

1.1 Akční plán č. 1 – Monitoring indikátorů v destinaci – NÁVRH delší čas

DA Dolní Poohří vytvoří systém indikátorů, které budou pravidelně sledovány v různých časových úsecích a budou sloužit jako podklad pro rozhodování a také jako součást hodnocení efektivity vynaložených prostředků na rozvoj cestovního ruchu. Systém se bude skládat z dat, která jsou sbírána vlastními silami, ale také pomocí dat, která jsou převzata od jiných subjektů (např. ČSÚ, CzechTourism, ATIC apod.).

Tabulka 5 – Monitoring destinace

Indikátor	Frekvence sledování	Zdroj dat
Příjezdy do destinace	1x ročně	ČSÚ, MIS CzechTourism
Počet přenocování	1x ročně	ČSÚ, MIS CzechTourism
Délka pobytu	1x ročně	ČSÚ, MIS CzechTourism
Kapacity HUZ, IUZ	1x ročně	ČSÚ, MIS CzechTourism
Povědomí o destinaci	1x za 2 roky	Vlastní šetření
Image destinace	1x za 2 roky	Vlastní šetření
Znalost loga	1x za 2 roky	Vlastní šetření
Počet partnerů	1x ročně	Vlastní šetření, seznam partnerů
Spokojenost partnerů s činností DA DP	1x ročně	Vlastní šetření, certifikace CzechTourism
Aktivity DA DP	1x ročně	Vlastní šetření
Profil návštěvníka	1x za 2 roky	Vlastní šetření s případným využitím dat CzechTourismu
Spokojenost návštěvníků	1x za 2 roky	Vlastní šetření s případným využitím dat CzechTourismu
Útraty návštěvníků	1x za 2 roky	Vlastní šetření s případným využitím dat CzechTourismu
Návštěvnost atraktivit	1x ročně	Partneři DA DP, NKÚ
Návštěvnost TIC	1x ročně	Partneři DA DP, MIS CzechTourism
Počet fanoušků sociálních sítí	1x měsíčně	Analytiky jednotlivých sociálních sítí
Návštěvnost webových stránek	1x měsíčně	Analytika webu

Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

Z provedených šetření budou vytvořeny hodnotící zprávy, které budou veřejně přístupné všem subjektům zapojeným do rozvoje cestovního ruchu v destinaci a také partnerům DA DP.

Pro realizaci monitoringu je třeba vyčlenit odpovídající finanční i lidské zdroje a v rámci možností spolupracovat s ostatními destinačními agenturami, Ústeckým krajem, MMR a agenturou CzechTourism nebo výše zmíněnými vysokými školami.

U dílčích produktů (např. cyklostezka Ohře) je třeba zvážit možnosti monitoringu počtu návštěvníků (např. automatické sčítače).

2 Akční plán č. 2 – Konkrétní aktivity destinace / rok 2023

V následující části je navržen a rozpracován akční plán pro kalendářní rok. Pro každý rok platnosti strategie by měl být podobným způsobem vypracován a následně zhodnocen s využitím odpovídajících indikátorů.

Mnohé z aktivit jsou v podstatě průběžného charakteru a je vhodné je opakovat každoročně (např. marketingová komunikace, školení, monitoring, setkání partnerů).

V rozpočtech jednotlivých aktivit nejsou zmiňovány nepřímé náklady (osobní a režijní náklady DADP).

V následující tabulce č. 6 jsou definovány dílčí cíle. Na začátku roku je potřebné zachytit aktuální stav kvantifikovaného cíle (indikátoru). Konkrétní cíle zčásti předpokládají projektové financování. Při nezískání dotace (MMR) bude třeba některé aktivity (např. v oblasti internetové reklamy a ediční činnosti) omezit.³

