



Příloha žádosti o poskytnutí dotace („G“)

Stručný popis projektu a jeho vazby na region pro potřeby vydání stanoviska RSK

VÝZVA: 2/2020/117D72200

POPIS PROJEKTU S VAZBOU NA REGION A REGIONÁLNÍ STRATEGIE

Identifikace žadatele	
Pořadové číslo žádosti	112891
Název žadatele	Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu
▪ Statutární orgán	Ing. Radovan Vašíček
▪ IČ	75087057
▪ Adresa sídla	Horní nám. 367/5, 772 00 Olomouc
Název akce	Marketing TO Střední Morava 2020
Kraj realizace	Olomoucký

Identifikace akce (projektu)	
Stručný popis záměru	<p>Primárním cílem projektu je zefektivnění řízení destinace TO Střední Morava v souladu s podmínkami certifikace destinačních společností. Klíčové aktivity směřují do oblasti tvorby produktů, jejich distribuci a v neposlední řadě komunikační kampaně prostřednictvím roadshow a online kampaní. V oblasti marketingového výzkumu bude v projektu realizována Analýza návštěvnosti TO Střední Morava na základě signalizačních dat ze sítě mobilního operátora. V oblasti tvorby a inovace produktů se DMO zaměří na klíčové tematické produkty. V oblasti brandu destinace bude rozšířena fotobanka, která bude k dispozici nejen DMO, ale také partnerům. Oblast distribuce produktů CR se soustředí na ugrade webového portálu (zavedení nových funkcionalit) www.moraviaforyou.cz, který nabízí finální produkty (pobytové, poznávací balíčky, výlety). Dále je oblast distribuce zaměřena na tvorbu nového webového portálu TO Střední Morava. Oblast komunikace nabízí tvorbu propagačních materiálů k vytvořeným produktům, propagačního materiálu pro rodiny s dětmi a propagačního materiálu TOP ze Střední Moravy, které se budou propagovat/distribuvány prostřednictvím akcí DMO, Olomouckého kraje, partnerů v regionu a CzechTourism, roadshow a online kampaní. Všechny oblasti jsou vzájemně provázány.</p>
Stručný popis hlavních výstupů a aktivit projektu	<p>Oblast Marketingové výzkumy Aktivita: Analýza návštěvnosti turistické oblasti Střední Morava: Analýza návštěvnosti turistické oblasti Střední Morava pomocí analýzy signalizačních dat ze sítě mobilního operátora. Cílem je monitoring mobility a změn spotřebního chování návštěvníků před a v post-covidovém období.</p> <p>Oblast Tvorba a inovace produktů Aktivita: Rozvoj regionálních produktů: 7 klíčových produktů: Duchovní Olomouc, Moravská stezka, Ochutnejte Hanou, Putování po Jantarové stezce, Pohádkové bytosti a legendy, Vojenství – osobnosti, bojiště, pevnosti a Arcibiskupské putování. Výstupem budou propagační materiály, výlety a balíčky.</p> <p>Oblast brand destinace Aktivita: Fotobanka: Nákup popř. Pořízení fotografií k produktům. Fotografie budou umístěny v cloudovém úložišti pro budoucí využití při marketingových aktivitách DMO či partnerů.</p> <p>Oblast distribuce produktů CR</p>



