

ZVÝHODNĚNÁ NÁVŠTĚVNICKÁ VSTUPENKA

Přínos /obsah produktu

- Podpora delšího pobytu návštěvníků v destinaci a motivace k návštěvě více památek.
- Zvýšení návštěvnosti zapojených objektů díky finanční motivaci.
- Vytváření zážitkového okruhu a posílení vnímání destinace jako celku, nikoli jen jednotlivého místa.
- Přímý ekonomický dopad pro místní instituce a nepřímo i pro služby navazující (gastronomie, ubytování, drobné služby).

Komunikační téma/ hodnota pro zákazníka

- Více zážitků za méně peněz – princip výhodného objevování kulturních památek.
- Hodnota v komplexnějším poznání Telče a okolí.
- Praktický a cenově dostupný nástroj pro plánování dne v destinaci.

Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu

- Klíčová spolupráce: město Telč, památkové objekty (NPÚ, městské památky, církevní objekty).
- Rozšíření spolupráce: lokální gastro a retail (suvenýry), TIC.
- Zapojení DMO Kraj pod Javořicí do koordinace kampaní a tvorby jednotného vizuálu.

Komponenty /skladba produktu

- Hlavní prvek: zvýhodněná vstupenka (50 % sleva na další zapojené objekty po zakoupení plného vstupného).
- Rozšíření o bonusové prvky:
- sběr razítek (gamifikační prvek),
- možnost propojení s gastronomickými podniky (dezert, káva zdarma apod.),
- drobný suvenýr při splnění všech návštěv.
- Jednotná grafická identita (mapa, leták, vstupenka).

Cílové skupiny

- Aktivní návštěvníci se zájmem o historii a architekturu.
- Rodiny se staršími dětmi (10+), které hledají zábavně-edukativní formu.
- Dospělí ve věku 30–55 let z Brna, Jihlavska, Olomouce a Vídně, kteří plánují víkendové výlety.
- Skupiny přátel a zájmové spolky (historické, kulturní)

Marketingová strategie

- Společná online kampaň města Telče a DMO Kraj pod Javořicí, rozpočet min. 10 000 Kč.
- Cílení prostřednictvím digitální reklamy (FB, IG, Google Ads) na vybrané spádové oblasti.
- Offline propagace: TIC, zapojené památky, gastro podniky, ubytovatelé.
- Vytvoření rodinné verze vstupenky (mapa, kvíz, razítkovací hra).

Prezentace produktu na portálu Kudy z Nudy a dalších turistických webech.

Vazba na strategii ČR

- Plnění cílů strategie ČR v oblasti prodloužení délky pobytu a rozvoje kulturní turistiky.
- Podpora spolupráce veřejného a soukromého sektoru a vytváření návštěvnických produktů s přidanou hodnotou.
- Důraz na zážitkové formy poznávání a propojování kulturního dědictví s moderní prezentací.

Vazba na strategii Kraje Vysočina

- Naplňování priorit kraje v oblasti kultury, památek a rozvoje cestovního ruchu.
- Podpora propojení atraktivit napříč regionem a rozložení návštěvnosti.
- Rozvoj spolupráce mezi obcemi, kulturními institucemi a podnikatelskými subjekty.
- Posílení značky kraje jako destinace kulturního a poznávacího turismu.