

CzechTourism

váš partner
v domácím cestovním ruchu

CzechTourism se v rámci podpory příjezdového a domácího cestovního ruchu zaměřuje zejména na propagaci konkrétních oblastí cestovního ruchu, kterými jsou kulturní dědictví, lázeňství, aktivní dovolená a kongresová a incentivní turistika. Kromě toho dlouhodobě propaguje v domácím cestovním ruchu regionální akce, které byly vybrány ve spolupráci se zástupci krajů.



www.czechtourism.cz



www.kudyznudy.cz



www.czechspecials.cz



www.institut-turismu.cz

4 Úvodní slovo

5 CzechTourism podporuje domácí cestovní ruch

6 Správná propagace – základ úspěchu

7 Informační kampaň pro provozovatele

8 Jak může CzechTourism pomoci právě vám?

9 Kudy z nudy – web, kde vás lidé najdou

10 Registrace na kudyznudy.cz

11 Dobré příklady z praxe – zámek rytířů a princezen

12 Dobré příklady z praxe – tváří se sladce, ale chutnají slane

13 Dobré příklady z praxe – kde se žení čerti

14 Další možnosti spolupráce při budování atraktivit oblasti

Úvodní slovo



Vážené dámy, vážení pánové,

velmi rád bych jménem Ministerstva pro místní rozvoj poděkoval všem, kteří se podílejí na podpoře a rozvoji domácího cestovního ruchu, který se stal významnou součástí ekonomiky České republiky.



Vážení partneři,

rád bych jménem agentury CzechTourism poděkoval všem podnikatelům a provozovatelům turistických aktivit za dosavadní i budoucí spolupráci, která je velkým přínosem pro rozvoj domácího cestovního

V pozici místopředsedy Svazu měst a obcí jsem se každodenně setkával právě s problematikou složitosti při vytváření optimálních podmínek pro rozvoj cestovního ruchu regionů. Vím proto, jak těžké je obstát v konkurenčním prostředí, zejména když jsme poprvé po dlouhé době zaznamenali pokles výdajů na domácí cestovní ruch.

Ministerstvo pro místní rozvoj využívá mnoha prostředků pro podporu regionů a provozovatelů v cestovním ruchu, a také velmi oceňuje práci všech asociací a agentur, které mají tento společný cíl. Velkou zásluhu vnímám právě v práci agentury CzechTourism, která díky svým projektům dokáže efektivně reflektovat současné

ruchu naší země. Právě vaše aktivity se nemalou měrou podílejí na rozvoji této oblasti, a tím i pozitivním dopadu na ekonomickou situaci ČR, kde podíl cestovního ruchu na celkovém hrubém domácím produktu tvoří 2,7 % a má ve své absolutní výši od roku 2003 stabilně růstový trend.

Zvláště v době finanční krize, která postihuje mnoho států Evropy, mohou s potěšením konstatovat, že jsme za loňský rok zaznamenali mnoho úspěchů. Kromě rekordní návštěvnosti zahraničních turistů, která meziročně vzrostla o 6,8 %, posílil i domácí cestovní ruch co se týče návštěvníků ubytovacích zařízení v období léta, a to téměř o 5 procent. A nejen to. Velký přínos z mnoha marketingových

potřeby jak v propagaci České republiky, tak právě i v oblasti komunikace a podpory provozovatelů turistických zařízení a regionů.

Velmi dobře si uvědomuji důležitost správné propagace provozovatelů a turistických cílů a proto o to více oceňuji nesporný úspěch portálu Kudy z nudy provozovaného agenturou CzechTourism. Tento portál si získal nejenom velkou oblibu u široké veřejnosti, ale představuje i jedinečnou příležitost bezplatné propagace pro samotné provozovatele. Dnes se z Kudy z nudy stal jeden z nejvyhledávanějších zdrojů informací a inspirace při cestování po České republice. Úspěšnost tohoto portálu dokazuje jeho dlouhodobě rostoucí návštěvnost, která

kampani se projevil zejména u podnikatelů, kteří se díky atraktivní prezentaci dostali z anonymity a mohli se tak více soustředit na zkvalitňování svých služeb.

Tato fakta svědčí o pozitivních výsledcích naší neustálé snahy propagovat Českou republiku a její jednotlivé regiony, spolupracovat se stále větším počtem podnikatelů s cílem uspokojit poptávku na trhu domácího cestovního ruchu.

Zcela určitě tyto úspěchy neznamenají, že ve svém úsilí polevíme, ale naopak jsou pro nás hnacím motorem, který pomůže při realizaci nových projektů. I nadále se budeme věnovat malým a středním podnikatelům, kteří s námi naváží spolupráci, a budeme plnit nemalé cíle, které jsme

v červenci 2013 dosáhla miliónu návštěv.

Agentura CzechTourism je díky dlouholetému úsilí a mnoha úspěšným projektům silným partnerem subjektům činným v cestovním ruchu na společné dlouhé a nelehké cestě ke zvyšování turistické atraktivity regionů.

Jsem přesvědčen, že naše spolupráce bude pokračovat i v budoucnu a povede k dlouhodobému a úspěšnému rozvoji domácího cestovního ruchu.

**Mgr. František Lukl, MPA
ministr pro místní rozvoj**

si předsevzali. Tím hlavním je vybudování co nejširší sítě spolupracujících zařízení a zajištění co nejatraktivnější a nej kvalitnější nabídky napříč všemi regiony České republiky. Každý, kdo se do našich projektů a aktivit zapojí, může dosáhnout nejenom zlepšení vlastní prezentace, ale přispěje k celkovému zlepšování nabídky a kvality v oblasti cestovního ruchu u nás.

