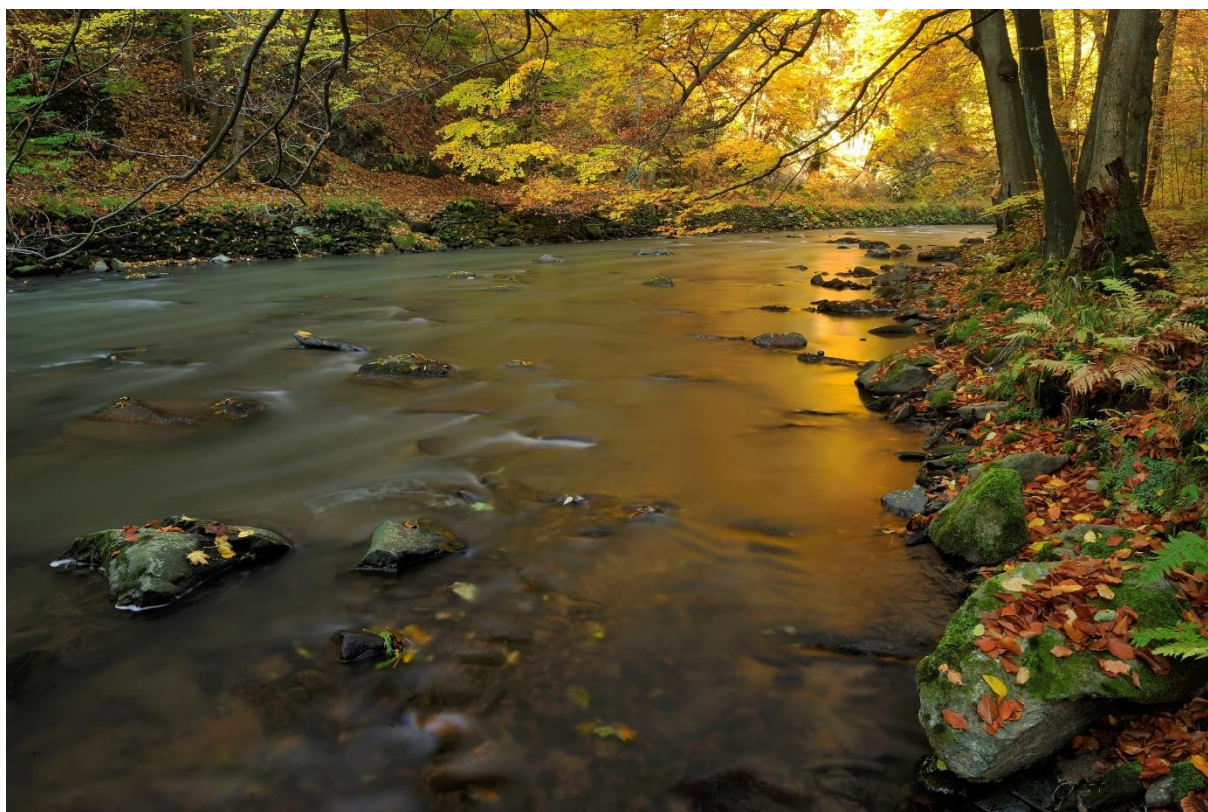




AKČNÍ PLÁN

TURISTICKÁ OBLAST KLADSKÉ POMEZÍ

2021



Dokument byl zpracován na základě Marketingové strategie pro destinaci Kladské pomezí, schváleno na jednání správní rady Kladské pomezí, o.p.s. dne 19. listopadu 2020 a na Valné hromadě Svazu cestovního ruchu Kladské pomezí, z. s. dne 8. prosince 2020.

