

Příloha č. 6 k Programu 2024 pro poskytování dotací na podporu rozvoje destinačních managementů Středočeského kraje z rozpočtu Středočeského kraje

DMO	Výchozí stav	Rozvojová priorita	Výstup
<p>Berounsko, z.s.</p>	<p>DMO Berounsko je mladou organizací, která byla do nedávné doby výrazně limitována personální poddimenzovaností. Díky dotačnímu programu se DMO v roce 2023 mohla více soustředit na rozvoj svých produktů, DMO se tak podaří zavést všechny své produkty na trh (základní zmapování komponentů, tištěné materiály, on-line komunikace). Rozvoj produktů však DMO vnímá jako kontinuální proces, je třeba navyšovat objem komunikačních aktivit, soustředit se více na reklamu. DMO také začala s průzkumem možností digitalizace návštěvnické karty, co by klíčového produktu spolupráce veřejného, soukromého a neziskového sektoru.</p> <p>Kromě rozvoje produktů cestovního ruchu byl nedostatkem personálu omezen i rozvoj členské a partnerské základny, na kterém je potřeba dlouhodobě pracovat tak, aby se na destinačním managementu podílela široká paleta subjektů cestovního ruchu.</p>	<p>Dle střednědobého strategického dokumentu Program rozvoje cestovního ruchu v turistické destinaci Berounsko 2020–2025 by DMO v rámci dotačního programu realizovala opatření 1.1 Podpora rozvoje a stabilizace DMO (akt. rozvoj členské a partnerské základny) a opatření 3.3 Rozvoj produktů cestovního ruchu.</p> <p>Pro realizaci opatření je klíčové udržení 0,5 pracovního úvazku specialistky cestovního ruchu, který byl vytvořen v roce 2023. Díky personální posile se DMO bude soustředit na další rozvoj produktů cestovního ruchu (podaří se dosáhnout fáze zavedené produkty na trhu) a na rozšiřování členské a partnerské základny.</p>	<p>Udržení 0,5 pracovního úvazku specialistky cestovního ruchu. Rozvoj produktů cestovního ruchu (rozvoj komunikačních aktivit a jejich navýšení, digitalizace návštěvnické karty – volba řešení) a rozvoj členské a partnerské základny (zintenzivnění jednání s potenciálními členy a partnery).</p>

DMO	Výchozí stav	Rozvojová priorita	Výstup
Pojizeří a Polabí, z.s.	DMO Pojizeří a Polabí pracuje intenzivně na svém rozvoji. Nyní má dokončenou dlouhodobou strategii, a chce začít pracovat na produktech cestovního ruchu. Propojení atraktivit má potenciál pro vznik produktu, který přiměje návštěvníky strávit v destinaci prodloužený víkend. Základem navržených produktů je orientace na zážitek a jejich obchodní zaměření umožňující jejich rozvoj na základě principů destinační spolupráce. DMO má jen jednoho zaměstnance na plný úvazek, je tedy nutné posílit personální zajištění.	Vytvořením druhé pracovní pozice DMO Produkt manažera alespoň na půl úvazek zajistí DMO aktivní práci na tvorbě produktové strategie a produktu samotného. Hlavním úkolem bude aktivně pomáhat nabídce turistické oblasti vzájemně propojovat, aby mohla být komunikována na jednotlivé zdrojové trhy a cílové segmenty návštěvníků v souladu s aktuální poptávkou a trendy. Pro každý produkt by DMO měla mít k dispozici jasnou produktovou strategii zahrnující způsob rozvoje produktů a jejich podporu prostřednictvím vhodných komunikačních nástrojů.	Pracovní úvazek 1/2, vytvoření produktové strategie a produktu cestovního ruchu.
Kladensko – Slánsko, z.s.	Personální poddimenzovanost brání významnějšímu posunu v rámci tvorby produktů a profilování destinace. Velká administrativní zátěž, nízké personální obsazení.	Prioritou je pomocí motivační složky udržení minimálně jednoho plného úvazku / zaměstnance DMO, resp. produktového manažera.	Produktový manažer – pracovník DMO na plný úvazek a vytvoření produktového portfolia.
Turistická oblast Kutnohorsko a Kolínsko, z.s.	Turistická oblast Kutnohorsko a Kolínsko začala aktivně fungovat v září 2019 s jednou osobou na plný úvazek, která zastává roli manažerky destinace. Od poloviny roku 2023 se tým rozšířil o člena s částečným úvazkem, který se zaměřuje na tvorbu obsahu pro sociální sítě a správu Instagramového účtu destinace. I když je destinace považována za „mladou“ s potenciálem pro další rozvoj, má již	Vytvoření atraktivního turistického produktu: Hlavním cílem je vybudovat jedinečný turistický produkt s důrazem na udržitelnost a přínos pro celou oblast. Hra „Dobrodružné putování Kutnohorskem a Kolínskem“ bude stavebním kamenem tohoto produktu, který bude nadále zdokonalován a rozvíjen pracovní skupinou. Obsazení pracovního místa pro rozvoj destinace: Zaměříme se na obsazení	<ol style="list-style-type: none"> 1. Propagační materiál v českém a anglickém jazyce (digitální nebo tištěná podoba). 2. Obsazení pracovní pozice na částečný úvazek. 3. Dokončení tvorby a spuštění pilotní verze turistického produktu.