Ukažme společně českým návštěvníkům, co vše se dá v naší zemi zažít a vidět!

S pozdravem a přáním úspěšné sezony

**Ing. Rostislav Vondruška
generální ředitel
agentury CzechTourism**

CzechTourism podporuje domácí cestovní ruch

Agentura CzechTourism podává návštěvníkům Česka veškeré informace o široké nabídce destinací, atrakcí a zajímavostí, které mají potenciálním turistům co nabídnout. Zaměřuje se nejen na získávání nových turistů, ale i na obchodní vztahy mezi všemi subjekty působícími v domácím cestovním ruchu.

CzechTourism pro rozvoj ČR

Primárním cílem agentury CzechTourism je propagace atraktivních turistických destinací jak na tuzemském, tak i na zahraničním trhu, a tím i zvýšení povědomí o pestré nabídce produktů a služeb, které nabízejí jednotlivé regiony. Účinnou

mnohostrannou propagací lze docílit zvýšení počtu turistů a přísunu financí z cestovního ruchu pro další vývoj a šíření dobrého jména ČR ve světě.

Efektivní propagace

Česká republika nabízí mnoho příležitostí pro trávení kvalitní dovolené



nebo návštěvu zajímavých kulturních či sportovních akcí. Aby však byl tento potenciál plně využitý, je třeba zajistit co nejefektivnější reklamní kampaň.

Marketingové nástroje pro komunikaci

Hlavním komunikačním kanálem je v dnešní době internet, jehož marketingová síla poskytuje široké spektrum využití od samotné prezentace, přes inzerci, až po rozsáhlé reklamní kampaně. Kromě online aktivit jsou však i další možnosti, kterých CzechTourism využívá. Jedná se například o workshopy, výstavy, roadshow, vydavatelské, nakladatelské a překladatelské činnosti, audiovizuální prezentace,

obchodní aktivity a v neposlední řadě také o poradenskou činnost v oblasti cestovního ruchu.

Stabilní zázemí doma i v zahraničí

Spolupráce s mnoha českými institucemi, které působí v cestovním ruchu, stejně tak s novináři a médií, zaručuje podporu všestranného rozvoje cestovního ruchu. Neustálá snaha o vytváření pozitivního image České republiky pomocí řady marketingových nástrojů a vzdělávací činnosti poskytuje všem podnikatelům podporu při zkvalitňování služeb v tomto odvětví.

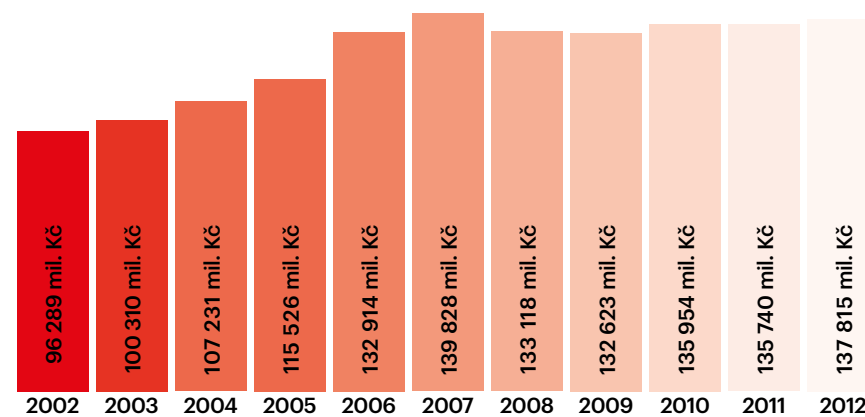
Když se řekne...

Malí a střední podnikatelé v cestovním ruchu
Mezi malé a střední provozovatele v této oblasti se řadí nejen hoteliéři, restauratéři, provozovatelé lázeňských a wellness zařízení, průvodci a překladatelé, ale také pořadatelé kulturních, sportovních a společenských akcí či soukromí podnikatelé v oboru dopravy.



www.czechtourism.cz

Příjmy z cestovního ruchu v České republice



Zdroj: Česká národní banka

Správná propagace – základ úspěchu

Prezentace na internetu je dnes nezbytnou součástí propagace a marketingové strategie každé firmy. Je mnoho způsobů, jak své služby propagovat, ale méně těch, které obstojí v konkurenčním prostředí, zasáhnou tu správnou cílovou skupinu a přinesou skutečné výsledky. Ke správnému oslovení potenciálního zákazníka je nutné vědět, co hledá a očekává. Právě dobrá znalost poptávky na trhu, konkurence a správný způsob propagace je klíčem k úspěchu.

Vždy krok před konkurencí

Prvním zdrojem informací jsou doporučení, která si lidé předávají po návštěvě konkrétní destinace nebo zařízení. Co vám může přinést nové zákazníky a zvýhodnit vás před konkurencí? Jsou to spokojení klienti, kteří doporučují vaši službu dále, ať už formou WOM (word of mouth) nebo diskuzemi na různých cestovatelských serverech (např. TripAdvisor), atd. Díky stále se zvyšující konkurenci roste i požadavek na zlepšování a zviditelňování vlastní nabídky, a to především na internetu, který je dnes druhým největším zdrojem informací. Pro udržení zákazníků je třeba neustále aktualizovat vaši internetovou nabídku, případně profil na sociálních

sítích, prezentovat nové služby a případně akce, které se u vás dějí. Vyhledávejte také sami aktivně různé možnosti prezentace.