Tabulka 6 – Akční plán

ID	Aktivita	Kvanti- fikace	Období plnění	Ověření	Zodpovědnost
A1	Vytvoření nového produktu	1	Duben – předložení návrhu na Správní radě DADP	Zpracovaný materiál/fyzická, elektronická kontrola	Ředitel
A2	Vydání newsletteru	4	Březen, červen, září, prosinec	Distribuovaný newsletter – elektronicky v PDF	Ředitel
A3	Internetová reklama s využitím sociálních sítí (prod. karta Konference Stop&Stay, Ohřecká osmička, Regionální produkt)		léto	Spuštění kampaně na relevantních webech	Projektový koordinátor
A4	Růst návštěvnosti webu www.dolnipoohri.cz vhodné propagaci	+ 15 % návštěv v	Celý rok	Analytika webu	Projektový koordinátor
A5	Nárůst počtu lidí, kteří sledují Facebookovou stránku Dolní Poohří a Instagram Dolní Poohří	+ 15 % sledujících / fanoušků	Celý rok	Facebookový profil, Instagram	PR sociální sítě - externě
A6	Vytvoření videospotů o destinaci	Min. 3 každoročně	Turistická sezóna	Umístění na kanál YouTube + web DADP	Ředitel ve spolupráci s externí agenturou
A7	PR v tištěných médiích	≥ 15 článků	Turistická sezóna	Tištěná média	Ředitel ve spolupráci s externí agenturou

A8	Vytvoření uceleného materiálu zaměřeného na ubytování a stravování	1	Celý rok	Fyzická / elektronická kontrola	Ředitel, Projektový koordinátor
A9	Vytvoření propagačních tiskovin zohledňujících cílové skupiny se specifickými potřebami (cyklostezka, ubytovací služby)	1	Celý rok	Fyzická / elektronická kontrola	Projektový koordinátor
A10	Výroba a distribuce propagačních předmětů (produktová karta Konference Stop&Stay, Ohřecká osmička, Regionální produkt, cyklostezka Ohře)		Celý rok	Fyzická kontrola	Projektový koordinátor

A11	Prezentace Dolního Poohří na veletrzích cestovního ruchu	6	Celý rok	Seznam, Fotografie	Asistentka ředitele, projektový koordinátor
A12	Zavedení školení pro partnery	2x ročně	Duben, září	Pozvánka, fotografie	Ředitel
A13	Zvýšení počtu distribučních míst oslovením nových partnerů	+ 10 partnerů	Celý rok	Seznam partnerů	Projektový koordinátor
A14	Realizace exkurze pro pracovníky v cestovním ruchu v regionu	1	duben	Fotografie	Projektový koordinátor
A15	Zpracování monitoringu v příslušných ukazatelích	1x ročně	říjen	Zpracovaný materiál	Ředitel
A16	Náprava připomínek vyplývající z rozhodnutí o certifikaci destinace	1	Září/říjen	Zpracovaný materiál	Ředitel
A17	Realizace setkání partnerských subjektů destinace (Regionální produkt, Cyklostezka Ohře)	2x ročně	Březen, listopad	Fotografie	Projektový koordinátor
A18	Zvýšení počtu příspěvateů do destinačního fondu	+ 5	Celý rok	Seznam	Projektový koordinátor

Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

2.1 Předpokládaný harmonogram aktivit

Tabulka 7 – Harmonogram aktivit

ID	Měsíc/aktivita	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen
A1	Vytvoření nového produktu						
A2	Vydání newsletteru						
A3	Internetová reklama s využitím sociálních sítí						

A4	Růst návštěvnosti webu www.dolnipoohri.cz díky vhodné propagaci						
A5	Nárůst počtu lidí, kteří sledují Facebookovou stránku Dolní Poohří a Instagram Dolní Poohří						
A6	Vytvoření videospotů o destinaci						
A7	PR v tištěných médiích						
A8	Vytvoření uceleného materiálu zaměřeného na ubytování a stravování						
A9	Vytvoření propagačních tiskovin zohledňujících cílové skupiny se specifickými potřebami						
A10	Výroba a distribuce propagačních předmětů						
A11	Prezentace Dolního Poohří na veletrzích cestovního ruchu						
A12	Zavedení školení pro partnery						
A13	Zvýšení počtu distribučních míst oslovením nových partnerů						
A14	Realizace exkurze pro pracovníky v cestovním ruchu v regionu						
A15	Zpracování monitoringu v příslušných ukazatelích						