Zpracovala: Markéta Venclová, Lenka Lembejová

OBSAH

Strategický cíl A	4
1. Racionalizace organizace cestovního ruchu a vytvoření systematického partnerství aktérů cestovního ruchu v destinaci	4
1.1. Tvorba finančních zdrojů	4
1.2. Upřesnění organizační struktury destinace	4
1.3. Vytvoření systému spolupráce mezi aktéry cestovního ruchu	5
Vnitřní komunikace	5
1.4. Zdokonalení informačního systému	5
Média	5
1.5. Rozvoj lidských zdrojů	6
Český systém kvality služeb	6
Školení zaměřené na zvyšování odbornosti v CR	6
Strategický cíl B	7
2. Vytvoření ucelené a konkurenceschopné nabídky	7
2.1. Vytvoření asociačních produktů destinace	7
Cyklobusy Kladským pomezím	7
Ski_kladskepomezi.cz	7
Festival zážitků – Tradice	8
2.2. Tvorba a propagace produktů pro stěžejní cílové skupiny	8
Toulavý bafoh	8
Karel Čapek	9
Božena	9
Festival zážitků	9
Strategický cíl C	10
3. Zvýšení účinnosti marketingu CR	10
3.1. Tvorba image destinace a dobudování její značky v CR	10
Vlastní webová prezentace	10
E – marketing	10
Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků	10
Účast na veletrzích a regionálních akcích	10

Aktivity zahrnuté do projektů Interreg VA Festival zážitků	11
Tištěná propagace	11
Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků	12
Regionální produkt – Kladské pomezí	12
3. 2. Hodnocení kvalitativních parametrů	12
3. 3. Hodnocení kvantitativních parametrů	13
4. Vysvětlivky	14
5. Přílohy	15
5.1. Stručný přehled aktivit na sezonu 2020	15

STRATEGICKÝ CÍL A

RACIONALIZACE ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU A VYTVOŘENÍ SYSTEMATICKÉHO PARTNERSTVÍ AKTÉRŮ CESTOVNÍHO RUCHU V DESTINACI

1.1. TVORBA FINANČNÍCH ZDROJŮ

- Spolupráce s KHK – grantová politika – podpora destinačního managementu, cyklobusy, úprava lyžařských běžeckých tratí, projekt ČAPEK a Božena.
- Strukturální fondy EU a granty – probíhající projekt Festival zážitků
- Národní program podpory cestovního ruchu, Visegrádský fond
- Osvěta vůči místním samosprávám – prezentace přínosů CR
- Aktivní oslovování nových členů Svazu CR
- Oslovení obcí s výzvou k finanční spoluúčasti na ztrátě z provozu cyklobusů

Dílčí cíle: stabilizace finančního zajištění aktivit destinační společnosti, zvýšení autority organizace

Odpovídá: ředitel, SRP

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet Kladské pomezí, o.p.s. osobní náklady

1.2. UPŘESNĚNÍ ORGANIZAČNÍ STRUKTURY DESTINACE

Aktivní komunikace a osvěta ohledně stávající rajonizace s MMR (v kompetenci SRP), Czech Tourism, KHK. Na základě kladného stanoviska a získání splnění požadavků pro udělení certifikátu v kategorii Oblastní organizace destinačního managementu zavazuje organizaci k dodržování podmínek. Jedná se zejména o 3K platformu, sledování ukazatelů o výkonnosti destinace a další činnosti spojené s novým územním vymezením destinace.

Dílčí cíle: stabilizace postavení destinace v rámci ČR, zvýšení efektivity marketingu

Odpovídá: ředitel, SRP

Termín: 7/2021

Zdroje: vlastní rozpočet viz. osobní náklady

1.3. VYTVOŘENÍ SYSTÉMU SPOLUPRÁCE MEZI AKTÉRY CESTOVNÍHO RUCHU

Vnitřní komunikace

- Zachování stávajícího systému pořádání valné hromady minimálně 2x ročně,
- Setkání správní rady a představenstva min. 4x ročně,
- Vydávání elektronického bulletinu 4x ročně – rozesílání na aktualizované adresy
- Aktivní oslovování členů, vyhodnocování spolupráce viz. ČSKS
- Vytvoření 3K platformy
- Fórum cestovního ruchu – konference k představení novinek před zahájením turistické sezony
- Setkání pracovníků informačních center 2 x ročně, průběžná komunikace při tvorbě produktů, doložení aktivního partnerství s certifikovanými IC pro potřebu Kategorizace DMO
- Tvorba strategie pro destinaci Kladské pomezí 2021-25
- Komunikace s partnery mimo certifikované území KP – Adršpach, Police nad Metují, Machov, Suchý Důl
- Rozhledny – převod na obce po uplynutí doby udržitelnosti

