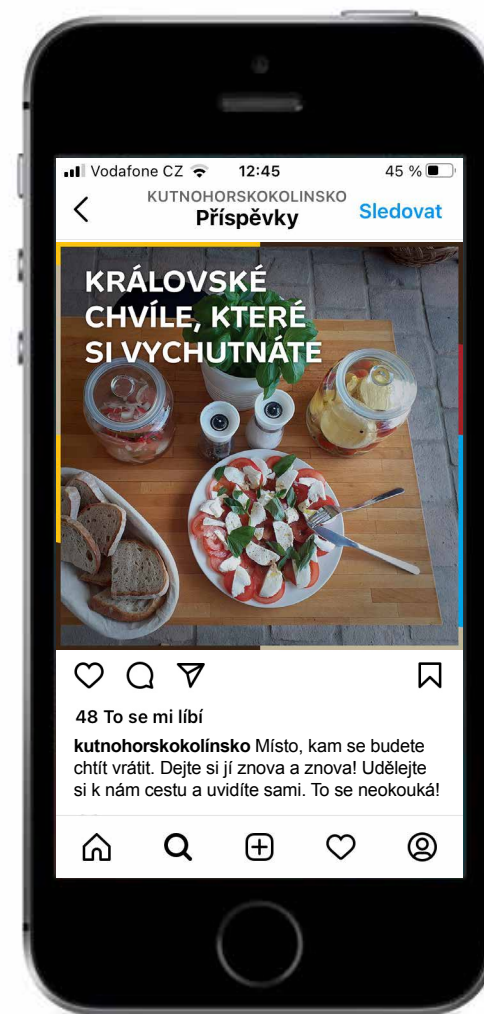
- Z náhodných průzkumů u ubytovatelů víme, že mnoho návštěvníků přijíždí do KUKO často v průběhu léta cíleně na noční prohlídky. Stále více se potvrzuje, že v průběhu letní sezony bývají pobyty v KUKO opravdu delší. Návštěvníci si zvykají, že je možné prohlédnout si nejen památky ve městech, ale zároveň provozovat pěší nebo cykloturistiku v okolí měst. Zároveň je v KUKO v průběhu letních prázdnin na výběr z široké nabídky venkovních kulturních akcí.



KOMUNIKAČNÍ TÉMATA 2024 V DETAILU

KUKO gastronomické a tradiční

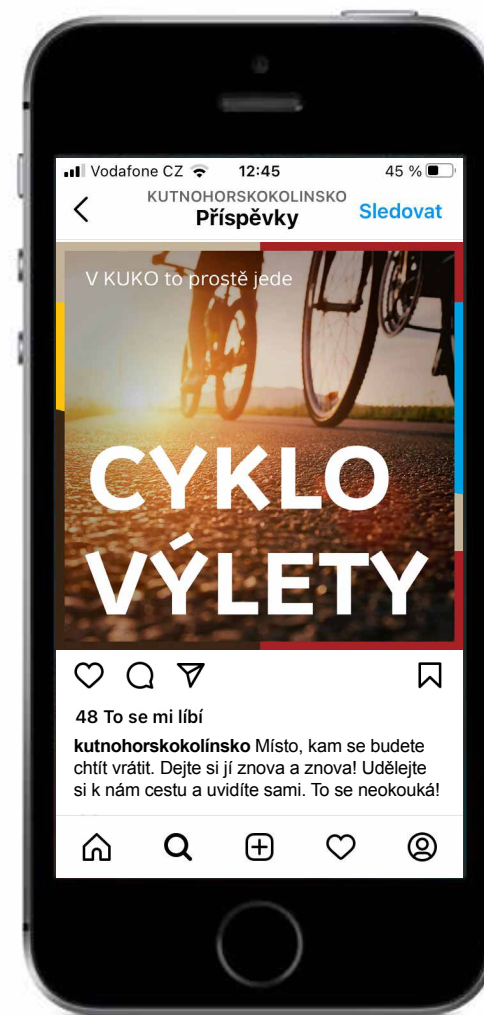
- V propagaci tradic a gastronomie jsme se snažili úzce navázat na komunikaci agentury CzechTourism a Středočeského kraje a využít jejich komunikačních témat i kanálů k propagaci naší destinace.
- Společně se sousední destinací Pojizeří a Polabí jsme v roce 2023 testovali nový společný produkt v podobě „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. Od zahraničních zástupců CzT máme jasnou zprávu o tom, že gastronomické zážitky vyhledávají i zahraniční návštěvníci a týká se to všech našich sousedů – tj. Německa, Rakouska, Polska i Slovenska.
- Jako komunikační kanály budeme využívat sociální sítě, webové stránky partnerů a tištěná média.