DMO	Výchozí stav	Rozvojová priorita	Výstup
	<p>vybudované základy turistického cestovního ruchu.</p> <p>V roce 2022 byl vypracován strategický dokument s jasnou definicí produktového portfolia. Cílem je identifikovat stěžejní téma a vytvořit nový, atraktivní a dlouhodobě udržitelný turistický produkt. Současný marketingový přístup je zaměřen především na sociální sítě, kde prostřednictvím cílených kampaní oslovují různé cílové zákazníky a podporují hru „Dobrodružné putování Kutnohorskem a Kolínem“. Pro další rozvoj destinace je potřeba rozšířit tým o kvalitního člena, který se bude věnovat rozvoji, administrativě a marketingu. Důležité je také mít komplexní propagační materiál, který bude sloužit k propagaci destinace na on-line i off-line akcích a bude dostupný v minimálně dvou jazycích pro široké spektrum potenciálních návštěvníků.</p>	<p>pracovní pozice pro marketing a administrativu, spolupráci s členy destinace a pravidelnou aktualizaci webových stránek a sociálních sítí. Tato osoba bude klíčová pro udržení spojení s členy a zajištění pravidelného provozu.</p> <p>Vytvoření komplexního propagačního materiálu: Prioritou je vytvořit kvalitní propagační materiál v českém jazyce, který bude prezentovat atraktivní cíle a nabídky destinace. Materiál bude distribuován partnerům a informačním centrům pro přilákání širšího okruhu návštěvníků.</p>	
<p>Posázaví o.p.s.</p>	<p>S ohledem na stav fungování destinační společnosti a zaběhnutý systém koordinace tvorby produktů a jejich marketing budou i v roce 2024 pokračovat investice do zkvalitňování turistických cílů a služeb.</p>	<p>Spolupráce v rámci koordinace velkých investičních projektů ve spolupráci s investory – Rekonstrukce lávky přes Sázavu u Jawy = realizace – na páteřní cyklostezce č. 19 / č. 11, projekt revitalizace klášterních zahrad v sázavském klášteře (100 mil Kč) = realizace, postup v přípravě projektů na EV7</p>	<p>Podané projekty do IROP, na Středočeský kraj, do NPPCR = koordinace přípravy, zahájení jejich realizace, marketing realizace projektů.</p>

