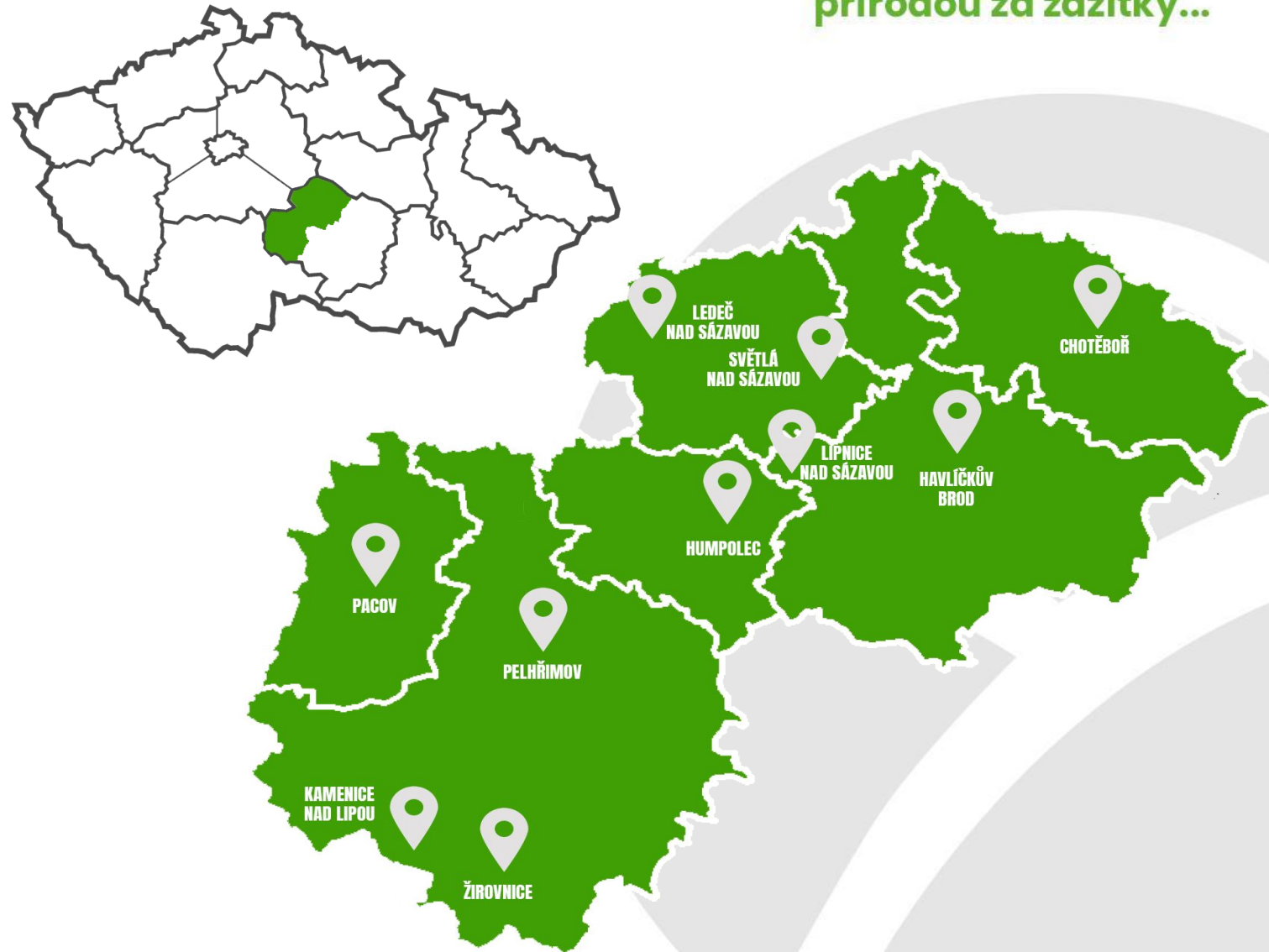


MARKETINGOVÝ A KOMUNIKAČNÍ PLÁN 2025

VYSOČINA WEST

Působnost na území během roku 2025

- Havlíčkův Brod
- Humpolec
- Chotěboř
- Pacov
- Pelhřimov
- Světlá nad Sázavou



ÚVOD

Marketingové aktivity Vysočiny West, z.s. pro rok 2025 navazují na STRATEGICKÝ DOKUMENT na období 2025-2030.

