**Komunikační strategie Destinačního managementu Hradecko –**

**efektivní koordinace a kooperace aktivit v cestovním ruchu**

**Cíle komunikační strategie:**

Hlavním cílem je informovat subjekty působící v cestovním ruchu, subjekty z řad veřejných i

soukromých a veřejnost o existence DM Hradecko, o jeho činnosti a aktivitách. Zmapovat a navázat

komunikaci s podnikatelskou i neziskovou sférou v TO Hradecko. Navázat trvalou spolupráci

s dotčenými subjekty na základě partnerských smluv, resp. společenských smluv. Vtáhnout do aktivit

DM Hradecko veřejnost. Nastavit kontakt a komunikaci s médii, aby bylo dosaženo informovanosti o

činnosti DM Hradecko.

**Zainteresované strany:**

Analýza současného stavu by měla vést k identifikaci všech subjektů, se kterými je v rámci turistické

oblasti třeba komunikovat, kooperovat. DM Hradecko si bere za cíl koordinaci této spolupráce.

**Klíčová sdělení**

Formulace sdělení, která musí být srozumitelná a zajímavá pro všechny strany, tak aby mohla být

reprodukována a na jejich základě byla zapojena veřejnost a další subjekty. Tato sdělení by se měla

především zaměřit na přínosy rozvoje cestovního ruchu a na již existující zkušenosti.

**Komunikační nástroje**

Vybrat komunikační nástroje tak, aby byly vhodné pro komunikaci se všemi zainteresovanými

cílovými skupinami, které jsou ve strategii identifikovány.

**Harmonogram**

Stanovit četnost komunikace a následně vytvořit harmonogram s vymezením cílových skupin, se

kterými je v daných fázích třeba komunikovat. Cílem je dosažení pravidelnosti komunikace.

**Komunikační nástroje:**

***Média***

Tiskové zprávy – informace médiím o činnosti DM Hradecko, o turistických produktech, projektech,

kampaních, prezentačních a propagačních akcích a dalších aktivitách

Presstrip a Famtrip – aktivity mající za cíl informovat média zaměřená na cestovní ruch jak odborný,

tak laický, o TO Hradecko a jeho činnosti

Monitoring a analýza médií – průběžné sledování mediálního trhu a úprava komunikačních aktivit dle

reálné situace

Webové stránky turistické oblasti Hradecko – publikovat informace o akcích, aktivitách a novinkách

v oblasti cestovního ruchu v TO



***3***

***K platforma***

Komunikace, koordinace, kooperace

Uvedení informací o 3K platformě na webové stránky hradecko.eu

Kulatý stůl – pravidelná setkávání se zástupci zainteresovaných subjektů, partnerů Hradecka za

účelem informování o činnosti, použití nástrojů jako diskuze a brainstorming

E-mailová korespondence – průběžná komunikace prostřednictvím e-mailů za účelem realizace

aktivit

Telefonická komunikace – komunikace za účelem řešení urgentních problémů a sdělení informací

s omezenou časovou platností

***Veřejnost***

Propagační materiály - informační brožura, leták – materiál určený k podání informací o Hradecku,

cílená propagace oblasti a všech zapojených subjektů, prezentace jednotlivých turistických atraktivit,

turistických produktů v TO

Pozvánky – pozvánky na akce v TO

Inzerce – v médiích o cestovním ruchu

Komunikace v průběhu konání akcí – komunikace s účastníky akcí prostřednictvím moderátora,

možnost sdělení informací o činnosti, produktech, aktivitách

Webové stránky turistické oblasti Hradecko – publikování informací o činnosti, akcích, projektech a

turistických produktech

Sociální sítě – Facebook a Instagram

Pro naplnění komunikační strategie je nezbytné fungování vnitřní a vnější komunikace.

**Vnitřní komunikace**

-

-

komunikace uvnitř pracovního týmu, s partnery a zainteresovanými subjekty

vnitřní komunikace vychází z organizační struktury a rozdělení odpovědností v rámci

instituce:

-

-

nejvyšším orgánem je představitel HKVS s.r.o.

jemu jsou odpovědní pracovníci oddělení DM Hradecko a TIC a pracovník regionální

kanceláře MICE

- poradním orgánem je výkonný výbor Hradecko

-

hlavním zdrojem informací jsou pracovníci oddělení DM Hradecko a TIC, výkonný výbor

Hradecko, 3 K platforma Hradecko



**Cíle vnitřní komunikace**

-

-

-

úspěšná realizace aktivit a výstupů stanovených MP Hradecka na příslušný rok

propagace turistické oblasti s maximální možnou účinností

funkční 3K platforma Hradecko

**Četnost vnitřní komunikace**

-

vychází z výstupů a informací z porad vedení HKVS s.r.o., zasedání aktérů 3K platforem a

výkonného výboru

-

-

-

vychází z potřeb DM Hradecko a 3K platformy Hradecko

vychází z průběhu realizace MP na příslušný rok

z aktuální potřeby

**Komunikační kanály vnitřní komunikace**

-

-

-

-

-

-

-

elektronická pošta

sociální sítě

telefonická sdělení

písemná sdělení

webové stránky

osobní jednání při schůzkách

tematické a prezentační akce

**Vnější komunikace**

**Cíle vnější komunikace**

-

-

-

informovanost veřejnosti o aktivitách a výstupech MP Hradecka na příslušný rok

informovanost veřejnosti o existenci turistické oblasti Hradecko

informovanost veřejnosti o atraktivitách a dění na území TO Hradecko

**Cílové skupiny vnější komunikace**

-

-

obyvatelé na území TO Hradecko

veřejné i podnikatelské subjekty na území TO, které nejsou dosud zapojeny do 3 K platformy

Hradecko

-

-

obyvatelé a podnikatelská sféra mimo TO

potenciální návštěvníci z ČR i zahraničí

**Četnost komunikace**

-

závisí na průběhu a plnění MP a aktuální potřebě

**Komunikační kanály vnější komunikace**

-

-

-

-

regionální a republikové výstupy z médií

webové stránky TO

plakáty a programy realizovaných akcí

tištěné promomateriály



-

-

propagační předměty

sociální sítě /FB a Instagram/

**Klíčová sdělení**

-

-

-

-

-

-

existence turistické oblasti Hradecko a její společná prezentace

existence zajímavých atraktivit v TO

vydání nových promomateriálů

realizace zajímavých akcí s cílovou skupinou veřejnost

informace pro odbornou veřejnost

propagace na sociálních sítích

**Harmonogram komunikace**

-

-

harmonogram komunikace se odvíjí od Marketingového plánu DM Hradecko a jeho plnění

dle aktuální potřeby

