

# Akční plán rozvoje cestovního ruchu v turistické destinaci Berounsko 2024



## ÚVOD

Tento akční plán představuje operativní krátkodobý dokument, na jehož základě bude v turistické destinaci Berounsko řízen cestovní ruch. Dokument navazuje na Program rozvoje cestovního ruchu v turistické destinaci Berounsko 2020–2025, jenž byl připraven řešitelským týmem Vysoké školy obchodní v Praze. Program rozvoje byl předjednan valnou hromadou spolku Berounsko, z. s. 19. 11. 2020 a následně schválen dne 17. 6. 2021.

Za realizaci akčního plánu zodpovídá ředitelka destinační agentury společně s předsedou představenstva a představenstvem. Realizace akčního plánu se odvíjí od finančních možností destinační agentury Berounsko.

**Tento dokument schválilo představenstvo spolku Berounsko, z. s. dne 18. 1. 2024.**

**Akční plán rozvoje cestovního ruchu  
v turistické destinaci Berounsko 2024**

Činnost finančně podporuje Středočeský kraj.

**Středočeský kraj**

## Priorita 1 Destinační management

### Specifické cíle 2020–2025

- Vytvořit širokou členskou a partnerskou základnu DMO, v níž převažuje forma spolupráce na základě členství, díky kterému bude DMO financována.
- Pravidelně pořádat setkání členů a partnerů v rámci 3K platformy a pravidelně komunikovat se členy a partnery.
- Vytvořit systém sběru a analýzy dat, pravidelně tento systém udržovat.

### Opatření 1. 1. Podpora rozvoje a stabilizace DMO

	<i>Aktivita</i>	<i>Výstup</i>	<i>Termín</i>	<i>Zodpovídá</i>
1	Revize „Programu rozvoje cestovního ruchu v turistické destinaci Berounsko 2020–2025“ a zahájení diskuze k strategii DMO 2026+	Projednání revizní zprávy představenstvem	Q3–Q4	Představenstvo, ředitelka
2	Rozvoj členské a partnerské základny	Počet uskutečněných osobních jednání, počet členů a partnerů	průběžně	Předseda představenstva, ředitelka
3	Příprava vnitřního předpisu „Metodika odměňování zaměstnanců v pracovním poměru“	Metodika	Q1	Ředitelka
4	Vzdělávací a odborné akce (účast pracovníků, představenstva a dalších zástupců DMO)	Počet akcí (hodin)	průběžně	Ředitelka
5	Rozvoj odborné spolupráce se školami zaměřenými na cestovní ruch	Počet aktivit	průběžně	Ředitelka

**Opatření 1. 2 Rozvoj 3K platformy**

	<i>Aktivita</i>	<i>Výstup</i>	<i>Termín</i>	<i>Zodpovídá</i>
6	Pravidelná jednání DMO (valná hromada, představenstvo, dozorčí rada, pracovní skupina pro marketingové aktivity)	Počet jednání	průběžně	Předseda představenstva, ředitelka
7	Pravidelný informační servis pro členy a partnery	Počet e-mailů	průběžně	Ředitelka
10	Nepravidelná setkávání aktérů cestovního ruchu v DMO dle potřeby	Počet setkání dle potřeby	průběžně	Předseda představenstva, ředitelka
11	Konference cestovního ruchu Berounska	Počet příspěvků, počet účastníků	bude upřesněno	Představenstvo, ředitelka

**Opatření 1. 3 Sběr, analýza a využití dat**

	<i>Aktivita</i>	<i>Výstup</i>	<i>Termín</i>	<i>Zodpovídá</i>
12	Aktualizace databáze dat, sběr dat	Databáze	průběžně	Ředitelka
13	Zpracování databáze individuálních ubytovacích zařízení v návaznosti na poplatek z pobytu	Databáze	Q3–Q4	Ředitelka
14	Realizace výzkumu „Profil návštěvníka“ pro DMO Berounsko ve spol. se SCCR	Výzkum – závěrečná zpráva	Q3–4	Ředitelka

## Priorita 2 Nabídka cestovního ruchu

### Specifické cíle 2020–2025

- Umístit v území Berounska alespoň 20 venkovních map destinace.
- Zvýšit počet certifikovaných subjektů v destinaci.
- Podpořit rozšíření šetrných forem dopravy.