DMO	Výchozí stav	Rozvojová priorita	Výstup
		z Vraného nad Vltavou do Štěchovic a Posázavské stezce č. 19 úsek z Davle do Jílového u Prahy a v úseku Nespeky – Baštírna (Senohraby) = přesuny a modernizace dílčích částí.	
Toulava, o.p.s.	DMO Toulava rozvíjí cestovní ruch podél pravého břehu řeky Vltavy, konkrétně Orlické a Slapské přehrady. V rámci této lokality chybí navigační systém pro turisty – nástěnné mapy, propagační materiál zaměřený na tento konkrétní produkt, vytvoření samostatné sekce na webu www.toulava.cz , která by toto území podrobně mapovala a představovala až do požadovaného detailu.	Dle marketingového plánu DMO Toulava 2023–2024, kapitola: Orlická přehrada a Sedlčanské výhledy bude tato kapitola rozvojovou prioritou pro rok 2024. Na základě analýzy Orlické přehrady vytvořené v roce 2021 bude v příštích letech vznikat komplexní produkt, který bude mít za cíl propojit pěší turistiku, cykloturistiku (cyklo Vltavská), vodní plavbu, kempy, koupání, nabídku ubytovacích a stravovacích služeb, kulturní akce a turistické zajímavosti. Touto prioritou bychom rádi v roce 2024 posílili informační infrastrukturu.	Výstupem této rozvojové priority bude vytvoření nástěnných turistických map Orlické přehrady, Kamýcké přehrady a jižní části Slapské přehrady, které budou distribuovány do kempů a významných míst u řeky Vltavy. Vytvoření přehledného kapesního materiálu s komplexní nabídkou atraktivit a služeb, pořízení stojanů na tyto materiály. Vznik a rozvoj samostatné webové sekce www.toulava.cz/orlik a www.toulava.cz/sedlcansko , propagace těchto webových stránek bude probíhat formou kampaně. Aby tyto výstupy mohly vzniknout, bude zřízeno pracovní místo pro realizaci těchto aktivit.
Kraj blanických rytířů, z.s.	Díky rozvojové prioritě z minulého roku se podařilo destinaci navýšit personální obsazení destinace o 0,5 úvazku, což bylo podpořeno členskou základnou, která zafinancovala další navýšení. V současné době tedy destinace operuje na 2 úvazky rozdělené do 4 částečných úvazků. Díky tomu se chod destinace zefektivnil, zlepšila se komunikace se členy a došlo k navýšení kapacit díky kterým se můžeme účastnit na	Prioritou na rok 2024 zůstává 1/2 úvazku pro PR manažera. Ten se bude starat o komunikaci a marketing a tím pádem můžeme dále rozvíjet destinaci a projekty např. rozvoj produktového portfolia, vzdělávací aktivity pro členy, tiskoviny a prodej služeb.	Ponechání 0,5 úvazku, rozvoj produktového portfolia a rozšíření povědomí o destinaci a její značce.

