

ZÁPIS

z 7. jednání **Pracovní skupiny pro marketingové aktivity** destinační agentury Berounsko konaného od **14.00** dne **7. dubna 2022** v sídle spolku, **Husovo nám. 69, 266 01 Beroun**.

Přítomni osobně

Janis Sidovský – předseda (městys Karlštejn), Lenka Stibalová – členka (Dvůr Všerad), Ondřej Vlas – člen (obec Svatý Jan pod Skalou), Vojtěch Hrdlička – člen (obec Tetín), Eliška Hochsteigerová (destinační agentura Berounsko)

Omluveni

Luboš Gardoň – člen (Geopark Barrandien), Tereza Králová – členka (Talichovo Berounsko), Romana Trešlová – členka (Muzeum betlémů Karlštejn), Veronika Růžičková (Beroun Golf Club) , Jiří Prošek – člen (Kurýr)

Jednání

Předseda Janis Sidovský uvítal všechny na jednání. Eliška Hochsteigerová přítomným rozdala na ukázkou Návštěvnickou kartu Berounska 2022, dále byla ukázána produktová loga a zpracovaný „Rádce návštěvníka“.

Textové materiály pro tištěný materiál „Z Křivoklátu na Karlštejn“

Eliška Hochsteigerová sdělila, že bychom rádi vydali tištěný materiál, který „zhmotní“ podtext loga „Z Křivoklátu na Karlštejn“. Toto máme zaneseno v akčním plánu pro letošní rok.

V textu jsou zpracovány trasy mezi oběma významnými hrady – autem, pěšky, na kole, po vodě, vlakem. Dále text obsahuje krátký popis zajímavostí na trase.

Eliška Hochsteigerová informovala, že materiál již prošla s Dušanem Tomčem a Janisem Sidovským. Přítomní s textovými podklady souhlasili, proběhla diskuze, zda by materiál měl obsahovat mapu. Přítomní se shodli, že ano. Mapa by měla být doplněna také o QR kódy tras z portálu Mapy.cz

Úpravy webových stránek

Eliška Hochsteigerová informovala, že dále dle akčního plánu by měl být na webu vytvořen formulář pro vkládání akcí s turistickým potenciálem. Přítomní diskutovali nad připraveným zadávacím materiálem. V rámci vkládaných polí by měla být uvedena maximální či minimální velikost vkládaných souborů (zejména fotek), dále by měla být možnost vložit akci periodicky se opakující a vícedenní. U vstupného by měla být buď možnost škálování nebo stanovení rozmezí cen vstupného, potažmo by mělo být umožněno uvést, že akce je zdarma – vypadá to lépe, než 0 Kč.

Druhým významným dílčím projektem v rámci rozvoje webových stránek by měla být příprava jazykových mutací – ve statické formě. Budeme realizovat 3 jazyky – angličtina a němčina s polštinou (nejbližší okolní země). Přítomní se shodli, že v rámci jazykových mutací je možno zakomponovat Instagram, jehož těžiště obsahu leží ve fotkách, navíc se tam texty automaticky překládají, takže by pak nemělo vadit, že je veden v českém jazyce. Eliška Hochsteigerová sdělila, že v rámci obsahu bude upraven pro jednotlivé jazyky i videospot.

Přítomní souhlasili se základní strukturou stránek dle zadávacího materiálu – homepage, mapa (Google), sekce „Co vidět a zažít“ a cestovní informace (u těch využijeme propojení na stránky, CzechTourism, kde je již toto zpracované).

Proběhla diskuze, jaké cíle zařadit do sekce „Co vidět a zažít“ – mělo by se jednat o místa, která mají webové stránky alespoň v angličtině, potažmo poskytují služby v angličtině. Určitě by neměly ale chybět i volně přístupné cíle v přírodě, kde není nutná jazyková vybavenost. Přítomní dále diskutovali příjíždějící zahraniční turisty, které vnímají ve dvou skupinách –

přijíždějící na výlety z Prahy (zajímají je nejznámější místa) a pak ty, kteří jsou ubytovaní přímo v oblasti (zajímají je i méně známá místa).

Eliška Hochsteigerová diskutované připomínky zapracuje do zadávacího materiálu a probere to celé s IT firmou, která nám stránky spravuje a tvoří.