### Opatření 2.1 Péče o přírodní a kulturní dědictví a rozvoj veřejné infrastruktury

	<i>Aktivita</i>	<i>Výstup</i>	<i>Termín</i>	<i>Zodpovídá</i>
15	Rozvoj spolupráce se zastřešujícími organizacemi – AOPK ČR, NPÚ, KČT aj.	Počet aktivit	průběžně	Předseda představenstva, ředitelka
16	Organizace komentovaných prohlídek CHKO Český kras a CHKO Křivoklátsko	Počet prohlídek	průběžně	Předseda představenstva, ředitelka
17	Podpora rozvoje cyklostezky Po stopách českých králů jako páteřní trasy destinace	Počet jednání / aktivit	průběžně	Předseda představenstva, ředitelka
18	Pokračování realizace venkovních map Berounska či naučných stezek (NS) ve vizuálním stylu Berounska	Počet map / NS (dle zájmu členů a partnerů)	průběžně	Ředitelka
19	Realizace manuálu vzniku či obnovy naučné stezky	Dokument – manuál	Q2	Ředitelka

20	Analýza (hnědé) dopravního značení kulturních a turistických cílů (značky IS24) vč. vytipování míst, kde tyto značky chybí	Dokument vč. mapy s umístěnými značkami a vytipovanými lokalitami	Q3–Q4	Předseda představenstva, ředitelka
<b>Opatření 2. 2 Rozvoj kvality a různorodosti služeb</b>				
	<i>Aktivita</i>	<i>Výstup</i>	<i>Termín</i>	<i>Zodpovídá</i>
21	Podpora certifikace turistických informačních center	Počet certifikovaných turistických informačních center	průběžně	Ředitelka
22	Informační kampaň k certifikačním možnostem subjektů cestovního ruchu	Počet oslovených subjektů / aktivit	Q3–Q4	Ředitelka
23	Realizace vzdělávacích akcí pro subjekty cestovního ruchu	Počet akcí 1 až 2	Q3–Q4	Ředitelka
<b>Opatření 2. 3 Podpora dostupnosti atraktivit v kontextu šetrných forem dopravy</b>				
	<i>Aktivita</i>	<i>Výstup</i>	<i>Termín</i>	<i>Zodpovídá</i>
24	Koordinace rozvoje veřejné dopravy v území ve vztahu k cestovnímu ruchu	Počet jednání /aktivit	Q1–Q4	Předseda představenstva, ředitelka
25	Příprava výletů pro obyvatele z Prahy za využití veřejné dopravy a jejich komunikace	Počet výletů	průběžně	Ředitelka



### Priorita 3 Destinační marketing – marketingová strategie

#### Specifické cíle 2020–2025

- Dosáhnout roční návštěvnosti webových stránek ve výši 50 000 unikátních návštěv, mít alespoň 10 000 sledujících jak na sociální síti Facebook, tak na sociální síti Instagram.
- Etablovat alespoň tři produkty cestovního ruchu v destinaci.
- Zapojit do produktů cestovního ruchu alespoň 50 subjektů.

#### Opatření 3.1 Budování silné značky destinace

	<i>Aktivita</i>	<i>Výstup</i>	<i>Termín</i>	<i>Zodpovídá</i>
26	Branding – budování a rozvoj značky Berounsko	Počet aktivit	průběžně	Ředitelka
27	Prezentace na významných akcích na území DMO	Počet oslovených návštěvníků / počet akcí	průběžně	Ředitelka
28	PR dle příležitostí – tiskové zprávy, pres tripy aj.	Počet aktivit	průběžně	Ředitelka
29	Rozvoj fotobanky – fotografie turistických atraktivit, akcí a fotografie s figuranty	Pořízení min. 100 fotografií	průběžně	Ředitelka

#### Opatření 3.2 Komunikační mix

	<i>Aktivita</i>	<i>Výstup</i>	<i>Termín</i>	<i>Zodpovídá</i>
30	Aktualizace image brožury Berounska	15–20 tis. ks	Q1	Ředitelka
31	Turistické noviny Berounska 2024	10–15 tis. ks	Q2	Ředitelka

32	Letáky členů a partnerů ve vizuálním stylu Berounska (nové a dotisk)	Počet druhů letáků, celkový počet ks	průběžně	Ředitelka
33	Distribuce tištěných materiálů na území DMO	Počet distribučních míst / distribucí	průběžně	Ředitelka
34	Správa sociálních sítí Instagram a Facebook vč. reklamních kampaní	Dosah obsahu	průběžně	Ředitelka
35	Obsahový rozvoj webových stránek – nový CZ obsah, revize a příp. aktualizace cizojazyčných mutací EN, DE, PL	Počet nových CZ příspěvků / revize cizojazyčných mutací	průběžně	Ředitelka
36	Technologický rozvoj webových stránek ve vztahu k SEO a ke zkvalitnění uživatelského přínosu	Technologické úpravy webových stránek	Q2–Q3	Ředitelka
<b>Opatření 3. 3 Rozvoj produktů cestovního ruchu</b>				
	<i>Aktivita</i>	<i>Výstup</i>	<i>Termín</i>	<i>Zodpovídá</i>
37	Představení produktů subjektům cestovního ruchu vč. komunikace možnosti zapojení	Počet oslovených subjektů /počet zapojených subjektů	průběžně	Ředitelka
38	Vydání Návštěvnické karty Berounska, Brd a Podbrdsko 2024 vč. komunikace a analýza možností digitalizace produktu	3–4 tis. ks / informace k digitalizaci budou projednány představenstvem	Q1, Q2–Q3	Ředitelka
39	Produktové brožury a mapa (dotisk)	Počet ks dle potřeby	Q3–Q4	Ředitelka



