

PŘÍLOHA Č. 2 – NÁVRHOVÉ ČÁSTI

MARKETINGOVÝ PLÁN NA LÉTA 2011-2014

Počet stran: 14

OBSAH

1	PLÁN ČINNOSTI PRO CÍLOVÉ TRHY A DLE JEDNOTLIVÝCH SPEC. CÍLŮ.....	3
2	HODNOCENÍ A MĚŘENÍ ÚSPĚŠNOSTI MARKETINGOVÉHO PLÁNU TO	13
3	MARKETINGOVÝ ROZPOČET	14

1 PLÁN ČINNOSTI PRO CÍLOVÉ TRHY A DLE JEDNOTLIVÝCH SPECIFICKÝCH CÍLŮ

V rámci zpracování marketingového plánu byly identifikovány aktivity naplňující definované specifické cíle marketingové strategie.

Specifický cíl 1: Vytvoření spektra konkurenceschopných produktů cestovního ruchu na národní i nadnárodní úrovni

Specifický cíl 2: Zvýšení účinnosti a kvality marketingu cestovního ruchu

Specifický cíl 3: Zvýšení organizovanosti a kooperace v nabídce služeb a atraktivit cestovního ruchu

V rámci níže uvedených tabulek zpracovaných pro dílčí specifické cíle je řešena odpovědnost za činnosti i časový harmonogram.

Specifický cíl 1: Vytvoření spektra konkurenceschopných produktů cestovního ruchu na národní i nadnárodní úrovni

Opatření	Aktivita/Činnost	Odpovědnost	2011	2012	2013	2014	Celkové náklady v Kč vč. DPH za rok 2011	Cílové skupiny	Ukazatel výstupu
Klíčová oblast rozvoje CR: Kulturní, zábavní a sportovní turismus									
Opatření 1.1 Podpora tvorby a propagace nosných produktů	Propagační materiály dle témat či dle skupin kulturních či sportovních zařízení - aktualizace a dotisk	SMO, SDM	2011				45 466,-	domácí i zahraniční turisté a návštěvníci přijíždějící za zábavním turismem, tj. za zábavní, kulturní, společenskou, sportovní programovou nabídkou	1 typ propagačních materiálů
	Nové stezky - pěší, cyklistické, in-line naučné, tematicky zaměřené	SMO, obvody SMO	2011				1 000 000,-		50 nových stezek
	Akce s národním a nadnárodním významem - lepší a propojená propagace	SMO	2011	2012	2013	2014	0		5 podpořených akcí ročně
	Rozšíření zábavního internetového portálu „Vstupní brána do světa zábavy v Ostravě“ (využití domény www.stodolni.cz)	Agentura Stodolní		2012					1 rozšířený zábavní webový portál
	Marketingová podpora návštěvnických center, souvisejících s vědou a výzkumem, popularizující vědu a jejich využití v cestovním ruchu	SDM		2012	2013	2014			1 intervence ročně ¹
	Podpora vzniku produktů s využitím slavných osobností TO	SDM			2013	2014			1 intervence ročně
	Podpora historických objektů a jejich využití v oblasti cestovního ruchu	SDM, SMO		2012	2013	2014			1 intervence ročně
	Zpřístupnění některých částí fungujících průmyslových objektů	SDM			2013				1 prohlídka

¹ Indikátor ukazatel výstupu – intervence: jde o činnost a aktivitu realizovanou ve prospěch aktivity – může jít o mediální propagaci, finanční podporu, průběžnou komunikaci či poskytnuté poradenství v dané aktivitě

