

Sdružení cestovního ruchu a propagace Pece pod Sněžkou Středně a dlouhodobý plán

1. Stávající problémy

Na sklonku roku 2014 zastupitelé města Pec pod Sněžkou a potažmo vedení SCRP rozhodlo o novém směřování a celkovém způsobu marketingu a propagace Pece pod Sněžkou. V neprůhledném výběrovém řízení byla vybrána navzdory chybějícím referencím a nesplnění základních kvalifikačních předpokladů společnost Orso Communications, s.r.o.

Nyní po dvou letech je propagace města Pec pod Sněžkou a SCRP v tristním stavu. Neprobíhá žádná aktivní propagace a veškeré výstupy SCRP jsou předmětem rozsáhlé kritiky z řady členů SCRP i ostatních občanů Pece pod Sněžkou.

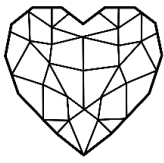
V této kapitole pojmenujeme zásadní problémy jak propagace Pece pod Sněžkou, tak problémy v práci SCRP z pohledu „z venku“.

1.1 Problémy Pece pod Sněžkou v gesci SCRP

- Krátká zimní sezóna
- Příliš mnoho jednodenních návštěvníků a málo vícedenních.
- Špatná obsazenost lůžek v mimosezónách
- Narůstá obrovské množství apartmánů, které tvoří konkurenci členům SCRP

1.2 Problémy v práci SCRP

- **Web pecpodsnezkou.cz** – absence aktuálních informací, zanedbané SEO, z webu nelze zkopírovat obrázky, např. leták akce!
- **FB Pec pod Sněžkou** – aktuálně 10 tisíc fanoušků, kterým se ovšem nabízí jalový obsah. 1x za 5 dní foto Sněžky, často bez jakéhokoliv souvisejícího komentáře. Nevyužívá se vůbec jako informační kanál. Jen prvoplánová propagace a to jen na 20%.
- **Propagace** – neprobíhá žádná aktivní on-line kampaň na přilákání návštěvníků Pece pod Sněžkou (PPC + soc. sítě)
- **Špatná personální situace v exekutivě** – Podstav jeden až dva pracovní úvazky na plnění cílů sdružení.
- **„Virtuální“ agentura Orso Communications** – Tato „marketingová společnost“, se kterou je uzavřena smlouva na marketing a propagaci pro Pec pod Sněžkou ve skutečnosti neexistuje. Nemá žádné webové stránky ani profil na sociálních sítích, nemá žádné reference a není jasné, jestli má nějaké zaměstnance.



2. Střednědobé cíle (2017 – 2018)

- 1) Posílit konec zimní sezóny - březen až Velikonoce
- 2) Přetavit jednodenní návštěvníky Sněžky ve vícedenní návštěvníky
- 3) Propagovat Pec pod Sněžkou jako cíl zimní dovolené
- 4) Propagovat Pec pod Sněžkou jako cíl letní dovolené
- 5) Aktivní propagace členů sdružení.

3. Prostředky k dosažení navržených cílů

Výše popsaných cílů lze docílit multikanálovou marketingovou kampaní, přípravou on-line a off-line materiálů a jejich promyšlenou aktivní propagací. Nedílným řešením stanovených cílů je i personální změna a navýšení zaměstnaneckého fondu v exekutivě SCRП.

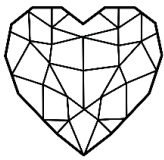
V souladu s nejnovějšími trendy je nutné kromě stávajících on-line kanálů (pecpodsnezkou.cz, FB Pec pod Sněžkou) přidat další sociální sítě (Instagram, YouTube) a vytvořit mobilní aplikaci Pec pod Sněžkou (dále jen „mobilní aplikace“). Tu je třeba důsledně integrovat do informačních kanálů a následně dále rozvíjet (více viz kapitola „3.7 Mobilní aplikace Pec pod Sněžkou“).

3.1 Posílit konec zimní sezóny - březen až Velikonoce

- Propagovat jarní lyžování v ČR a PL (PPC, Sociální sítě, aplikace), sluníčko, teplo.
- Vydat tipy jak a kde si jarní lyžování nejvíce užít. Např. www.jarnilyzovani.cz
- Vytvořit propagační video pro YouTube kanál
- Instagram – soutěž s hash tagem #jarnilyzovani
- Mobilní aplikace – push notifikace upozorňující dle předpovědi počasí na ideální podmínky, tématické úvodní fotografie, materiály zrcadleny z výše uvedeného webu ...