Dejte o sobě vědět

Propagace na internetu nemusí být drahá. Pokud s propagací začínáte, základem jsou kvalitní webové stránky, kde jsou uvedeny veškeré potřebné informace pro zákazníka. Pro zviditelnění nabídky lze dále využít různých turistických portálů z vašeho regionu či cestovatelských portálů, které souhrnně prezentují typy na trávení volného času napříč celým Českem. Jedním z nejnavštěvovanějších je portál Kudy z nudy, který provozuje agentura CzechTourism.

Co pro to musíte udělat

Prezentace je zdarma a vedou k ní tři hlavní kroky. Předpokladem pro zapsání na portál Kudy z nudy je kvalitní nabídka a vlastní webové stránky, poté registrace na portálu a kompletní vložení popisu vaší nabídky a všech požadovaných informací

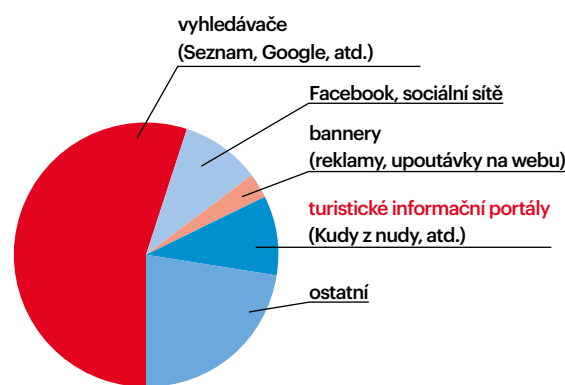
v povinném formátu. Založený profil lze dále aktualizovat a vkládat nové informace o současné nabídce. O konkrétním postupu, jak pracovat s portálem Kudy z nudy doplněným případy z praxe, se dočtete dále v brožurě. Výhodou portálu je také napojení na silnou komunitu na sociálních sítích.

Když se řekne...

Turistická databáze
Jedná se o informační portál/databázi obsahující ucelenou nabídku služeb cestovního ruchu, která je k dispozici v dané destinaci (země, region, města, atd.). Návštěvníci zde vyhledávají nabídky například podle lokalit, kategorií zájmu, ubytovacích či stravovacích možností a podobně. Jsou využívány jak zákazníci, tak podnikateli v cestovním ruchu prezentujícími zde své nabídky.

Sociální síť
V dnešní době jsou sociální sítě, jako například Facebook, Twitter, Google+ apod., hojně využívány nejen mladší generací, jako tomu bylo v jejich počátcích, ale hlavně lidmi v produktivním věku, kteří mezi sebou sdílejí zajímavé informace, zážitky a zkušenosti z cestování a navštívených míst.

Kde se hledají informace o DCR na internetu



Zdroj: Projekt „Sběr informací – Domácí cestovní ruch – Česká republika – etapa Zima 2013“

Informační kampaň pro provozovatele

Hlavním cílem kampaně je především zefektivnit komplexní a řízenou komunikaci mezi agenturou a provozovateli turistických atraktivit a služeb a zvýšit tak celkové povědomí o možnostech spolupráce mezi agenturou a podnikatelskou veřejností. Kampaň odstartovala v květnu 2013 a potrvá do září 2014 a možná se týká právě vás!

Agentura chce v první řadě zmapovat podnikatelské prostředí, ověřit si jeho postoj k propagaci turistických služeb a ochotu provozovatelů spolupracovat s agenturou CzechTourism.

Kudy z nudy – základní prostředek komunikace

Stěžejní roli v komunikaci mezi poskytovateli služeb, agenturou CzechTourism a laickou veřejností sehraje největší cestovatelský portál v České republice www.kudyznudy.cz.

Cíl kampaně

Základním předpokladem pro uspokojení rostoucí poptávky v oblasti domácího cestovního ruchu je navést a naučit provozovatele snadněji a efektivněji přistupovat k medializaci jejich služeb. Proto je hlavním cílem kampaně oslovit podnikatele v cestovním ruchu, kteří ještě na portálu nejsou registrováni, tak i ty, kteří již jeho služby

využívají a naučit je snadněji a efektivněji propagovat jejich služby na Kudy z nudy. Kampaň zároveň slouží ke zvýšení míry povědomí o aktivitách agentury CzechTourism a šíření know-how, možnostech podpory v oblasti domácího cestovního ruchu a to nejen v rámci marketingových aktivit.

Struktura kampaně

Kampaň využívá různých marketingových nástrojů. Kromě tiskové a online kampaně realizované především v odborném a regionálním tisku, bude stěžejní část informační kampaně postavena na directmarketingových aktivitách a na PR media relations, tedy na redakční práci a komunikaci s novináři. Důležitou součástí kampaně jsou také čtvrtletně zasílaný e-bulletin a souhrnná informační brožura, prostřednictvím kterých budou odběratelé dostávat nejdůležitější informace o realizaci tohoto projektu,

kudyznudy.cz

20 000 návštěvníků na Kudy z nudy denně, 2 500 jich hledá lázeňskou provozovnu nebo wellness centrum. Proč tam není i vaše nabídka? Je to zdarma.

kudyznudy.cz

20 000 návštěvníků na Kudy z nudy denně, 3 600 jich hledá výlety za gastro zážitky. Proč tam není i vaše nabídka? Je to zdarma.

