

ZÁPIS

z 6. jednání **Pracovní skupiny pro marketingové aktivity** destinační agentury Berounsko konaného od **14.00** dne **9. června 2021** v přísálí obřadní místnosti MěÚ Beroun, **Husovo nám. 68, 266 01 Beroun** a prostřednictvím platformy **Google Meet**.

Přítomni osobně

Janis Sidovský – předseda (městys Karlštejn), Lenka Stibalová – členka (Dvůr Všerad), Ondřej Vlas – člen (obec Svatý Jan pod Skalou), Veronika Šmolcnopová (obec Hýskov), Jiří Prošek (Kurýr) – člen, Eliška Švandová (destinační agentura Berounsko)

Přítomni on-line

Vojtěch Hrdlička – člen (obec Tetín)

Omluveni

Michaela Škeříková – členka (městská knihovna Beroun), Luboš Gardoň – člen (Geopark Barrandien), Tereza Králová – členka (Talichovo Berounsko), Simona Boldi – členka (město Beroun), Romana Trešlová – členka (Muzeum betlémů Karlštejn), Veronika Růžičková (Beroun Golf Club)

Jednání

Předseda Janis Sidovský uvítal všechny na jednání. Eliška Švandová přítomným rozdala na ukázkou Návštěvnickou kartu Berounska 2021 a nově vydané pexeso s fotografiemi Jiřího Jirouška.

Desatero návštěvníka Berounska

Eliška Švandová rekapitulovala námitky, které zazněly na předchozím jednání vůči původnímu materiálu desatera – příliš rozkazující způsob formulací, nepřívětivý charakter vůči návštěvníkům.

Nadnesla, že by se nemuselo jednat o desatero ale o *Rádce návštěvníka Berounska*, abychom se neomezovali na počet pravidel, příkázání. S tím přítomní souhlasili, v budoucnu bude možné přidávat nebo třeba ubírat, je to flexibilnější.

Dále se diskutovalo o formě, nabízí se využít ikonky a radu uvést veršem. Například:



Jednodenní výlet, mnoho toho není vidět! Když u nás přespíte, uvidíte mnohem více. Využijte některá z ubytovacích zařízení, na Berounsku máme rodinné apartmány, útulné penziony, komfortní hotel či kempy v přírodě.

Ondřej Vlas řekl, že ikonka upoutá, verš působí přívětivě a hravě. Přítomní souhlasili, že tato forma bude mnohem lepší.

Eliška Švandová poprosila o pomoc s formulováním veršů. Veronika Šmolcňopová řekla, že má nějaké návrhy k veršům, které si chce ještě projít, poté by je zaslala e-mailem. Ostatní také pomohou.

Produktové brožury

Eliška Švandová řekla, že na minulém jednání byly vybrány prioritní produkty, nyní je zde předložen návrh k vydání produktových brožur ke každému. Na brožurách bude spolupracovat Karolína Kratochvílová, která pracuje pro Středočeskou centrálu cestovního ruchu, má bohaté zkušenosti, žije v regionu a má dobré místní znalosti.

Na přípravu brožur bude využita dotace od Středočeského kraje, je nutno je realizovat do konce letošního roku.

Dále úvodem k brožurám Eliška Švandová uvedla, že návrhem formátu je A5 na ležato, tak jak je orientována i návštěvnická karta.

Jiří Prošek rozpoutal diskuzi o formátech, a jakou cestou se vydat. Dle jeho názoru formát všech brožur může a nemusí být stejný. Přítomní o tomto živě debatovali. Všichni se ve finále shodli, že je nutno, aby bylo hned jasně poznat, že brožury k sobě patří (což zajistí jednotný

vizuální styl). Skupina se také ve finále shodla, že formát A5 na ležato bude ideální pro všechny brožury.

Dále Jiří Prošek podotkl, že výroba brožur je výhodná v rámci jedné zakázky, počet všech stran u všech brožur by měl být dělitelný 8, aby to bylo technologicky optimální. Eliška Švandová s tímto bude počítat při realizaci.

Přítomní obdrželi e-mailem s předstihem koncept jednotlivých brožur, bylo přistoupeno k projednání jednotlivých produktových témat.

Eliška Švandová na podnět Jiřího Proška shrnula produkty cestovního ruchu – jejich úkolem je komplexně propojit nabídku v destinaci, tedy jak atraktivitu, tak služby, tzn. zapojit i podnikatelský sektor.

A. Krajem Berounky dětskýma očima

Eliška Švandová informovala o nápadu využít dětské kresby a texty, připravila by se soutěž pro školy, do níž by se mohly děti zapojit.

