český
krumlov
region

Plán činnosti 2023

DMO Český Krumlov Region, z. s.

OBSAH

I. ÚVOD 3
II. ORGANIZACE: DMO ČESKÝ KRUMLOV REGION, Z. S. 5
III. DESTINACE: TURISTICKÁ OBLAST ČESKÝ KRUMLOV REGION 7
IV. PRIORITY ROZVOJE DESTINACE 9
1 Stabilizace oblasti Český Krumlov Region 10
1.1 Stabilizace území 10
1.2 Propojení nabídky v regionu 11
2 Rozvoj DMO Český Krumlov Region 12
2.1 Pokračování profesionalizace DMO 12
2.2 Rozšiřování počtu spolupracujících subjektů 14
2.3 Podpora inovací 15
3 SYSTEMATICKÝ SBĚR A VYHODNOCOVÁNÍ DAT 16
3.1 Sběr a analýza dat z území 16
3.2 Spolupráce na sběru a vyhodnocování dat 16
4 PODPORA POPTÁVKY PO DESTINACI 18
4.1 Podpora celoroční poptávky 18
4.2 Změna vnímání destinace 21
5 ROZVOJ KVALITNÍ NABÍDKY DESTINACE 22
5.1 Celoroční nabídka 22
5.2 Kalendář akcí 23
5.3 Kvalita služeb 24
V. RÁMCOVÝ ROZPOČET / FINANCOVÁNÍ 26

I. ÚVOD

Plán činnosti DMO Český Krumlov Region, z. s. (destinační management turistické oblasti Český Krumlov Region, dále jen „DMO“) představuje aktivity pro rok 2023, které navazují na dosavadní činnost DMO a dále ji rozvíjejí, a zároveň tuto uplynulou činnost stručně představuje a shrnuje.[1]

Výchozím koncepčním dokumentem předkládaného plánu činnosti je Koncepce DMO Český Krumlov Region pro roky 2022 – 2024, která byla zpracována k 31. 12. 2021. Koncepce je střednědobým dokumentem, jehož potřeba byla vyvolána zejména ze dvou důvodů: 1. katastrofický zásah do výkonu destinace v důsledku pandemie COVID-19 a z něj vyplývající dlouhodobé důsledky, 2. etablování nově zřízené organizace destinačního managementu ve stávajícím managementu řízení cestovního ruchu v turistické oblasti.
Koncepce vychází především ze tří strategických dokumentů: Strategie cestovního ruchu Českého Krumlova (červen 2017), Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021-2030 (září 2021), Strategie rozvoje cestovního ruchu ČR 2021 - 2030 (září 2021).
Koncepce definuje pět priorit rozvoje, jejichž konkrétní naplňování je uvedeno dále v Plánu činnosti:
1. Stabilizace oblasti Český Krumlov Region (cíl: dokončení vzniku turistické oblasti)
2. Rozvoj organizace destinačního managementu Český Krumlov Region (cíl: profesionalizace organizace, navýšení členské základny, profilování jako leader v rámci ČR)
3. Systematický sběr a vyhodnocování dat (cíl: získávání a zpracování dat pro rozhodování DMO, členů i partnerů a zvýšení efektivity vynakládaných prostředků)
4. Podpora poptávky po destinaci (cíl: nastartování poptávky zejména s ohledem na okolní trhy (ČR a sousední země D, A, SK, HU, PL), cílení na mimosezónnost, prezentace ČKR jako celoroční destinace, motivace k trávení vícedenních pobytů / prioritními komunikačními kanály online = web www.ckrumlov.info, správa vlastních sociálních sítí @ceskykrumovofficial, reklamní kampaně)
5. Rozvoj kvalitní nabídky destinace Český Krumlov Region (cíl: motivace ke zvýšení kvality služeb, podpora vzniku nových služeb s ohledem na změnu zákaznické struktury, organizace seminářů, workshopů)

[1] Detailně o dosavadní činnosti DMO viz Zpráva o činnosti 2020 a 2021.

5 X 5
STRATEGICKÝCH CÍLŮ PRO NAPLNĚNÍ KONCEPCE

VÝKON

1. Nabídka celé destinace, ne pouze jedné části, včetně brandu a komunikačních nástrojů
2. Počet přenocování 375 tis./rok (kvartálně 50+100+150+75) v celé destinaci tzn. zvýšení oproti 2020 o 138 tis. přenocování
3. Udržení průměrné doby pobytu na úrovni 3,0 dne
4. Vytvořit celoroční kalendář destinace
5. Pro oblast hlavní sezóny cílit marketingové prostředky pouze na pobyty 5 nocí, mimo na 3 noci

ORGANIZACE

1. Stabilizovaná organizace se stabilním týmem
2. Vytvořené partnerství v celém regionu
3. Vícezdrojové financování činnosti (členské příspěvky, ubytovací poplatek, projektové financování, vlastní výkony)
4. Nastavený systematický sběr a analýza dat
5. Propojená nabídka s okolními destinacemi, krajskou i národní úrovní

II. ORGANIZACE: DMO ČESKÝ KRUMLOV REGION, Z. S.

V lednu 2020 byla založena samostatná organizace destinačního managementu ve formě zapsaného spolku = DMO Český Krumlov, z. s. zajišťující výkon destinačního managementu pro území turistické oblasti Český Krumlov Region. S ohledem na regionální působnost společnosti byl v roce 2021 upraven **název spolku na DMO Český Krumlov Region, z. s.**

Organizace je **certifikována** na krajské úrovni **Jihočeskou centrálou cestovního ruchu** od 31. 1. 2020 a na národní úrovní **Českou centrálou cestovního ruchu – CzechTourism** ke dni 22. 6. 2021 (roční platnost) s recertifikací dne 11. 10. 2022.

Vize organizace[2]

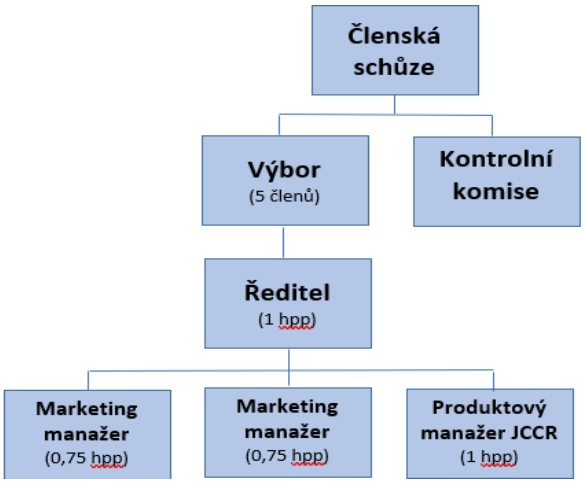
DMO Český Krumlov Region, z. s. je společensky zodpovědná profesionální a certifikovaná organizace destinačního managementu celé oblasti, která má jasně vymezené kompetence a je otevřená pro vstup partnerů z regionu. Vnímá potřeby území a určuje trendy v oblasti inovací v cestovním ruchu. Má stabilní personální základnu, odpovídající finanční zajištění a je oporou pro podnikatele v cestovním ruchu, kulturní instituce i organizátorům akcí v destinaci.