Gurmánská turistika
Registrujte se na www.kudyznudy.cz, projekt realizovaný agenturou CzechTourism

INTERVENOVANÝ PROGRAM
CZECH TOURISM
MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR

Ukázka vizuálů kampaně

o aktuálním dění v agentuře CzechTourism i o ostatních zajímavostech a novinkách v domácím cestovním ruchu. Všechny tyto nástroje podpoří aktuální informovanost

provozovatelů služeb v rámci domácího cestovního ruchu tak, aby dokázali efektivně reagovat na poptávku v tomto rychle se měnícím odvětví.

Jak může CzechTourism pomoci právě vám?

Agentura CzechTourism realizuje několik zajímavých projektů v oblasti domácího cestovního ruchu. Zapojením se do těchto projektů mají provozovatelé turistických služeb možnost získat řadu výhod a dostat se tak lépe do povědomí široké veřejnosti.

Kudy ze stínu konkurence?

Jednou z možností, jak na internetu prezentovat své služby, je využití nabídky portálu Kudy z nudy, který je jedním z nejnavštěvovanějších turistických portálů s nabídkami a tipy na výlety v České republice. Prezentací na Kudy z nudy tak lze zdarma získat reklamní prostor přímo tam, kde se v hojném počtu vyskytuje optimální cílová skupina. Více informací o projektu www.kudyznudy.cz se dozvíte v samostatné kapitole.

z oblasti gastronomie a cestovního ruchu, garantuje kvalitní českou kuchyni a také regionální speciality. V současné době je certifikovaných restaurací již přes 370! Více informací o projektu je k dispozici na www.czechspecials.cz.



Kulturní dědictví na talíři

K cestovatelským zážitkům patří také zážitky gurmánské, proto ve spolupráci s partnery z Asociace hotelů a restaurací ČR a Asociace kuchařů a cukrářů ČR vznikl pod koordinací agentury CzechTourism projekt Czech Specials, který všem cestovatelům a gurmánům zjednoduší výběr restaurací na toulkách po České republice. Síť restaurací certifikovaných logem Czech Specials, které jsou prověřeny odborníky

vše o výzkumech, analýzách, událostech a novinkách z domácího cestovního ruchu. Agentura CzechTourism také připravila pro zájemce o vzdělávání v oboru cestovního ruchu vzdělávací projekt „Rozvoj kvalifikační úrovně a kompetencí pracovníků v cestovním ruchu“, který je financován z prostředků ESF prostřednictvím Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost, a ze státního rozpočtu ČR.

Projekt nabízí bezplatné vzdělávání pro podniky a jejich zaměstnance. Hlavním cílem je přispět k rozvoji kvalifikační úrovně a kompetencí zaměstnavatelů a zaměstnanců v oboru cestovního ruchu a posílit udržitelnost pracovních míst prostřednictvím vytvoření uceleného vzdělávacího systému.

Školení byla zahájena v březnu 2013 a budou probíhat minimálně do třetího čtvrtletí 2014. Zájemcům budou k dispozici také e-learning a e-knihovna. Na základě získávané zpětné vazby od účastníků je také hodnocena kvalita lektorů, která je vnímána jako základní nástroj pro dosažení úspěšné realizace projektu. Veškeré informace naleznete na internetových stránkách www.vzdelavani.czechtourism.cz.



www.vzdelavani.czechtourism.cz

Institut turismu agentury CzechTourism

Posláním Institutu je poskytování informací jak ostatním složkám agentury, tak i odborné a široké veřejnosti a dále analytická a výzkumná činnost. Pravidelně podává informace o současném stavu a očekávaném vývoji trhu cestovního ruchu v České republice, o současném stavu a očekávaném vývoji trhu mezinárodního cestovního ruchu a prostřednictvím spolupráce s veřejným a soukromým sektorem aplikuje získané poznatky do praxe, čímž přispívá k rozvoji a dosažení dlouhodobé konkurenceschopnosti České republiky v oblasti cestovního ruchu. Navrhuje nové a inovuje stávající produkty cestovního ruchu včetně jejich koordinace, podpory na národní úrovni a legislativní podpory a provádí metodický dohled nad implementací Marketingové koncepce CzechTourism. Institut turismu České republiky realizuje řadu projektů, které lze využít například ke sledování návštěvnosti regionu a měnících se trendů, což umožňuje provozovatelům přizpůsobit nabídku aktuální poptávce. Více na stránkách www.institut-turismu.cz.

Kudy z nudy – web, kde vás lidé najdou

Podnikáte v domácím cestovním ruchu, pořádáte zajímavé akce nebo provozujete zajímavé aktivity? Pak by se tipy na vaše aktivity či akce měly objevit na webovém portálu Kudy z nudy nabízejícím komplexní nabídku pro každého cestovatele. Lidé se tu mohou inspirovat tipy na výlety po celém Česku, které uspokojí rodiny s dětmi, party mladých lidí, romantiky i velké sportovní fajnšmekry.



