

# Projekt „Marketingové aktivity Olomouckého kraje“

Celkové náklady: 23 000 000,- Kč  
dotace ROP: 19 550 000,- Kč  
spolufinancování OK: 3 450 000,- Kč

Realizaci je zajištěna 2 zakázkami

1. tiskoviny
2. kampaně a tuzemské veletrhy

Olomoucký kraj přímo zajistí prezentaci na zahraničních veletrzích v rámci expozic CzechTourism.

## 1. Tvorba propagačních tiskovin

### 1.1 Turistický průvodce léto ČJ

Katalog turisticky zajímavých míst v Olomouckém kraji, aktuálních pro letní turistickou sezónu. Katalog bude rozčleněn dle turistických regionů a lokalit. Rovněž budou uvedeny tipy na služby a výlety v okolí atraktivit a tipy na zajímavé akce pro veřejnost.

Jazyková mutace: česká

Pro sezony: 2012, 2013, 2014 (katalog pro sezonu 2011 byl již vydán)

Náklad: 3 x 100 000 ks

### 1.2 Turistický průvodce léto, AJ, NJ, PJ

Katalog bude obsahově a strukturou vycházet z české jazykové verze letního průvodce - výběr obsahu pro jednotlivé cílové trhy bude proveden dle preferencí těchto cílových trhů. Katalog nabídne přehled turisticky nejzajímavějších míst v kraji a tipy na zajímavé akce. Katalog bude rozčleněn dle turistických regionů a lokalit.

Jazyková mutace: anglická, německá, polská

Náklad: AJ 3 x 5 000 ks

NJ 3 x 10 000 ks

PJ 3 x 15 000 ks)

Pro sezony: 2012, 2013, 2014 (katalog pro sezonu 2011 byl již vydán)

### 1.3 Turistický průvodce zima ČJ

Katalog turisticky atraktivních míst využitelných pro turistiku v zimní sezóně. Zejména se jedná o katalog lyžařských a jiných zimních areálů. Katalog bude rozčleněn dle turistických regionů a lokalit. Rovněž budou uvedeny tipy na služby a výlety v okolí atraktivit a tipy na zajímavé akce pro veřejnost.

Jazyková mutace: česká

Náklad: 3 x 35 000 ks

Pro sezony: 2011/2012, 2012/2013, 2013/2014 (katalog pro sezonu 2010/2011 byl již vydán)

### 1.4 Turistický průvodce zima NJ, PJ

Katalog bude obsahově a strukturou vycházet z české jazykové verze zimního průvodce - výběr obsahu pro jednotlivé cílové trhy bude proveden dle preferencí těchto cílových trhů. Katalog bude obsahovat nejdůležitější informace o nabídce turistických služeb a produktů Olomouckého kraje v zimním období. Katalog bude rozčleněn dle turistických regionů a lokalit,

Jazyková mutace: německá, polská

Náklad: NJ 3 x 5 000 ks)

PJ 3 x 10 000 ks)

Pro sezony: 2011/2012, 2012/2013, 2013/2014 (katalog pro sezonu 2010/2011 byl již vydán)

### **1.5 Lázně a wellness**

Informace o lázeňských místech a wellness zařízeních v Olomouckém kraji

Jazyková mutace: česká, anglická, německá, polská

Náklad: 15 000 ks ČJ

3 000 ks AJ

3 000 ks NJ

4 000 ks PJ

Pro období 2012 – 2013 (rok 2011 bude pokryt současným katalogem)

### **1.6 Katalog pro rodiny s dětmi**

Informace o nabídce vhodné pro rodiny s dětmi. Katalog bude členěn dle turistických regionů a bude obsahovat programy pro různé věkové kategorie, např. pro rodiny s kočárky a předškolními dětmi, pro rodiny s mladšími školními dětmi, pro rodiny se staršími školními dětmi.

Jazyková mutace: společná - čeština, angličtina, němčina, polština.

Náklad: 30 000 ks

Pro období léto 2011 - 2013

### **1.7 Katalog ubytování**

Přehled ubytovacích zařízení v Olomouckém kraji s kontakty a informacemi o kapacitě, vybavení a poskytovaných službách. Členění katalogu bude z důvodu přehlednosti následující: dle turistických regionů, následně podle okresů, následně podle druhu ubytování a finálně dle obce.

Jazyková mutace: společná - čeština, angličtina, němčina, polština.

Náklad: 2 x 5 000 ks

Pro období 2011 – 2012, 2013 – 2014

## **2. Kampaně a tuzemské veletrhy**

### **2.1 Roadshow**

Roadshow na podporu letní i zimní turistické sezony bude probíhat po 3 roky (2011, 2012, 2013). Roadshow bude vycházet z tématu zvoleného pro každý rok – aktivní turismus v roce 2011, poznávací turismus 2012 a pohoda a relaxace 2013. Z daného tématu bude vycházet také doprovodný program.

