

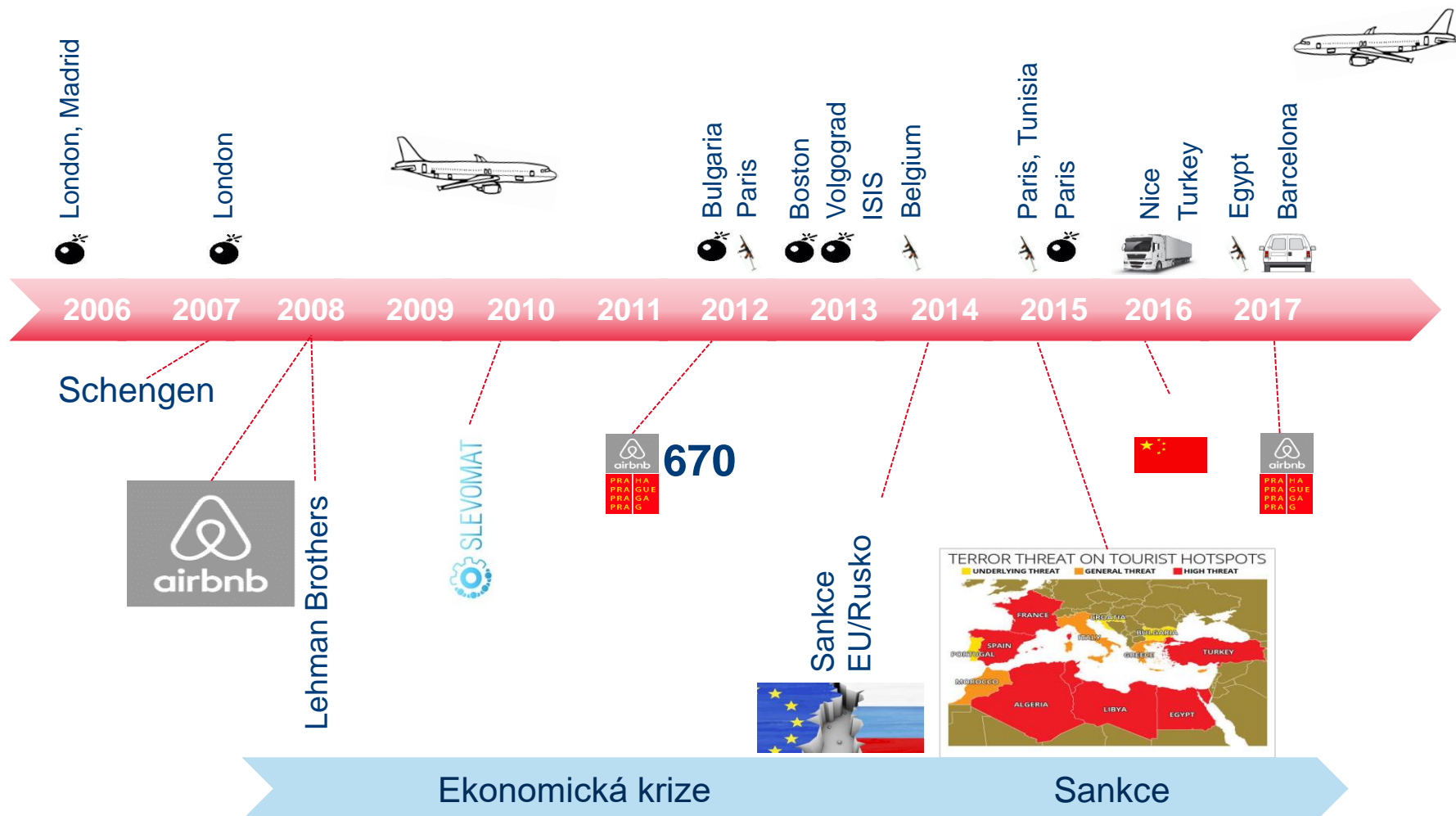
# Nové cesty v novém světě

strategie CzechTourism 2019 +

Monika Palatková

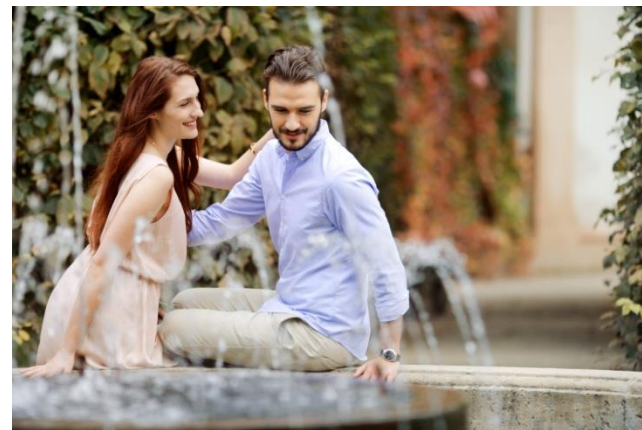
# Svět dynamických změn

# Co dnes ovlivňuje cestovní ruch?

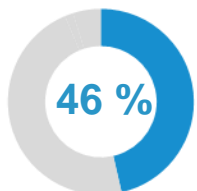


# Obecné trendy: Kratší cesty, individuální organizace

- Častěji za odpočinkem
- Výlety do přírody
- Individuální organizace cesty
- Více kratších pobytů během roku
- Exotické destinace
- Méně velkých skupin, častěji s partnerem / rodinou

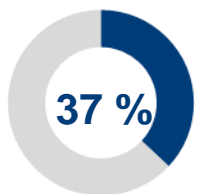


# Click & Travel: Nezávislé cestování, booking...

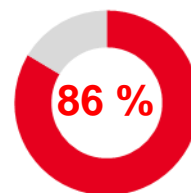


častější cestování díky  
slevovým portálům

*Nejen díky ceně, ale také díky pohodlnější  
rezervaci.*



více neplánovaných pobytů  
rezervovaných online



turistů navštívilo díky  
slevovým portálům nové  
destiance





## ... cestování i SDÍLENÍ.

- Mění se nejen způsob nakupování, ale i prožívání dovolené.
- Stále více sdílíme zážitky, emoce a navštívená místa.
- Turisté se stávají nejen konzumenty ale i producenty multimediálního obsahu.
- Jedinečné zážitky z cest a míst stále častěji vnímáme optikou mobilního telefonu, fotografie, videa..



# Technologie mění prožívání

- Dříve relativně homogenní segmenty se fragmentují.
- Častější je konzumování více typů médií současně.
- Klesá schopnost a ochota věnovat se delšímu textu.
- Pozornost konzumentů je těkavá, povrchní, zaměřuje se na titulky.
- Roste význam fotografie, videa, a interaktivity.
- *I v papírovém katalogu hledáme tlačítko „Like“..*



# Co to pro nás znamená?

- Větší důraz na online obsah.
- Intenzivnější spolupráce s influencery.
- Detailnější identifikace klíčových segmentů.
- Mapování USP's produktů.
- Přesun ke komplexní strategii s využitím uvedených poznatků.





# Strategie 2019 +

## **Přechod od hlavního marketingového tématu k produktovým obsahům**

- Větší důraz na budování jednotné image destinace (jednotný destinační management, branding, produktové portfolio, komunikace).
- Důraz na přenastavení produktů podle potřeb cílových skupin a zdrojových trhů v rámci celého marketingového mixu.

Produkt cestovního ruchu = téma či příběh, který CzT nabízí:

- Je zajímavý pro cílové skupiny a láká je k návštěvě.
- Lze spojit s konkrétními místy s turistickou infrastrukturou.