Portál Kudy z nudy v roce 2012

- provozovatelé tu inzerují na 12 tisíc nabídek na trávení volného času
- do kalendáře bylo vloženo téměř 20 tisíc akcí
- průměrně dosahuje portál 450 tisíc návštěvníků měsíčně, v sezoně až 700 tisíc
- na webu je kolem 10 tisíc registrovaných uživatelů
- profil na Facebooku má již přes 100 tisíc fanoušků
- 50 % návštěvníků se sem opakovaně vrací
- absolutním vítězem Cen Kudy z nudy 2012 se stal zámek Lednice



Portál Kudy z nudy

Portál Kudy z nudy provozovaný agenturou CzechTourism pomáhá podnikatelům v cestovním ruchu a nabízí jim zdarma propagaci jejich nabídek. Na portálu se každý den objevují nové aktivity, akce a rozmanité tipy na cestování z celé České republiky. Díky jednoduchému a přehlednému členění stránek si návštěvníci mohou nejenom vyhledávat informace, ale také plánovat výlety podle věku, zájmů či regionů, kam se chtějí vydat. Nabídka se neustále rozšiřuje, stoupá také počet pravidelných návštěvníků a registrovaných uživatelů. Nabídněte jim i vy své služby! S Kudy z nudy spolupracují nejrozličnější podnikatelské subjekty v oblasti cestovního ruchu. Vedle obvyklých muzeí, hradů, zámků a dalších

památek nebo přírodních zajímavostí, jsou zde i nabídky sportovních a zážitkových aktivit, lázeňských a wellness zařízení, různých akcí a v neposlední řadě také služby z oblasti ubytování a gastronomie.

Facebookový profil Kudy z nudy

Portál Kudy z nudy má také od září 2009 své denně aktualizované stránky na Facebooku. Sociální síť je ideální místo, kde více než sto tisíc příznivců Kudy z nudy neustále reaguje na podněty, zveřejňuje své tipy, sdílí zážitky s ostatními, dělí se o zkušenosti a účastní se kvízů. Pro vás je to další příležitost, jak vtáhnout ostatní do hry. Podívejte se na místo, kde to žije – www.facebook.com/kudyznudy.

Registrace na kudyznudy.cz

Přejete si, aby i vaše akce, aktivity a ostatní nabídky cestovního ruchu byly k dispozici návštěvníkům na portálu Kudy z nudy? První krok je jednoduchý: zaregistrujte se!

Registrace

Registrace na portálu Kudy z nudy je bezplatná, jedinou podmínkou je zajištění vzájemné prezentace, tedy umístění banneru či odkazu Kudy z nudy na webové stránky provozovatele. Bannery lze stáhnout v patičce stránek v sekci Logo a bannery ke stažení.

Vložení aktivity nebo akce

Po registraci můžete veškeré nové aktivity a akce vložit pomocí jednoduchého formuláře na homepage www.kudyznudy.cz (zelené tlačítko vložit – přidat aktivitu/akci). Vaše záznamy po vložení zkontroluje redakce a poté je obratem umístí na portál; svůj záznam tu najdete nanejvýš do dvou pracovních dnů. Potřebné informace, podmínky pro zveřejnění záznamu a rady ke správnému vyplnění formuláře najdete v pravé liště. Pamatuje, že návštěvníci portálu Kudy z nudy se orientují zejména podle titulků a názvů aktivit; podívejte se, jak to dělají jiní a zkuste jasně, stručně a lákavě charakterizovat svou nabídku.

Vkládání fotografií

Fotografie jsou tím prvním, co uživatel u záznamu vidí

a proto pěkný snímek přiláká mnohem víc pozornosti než dlouhý popis. Pamatuje na to, až budete vybírat fotografie ke své aktivitě či akci! Vkládejte pouze fotografie a ilustrační obrázky bez textu, ve formátu .jpg nejlépe na šířku a v dostatečné velikosti – více než 1000 px. Fotografie nesmí v žádném případě obsahovat text, např. webové stránky, datum či vodotisk. Nejčastějším příkladem špatně zvoleného obrázku je plakát – často bývá nečitelný, v slabé kvalitě a celkově nepůsobí dobře. Před odesláním formuláře potvrďte, že jste oprávněni poskytnout fotografii ke zveřejnění. Fotografie můžete editovat podobně jako text, tedy měnit pořadí i popisky, vkládat nové či odstraňovat staré.

Aktualizace

Své záznamy o aktivitách a akcích samozřejmě můžete jako registrovaný uživatel po přihlášení kdykoli libovolně měnit, upravovat a aktualizovat. To se týká zejména pravidelně se opakujících akcí, u nichž stačí jen změnit datum a vložit aktuální program či další informace. Editace je možná v sekci Můj profil; po přihlášení je třeba kliknout na vaše jméno



v pravém horním rohu hlavní stránky portálu. V sekci Mé dokumenty si vyberete typ záznamu (Mé akce/aktivity) a dále možnost editace. Tak se dostanete na editační formulář, kde lze provádět změny v textu, vkládat a měnit fotografie. Nepřihlášený uživatel však tuto možnost nemá, změny v záznamu musí provést redakce Kudy z nudy. Pokud byste náhodou zapomněli, každý rok před hlavní turistickou sezonou obdržíte e-mail od redakce Kudy z nudy s upozorněním, abyste zkontrolovali, případně obnovili a upravili obsah své prezentace.

Nevíte si rady?

Pokud máte nějaký dotaz nebo v případě technických potíží se můžete obrátit na redakci Kudy z nudy na adrese katalog@czechtourism.cz. Pokud máte na Kudy z nudy vytvořený účet, ale ztratili jste k němu heslo, můžete ztracené heslo získat po kliknutí na tlačítko Přihlásit, kde existuje možnost jeho zaslání na přihlašovací e-mail. Jestliže si tento e-mail nepamatujete, kontaktujte prosím rovněž redakci.