	Marketingová podpora zábavních a naučných zařízení a parků	SDM		2012				domácí i zahraniční turisté a návštěvníci	1 intervence ročně
	Podpora oživení centra Ostravy – tradiční akce, kulturní akce, zábavní akce	SDM			2013			přijíždějící za zábavním turismem, tj. za zábavní, kulturní, společenskou, sportovní programovou nabídkou	min. 1 podpořená akce ročně
	Rozšíření a aktualizace stávajících webových stránek www.ostrava.cz o informace o obcích v TO	SMO, OIS	2011	2012	2013	2014	22 000,-		2 rozšířené weby, 2 pravidelně aktualizované weby
	Rozšíření stávajících webových stránek www.ostrava.cz o informační rezervační systém	SDM				2014			1 informační rezervační systém
	Klíčová oblast rozvoje CR: Lázeňský turismus								
	Propagace a uchopení produktu - sanatoria Klimkovice	SDM, Sanatoria Klimkovice		2012	2013	2014		turisté přijíždějící za zdravím – lázeňskou turistikou	1 produkt + následná propagace
Opatření 1.2 Podpora produktů orientovaných na „akce“	Rozšíření (plošné) pravidelně konaných akcí	SDM		2012	2013	2014		turisté a návštěvníci přijíždějící za zábavním turismem, tj. za zábavní, kulturní, společenskou, sportovní programovou nabídkou.	Min. 1 podpořená akce ročně
	Znovuobnovení dříve pořádaných akcí v TO Ostravsko	SDM			2013	2014			Min. 1 podpořená akce ročně
	Vznik nových tematických akcí	SDM			2013				1 nová akce
	Vznik kulturních a společenských akcí k výročí slavných osobností	SDM				2014			1 nová akce
	Podpora pořádání kulturních a společenských akcí pořádaných v historických objektech	SDM			2013	2014			Min. 1 podpořená akce ročně
	Podpora pořádání tradičních a pravidelných akcí	SDM		2012	2013	2014			5 podpořených akcí ročně
Opatření 1.3 Podpora tvorby tematických produktů	Tvorba a následná propagace nových produktů orientovaných na "školní výlety"	SDM, SMO	2011	2012	2013	2014	300 000,-	turisté a návštěvníci přijíždějící za poznáváním (v případě Ostravy jde zejména o industriální a architektonické atraktivitu atd.)	1 nově vytvořený produkt
	Tvorba a následná propagace nového produktu na téma "geocaching"	SMO	2011	2012	2013	2014	200 000,-		1 nově vytvořený produkt

	Analýza možného využití báňské dráhy	SDM		2012				1 analýza
	Podpora využití báňské dráhy	SDM			2013	2014		1 intervence ročně
	Využití jedinečné architektury Ostravska	SDM				2014		1 nově vytvořený produkt
Opatření 1.4 Podpora tvorby produktů překračujících hranice TO	Tvorba balíčku služeb pro turisty a návštěvníky přilehlých TO	SDM			2013			1 balíček služeb
	Tvorba vícedenního balíčku propojujícího nabídku TO a okolních TO	SDM			2013		návštěvníci přijíždějící do TO za zábavou jako doplňkového využití jejich pobytu v okolních oblastech, zejména v Beskydech,	1 balíček služeb
	Nabídka speciální autobusové dopravy za zábavou z/do TO Ostravsko pro turisty přilehlých TO	SDM			2013			1 produkt
Rozpočet celkem v roce 2011								2 663 414 Kč

*Červeně vyznačené částky rozpočtu jsou odhadem mzdových nákladů spojených s realizací dané aktivity/činnosti, přičemž hodinová sazba činí 290 Kč včetně odvodů.

Specifický cíl 2: Zvýšení účinnosti a kvality marketingu cestovního ruchu

Opatření	Aktivita/Činnost	Odpovědnost	2011	2012	2013	2014	Celkové náklady v Kč vč. DPH za rok 2011	Ukazatel výstupu
Opatření 2.1 Tvorba image destinace, budování značky	Využití corporate design manuálu SM Ostrava pro marketingové aktivity TO Ostravsko	SMO	2011	2012	2013	2014	0	Nastavený způsob marketingové prezentace TO
	Prezentace na zahraničních veletrzích cestovního ruchu	SMO	2011				225 000,-	5 účastí na veletrzích
	Prezentace na domácích veletrzích cestovního ruchu	SMO	2011				110 000,-	3 účastí na veletrzích
	Prezentační akce v ČR i zahraničí ve spolupráci s CzT	SMO	2011				50 000,-	1 prezentační akce
	Prezentační akce v ČR i zahraničí ve spolupráci s KÚ MSK	SMO	2011				50 000,-	1 prezentační akce
	Prezentace na domácích i zahraničních trzích pomocí prospektového servisu	SMO	2011				45 000,-	prospektový servis na 3 propagačních akcích
	Prezentace na domácích i zahraničních webových portálech s tématikou CR	SMO	2011				80 000,-	prezentace na 3 webových portálech
	Inzerce v časopisech a periodikách s tématikou cestovního ruchu	SMO	2011				400 000,-	Min. 4 inzerce
	Tvorba uceleného katalogu propagačních materiálů TO pro ubytovací, stravovací zařízení apod.	SDM		2012				1 katalog
	Průvodce po movitých kulturních památkách	SMO, SDM		2012				1 průvodce
	Kartičky propagující hlavní atraktivitu a volnočasová zařízení TO	OIS		2012				1 produkt