Identifikační údaje

DMO Český Krumlov Region, z. s.
sídlo: náměstí Svornosti 2, 381 01 Český Krumlov
IČ: 088 14 112
bankovní spojení: Komerční banka, č. ú.: 123-1167270277/0100
spolek není plátcem DPH

Marketingový název oblasti: Český Krumlov Region
Web: www.ckrumlov.info
Sociální sítě: @ceskykrumlovofficial

Organizační struktura



[2] Koncepce DMO Český Krumlov Region pro roky 2022 – 2024, (dále jen „Koncepce“), str. 15

Orgány spolku

Členská schůze
Jedná se o nejvyšší orgán destinačního spolku, skládá se ze tří zakládajících členů a schází se minimálně 1x ročně. Zakládající členové DMO jsou: město Český Krumlov, Českokrumlovský rozvojový fond, spol. s r.o., Sdružení cestovního ruchu Český Krumlov, z. s.

Výbor
Výbor spolku je statutární orgán kolektivní. Má pět členů a schází se v pravidelných intervalech. Členové výboru: Mgr. Martin Hák (předseda), Bc. Martin Lobík (místopředseda), Ing. Miroslav Reitinger, Bc. Ivo Janoušek, Jan Vozábal.

Kontrolní komise
Kontrolní komise se schází minimálně 1x ročně. Členové kontrolní komise: Ing. Jitka Zikmundová, MBA, Ing. Barbora Šiftová, Zbyněk Toman, Mgr. Josef Maleček, Ing. Věra Sládková.

Kancelář spolku

Ředitel
Pozice obsazena do 31. 5. 2022 Mgr. Terezií Jenisovou, od 1. 6. 2022 pozice neobsazena.

Kancelář DMO
Ing. Jitka Boháčová (marketingová manažerka, 0,75 úvazku), Ludmila Claussová (marketingová manažerka, 0,75 úvazku), Bc. Zdeňka Chaloupková (produktová manažerka JCCR, 1 úvazek)

Více informací viz webové stránky DMO | Stanovy spolku

III. DESTINACE: TURISTICKÁ OBLAST ČESKÝ KRUMLOV REGION

Geografické vymezení

K 31. 10. 2022 **tvoří turistickou oblast 20 obcí** – město Český Krumlov jako zakládající člen, partnerskou smlouvu s DMO uzavřelo 15 obcí: Bohdalovice, Brloh, Dolní Třebonín, Holubov, Chlumec, Chvalšiny, Ktiš, Křemže, Malšín, Přídolí, Srnín, Světlík, Větřní, Zlatá Koruna, Zubčice. Součástí území Český Krumlov Region jsou dále 4 obce: Kájov, Mojné, Polná na Šumavě, Přísečná. Jednání probíhají s obcemi Mirkovice a Věžovatá Pláně, aby bylo dosaženo kompaktnosti území regionu. Tyto obce jsou aktuálně součástí TO Novohradsko-Doudlebsko a dle pravidel certifikace nemohou být součástí více turistických oblastí.

Statistické údaje

<u>Hosté a přenocování</u>

Základní údaje hromadných ubytovacích zařízení v TO Český Krumlov Region (porovnání 2019–2022)

	2019	2020*	2021*	2022*
Hosté celkem	271 648	130 335	140 995	NA
		42 093/1-2Q	17 074/1-2Q	66 142/1-2Q
Tuzemští	78 223	93 746	117 359	NA
Zahraniční	193 425	36 609	23 636	NA
Počet přenocování	381 574	237 378	280 871	43
		63 128/1-2Q	29 742/1-2Q	116 209/1-2Q
Průměrný počet nocí	1,4	1,8	2	NA

** roky 2020 a 2021 ovlivněny koronavirovými opatření (lockdowny, uzavření hranic, povinnost očkování/testování apod.)*
Zdroj: Český statistický úřad

TOP 5 zdrojových trhů v letech let 2020 – 2021
Na základě počtu přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních

1	Česko (80%)
2	Německo
3	Slovensko
4	Rakousko
5	Polsko/Maďarsko

Zdroj: Český statistický úřad

Parkování ve městě Český Krumlov*

	2019	2020	2021	2022**
Osobní automobily celkem	242 857	174 605	204 789	196 193
Autobusy celkem	11 347	1 382	318	2 233

** Údaje se týkají parkovišť provozovaných Českokrumlovským rozvojovým fondem, spol. s r.o.*
*** k 30. 9. 2022*
Zdroj: Českokrumlovský rozvojový fond, spol. s r.o.

Vize destinace[3]

Český Krumlov Region je tradiční domácí destinace, která je lákavá pro náročného klienta z Česka i okolních států a která je základem nabídky jižních Čech pro zahraniční trhy. Je destinací, která poskytuje kulturní i sportovní vyžití a je výchozím bodem pro poznání okolních destinací. Na základě své historie velmi silně vnímá potřebu udržitelnosti destinace a vnímá potřeby svých obyvatel.

USP[4] destinace
Region s centrem v Českém Krumlově s bohatým kulturním programem a historickým dědictvím, ze kterého se vyráží pro zážitky do širokého okolí. Region, který si uvědomuje svou výjimečnost v oblasti cestovního ruchu a chová se odpovědně ke svým občanům.

Klíčová slova destinace
UNESCO, Vltava, kultura, příroda, kvalitní a propojené služby

[3] Koncepce, str. 14
[4] USP = Unique selling point (unikátní faktor/aspekt, který prodává)

IV. PRIORITY ROZVOJE DESTINACE[5]

KONCEPCE DEFINUJE 5 PRIORIT ROZVOJE

1 Stabilizace oblasti Český Krumlov Region
Turististická oblast odkazuje na oblastní úroveň destinačního managementu dle Kategorizace DMO i certifikace.
Cílem je dokončení úvodní fáze vzniku turistické oblasti tak, aby nebyla pouze lokálního charakteru.

2 Rozvoj organizace destinačního managementu Český Krumlov Region
Organizace destinačního managementu je nezbytná pro fukční systém cestovního ruchu v oblasti.
Cílem je práce na profesionalizaci organizace, vymezení působnosti a její profilování jako leader v rámci České republiky.

3 Systematický sběr a vyhodnocování dat
Data driven rozhodování je trend, který se začíná prosazovat v oblasti cestovního ruchu.
Cílem je získávání a zpracování dat pro rozhodování DMO, členů i partnerů a zvýšení efektivity vynakládaných prostředků.

4 Podpora poptávky po destinaci
Extrémní změna, která zasáhla centrum destinace, znamená kompletní změnu cílových zákazníků.
Cílem je nastartování poptávky zejména s ohledem na okolní trhy a mimosezónnost.

5 Rozvoj kvalitní nabídky destinace Český Krumlov Region
Kvalitní nabídka určuje spokojenost zákazníka.
Cílem je motivace ke zvýšení kvality služeb a podpora vzniku nových služeb s ohledem na změnu zákaznické struktury.