Když se řekne...

Aktivita

Aktivita nesmí mít časové omezení, musí se jednat o relativně stálou nabídku. Každá aktivita může být do katalogu zařazena pouze jednou. Podmínkou zveřejnění aktivity je umístění banneru nebo odkazu www.kudyznudy.cz na webových stránkách provozovatele.

Akce

Akci se rozumí jednorázová událost s časovým omezením, třebaže se koná každoročně. Může se jednat o městské slavnosti, historické bitvy, poutě, trhy, jarmarky, noční a oživené prohlídky památek, nostalgické jízdy parních vlaků, vinobraní, pívni a gurmánské slavnosti, festivaly, sportovní akce, kulturní události, atd.



www.kudyznudy.cz

Dobré příklady z praxe – zámek rytířů a princezen

Když před lety Lenka Šichová poprvé spatřila barokní zámek Radíč, spíš než šlechtické sídlo připomínal zříceninu. Přesto měl obrovské kouzlo a přesvědčil ji, že stojí za to jej zrenovovat a vdechnout mu nový život. Dnes je to místo s atmosférou pohody romantického venkova, kam rodiny s dětmi jezdí na zážitkové prohlídky.



Zeptali jsme se Lenky Šichové

Co vás přesvědčilo, abyste na portálu Kudy z nudy zveřejnila nabídku zámku Radíč?

O webu Kudy z nudy jsem se dozvěděla z billboardové kampaně, na první pohled mě zaujal vtipný a typický

český název. Líbilo se mi, že je přímo podporován státem, splnil moje očekávání v kvalitní internetové prezentaci a v názorové nestrannosti.

Jaké máte zkušenosti s jeho používáním?

Nabídka Kudy z nudy je nesmírně široká. Zjistili jsme, že pro skutečný efekt, který se odrazí v návštěvnosti,

je třeba být pravidelně zařazován v extra akcích, jako jsou například Tipy pro výlet s dětmi, Na zámky za zážitky a podobně. Tedy v souhrnných člancích, které návštěvníka webu lákají hned na homepage.

Jak se vám s portálem Kudy z nudy pracuje při aktualizaci?

Vyhovuje nám struktura



„Portál Kudy z nudy používáme jako jeden z významných marketingových komunikačních nástrojů. Oceňuji, že registrace a prezentace je zdarma. Za marketing, tedy cestu k lidem, se docela

dost platí a zámek není schopen konkurovat běžným firmám, které na svou propagaci mohou vynakládat nemalé peníze.“

Lenka Šichová, kastelánka zámku Radíč

Interiéry zámku Radíč si hosté prohlíží dvěma způsoby: pro rodiny s malými dětmi je připraveno hledání pokladu v doprovodu rytíře, starší objevitelé společně s malířem hledají tajemné šifry a symboly v nástropních malbách. Během prohlídky se stávají součástí příběhu i návštěvníci a do pátrání musí zapojit všechny smysly. Na děti i dospělé pak čeká další nevšední zábava: komnata nazvaná Budoár díky šatům, parukám, korunkám a jiným doplňkům proměnit v opravdové

princezny. Naopak kluci se v Dětské zbrojnici pomoci brnění a zbraní vžívají do rolí opravdových rytířů s meči, štíty a přilbami. Navíc je tu ještě zámecký boutique s hand-made bytovými doplňky a romantickými dekoracemi ve stylu vintage, kavárna s voňavou bio kávou 3 vlní, bio koláčky a čokoládovými bonbony, posezení na zastřešeném nádvoří a zámecká zahrada se spoustou romantických zákoutí pro odpočinek dospělých a hřištěm ve stylu dvorských rytířských her pro dětské radovánky.

Zámek Radíč byl oceněn v soutěži Ceny Kudy z nudy 2011 v regionu Střední Čechy.

Dobré příklady z praxe – tváří se sladce, ale chutnají slane

Recepty na tvarůžkové moučníky začali manželé Poštulkovi vymýšlet v polovině roku 2009. Nabídli tak netradiční občerstvení těm, kteří přijeli do Muzea tvarůžků nebo do podnikové prodejny A. W. v Lošticích u Olomouce. Pochoutek z domácího listového těsta s jemnou tvarůžkovou pěnou dnes připravují více než deset druhů.

Zeptali jsme se Zbyňka Poštulky

Kolik času věnujete aktualizaci svých nabídek?

Dokud ještě bylo v loňském roce u doporučených cílů na portálu Kudy z nudy počítačadlo, pravidelně jsme kontrolovali, jakou má Tvarůžková cukrárna návštěvnost. Nyní aktualizujeme pouze změnu letní a zimní provozní doby a doplňujeme fotky tvarůžkových moučníků. Portál využíváme také někdy i jako návštěvníci, kteří chtějí najít zajímavá místa.

Splnil portál Kudy z nudy vaše očekávání?

Ano, rozhodně splnil. S propagací na webu, kde jsme se dostali i mezi doporučené gastronomické cíle, jsme velmi spokojeni. V roce 2012 Sdružení cestovního ruchu Střední Morava zařadilo naši cukrárnu do soutěže Ceny

Kudy z nudy a v kategorii Podnikatelský počín jsme v hlasování veřejnosti nakonec získali třetí místo. Využíváme všech možností, které portál nabízí, abychom se co nejvíce zviditelnili. Věřím, že to oceňují nejen naši pravidelní návštěvníci, ale zejména ti, kteří hledají na Kudy z nudy netradiční tipy na výlety.

