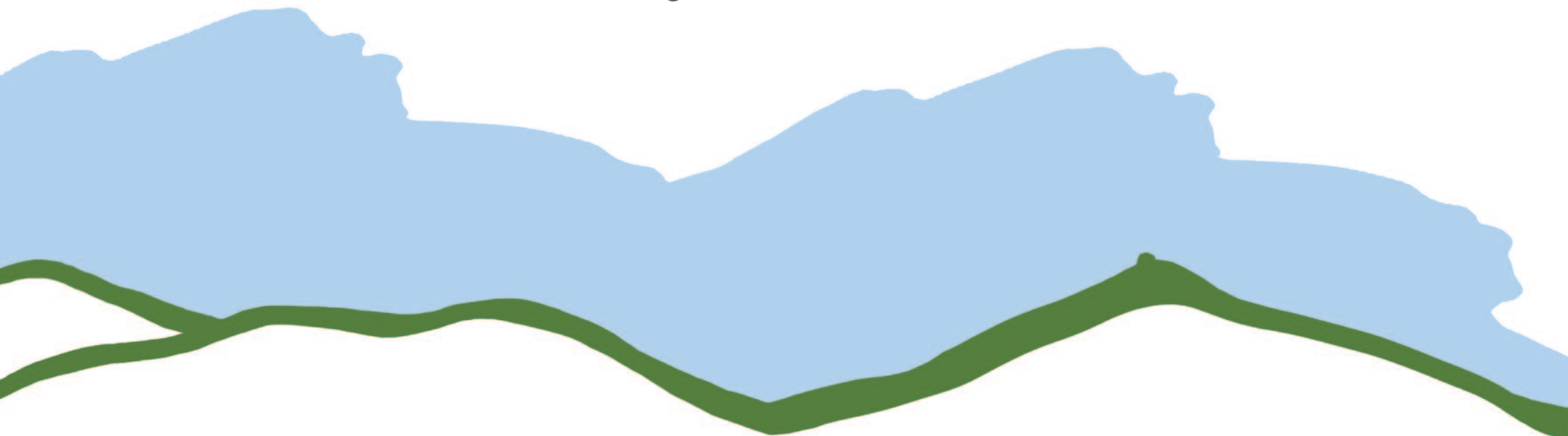




KRKOŇOŠE

regioncard.cz



PŘEDSTAVENÍ REGIONÁLNÍ KARTY HOSTA – „KRKONOŠE REGIONCARD“

PÁR SLOV NA ÚVOD

Když v roce 1951 Jan Werich ve slavném filmu „Císařův pekař – Pekařův císař“ poprvé zazpíval píseň: „**Ten umí to a ten zas tohle a všichni dohromady uděláme moc**“, určitě netušil, nakolik předběhl dobu a kolik významů tato píseň v budoucnu získá. Lze ji úspěšně aplikovat také při hledání východiska z nelehké situace, v níž se nachází největší české hory.

Není tajemstvím, že Krkonoše prochází obdobím stagnace. Z dostupných statistik je patrný propad návštěvnosti jen za poslední dva roky v průměru o 40%. Pokud nedojde v relativně krátké době k zásadnímu obratu, může se celý region dostat do vážných existenčních problémů. Chybějící služby, zastaralá infrastruktura, nízká úroveň spolupráce mezi horskými areály a obcemi, slabá příhraniční aktivita se sousedním Polskem, jehož návštěvnický potenciál nelze pominout. To vše má za následek neblahý stav věcí, který současně negativně ovlivňuje probíhající ekonomická krize. Zásadním nedostatkem je ale **absence společných marketingových aktivit celého regionu**.

CO S TÍM?

Klíčem k ekonomickému růstu regionu bude vytvoření standardních podmínek pro rozvoj turistického ruchu. Propojení lyžařských areálů tam, kde to bude možné, a rozvoj služeb přinesou rozšíření nabídky pracovních příležitostí místním obyvatelům a zvýšený komfort pro návštěvníky Krkonoš. **Nejdůležitějším předpokladem bude nastavení systému spolupráce celého regionu v nejširším smyslu slova**. V Evropě již není prostor pro budování malých izolovaných lyžařských středisek. Příkladem nám mohou být horské resorty v Itálii, Rakousku, Francii či Německu.

Zavedení regionálních, obchodních a marketingových aktivit na úrovni evropských standardů, postupný rozvoj infrastruktury a vytvoření vazeb se sousedním Polskem tak, jak tomu bylo do začátku minulého století, bude znamenat zásadní přelom v rozvoji regionu.

