

# Marketingový plán 2023

DMO Lužické a Žitavské hory, z.s.		Rok: 2023
Nabídka destinace:	Nabídka pestrého spektra zážitků vycházející z přírodních zajímavostí, z historického kontextu, z poznávání kulturních a přírodních zajímavostí, z možností trávit volný čas aktivně, ze služeb partnerů destinace a dalších aktérů na území DMO.	
	Pivní stezka Lužických hor - produkt Dotkni se skla – produkt v pilotní verzi Fenomény Lužických hor – tradiční řemeslo, tradiční dům, krajina, církevní stavby, výhledy a rozhledy, aktivní turistika, přírodní zajímavosti, hrady a zámky jako témata	
Poslání:	<i>Útulná přeshraniční destinace k dobíjení energie pro návštěvníky, kteří mají rádi volnost svobodného poutníka.</i>	
Vize:	Turistická oblast je vyhledávaná jako nejméně zalidněné a nejmalebnější českoněmecké hory, s nejhustší sítí zpevněných cest, která návštěvníkovi nabízí pestrou škálu outdoorových aktivit, krásné výhledy do krajiny s panoramaty sopečných kuželů, pískovcových skal a čedičových útvarů, návštěvu významných církevních, historických a kulturních památek, ohromí jedinečnou lužickou architekturou a nejdelší sklářskou tradicí v Čechách. <b><i>Návštěvník se tak chce vracet opakovaně a pobyt si plánuje i v mimosezóně, jelikož nabídka služeb je pestrá a kvalitní.</i></b>	
Hlavní cíl:	Nabídka aktivit a služeb Lužických hor je pestrá a unikátní, využívá konkurenční výhody spojení skla, přírodních krás a původní lidové architektury a tím se i zvyšuje povědomí o značce Lužické hory. Nabídka láká aktivní a zvědavé návštěvníky, inspiruje k opakované návštěvě a prodloužení pobytu.	
Dílčí cíle:	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Rozvoj produktu Pivní stezka Lužických hor</li> <li>✓ Podpora tématu Dálkové pěší trasy Lužických hor s důrazem na <b>aktivní pěší a cyklo turistiku</b>.</li> <li>✓ Rozvoj produktu Dotkni se skla s důrazem na <b>tradiční řemeslo</b></li> <li>✓ Spolupráce s Informačními centry v území, s partnery, s Libereckým a Ústeckým krajem; podnikateli a místními samosprávami v území, s Zittauer Gebirge, se sousedními DMO a dalšími zapojenými partnery.</li> <li>✓ Sledování návštěvnosti a přenocování v území, sledování návštěvnosti turistických cílů a analytiky online nástrojů.</li> </ul>	

<p><b>Cílová skupina:</b> <b>PRÁZDNÁ HNÍZDA</b> <b>50 – 65 let</b></p>	<p>Pár, nebo skupina tzv. prázdná hnízda, odrostlé děti. Cestují kdykoliv během roku, i mimo sezónu, finančně zajištěni, ekonomicky aktivní, dávají přednost klidným lokalitám, rádi zkouší nové věci, upřednostňují lokální produkty, zážitky. Mají zájem o kulturní a společenské dění. Jsou odpovědní, vyžadují autentičnost, dávají přednost předem připravenému přesnému plánu svého programu, který připraví sami doma pomocí internetu, nebo si pro info zajdou do TIC, recepce hotelu. Jsou aktivní turisté, jsou zvědaví a baví je objevovat nové věci a místa, zajímají se o vše. Jsou společenská a vypráví o svých zážitcích rodině, nebo přátelům. Umí pracovat s moderními technologiemi, používají chytrý telefon a jsou uživateli sociálních sítí. Dovolenu plánují několikrát ročně. Místo pobytu často vybírá žena, aktivity plánují společně oba. Plán je důležitý a jedou podle něj, nejsou impulsivní. Vyhledávají i wellness, jiné odpočinkové a relaxační aktivity. Mají rádi tištěné materiály.</p>
<p><b>Cílová skupina:</b> <b>RODINA S DĚTMI</b> <b>30+</b></p>	<p>Pár nebo single rodič s dětmi, kteří cestují hlavně v době prázdnin a svátků, ekonomicky aktivní, jeden rodič nebo oba rodiče s příjmem, hledají aktivity, kde se zabaví i děti, restaurace a ubytovací kapacity pro děti přizpůsobené, zkouší lokální produkty, ale chtějí i ověřenou klasiku (hranolky, řízek ☺), chtějí zážitky, kde si užijí děti (interaktivní prvky, zábava, řemeslné dílničky), cestují autem, vozí si vybavení (kolo), jsou eko-bio odpovědní, vyžadují čistotu a bezpečnost, informace si vyhledávají na internetu, v FB skupinách/ blozích hledají inspiraci či radu, pro info i nákup suvenýrů (dětí chtějí cokoli) si dojdou do TIC, recepce hotelu. Většinou chtějí krátký výlet s atraktivním cílem, občerstvením, očekávají servis (přebalovací pulty, mikrovlnky, dětské jídlo, parkoviště, herní prvky). Zážitky sdílí s kamarády, v komunitě a na sociálních sítích. Jsou velmi zdatní s moderními technologiemi, používají chytrý telefon, aplikace. Dovolenu plánují několikrát ročně v době dětských prázdnin, nebo krátké pobyty přes víkend – za zážitky. Místo pobytu a aktivity vybírá převážně žena. Plán je důležitý, čím víc aktivit, tím lépe. Uvítají služby typu babysitting, animační program pro děti. Letáky jdou žádané.</p>
<p><b>Cílová skupina:</b> <b>AKTIVNÍ 0 – ∞</b></p>	<p>Jednotlivec, pár, skupina i rodina s dětmi, jsou zvyklí cestovat kdykoliv během roku, krátké i delší pobyty, zpravidla ekonomicky aktivní. Hledají výzvy, nové trasy, nové zážitky. Zážitky sdílí v podobné sociální skupině (WOM, síť). Více než cokoli ocení atraktivitu krajiny, přírodní krásy, vhodné terény. Cestují autem i hromadnou dopravou, vybavení vozí vlastní, většinou vědí, jak se chovat v přírodě. Informace hledají na sítích, v komunitě, dají na doporučení. Zpravidla jsou zdatní s moderními technologiemi, používají většinou pouze chytrý telefon, aplikace. Dovolenu mají několikrát ročně, rozhodnutí může padnout impulsivně na základě počasí. Nevyžadují luxus, ocení servis. Stále běžnější je e-kolo, cíle se stávají dostupnými.</p>

<p><b>Hlavní marketingové téma 2023</b></p>	<p><b>Pěšky přes Lužky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Dálkové pěší trasy (Pivní stezka, Stezka Českem, Via Sacra, Svatojacobská cesta, Via Nisa, Via Czechia, Hřebenovka)</b></li> <li>• <b>Jednodenní pěší výlety s různou mírou náročnosti</b></li> <li>• <b>Tajné tipy pro tuláky</b></li> </ul>
<p><b>Dílčí marketingová témata 2023</b></p>	<p>Zima v Lužických horách</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zimní radovánky – běžecké lyžování, tipy pro pěší</li> <li>• Tradiční řemeslo – „Ohřejme se u sklářských pecí“</li> <li>• Ve městě – muzea, dílny, kulturní akce, kavárny a apod.</li> </ul> <p>Jaro v Lužických horách</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lužihory jsou na kolo – aktivní cykloturistika, pozvánky na cykloakce ve spolupráci s partnery, např. Outdoorland</li> <li>• Velikonoce a svátky jara – téma propojené s Zittauer Gebirge</li> <li>• Ekotéma – edukace návštěvníka v návaznosti na pěší turistiku</li> <li>• Dálkové trasy – propojení s turistickými cíli i mimo trasu, Via Sacra, Via Nisa, Stezka Českem, Hřebenovka</li> </ul> <p>Léto turistice zaslíbené</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dálkové trasy – důraz na méně známé lokality – Podještědí, Pivní stezka, Cyklo sv. Zdislava</li> <li>• Pro malé dobrodruhy – méně náročné tipy pro aktivní rodiny ve spolupráci s Zittauer Gebirge</li> <li>• Ekotéma – za zážitky veřejnou dopravou s přesahem do Zittauer Gebirge</li> </ul> <p>Tajemný podzim v Lužihorách</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tradiční řemeslo – „Ohřejme se u sklářských pecí“</li> <li>• Ekotéma – edukace návštěvníka v návaznosti na pěší turistiku</li> <li>• Pěší tipy na méně známá místa s příběhem ve spolupráci s Zittauer Gebirge a Outdoorland</li> </ul>
<p><b>Strategie pro dosažení hlavních a dílčích cílů</b></p>	<p>Komunikace v území, sdílení informací a zpracování aktuální atraktivní nabídky pro cílové skupiny včetně propagace a distribuce prostřednictvím různých kanálů (prezentační akce, offline a online nástroje, prostřednictvím influencerů, informačních center a zapojených partnerů).</p> <p>3x ročně zahraniční veletrh (Německo, Polsko – podle možností LB kraje)  1x ročně veletrh v ČR - Euroregion  8x ročně prezentační akce v území/ blízkém okolí – vlastní stánek podle nabídky  Otevření turistické sezóny ve spojení s partnery – květen 2023  Online kampaň (Sklik, AdWords, FB/ Insta)  PR články – cestovatelské portály, specializované časopisy a místní noviny  3x press trip/ influencer trip ve spolupráci CV, LK , CzT  1x fam trip (s partnerem Zittauer Gebirge a LK)  1x influencer trip samostatně se zaměřením na aktivní pěší turistiku</p>

	<p>2x presstrip samostatně – zaměření na aktivní cyklo/ pěší turistiku a tradice</p> <p>Správa 3x web; 2x FB, 1x Instagram, 1x YT kanál</p> <p>3x ročně setkání s Informačními centry (březen, květen/ červen, listopad)</p> <p>3x ročně workshop s podnikateli (leden, březen, listopad)</p> <p>2x ročně školení pro aktéry CR (duben/květen)</p> <p>2x ročně výjezdní zasedání s LK (jaro + podzim)</p> <p>5x ročně setkání s Zittauer Gebirge (pravidelně cca 2 měsíce)</p> <p>2x ročně Členská schůze + 4x ročně Výkonná rada</p> <p>4x ročně Newsletter pro členy a partnery (leden, duben, červen, říjen)</p> <p>Pravidelná e-mail komunikace novinek – aktuálně dle situace</p> <p>Dotazníkové šetření a průzkum CAWI</p> <p>Monitoring návštěvnosti turistických cílů, návštěvnost Informačních center, návštěvnost HUZ a počet přenocování včetně průměrné doby pobytu</p> <p>Monitoring dosahů sociálních sítí a online nástrojů pomocí Google Analytics</p>
<b>Ediční činnost 2023</b>	<p>Turistické noviny – rozsah 20 stran v CZE 20.000 ks + DE verze 16 stran 6.000 ks (1/4 nákladu =&gt; LB kraj)</p> <p>Infoleták CZE 3.000 ks (z toho 1.000 ks LB kraj)</p> <p>Aktualizovaná brožura A5 – 3.500ks (500 ks LB kraj)</p> <p>Ekoedukace – brožura</p> <p>Pozvánka DOLUZHOR</p>
<b>Propagační předměty 2023</b>	<p>Tričko s tématem Dálkové trasy/ EKO 300ks</p> <p>Ponožky s tématem Lužihor 300 ks</p> <p>Odměna pro malé dobrodruhy 300 ks</p> <p>Nálepky 300 ks</p>

# PĚŠKY PŘES LUŽKY

Motto:

**Dobívám se v Lužihorách.**

*Stávající stav:*

Web [www.pivnistezka.cz](http://www.pivnistezka.cz) s etapami Pivní stezky a web [www.doluzihor.cz](http://www.doluzihor.cz) s pěšími výlety

FB stránka, tištěné materiály – trhací mapy v CZ a DE verzi, mapy Pivní stezky v DE, PL a CZ verzi, Brožura A5 v DE a ENG verzi, info DL leták v PL a DE, Instagram s hashtagy #dobijimsevluzihorach, #luzihory a #fotkaproluzihory na profilu Lužické hory; promovidea na YT kanálu; omalovánky pro děti s tipy na výlety, 3x skládaný leták „...když prší“ ; Sada 20 pěších výletů v CZ verzi

*Rozvoj tématu:*

Doplnění webu doluzihor o jednotlivé etapy dálkových pěších tras výlety, a to Hřebenovka, Svatojanská cesta a cyklo Ploučnice a Odra – Nisa max. do Ostritz.

Aktualizace foto – dle ročních období

Propojení s EKOedukací „nejsem prase“

*Cílová skupina:* aktivní, rodiny s dětmi, prázdná hnízda

**Cíl:** Zvýšení povědomí o Lužických horách jako destinaci pro aktivní, zvýšení počtu přenocování/ návštěvnosti; ekoedukace - udržitelnost

*Výstupy:*

Sociální sítě – min. 50 příspěvků na FB; 25 příspěvků na Instagramu; 10x reels

Bannerová, nativní reklama reklama Seznam, retargeting - celoročně

Prezentační akce, veletrhy na blízkých trzích + domácí – 10x s osobní účastí

Influencer marketing – Instagram

Výzva „nejsem prase“ na sociálních sítích + PR články

Pořad ČT Sport/ ČT 4 Cyklotoulky

Další dle aktuálního požadavku LB kraje - pořady, influencer tripy a presstripy

**Timing**

Online reklama – celoročně

Prezentační akce podle akcí kalendáře pořadatelů

Influencer - brzké léto 2023

Výzva – před/po letní sezóně

Doplnění webu o výlety – duben 2023

Práce s veřejností/ výlety – srpen 2023

Cyklotoulky – natáčení květen/červen 2023; vysílání září 2023

# TRADIČNÍ ŘEMESLO

Motto:

**Dotkni se skla.**

*Stávající stav:*

Nový microsite sklo.doluzihor.cz v CZE

Pracovní listy pro děti – edukace; připravený obsah – copy, vizuál, podpora

Produkt „Dotkni se skla“

Spolupráce s CV

*Rozvoj produktu:*

Zapojení dalších subjektů do spolupráce s DMO a propsání našeho produktu na CV

*Cílová skupina:* Produkt – ucelené dětské skupiny; téma tradiční řemeslo – aktivní a zvědaví

**Cíl:** Zvýšení povědomí o produktu „Dotkni se skla“, prodej Edukačního programu školám v regionu s cílem min. 150 dětí a 30 dospělých. Zvýšení návštěvnosti u partnerů DMO.

*Výstupy:*

FB kampaň – cílení na skupiny

Sociální sítě – 20x příspěvek na FB; 5x reels

PR článek Turistické noviny

Inzerce ve specializovaných časopisech a portálech pro učitele

Odkaz na náš web z webu CV

Influencer/ Press trip – dle dohody s CV

Prezentace se stánkem na akcích CV

**Timing:**

Tištěné materiály – duben 2022

Online kampaň – únor – květen 2022

Influencer trip – dle možností

Inzerce – únor – červen 2023

Prezentace na stánku – podle akcí CV

Sociální sítě – leden - květen 2023

Články – letní vydání novin partnerů + destinace

Propojení s partnery - celoročně

# HRANICE NEEXISTUJÍ

Motto:

**Hranice neexistují.**

*Stávající stav:*

Aktualizované weby [www.doluzihor.cz](http://www.doluzihor.cz), [www.pivnistezka.cz](http://www.pivnistezka.cz) v jazykových mutacích DE, s tipy na výlety i pes hranice.

Trhací mapa v DE, Brožura A5 v DE, mapa Pivní stezky v DE, obecný leták skládačka v DE, spolupráce s Naturpark Zittauer Gebirge a Outdoorland; společné video – Rodina s dětmi

*Rozvoj tématu:*

Nabídka pro rodiny s dětmi – připravit podklady pro „balíček“ a motivační hru

Vypracování společného projektu – Interreg – Rodina s dětmi „Zážitková turistika“

Vypracování společného projektu s Outdoorland – FMP „Sdílení zkušeností po obou stranách hranic“

*Cílová skupina:* aktivní rodiny s dětmi

**Cíl:** Zvýšení povědomí o propojeném území „bez hranic a bariér“ – zážitky po obou stranách hranic

*Výstupy:*

FB příspěvky – 10x v brzkém létě

PR článek Turistické noviny

Famtrip s IHK a Region Liberec – duben 2023

Prezentační akce ve spolupráci s Zittauer Gebirge

Brožura v jazykových mutacích „Za malým dobrodružstvím“ – podle stavu projektu

Sada fotografií na téma Rodina s dětmi

<p><b>Timing</b></p>	<p>Tištěné materiály – říjen 2023 Fotopráce – červenec – srpen 2023 Fam trip – duben 2023 Prezentační akce – červen 2023</p>	<p>FB Lužické hory – 10x příspěvek se zapojenými partnery – červen - srpen Propojení s partnery – květen 2023 PR článek – květen 2023</p>
----------------------	--	---

# LUŽICKÉ JSOU NA KOLO

Motto:

**Na kole přes Lužické hory.**

*Stávající stav:*

Aktualizovaný web [www.doluzihor.cz](http://www.doluzihor.cz) v jazykových mutacích DE, PL s tipy na cyklovýlety

FB stránka, tištěná sada cyklovýletů, mapa Fenomény Lužických hor, Instagram, 3x promovideo na YT, prezentace v tištěných materiálech Malevil Cupu, cyklovýjíždka pro veřejnost; ve spolupráci s Malevil Cup prezentace území na závodech MTB v rámci Expo arény

*Rozvoj tématu:*

Ve spolupráci s Zittauer Gebirge/ Das outdoorland – příspěvky na FB

Zmapování dobíjecích stanic na e-kola – ke stažení PDF

Aktualizace půjčoven a opraven kol – ke stažení PDF

Aktualizace cyklopodniků v území včetně saské strany – vytvoření kalendáře akcí

*Cílová skupina:* aktivní bez rozdílu věku

**Cíl:** Zvýšení povědomí o Lužických/ Žitavských hor jako cyklodestinace pro aktivní

*Výstupy:*

Sociální sítě – 10x příspěvek na FB; reels na Insta

AdWords Google

Bannerová reklama Seznam

Prezentační akce, veletrhy na blízkých trzích + domácích

Influencer/ Press trip ve spolupráci s Malevil Cup

**Timing:**

Online reklama – Sklik - celoročně

Cyklovýjíždka – květen 2023

Prezentační akce podle akcí kalendáře pořadatelů (Malevil Cup, Euroregion, For Bikes)

Web doplnění – průběžně

Zmapování cyklopůjčoven + cyklopointů – aktualizace web, PDF – červen 2023

Influencer/ press trip – podle možností