Marketingové aktivity jsou dále upravovány dle aktuální situace v cestovním ruchu a reflektují nejaktuálnější trendy, témata a směřování.

Hlavní linie témat vychází ze stěžejních témat stanovených krajskou centrálou cestovního ruchu Vysočina Tourism, které byly vyhlášeny a společně konzultovány na 3k platformě krajské a oblastních DMO. V listopadu 2024 byl na setkání představenstva dále odprezentován časový plán a rozsah plánovaných marketingových aktivit.

Na základě vyhlášených témat a po setkáních s partnery ve Vysočina West byly naplánovány marketingové aktivity pro rok 2025.

AKTUÁLNÍ SITUACE

- Destinace Vysočina West je mladou organizací destinačního managementu a od ledna 2022 je aktivní v koordinaci, propagaci a spolupráci se všemi aktéry cestovního ruchu v oblasti severozápadní Vysočiny (bývalé okresy Pelhřimovsko a Havlíčkobrodsko).
- Prozatím nízké vnímání oblasti jako celku a jako cílové destinace na dovolenou.
- Roky 2020-2022 poznamenané zhoršenou zdravotní, logistickou a ekonomickou situací měly vliv na zánik drobného podnikání v oblasti cestovního ruchu především na venkově, ale i v menších městech. Toto se týká především menších gastronomických provozů na venkově, křižovatkách turistických tras a podobně.
- Ekologická situace posledních let na Vysočině zase poznamenala venkovskou turistiku a snížila atraktivitu dovolené v přírodě. Těžba dřeva poničila turistické značení. Obnova turistického značení probíhá pozvolna.
- Vizuální pohled hraji nabídl nové výhledy a odkryl neznámé pohledy. Roky potrvá než lesy především na Pelhřimovsku zesílí a navrátí se duch pravé Vysočiny.

KONKURENCE

Vnější konkurence

- Hlavním vnějším konkurentem jsou sousední historicky již tradiční turistické kraje. Na západě destinace sousedící Jižní Čechy s dlouholetou rozvinutou turistickou nabídkou a na severu sousedící Střední Čechy. Oba sousední kraje jsou ekonomicky silnější s rozvinutější podporou oblastních destinací.
- Z dotazování na turistických cílech je tradičním chováním návštěvníků právě transfer přes naši destinaci. Výletníci zde tráví jednorázový výlety nebo zastávku cestou do Jižních Čech nebo Středočeského kraje.
- Znatelný je rychlý odliv ubytovaných návštěvníků do turisticky tradičnějších destinací a to především do Toulavy a České Kanady. Na severu destinace je přímou konkurencí DMO Kutnohorský-Kolínský. V hraničních částech destinace jako Žirovnice, Kamenice nad Lipou, Pacov, Chotěboř využívají zřejmě o něco výhodnější ubytování a odtud vyjíždí na jednodenní výlety do sousedních krajů.

Vnitřní konkurence

- Vyrůstající konkurenční prostředí přímo v rámci kraje Vysočina. V současné době je kraj Vysočina rozdělen do 5 oblastních destinací s podobným cílením na skupiny návštěvníků, s podobnými tématy a turistickou nabídkou.
- Hlavním úkolem DMO Vysočina West je odlišit se nabídkou v rámci kraje a necílit plošně.