BEZ SPOLEČNÝCH MARKETINGOVÝCH AKTIVIT TO NEPŮJDE!

Vytvoření celoregionální obchodní a marketingové struktury způsobilo v minulých letech nečekaný nárůst počtu návštěvníků v řadě evropských horských středisek. Je nejvyšší čas využít jejich zkušeností k odvrácení negativních vlivů, ohrožujících prosperitu Krkonoš. Tento ozdravný proces musí probíhat na základě připraveného časového harmonogramu. Bude třeba definovat soubor již existujících aktivit, vytvořit z nich obchodně – marketingové „balíčky“, které lze ihned uvést na trh a na základě reálných možností projekt rozvíjet z hlediska krátkodobých, střednědobých a dlouhodobých cílů. Podnět ke změnám ale musí přijít odspodu. I tady platí, že naše problémy za nás nikdo nevyřeší. Bude záležet na přístupu každého zastupitele, podnikatele, občana. Právě jich se úpadek, či budoucí prosperita, týká především.



„KRKONOŠE REGIONCARD“

Osvědčeným nástrojem pro vytvoření regionální marketingové struktury je „Celoregionální karta hosta“ se všemi podpůrnými nástroji, jako je „Web shop“ atp.



KARTA HOSTA

je marketingový nástroj sloužící k propagaci regionu jak na tuzemském, tak na zahraničním trhu. Cílem je přilákat k návštěvě regionu nové návštěvníky, navýšit počet dní strávených v regionu a zajistit jejich opětovnou návštěvu v budoucnu.

KARTA HOSTA

slouží k prezentaci regionu a veškerých služeb s kartou spojených. Majitel karty může navštívit turistické atrakce a využít služby zahrnuté v projektu za zvýhodněných cenových podmínek. Karta si tak bere za cíl rozpohybovat hosta po celém území regionu.

KARTA HOSTA

otevívá možnost rozmanitého využití pro všechny zainteresované strany.

- **Poskytovatelům služeb** zajistí v časovém období 1 – 3 let zásadní nárůst počtu klientů. Prostřednictvím Web shopu umožní kdykoliv realizovat lokální i celoplošné, dlouhodobé i časově omezené slevové akce.
- **Městům a obcím** umožňuje získat řadu významných informací.
- **Nositelům projektu** zpřístupní řadu dat, ze kterých lze vyčíst užitečné informace (analýza návštěvnosti regionu, složení návštěvnického portfolia atd.) pro plánování cílených marketingových aktivit.



„KRKONOŠE REGIONCARD“ – POUŽITÝ MODEL



Projekt „Krkonoše regioncard“ využívá dlouhodobých zkušeností rakouské společnosti SITOUR, která vyvinula nejrozšířenější software v oblasti návštěvnických karet v Evropě. Již řadu let se s jejich kartami můžeme setkat v Rakousku, Itálii, Německu, Slovensku a nově také v České republice. Společnost SITOUR je partnerem projektu „Krkonoše regioncard“.

CHARAKTER KARTY:

- 1) **TYP KARTY** – placená či bezplatná slevová karta (dle rozsahu spolupráce s místním prostředím).
- 2) **PLATNOST** – 14 dní od aktivace karty.
- 3) **PŘENOSNOST KARTY** – nepřenositelná, poskytovatel si vyhrazuje právo kontroly osobních dokladů.
- 4) **CELOROČNÍ POUŽITÍ KARTY** – karta obsahuje jak letní, tak zimní služby.
- 5) **PŮSOBNOST KARTY** – projekt zahrnuje území celého horského regionu Krkonoše.
- 6) **OBSAH KARTY – NABÍDKA SLUŽEB** – v projektu jsou obsaženy významné slevy na důležité a maximálně zajímavé služby. Slevy musí být ekonomicky zajímavé a jednoduše srozumitelné.
- 7) **PRAVIDLA A SMLUVNÍ VZTAHY** – pevné smluvní vztahy jsou základem úspěchu celého projektu.
- 8) **DRUHY KARET** – v současnosti projekt nabízí dva druhy karet – dětskou a dospělou. Karty se liší pouze cenou. Charakter služeb obou karet je stejný. Do budoucna připravujeme řadu dalších možností využití „Krkonoše regioncard“ jako například „Karta obyvatele“ atd.
- 9) **POUŽITÁ TECHNOLOGIE** – software rakouské společnosti SITOUR.