Strategie pro sociální síť

Eliška Hochsteigerová představila návrh dílčí strategie pro sociální síť, která obsahuje následující:

- [Co chceme?](#) Zajmout potenciální návštěvníky. Inspirovat k výletu nebo dovolené. Informovat o méně známých místech – ulevit přetíženým místům. Vyrovňovat sezónnost – inspirovat k výletu nebo dovolené mimo turistickou sezónu. Podporovat udržitelný cestovní ruch zejména ve vztahu k automobilové dopravě – komunikovat cestování veřejnou dopravou. [#visitberounsko](#)
- [Koho chceme oslovit?](#) Rodiny s dětmi (6–15 let). Aktivní starší návštěvníky (prázdné hnízdo) – produktivní věk i senioři. Pěší turisty, cyklisty a vodáky.
- [Jakými tématy?](#) Krajem Berounky dětskýma očima. [#detskymaocima](#) Berounsko všemi smysly. [#vsemismysly](#) Po stopách českých králů. [#postopachkralu](#) Poutní turismus. Návštěvnícká karta Berounska. [#navstevnickakarta](#) Tipy na výlety, trasy, akce, podniky (dle potřeby).
- [Jak to budeme měřit?](#) Dosah a počet fanoušků. Projevený zájem. Konverze – návštěva webových stránek ze sociálních sítí.

Přítomní doporučili k cílovým skupinám doplnit páry, tak aby tam nebyly jen starší ale i mladší (bezdětné) cca 25–35 let, pro jejichž oslovení je ideální Instagram. Dále proběhla diskuze k hashtagům, přítomným se líbilo mít jednotlivé hashtagy k produktovým tématům. Bude potřeba ještě domyslet poutní turismus (spolupráce s DMO Brdy a Podbrdsko).

V rámci produktových témat Eliška Hochsteigerová nastínila rozvoj produktů cestovního ruchu, přípravu brožur a možnost zanesení produktů na webové stránky.

Přítomní se shodli, že zpracování aktivity na Facebooku je dostatečné, ohledně Instagramu je rozhodně potřeba zohlednit dosahy formátu Reels. Dále by měla být řešena spolupráce s influencery a pravidelná reklama produktových témat.

Ohledně rozvoje aktivity na YouTube, přítomní zastávali názor, že realizovat pravidelně videa je velice nákladné. Z hlediska efektivity a dosahu by se spíše soustředili na zmíněné Reels v rámci Instagramu.

V rámci tohoto bodu také proběhla diskuze k podnětu, zda na webových stránkách uveřejňovat YouTube videa, která se vztahují k našemu regionu. Přítomní se shodli, že by bylo vhodnější videa v rámci profilu YouTube ukládat do playlistu, což by mohlo pomoci při vyhledávání „Berounska“ na YouTube.

Mezi přítomnými proběhla taky diskuze k podcastům, které získávají na popularitě. Janis Sidovský zmínil pořad na ČRo Region „Tady to znám“ – je možno doporučit osobnosti do pořadu. K tomu proběhla diskuze, Eliška Hochsteigerová zašle tipy.

V závěru přítomní diskutovali nad možností plánování obsahu dopředu a nahrávání podkladů (ZoomSphere, Google Disk) za účelem většího vtažení spolupracujících subjektů.

Fotografování s figuranty – vytipování lokací

Eliška Hochsteigerová dále sdělila, že v letošním roce by také mělo proběhnout fotografování s figuranty. Úkolem je vytipovat zajímavé lokace, které budou ale také dobře dostupné. Předběžně máme domluvené dvě rodiny a jeden mladý pár, ale budeme hledat dále.

Přítomní po diskuzi doporučují následující lokality:

- Císařská louka v Karlštejně (lze zajistit povolení k bližšímu vjezdu),
- Vyhlídka od pomníku Karla Egona II. z Fürstenberga na Křivoklát,
- Levandulové údolí,
- Minigolf na Dvoře Všerad,
- Vyhlídka na Čertovy schody,
- Medvědárium Beroun (když budou medvědé venku),
- Cyklostezka – u Alkazaru a v Nižboru (s cyklisty),
- Les (s cyklisty),
- Berounka (s vodáky),
- Tetín a Svätý Jan pod Skalou (s poutníky),
- Muzeum betlémů Karlštejn.

Dále by bylo vhodné tematicky vyfotit – jízdu na koních, kempování ve stanu, opékání buřtů, potažmo třeba i horolezce v již zmíněném Alkazaru.

Určitě by také bylo vhodné z fotografování udělat Reels na Instagram, pokud to bude možné.

Zápis zapsala Eliška Hochsteigerová