

KDYŽ PŘÍŠÍ

Přínos /obsah produktu

- Reaguje na reálnou potřebu návštěvníků, kteří hledají možnosti trávení volného času při nepříznivém počasí.
- Nabízí přehled indoorových aktivit, čímž udržuje návštěvníky v destinaci i v době nepohody.
- Podporuje méně známé podniky a instituce v regionu, které získávají nové zákazníky.
- Přispívá k prodloužení pobytu a vyššímu ekonomickému efektu pro region.
- Slouží také jako krizový produkt destinace, využitelný při rychlé a operativní komunikaci.

Komponenty /skladba produktu

- Přehled indoorových atraktivit: muzea, galerie, wellness, sportovní centra, tvořivé dílny.
- Tištěný a digitální leták s mapou a QR kódy.
- Online sekce na webu destinace a pravidelná komunikace na sociálních sítích.
- Doporučení na aktuální akce, workshopy a last minute nabídky podniků.

Komunikační téma/ hodnota pro zákazníka

- „Vždy je co dělat, i když prší.“
- Pohodlné řešení pro návštěvníky, kteří nechtějí přerušit program kvůli počasí.
- Inspirace a jistota, že pobyt v destinaci má smysl za jakýchkoliv podmínek.

Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu

- Zapojení TIC a kulturních institucí.
- Spolupráce s malými podnikateli a poskytovateli zážitkových aktivit.
- Aktivní role nemocnic a škol (distribuce letáků).
- Prohloubení partnerství s hotely a restauracemi pro sdílení QR kódů a aktuálních nabídek.

Cílové skupiny

- Rodiny s dětmi hledající program v deštivých dnech.
- Páry a skupiny přátel trávící dovolenou v destinaci.
- Senioři a místní obyvatelé, kteří chtějí zažít něco nového.
- Školní skupiny či zájezdy, které potřebují náhradní program.

Marketingová strategie

- Online propagace prostřednictvím webu destinace, sociálních sítí (FB, IG).
- Distribuce tištěných letáků v TIC, hotelech, restauracích, nemocnicích a školách.
- Placená cílená inzertce na sociálních sítích v sezónních kampaních (léto, podzim, zima, jaro).
- Vizuálně jednotná komunikace s využitím QR kódů pro rychlou orientaci.
- Vytváření „last minute“ nabídek podniků, které lze sdílet online.

Vazba na strategii ČR

- Podpora rozvoje udržitelného cestovního ruchu (zadržení návštěvníků v destinaci).
- Diverzifikace nabídky cestovního ruchu mimo hlavní exponované body.
- Posílení kvality služeb a zážitkové ekonomiky.

Vazba na strategii Kraje Vysočina

- Podpora menších poskytovatelů služeb a kulturních institucí.
- Posílení regionální identity prostřednictvím lokálních indoorových atraktivit.
- Vytváření atraktivních produktů, které zajišťují stabilní návštěvnost i mimo hlavní sezónu.
- Prodloužení doby pobytu a zvýšení ekonomického efektu pro místní podnikatele.