OBCHODNÍ MODEL:

- 1) **CENOVÉ VARIANTY** – kartu lze nabízet ve dvou variantách závislých na potřebách místní samosprávy. Primárně se jedná o placenou slevovou kartu, kterou lze v případě užší spolupráce s místní samosprávou distribuovat bezplatně.
- 2) **CENA** – 150 Kč dospělá karta, 90 Kč dětská karta
- 3) **DISTRIBUCE** – probíhá prostřednictvím tří základních prodejních kanálů – prostřednictvím obchodních partnerů v regionu, prostřednictvím partnerů v zahraničí a třetí variantou je internetový prodej.
- 4) **WEB SHOP** – jeden z významných podpůrných nástrojů Karty hosta je „Web shop“, který umožní v krátkých časových intervalech realizovat lokální i regionální akční nabídky.

ČASOVÝ HARMONOGRAM PŘÍPRAV



LEDEN	● PŘÍPRAVA PROJEKTU
ÚNOR	● START WEBOVÝCH STRÁNEK ● PŘÍPRAVA SMLUV S POSKYTOVATELI SLUŽEB
BŘEZEN	● VÝROBA PREZENTAČNÍCH MATERIÁLŮ
DUBEN	● DISTRIBUCE HARDWARU A ŠKOLENÍ DISTRIBUČNÍCH A AKCEPTAČNÍCH MÍST ● ZAHÁJENÍ REKLAMNÍ KAMPANĚ
KVĚTEN	● SPUŠTĚNÍ CALL CENTRA ● ZKUŠEBNÍ PROVOZ
ČERVEN	● START PROJEKTU



Základním cílem marketingových a komunikačních aktivit pro období prvního roku bude uvedení „Krkonoše regioncard“ na trh v nejširším smyslu slova.

PUBLIC RELATIONS

Vedle klasických reklamních metod, zajistí partnerská společnost BISON & ROSE spektrum služeb v oblasti Public relations. Analýzy trhu, příprava komunikačních strategií a dobré vztahy s novináři, cestovními kanceláři, státní správou a jednotlivými členy projektu jsou základním předpokladem společného úspěchu.

REKLAMA

V oblasti reklamy hodlá nositel projektu – společnost United Sport Partners – využít celé spektrum reklamních nástrojů.

OUTDOOROVÉ REKLAMNÍ PLOCHY V REGIONU

- reklamní plochy v rámci lyžařských středisek v celém regionu včetně Polska
- reklamní plochy ve městech a obcích v celém regionu včetně Polska
- billboardy v rámci hranic regionu

OUTDOOROVÁ REKLAMA CELOPLOŠNÁ

- billboardy, citylighty v dojezdových velkých městech (Praha, Brno atp. včetně Polska)

PROPAGACE PROSTŘEDNICTVÍM PARTNERSKÝCH INSTITUCÍ (jako např. Czechtourism)

- webové stránky – prolinky
- tiskoviny

ZAHRANIČNÍ PROPAGACE

- webové stránky
- zahraniční instituce
- veletrhy cestovního ruchu
- cestovní kanceláře



MEDIÁLNÍ KAMPAŇ

- rádia, TV – ČR, PL

KAMPAŇ V RÁMCI SOCIÁLNÍCH SÍTÍ (facebook, twitter)

- zajišťuje společnost MY.cz

REFERENCE REGIONÁLNÍCH KARET HOSTA ZE ZAHRANIČÍ



SALZBURGERLAND CARD (Rakousko)

- start projektu v roce 1998
- každým rokem přibývá řada nových partnerů projektu, což dokazuje dlouhodobý zájem o projekt
- v letní sezóně 2009 prodáno 49 591 karet (nárůst 2,5%)
- v roce 2009 se zvedl obrát oproti roku 2008 o 14,7%



MIEMINGER PLATEAU (Rakousko)

- start projektu ZIMA 2009/10
- 90% hostů využilo nabídky služeb karty a byli z ní nadšeni
- Pro 70% místních poskytovatelů služeb se stal jak celý region, tak jejich vlastní služby atraktivnější

EUROMOBIL testoval zimní sezónu 2009/2010 v Mieminger Plateau s výsledkem:

78,12%	hostů se o kartě a službách s ní spojených informovalo před jejich rezervací pobytu
66,67%	hostů shledává kartu hosta jako atraktivní přidanou hodnotu
90%	hostů bylo turistickou nabídkou regionu nadšeno
75%	hostů pokládá zavedení takové karty za nutnost
87,5%	hostů využilo více z nabízených služeb
85%	hostů označilo kartu hosta za důležitou pro rozvoj a kvalitu služeb v regionu