3.2 Přetavit jednodenní návštěvníky Sněžky ve vícedenní návštěvníky

- K jízdence na LD Sněžka dávat leták "Sněžkou to jen začíná", kde budou tipy na víkend a týden strávený v Peci pod Sněžkou. Popsat možnosti dopravy v Peci pod Sněžkou a Velké Úpě.
- Připravit materiály online a off-line "Pec pod Sněžkou – dovolená v pohybu".
- Na připravené materiály rozjet propagační kampaň PPC, Sociální sítě, billboardy
- Na jaře a na podzim propagovat "Pec pod Sněžkou - víkend v pohybu".
- V době kdy lidé plánují dovolené propagovat „Pec pod Sněžkou – dovolená v pohybu“
- Mobilní aplikace – nákup lístku přes mobilní aplikaci s časem nástupu dle pořadí ve virtuální frontě, online informace o čekacích dobách, záložky „Pec pod Sněžkou – dovolená v pohybu“ a „Pec pod Sněžkou – víkend v pohybu“, ...



3.3 Propagovat Pec pod Sněžkou jako cíl zimní dovolené

- V úzké spolupráci se SkiResortem propagovat pomocí PPC a Sociálních sítí v ČR i zahraničí (PL, DE)
- Příprava online materiálů za pomoci profesionálních fotografů / dronů, copywritera
- Mobilní aplikace – během pobytu intenzivní push notifikace s předpovědí počasí, sněhovými podmínkami, stupněm lavinového nebezpečí, zrcadlený obsah z ostatních kanálů, chat – online seznamka kdo je zrovna v Peci, ...
- Losovat výherce dle Karty hosta (čím delší pobyt v posledním roce, tím větší šance na výhru)

3.4 Propagovat Pec pod Sněžkou jako cíl letní dovolené

- Zpracovat návrh letní dekorace a údržby města, který bude závazný a realizovaný prostřednictvím technických služeb posílených o zahradnické firmy
- Příprava online materiálů za pomoci profesionálních fotografů / dronů, copywritera
- Materiál „Pec pod Sněžkou – dovolená v pohybu“ pro letní vyžití na všech on-line i off-line kanálech
- Mobilní aplikace – během pobytu každodenní ranní push notifikace s návrhy co dělat v závislosti na předpovědi počasí, pokud uživatel není v Peci pod Sněžkou, jednou týdně notifikace na nové materiály (fotografie, akce, novinky), ...
- Losovat výherce dle Karty hosta (čím delší pobyt v posledním roce, tím větší šance na výhru)

3.5 Zvýšit obsazenost členů sdružení

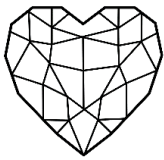
- Propagace FB, PPC, mobilní aplikace – nyní neexistuje
- Vytvořit centrální databanku volných míst pro web, FB, mobilní aplikaci, informační panely. Jednoduché vložení záznamu pro členy SCRП. Okamžité zobrazení v on-line kanálech s možností rezervace.
- Mobilní aplikace – střídání fotografií členů SCRП v úvodní fotografii
- Propagovat v rámci soutěží, do nichž člen SCRП poskytne odměnu

3.6 Zlepšit propagaci Pece pod Sněžkou

- Nahradit nefunkční „virtuální“ agenturu Orso Communications reálnou marketingovou firmou s odpovídajícími referencemi.
- Upravit personálně exekutivu SCRП a jasně nastavit odpovědnosti zaměstnanců a marketingové firmy

3.7 Mobilní aplikace Pec pod Sněžkou

V dnešní době je standardem komunikovat se zákazníky / návštěvníky prostřednictvím mnoha informačních kanálů a jeden z nejefektivnějších je mobilní aplikace. Umožňuje nám navázat blízký kontakt s návštěvníkem a aktivně s ním komunikovat. Míru komunikace lze rozlišit podle lokality uživatele – aktivnější po dobu pobytu (jsem v Peci pod Sněžkou či okolí) či inspirativní (nejsem v Peci,



jsem lákán k návštěvě). Pomocí nejmodernějších technologií lze vyvíjet aplikaci pro platformy Android i iOS současně a pokrýt tak maximum trhu.