Marketingové aktivity 2019

# Města jako brány do regionů

Hlavní marketingové téma 2019



# Do měst za poznáním – „Heritage Cities“

- Pozoruhodná města v různých regionech Česka jsou vybrána jako cíle pro ty, které v první řadě zajímá **historie a architektura**.
- Jde o městské celky nabízející **historické i kulturní památky**, zámky, paláce, měšťanské domy, zahrady a parky, sakrální památky i ucelená historická centra a památkové rezervace. Podstatná je i starobylá atmosféra ulic a uliček, dýchající staletou historií.
- Města jsou chápána i **v kontextu atraktivních cílů v blízkém okolí**.
- Destinace v tématu: Kutná Hora, Olomouc, Litomyšl

# Do měst za zábavou a zážitky – „Joyfull Cities“

- Města vybraná v této kategorii uspokojí především ty, jejichž motivací je **sdílený společný zážitek**.
- Upoutají ty, kteří se chtějí společně vydat na zajímavá **místa plná atraktivit nejrůznějšího druhu**, jakými jsou například zoologické a botanické zahrady, zábavní parky, vodní světy, zážitkové a interaktivní expozice.
- Pro ty, kteří chtějí prožít chvíle, které se natrvalo vepíší do jejich rodinné nebo společné paměti.
- Destinace v tématu: Liberec, Karlovy Vary



# Do měst za zábavou a večerním životem – „Happening Cities“

- Vybraná města jsou výjimečná **životním stylem** a **dynamickou atmosférou**, jsou to místa, kde to žije a **neustále se tu něco děje**.
- Vyhledávat je budou především lidé se zájmem o **moderní i alternativní kulturu**, art performance, netradiční výstavy, ale také trendy bary, bistra, kavárny, restaurace a taneční kluby, ti, pro které je lákavá originální a **pulsující atmosféra měst**, festivalů i nočního života.
- Jejich motivací je v první řadě užít si, vyzkoušet a poznat.
- Destinace v tématu: Brno, Ostrava, Praha

A man and a woman are standing on the deck of a blue boat, embracing. The man is wearing a black jacket and a backpack, and the woman is wearing a blue vest over an orange long-sleeved shirt. They are both smiling and looking towards the right. In the foreground, a blue bicycle is visible. The background shows a calm lake reflecting the surrounding green and yellow foliage of the hills. A small white boat is visible in the distance on the right. The sky is clear and blue.

# Pohodová cykloturistika

Vedlejší marketingové téma 2019

Lokální produkty 2019: **Lipensko na kole, České středohoří, Koruna Vysočiny, Cyklostezka Bečva**

Lokální produkty 2020: **Cyklostezka Ohře, Greenway Jizera, Moravské vinařské stezky, Stezka železné opony, Labská stezka**

- Produkt bude zpracován obsahově
- Na produkt nebude vedena globální kampaň

**Zdrojové trhy:** primárně blízké trhy a DCR, sekundárně vzdálené trhy



A man and a woman are walking together on a wooden bridge over a small stream. The woman is wearing a blue quilted jacket over a patterned sweater and dark pants. The man is wearing a dark blue quilted jacket over a dark sweater and light-colored pants. They are both smiling and looking at each other. In the background, there are two large, multi-story resort buildings with green roofs and white walls. The buildings are surrounded by lush greenery and trees. The scene is set in a sunny, outdoor environment.

## Za zdravím a odpočinkem

Vedlejší marketingové téma 2019

Lokální produkty 2019: **Třeboň, Teplice, Janské Lázně, Velké Losiny, Karlova Studánka**