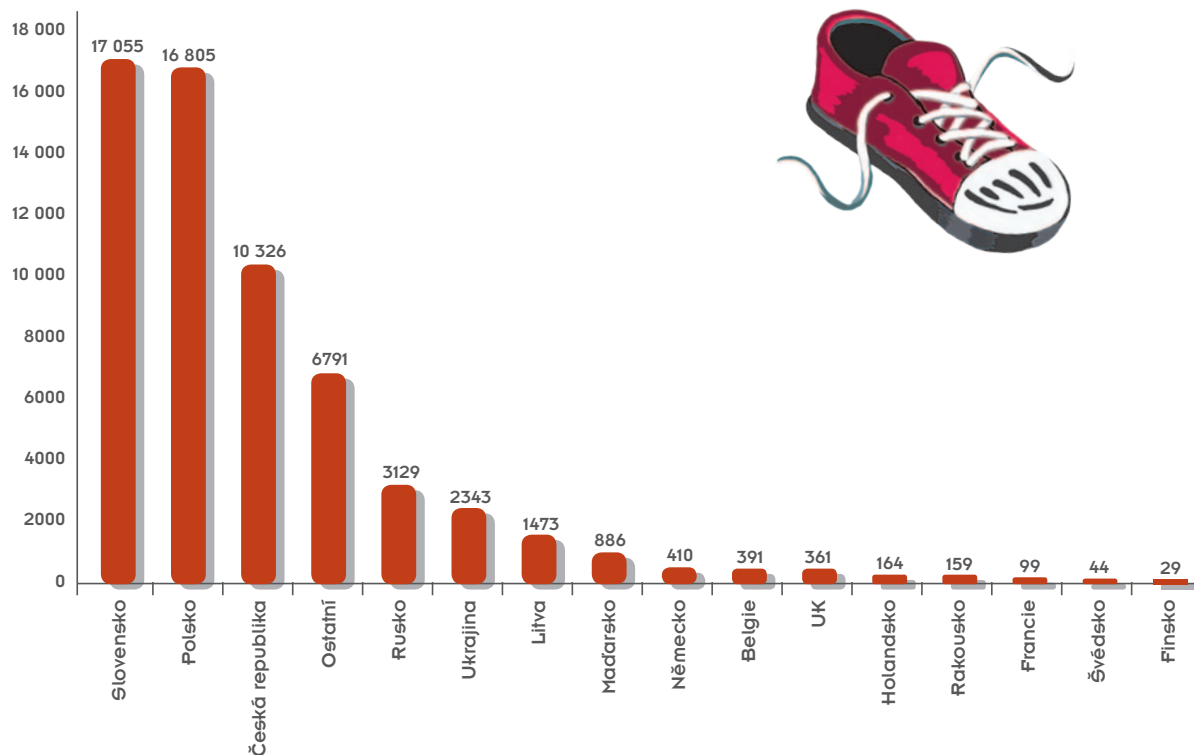




LIPTOV (Slovensko)

- start projektu 1. 7. 2009
- před zavedením karty byla průměrná doba pobytu v regionu 1,55 noci. Po roce fungování karty se průměrná doba pobytu zvýšila na 3,65 noci
- zavedení karty významně motivovalo domácí turisty zejména v době krize
- celkově se zvýšila návštěvnost regionu a obraty v jednotlivých službách
- karta přinesla přesné statistiky o tom, kdo resort navštěvuje – viz grafy

Návštěvníci Liptova podle zemí od 1. 7. 2009 do 13. 12. 2011



Prodej Liptov Region Card od 1. 7. 2009 do 13. 12. 2011

Druh karty	Počet karet
Liptov Region Card 2010 (3.90 EUR)	7636
Liptov Region Card 2011 (2 EUR)	7931
Liptov Region Card 2011 (1 EUR)	34 460
Liptov Region Card 2011 (10 EUR)	9235
Liptov Region Card 2011 (Liptovský Mikuláš)	890
Liptov Region Card 2011 (Mliekarne)	973
Liptov Region Card 2011 (PILGRIM)	630
Liptov Region Card 2011 (Zdarma)	1657
Celkový součet	63 412

OTEVŘETE
DVEŘE NOVÝM ZÁŽITKŮM

KRKONOŠE
regioncard.cz



KRKONOŠE
regioncard.cz



www.regioncard.cz



KONTAKTY

Matěj Dunka

director

tel: +420 731 582 403

email: matej.dunka@regioncard.cz

Martin Dunka

sales manager

tel: +420 603 849 504

email: martin.dunka@regioncard.cz

Oldřich Šimek

consultant

tel: +420 603 558 857

email: oldrich.simek@regioncard.cz

UNITED SPORT PARTNERS, s. r. o.

Ovenecká 380/9

Praha 7

170 00