A16	Náprava připomínek vyplývající z rozhodnutí o certifikaci destinace						
A17	Realizace setkání partnerských subjektů destinace						
A18	Zvýšení počtu příspěvatelů do destinačního fondu						
ID	Měsíc/aktivita	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
A1	Vytvoření nového produktu						
A2	Vydání newsletteru						
A3	Internetová reklama s využitím sociálních sítí						
A4	Růst návštěvnosti webu www.dolnipoohri.cz díky vhodné propagaci						
A5	Nárůst počtu lidí, kteří sledují Facebookovou stránku Dolní Poohří a Instagram Dolní Poohří						
A6	Vytvoření videospotů o destinaci						
A7	PR v tištěných médiích						
A8	Vytvoření uceleného materiálu zaměřeného na ubytování a stravování						
A9	Vytvoření propagačních tiskovin zohledňujících cílové skupiny se specifickými potřebami						
A10	Výroba a distribuce propagačních předmětů						
A11	Prezentace Dolního Poohří na veletrzích cestovního ruchu						
A12	Zavedení školení pro partnery						

A13	Zvýšení počtu distribučních míst oslovením nových partnerů						
A14	Realizace exkurze pro pracovníky v cestovním ruchu v regionu						
A15	Zpracování monitoringu v příslušných ukazatelích						
A16	Náprava připomínek vyplývající z rozhodnutí o certifikaci destinace						
A17	Realizace setkání partnerských subjektů destinace						
A18	Zvýšení počtu příspěvateľů do destinačního fondu						

Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

2.2 Předpokládaný finanční plán

Tabulka 8 – Finanční plán a)

ID	Aktivita	Počet kusů (pokud relevantní)	Předpokládané náklady celkem (v Kč)
A1	Vytvoření nového produktu	1	0
A2	Vydání newsletteru	4 x 1000 + neomezeně v PDF	40 000
A3	Internetová reklama s využitím sociálních sítí		50 000
A4	Růst návštěvnosti webu www.dolnipooohri.cz díky vhodné propagaci	+ 15 %	0
A5	Nárůst počtu lidí, kteří sledují Facebookovou stránku Dolní Poohří a Instagram Dolní Poohří	+ 15 %	20 000
A6	Vytvoření videospotů o destinaci	3	50 000
A7	PR v tištěných médiích	≥ 15 článků	15 000
A8	Vytvoření uceleného materiálu zaměřeného na ubytování a stravování	1	80 000
A9	Vytvoření propagačních tiskovin zohledňujících cílové skupiny se specifickými potřebami	1	30 000
A10	Výroba a distribuce propagačních předmětů		300 000
A11	Prezentace Dolního Poohří na veletrzích cestovního ruchu	6	100 000
A12	Zavedení školení pro partnery	2x ročně	10 000
A13	Zvýšení počtu distribučních míst oslovením nových partnerů	+ 10 partnerů	0
A14	Realizace exkurze pro pracovníky v cestovním ruchu v regionu	1	10 000
A15	Zpracování monitoringu v příslušných ukazatelích	1x ročně	15 000
A16	Náprava připomínek vyplývajících z rozhodnutí o certifikaci destinace	1	0
A17	Realizace setkání partnerských subjektů destinace	2x ročně	10 000
A18	Zvýšení počtu příspěvů do destinačního fondu	+ 5	0
	Zajištění běhu DADP (osobní a režijní náklady)	1	1 300 000
	Mandatorní výdaje (operativní leasing, pronájem prostor, telefonní služby,...)		1 500 000
	Celkem		3 530 000

Tabulka 9 – Finanční plán b)

Předpokládané výnosy	Předpokládané výnosy celkem (v Kč)
Příspěvek členů DADP	2 800 000
Destinační fond	100 000
Sponzoring na akce	80 000
Dotační titul (MMR, ITI,...)	neurčeno
Tržby z vlastní činnosti	150 000
Celkem	3 130 000

Zdroj: Vlastní zpracování, 2022