SWOT ANALÝZA - 1. část

Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)
S.1 Kvalitní Životní prostředí a atraktivita krajiny	W.1 Destinační marketing v počáteční fázi
S.2 Existence DMO VYSOČINA WEST, z.s.	W.2 Málo ubytovacích kapacit nabízejících komplexní služby pro pobyty, služby pro cykloturisty atd.
S.3 Existence atraktivit využitelných pro cestovní ruch (přírodní a kulturní památky atd.)	W.3 Sezónní charakter nabídky cestovního ruchu
S.4 Hustá síť značených tras pro pěší, cyklisty, lyžaře i jezdce na koních	W.4 Nedostatečná kvalita služeb zejména ubytovacích a stravovacích
S.5 Dostatečná kapacita pro pořádání malých a středních akcí MICE	W.5 Nedostatečné pokrytí doprovodnou infrastrukturou a službami cestovního ruchu
S.6 Hustá síť TIC poměrně vhodně rozložených v území oblasti	W.6 Špatný technický stav regionální dopravní infrastruktury a nedostatečná dopravní dostupnost některých míst v oblasti s nabídkou CR prostředky VHD
S.7 Koncepční řešení cestovního ruchu v oblasti prostřednictvím strategického dokumentu, realizace aktivit v souladu s opatřeními vycházejícími ze strategie cestovního ruchu	W.7 Nedostatečné využití potenciálu atraktivit spojených s osobnostmi a rodáky oblasti (Mahler, Santini, Hašek atd.)
S.8 Používání prakticky všech běžných propagačních nástrojů včetně moderních nástrojů	W.8 Nedostatečné využití potenciálu venkovské turistiky a agroturistiky
	W.9 Existence atraktivit (i potenciálních), které zatím nejsou dostatečně využívány v cestovním ruchu
	W.10 Nedostupnost některých turistických cílů a služeb pro znevýhodněné skupiny osob
	W.11 Nedostatečná jazyková vybavenost – značení v AJ atd.
	W.12 Nerovnoměrná dostupnost kvalitních propagačních materiálů v oblasti
	W.13 Obtížnost měření a vyhodnocování účinnosti marketingových kampaní v oblasti cestovního ruchu

SWOT ANALÝZA - 2. část

Příležitosti (O)	Hrozby (T)
O.1 Centrální poloha a dobrá dopravní dostupnost v rámci České republiky	T.1 Poškození životního prostředí a místní krajiny nekoordinovaným rozvojem cestovního ruchu
O.2 Rostoucí poptávka po sportovních a volnočasových aktivitách	T.2 Náročnost údržby některých památek a atrakcí
O.3 Rostoucí zájem obyvatel ČR o trávení dovolené v tuzemsku	T.3 Nezájem návštěvníků o turistické cíle bez doprovodných aktivit a infrastruktury cestovního ruchu
O.4 Zvyšující se poptávka v oblasti MICE (malé a střední akce)	T.4 Vliv klimatických změn na možnost poskytnout sezonní nabídku, např. běžky, lyže, vodáctví
O.5 Spolupráce s krajskou organizací Vysočina Tourism a národní organizací CzechTourism	T.5 Zvyšující se nároky návštěvníků na kvalitu poskytovaných služeb
O.6 Rozvoj spolupráce a propojení nabídky a propagace cestovního ruchu s okolními turistickými oblastmi a regiony	T.6 Převažující počet návštěvníků na jeden den (bez přenocování) a s tím související nižší útrata v destinaci
O.7 Využití marketingových témat agentur Vysočina Tourism, CzechTourism	T.7 Chybějící národní legislativa cestovního ruchu a úprava závazných legislativních norem s dopadem na oblast cestovního ruchu

CÍL

- Prezentovat destinaci severozápadní Vysočiny (Pelhřimovsko+Havlíčkovsko) jako jednu oblast pro trávení dovolené s pestrou nabídkou aktivit v cestovním ruchu. Komunikovat území s největší hustotou hradů, zámků a kulturních památek na Vysočině a současně jako destinaci k trávení aktivní dovolené v obklopení pestré přírody.
- Zakořenit v rezidentech a turistech tuto oblast jako celek a jako cílovou destinaci k dovolené – ne pouze tranzitní oblast nebo výchozí oblast do sousedních krajů, oblastí.
- Nabídnout návštěvníkům v oblasti mimo společná témata na Vysočině také odlišnou komunikaci a nabídku specifickou pro Vysočina West
- Invenzivně zviditelňovat INDIVIDUALITU OBLASTI
 - Netradiční typy ubytování – stodoly, mlýny, lesní domky, trafostanice, přírodní resorty
 - Rozvinutá kavárenská kultura
 - Největší koncentrace hradů, zámků a kulturních památek na Vysočině
 - Nejrozmanitější příroda k trávení aktivní dovolené od vodáctví, horolezectví, pěší turistiku, k cyklistice až po lyžování

CÍLOVÉ SKUPINY

Na základě pozorování a dotazování na turistických cílech a v turistických informačních centrech, po společných jednáních s partnery destinace a po vyhodnocení pracovního týmu Vysočiny West se budeme nadále v produktech a kampaních zaměřovat na následující cílové skupiny:

Cílení dle věku návštěvníků

- Rodiny se staršími dětmi 25-45 let, děti +6 let a teens
- Studenti, mladí lidé (16-35 let)
- Aktivní páry 50+ (opuštěné hnízdo)
- Aktivní senioři (cestující prarodiče s vnoučaty)

Geografické cílení

- Turisté – obyvatelé ČR, cílení především na Praha, Středočeský, Jižní Čechy a Pardubický kraj
- Výletníci – obyvatelé Vysočiny, + výletníci oblasti podél hranice kraje Vysočina
- Rezidenti – obyvatelé Vysočiny West (cca 160 000)
- Horní a Dolní Rakousko – nové cílení na zahraniční sousedy

Komunikace v on-line prostředí

Sociální sítě

Destinace je velmi aktivní na sociálních sítích min. 5 příspěvků týdně a nadále bude pokračovat v nastaveném tempu. FB stránky aktuální čítá 2500 sledujících, cílem je dosáhnout během následujícího roka 3200 sledujících. IG stránky čítají aktuálně 1000 sledujících.

Během roku bude spuštěno minimálně 6 placených kampaní dle období, témat a cílové skupiny. Také díky dotaci z MMR se v roce 2025 zaměříme více na natáčení krátkých videí.

Webové stránky

Webové stránky www.vysocinawest.cz byly spuštěny v květnu 2022. V roce 2023 byla návštěvnost stránek 28 000, v roce 2024 se zvýšila na 40 000 návštěvníků. Prostřednictvím dotace od MMR jsme v druhé polovině roku 2024 nechaly stránky přestavět, upravili design a doplnili několik nových funkcí. Stránky procházejí testováním a budou v lednu 2025 spuštěny.

Webové stránky budou v roce 2025 doplněny o několik nových témat a nabídek výletů šitých na míru.

Média – natáčení s Toulavou kamerou

Po dvouleté spolupráci s Toulavou kamerou se nám podařilo zajistit v tomto roce další natáčení. V lednu 2025 se bude natáčet zimní putování do Černovických vyhlídkách a v květnu 2025 Haškův domek a Haškova stezka v Lipnici nad Sázavou. V jednání jsou dále také reportáže o řemeslnících v destinaci např: výroba krasohledů atd.

Komunikace v off-line prostředí

Tištěné materiály

Tištěné materiály jsou stále vyhledávaným zdrojem informací na TIC a v hotelích, mají tak pořád své místo v off-line prostředí. Z tištěných materiálů vydá destinace v roce 2025 letní turistické noviny a dále 2x ročně velký přehled kulturně-turistických akcí. V roce 2025 vydá. Budou dále vydány a doplněny tištěné materiály ke všem produktům cestovního ruchu v destinaci. Dojde k dotisku image materiálu.

Tištěné materiály budou distribuovány do všech TIC v oblasti, k ubytovatelům a do kaváren v oblasti. Tištěné materiály budou hlavním médiem pro komunikaci na všech plánovaných kontaktních kampaních.

Citylight (indoor x outdoor)

Turisty osloví destinace v tomto roce také formou Citylight ploch B1 přímo ve vagónech Metra C v Praze – (16 B1 ploch na dva měsíce duben – květen 2025).

Merchandising / podpora brandu

V tomto roce plánujeme posílit brand destinace také drobnými předměty, novými roll up, rozšířením promo stanu atd.

Kontaktní akce

Terénní školení pro pracovníky destinace

VW plánuje v roce 2025 opět ve spolupráci s Vysočina tourism dvě terénní školení po novinkách v destinaci. Školení je určené především pro pracovník ze všech TIC v oblasti Vysočina West, dále pro průvodce a novináře.

Pracovníci tak osobně seznámí s novými místy, prohlídkovými okruhy atd. V minulosti se školení osvědčila. Pracovníci zažité informace lépe předají návštěvníkům destinace a navíc má školení přesah do profesního sbližování destinace.

Press tripy / Média

Ve spolupráci s Vysočina tourism budeme pokračovat v doprovodu a prezentaci oblasti příchozím novinářům a delegacím.

Důležitou součástí spolupráce s Vysočina tourism je také práce s influencery, ve které budeme nadále intenzivně pokračovat. V roce 2025 uvítá destinace několik plánovaných press tripů a štáby filmařů.