[5] Koncepce, str. 17

1 Stabilizace oblasti Český Krumlov Region

1.1 Stabilizace území

Opatření č.	Název opatření	Popis opatření	Termín	KPI	Cílová hodnota	2022
1.1.1	Dokončení vymezení území	Smluvní vymezení území turistické oblasti	2022	Smluvně podložené území obcí	20	20 (15)
1.1.2	Partnerství s podnikateli v celém regionu	Smluvní navázání spolupráce s klíčovými hráči	2022-2023	Počet uzavřených partnerství v regionu	30	0
1.1.3	Navázání partnerství s okolními oblastmi	Zajištění přenosu informací a toku turistů mezi oblastmi	2022-2023	Počet uzavřených partnerství s okolními TO	4	0

Aktuální stav:

(1.1.1) Vymezení území bylo naplněno v roce 2022. K 31. 10. 2022 tvoří turistickou oblast 20 obcí, z nichž však pouze s 15 má s DMO uzavřenu partnerskou smlouvu a Český Krumlov je zakládající člen. Opatření bylo tedy naplněno jen z části.

(1.1.2 a 1.1.3) Nebylo uzavřeno žádné nové členství ani uzavřena žádná smlouva o partnerství. Opatření nebyla k 31. 10. 2022 naplněna.

Cíle 2023

(1.1.1) Dokončení vymezení území – smluvně podložené území obcí v TO: **uzavření smluvního partnerství se 4 obcemi**, které jsou součástí TO, ale nyní bez smluvního vztahu. Pokračování jednání s obcemi Mirkovice a Věžovatá Pláně o přestupu z TO Novohradsko-Doudlebsko.

(1.1.2) Partnerství s podnikateli v regionu – smluvní navázání spolupráce s klíčovými hráči regionu: **uzavření min. 10 partnerství/členství**

(1.1.3) Navázání partnerství s okolními TO: **min. 1 uzavřené partnerství** (prioritně TO Lipensko)

V návaznosti na výše uvedená opatření bude připravena **nabídka členství/partnerství s DMO Český Krumlov Region** pro obce, privátní subjekty, okolní TO a další subjekty se zájmem o spolupráci.

Termín: příprava nabídky 1.Q 2023, navazování spolupráce celoročně
Odpovědná osoba: ředitel/-ka DMO (po obsazení pozice), výbor DMO
Fin. zdroje: dotace města na mzdové náklady a provoz

1.2 Propojení nabídky v regionu

Opatření č.	Název opatření	Popis opatření	Termín	KPI	Cílová hodnota	2022
1.2.1	Počet setkání s partnery mimo město	Podpora aktivit mimo centrum oblasti	2022-2024	Počet akcí/rok	4	2
1.2.2	Počet produktů se zapojením území mimo město ČK	Podpora nabídky z regionu ČKR	2022-2024	Počet produktů s aktivním zapojením území	5	2

(obecně) Podmínky participace na aktivitách DMO a formy a možnosti prezentace partnerů z Českého Krumlova a partnerů z jiných obcí turistické oblasti se neliší. Všechny subjekty v TO mají stejné možnosti zapojit se do aktivit DMO či být součástí komunikace. Zároveň se neuzavíráme pouze do hranic TO a komunikujeme i turistické cíle a subjekty vně destinace. Ve většině sekcí na webových stránkách www.ckrumlov.info se tak nachází položka „v okolí", která upozorňuje na turistické atraktivity, služby či akce mimo město Český Krumlov.

(1.2.1) DMO realizuje každoročně minimálně jedno setkání s obcemi regionu, v roce 2022 proběhlo v červnu v rámci Sněmu starostů ORP v Českém Krumlově. Další platformou pro vzájemné setkávání DMO s partnery z města i partnery z okolí ČK jsou odborná školení organizovaná pro partnery DMO.

(1.2.2) Předmětem produktu/sekce webových stránek Výlety do okolí (23 výletů) je 35 atraktivit/obcí mimo město Český Krumlov (částečně i z jiných TO), rovněž produkt Kalendář akcí obsahuje nabídku kulturních a dalších volnočasových akcí konaných v TO mimo Český Krumlov.

Cíle 2023

(1.2.1) Setkání s partnery mimo město – podpora aktivit mimo centrum oblasti: realizace **setkání s obcemi TO min. 1x ročně**; **setkání s partnery z řad atraktivit, kulturních institucí, provozovateli služeb v TO min. 1x ročně.**

(1.2.2) Produkty se zapojením území mimo město ČK – podpora nabídky z regionu: **nadále zapojení nabídky do stávajících produktů** viz níže opatření 4.1.4. **Tvorba jednoho nového produktu** se zapojením nabídky mimo ČK.

Termín: navazování spolupráce celoročně
Odpovědná osoba: Zdeňka Chaloupková
Fin. zdroje: dotace města na mzdové náklady a provoz

2 Rozvoj DMO Český Krumlov Region

2.1 Pokračování profesionalizace DMO

Opatření č.	Název opatření	Popis opatření	Termín	KPI	Cílová hodnota	2022
2.1.1	Jasné vymezení kompetencí a personálních potřeb	Úprava stanov spolku se zaměřením na kompetence a region	2022	Upravené stanovy a navazující vnitřní dokumenty	1	částečně
2.1.2	Stabilizace personálního složení DMO	Cílem je vytvoření stabilního týmu – viz níže	2022-2024	Počet úvazků	5	2,5
2.1.3	Finanční stabilizace DMO	Nastavení pravidelného financování s možností plánovat aktivity na min. 2 roky	2022-2023	Vytvořený a schválený finanční plán na roky 2022-2024	1	0

(2.1.1) V roce 2022 proběhla revize stanov, byla zanesena pozice ředitele a kanceláře DMO, zahrnuta vedlejší činnost (vykonávání hospodářské či jiné výdělečné činnosti). Změna stanov s sebou přinesla potřebu úpravy některých stávajících a tvorbu nových vnitřních dokumentů, k čemuž však dosud nedošlo (pozice ředitele/ky DMO, v jehož/jejíž kompetenci toto je, není od 1. 6. 2022 obsazena).

(2.1.2) Koncepce definuje pět pracovní pozic (pět plných úvazků). K 31. 10. je obsazeno 2,5 úvazku (1,5 úvazku marketing/projektový manažer, 1,0 produktový manažer JCCR – rozpočet JCCR).

(2.1.3) DMO je z cca 93 % financováno z dotací a grantů (cca 3/4 tvoří dotace města Český Krumlov, 1/4 externí grantové programy a příspěvky) a 7 % tvoří členské příspěvky zakládajících členů + vlastní obchodní činnost (pronájem výlepových ploch).

Zdroj příjmů	2020	2021	2022
Dotace města ČK	2 590 169 Kč*	3 370 000 Kč	3 370 000 Kč
Grant Jčk na provoz DMO[6]	260 870 Kč	245 528 Kč	479 526 Kč
Grant MMR – online kampaň podzim/zima 2022[7]	--	--	320 741 Kč
Eventové partnerství CzechTourism**	--	482 639 Kč	350 000 Kč
Podpora marketingu (advent) JCCR**	--	20 000 Kč	10 000 Kč
Pronájem výlepových ploch**	40 000 Kč	40 000 Kč	40 000 Kč
Členské příspěvky	300 000 Kč	300 000 Kč	300 000 Kč
Celkem	**3 191 039 Kč**	**4 507 754 Kč**	**4 919 954 Kč**

**Dotace města činila 3 370 00 Kč, avšak 779 831 Kč nebylo vyčerpáno a 2021 do rozpočtu města vráceno. / **Zdanitelné příjmy*

[6] Grant hradí náklady grantového projektu ze 70 %, spolupodíl DMO 30 %.
[7] Grant hradí náklady grantového projektu z 50 %, spolupodíl DMO 50 %.