Přítomní diskutovali o možnostech dětských kreseb, ve výsledku se shodli, že by oslovili pouze ZUŠky, aby organizování soutěže nebylo příliš složité. Soutěž by mohla probíhat během září a října, nicméně nelze si od výsledků slíbit, že získáme ke každému místu, které bude do brožury zařazeno, vhodnou kresbu. Nelze tedy od kreseb přímo odvíjet obsah.

Přítomní diskutovali, že by v rámci tohoto materiálu měla být nějaká hra pro děti, taková, co by motivovala k návštěvě více míst. Lenka Stibalová dle zkušenosti podotkla, že sbírání razítek je populární. Skupina se zamyslí nad možnými formami hry.

V rámci konceptu byl připraven seznam míst, skupina bude mít možnost na Google Disku se vyjádřit k seznamu, případně ho doplnit.

B. Berounsko všemi smysly

Eliška Švandová vznesla dotaz na členění brožury, zda by se mělo jednat o lokality nebo jít přímo po smyslech.

Přítomní se ohledně členění brožury shodli, že by mělo být jednoznačně dle smyslů coby kategorií (hmat, čich, chuť, sluch, zrak). Dále padlo několik tipů, které by v brožure mohly být – víno a medovina z Karlštejna, lety balónem, Hýskovská zmrzlina.

Eliška Švandová s Karolínou Kratochvílovou dle smyslů rozpracují návrhy do jednotlivých kategorií, následně bude zasláno členům k připomínkám a doplnění na Google Disku.

Ohledně zařazení kulturních akcí do obsahu produktu panovala shoda, že by měly být zařazeny ty akce, které se konají pravidelně, mají tradici a jsou známějšího charakteru, tzn., mají potenciál přitahovat turisty.

C. Po stopách českých králů

Eliška Švandová v rámci tématu promítla mapu, kudy všude stezka prochází. Brožura by vycházela z graficky vizualizované mapy a byla by členěna dle úseků

Jiří Prošek navrhnul, že bychom měli využít historii a reálie oblasti a ze stezky připravovat odbočky na místa, spojená s královskou historií, příběhy. Příkladem uvedl kostel v Počaplech, který je spojen s Václavem I. Přítomní souhlasili, Janis Sidovský uvedl, že může poskytnout kontakt na kunsthistoričku, která má výborné místní znalosti a mohla by nám pomoci s podklady.

Přítomní dále diskutovali, že odbočky na místa spojená s královskou tematikou jsou cestou, která nám pomůže s rozptylem turistů po více místech v destinaci.

Dále se hovořilo o tom, že by hlavní nabídkou měly být hrady, zámky a zříceniny, tzn. Karlštejn, Křivoklát (stezka sem nevede, nicméně po jiných trasách tam lze dorazit), Nižbor, Králův Dvůr a určitě i hrady Točnick a Žebrák, které spadají pod Brdy a Podbrdsko.

Dále Eliška informovala, že návrhem je, aby brožura byla propojená na Instagram, lidé rádi cestují za fotkou, můžeme to zohlednit v grafickém provedení, využít hashtagy. Přítomní souhlasili.

Brandová kampaň na sociálních sítích

Eliška Švandová informovala o správě Facebooku a Instagramu, která začala probíhat od května. O účty se nám starají dvě osoby, Instagram má na starosti fotografka, od níž nakupujeme fotky destinace. Janis Sidovský profily sleduje a vyjádřil velkou spokojenost se správou.

Nyní je potřeba připravit brandovou kampaň, který by šířila povědomí o značce a rozšiřovala fanouškovskou základnu. Eliška Švandová promítla příklady facebookových kampaní jiných DMO. Promítla také návrh vizuálů pro Instagram stories, ty se přítomným líbily.

Jiří Prošek vznesl dotaz, zda do kampaně nezapojit diskutovaná produktová témata. Lenka Stibalová upozornila na rozdíly mezi brandovou a produktovou kampaní, zdůraznila, že by toto nezaměňovala ani nemíchala dohromady.

Ondřej Vlas navrhnul kampaň na Facebooku členit dle skupin atraktivit, např. příroda, památky atp. (sada reklam) a využít více fotek v jedné reklamě. Lépe se pak bude vyhodnocovat, na které téma lidé reagují více. Přítomní souhlasili.

Dále přítomní hovořili o tom, že kampaň na Facebooku i Instagramu by měla být vizuálně propojená, např. využitím stejných fotek.

Zápis zapsala Eliška Švandová