Pravidelná setkání před zahájením sezony také pro subjekty mimo členskou základnu s cílem představení aktivit, distribuce propagačních materiálů, setkání informačních center, nabídka vzdělávání, představení sezónní nabídky médiím – tisková konference.

Dílčí cíle: vytvoření systému spolupráce mezi aktéry CR, rozvoj lidských zdrojů, zdokonalení informačního systému, zajištění systematického toku informací

Odpovídá: ředitel

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet OPS viz. osobní náklady

1.4. ZDOKONALENÍ INFORMAČNÍHO SYSTÉMU

Média

- Správa profilu na Facebooku, přednostní uveřejňování příspěvků členů a sdílení jejich zpráv, on-line propagace příspěvků
- Spravování profilu na Instagramu, vytvoření kampaně zaměřené na hashtagy, využití sítí soc. sítí pro marketingové účely
- Správa a aktualizace portálu ski.kladskepomezi.cz, toulavybatoh.cz, www.kladskepomezi.cz, karelcapek.cz - zajištění každoroční aktualizace

- Prohloubení spolupráce s médii – pravidelné zasílání TZ, dlouhodobá spolupráce Swing – tipy na výlety, novinky.cz, zasílání tipů na výlety do městských zpravodajů, recipročně uvedení loga.

Dílčí cíle: zvýšení autority DM v území, vytvoření povědomí o značce

Odpovídá: PR

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet OPS + DPP viz. osobní náklady, Interreg VA – Festival zážitků

Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků

- Vytvoření nové sekce na webu Festival zážitků, která bude aktivně provázána se stávajícími informacemi
- PPC kampaň

Dílčí cíle: zvýšení autority DM v území, vytvoření povědomí o značce

Odpovídá: ředitel

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet OPS + DPP viz. osobní náklady, Interreg VA – Festival zážitků

1.5. ROZVOJ LIDSKÝCH ZDROJŮ

ČESKÝ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Systém podporovaný Ministerstvem pro místní rozvoj vznikl dle vzoru dobře fungujících systémů v evropských zemích. Hlavním cílem je zavádění managementu kvality do života organizace, její pochopení a neustálý rozvoj.

Dílčí cíle: Zkvalitnění partnerství a rozšíření členské základny

Odpovídá: ředitel

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet OPS viz. osobní náklady

Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků

ŠKOLENÍ ZAMĚŘENÉ NA ZVYŠOVÁNÍ ODBORNOSTI V ČR

Využití nabídky pro držitele certifikátu ČSKS na dané téma (např. marketing, tvorba zážitkového cestovního ruchu, udržitelný turismus, sociální sítě, měření efektivity marketingu)

Dílčí cíle: Zkvalitnění partnerství a rozšíření členské základny, osvěta cestovního ruchu vůči místním obyvatelům, rozvoj lidských zdrojů

Odpovídá: ředitel, PM

Termín: listopad 2021

Zdroje: rozpočet OPS viz. osobní náklady Interreg VA – Festival zážitků

STRATEGICKÝ CÍL B

VYTVORENÍ UCELENÉ A KONKURENCESCHOPNÉ NABÍDKY

2.1 VYTVORENÍ ASOCIAČNÍCH PRODUKTŮ DESTINACE

CYKLOBUSY KLADSKÝM POMEZÍM

Projekt, který má více než desetiletou tradici, bude realizován za podpory Královéhradeckého kraje. Zajištěn bude provoz na linkách Hradec Králové – Pomezní boudy a Náchod – Karlow. Termín provozu červen–září. V rámci projektu bude realizována marketingová kampaň.