Roadshow se bude konat na území České republiky, na Slovensku a v Polsku. V rámci roadshow budou prezentovány: propagační tiskoviny vydané Olomouckým krajem, propagační materiály obou sdružení cestovního ruchu, turistických lokalit, mikroregionů, měst, obcí a dalších subjektů působících v oblasti cestovního ruchu. Předpokládáme také spolupráci s podnikatele v přípravě speciálních akčních nabídek/balíčků (např. slevy, zvýhodněné ceny apod.), které budou následně prezentovány v rámci roadshow.

### **2.2 On-line kampaň**

2.2.1 Bude zajištěna **bannerová reklama** na webových portálech, která bude odkazovat na portál Olomouckého kraje [www.ok-tourism.cz](http://www.ok-tourism.cz) a nabídky umístěné na něm a rovněž na profily na sociálních sítích.

2.2.2 Prezentace na **sociálních sítích**, která bude zahrnovat vytvoření profilu, jeho udržování a aktualizaci po celou dobu trvání projektu (ve všech vytvořených jazykových mutacích). V každém roce budou také vytvořeny 2 interaktivní aplikace (spoty, animace apod.), související s letní a zimní sezonou, které budou rozšiřovány internetovými sociálními sítěmi. Aplikace

budou atraktivní zejména pro mladší věkové kategorie a ve formátech vhodných pro šíření po sociálních sítích.

### **2.3 Mediální kampaň mimo internet**

- 2.3.1 Budou zajištěny **inzerce a PR** články především v médiích zaměřených na cestování, např. speciální přílohy vysokonákladových deníků.
- 2.3.2 Zajištěny budou tiskové konference, vždy 2 x ročně, pro prezentaci letní a zimní nabídky – aktuální informace, novinky. Opět se bude vycházet z tématu pro daný rok.
- 2.3.3 Každý rok bude připraveno 10 **tiskových zpráv**, které budou rozeslány na odborné časopisy, lifestyle časopisy, deníky, časopisy zaměřené na cestování s vysokým nákladem, redakce rádií, TV a další vhodná média s nejširším čtenářským, posluchačským a diváckým zásahem a to jak v ČR, tak i v zahraničí. TZ budou obsahovat informace o nových produktech a zajímavých nabídkách.

### **2.4 Outdoor kampaň**

- 2.4.1 Outdoorová kampaň bude zahrnovat reklamu v MHD, ve vybraných dálkových autobusových spojích a dalších veřejných místech, např. nádražích. Pro prezentaci v dálkových spojích budou vytvořeny jednoduché tištěné letáky s konkrétní nabídkou jednodenních, víkendových případně vícedenních programů v regionu – programy budou opět sestaveny v návaznosti na témata na jednotlivé roky a současně budou akceptovat i novinky v nabídce cestovního ruchu v Olomouckém kraji.

### **2.5 Propagační předměty**

Každý rok bude vytvořeno:

- 2.5.1 cca 100 ks hodnotnějších propagačních předmětů v ceně cca 500 Kč/ks
- 2.5.2 cca 400 ks středně hodnotných propagačních předmětů, vždy 2 různé druhy, v ceně cca 200 Kč/ks, které budou využity i v rámci roadshow nebo jako dárky pro novináře na TK
- 2.5.3 cca 2 000 ks drobných reklamních předmětů v cenovém rozpětí 10 – 100 Kč /ks, především pro veletrhy a roadshow

### **2.6 Spot**

Vytvořen bude 5 minutový imageový spot a jeho 1 minutová zkrácená verze, který upoutá diváka a bude jej lákat do Olomouckého kraje, bez mluveného slova. Využit bude při prezentaci Olomouckého kraje (např. na veletrzích, roadshow, aj). Prezentovat bude kompletní nabídku cestovního ruchu v Olomouckém kraji, zaměřen bude na největší a nejnovější turistické atraktivity.

### **2.7 Veletrhy CR v České republice**

Každoročně bude v letech 2011 – 2013 zajištěna prezentace na veletrhu **Regiontour v Brně** a dalších min. 3 regionálních veletrzích. V roce 2011 se bude jednat o **Tourism Expo Olomouc, For Bikes Praha** a **Dovolená Ostrava**. Veletrhy pro další období budou vybrány na základě vyhodnocení účasti v roce 2011.

## **3. Zahraniční veletrhy**

Zajištěna bude i účast na zahraničních veletrzích v letech 2011 – 2013 v rámci prezentace České republiky zajišťované agenturou CzechTourism. Veletrhy jsou voleny dle hlavních cílových trhů Olomouckého kraje, kterými jsou Německo, Polsko, Rakousko, Rusko, Slovensko a Ukrajina. V roce 2011 se bude jednat o následující veletrhy:

**Německo: ITB Berlín  
TC Lipsko**

**F.RE.E. Mníchov**

**CMT Stuttgart**

**Rakousko: Ferienmesse Vídeň**

**Rusko: MITT Moskva**

**Slovensko: Slovakiatour Bratislava**

**Polsko: GLOB Katowice**

**Za Sluncem Opole**

**Ukrajina: UITT Kyjev**

Veletrhy pro další období budou vybrány na základě vyhodnocení účasti v roce 2011.