	<p>Aktivita: www.moraviaforyou.cz: upgrade portálu, nová funkcionalita, Webový portál bude sloužit k prodeji pobytových balíčků, výletů a služeb cestovního ruchu z TO Střední Morava.</p> <p>Aktivita: Tvorba nového webového portálu TO Střední Morava: Webový portál bude sloužit k prezentaci vytvořených produktů, výletů a služeb cestovního ruchu z TO Střední Morava.</p> <p>Oblast komunikace</p> <p>Aktivita: Ediční činnost: tvorba propagačních materiálů k vytvořeným produktům, propagačního materiálu pro rodiny s dětmi a propagačního materiálu TOP ze Střední Moravy.</p> <p>Aktivita: Outdoorový prezentační stánek: nákup mobilního outdoorového prezentačního stánku.</p> <p>Aktivita: Online marketing I.: tvorba krátkých videospotů k produktům.</p> <p>Aktivita: Online marketing II.: online kampaně (sociální sítě, webové prohlížeče, bannerové reklamy).</p> <p>Aktivita: Prezentační akce: prezentace produktů a turistické nabídky v rámci DCR.</p>		
Rozpočet projektu dle aktivit	Oblast	Aktivita	Rozpočet v Kč vč. DPH
	Marketingový výzkum	Analýza návštěvnosti TO SM – signalizační data	500.000
	Tvorba a inovace produktů	Tvorba regionálních produktů	120.000
	Brand destinace	Fotobanka k produktům (100 ks fotografií)	120.000
	Distribuce produktů CR	www.moraviaforyou.cz – upgrade prodejního portálu	120.000
		Webový portál Střední Moravy	200.000
	Komunikace	Ediční činnost (propagační materiály k produktům, pro rodiny s dětmi, TOP ze Střední Moravy)	620.000
		Outdoorový prezentační stánek	80.000
		Videospoty k produktům	300.000
		Online kampaně	100.000
		Prezentační akce	200.000
	Celkem		2.360.000
Popis vazby projektu na region / destinaci	Potřeba realizace projektu vznikla na základě identifikovaných potřeb rozvoje cestovního ruchu v TO Střední Morava, vycházejících ze zpracovaných strategických dokumentů Olomouckého kraje a plánu činnosti DMO Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu. Předkladatel projektu se zaměřil na oblast marketingového výzkumu a na marketingové aktivity, které jsou orientované na podporu domácího i příjezdového cestovního ruchu. Projekt je v souladu se strategií s názvem Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 – 2020, který představuje základní vizi rozvoje, definování cílů a formulace problémových oblastí cestovního ruchu Olomouckého kraje.		
Poznámka	(max. 1 strana)		



VAZBA PROJEKTU NA REGIONÁLNÍ STRATEGIE

Popis vazby na strategie kraje	
Název strategického dokumentu ¹	Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 – 2020
Identifikace konkrétní priority	2 Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky
Identifikace konkrétní aktivity	2.1 Vývoj a zkvalitnění nabídky konkurenceschopných témat a produktů destinace
Popis vazby, respektive způsobu jakým projekt přispívá k naplnění dané aktivity	Projekt přispívá k naplnění aktivity realizací aktivity Rozvoj regionálních produktů.

Popis vazby na strategie kraje	
Název strategického dokumentu ²	Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 – 2020
Identifikace konkrétní priority	2 Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky
Identifikace konkrétní aktivity	2.2 Realizace efektivních marketingových aktivit destinace, podpora prodeje, prodej produktů
Popis vazby, respektive způsobu jakým projekt přispívá k naplnění dané aktivity	Projekt přispívá k naplnění aktivity realizací aktivit Fotobanka, www.moraviaforyou.cz (upgrade webu pro CK – prodejní portál); Tvorba nového webového portálu TO SM (produkty, výlety); Ediční činnost (vydávání propagačních materiálů) a prezentace produktů formou online marketingu a osobní prezentace.

Popis vazby na strategie kraje	
Název strategického dokumentu ³	Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 – 2020
Identifikace konkrétní priority	2 Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky
Identifikace konkrétní aktivity	2.3 Tvorba koncepcí a strategií, zajištění marketingových informací (statistika, průzkumy,...)
Popis vazby, respektive způsobu jakým projekt přispívá k naplnění dané aktivity	Projekt přispívá k naplnění aktivity realizací aktivity Analýza návštěvnosti turistické oblasti Střední Morava na základě signalizačních dat ze sítě mobilního operátora.

Dne	24.6.2020
Jméno, podpis	Ing. Radovan Vašíček

1 Např.: Program rozvoje kraje, Program rozvoje cestovního ruchu kraje, Strategie rozvoje cestovního ruchu kraje, Marketingová koncepce cestovního ruchu, kraje, atd. Bližší podrobnosti k aktuálním strategickým dokumentům naleznete na webových stránkách krajů, případně se obraťte na krajská oddělení cestovního ruchu.

2 Např.: Program rozvoje kraje, Program rozvoje cestovního ruchu kraje, Strategie rozvoje cestovního ruchu kraje, Marketingová koncepce cestovního ruchu, kraje, atd. Bližší podrobnosti k aktuálním strategickým dokumentům naleznete na webových stránkách krajů, případně se obraťte na krajská oddělení cestovního ruchu.

3 Např.: Program rozvoje kraje, Program rozvoje cestovního ruchu kraje, Strategie rozvoje cestovního ruchu kraje, Marketingová koncepce cestovního ruchu, kraje, atd. Bližší podrobnosti k aktuálním strategickým dokumentům naleznete na webových stránkách krajů, případně se obraťte na krajská oddělení cestovního ruchu.