Způsoby propagace:

– vydání a distribuce mapy s tipy na výlety, letáku jízdní řády, výroba a polep vleku, inzerce v regionálních tiskovinách, tisk loga a trasy na jízdenky CDS, e-marketing, propagační film Cyklotoulky, výlep v MHD HK – výstupy budou závislé na výši získané podpory KÚ

Dílčí cíle: rozšíření nabídky aktivit pro návštěvníky a místní obyvatele, podpora prodloužení délky pobytu, podpora šetrné formy turistiky.

Odpovídá: ředitel

Termín: podání žádosti leden, realizace kampaně březem–září, říjen vyhodnocení

Zdroje: KHK, vlastní (pokrytí ztráty + vlastní podíl dotace na marketing) – viz. rozpočet cyklobusy

SKI_KLADSKEPOMEZI.CZ

Projekt nabízející souhrn služeb pro zimní aktivity. Údržba lyžařských běžeckých tratí v 9 lokalitách. Celkem 298 km tratí. Způsoby propagace:

- Provoz webu ski.kladskepomezi.cz, inzerce v místních periodících, letáky, info-bannery v zimních střediscích

Dílčí cíle: zmírnění dopadu sezónnosti, rozšíření nabídky aktivit pro návštěvníky a místní obyvatele, podpora prodloužení délky pobytu, podpora šetrné formy turistiky

Odpovídá: ředitel

Termín: září / říjen – setkání s provozovateli tratí v jednotlivých střediscích, prosinec–únor úprava tratí, duben–květen – vyhodnocení

Zdroje: dotace KHK, provozovatelé tratí, vlastní zdroje (úhrada ztráty z provozu skibusu) viz. rozpočet 2021 – lyže

Aktivity zahrnuté do projektu Festival zážitků

FESTIVAL ZÁŽITKŮ – TRADICE

Zapojení subjektu: Město Hronov, Červený Kostelec, Police nad Metují, zámek Adršpach, vytvoření zážitkových programů, marketing, kulturní stezka, quest, zavírání sezony, šetření spokojenosti, návštěvnická karta, web, tiskovina

Dílčí cíle: motivace k návštěvě méně navštěvovaných míst, vytvoření partnerství, prezentace nabídky pro specifickou cílovou skupinu

Odpovídá: PM, ředitel

Termín: průběžně

Zdroje: rozpočet OPS – projekt Interreg V A – Festival zážitků

2.2 TVORBA A PROPAGACE PRODUKTŮ PRO STĚŽEJNÍ CÍLOVÉ SKUPINY

TOULAVÝ BAŤOH

Produkt pro rodiny s dětmi, který vznikl v roce 2014, zahrnuje webový portál, magnetické mapy, pracovní sešity, ilustrovanou mapu sloužící zároveň jako cestovatelská hra. Pokračovat v inovované formě s razítky pro označení navštívených míst a zajistit motivující odměny za návštěvu míst + sponzorsky získat ceny. Bude třeba provést nový koncept marketingové kampaně a zajistit dotační podporu (vlastní projektový fond, NPPCR, Visegradský fond)

Způsoby propagace:

- Provoz a aktualizace webu toulavybatoh.cz, PR – tiskové zprávy, FB – placené propagování příspěvků, distribuce letáků, účast na akcích s propagačním stanem TB, nabídka v letních turistických novinách.
- Dotisk ilustrované mapy PL pro děti se soutěží na sbírání razítek

Dílčí cíle: motivace k návštěvě méně navštěvovaných míst, vytvoření partnerství, prezentace nabídky pro specifickou cílovou skupinu

