

Akční plán rozvoje cestovního ruchu v turistické destinaci Berounsko 2025



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 ředitel 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 23. 1. 2025.

**Akční plán rozvoje cestovního ruchu
v turistické destinaci Berounsko 2025**

Titulní fotografie: Vladimír Holan.

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	Aktualizace střednědobého strategického dokumentu DMO na období 2026–2030	Aktualizovaný strategický dokument, schválený valnou hromadou	Q1–Q4	Předseda, ředitel
2	Rozvoj členské a partnerské základny	Počet uskutečněných osobních jednání, počet členů a partnerů	Q1–Q4	Ředitel
3	Vzdělávací a odborné akce zaměstnanců DMO	Počet akcí (hodin)	Q1–Q4	Ředitel

Opatření 1. 2 Rozvoj 3K platformy

	<i>Aktivita</i>	<i>Výstup</i>	<i>Termín</i>	<i>Zodpovídá</i>
4	Pravidelná jednání DMO (valná hromada, představenstvo, dozorčí rada, pracovní skupiny)	Počet jednání	Q1–Q4	Předseda, ředitel
5	Pravidelný informační servis pro členy a partnery	Počet e-mailů	Q1–Q4	Ředitel
6	Nepravidelná setkávání aktérů cestovního ruchu v DMO	Počet setkání	Q1–Q4	Předseda, ředitel

Opatření 1. 3 Sběr, analýza a využití dat

	<i>Aktivita</i>	<i>Výstup</i>	<i>Termín</i>	<i>Zodpovídá</i>
7	Aktualizace databáze dat, sběr dat	Databáze	Q1–Q4	Ředitel

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>
8	Rozvoj spolupráce se zastřešujícími organizacemi – AOPK ČR, NPÚ, KČT aj.	Počet aktivit	Q1–Q4	Předseda, ředitel
9	Koordinace komentovaných prohlídek CHKO Český kras a CHKO Křivoklátsko	Počet prohlídek	Q1–Q4	Předseda, ředitel
10	Podpora rozvoje cyklostezky Po stopách českých králů jako páteřní trasy destinace (zejména ve směru na Křivoklát)	Počet jednání / aktivit	Q1–Q4	Předseda, ředitel
11	Pokračování realizace venkovních map ve vizuálním stylu Berounska	Počet map	Q1–Q4	Ředitel

Opatření 2. 2 Rozvoj kvality a různorodosti služeb

<i>Aktivita</i>		<i>Výstup</i>	<i>Termín</i>	<i>Zodpovídá</i>
12	Podpora certifikace turistických informačních center	Počet certifikovaných turistických informačních center	Q1–Q4	Ředitel
13	Informační kampaň k certifikačním možnostem subjektů cestovního ruchu	Počet oslovených subjektů / aktivit	Q3–Q4	Ředitel
14	Realizace vzdělávací akce pro subjekty cestovního ruchu	1 akce	Q1	Ředitel

Opatření 2. 3 Podpora dostupnosti atraktivit v kontextu šetrných forem dopravy

<i>Aktivita</i>		<i>Výstup</i>	<i>Termín</i>	<i>Zodpovídá</i>
15	Koordinace rozvoje veřejné dopravy v území ve vztahu k cestovnímu ruchu (zejména ve vztahu k Českému krasu)	Počet jednání /aktivit	Q1–Q4	Předseda, ředitel

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>
16	Branding – budování a rozvoj značky Berounsko	Počet aktivit	Q1–Q4	Ředitel
17	Prezentace DMO na Hrnčířských trzích a veletrhu Holiday World	Počet oslovených návštěvníků / počet akcí	Q2–Q3	Ředitel
18	Press a influencer tripy (samostatně či ve spolupráci se SCCR)	Počet tripů	Q2–Q4	Ředitel
19	Rozvoj fotobanky a videomateriálů (z již natočených záběrů)	Pořízení min. 100 fotografií	Q1–Q4	Ředitel

