



Komunikační strategie Destinačního managementu Hradecko – efektivní koordinace a kooperace aktivit v cestovním ruchu

Cíle komunikační strategie:

Hlavním cílem je informovat Společníky, spolupracující partnery a subjekty působící v cestovním ruchu, subjekty z řad veřejných i soukromých a veřejnost o existenci 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, sociální sítě /Facebook a Instagram/ – publikovat informace o akcích, aktivitách a novinkách v oblasti cestovního ruchu v TO



3K 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

On-line korespondence – průběžná komunikace prostřednictvím e-mailů, on-line setkání za účelem přípravy a 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. ve spolupráci se Společníky / subjekty, které uzavřely Společenskou smlouvu/
 - jemu jsou odpovědní pracovníci oddělení DM Hradecko a TIC a pracovník regionální kanceláře MICE
 - výkonným 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 a Akčním plánem 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 platformy a výkonného výboru
- vychází z potřeb DM Hradecko a 3K platformy Hradecko
- vychází z průběhu realizace MP a AP na příslušný rok
- z aktuální potřeby a celospolečenské situace

Komunikační kanály vnitřní komunikace

- elektronická pošta
- sociální síť
- telefonická sdělení
- písemná sdělení
- webové stránky
- osobní jednání při schůzkách
- tematické a prezentační akce
- on-line setkání

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 AP a aktuální potřebě, situaci v ČR a ve světě



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/
- on-line setkání

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 a Akčního plánu DM Hradecko a jeho plnění
- dle aktuální potřeby a situace v ČR a ve světě