Odpovídá: PM

Termín: před zahájením letní turistické sezony do jarního setkání IC

Zdroje: soukromé subjekty (inzerce) + vlastní zdroje (distribuce, tvorba materiálu) viz. rozpočet 2021 TB

KAREL ČAPEK

Turistický produkt Čapek představuje nabídku cestování s čapkovskou tematikou a zprostředkovává zábavnou formou široké veřejnosti odkaz Karla Čapka a jeho sourozenců. V roce 2021 proběhne pravidelná aktualizace, oslovení s nabídkou prezentace pro provozovatele služeb, zároveň bude realizována marketingová kampaň. Dále bude zpracován návrh na projekt navazující na předcházející dvouletou spolupráci s městy a obcemi.

Dílčí cíle: motivace k návštěvě méně navštěvovaných míst, prezentace nabídky pro specifickou cílovou skupinu

Odpovídá: PM

Termín: kampaň před zahájením letní sezony

Zdroje: dotace KHK, rozpočty obcí zapojených do projektu

BOŽENA

Nový turistický produkt, který pokračuje v linii představování významných literátů našeho regionu, tentokrát spisovatelky Boženy Němcové. Bude zpracován návrh na projekt navazující na předcházející spolupráci s městy Česká Skalice a Červený Kostelec.

Dílčí cíle: motivace k návštěvě méně navštěvovaných míst, prezentace nabídky pro specifickou cílovou skupinu

Odpovídá: PM

Termín: kampaň před zahájením letní sezony

Zdroje: dotace KHK, rozpočty obcí zapojených do projektu

FESTIVAL ZÁŽITKŮ

Hlavním cílem bude strhnout pozornost médií a návštěvníků v době začínající letní turistické sezony a nabídnout během hlavní turistické sezony co nejvíce různorodých zážitků souvisejících s kulturním odkazem regionu každá ze zapojených atraktivit (4 CZ + 5 PL) připraví zážitkový program na jednu sezonu, který bude opakovat v pravidelný den v týdnu po dobu letních prázdnin. Více viz. kap. 2.1.

Dílčí cíle: motivace k návštěvě méně navštěvovaných míst, vytvoření partnerství, prezentace nabídky pro specifickou cílovou skupinu

Odpovídá: PM

Termín: příprava leden-červen, hlavní realizace – červenec, srpen, ukončení září-říjen

Zdroje: rozpočet projektu Interreg V A – Festival zážitků

STRATEGICKÝ CÍL C

ZVÝŠENÍ ÚČINNOSTI MARKETINGU CR

3.1 TVORBA IMAGE DESTINACE A DOBUDOVÁNÍ JEJÍ ZNAČKY V CR

VLASTNÍ WEBOVÁ PREZENTACE

www.kladskepomezi.cz, www.toulavybatoh.cz, ski.kladskepomezi.cz, karelcapek.cz, festivalzazitku.cz. V rámci projektového fondu dojde k modernizaci webu toulavybatoh.cz.

Dílčí cíle: tvorba image destinace

Odpovídá: ředitel

Termín: červenec 2021

Zdroje: rozpočet OPS

E – MARKETING

- sociální sítě, spolupráce s portály specializujících se na nabídku regionů, webové stránky partnerských měst, webový portál KHK viz. kap. 1.4
- www.kladskepomezi.cz – sledování návštěvnosti, PPC reklama, aktualizace akcí, aktualit, článků, jazykové mutace – rozrůstání obsahu

AKTIVITY ZAHRNUTÉ DO PROJEKTU FESTIVAL ZÁŽITKŮ

- PPC reklama, propojení jednotlivých sekcí, vytvoření sociální zdi na www. stránkách

Dílčí cíle: tvorba image destinace, snaha o zvýšení návštěvnosti webu

Odpovídá: ředitel

Termín: 31. 12. 2021

Zdroje: Interrerg V A – projekt Festival zážitků, rozpočet OPS - režijní náklady

ÚČAST NA VELETRŽÍCH A REGIONÁLNÍCH AKCÍCH

Přímá prezentace destinace v rámci expozice Východní Čechy – Královéhradecký a Pardubický kraj. Vzhledem k opatřením v souvislosti s COVID 19 je situace okolo pořádání veletrhů značně nejistá. Předpokládaná účast je na níže uvedených veletržích:

- Holiday World –únor 2021
- Infotour a cykloturistika – březen 2021

Nepřímá účast – dle zdrojových zemí: Německo, Slovensko – dodání materiálů, Polsko (dle účasti KHK)

Účast na regionálních akcích se bude odvíjet, vzhledem k výše uvedeným souvislostem, pouze v případě, že to vládní opatření dovolí: Jiráskův Hronov, MFF Červený Kostelec, U nás na zámku, Poříčské toulky – další bez personální účasti (dle potřeby členů, zapůjčení stanů)

AKTIVITY ZAHRNUTÉ DO PROJEKTŮ INTERREG VA FESTIVAL ZÁŽITKŮ

AKCE NA UKONČENÍ SEZONY

Akce bude součástí Festivalu zážitků. Cílem je propagovat společný region a jeho dědictví a nalákat návštěvníky na aktivity Festivalu zážitků plánované pro nadcházející sezónu. Akce se bude konat na téma Tradice, proběhne v Hronově v září 2021.

Dílčí cíle: tvorba image destinace, navázání partnerství

Odpovídá: PM

Termín: září

Zdroje: Interreg V A

TIŠTĚNÁ PROPAGACE

TURISTICKÉ NOVINY

Letní noviny – distribuce – duben, květen – náklad 10 000 ks

Zimní noviny – náklad 5 000 ks, omezený rozsah, důraz na lyžařské běžecké tratě, zimní mapa

Revize ceníku, konceptu a návrh na další období od roku 2021 stávajících tištěných materiálů proběhla v říjnu 2020.

Dílčí cíle: zprostředkování aktuálních informací z oblasti cestovního ruchu, rozšíření nabídky

Odpovídá: šéfredaktor

Termín: 1 x ročně březen

Zdroje: inzerce

KATALOG UBYTOVÁNÍ A SLUŽEB

On-line nabídka ubytovacích kapacit z celého regionu. Inovovaný katalog na www.kladskepomezi.cz s možností tisku a selekce jednotlivých oblastí regionu. Členové uvedení v základní verzi zdarma.

Dílčí cíle: zvýšení autority destinační společnosti mezi aktéry CR, tvorba ucelené nabídky

Odpovídá: PM

Termín: 1 x za rok, leden/únor 2021

Zdroje: inzerce

AKTIVITY ZAHRNUTÉ DO PROJEKTU FESTIVAL ZÁŽITKŮ

FESTIVAL ZÁŽITKŮ – PRŮVODCE

Zhotovení vkládacího listu do propagačního katalogu „Festival zážitků“ s aktualizací termínu pro rok 2021. Jazyková mutace Čj, Pj, Nj, Aj. Náklad 35 tis. kusů.

Dílčí cíle: tvorba produktu,

Odpovídá: PM, ředitel

Termín: leden/únor 2021

Zdroje: Interreg V A

REGIONÁLNÍ PRODUKT – KLADSKÉ POMEZÍ

Navázání na vytvoření certifikace Regionální produkt – Kladské pomezí je v souladu s cílem B. 2 Tvorba a propagace produktů pro stěžejní cílové skupiny v Marketingové strategii pro destinaci Kladské pomezí 2015-20. Náplní této aktivity bude marketingová podpora pro regionální výrobce, sestavení nabídky, nastavení spolupráce s MAS, nábor nových výrobců.

Dílčí cíle: vytvoření partnerství, posílení povědomí o značce, osvěta CR vůči místním obyvatelům

Odpovídá: ředitel

Termín: průběžně

Zdroje: poplatky výrobců, rozpočet OPS – osobní náklady

3.2 HODNOCENÍ KVALITATIVNÍCH PARAMETRŮ

Statistická šetření, která budou obsahovat: sledování vývoje struktury návštěvníků, jejich spokojenost, důvody návštěvy, budou realizována ve vybraných turistických cílech zapojených do projektu Festival zážitků.

Dílčí cíle: zvýšení autority destinační společnosti mezi aktéry CR, vytvoření partnerství mezi subjekty CR, monitoring dopadu marketingových aktivit a opatření

Odpovídá: ředitel

Termín: prosinec

Zdroje: viz. projekt Interreg V A – Festival zážitků

3.3 HODNOCENÍ KVANTITATIVNÍCH PARAMETRŮ

Sledování návštěvnosti turistických cílů a obsazenosti ubytovacích kapacit. Zdroje ATIC, ČSÚ, KHK, Czechtourism, Google analytics. Iniciovat a podporovat vznik a umístění monitorovacích systémů u partnerů v destinaci např. rozhledny, cyklostezky atd.

Vytvoření systému sledování ukazatelů cestovního ruchu o vývoji destinace v souladu s požadavky ke Kategorizaci organizací destinačního managementu

Dílčí cíle: zvýšení autority destinační společnosti mezi aktéry CR, vyhodnocení efektivity marketingu

Odpovídá: ředitel

Termín: prosinec

Zdroje: rozpočet OPS viz. osobní náklady

4. VYSVĚTLIVKY

Seznam zkratk a pojmů

CR – cestovní ruch

ČR – Česká republika

ČSKS – Český systém kvality služeb

BN – Božena Němcová

DM – destinační management

DMO – destinační management oblasti

DPP – dohoda o provedení práce

EU – Evropská unie

FB – facebook

HK – Hradec Králové

IC – informační centrum

KHK – Královéhradecký kraj

MAS – Místní akční skupina

MHD – místní hromadná doprava

MMR – Ministerstvo pro místní rozvoj

NPPCR – Národní program podpory cestovního ruchu

PM – projektový manažer

PPC – Pay Per Click – reklama za prokliknutí na webové stránky

PR – public relations – práce s veřejností

Quest – hledací hra, hráč nebo skupina hráčů plní úkoly za účelem získání odměny

SRP – správní rada Branka, o.p.s. a představenstvo Svazu cestovního ruchu Kladské pomezí

TB – Toulavý bařoh

TZ – tiskové zprávy

5. PŘÍLOHY

5.1 STRUČNÝ PŘEHLED AKTIVIT NA SEZONU 2021 DESTINAČNÍ SPOLEČNOSTI PRO KLADSKÉ POMEZÍ, O.P.S. (CHRONOLOGICKY)

PŘÍLOHA K AKČNÍMU PLÁNU 2021 PRO TURISTICKOU OBLAST KLADSKÉ POMEZÍ

- **ÚPRAVA LYŽAŘSKÝCH BĚŽECKÝCH TRATÍ – PROSINEC 2020/ÚNOR 2021**
Realizace projektu na údržbu lyžařských běžeckých tratí v sezoně 2020/2021. Zajištění elektronické evidence úpravy stop.
- **TVORBA STRATEGIE PRO TURISTICKOU OBLAST KLADSKÉ POMEZÍ 2021/2025 ČERVENEC 2020 - BŘEZEN 2021**
Realizace strategického dokumentu pro období 2021-2025 a schvalovací proces.
- **KATALOG UBYTOVÁNÍ – LEDEN 2021**
Nově on-line nabídka s prezentací ubytovatelů v rámci celého regionu spojená s novou vizualizací sekce „ubytování“ na webu kladskepomezi.cz a novou administrací pro ubytovatele a infomační centra.
- **ÚČAST NA VELETRŽÍCH CESTOVNÍHO RUCHU – LEDEN–BŘEZEN 2021**
Prezentace Kladského pomezí na veletržích cestovního ruchu v Praze – Holiday World, Hradci Králové – Infotour (dle účasti KHK a vládních opatření spojených s Covid 19)
- **ČAPEK – BŘEZEN 2021**
Aktualizace webu s čapkovskou tematikou v rámci Královéhradeckého kraje, nabídka výletů a pobytů, spolupráce se soukromým sektorem a zpracování nabídky navazující na předešlou dvouletou spolupráci pro města a obce
- **BOŽENA – BŘEZEN 2021**
Produkt, který pokračuje v linii představování významných literátů našeho regionu konkrétně Boženy Němcové. Budě nově zpracována nabídka aktivit navazující na předešlý projekt s městy Česká Skalice a Červený Kostelec.
- **VYDÁNÍ LETNÍCH TURISTICKÝCH NOVIN – DUBEN, 2021**
Každoročně vydávaná publikace v celkovém nákladu 15 000 ks.

- **LÉTO V KLADSKÉM POMEZÍ 2021 – PŘEDSTAVENÍ SEZONNÍCH NOVINEK – DUBEN 2021**
Dubnová konference s představením novinek na sezonu 2021 jednotlivými aktéry cestovního ruchu.
- **SETKÁNÍ INFORMAČNÍCH CENTER – DUBEN, ŘÍJEN 2021**
Dvakrát ročně probíhá setkání IC za účelem výměny informací, distribuce propagačních materiálů.
- **PROVOZ CYKLOBUSŮ – KVĚTEN, ZÁŘÍ 2021**
Zajištění provozu cyklobusů v roce 2021 včetně propagace.
- **TOULAVÝ BAŤOH – KVĚTEN–ZÁŘÍ 2021**
Realizace projektu pro rodiny s dětmi v podobě vydání ilustrované mapy, sezonní soutěže, spolupráce s Rodinnými pasy
- **FESTIVAL ZÁŽITKŮ - 1.7.-31.8.2021**
Realizace projektu zaměřeného na zážitkový cestovní ruch. V roce 2021 bude na osmi místech česko-polského pohraničí připravena nabídka zážitků v různých atraktivitách s tematikou tradice.
- **CERTIFIKACE A PROPAGACE REGIONÁLNÍCH PRODUKTŮ – PODZIM 2021**
Certifikace nových regionálních výrobků a jejich propagace.
- **SPOLUPRÁCE S INSTITUCEMI – PRŮBĚŽNĚ**
Podílení se na aktivitách Královéhradeckého kraje, spolupráce s CzechTourismem a Ministerstvem pro místní rozvoj – měření dopadů příhraniční spolupráce.
- **POSKYTOVÁNÍ SERVISU SUBJEKTŮM PŮSOBÍCÍM V CESTOVNÍM RUCHU – PRŮBĚŽNĚ**
Začlenění do systému propagace celého regionu, distribuce materiálů, poskytování mapových podkladů, fotografií regionu, tvorba nástěnných venkovních map.
- **WEBOVÁ PREZENTACE – PRŮBĚŽNĚ**
Provoz a aktualizace oficiální webové prezentace regionu Kladské pomezí, podpora návštěvnosti – on-line marketing.
- **SOCIÁLNÍ SÍTĚ – PRŮBĚŽNĚ**
Prezentace regionu pomocí sociálních sítí – Facebook, Instagram. Aktuality, komunikace, on-line marketing.

- OSVĚTA OBYVATEL VE VZTAHU K CESTOVNÍMU RUCHU – PRŮBĚŽNĚ

Vydávání informačního bulletinu, spolupráce s médii, pořádání akce na ukončení turistické sezony, nabídka školení, spolupráce s ČSKS

- HODNOCENÍ UKAZATELŮ EFEKTIVITY DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU – PRŮBĚŽNĚ

Kvantitativní a kvalitativní parametry – profil návštěvníka, sledování návštěvnosti ve vybraných subjektech, hromadných ubytovacích zařízeních, délka pobytu, analýza webu, sociálních sítí.