Aplikace bude fungovat on-line i off-line (v rámci možností). Funkce, které by mobilní aplikace měla obsahovat:

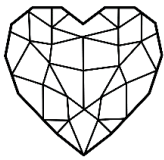
- Mapa města s vyznačenými ubytovateli, restauracemi, atd.
- Profily členů SCRП
- Navigace na zvolené místo
- Aktuální webkamery
- Aktuální stav parkovišť
- Aktuální stav lanovek a vleků
- Volné kapacity ubytování s možností rezervace
- Aktuálně otevřené restaurace s možností rezervace stolu
- Push notifikace s předpovědí počasí, sněhovými podmínkami, stupněm lavinového nebezpečí (1x denně), jsem-li v Peci.
- Push notifikace s tipy co dělat v závislosti na počasí
- Push notifikace lákající k návštěvě (1x týdně), nejsem-li zrovna v Peci
- Chat – kdo je zrovna v Peci
- Tématické úvodní fotografie
- Fotografie z hashtagu #pecpodsnezkou na Instagramu
- Témata „Pec pod Sněžkou – dovolená v pohybu“, „Pec pod Sněžkou – víkend v pohybu“
- Témata – Sněžka, túry, cyklo trasy, single traily, výlety, sportovní vyžití, lyžování, běžky
- Témata – pro rodiny, pro páry, pro seniory
- Volat taxi / restauraci / ubytování
- Probíhající akce, vyhlašování vítězů akcí a slosování dle Karty hosta
- Důležité kontakty, SOS Horská služba
- Novinky
- Nejbližší akce
- Akční nabídky

3.8 Fond odměn pro marketingové soutěže

- Vytvořit v rámci SCRП fond odměn pro výherce různých soutěží (zlevněné pobyty, zdarma služby, reklamní předměty, sleva na permanentku)
- Dle tohoto fondu bude možné naplánovat a snadno realizovat soutěže v on-line kanálech
- Výherci budou oznamováni ve všech on-line kanálech

4. Dlouhodobé cíle (2018 – 2025)

Střednědobé cíle v kapitole 2 by měly být realizovány v rozmezí let 2017 až 2018 s možným prodloužením do dalších let v případě potřeby.



Za dlouhodobé považujeme cíle, na které by se mělo zaměřit v rámci propagace město Pec pod Sněžkou a SCRП v příštích 5 až 10 letech. Jde o vize a návrhy zčásti navázány i na plánované aktivity v Peci pod Sněžkou.

4.1 Městské informační centrum

Vybudovat nezávislé městské informační centrum v některém z plánovaných staveb v centru Pece či Velké Úpy. Toto informační centrum by bylo na rozdíl od stávajících soukromých informačních center Turista a Veselý výlet, zaměřeno výhradně na propagaci a informovanost celé obce a bylo by provozováno přímo SCRП. Součástí by byla kancelář SCRП a pracovníci by plnili po obsahové stránce informační, propagační a marketingové kanály SCRП navržené výše.

4.2 Propagace single-trailů Pec pod Sněžkou

V souvislosti s plánovanou výstavbou rozsáhlé sítě single-trailů v Peci pod Sněžkou i Velké Úpě by SCRП mělo intenzivně propagovat tuto aktivitu jako jarní, letní a podzimní vyžití. Jde o obrovský potenciál a mohlo by to zásadním způsobem pozitivně ovlivnit návštěvnost v těchto měsících.

4.3 Propagace Krajiny Portášky

Pokud bude realizován projekt krajiny Portášky, vypracovat a intenzivně propagovat tento přírodní zábavný park v jarních, letních a podzimních měsících.

4.4 Video seriál z Pece pod Sněžkou

K budování značky Pece pod Sněžkou a dlouhodobého zájmu o něj jako středisko navrhujeme začít pracovat na krátkých 5 minutových skečích s jednou až dvěma hlavními postavami (herci). Ty by zábavnou formou humorných scének odehrávajících se v Peci pod Sněžkou dále budovali brand Pec pod Sněžkou, hory v pohybu. Mělo by jít o mladé herce, sportovce (například dva kamarády), kteří by v létě jezdili do Pece na kola či za zábavou, v zimě na snowboard či lyže / skialpy. Musí existovat hlavní tématické vlákno napříč všemi díly i dílčí zápletky v každém videu.

Taková úspěšná videa mají potenciál virálně se šířit po sociálních sítích a budovat v jejich divácích pozitivní vztah k Peci pod Sněžkou.