	Zajištění prezentace značky TO s využitím významných firem v regionu a jejich výrobků	SDM				2014		1 prezentační akce
Opatření 2.2 Spolupráce s médii	Vytvoření systému a aktivní spolupráce a komunikace s médii	SDM		2012				Oslovení min. 10 zástupců médií
	Aktivní spolupráce a komunikace s médii	SDM		2012	2013	2014		1 zpráva ročně
	Monitoring článků zveřejněných v médiích	SDM		2012	2013	2014		1 zpráva ročně
	Realizace presstripů	SMO, SDM	2011	2012	2013	2014	56 272,-	1 presstrip ročně
	Inzerce – vkládané supplementy	SMO	2011	2012	2013	2014	196 464,-	1 vkládaná inzerce ročně
Opatření 2.3 Zpracování systému evaluace plnění cílů na základě opatření a produktů	Definování měřitelných indikátorů	SDM		2012				1 soubor indikátorů
	Vyhodnocování efektivity účinnosti marketingových aktivit	SDM	2011	2012	2013	2014	11 600,-	1 zpráva ročně
	Marketingová šetření zaměřená na profil návštěvníka a turisty přijíždějícího do TO	SMO, SDM	2011	2012	2013	2014	108 000,-	1 marketingové šetření ročně
Opatření 2.4 Analýzy cílových trhů, skupin, potenciálu území a infrastruktury	Provedení analýzy potřeb a zvyklostí nově definovaných cílových trhů, skupin, území a infrastruktury	SDM		2012				1 analýza
	Zpracování databáze atraktivit a služeb v oblasti cestovního ruchu	SMO	2011				4 640,-	1 databáze atraktivit
	Aktualizace databáze atraktivit a služeb v oblasti cestovního ruchu	SDM		2012	2013	2014		1 aktualizovaná databáze atraktivit ročně

	Zpracování analýzy rozvojového potenciálu Letiště LJO z pohledu zavedení nízkonákladových leteckých linek	SMO		2012				1 analýza
Opatření 2.5 Certifikace a management kvality	Navržení způsobu certifikace a oceňování ubytovacích a stravovacích zařízení na území TO	SMO, SDM			2013			1 metodika certifikace
	Oceňování - certifikace ubytovacích a stravovacích zařízení na území TO	SMO, SDM			2013	2014		15 nově certifikovaných zařízení
	Podpora propagace ubytovacích a stravovacích zařízení poskytujících kvalitní služby - oceněných/certifikovaných	SDM			2013	2014		1 intervence ročně
	Pravidelné sledování kvality služeb v TO	SMO, SDM	2011	2012	2013	2014	11 600,-	1 zpráva ročně
Rozpočet celkem v roce 2011							1 348 576 Kč	

*Červeně vyznačené částky rozpočtu jsou odhadem mzdových nákladů spojených s realizací dané aktivity/činnosti, přičemž hodinová sazba činí 290 Kč včetně odvodů.

Specifický cíl 3: Zvýšení organizovanosti a kooperace v nabídce služeb a atraktivit cestovního ruchu