DMO	Výchozí stav	Rozvojová priorita	Výstup
	projektech členů a zároveň vytvářet projekty vlastní.		
Sdružení Český ráj, z.s.	<p>Web cesky-raj.info jako oficiální internetová prezentace regionu zastává klíčovou roli v marketingu a komunikaci destinace. Současná podoba webových stránek však již neodpovídá aktuálním trendům ani potřebám destinačního managementu. Český ráj, podobně jako řada dalších atraktivních regionů v současné době v principu neřeší ani tak problém nedostatku návštěvníků a turistů, jako spíše jejich distribuci v prostoru a čase, respektive se potýká s problémem přetížení návštěvnických hotspotů v hlavní sezóně a celkovým přetížením populárních míst a tras.</p>	<p>Vytvoření nové webové prezentace na doméně www.cesky-raj.info (redesign webu), která bude odpovídat současným trendům v oblasti technologií a zároveň bude korespondovat s potřebami destinace. V rámci redesignu webového portálu jeho stěžejní role není vnímána jako nástroj k propagaci regionu (lákání dalších návštěvníků), ale hlavně jako ústřední bod komunikace s jednorázovými návštěvníky a turisty, stejně jako se stálým publikem. Funkce informačního hubu logicky vyžaduje maximální využití širokého spektra relevantních online a offline marketingových kanálů, přičemž klíčovým aspektem je maximální využití poznatků o struktuře a potřebách hlavních cílových skupin.</p>	<p>Cílem redesignu webových stránek by proto měla být jejich celková modernizace s maximální orientací na konverzní akce odpovídajících strategickým cílům DMO, přičemž hlavní důraz by měl být kladen na následující atributy: • Logická kategorizace rozsáhlého množství rozmanitých informací o regionu; • Prioritizace témat; • Uživatelsky přívětivá, tedy jednoduchá a srozumitelná navigace s ohledem na nejhledanější obsah a sezónnost; • Moderní design podporující budování značky (brandu) destinace; • Mobile-first design; • SEO; • Propojení se sociálními sítěmi.</p>
Turistická oblast Mělnicko – Kokořinsko, z.s.	<p>Turistická oblast Mělnicko-Kokořinsko, z.s. funguje čtvrtým rokem a od října 2022 je nejmladší certifikovanou DMO ve Středočeském kraji. Vzhledem k rozsahu činnosti je DMO personálně poddimenzovaná. Tuto situaci se podařilo v loňském roce částečně sanovat díky dotačnímu titulu STČ kraje a možnosti vytvoření ½ úvazku produktového manažera.</p> <p>Díky vytvoření tohoto místa se podařilo:</p>	<p>1) Rozvojovou prioritou pro další období je udržení 0,5 úvazku produktového manažera, který ve vazbě na předchozí období bude pracovat zejména na posílení vazeb-společně se všemi aktéry pro sezonní a mimosezonní nabídku. • 2) Vinařská turistika – Propagace, pomoc při certifikaci vinařského fondu, vytvoření podmínek pro spolupráci s CzT, tvorba videí. • 3) Dopracování střednědobé Strategie CR s produktovým portfoliem a navazující Akční plán. • 4)</p>	<p>1) Udržení 0,5 úvazku produktového manažera. Posílení vazeb mezi poskytovateli CR, které povedou k vydání mimosezonních novin a kampaní. • 2) Vinařská turistika – činnost produktového manažera, který bude koordinovat propagaci, tvorbu videí a podkladů pro kampaně. • 3) Činnosti produktového manažera při koordinaci tvorby Akčního plánu na základě zpracované Strategie vč. produktového portfolia. • 4) Návštěvnická karta – návrh na základě provedené analýzy</p>

DMO	Výchozí stav	Rozvojová priorita	Výstup
	<p>Zkvalitnění spolupráce se SCCR (díky existenci 0,5 úvazku produktového manažera bylo možné promptně a důsledně reagovat na podněty ze strany SCCR, spolupracovat na konkrétních akcích (např. press tripy) a vytvářet kvalitnější obsah i pro požadavky ze strany agentury CzechTourism.</p> <p>DMO vydala novou brožuru, kalendář akcí na webových stránkách, je aktivní na soc. sítích, byla zpracován katalog filmových míst. DMO zahájila práce na mapování podmínek pro návštěvnickou kartu, nicméně tato aktivita je navázána na zpracování střednědobého Strategie vč. produktového portfolia. Z tohoto důvodu se vydání návštěvnické karty nachází ve stavu rozpracovanosti a s přesahem do dalšího období.</p> <p>Rovněž byla zahájena činnost směřující k rozšíření území, což bude mít dopad a provázanost na všechny vykonávané aktivity.</p>	<p>Vytvoření podmínek pro návštěvnickou kartu (virtuální). • 5) Posilování vazeb v rámci poskytovatelů CR, síťování služeb. • 6) Dotační poradenství pro oblast CR – Zahrnuje oblast marketingových aktivit, tak oblast infrastruktury cestovního ruchu.</p>	<p>podmínek a potřeb. V případě návštěvnické karty nedošlo k jejímu vydání, zatím jsou zmapovány zapojené subjekty a vyčkává se, zda se připojí další partneři (nové území). • 5) Zvýšení počtu partnerů zejména z podnikatelské sféry a uzavření partnerských smluv. • 6) Dotační poradenství – monitoring dotačních titulů, konzultace a participace na zpracování žádosti o dotaci z DT Středočeského kraje, národních zdrojů a evropských zdrojů pro partnery a aktéry v území.</p>