Promo akce

V roce 2025 se destinace osobně zúčastní min. 5. kontaktních akcí v rámci kraje a mimo kraj Vysočina. (např: Ferienmesse Wien, ForBike Praha, Prázdniny v Telči, Knižní veletrh Havlíčkův Brod).

Produkty cestovní ruchu

Hlavním úkolem bude v roce 2025 co nejvíce zviditelnit již existující produkty cestovního ruchu destinace, které prošly v roce 2024 potřebnými úpravami. Dále intenzivně komunikovat nový produkt: Trojlístky architektury.

Aktuální produkty cestovního ruchu jsou rozmanité a propojují oblast, partnery v oblasti a zviditelní území. Navíc většina produktů je celoroční. Produkty mají zajistit, aby návštěvníci co nejvíce poznávali destinaci a co nejdéle zůstávaly přímo v destinaci Vysočina West.

Hlavní produkty CR Vysočiny West pro rok 2025:

- **Putování za kávou** (Sbírej kávová razítka se šálkem, navštiv alespoň 6 kaváren z 15 a zařaď se do soutěže o víkendový pobyt).
- **Putování za výhledy** (Navštiv alespoň 6 vyhlídek z 15, pořizuj fotografie – sdílej získej dárek pro radost).
- **Benefit Card** (25 výhod v kombinaci zvýhodněné vstupy na památky, výhody v kavárnách, u ubytovatelů či v půjčovnách).
- **Trojlístky architektury** (Interaktivní průvodce architekturou městy Vysočiny West plný otázek, úkolů, pracovního listu a animované mapky + drobná odměna) www.vysocinawest.cz

Produkty cestovního ruchu destinace

Turistické noviny 2025

přírodou za zážitky...



Turistické noviny jsou stěžejním a velmi oblíbeným prostředkem komunikace s koncovým zákazníkem. Vychází 1x ročně na hlavní turistickou sezónu.

- Plánovaná distribuce konec dubna 2025
- Náklad ca 10 000 ks
- Rozsah min. 8. – 12. stran
- Distribuční místa v destinaci:

TIC ve Vysočina West a TIC v sousedních oblastech, distribuce na turistické cíle v destinaci, k ubytovatelů v destinaci a v nejbližším okolí, distribuce do kaváren a gastronomických provozů v oblasti

Produkty cestovního ruchu destinace BENEFIT CARD 2025

Aktuální vizuál:



Také v roce 2025 pokračujeme s nabídkou BENEFIT CARD u ubytovatelů v destinaci. Je určena návštěvníkům destinace, kteří u nás tráví 1 a více přenocování

- Distribuce – konec dubna 2025
- Distribuce k ubytovatelům v oblasti
- Náklad ca do: 10 000 ks
- Platnost do konce roku 2026

Produkty cestovního ruchu destinace Putování za kávou



Dejte si něco dobrého alespoň v šesti
vybraných kavárnách a zapojte se
do kávového putování.

Sesbírejte potřebná razítka
a odevzdejte vyplněný materiál
do jakéhokoli turistického
informačního centra v destinaci
Vysočina West. Odevzdáním materiálu
do 30. listopadu se zapojíte do soutěže
o hodnotnou odměnu, kterou každý rok
darujeme jednomu vybranému
šťastlivci.

Objevujte vymazlené kavárny
v severozápadní Vysočině a zkuste své
štěstí!

INFORMACE NA WEBU



MAPA KAVÁREN



www.vysocinawest.cz
Vysočina West
vysocina_west



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Tento produkt vznikl v rámci projektu "Zvyšování povědomí o turistické oblasti Vysočina West" a byl realizován za příspěví prostředků státního rozpočtu České republiky.

TURISTICKÁ
OBLAST

PUTOVÁNÍ ZA KÁVOU

OBJEVUJTE VYMAZLENÉ KAVÁRNY
V DESTINACI VYSOČINA WEST

- V roce 2024 prošla úpravou Kavárenská vizitka. Změny proběhly, jak v grafickém zpracování, tak ve znění a v pravidlech naplňování produktu.
- V každé z vybraných kaváren obdrží návštěvník za objednávku speciální šálkové razítko do razítkovacího pole. Tištěný materiál po naplnění alespoň 6 razítky, odevzdá v jakémkoliv turistickém informačním centru v destinaci. (TIC Červená Řečice, Chotěboř, TIC Havlíčkův Brod, TIC Humpolec, TIC Kamenice nad Lipou, TIC Ledec nad Sázavou, TIC Pacov, TIC Pelhřimov, TIC Světlá nad Sázavou, TIC Želiv, TIC Želiv, TIC Žirovnice).
- Jedna z kavárenských vizitek se splněnými podmínkami bude oceněna výhrou.