Opatření 3. 2 Komunikační mix

	<i>Aktivita</i>	<i>Výstup</i>	<i>Termín</i>	<i>Zodpovídá</i>
20	Turistické noviny Berounska 2025	min. 10 tis. ks	Q2	Ředitel
21	Dotisk image brožury Berounska	min. 10 tis. ks	Q3–Q4	Ředitel
22	Aktualizace a dotisk trhacích A3 map	min. 15 tis. ks	Q2–Q3	Ředitel
23	Letáky členů a partnerů ve vizuálním stylu Berounska (nové a dotisk)	Počet druhů letáků, celkový počet ks	Q3–Q4	Ředitel
24	Distribuce tištěných materiálů na území DMO	Počet distribučních míst / distribucí	Q1–Q4	Ředitel
25	Správa sociálních sítí Instagram a Facebook vč. reklamních kampaní	Dosah obsahu	Q1–Q4	Ředitel
26	Obsahový rozvoj webových stránek – nový CZ obsah, revize a příp. aktualizace cizojazyčných mutací EN, DE, PL	Počet nových CZ příspěvků / revize cizojazyčných mutací	Q1–Q4	Ředitel
27	Aktualizace webových stránek ve vztahu k portálu Mapy.cz	Technologické úpravy webových stránek	Q1–Q2	Ředitel

Opatření 3.3 Rozvoj produktů cestovního ruchu

	<i>Aktivita</i>	<i>Výstup</i>	<i>Termín</i>	<i>Zodpovídá</i>
28	Digitalizace návštěvnické karty Berounska, Brd a Podbrdsko 2025 a získávání nových subjektů	Digitalizovaná návštěvnická karta, počet zapojených subjektů	Q2	Ředitel
29	Komunikační kampaň digitalizované návštěvnické karty v roce 2025: <ul style="list-style-type: none"> ▪ web navstevnickakarta.cz ▪ influencer trip ▪ reklamní SoMe kampaň, ▪ min. 10 tis. ks DL letáku ▪ PR kampaň 	Počet aktivit	Q2–Q4	Ředitel
30	Jarní pouť ve spolupráci s DMO Brdy a Podbrdsko	Počet účastníků	Q2	Ředitel
31	Realizace produktového videa k Po stopách českých králů	1 video na šířku a 1 Reels	Q3–Q4	Ředitel
32	Rozvoj konceptu vodáckého pasu	Počet aktivit	Q1–Q4	Ředitel
33	Spolupráce na produktech SCCR (Pustit k vodě, Střední Čechy Královské)	Počet aktivit	Q1–Q4	Ředitel
34	Představování produktů subjektům cestovního ruchu vč. komunikace možnosti zapojení	Počet oslovených subjektů /počet zapojených subjektů	Q1–Q4	Ředitel

Rozpis rozvoje produktů

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

a. Návštěvnícká karta Berounska, Brd a Podbrdsko

- Digitalizace návštěvnícké karty ve spolupráci s DMO Brdy a Podbrdsko.
- Možné rozšíření distribuce o turistické atraktivity (model DMO Brdy a Podbrdsko).
- Tisková zpráva k produktu vč. distribuce médiím.
- Vznik webové stránky www.navstevnickakarta.cz.
- Realizace komunikační kampaně – influencer trip, SoMe reklama, PR kampaň a DL leták.
- Komunikace na sociálních sítích.
- Komunikace v rámci turistických novin.
- Komunikace produktu v image brožury.

b. Krajem Berounky dětskýma očima

- Představení produktu subjektům cestovního ruchu vč. komunikace možnosti zapojení.
- Aktualizace webové podstránky na www.berounsko.net.
- Komunikace na sociálních sítích.
- Komunikace v rámci turistických novin.
- Komunikace produktu v image brožury.
- Možnost influencer tripu.
- Pořízení fotografií.

c. Berounsko všemi smysly

- Představení produktu subjektům cestovního ruchu vč. komunikace možnosti zapojení.
- Aktualizace webové podstránky na www.berounsko.net.
- Komunikace na sociálních sítích.
- Komunikace v rámci turistických novin.
- Komunikace produktu v image brožury.
- Možnost influencer tripu.
- Pořízení fotografií.
- Setkání pivovarů ve spolupráci DMO Brdy a Podbrdsko.
- Rozvoj konceptu vodáckého pasu.
- Práce s natočeným videomateriálem z produktového videa.

d. Po stopách českých králů

- Představení produktu subjektům cestovního ruchu vč. komunikace možnosti zapojení.
- Aktualizace webové podstránky na www.berounsko.net.
- Komunikace na sociálních sítích.
- Komunikace v rámci turistických novin.
- Komunikace produktu v image brožury.
- Možnost influencer tripu.
- Pořízení fotografií.
- Realizace produktového videa.

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.
- Jarní pouť za perlami Berounska, Brd a Podbrdsko.
- Aktualizace webové podstránky na www.berounsko.net.
- Komunikace na sociálních sítích.
- Komunikace v rámci turistických novin.
- Komunikace produktu v image brožury.