Cíle 2023

(2.1.1.) Jasné vymezení kompetencí a personálních potřeb: v návaznosti na úpravu stanov **upravit související vnitřní dokumenty spolku.**

(2.1.2.) Stabilizace personálního složení DMO: **vydefinování a obsazení pozice ředitele/ky, vydefinování kompetencí a pracovních náplní v rámci 3,5 úvazku** (1,0 ředitel/ka, 1,0 produktový manažer JCCR, 2x0,75 marketing/projekty) **a zakotvení ve vnitřních dokumentech spolku.**

(2.1.3) Finanční stabilizace DMO: **navýšení finančních zdrojů z členství a partnerství** (týká se rovněž opatření 2.2.1 a 2.2.2) uzavřených s obcemi a privátními subjekty **– min. 5 obcí a 10 privátních subjektů.**

+ Zahájení a vedení diskuse s kompetentními orgány – prioritně město Český Krumlov, JCCR a CzechTourism – na téma stabilizace financování organizací destinačního managementu, viz např. Operační cíl II.2 Koncepce Rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021 – 2030[8].

+ Zástupce DMO (ředitel/člen výboru) bude dále účasten v pracovní skupině k tvorbě Zákona o cestovním ruchu, jehož součástí by měla být i oblast nastavení systému financování organizací destinačního managementu.

Termín: celoročně
Odpovědná osoba: ředitel/-ka DMO (po obsazení pozice), výbor DMO
Fin. zdroje: dotace města na mzdové náklady a provoz

[8] „Z důvodu potřeby efektivního rozpočtování a plánování marketingových aktivit v organizacích destinačního managementu v Jihočeském kraji je nutné stanovit pro čerpání dotací na provoz a marketing optimálně tříleté období. Každý rok by mohlo proběhnout vyúčtování části dotace nebo jakási průběžná administrativní kontrola čerpání. DMO musí být předem známa výše finanční dotace na provoz a činnost v delším časovém horizontu, ideálně tzv. tříletý finanční kredit, aby nedocházelo k nahodilým rozhodnutím bez řádného marketingového plánování.“ Koncepce Rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021 – 2030, str. 39

2.2 Rozšiřování počtu spolupracujících subjektů

Opatření č.	Název opatření	Popis opatření	Termín	KPI	Cílová hodnota	2022
2.2.1	Partnerství s podnikatel-skou sférou	Cílem je vytvoření stabilního systému zapojení podnikatel-ského sektoru do činností DMO	2024	Počet podnikatel-ských subjektů přímo zapojených do činností DMO	200	>200
				z toho mimo město ČK	50	35
2.2.2	Partnerství s veřejnou a neziskovou sférou	Cílem je zapojení veřejných a neziskových organizací do činností DMO, např. ve formě kulturní nabídky, nabídky služeb, infrastruktury apod.	2024	Počet subjektů veřejné a neziskové sféry zapojených do činností DMO	40	>40
				Z toho mimo území ČK	20	>20

(2.2.1) Za účelem prezentace subjektů v cestovním ruchu byla vytvořena společná databáze provozoven, atraktivit, akcí a služeb databaze.ckrumlov.info, kam mohou provozovatelé ubytovacích a gastro služeb vkládat informace a prezentace spravovat. Část obsahu (akce, zážitky, atraktivity, výlety) vkládá a spravuje DMO. Počet zapojených podnikatelských subjektů, institucí a atraktivit již nyní přesahuje cílovou hodnotu 200. Z toho mimo město Český Krumlov je zapojeno cca 35 subjektů.

(2.2.2) DMO ČKR spolupracuje s více než 40 subjekty veřejné a neziskové sféry, v sekci Výlety do okolí na webu www.ckrumlov.info je prezentováno 35 atraktivit a turistických cílů v obcích mimo město Český Krumlov (a to jak v rámci TO, tak i mimo ni), smlouva o partnerství je uzavřena s 15 obcemi.

Cíl 2023

(2.2.1) Partnerství s podnikatelskými subjekty mimo město ČK: splněn cíl celkově spolupracujících subjektů, i nadále chceme jejich počet zvyšovat. Cílem 2023 je však zejména **navýšení počtu spolupracujících privátních subjektů z oblasti mimo město Český Krumlov o min. 10.**

Termín: navazování spolupráce celoročně
Odpovědná osoba: Zdeňka Chaloupková
Fin. zdroje: dotace města na mzdové náklady a provoz

2.3 Podpora inovací

Opatření č.	Název opatření	Popis opatření	Termín	KPI	Cílová hodnota	2022
2.3.1	Inovace v řízení CR	DMO je leaderem oblastního DM v rámci zavádění inovací v CR	2024	Počet nově zavedených metod/ postupů/ technologií v rámci ČR	3	částečně
2.3.2	Inovace v marketingu CR	DMO využívá inovativního způsobu marketigu	2024	Počet nově zavedených marketingových nástrojů v rámci ČR	2	0

(2.3.1) Viz kapitola 3.1 Systém sběru a vyhodnocování dat. Zástupce DMO je členem pracovní skupiny agentury CzechTourism Karta hosta a eTurista, které mají na jednom místě soustředit nabídku a prodej zážitků v destinacích. Cílem projektu eTurista je snížení administrativní zátěže podnikatelů v CR, získávání dat o turistech v reálním čase a usnadnění výběru místních poplatků.

Cíle 2023

(2.3.1) Inovace v řízení CR: **nastavení Systému sběru a vyhodnocování dat** (odvislé od dostupných finančních prostředků – v plánu využití některého z vypsaných grantových programů a využití finančních zdrojů partnerů JCCR, CzT). Plánované spuštění do 31. 5. 2023. Více viz níže kapitola 3.1.

Nadále **účast v pracovní skupině Karta hosta a eTurista**. V případě zájmu o zavedení projektu Karty hosta na území TO Český Krumlov Region je podmínkou obsazení pozice projektového manažera a získání finančních prostředků nad rámec běžného rozpočtu DMO (využití grantových programů apod.). Finanční náročnost odhadovaná v řádech milionů.

Termín: do 31. 5. 2023 zavedení systému sběru a vyhodnocování dat pro ČKR
Odpovědná osoba: Jitka Boháčová, po obsazení pozice ředitel/-ka DMO v úzké součinnosti s manažerem projektu J. Poláškem
Fin. zdroje: grantové programy, JCCR, CzechTourism, město Český Krumlov