Putování za kávou - náhled vizuálu



**Dejte si něco dobrého alespoň v šesti
vybraných kavárnách a zapojte se
do kávového putování.**

Sesbírejte potřebná razítka
a odevzdejte vyplněný materiál
do jakéhokoli turistického
informačního centra v destinaci
Vysočina West. Odevzdáním materiálu
do 30. listopadu se zapojíte do soutěže
o hodnotnou odměnu, kterou každý rok
darujeme jednomu vybranému
šťastlivci.

Objevujte vymazlené kavárny
v severozápadní Vysočině a zkuste své
štěstí!



www.vysocinawest.cz
[Vysočina West](#)
[vysocina_west](#)



INFORMACE NA WEBU



MAPA KAVÁREN





**MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR**

Tento produkt vznikl v rámci projektu "Zvýšení povědomí o turistické oblasti Vysočina West" a byl realizován za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky.



**VYSOČINA
WEST** | TURISTICKÁ
OBLAST

PUTOVÁNÍ ZA KÁVOU

OBJEVUJTE VYMAZLENÉ KAVÁRNY
V DESTINACI VYSOČINA WEST

Produkty cestovního ruchu destinace Putování za kávou



**Zdolejte alespoň šest vybraných
vrcholů, věží nebo rozhleden
a objevte nové pohledy
na severozápadní Vysočinu.**

Vyfoťte se na vrcholu s nápisem aktuálního roku. Vložte všechny ulovené fotografie do jednoho příspěvku na své sociální síti (Facebook nebo Instagram), označte účet Vysočina West, přidejte **#vysocinasnahledem**.

Tímto krokem se zapojíte do výzvy **PUTOVÁNÍ ZA VÝHLEDY** a získáte výletnický dárek.

INFORMACE NA WEBU



MAPA VÝHLÍDEK



www.vysocinawest.cz

[Vysočina West](#)

[vysocina_west](#)



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Tento produkt vznikl v rámci projektu "Vývoj povídky o turistické oblasti Vysočina West" a byl realizován za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky.



TURISTICKÁ
OBLAST

PUTOVÁNÍ ZA VÝHLEDY

OBJEVUJTE NOVÉ POHLEDY
NA DESTINACI VYSOČINA WEST

www.vysocinawest.cz

- V roce 2024 prošel aktualizací také produkt Vysočina West nadhledem. Změny proběhly, jak v grafickém zpracování, tak ve znění a v pravidlech naplňování produktu. Došlo k rozšíření nabídky vyhlídkových míst a zjednodušení pravidel naplnění produktu.
- Putování za výhledy láká k navštívení vyhlídek, rozhleden a věží v destinaci.
- Nabízí výběr z několika míst napříč oblastí a odměňuje při zdolání alespoň 6 z nich.
- Odměnou za zdolání alespoň 6 vybraných míst a sdílení fotografií na sociálních sítích je multifunkční šátek.