Opatření	Aktivita/Činnost	Odpovědnost	2011	2012	2013	2014	Celkové náklady v Kč vč. DPH za rok 2011	Ukazatel výstupu
Opatření 3.1 Vytvoření organizační struktury TO	Vytvoření standardní organizační struktury TO – jednotky destinačního managementu – definování oblastí působení a kompetencí, vč. nastavení financování a zapojení aktérů CR, vč. pořízení vybavení	SMO	2011				111 067,-	1 fungující společnost destinačního managementu
	Vyhledávání a zajišťování finančních zdrojů k realizaci marketingové strategie	SMO	2011	2012	2013	2014	0	1 zpráva ročně
Opatření 3.2 Vytvoření systému spolupráce	Spolupráce mezi subjekty soukromého i veřejného sektoru působícími v cestovním ruchu v TO, navazování kontaktů se subjekty	SMO	2011				120 640,-	Min. 1 partnerská smlouva
	Pravidelné setkávání SDM (SMO) s aktéry působícími v CR v TO	SMO, SDM	2011	2012	2013	2014	72 000,-	2 plánovací workshopy ročně
	Zajištění komunikace s aktéry a subjekty působícími v CR	SMO, SDM	2011	2012	2013	2014	0	2 workshopy ročně
	Oslovení aktérů v oblasti cestovního ruchu	SMO	2011	2012	2013	2014	4 640,-	11 oslovení ročně
	Vytvoření databáze investičních příležitostí v oblasti CR	SMO	2011				11 600,-	1 databáze
	Aktualizace databáze investičních příležitostí v oblasti CR v TO Ostravsko	SDM		2012	2013	2014		Každoročně aktualizovaná databáze
	Realizace famtripů	SMO, SDM		2012	2013	2014		1 famtrip ročně

	Aktivní lobbying za využití letiště v oblasti CR	SMO		2012				1 intervence
	Zpracování a zasílání pravidelných kvartálních zpráv shrnujících poznatky z průběžného monitoringu trendů a cílových trhů s využitím dat od WTO, ETC, ČSÚ apod.	SMO, SDM	2011	2012	2013	2014	11 600,-	4 zprávy ročně
	Nalezení silných partnerů v oblasti soukromého sektoru	SDM		2012				Min. 1 partnerská smlouva
Opatření 3.3 Rozvoj lidských zdrojů v cestovním ruchu	Vzdělávací workshopy pro aktéry a subjekty působící v CR v TO Ostravsko	SMO, SDM	2011	2012	2013	2014	49 200,-	1 vzdělávací workshop ročně
Rozpočet celkem v roce 2011							380 747 Kč	

*Červeně vyznačené částky rozpočtu jsou odhadem mzdových nákladů spojených s realizací dané aktivity/činnosti, přičemž hodinová sazba činí 290 Kč včetně odvodů.

2 HODNOCENÍ A MĚŘENÍ ÚSPĚŠNOSTI MARKETINGOVÉHO PLÁNU TO

Marketingový plán bude zpracováván vždy aktuálně na jeden kalendářní rok, přičemž při zpracovávání strategie byly definovány opatření a aktivity na období cca 4 let. V plánu na rok 2011 jsou zahrnuty první z nich.

Plnění marketingového plánu bude sledováno průběžně, minimálně však kvartálně bude v případě odchylky od plánu provedena korekce, případně kroky vedoucí k úspěšné realizaci naplánovaných aktivit. Za úspěšně zrealizovaný marketingový plán nebude považováno pouze naplnění aktivit dle plánu, ale jejich pozitivní ovlivnění hlavního kvantitativního strategického cíle a dílčích specifických cílů.

U realizovaných aktivit bude sledován celkový rozpočet připadající na ně v rámci kalendářního roku a dopad na plnění cíle marketingové strategie – tedy výsledek - růst počtu návštěvníků. Zároveň bude sledován dopad jednotlivých aktivit na vytýčené problémové oblasti a opatření. Kvalitativně bude zhodnocen dopad marketingového plánu na specifické cíle a jednotlivá opatření.

3 MARKETINGOVÝ ROZPOČET

Marketingový rozpočet je zpracován rok 2011. V následujících letech naplánované aktivity budou podléhat revizi a budou uskutečněny a zařazeny do aktualizovaného marketingového plánu až po vyhodnocení marketingového plánu roku 2011.

Celkový rozpočet marketingového plánu na rok 2011 činí **4 392 737 Kč** včetně DPH.

Dle jednotlivých specifických cílů pak:

Specifický cíl 1: Vytvoření spektra konkurenceschopných produktů cestovního ruchu na národní i nadnárodní úrovni – **2 663 414 Kč včetně DPH**

Specifický cíl 2: Zvýšení účinnosti a kvality marketingu cestovního ruchu - **1 348 576 Kč včetně DPH**

Specifický cíl 3: Zvýšení organizovanosti a kooperace v nabídce služeb a atraktivit cestovního ruchu - **380 747 Kč včetně DPH.**