3 SYSTEMATICKÝ SBĚR A VYHODNOCOVÁNÍ DAT

3.1 Sběr a analýza dat z území

Opatření č.	Název opatření	Popis opatření	Termín	KPI	Cílová hodnota	2022
3.1.1	Sběr dat z kamerového systému a parkovacích systémů	Systematický sběr a analýza stávajících dat	2022-2024	Vytvoření systému sběru dat na denní bázi a jejich průběžné vyhodnocení	1	**splněno**
3.1.2	Sběr dat od ubytovatelů	Zapojení do projektu e-turista	2024	ČKR součástí e-turisty	1	**0**
3.1.3	Sběr dat od turistických cílů	Pravidelný sběr dat od atraktivit a jejich analýza	2022-2024	Kvartální sběr dat od hlavních turistických cílů v regionu	12	**0** (sběr roční)
3.1.4	Sběr dat od návštěvníků	Průzkum spokojenosti návštěvníků	2022-2024	Roční průzkum spokojenosti návštěvníků destinace	3	**1**
3.1.5	Sběr dat od rezidentů	Průzkum vnímání cestovního ruchu od rezidentů (míra iritace)	2022-2024	Roční průzkum spokojenosti rezidentů destinace	3	**0**
3.1.6	Spolupráce s pořadateli akcí na sběru a vyhodnocení návštěvnosti	Pořízení techniky na sběr dat pro pořádané akce + spolupráce s pořadateli na vyhodnocení složení a spokokojenosti návštěvníků	2023-2024	Pořízené technického vybavení pro monitoring návštěvníků	1	**0**
				Počet akcí s detailním vyhodnocením akcí	10	**0**

3.2 Spolupráce na sběru a vyhodnocování dat

Opatření č.	Název opatření	Popis opatření	Termín	KPI	Cílová hodnota	
3.2.1	Spolupráce na sběru dat a vyhodnocení na krajské úrovni	Zajištění kompatibilních dat a jejich porovnání s okolními destinacemi (vazba na rozpočet JCCR)	2022-2024	Kvartální pořízení a analýza dat pro porovnání destinací	12	**0**
3.2.2	Spolupráce na sběru a vyhodnocení dat na národní úrovni	Pořízení dat o návštěvnících – mobilní data operátorů, Mastercard, Google (vazba na rozpočet CzT), TaxFree data	2022-2024	Společné pořízení a vyhodnocení celostátních dat v rozpadu na úroveň oblastí s roční periodicitou	6	**0**

(3.2.1–3.2.2) V roce 2022 byl zahájen projekt zavedení jednotného systému sběru a vyhodnocování dat pro oblast Český Krumlov Region = Tourism Data Monitoring & Management (TDMM). Systém je vyvíjen v oblasti Český Krumlov Region jako pilotní projekt pro jižní Čechy, potažmo Českou republiku s ohledem

na aktuální dostupnost primárních dat a jejich následné využití pro řízení cestovního ruchu. S ohledem na spolupráci při sběru dat a vyhodnocení na krajské a národní úrovni jsou participujícími subjekty na projektu Jihočeská centrála cestovního ruchu a agentura. Systém je vyvíjen tak, aby byl přenositelný i do dalších destinací v České republice. V roce 2022 budou realizována dvě výběrová řízení: na architekturu a technickou dokumentaci. Finanční náklady spojené s výše uvedenými výstupy hrazeny ze strany JCCR a CzT (na základě Smlouvy o partnerství – připravena k podpisu v listopadu 2022). Manažerem projektu je Jaromír Polášek.

V roce 2022 byl realizován ve spolupráci se Západočeskou univerzitou průzkum profilování a spokojenosti návštěvníků TO Český Krumlov Region formou osobního dotazování. Osloveno bylo celkem 500 respondentů (tuzemští i zahraniční návštěvníci) na 3 místech v regionu (ČK, Zlatá Koruna, Kleť) v období červenec – září 2022 s cílem získání informace o současném návštěvníkovi (demografické údaje, způsoby chování, zájmy, spokojenost s nabídkou a službami, zdroje informací apod.). Do 30. 11. 2022 zpracuje společnost DataSeek s.r.o. závěrečnou zprávu a poskytne DMO otevřená data s možností implementace do Systému sběru a vyhodnocování dat.

Cíle 2023

(3.1.1–3.2.2) Systém sběru a vyhodnocování dat: **fyzické naprogramování a následné zasídlení systému do integrované datové platformy města** (odvislé od dostupných finančních prostředků – v plánu využití některého z vypsaných grantových programů a finanční participace partnerů JCCR, CzT).

(3.1.1.–3.1.6) **Vstupy projektu Tourism Data Monitoring & Management** sbírané automaticky či „manuálně“ pracovníky DMO/IC**.** Výstupy projektu: reporting v čase (dle daného vstupu denní, týdenní, měsíční, čtvrtletní, roční), filtrace, komparace dat (ověřování validity), systémy predikce.

V návaznosti na výše zmíněný 2022 provedený průzkum o současných návštěvnících TO bude následovat definování cílového návštěvníka TO Český Krumlov Region ve střednědobém horizontu.

Termín: do 31. 5. 2023 zavedení systému sběru a vyhodnocování dat pro ČKR
Odpovědná osoba: Jitka Boháčová, po obsazení pozice ředitel/-ka DMO v úzké součinnosti s manažerem projektu J. Poláškem
Fin. zdroje: grantové programy, JCCR, CzechTourism, město Český Krumlov

4 PODPORA POPTÁVKY PO DESTINACI

4.1 Podpora celoroční poptávky

Opatření č.	Název opatření	Popis opatření	Termín	KPI	Cílová hodnota	2022
4.1.1	Budování značky ČKR jako destinace	Destinačním marketingem změnit vnímání ČKR jako destinace pro delší pobyt	2023-2024	Počet brandových kampaní ČKR	3	1
4.1.2	Přesun k online distribuci	Postupně změnit předávání informací zákazníkům formou online kampaní	2024	Podíl výdajů na online marketing/ celkový rozpočet na marketing	75 %	splněno
4.1.3	Zvýšení využití influencer marketingu	Zvýšení využití influencerů pro zvýšení poptávky po destinaci	2022-2023	Počet kampaní ve spolupráci s influencery	10	3
4.1.4	Sezónní témata	Vytvoření produktového portfolia na vybudování kvalitní klientely s celoroční nabídkou	2022-2024	Počet promovaných produktů mimo letní sezónu ročně	15	splněno

(4.1.1) Marketingový název destinace je Český Krumlov Region. Vizuální styl je tvořen minimalistickým textovým logem Český Krumlov Region a založený je zejména na kvalitních fotografiích, jednotné barevnosti (zlatá, bílá, šedá, černá) a jednotném fontu písma.

(4.1.2) Prioritními online marketingovými nástroji jsou turistický webový portál www.ckrumlov.info (spuštěn 1. 7. 2021 v CZ, DE, EN verzi), sociální sítě @ceskykrumlovofficial Facebook (CZ verze) a Instagram (CZ/EN verze) a reklamní kampaně v rámci kanálů Facebook, Instagram a PPC kampaně v rámci kanálů Google, Seznam-Sklik, Youtube. V roce 2022 byly vedeny kampaně na český trh a blízké příhraničí (DE, AT, HU, SK, PL). Výdaje na online marketing (externí správa reklamních kampaní, kredity, správa instagramového profilu, rozvoj administrativního rozhraní webu @PlatformaOIS) tvoří k 31. 10. 2022 cca 76 % z celkového rozpočtu na činnost.
V roce 2022 získaly webové stránky destinace Český Krumlov Region ocenění v soutěži Zlatý erb.
V kategorii měst a obcí se umístily na druhé příčce v rámci Ceny místopředsedy vlády pro digitalizaci za nejlepší turistickou prezentaci. Do klání bylo přihlášeno 69 subjektů z celé ČR. Ocenění se předávala 16. května 2022 na celostátní konferenci ISSS v Hradci Králové.