40	Příprava tiskových zpráv k produktům a jejich distribuce	Tiskové zprávy a výstupy z médií	Q2	Ředitelka
41	Jarní pouť za perlami Berounska, Brd a Podbrdsko ve spolupráci s DMO Brdy a Podbrdsko	Počet účastníků	Q2	Ředitelka
42	Realizace krátkých produktových videospotů ve dvou verzích (na šířku a typu Reel) alespoň pro 2 produkty ze 4	Min. 2 videa na šířku a 2 Reels	Q2–Q4	Ředitelka
43	Realizace influencer tripů k produktům	Min. 2 influencer tripů	Q2–Q4	Ředitelka
44	Spolupráce na produktech SCCR (Pustit k vodě, Střední Čechy Královské)	Počet aktivit	průběžně	Ředitelka

## Rozpis rozvoje produktů

Produkty DMO Berounsko byly zvoleny na základě jednání pracovní skupiny pro marketingové aktivity v lednu 2021.

### a. Návštěvníká karta Berounska, Brd a Podbrdsko

- Vydání a distribuce návštěvníké karty ve spolupráci s DMO Brdy a Podbrdsko.
- Možné rozšíření distribuce o turistické atraktivity (model DMO Brdy a Podbrdsko).
- Analýza možností digitalizace.
- Tisková zpráva k produktu vč. distribuce médiím.
- Aktualizace webové podstránky na [www.berounsko.net](http://www.berounsko.net).
- Realizace produktové SoMe reklamy.
- Komunikace produktu na sociálních sítích.
- Komunikace v rámci turistických novin.

### b. Krajem Berounky dětskýma očima

- Představení produktu subjektům cestovního ruchu vč. komunikace možnosti zapojení.
- Dotisk produktové brožury dle potřeby.
- Tisková zpráva k produktu vč. distribuce médiím.
- Aktualizace webové podstránky na [www.berounsko.net](http://www.berounsko.net).
- Realizace produktové SoMe reklamy.
- Komunikace produktu na sociálních.
- Komunikace v rámci turistických novin.
- Možnost influencer tripu a realizace produktového videa na šířku + Reel videa.
- Pořízení fotografií.
- Prověření možnosti adaptace obsahu produktu pro jazykové mutace webových stránek.
- Doplnková hra k produktu pro rodiny s dětmi (realizace námětu ve spolupráci se studenty vysokých škol).

### c. Berounsko všemi smysly

- Představení produktu subjektům cestovního ruchu vč. komunikace možnosti zapojení.
- Dotisk produktové brožury dle potřeby.
- Tisková zpráva k produktu vč. distribuce médiím.
- Aktualizace webové podstránky na [www.berounsko.net](http://www.berounsko.net).
- Realizace produktové SoMe reklamy.
- Komunikace produktu na sociálních sítích.
- Komunikace v rámci turistických novin.
- Možnost influencer tripu a realizace produktového videa na šířku + Reel videa.
- Pořízení fotografií.
- Setkání pivovarů ve spolupráci DMO Brdy a Podbrdsko.
- Prověření možnosti adaptace obsahu produktu pro jazykové mutace webových stránek.
- Doplnková hra k produktu pro rodiny s dětmi (realizace námětu ve spolupráci se studenty vysokých škol).

### d. Po stopách českých králů

- Představení produktu subjektům cestovního ruchu vč. komunikace možnosti zapojení.
- Dotisk produktové brožury dle potřeby.
- Tisková zpráva k produktu vč. distribuce médiím.
- Aktualizace webové podstránky na [www.berounsko.net](http://www.berounsko.net).
- Realizace produktové SoMe reklamy.
- Komunikace produktu na sociálních sítích.
- Komunikace v rámci turistických novin.
- Možnost influencer tripu a realizace produktového videa na šířku + Reel videa.
- Pořízení fotografií.
- Prověření možnosti adaptace obsahu produktu pro jazykové mutace webových stránek.
- Doplnková hra k produktu pro rodiny s dětmi (realizace námětu ve spolupráci se studenty vysokých škol).

e. Cestujte pěšky jako kdysi naši předkové (poutní turismus) –  
ve spolupráci s DMO Brdy a Podbrdsko

- Představení produktu subjektům cestovního ruchu vč. komunikace možnosti zapojení.
- Dotisk produktové mapy dle potřeby.
- Jarní pouť za perlami Berounska, Brd a Podbrdsko.
- Aktualizace webové podstránky na [www.berounsko.net](http://www.berounsko.net).
- Realizace produktové SoMe reklamy.
- Komunikace produktu na sociálních sítích.
- Komunikace v rámci turistických novin.
- Realizace produktového videa na šířku + Reel videa.
- Prověření možnosti adaptace obsahu produktu pro jazykové mutace webových stránek.
- Doplnková hra k produktu pro rodiny s dětmi (realizace námětu ve spolupráci se studenty vysokých škol).