Jak se vám s portálem pracuje a jak se vám líbí jeho struktura a přehlednost?

Vysoce hodnotím grafiku a hlavně kvalitu zveřejňovaných fotografií. Dokonce jsem sám poskytl webu Kudy z nudy informace o některých turisticky zajímavých místech v našem regionu, které tam chyběly. Líbí se mi, že mohu neustále zlepšovat svou nabídku a prezentaci, ale že mohu zviditelnit i další tipy na zajímavé atrakce v regionu, a tak ukázat návštěvníkům, že u nás mohou strávit i více času na svém výletu

Tvarůžková cukrárna v Lošticích je jediná svého druhu v Česku. Tvarůžkové koláčky, šátečky, vdolky, kremrole, rolády, záviny a dortíky, které tu můžete ochutnat, se navenek tváří jako moučníky. Ve skutečnosti se však jedná o originální slané pochoutky k pívu nebo vínu, plněné a zdobené přírodním sýrem s nezaměnitelným aroma. V nabídce najdete i další slané pochoutky, například hot dog, lokše,

bramboráčky, hamburgery či langoše. Malá rodinná firma má na kontě celou řadu úspěchů. V roce 2010 tvarůžkové moučníky získaly certifikát Haná regionální produkt, který spotřebitelům garantuje, že výrobky mají svůj původ na Hané, jsou dostatečně kvalitní nebo šetrné k životnímu prostředí. Mohou se pochlubit také tituly Česká chuťovka, Regionální potravina Olomouckého kraje nebo Top výrobek OK.

„Věděli jsme, že bez reklamy se náš podnik uchytí jen těžko, proto jsme se rozhodli využít i portál Kudy z nudy. Vedle bezplatného využívání pro nás byl atraktivní i vysokou návštěvností.“

Nezaregistrovali bychom se kamkoliv – o portálu Kudy z nudy víme, že má dobré jméno a lidé o něm mluví.“

Zbyňěk Poštulka majitel



Tvarůžková cukrárna v Lošticích byla oceněna v soutěži Ceny Kudy z nudy 2012 v regionu Střední Morava a Jeseníky.

Dobré příklady z praxe – kde se žení čerti

V Selibově, malebné vesničce na půli cesty mezi Pískem a Protivínem, koupila v roce 2010 Hana Procházková starou kovárnu. S pomocí rodiny a přátel ji zaplnila pohádkovými bytostmi a během krátké doby z ní vytvořila oblíbené místo pro rodiny s dětmi. Můžete tu vidět například čerty, hastrmany či víly z blízkého Tálínského rybníka.

Vytvořit vlastní projekt pro děti, se kterými celý život pracovala a má je moc ráda, byl dávný sen Hany Procházkové. Splnil se jí v Pohádkové kovárně v Selibově, kterou vlastníma rukama zvelebila a zabydlela nejrůznějšími pohádkovými bytostmi. Děti tu objeví loutky vodníků a víl, Jeníčka s Mařenkou i zlou ježibabu, Červenou Karkulku, čerty a další pohádkové bytosti. Kromě prohlídky expozice si mohou v kreativní dílně namalovat či vytvořit vlastní pohádkovou postavičku, například z modelíny nebo papíru. Nechybí tu ani ohniště dvanácti měsíčků pro opékání buřtů a další kratochvíle. Pohádková kovárna otevřela své brány prvním

návštěvníkům na Den dětí v červnu 2011 a krátce poté jste ji už mohli najít i na portálu Kudy z nudy. Během dvou let existence si mezi rodinami s malými dětmi vytvořila skvělé jméno. Předloni si do pohádkového místa našlo cestu 12 tisíc hostů, loni už to bylo přes 16 tisíc. Dnes má Pohádková kovárna svou výroční turistickou známku a turistickou vizitku, navíc v celostátním hlasování Ceny Kudy z nudy 2012 skončila na třetím místě, a dokonce vyhrála v kategorii Podnikatelský počín. Není divu – líbí se tu nejenom dětem, ale i dospělým, kteří se alespoň na malou chvíli mohou vrátit zpátky do dětství.

„Hosté nás znají hlavně díky portálu Kudy z nudy, kde jsme se minulý rok v soutěži Ceny Kudy z nudy 2012 stali vítězi v kategorii Podnikatelský počín a obdrželi jsme i ocenění za třetí nejoblíbenější výletní

místo v České republice. Právě na Kudy z nudy pro nás mnozí návštěvníci hlasovali, což nás velmi mile překvapilo i potěšilo.“

Hana Procházková majitelka



Pohádková kovárna v Selibově byla oceněna v soutěži Ceny Kudy z nudy 2012 v regionu Jižní Čechy.

Zeptali jsme se Hany Procházkové

Jak jste se dozvěděli o portálu Kudy z nudy?

Už dlouhou dobu se pohybujeme v oblasti cestovního ruchu, a tak jsme věděli, že portál existuje. Funguje perfektně, tak jsme chtěli být jeho součástí.

Splnil portál Kudy z nudy to, co jste od něj čekali?

