

CzechTourism

České hory
jako cíl zimní dovolené

Ing. Markéta Vogelová

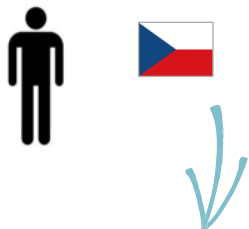
Výsledky analýzy horských středisek

Shrnutí monitoringu návštěvnosti

Typický turista v českých horských střediscích

Turista stráví noc v daném středisku minimálně jednou

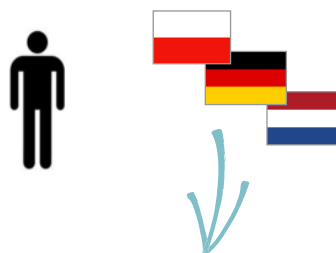
TYPICKÝ ČESKÝ TURISTA DLE MONITORINGU NÁVŠTĚVNOSTI



Cílová destinace:
Krkonose

Cílové horské středisko:
V blízkosti místa, kde
návštěvníci pobývají

TYPICKÝ ZAHRANIČNÍ TURISTA DLE MONITORINGU NÁVŠTĚVNOSTI



Cílová destinace:
Krkonose

Cílové horské středisko:
Špindlerův Mlýn,
Harrachov

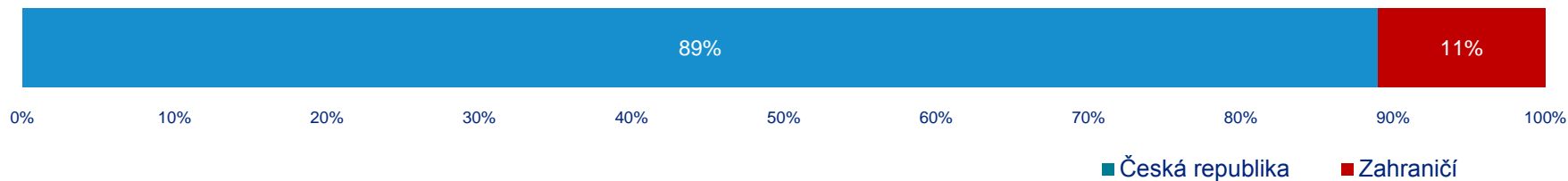
Typický turista dle monitoringu návštěvnosti navštěvuje Krkonose horská střediska

- Sv. Petr,
 - Hromovka,
 - Medvědin,
 - Horní Mísečky,
 - Přední Labská,
 - Rokytnice nad Jizerou,
 - Harrachov)
- na dobu 1-3 přenocování.

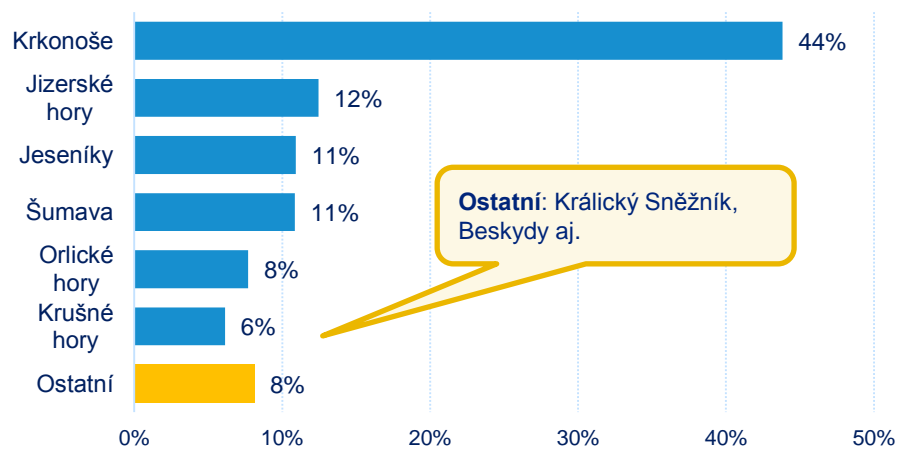
Sociodemografické údaje o respondentech – turistech

Za turistu je považován účastník cestovního ruchu, který alespoň jednou přenocuje mimo své obvyklé prostředí.

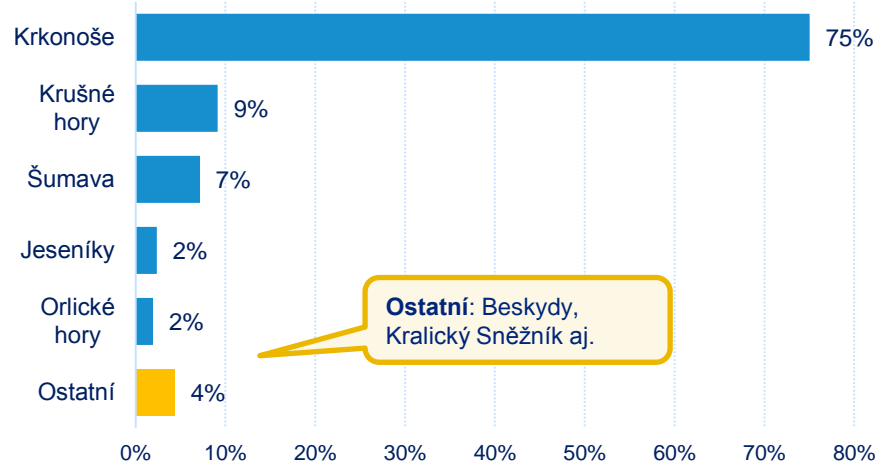
Struktura turistů dle národnosti



Rozdělení českých turistů podle cílové destinace



Rozdělení zahraničních návštěvníků podle cílové destinace

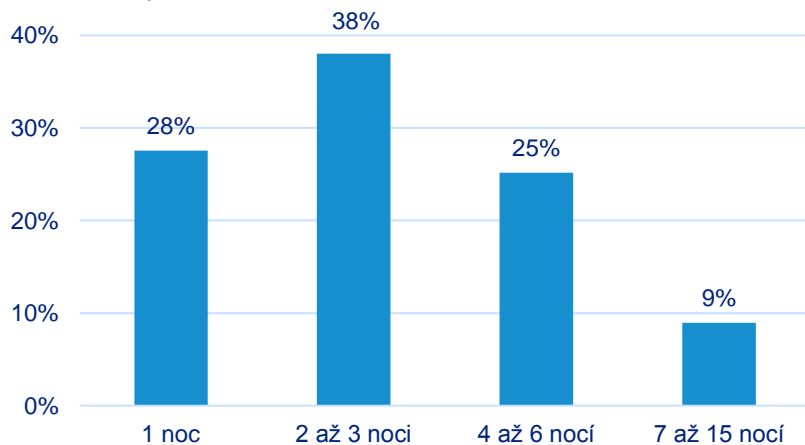


Údaje o respondentech – turistech

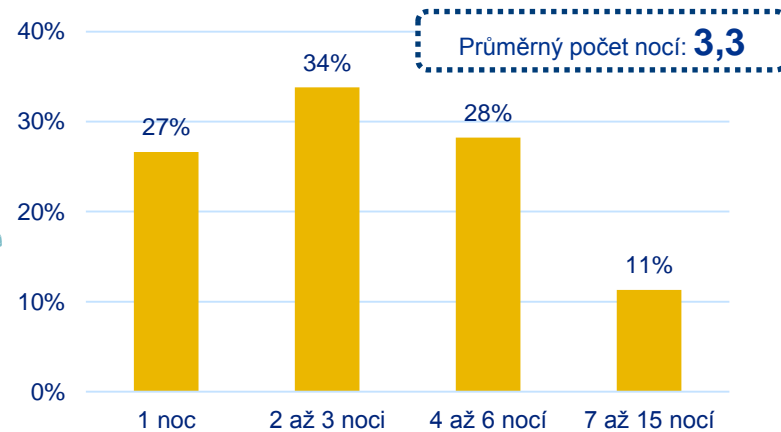
Turisté zůstávají v horských střediscích nejčastěji na **víkend** či **prodloužený víkend**. **Čeští turisté** zůstávají ve střediscích **delší dobu** než turisté ze zahraničí.

Průměrný počet nocí: **3,1**

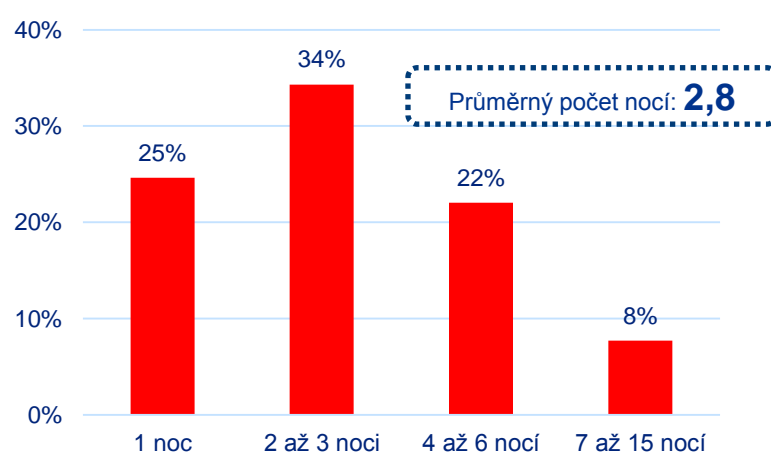
Počet přenocování **všech** turistů



Počet přenocování **zahraničních** turistů



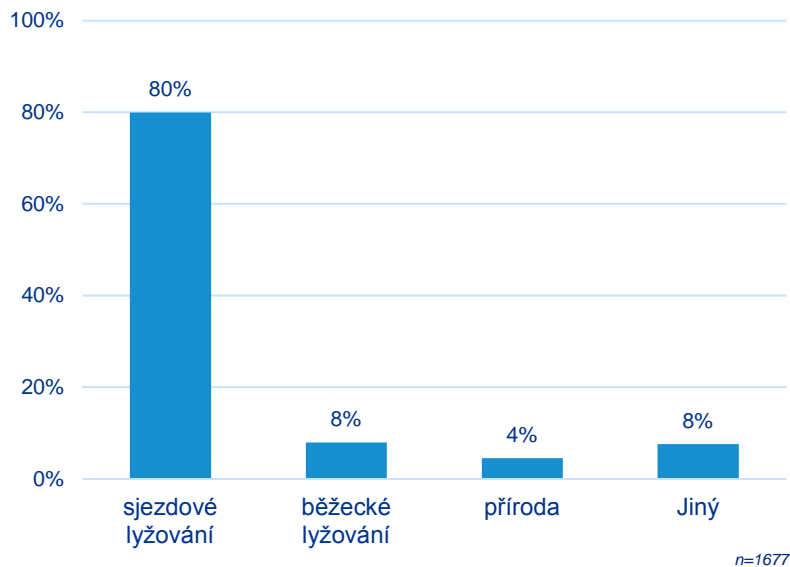
Počet přenocování **českých** turistů



Hlavní a další důvod návštěvy horského střediska

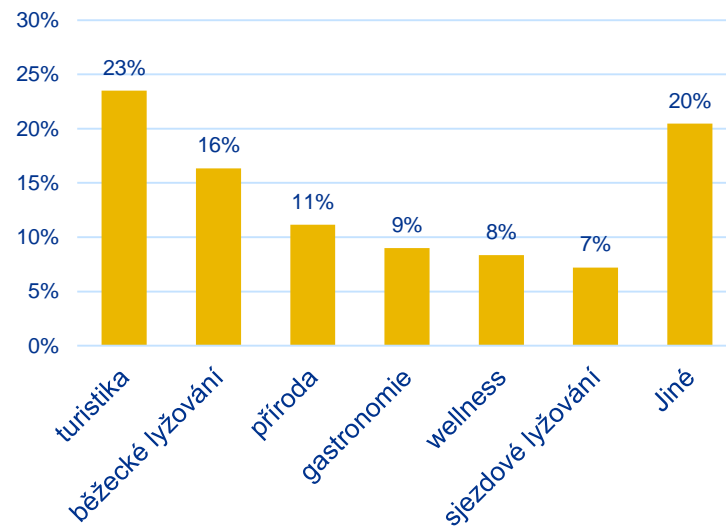
Hlavní důvod návštěvy

Hlavní důvod návštěvy horského střediska



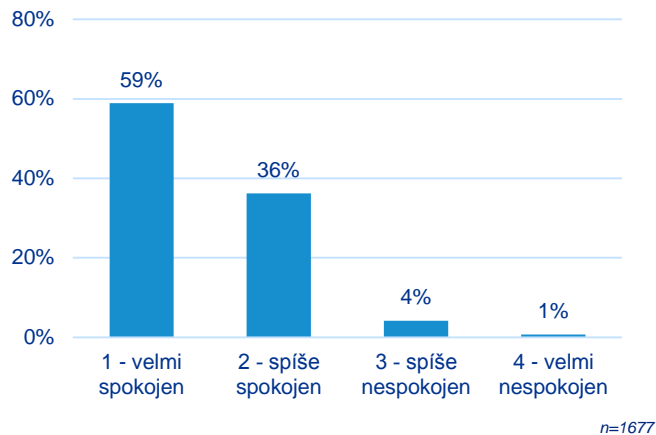
Další důvody návštěvy

Další aktivity plánované v horském středisku

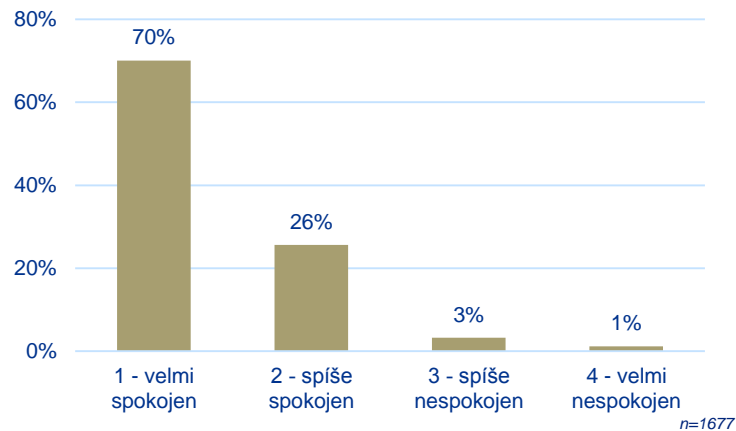


Spokojenost se službami v horském středisku

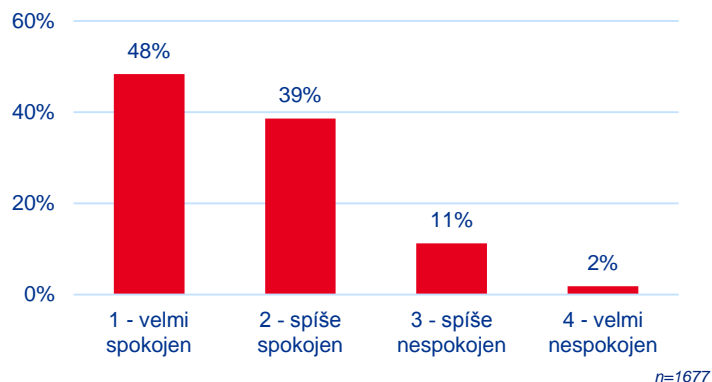
Spokojenost se službami pro lyžaře



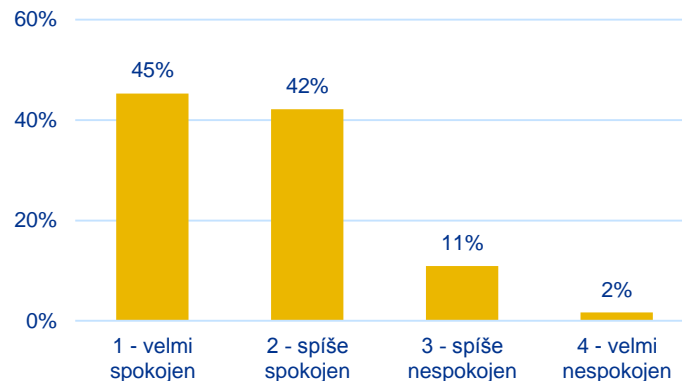
Spokojenost kvalitou ubytování



Spokojenost s kvalitou místních restauračních zařízení, s gastronomií



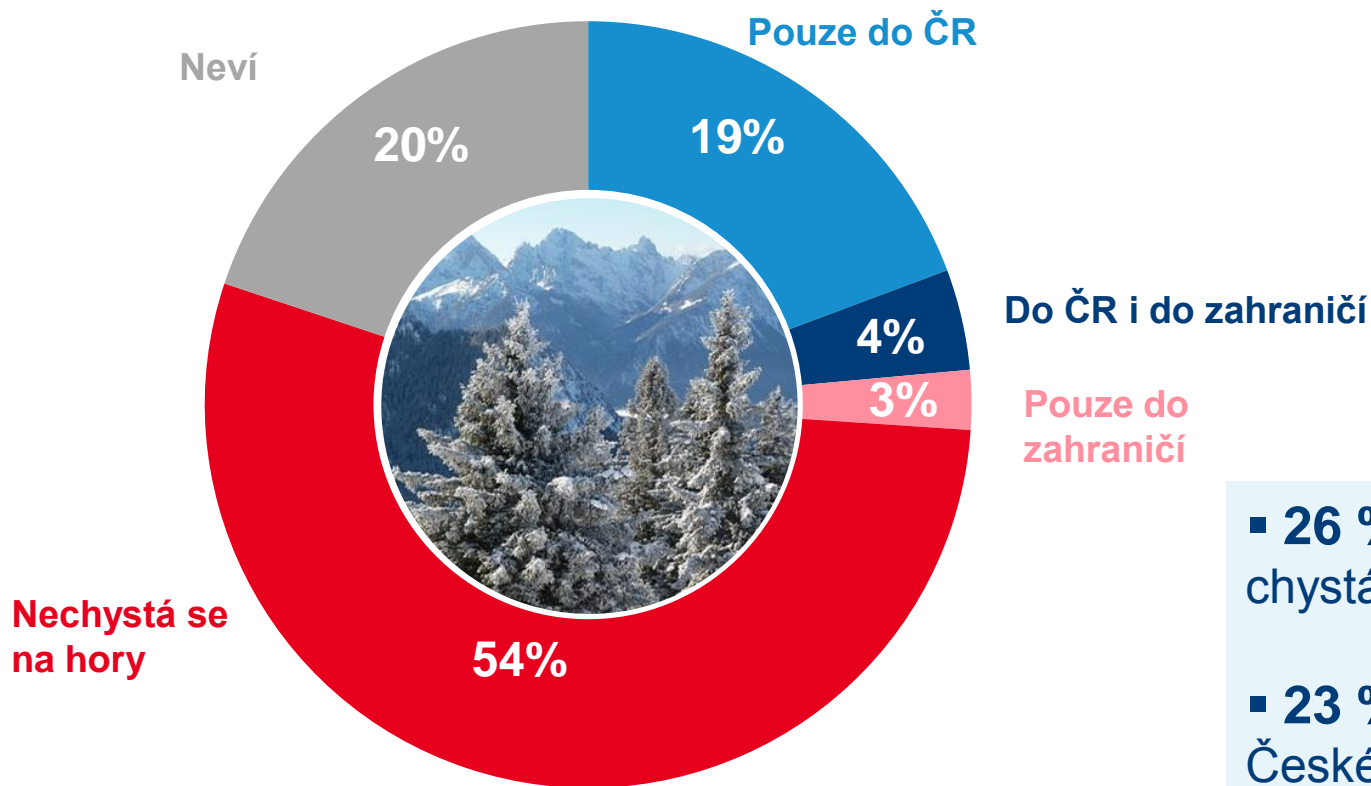
Spokojenost s nabídkou dalších volnočasových aktivit



Plány Čechů na zimní dovolenou

Zimní dovolená na horách

23 % respondentů bude trávit svoji zimní dovolenou v ČR. Další 3 % budou trávit svoji zimní dovolenou pouze na horách mimo ČR.



▪ 26 % se letošní zimu chystá na hory

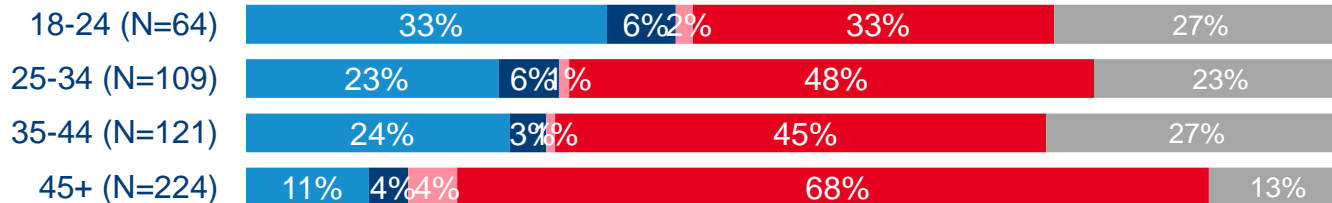
▪ 23 % se chystá do České republiky

Zimní dovolená na horách

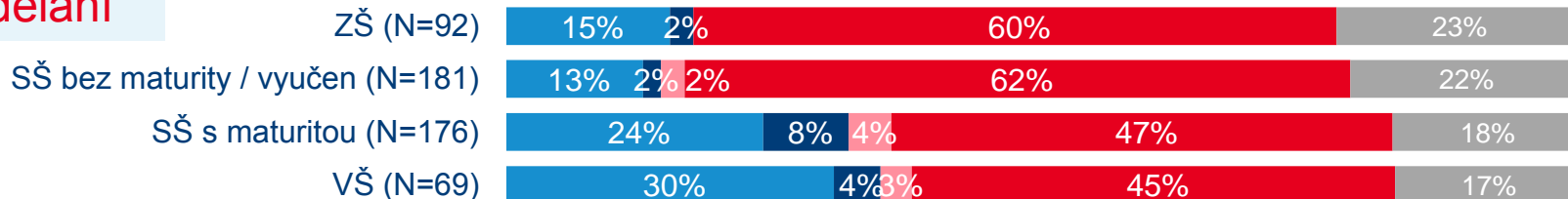
S přibývajícím věkem klesá poměr lidí jedoucích na zimní dovolenou. Na hory jede 41% lidí ve věku 18 – 24 let, ale jen 19 % lidí ve věku 45 a více let. S rostoucím vzděláním vzrůstá poměr lidí trávících dovolenou na horách.

■ Ano, pouze v ČR ■ Ano, v ČR i zahraničí ■ Ano, pouze v zahraničí ■ Ne, na hory se nechystám ■ Nevím

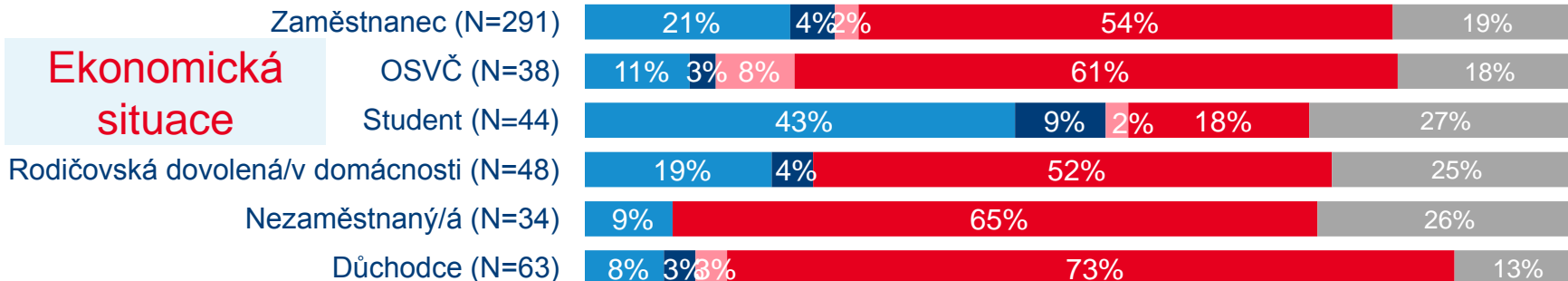
Věk



Vzdělání

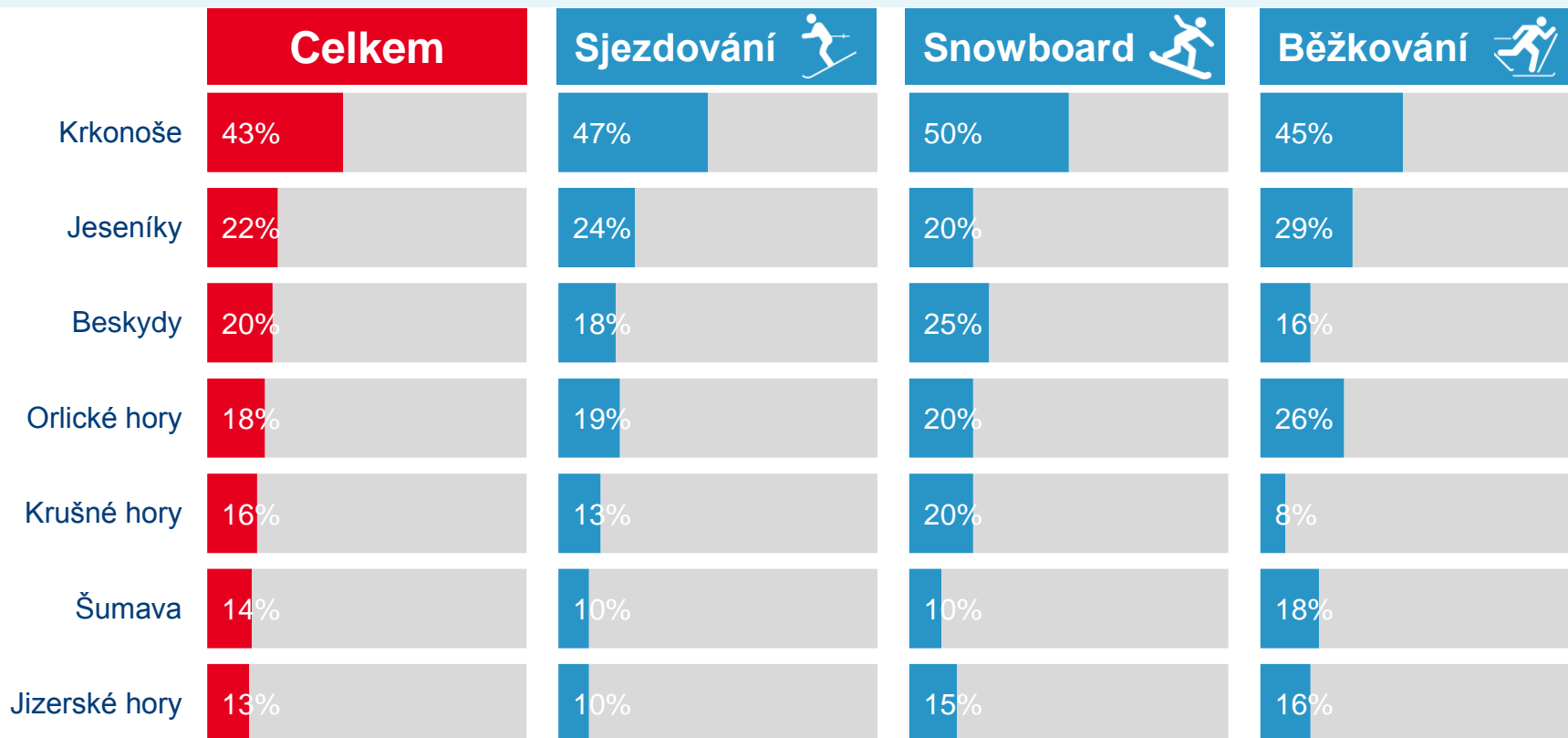


Ekonomická situace



Nejoblíbenější hory pro zimní sporty

Krkonoše jsou nejoblíbenější české hory pro sjezdování, běžkování i pro snowboard. Dále jsou oblíbené **Jeseníky** (22 %) zejména kvůli lyžování a běžkování a **Beskydy** (20 %) zejména pro snowboard. Běžkaři také rádi jezdí do Orlických hor a na Šumavu.



Zimní kampaň „Česko – naše destinace“

Projekt Česko – naše destinace

Cíle

- Marketingový: netradiční inspirace na expedici do destinací ČR na prodloužený víkend
- Komunikační: zvýšení hodnoty značky „Česko – země příběhů“, návštěvnost webu www.ceskozemepribehu.cz

Trvání projektu

- 5/2014 – 12/2015

Výstupy

- Spoty – zimní + letní
- Kreativa – 5 letních + 5 zimních vizuálů
- Seriál Lovci zážitků – 9 dílů, 7 spotů
- Web + mobilní aplikace – 40 turistických oblastí, >300 příběhů

Komunikační kampaň - web

The screenshot displays the CzechTourism website interface. At the top, a blue navigation bar contains the 'CzechTourism' logo on the left and menu items 'PŘÍBĚHY', 'DESTINACE', 'APLIKACE', and 'SOUTĚŽ' in the center. On the right side of the navigation bar, there are links for 'Přihlásit' and 'zadej svůj cíl' next to a search icon.

The main content area features a large background image of a rocky landscape with a map of the Czech Republic overlaid. The title 'Osudové skály' is prominently displayed in white text. Below the title, a short paragraph reads: 'Rebel od narození, prvotřídní sportovec, pro někoho neotesanec, rváč, ale také hrdina, jakých se v naší zemi rodí jen málo. Tím vším stihl ve svém krátkém životě být Joska Smitka.' A button labeled 'ZOBRAZIT PŘÍBĚH' is positioned below the text.

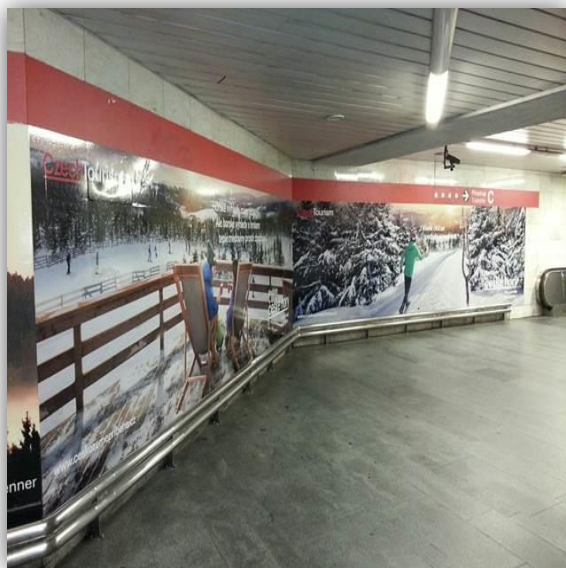
On the right side of the page, there are two vertical panels. The top panel has a blue background and features a location pin icon, the heading 'destinace', and the text 'Přemýšlíte kam se vydat? Vybírejte ze 40 geografických destinací...' followed by a downward arrow icon. The bottom panel has a darker blue background, an open book icon, the heading 'příběhy', and the text 'Chcete vědět jaké příběhy na vás čekají? Pojďme rovnou na věc...' followed by another downward arrow icon.

At the bottom of the page, there are several logos and text: 'INTEGROVANÝ OPERAČNÍ PROGRAM' with a bar chart icon, the European Union flag and 'EVROPSKÁ UNIE Lidský zdroj pro regionální rozvoj. ŠANCE PRO VÁS DOVŠE', the 'MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR' logo, and the copyright notice '© Daniel Prudek, Dreamstime'.

Komunikační kampaň - zimní spot



OOH – polep přestupního tunelu metra - Muzeum



Snow and Fun na zahraničních trzích

- Snow and Fun je součástí marketingových plánů našich ZZ
- Aktuálně jsou plánovány zimní kampaně na těchto trzích:
 - Benelux
 - Německo
 - Polsko
 - Skandinávie - Dánsko



Ing. Markéta Vogelová
Ředitelka odboru Institut turismu

CzechTourism

ČCCR – CzechTourism
Vínohradská 46,
120 41 Praha 2
tel. +420 221 580 448
vogelova@czechtourism.cz
www.czechtourism.cz