KOMUNIKAČNÍ TÉMATA 2024 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 ho nabízet a představovat i 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 rovinaté 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 2024 V DETAILU

KUKO se představuje #SeznamteSeSKUKO

- Sociální média ovládají krátká videa. Na tento trend jsme navázali na podzim 2023 sérií krátkých videí/rozhovorů a doporučení, kdy zpovídáme osoby, které tvoří v KUKO cestovní ruch – ubytovatele, restaurátéry, průvodce, vinaře, sládky, kuchaře a další. Snahou je postupně představit podniky, které doprovázejí turistu a návštěvníka na jejich cestě po oblasti. Jde o hotely, restaurace, památky, a další.



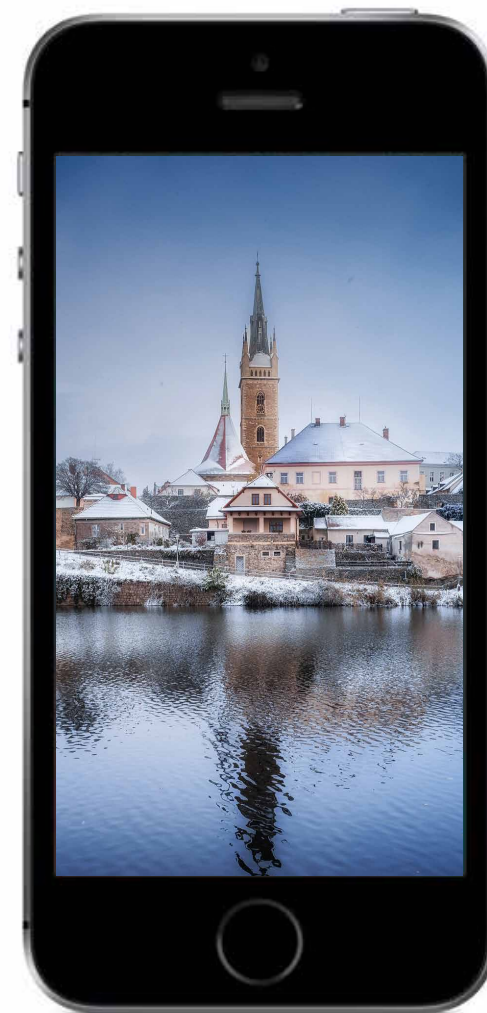
TÉMATÁ 2024 ČLENSKÁ A PARTNERSKÁ SPOLUPRÁCE

- Rok 2024 budeme pokračovat ve spolupráci na projektech našich členů a partnerů.
- Spolupráci na projektu pivní či gastronomické stezky jsme společně s destinací Pojizeří a Polabí zahájili už v roce 2022, pilotní projekt proběhl v roce 2023 a rok 2024 má být dalším mezníkem v tomto projektu, který chceme posouvat opět dál.
- 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 je sdílený soubor v Google dokumentech. 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



ROZPOČET KUKO NA ROK 2024

Finanční plán 2024	
PŘÍJMY CELKEM	2.470.000 Kč
Příjmy z členských poplatků	1.000.000 Kč
Příjmy z vlastní činnosti	40.000 Kč
Příjem z dotace	1.430.000 Kč
VÝDAJE CELKEM	2.450.000 Kč
Služby a provoz	1.550.000 Kč
Osobní náklady	900.000 Kč
ZISK/ZTRÁTA	20.000 Kč

Marketing v detailu 2024	
Grafika a copywriting	300.000 Kč
Tisk materiálů	180.000 Kč
Web Aplikace Microsite	100.000 Kč
Videa a fotografie	260.000 Kč
PR články	60.000 Kč
Press Fam Influencer	50.000 Kč
SOME	200.000 Kč
Celkem	1.150.000 Kč