Přehled požadovaných aktivit k produktu SCCR „Pustit k vodě“, které jsou podmínkou k udělení dotace v bodu e. Programu:

- spolupráce na tvorbě obsahu webu Pustit k vodě:
 - vytvoření podkladů pro tvorbu min. 2 výletů na vodě (v rámci hlavních rubrik webu: rekreační plavba lodí, vodácké výlety, vodní sporty, parníky a výletní lodě, koupání),
 - vytvoření podkladů pro tvorbu min. 4 výletů okolo vody (v rámci vedlejších rubrik webu: pěší výlety a výlety na kole),
 - vytvoření podkladů pro tvorbu min. 10 stravovacích a 10 ubytovacích zařízení okolo vody, vč. zajištění komunikace s dotčenými podnikateli, zajištění jejich souhlasu s publikováním a získání propagačních fotografií,
 - vytvoření podkladů pro tvorbu min. 10 turistických cílů okolo vody,
 - veškeré výše uvedené podklady budou vytvořeny na základě předem stanovených mustrů dodaných ze strany SCCR,
 - vytvoření podkladů pro tvorbu min. 2 článků do online Magazínu webu Pustit k vodě na téma vodní turistika, každý článek o rozsahu min. 3000 a max. 6000 znaků včetně mezer,
- propagace produktu Pustit k vodě na webu DMO s patřičným prolinkem na web Pustit k vodě: www.pustitkводе.cz,
- tvorba výstupů na sociálních sítích:
 - min. 10 příspěvků na Facebooku DMO na téma vodní turistika,
 - min. 5 příspěvků na Instagramu DMO na téma vodní turistika (v případě, že DMO nedisponuje profilem na Instagramu navyšuje se o toto množství počet příspěvků na Facebooku DMO),
 - min. 2 příspěvky na Facebooku ve veřejné skupině Cyklovýlety po středních Čechách za příslušnou DMO se zaměřením na cyklovýlety k vodě a okolo vody, primárně na páteřní cyklotrasy podél řek,
 - veškeré výstupy na sociálních sítích budou odpovídat předem daným parametrům:
 - zveřejnění v průběhu sezóny od května do října,
 - Krátké a úderné autorské texty – min. 100 a max. 550 znaků vč. mezer,
 - střizlivé užití emotikonů – max. 5 v jednom textu (nenahrazující slova),
 - 1-5 image fotografií, každá s orientací na šířku s doporučeným rozlišením 1200 x 630 px (1.91:1), nebo horizontální video,
 - ke každé fotografii nebo videu musí mít DMO licenci a musí správně uvést zdroj a autora,
 - nepoužívat místo fotografií s reáliemi plakáty ani jinak graficky zpracované pozvánky na akce,
 - příspěvky budou obsahovat označení na sociální síť produktu Pustit k vodě: Facebook @pustitkводе, Instagram @pustitkводе, obecné označení #pustitkводе,
- zorganizovat min. 2 koordinační jednání s partnery v území na téma vodní turistika s cílem zapojení se do produktu Pustit k vodě, 1. jednání v období únor–květen (tzn. v rámci příprav před hlavní sezónou) a 2. jednání v rozmezí říjen–prosinec 2024 (tzn. v rámci vyhodnocení po hlavní sezóně),
- veškeré aktivity konzultovat a postupovat v souladu s instrukcemi SCCR.