Portál Kudy z nudy splnil naše očekávání na 100 procent. Je dobře

strukturovaný, jasně čitelný, přehledný, každý na něm najde, co hledá. Pro běžného uživatele internetu je jeho využívání jednoduché a bezproblémové. Jsme s ním velmi spokojeni.

Jak často portál navštěvujete a kolik času věnujete aktualizaci nabídek?

Kvůli správě profilu Pohádkové kovárny v Selibově navštěvujeme portál každý měsíc. Na aktualizaci nám stačí průměrně dvě hodiny. Proto spolupráci s ním hodnotíme jako velmi přínosnou.

Další možnosti spolupráce při budování atraktivity oblasti

Střední a malí provozovatelé turistických zařízení v cestovním ruchu, jako například provozovatelé hotelů, restaurací, lázeňských a wellness zařízení, turistických atraktivit, sportovních a kulturních zařízení, ale i další podnikatelé v cestovním ruchu mají šanci se aktivně zapojit do rozšiřování dobrého jména své provozovny.

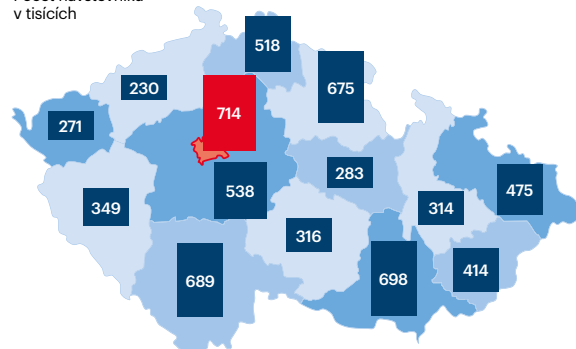
Propagace regionů

Za účelem zkvalitňování a rozšiřování nabídky v regionech, lákající k návštěvě tuzemské i zahraniční turisty, pořádá agentura CzechTourism mnoho zajímavých akcí. V roce 2012 byly v rámci regionů organizovány například workshopy na

podporu cestovního ruchu, zaměřené na specifika dané oblasti. Do těchto aktivit se mohli zapojit všichni podnikatelé v cestovním ruchu z daného regionu. Podobné aktivity jsou plánovány i v budoucnu, proto je dobré pravidelně sledovat informace na webových stránkách agentury CzechTourism.

Počet domácích turistů v HUZ v krajích v roce 2012

Počet návštěvníků v tisících



Zdroj: Statistika ČSÚ o návštěvnosti HUZ

Manuál produktů v cestovním ruchu

Efektivní spolupráce mezi všemi subjekty figurujícími v cestovním ruchu v rámci daného regionu či oblasti vede nejen ke zkvalitnění služeb a rozšiřování tzv. balíčků pro návštěvníky, ale přispívá také k vybudování atraktivního image celé oblasti. Propojení více souvisejících služeb do jednoho produktu tak pro turisty může více zatraktivnit vaši lokalitu a přilákat je k vám na delší dobu. K tomuto účelu byl v rámci projektu Podpora tvorby produktů a marketingu cestovního ruchu v regionech vypracován manuál. Skládá se z metodické příručky pro vytvoření produktů cestovního ruchu a pasportů (neboli katalogu) nadregionálních a regionálních produktů cestovního ruchu. Najdete zde teoretické i praktické informace o tom, jak postupovat krok za krokem při tvorbě produktů a také doporučení pro různé druhy marketingové komunikace. Příklad sestavení balíčku: kulturní akce + ubytování + wellness + gastro zážitky + nabídka vodních sportů apod.



http://www.czechtourism.cz/files/iop/podpora_tvorby_produkту/manual_produkту.pdf

Projekt EDEN podporuje evropské destinace

Další z možností, jak zviditelnit jednotlivé regiony za podpory agentury CzechTourism, je unikátní projekt EDEN (European Destination of Excellence) vyhlášený Evropskou komisí. Cílem projektu je upozornit především na méně známé evropské destinace a jejich rozmanitost. O prestižní titul EDEN se každoročně ucházejí desítky tuzemských destinací, které splňují aktuální zadání soutěže. V minulých letech získaly titul například tyto oblasti:

České Švýcarsko za rozvoj cestovního ruchu v podmínkách chráněné krajinné oblasti, **Bystřicko** v ročníku zaměřeném na vodu jako turistický cíl, **Slovácko a Baťův kanál** splňující nejlépe podmínky tématu obnova hmotného dědictví.

Letošní ročník s tématem „Cestování bez bariér“ vyhrálo **Lipno**, které se do soutěže přihlásilo s projektem „Lipno bez bariér“. Odborná porota ocenila především komplexnost turistické nabídky pro cílové skupiny se specifickými potřebami, včetně jejího rozložení v rámci celé turistické sezony a spolupráci všech dotčených subjektů v regionu. Vítězná destinace bude propagována marketingovými nástroji jak Evropské komise, tak agentury CzechTourism. Více o projektu na www.eden-czechtourism.cz.

 kudyznudy.cz

20 000 návštěvníků na Kudy z nudy denně hledá kam na výlet. Proč tam není i vaše nabídka? Je to zdarma.

Registrujte se na www.kudyznudy.cz, projekt realizovaný agenturou **CzechTourism**



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
ŠANCE PRO VÁŠ ROZVOJ



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

CzechTourism

Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism

Vinohradská 46, 120 41 Praha 2

tel.: +420 221 580 111

fax: +420 224 247 516

info@czechtourism.cz

www.czechtourism.cz

www.kudyznudy.cz