Partnerské nástroje: Na webu www.jiznicechy.cz spravuje DMO informace v sekci turistické oblasti Český Krumlov Region a plní za TO informace do kalendáře akcí, aktualit, atraktivit a výletů. Na Facebooku Jižní Čechy (@jiznicechy) publikuje DMO příspěvky týkající se destinace Český Krumlov Region (2x týdně). Instagram Jižní Čechy (@jiznicechy) a Visit South Bohemia (@visitsouthbohemia) a Facebook stránky Südböhmen (@sudbohmen) a Visit South Bohemia (@southbohemiaregion) spravuje pro JCCR externí agentura, které DMO dodává obsah za svou TO.
Dále DMO využívá partnerských komunikačních kanálů agentury CzechTourism, dodává obsah a částečně spravuje některé sekce týkající se TO na webu www.kudyznudy.cz. DMO dodává obsah, aktuálních novinky z destinace pro newslettery CzechTourism a pro marketingové nástroje zahraničních zastoupení především na blízkých trzích (Berlín, Vídeň, Bratislava).

Přehled sledovanosti vlastních online marketingových nástrojů 2020–2022 a výdaje na kampaně

Online nástroje	2020*	2021	2022**
Web ckrumlov.info			
Uživatelé	55 954	258 tis	295 tis
Zobrazené stránky	151 tis	998 tis	1,2 mil
Facebook @ceskykrumlovofficial			
Počet fanoušků	9 416	12 568	14 430
Dosah (unikátní účty) ***	1,3 mil	3,43 mil	4,33 mil
Zobrazení ***	1,65 mil	4,31 mil	5 mil
Instagram @ceskykrumlovofficial			
Počet sledujících	1 902	3 917	5 754
Dosah (unikátní účty) ***	371 tis	824 tis	848 tis
Zobrazení ***	598 tis	1,3 mil	1,39 mil
PPC kampaně (Sklik, Google)			
Zobrazení	4,9 mil	2,1 mil	6,5 mil

** kampaňový web krumlov2020.cz spuštěn v polovině roku 2020, sociální sítě převzaty do správy v červnu 2020 (FB cca 3600 fanoušků, IG 390 sledujících)*
*** k 30. 10. 2022*
**** Údaje ze sociálních sítí zahrnují i čísla z placených kampaní.*

Výdaje na placené kampaně	2020	2021	2022*
Sociální sítě	76 546 Kč	144 730 Kč	144 420 Kč
PPC kampaně (Sklik, Google)	80 438 Kč**	102 461 Kč**	248 157 Kč**

** k 30. 10. 2022*
*** 2020: období srpen – říjen + prosinec (pouze Sklik) / 2021: období září – listopad / 2022: období duben – říjen*

(4.1.3) DMO celoročně reaguje na četné poptávky influencerů a JCCR/CzT – připravuje pro influencery program, dává tipy, oproti tomu dochází k označování ČKR na profilech a získání obsahu (foto, video, texty). V roce 2022 realizováno na dvě desítky pobytů ze zemí Rakousko, Polsko, UK, Kanada, USA aj.

(4.1.4) Sezónní témata: Na základě navrženého produktového portfolia v Koncepci cestovního ruchu ČKR (viz níže kapitola 5) byly v letech 2021–2022 zpracovány produktové řady/komunikační témata (s pravidelnou aktualizací): kultura, umění, historie (TOP 10 památek, TOP 10 zážitků, zážitkové programy aj.) | do Krumlova a okolí s dětmi | Romantický pobyt | Aktivní dovolená a sport. V roce 2022 byla navíc promována TOP témata roku Sbírka ilustrací pro děti v Klášterech, Rok šlechtických slavností, TOP akce 2022 - 2023 (14 akcí v období mimo letní turistickou sezónu) a speciální tematické gastro nabídky jako Masopust na Českokrumlovsku, Velikonoce na talíři, Svatováclavské menu a Podzimní speciality atd. Důraz je kladen na celoroční nabídku města i jeho okolí a vzájemnou provázanost služeb viz Inspirace.

(obecně) DMO tvoří vlastní foto a video obsah. Fotoarchiv DMO čítá stovky fotografií dle produktových linií/témat, z aktuálních akcí, lokálních atraktivit a služeb cestovního ruchu. Byla zpracována videa, prezentována na YouTube kanálu Český Krumlov Tourism a desítky videí formátu reels pro sociální sítě.

DMO o nabídce a tématech destinace komunikuje se zástupci médií, vydává tiskové zprávy. Pro média byla vytvořena sekce na webu s aktuálními tiskovými zprávami, PR články, fotobankou. Inzerce v tištěných médiích byla omezena na minimum v řádu tisíců korun nebo jsou využívány PR články zdarma.

Cíle 2023

(4.1.1) Budování značky destinace Český Krumlov Region: **nadále promovat ČKR jako „Region s centrem v Českém Krumlově s bohatým kulturním programem a historickým dědictvím, ze kterého se vyráží pro zážitky do širokého okolí“.**

(4.1.2) Nadále důraz na online nástroje: **prioritními komunikačními kanály budou návštěvnický web, sociální sítě @ceskykrumlovofficial, reklamní kampaně na sociálních sítích a PPC kampaně** s alokací rozpočtu na externí správu reklamních kampaní, kredity, správu Instagramu, rozvoj administrativního rozhraní webu @PlatformaOIS.

Dílčí cíle: Nadále distribuce **kvalitního obsahu** na našich online nástrojích jako základ pro udržení až mírný **nárůst jejich dosahů**. Web – nárůst počtu uživatelů a zobrazených stránek (o 10 %), sociální sítě – nárůst dosahů (o 15 %), PPC kampaně – prioritně období 2. a 4. Q se zaměřením na cílové trhy ČR a blízké příhraničí, a to v závislost na disponibilních finančních prostředcích (priorita 1: DE, AT priorita 2: CZ, SK, HU, priorita 3: PL ve spolupráci s JCCR, která plánuje kampaně na polský trh)

(4.1.3) Influencer marketing: **spolupráce v rámci tripů** agentury CzechTourism a JCCR. **Realizace jednoho Influencer/instagramer meetu** nebo jednotlivých pobytů, zastoupení CZ, DE, AT, HU, PL, SK.

(4.1.4) Sezónní témata: **další rozšiřování nabídky a služeb v rámci produktového portfolia** + TOP témata a akce 2023 (14 akcí mimo letní sezónu), zpracování sekce „Go local“ (lokální produkty) a MICE

Pokračování v tvorbě obsahu a **spolupráci s médii** (viz výše).