Lokální produkty 2020: **Západočeský lázeňský trojúhelník, Lednice, Luhačovice**

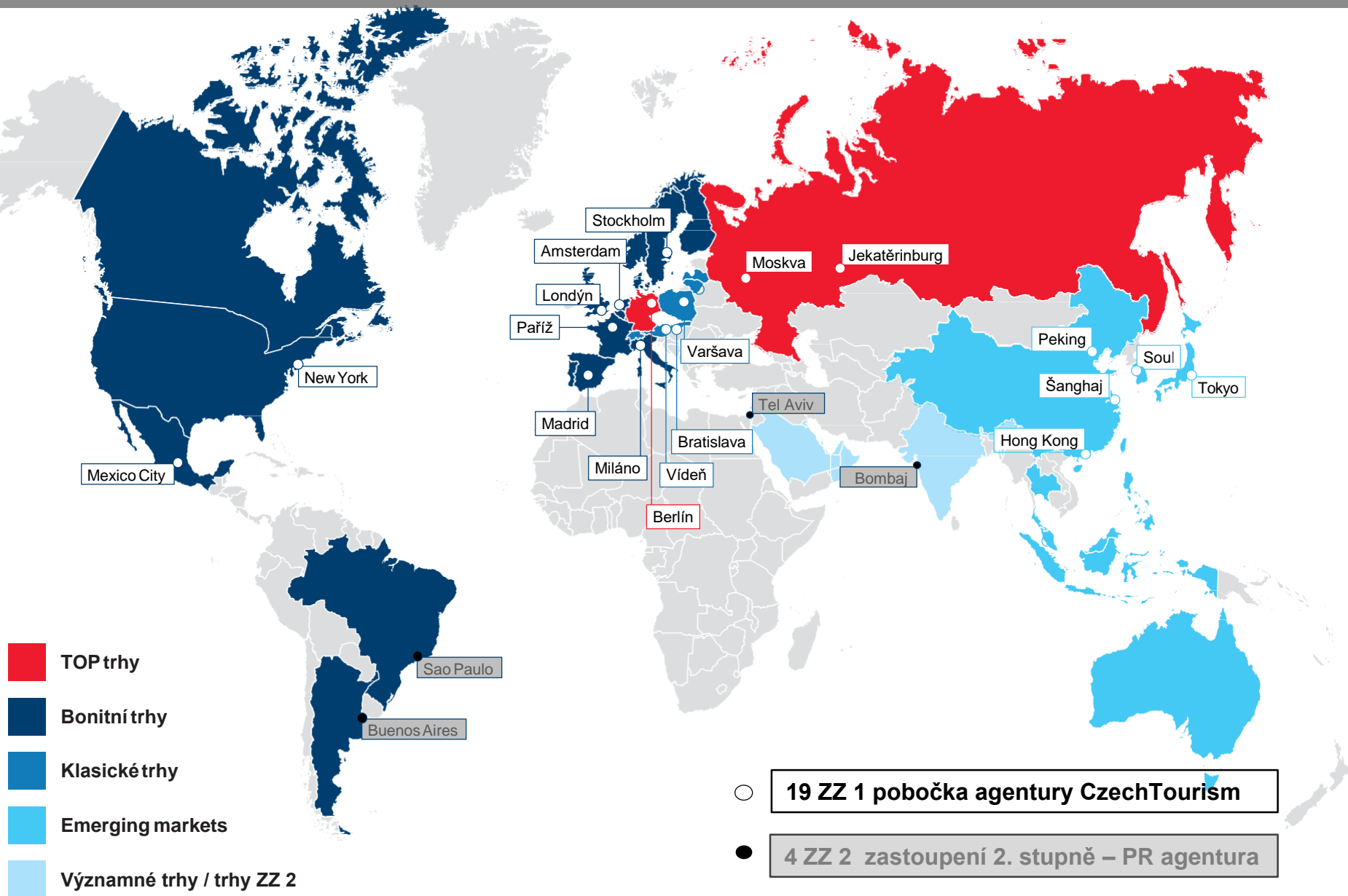
- Produkt bude zpracován obsahově
- Na produkt nebude vedena globální kampaň

