

# TURISTICKÁ OBLAST KRÁLICKÝ SNĚŽNÍK



## MARKETINGOVÝ A PROPAGAČNÍ PLÁN PRO ROK 2026

Marketingový a propagační plán pro rok 2026 představuje komplexní a systematický přístup k rozvoji turistické oblasti Králický Sněžník jako moderní, konkurenceschopné a dlouhodobě udržitelné destinace cestovního ruchu. Plán navazuje na úspěšné aktivity z předchozích let, zároveň však reflektuje aktuální trendy v oblasti turismu, změny v chování návštěvníků i rostoucí důraz na kvalitu zážitku, délku pobytu a ekonomický přínos pro region.

Zásadním posunem oproti předchozím obdobím je důraz na tvorbu konkrétního „**produktu destinace**“. Turistická oblast již není komunikována pouze jako soubor jednotlivých atraktivit, ale jako ucelená nabídka zážitků, které na sebe navazují a motivují návštěvníka k delšímu pobytu. Klíčovou roli v tomto směru hraje projekt **bikeregion.cz**, který dlouhodobě buduje pozici regionu jako atraktivní destinace pro cyklisty a aktivní turisty. Nově je tento produkt rozšířen o **3denní bikepass**. Tento produkt umožňuje návštěvníkům plánovat pobyt strukturovaně, využívat infrastrukturu regionu naplno a zároveň přináší přímý ekonomický přínos zapojeným subjektům. **Bikepass** v kombinaci s **bonus programem** vytváří silný motivační prvek, který podporuje nejen návštěvnost, ale především její kvalitu.

Zavedení bonus programu představuje jednu z **nejvýznamnějších inovací marketingové strategie pro rok 2026**. Tento nástroj propojuje jednotlivé poskytovatele služeb v regionu a vytváří jednotný ekosystém výhod pro návštěvníky. Díky možnosti individuálního nastavení benefitů ze strany podnikatelů dochází k přirozenému zapojení lokálních subjektů a posilování spolupráce napříč regionem. Bonus program zároveň podporuje vyšší útratu návštěvníků a motivuje je k objevování širší nabídky služeb.

Dalším významným prvkem je realizace televizní kampaně ve vysílání **TV Prima – pořad Na skok po Česku vysílání bude 24.5.2026 40 spot**, která představuje zásadní krok v oblasti budování povědomí o destinaci. Televizní spot umožní oslovit širokou cílovou skupinu a výrazně posílí vnímání regionu jako atraktivního místa pro trávení volného času. Tato aktivita bude systematicky propojena s online komunikací, zejména prostřednictvím sociálních sítí a PPC kampaní, čímž dojde k maximalizaci jejího dopadu.

Marketingová komunikace v roce 2026 bude důsledně pracovat s principem inspirace a následné konverze. Návštěvník bude nejprve osloven atraktivním obsahem – videi, fotografiemi, tipy na výlety či příběhy z regionu – a následně veden ke konkrétní akci, tedy k návštěvě destinace, rezervaci ubytování a využití bonusového programu či tematických produktů, jako je bikepass.

Důležitým aspektem celého plánu je také podpora udržitelného cestovního ruchu. Strategie směřuje k omezení krátkodobých návštěv a podporuje delší pobyty, které mají nižší negativní dopady na infrastrukturu a zároveň přinášejí vyšší ekonomický efekt. Zapojení lokálních podnikatelů, podpora regionálních služeb a efektivní využívání existující infrastruktury přispívají k dlouhodobé stabilitě a rozvoji oblasti.

Celkově lze konstatovat, že marketingový plán pro rok 2026 představuje promyšlený a provázaný systém aktivit, který reaguje na potřeby současného trhu a zároveň vytváří pevný základ pro další rozvoj turistické oblasti Králický Sněžník. Kombinace silné mediální podpory, inovativních nástrojů, jako je bonus program a

# TURISTICKÁ OBLAST KRÁLICKÝ SNĚŽNÍK



bikepass, a důrazu na kvalitu návštěvnického zážitku umožní regionu dále posilovat svou pozici na domácím i zahraničním trhu a přinášet dlouhodobý prospěch jak návštěvníkům, tak místním obyvatelům a podnikatelům.

## 1. CÍLE

1. Zvýšit návštěvnost oblasti a zviditelnit její nabídku
2. Podpořit cykloturistiku a projekt bikeregion.cz
3. Prodloužit délku pobytu návštěvníků v regionu
4. Zvýšit ekonomický přínos cestovního ruchu pro místní podnikatele
5. Podpořit spolupráci s lokálními subjekty
6. Zvýšit zapojení uživatelů na sociálních sítích
7. Zvýšit návštěvnost webů a počet sledovatelů na SoMe

## 2. HLAVNÍ NOVINKY 2026

### 1. TV KAMPAŇ

- 40s spot v TV Prima – **Na skok po Česku**
- Termín vysílání: 24. 5. 2026
- Zaměření: prezentace regionu jako ideální destinace pro cyklovýlet

### 2. BONUS PROGRAM

- Zavedení programu výhod pro návštěvníky
- Zapojení ubytovatelů a poskytovatelů služeb
- Možnost individuálního nastavení benefit

### 3. NOVÁ TRHACÍ MAPA A3 (NÁKLAD 20 000 KS) -distribuce po 25.4.

### 4. NOVÁ BROŽÚRA 40 CÍLŮ KRÁLICKA – dostupná i on-line [TU](#)

### 5. LETNÍ SOUPEŽ ' ' Z PODZEMÍ KRÁLICKÉHO SNĚŽNÍKŮ AŽ DO OBLAK v APP SMART STAY

### 6. 3-DENNÍ BIKEPASS – E-SHOP (prodej bude spuštěný jakmile všechny bikeparky budou v provozu)

## 3. HLAVNÍ TÉMATA KOMUNIKACE

- Bike region Králický Sněžník
- Turistické cíle regionů
- Vojenská historie a pevnostní objekty
- Kulturní akce

# TURISTICKÁ OBLAST KRÁLICKÝ SNĚŽNÍK



- Ubytování a služby
- Příroda a relax
- Nový wellness Melori DM

## 4. CÍLOVÉ TRHY

- Česká republika
- Polsko
- Slovensko

## 5. MARKETINGOVÉ AKTIVITY

- Správa webových stránek **kralickysneznik.net a bikeregion.cz**
- PPC kampaně (CZ, PL)
- Sociální sítě (Facebook, Instagram)
- Remarketing
- Tvorba videí a reels
- Tipy na výlety
- Placené on-lin články **Vyletník.cz a Rodinnévylety.cz agentúra Paseo**
- Regionální rádia – dle rozpočtu
- Soutěže ‘ ‘ Z podzemí Králického Sněžníku až do Oblak ‘ ‘

## 6. UDRŽITELNOST

Strategie podporuje udržitelný cestovní ruch prostřednictvím:

- podpory lokální ekonomiky
- snížení krátkodobé návštěvnosti
- efektivního využití infrastruktury