Putování za výhledy - náhled vizuálu

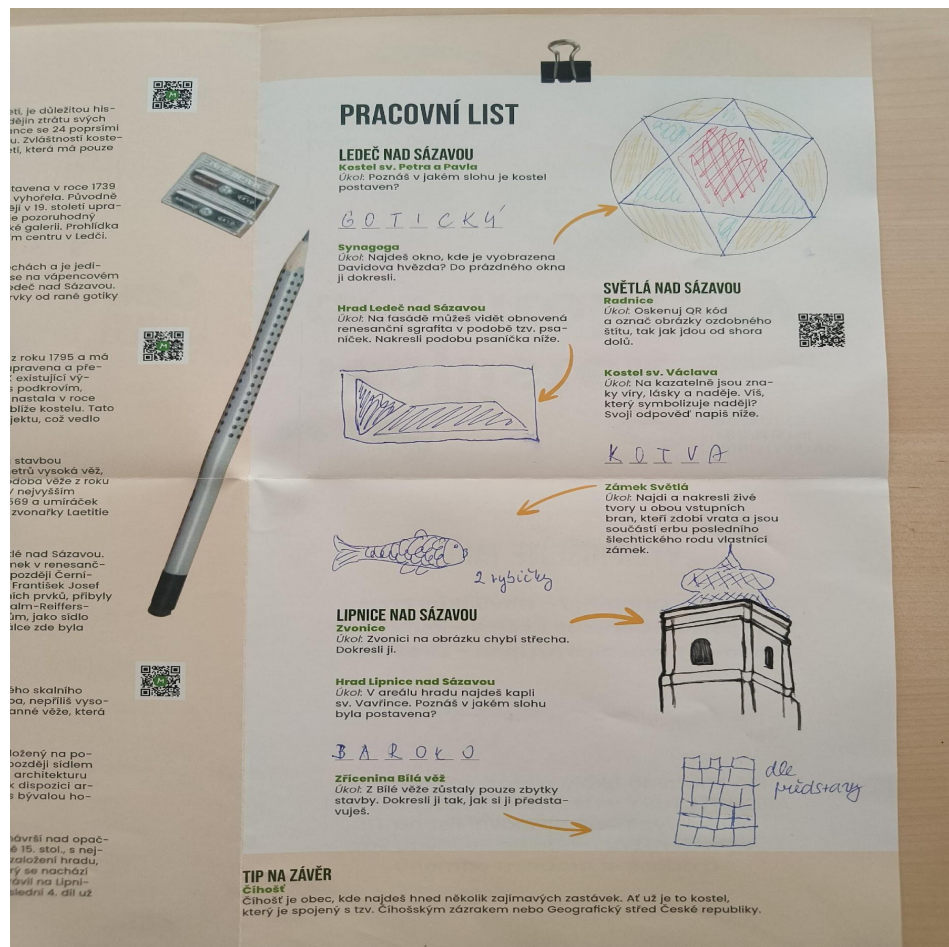


Produkty cestovního ruchu destinace **přírodou za zážitky...** Trojlístky architektury



- V roce 2025 intenzivní představení nového produktu.
- Produkt cílí na rodiny s dětmi a na seniory s vnoučaty, či na školní skupiny
- 4 tištěné materiály přibližující architektury vždy 3 měst v destinaci
- Interaktivní představení architektury, malovaná mapa, pracovní list, zábava, edukace

Trojlístky architektury - náhledy vizuálu



PR aktivity

přírodou za zážitky...

- V roce 2025 se díky dotaci MMR marketing v cestovním ruchu zaměříme nejen na regionální online a tištěná média, ale pronikneme také do celostátních online médií a komerčních médií.
- PR komunikace s regionálními deníky min. 2x měsíčně
- PR komunikace s širší působností bude probíhat dle harmonogramu smlouveného na základě smlouvy o dílo a bude realizováno externí agenturou dle zadaných témat.
- V tomto roce připravím destinaci min. 4-6 tiskových zpráv pro média. TZ týkající se činnosti destinace, připravovaných produktů a kampaní.

Položkový rozpočet na marketingové aktivity 2025

NÁVRH - položkový rozpočet na marketingové aktivity 2025	
Položka rozpočtu	Částka
Facebookové a instagramové kampaně	150 000
Citylight plochy, Metro Praha + města Vysočiny West	50 000
Turistické noviny	50000
Kulturní přehled stěžejních turist. akcí 2025 (2x ročně)	20000
Produkt: Trojlístky architektury	30 000
Produkt: Benefit Card (dotisk)	100000
Produkt: Putování za výhledy (dotisk)	
Produkt: Putování za kávou (dotisk)	
Image brožura v AJ verzi	50000
Fotobanka	50000
PR aktivity	50000
Webové stránky	30000
Merchandising, (komponenty na placky atd.)	30000
Školení, setkání partnerů	40000
Volná položka (E-shop, QR soutěže, inzerce)	50000
CELKEM	700 000

KONTAKTY

přírodou za zážitky...

KANCELÁŘ VYSOČINY WEST

Vysočina West, z.s.třída Legií 1115, 393 01 Pelhřimov

Nela Štěpánková

- tel.: +420 778 767 990
- e-mail.: kancelar@vysocinawest.cz, info@vysocinawest.cz
- web.: www.vysocinawest.cz