Termín: celoročně
Odpovědná osoba: Jitka Boháčová (rozvoj webu, PPC kampaně), Ludmila Claussová (obsah webu, sociální sítě – správa a reklamní kampaně)
Fin. zdroje: dotace města na mzdové náklady, provoz a činnost, grantové programy

4.2 Změna vnímání destinace

Opatření č.	Název opatření	Popis opatření	Termín	KPI	Cílová hodnota	2022
4.2.1	Zvýšení podílu delších pobytů	Změna od „one-day trip“ k “minimálně prodloužený víkend“ v mimosezóně	2024	Průměrná doba pobytu v mimosezóně	3,0	
		Změna od prodlouženého víkendu k týdenním pobytům v hlavní sezóně (Velikonoce, jarní a letní prázdniny)	2024	Průměrná doba pobytu v hlavní sezóně	3,5	**2 noci/3 dny**
4.2.2	Změna od vnímání destinace jako města k ČKR	Rozšíření vnímání ČKR jako celé destinace a vstupního bodu do regionu – např.: „Přijeďte si do ČKR zalyžovat“	2022-2024	Minimální podíl kampaní zaměřen na území širší destinace ČKR	50 %	**25 %**
4.2.3	Využití akce pro prodloužení pobytu	Marketingová podpora akcí prodlužující pobyt mimo hlavní turistikou sezónu	2022-2024	Počet akcí mimo sezónu marketingově podpořených/ rok	10	**8**

(4.2.1–4.2.3) Dle statistik ČSÚ z hromadných ubytovacích zařízení došlo k prodloužení z 1,4 noci (v roce 2019) na 2 noci/3 dny (v roce 2021 – rok ovlivněný koronavirovými opatřeními). ČKR je promován jako destinace „Český Krumlov a okolí“ ve všech tištěných i online výstupech, využíván brand Český Krumlov Region. Promována jsou sezónní témata viz výše opatření 4.1.4 s navýšením rozpočtu na online propagaci v období 2.Q a 4.Q.

Cíle 2023

(4.2.1) Zvýšení podílu delších pobytů: pro produktové řady budou zpracovány **itineráře 3 – 5 dní (mimosezóna) / 7 dní (letní sezóna)**

(4.2.2) Změna od vnímání destinace jen jako města k destinaci jako region: **nadále promovat ČKR jako „Region s centrem v Českém Krumlově s bohatým kulturním programem a historickým dědictvím, ze kterého se vyráží pro zážitky do širokého okolí“.**

(4.2.3) Využití akcí pro prodloužení pobytu: v rámci prezentace TOP akcí je **14 akcí promováno v období mimo letní turistickou sezónu**. Další stovky akcí jsou promovány **průběžně v kalendáři akcí i na sociálních sítích** (viz opatření 5.2). DMO bude nadále propagovat sezónní témata viz výše opatření 4.1.4 s největší alokací rozpočtu na propagaci do období 2.Q a 4.Q.

Termín: celoročně
Odpovědná osoba: Jitka Boháčová (tiskoviny), Ludmila Claussová (online, obsah)
Fin. zdroje: dotace města na mzdové náklady, provoz a činnost, grantové programy

5 ROZVOJ KVALITNÍ NABÍDKY DESTINACE

5.1 Celoroční nabídka

Opatření č.	Název opatření	Popis opatření	Termín	KPI	Cílová hodnota	2022
5.1.1	Portfolio produktů s nabídkou na celý rok	Základní produktové portfolio destinace pro celou dobu Koncepce je uvedeno níže	2022-2024	Produktové portfolio destinace	1	splněno
5.1.2	Nabídka produktů i mimo destinaci	Produktové portfolio je promováno ve vazbě na okolní destinace i s ohledem na krajskou a národní úroveň	2022-2024	Počet produktů CR z okolních destinací zapojených do portfolia	5	0

(5.1.1–5.1.2) Na základě Koncepce DMO Český Krumlov Region bylo zpracováno produktové portfolio viz tabulka níže.

Název linie	Příklad produktu	Zapojení širšího území	Primární trhy	Poznámky, náměty
Kultura, umění, historie	UNESCO	ne	zahraničí	USNESCO v kontextu dalších kulturních institucí
	TOP akce regionu	ano	vše	Kalendář + "když přijedete, zažijte i další věci"
	Rok šlechtických slavností	ne	vše	Spolupráce s NPÚ
	Umění pro děti - kláštery	ne	vše	Propojení kláštery - zámek, muzeum
	Romantický ČKR	ano	vše	Svatby, pobyty pro páry, návaznost na Zlatou korunu, večerní Vltavu, apod.
Rodinná dovolená	ČKR pro malé	ano	ČR, SK	Interaktivita, kreativita, odkaz na natočené filmy a pohádky
	Učíme se v ČKR	ano	ČR, SK	Výlety po okolí, Vltava, adrenalin, kultura
Aktivní dovolená	5 dní v pohybu v ČKR	ano	vše	E-bike, Vltava, hiking, Kleť, návaznost na Lipno
	Gastronomie v ČKR	ano	vše	Návaznost na Pivovar, zapojení partnerů z gastronomie
MICE	Firemní akce v ČKR	ne	vše	Využití prostor v průběhu týdne, itineráře pro firmy a vzdělávací instituce

Cíle 2023

(5.1.1) Portfolio produktů s nabídkou na celý rok: **další rozšiřování nabídky a služeb v rámci produktového portfolia** + TOP témata a akce 2023 (14 akcí mimo letní sezónu), zpracování sekce „Go local“ (lokální produkty) a MICE (viz také výše opatření a cíle 4.1.4)

(5.1.2) Produkty s vazbou na jiné TO: **nadále zapojení nabídky do stávajících produktů** (např. Výlety do okolí). **Tvorba jednoho nového produktu** se zapojením nabídky mimo TO.

Termín: celoročně
Odpovědná osoba: Zdeňka Chaloupková
Fin. zdroje: dotace města na mzdové náklady, provoz a činnost, grantové programy

5.2 Kalendář akcí

Opatření č.	Název opatření	Popis opatření	Termín	KPI	Cílová hodnota	2022
5.2.1	Vytvoření jednotného kalendáře akcí v celém regionu	Cílem je vytvoření jednotného kalendáře akcí s cílem koordinace a zároveň jako podklad pro stanovení cen ubytování	2022	Kalendář akcí celého regionu	1	**splněno**
5.2.2	Pravidelná aktualizace kalendáře akcí	Měsíční update kalendáře	2022-2024	Počet aktualizací kalendáře akcí	36	**splněno**

(5.2.1 – 5.2.2) DMO spravuje Kalendář akcí v rámci turistického webu. Akce jsou administrovány v jednotné databázi akcí, odkud jsou dále prezentovány na webu města Český Krumlov a na webu sportu města Český Krumlov. Aktualizace probíhá na denní bázi.
DMO každý týden (čtvrtek) posílá B2C newsletter s přehledem akcí na následujících 10 dní na 800 emailových adres (ubytovací zařízení, soukromé osoby, instituce, média) a ve stejném intervalu zpracovává „Kulturní okénko" s přehledem akcí na Facebooku (příspěvek + stories).
DMO dále vydává tištěný přehled akcí (leták A5, plakát A1) každé dva měsíce od května do prosince (vždy ČJ, AJ).
DMO spravuje vlastní výlepové plochy v centru města (46 ploch na 5 místech), které jsou využívány výhradně pro prezentaci kulturní nabídky/programu města a regionu Český Krumlov (akce, instituce).
DMO připravuje vlastní plakáty pro prezentaci společné destinační nabídky, sezónních témat a programu akcí.
DMO je spolupořadatelem městských akcí: Velikonoce, Kouzelný Krumlov, Slavnosti pětilisté růže, Svatováclavské slavnosti, Advent & Vánoce. Realizuje kompletní marketingový servis (grafika a produkce letáků a plakátů, inzerce, program akcí na webu, spravování FB událostí, pronájem výlepových ploch aj.).
DMO dále aktualizuje kalendář akcí pro svou TO na webu www.jiznicechy.cz a na webu www.kudyznudy.cz.