**Zdrojové trhy:** primárně vzdálené trhy, sekundárně blízké a DCR



# CzechTourism v roce 2018

# Naše pobočky 2017 - 2018





Naše aktivity 2018



# Marketingové téma 2018

100 let příběhu České republiky

CzechTourism



## Příběh Československa (1918–1938)

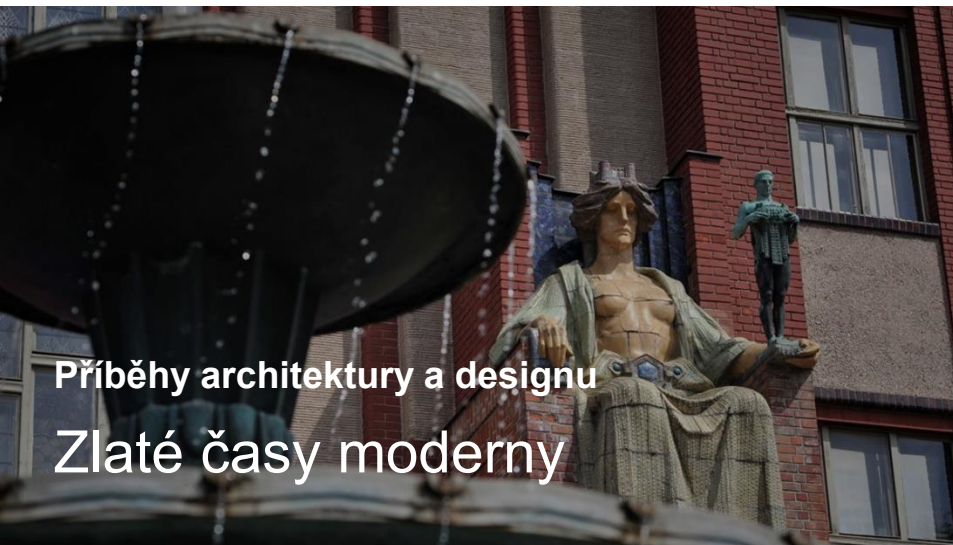
Dvacet let mezi dvěma světovými válkami představuje v českých dějinách mimořádně bohaté období. Česko se tehdy stalo jedním z center moderního evropského života. Česká města jako Brno, Hradec Králové, Plzeň, Pardubice nebo Praha se mohou pochlubit jedinečnou funkcionalistickou architekturou, v galeriích najdete obrazy a sochy výtvarníků, jejichž díla dnes patří k nejoceňovanějším na světě, a průmyslová produkce té doby (především automobily a umělecké sklo) uchvacuje precizností provedení a nadčasovým designem. Meziválečná éra po sobě zanechala řadu památek, muzeí, dobově zařízených kaváren a sportovních tradic, jejichž příběhy čekají na své objevení.

## 100 let příběhu

V roce 2018 si připomínáme sté výročí od založení samostatného Československa. Při té příležitosti se zaměříme na témata spojená především s obdobím tzv. první republiky (1918–1938), dvaceti lety mezi první a druhou světovou válkou.



# Naše aktivity 2018



Příběhy architektury a designu  
Zlaté časy moderny



Příběhy stylu  
Proměna veřejného života



Příběhy českých značek a průmyslu  
Nadčasová kvalita



Příběhy vzniku republiky  
Symboly nového státu



# Naše aktivity 2018 – projekt ČS100



1918  
100  
2018  
SPOLEČNÉ STOLETÍ

Spousta z nás nastihla šťastné období první republiky. Museli jsme žít v dobách, které nebyly úplně pozitivní, přesto jsme si zachovali hrdost a znovu dosáhli svobody. Tu si my, Češi a Slováci, již nesmíme nechat vzít.

**neměnil bych**

Viktor P.  
herec

Oslavme společné století [spolecnestoleti.cz](http://spolecnestoleti.cz)



1918  
100  
2018  
SPOLEČNÉ STOLETÍ

Napriek tomu, že sa naše národy rozdelili, je úžasné sledovať, koľko toho máme stále spoločného. Priateľstvo a zmysel pre humor totiž nedokázal zmazať čas a ani hrubá čiara na mape.

**nemenila by som**

Táňa P.  
herečka

Oslavme společné století [spolecnestoleti.cz](http://spolecnestoleti.cz)

# Naše aktivity 2018 – Travel Trade Day

## 21. – 22. května 2018, Liberec

- 81 nákupčích z celého světa
- více než 1 000 individuálních jednání
- 5 denní fam tripy





# Naše aktivity 2018 – TBEX Europe

## 26. – 28. července 2018, Ostrava

- největší mezinárodní shromáždění tvůrců internetového obsahu
- poprvé v zemi stř. a vých. Evropy
- 500 účastníků ze 43 zemí světa



Czech Republic  
Land of Stories



OSTRAVA!!!



Děkuji za pozornost.

---

**CzechTourism**

---

ČCCR – CzechTourism  
Vinohradská 46  
120 41 Praha 2  
[www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz)