

Akční plán marketingu pro rok 2021

Informační tabule	Došlo k odkoupení prosklené informační tabule umístěné na Mírovém náměstí a inovaci a modernizaci jejího obsahu. Nově je zde umístěna aktualizovaná mapa města, laděná do jednotného grafického vizuálu (viz příloha č. 2). Obsahem je také popis jednotlivých turistických zajímavostí včetně překladu do angličtiny a němčiny. Místo se tak stává orientačním bodem pro turisty i místní obyvatele, hledající informace mimo otevírací dobu infocentra. V plánu je také inovace druhé strany této informační tabule a instalace nových informačních tabulí na dalších strategických místech města (např. parkoviště U Hvězdárny apod.)	Rok 2021 - průběžně
Implementace grafického vizuálu do praxe	Navržení a výroba identifikačních karet a služebních průkazů zaměstnanců městského úřadu (včetně pořízení fotografií využitelných i pro mailové podpisy zaměstnance). Pokračují práce na inovaci orientačního systému v budovách MěÚ. Tvorba a implementace nových grafických vizuálů příspěvkových organizací města (již dokončeno MKZ, DDM Rozmarýn, ZUŠ - viz příloha č. 3 - 5).	Rok 2021 – průběžně
Kampaň: třídění odpadu	Kampaň zpracovaná OKMaCR na základě požadavku odboru životního prostředí, a to s cílem upozornit na zákonnou povinnost třídění odpadu, a to hravou a nenásilnou formou. Hlavními cílovými skupinami jsou školní děti a občané Litoměřic v produktivním	únor 2021



	věku. Hlavním efektem by mělo být zvětšení objemu tříděného odpadu a pokles objemu odpadu smíšeného. Úkolem OKMaCR bylo navrhnout podobu kampaně a vhodné propagační kanály, což bylo splněno.	
Kampaň: Mobilní rozhlas	Počátkem roku byla spuštěna informační kampaň propagující výhody Mobilního rozhlasu (MR) jako jednoho z úspěšně se rozvíjejících informačních kanálů města. Do schránek litoměřických domácností byl mj. distribuován i leták s QR kódem a přihlašovacím formulářem – počet uživatelů v důsledku toho roste. Novinky MR: <ul style="list-style-type: none"> - covidová sekce s aktuálními údaji - informační mail a zasílání SMS zpráv podle místa bydliště pouze obyvatelům města dotčených danou událostí (např. informace o čištění ulic a s tím spojený zákaz parkování). 	od února 2021
Nový web města – integrace turistického portálu do nových webových stránek	Vzhledem k plánovanému zrušení webové stránky www.litomerice-info.cz a jeho budoucí integraci do webu města probíhají přípravy na tento přechod. Zahrnují zpřehlednění, utřídění a doplnění informací, které budou na nové stránce prezentovány. Stanou se moderním a atraktivním nástrojem komunikace s občany a turisty, také ve dvou cizojazyčných mutacích.	dokončení do konce dubna 2021



<p>Fotopoint</p>	<p>Ve veřejné soutěži zvítězil návrh manželů Dionýze a Martiny Hutárových s názvem „Logo jako hračka“. Hodnocení komise bylo jednomyslné. Návrh je ve fázi zpracování projektové dokumentace.</p> <p>Cíl: zvýšení propagace města Litoměřice na sociálních sítích.</p> <p>Umístění: po konzultaci s městským architektem, odborem územního rozvoje a památkáři má být umístěn na zelené ploše Střeleckém ostrově (nedaleko Tyršova mostu, u přístaviště lodí). Toto místo má díky Labské cyklostezce a blízkosti přístaviště lodí velký turistický potenciál. Střelecký ostrov je místem hojně využívaném obyvateli města k relaxaci a aktivnímu trávení volného času.</p>	<p>projektová dokumentace - květen 2021</p> <p>realizace – léto / podzim</p>
<p>Propagace mobilních aplikací Geofun, DarumaGo a dalších možností pro individuální turistiku</p>	<p>V době trvajících koronavirových opatření je vhodné motivovat turisty k individuálním, rodinným výletům. Proto před začátkem turistické sezony proběhne propagační kampaň aplikací pro chytré telefony, které jsou ve městě funkční.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jedná se o aplikaci Geofun, ve které je průvodcem městem samotný Karel Hynek Mácha. Ten vede turistu po nejkrásnějších místech Litoměřic, která vtipně komentuje. Vzhledem k oblibě chytrých telefonů u dětí se jedná o zajímavý výletní tip. Druhou aplikací je DarumaGo, která je audioprůvodcem, obsahujícím spoustu zajímavých informací k jednotlivým památkám či zajímavostem ve městě. - Další možností, kterou ocení tradičněji založení výletníci, je individuální prohlídka Litoměřic s pomocí tematicky laděných letáků s mapou (k dispozici zdarma 	<p>květen - září 2021</p>



	v informačním centru). Jsou to: Litoměřice a baroko, Po stopách K. H. Máchy, Kdo se to na nás dívá, Kam za dobrou kávou a Kam s dětmi v Litoměřicích.	
Základní umělecká škola – kampaň ke 120. výročí založení orchestrální školy	V letošním roce slaví litoměřická Základní umělecká škola Litoměřice 120. výročí založení své předchůdkyně, Orchesterální školy v Litoměřicích. Odbor komunikace spolupracuje na propagaci této skutečnosti. Zapojí své dostupné komunikační kanály, tedy možnost rozeslání tiskové zprávy, publikování informace o výročí v Radničním zpravodaji, na webu města, na facebookových kanálech ad.	květen - prosinec 2021
Kampaň k propagaci nového parkovacího systému	Na přelomu roku byl zaveden nový parkovací systém v centrum Litoměřic. Ten přináší nový způsob online platby parkovného prostřednictvím aplikace MPLA.IO. OKMaCR plánuje komunikovat tuto možnost občanům i turistům prostřednictvím reklamy v city light vitríně na Mírovém náměstí, dále elektronickou formou s využitím sociálních sítí, ale i prostřednictvím spolupráce s podnikateli majícími své živnosti na Mírovém náměstí	květen 2021
Podpora místních podnikatelů	Rozšíření dosud realizované spolupráce s podnikateli (adventní mapa, soutěž Pomoz a vyhraj, ...). Distribuce nových pivních tácků v litoměřickém designu (viz příloha, č. 1) do každé restaurace. Nový produkt k podpoře rozjezdu místních restaurátérů po nuceném uzavření živností - poskytnutí bonusu v podobě prohlídky atraktivity ve městě člověku, který v restauraci či kavárně utratí určitý finanční obnos.	červen 2021 (dle epidemické situace)



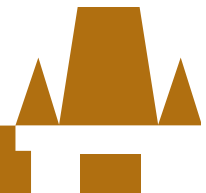
Nový turistický produkt - výstava „Litoměřické pivovarnictví od minulosti k dnešku“	Zcela nová výstava „Litoměřické pivovarnictví od minulosti k dnešku“, zpestřená o interaktivní prvky, bude situována do jedné z místností rekonstruované části pivovaru. Cíl: <ul style="list-style-type: none"> - informovat o obnovení tradice výroby litoměřického piva, které se těšilo oblibě nejen doma, ale i v zahraničí - nabídka nového turistického produktu cíleného na příznivce gurmánské a zážitkové turistiky (prohlídka části rekonstruovaného pivovaru, nahlédnutí „pod pokličku“ výroby piva, degustace piva a následně i regionálních vín v sousedním hradu, kde se nachází expozice věnovaná českému vinařství) 	červen 2021
Muzejní noc 2021	OKMaCR se podílí na tvorbě programu Muzejní noci 2021, která by měla proběhnout v červnu v inovované podobě. Způsob zapojení – zdarma prohlídka věže Kalich a expozice Důl Richard v proměnách času zdarma.	červen 2021 (dle epidemické situace)
Spolupráce s MKZ	Zintenzivnění propagace expozice českého vinařství v hradu. Cílem je propagovat expozici jako místo, kde se návštěvník dozví o historii a současnosti českých vín a zároveň je může v krásném prostředí také ochutnat. V rámci spolupráce OKMaCR a MKZ bude umožněn vstup průvodců infocentra s organizovanými skupinami do hradu, kde probíhají i výstavy. V plánu je zintenzivnit vzájemnou komunikaci také při propagaci kulturních akcí a tvorbě turistických balíčků.	od června 2021



Verifikace profilu návštěvníka Litoměřic	Ověření struktury návštěvníků města prostřednictvím dotazníkového šetření prováděného na turisticky exponovaných místech v Litoměřicích. Cíle: <ul style="list-style-type: none"> - směřovat budoucí marketingové aktivity města podle zájmu turistů - zachytit včas případné změny v chování návštěvníků ovlivněných koronavirovou epidemií 	červen – září 2021
Analýza sociálních sítí jako komunikačního kanálu města	Ověření struktury lidí sledujících sociální sítě města prostřednictvím elektronických nástrojů. Revize těchto komunikačních kanálů a reakce na nová zjištění (např. využívání dalších sociálních sítí, úprava obsahu apod.)	červen – září 2021
Spolupráce se společností Zahrada Čech	V loňském roce vznikl v reakci na výsledky šetření agentury Czechtourism společný turistický balíček města a Zahrady Čech. Cílem bylo přivést návštěvníky výstavy Zahrada Čech do centra města a ukázat, co vše Litoměřice nabízejí. Návštěvník výstaviště si mohl zdarma vyzvednout vstupenku na věž Kalich, do centra se dostal zdarma kyvadlovou dopravou. Je v plánu na tento balíček navázat také letos, jakmile epidemická situace dovolí organizovat větší akce na výstavišti.	září 2021
Plány neuskutečněné z důvodu nepříznivé epidemické situace	Plán OKMaCR zahrnoval pro letošní rok také propagaci města Litoměřice na řadě míst v ČR, a to prostřednictvím nového propagačního stánku města a nových propagačních předmětů (Roudnické vinobraní, zahájení turistické sezony na Labské stezce v Děčíně,	X



	veletrhy cestovního ruchu v Praze a Brně apod). Tyto akce však vzhledem k omezením spojeným s koronavirovou situací není možno uskutečnit.	
--	--	--

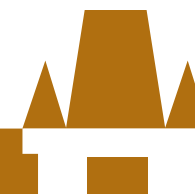


Přílohy

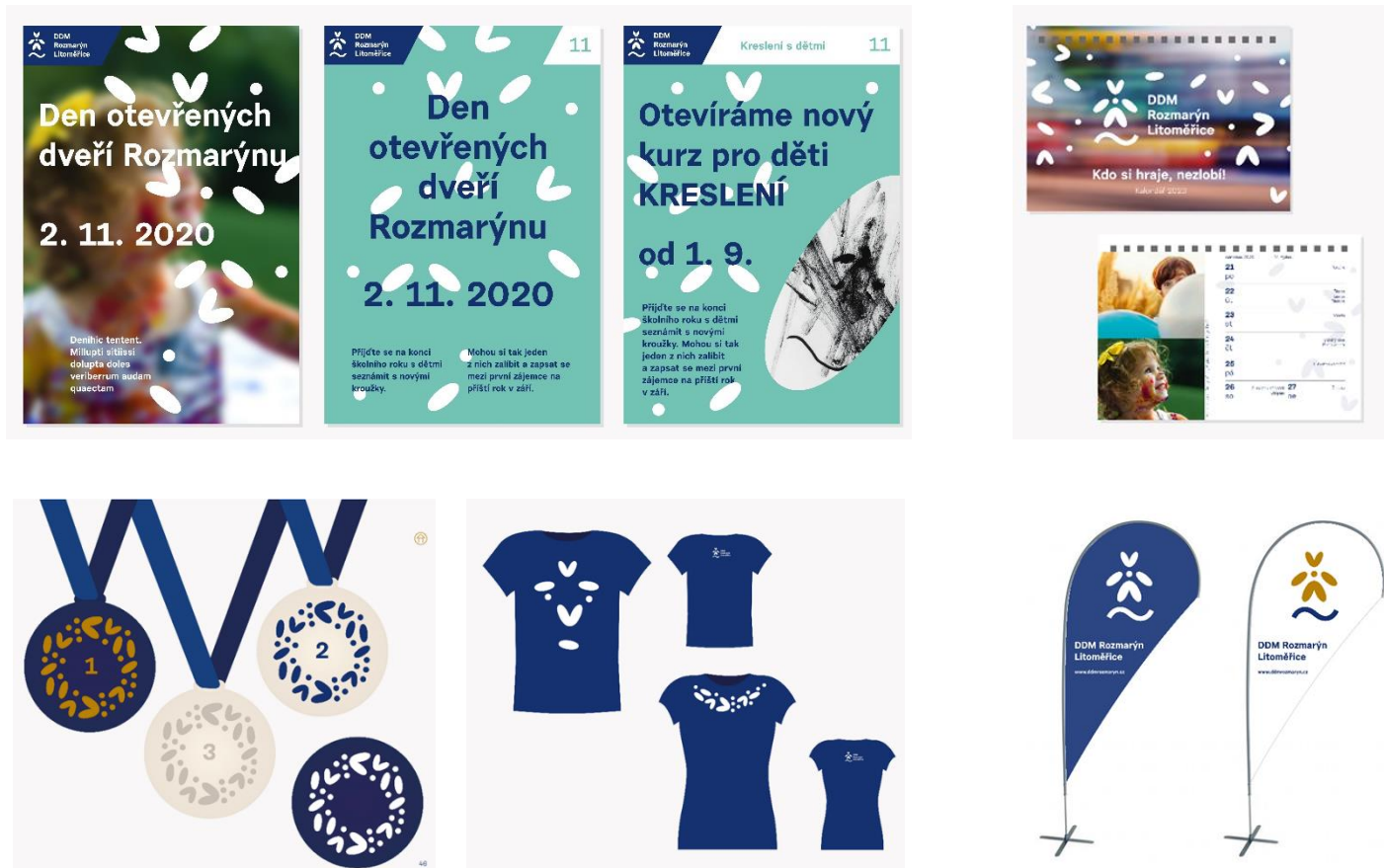
Příloha č. 1 – Pivní tácek s motivem Litoměřic



Příloha č.2 – Informační tabule na Mírovém náměstí



Příloha č. 3 – Implementace jednotného grafického vizuálu, Dům dětí a mládeže Rozmarýn Litoměřice, tiskoviny a propagační předměty



Příloha č. 4 – Implementace jednotného grafického vizuálu, Městská kulturní zařízení Litoměřice, tiskoviny a propagační trika



Příloha č. 5 – Implementace jednotného grafického vizuálu, Základní umělecká škola Litoměřice, tiskoviny a propagační materiály