Cíle 2023

(5.2.1– 5.2.2) Jednotný kalendář akcí pro TO a jeho aktualizace: **inovace administrativního rozhraní kalendáře akcí**. Komplexní kalendář akcí bude poté prezentován na webu města Český Krumlov www.ckrumlov.cz. Akce, které nejsou výhradně určeny pro občany města, budou prezentovány na turistickém portálu www.ckrumlov.info.

Inovace B2C newsletteru – nová grafika, nová struktura (pro ubytovací zařízení zasíláno rovněž v AJ).

Pokračování prezentace formou **tištěných přehledů akcí.**

Pokračování **propagace městských akcí.**

Termín: celoročně, inovace newsletteru 1.Q 2023
Odpovědná osoba: Jitka Boháčová
Fin. zdroje: dotace města na mzdové náklady, provoz a činnost

5.3 Kvalita služeb

Opatření č.	Název opatření	Popis opatření	Termín	KPI	Cílová hodnota	2022
5.3.1	Monitoring kvality služeb – ve vazbě na získávání dat	Získávání dat o hodnocení kvality subjektů cestovního ruchu v regionu (Facebook places, Google places, Tripadvisor, atd.)	2023-2024	Podíl sledovaných subjektů v regionu	75 %	**0**
5.3.2	Jazyková vybavenost	Podpora jazykové vybavenosti ve spolupráci s poskytovateli služeb	2023-2024	Podíl subjektů v regionu se službami dostupnými v NJ/AJ	75 %	**splněno**
5.3.3	Vzdělávání pracovníků CR	Ve spolupráci se vzdělávacími organizacemi připravit a realizovat vzdělávací projekt CŽV v oblasti cestovního ruchu	2023-2024	Počet pracovníků se zvýšenou kvalifikací	400	**70**

(5.3.1) V roce 2022 byl proveden průzkum profilování a spokojenosti návštěvníků TO Český Krumlov Region formou osobního dotazování (realizováno ve spolupráci se Západočeskou univerzitou) – více informací viz 3.2.1–3.2.2. DMO v současné době nezjišťuje data o hodnocení kvality subjektů z externích zdrojů.

(5.3.2) S ohledem na dlouholetou převahu zahraničního návštěvníka nad tuzemským do roku 2019 je jazyková vybavenost subjektů města Český Krumlov dlouhodobě na vysoké úrovni. Většina provozoven má své webové stránky, jídelní lístky v gastro zařízeních apod. v cizích jazycích (DE, EN). V Českém Krumlově působí Sdružení průvodců Český Krumlov, sdružující přes dvě desítky průvodců, které zajišťují prohlídky města a okolí v několika cizích jazycích. DMO má uzavřeno se Sdružením Memorandum o spolupráci od roku 2021.

(5.3.3) V roce 2022 DMO zorganizovalo 4 workshopy a semináře pro privátní subjekty: 26. 4. 2022 – Prezentace DMO ČKR + Prezentace Sociální sítě (napříč spektrem), 24. 5. 2022 – Manuál sociální sítě prakticky (napříč spektrem), 10. 10. 2022 – Jak nadchnout návštěvníky? aneb Trendy a výzvy v interpretaci místního dědictví (instituce, organizátoři akcí), 18. 10. 2022 – networkingové setkání DMO, Infocentra Český Krumlov a recepčních/front desk hotelů a penzionů (ubytovací zařízení).
Ve spolupráci se Sdružením průvodců ČK organizovalo DMO 2 přednášky pro členy Sdružení a širokou veřejnost: 10. 3. 2022 „Příběh schwarzenberské gardy a její obnova ve 21. století“, 16. 3. 2022 Alchymisté v Českém Krumlově.
Všech školení se účastnilo cca 70 osob – zástupců soukromých subjektů, kulturních institucí, atraktivit, veřejných institucí.

Pravidelně probíhá i vzdělávání pracovníků DMO a jejich účast na seminářích (např. nastavení a využívání Google Analytics | Rozpravy o influencer marketingu v ČR | JCI Inspirátor: Udržitelné gastro | Děláme cestovní ruch na základě domněnek? | konference Travelcon | workshopy zahraničních zastoupení CzT o možnostech prezentace na blízkých trzích / Akademie destinačního managmentu 2022/2023 aj.

Cíle 2023

5.3.1 Monitoring kvality služeb: v rámci Systému sběru a vyhodnocování dat **implementovat automatické napojení výše uvedených kanálů**.

5.3.3 Vzdělávání pracovníků CR: **pokračovat v organizaci seminářů pro privátní sféru i kulturní instituce (subjekty CR) – min. 3 semináře.**

Pokračovat v účasti pracovníků DMO na odborných seminářích a workshopech.

Termín: celoročně
Odpovědná osoba: Jitka Boháčová
Fin. zdroje: dotace města na mzdové náklady, provoz a činnost

V. RÁMCOVÝ ROZPOČET / FINANCOVÁNÍ

Předpokládané příjmy*

Dotace z rozpočtu města Český Krumlov	3 370 000 Kč
Grantové schéma JčK v rámci dotačního programu Podpora cestovního ruchu (Podpora činnosti a provozu destinačních managementů) – v maximální možné výši 750 000 Kč; předpoklad výše grantu 500 000 Kč odvozen od celkové předpokládané alokace na grantový program určený pro 9 turistických oblastí	500 000 Kč
Podpora destinačních společností ze strany CzechTourism	50 000 Kč
Členské příspěvky a vlastní obchodní činnost DMO	400 000 Kč
Příjmy celkem	**4 320 000 Kč**

** Další zdroje příjmů (grantové programy) budou aktualizovány v průběhu roku 2023 dle vypsaných dotačních programů vhodných pro činnost DMO. Získané finanční prostředky budou využity na navýšení zdrojů pro činnost.*

Předpokládané náklady

Mzdové náklady*	1 800 000 Kč
Provozní náklady	450 000 Kč
Činnost – marketing/management (vč. propagace městských akcí)	2 070 000 Kč
Online marketing + tvorba obsahu celkem	**1 440 000 Kč / 70 %**
Webové stránky (správa, programování, rozvoj)	100 000 Kč
Sociální sítě (správa)	180 000 Kč
PPC kampaně (správa)	260 000 Kč
Kredity do reklamních systémů (sociální sítě, PPC)	500 000 Kč
Influencer/press tripy, PR/komunikace, inzerce	150 000 Kč
Obsah (foto, video, překlady)	250 000 Kč
Offline marketing + management	**630 000 Kč / 30 %**
Tiskoviny (grafické zpracování, tisk)	150 000 Kč
Propagace městských akcí (grafické zpracování, tisk, pronájmy výlepových ploch)	250 000 Kč**
Sběr statistických dat a analýzy (management projektu)	150 000 Kč
Semináře, workshopy, vzdělávání	80 000 Kč
Náklady celkem	**4 320 000 Kč**

** 2,5 úvazku včetně obsazení pozice ředitele DMO (mzdové náklady produktového manažera nejsou zahrnuty ani na příjmové, ani na výdajové stránce rozpočtu, jsou hrazeny JCCR)*

*** další náklady, spojené s propagací městských akcí, jsou součástí činnosti DMO na online marketing a obsah, celkové předpokládané výdaje na propagaci 450 000 Kč*