



NÁRODNÍ PROGRAM PODPORY CESTOVNÍHO RUCHU V REGIONECH

Indikátory / parametry podprogramu na úrovni projektů

Marketingové aktivity v cestovním ruchu (117D72200)

1. výzva 2017

vazba na podporovanou oblast	typ indikátoru / parametru	název indikátoru / parametru	měrná jednotka (parametr)	zdroj ověření	popis indikátoru / parametru
2 - 7	výstupu	Počet marketingových aktivit realizovaných ve spolupráci s oblastními organizacemi destinačního managementu (DS)	Počet partnerských smluv	Příjemci dotace	Počet marketingových aktivit realizovaných ve spolupráci min. 2 destinačních společností (v rámci jedné úrovně / napříč úrovněmi organizačního uspořádání)
2 - 7	výstupu	Počet marketingových aktivit realizovaných ve spolupráci s CzT	Počet partnerských smluv	Příjemci dotace	Počet marketingových aktivit realizovaných ve spolupráci s agenturou CzechTourism. Realizované aktivity musí být specifikovány v partnerské smlouvě. Partnerská smlouva může být uzavřena na délku realizace projektu včetně doby udržitelnosti.
1 - 6	výstupu	Počet nových / udržených pracovních míst	Počet	Příjemci dotace	Počet nových / udržených pracovních míst – pracovní místo souvisí s realizací podpořeného projektu.
	výstupu	Přírůstek počtu návštěvníků a počtu přenocování	%	Příjemci dotace	Nárůst počtu návštěvníků a počtu přenocování v destinaci (rozdíl počtu návštěvníků a počtu přenocování před zahájením realizace projektu a po ukončení realizace projektu /i v době udržitelnosti/, respektive v roce 2021).
1	výstupu	Počet podpořených strategických dokumentů	Počet	Příjemci dotace	Sledují se vytvořené strategické dokumenty (strategie DS jako řídicího subjektu destinace a marketingové strategie destinace) za podpory dotačního programu



vazba na podporovanou oblast	typ indikátoru / parametru	název indikátoru / parametru	měrná jednotka (parametr)	zdroj ověření	popis indikátoru / parametru
1	výstupu	Počet podpořených dopadových studií	Počet	Příjemci dotace	Počet vytvořených studií za účelem monitoringu udržitelného rozvoje destinace, které hodnotí environmentální, sociální a ekonomické dopady na celé či část území destinace
1	výstupu	Počet úspěšně proškolených osob v cestovním ruchu	Počet	Příjemci dotace	Jde o počet zástupců cílových skupin (pracovníci DS, TIC, průvodci, oddělení/odborů cestovního ruchu), kteří byli v rámci projektu úspěšně podpořeni jako osoby vzdělávané (tj. byli odběrateli vzdělávací služby).
2	výstupu	Počet podpořených marketingových výzkumů	Počet	Příjemci dotace	Počet podpořených marketingových šetření v oblasti monitoringu návštěvnosti (profil návštěvníka), šetření zdrojových trhů, vnímání destinace (image, brand), spokojenosti návštěvníků s kvalitou nabídky nebo analýz konkurence.
2	výstupu	Počet podpořených marketingových výzkumů realizovaných v rámci kooperace s dalšími DS (lokální/oblastní, krajské i CzT)	Počet	Příjemci dotace	Počet podpořených marketingových šetření v oblasti monitoringu návštěvnosti (profil návštěvníka), šetření zdrojových trhů, vnímání destinace (image, brand), spokojenosti návštěvníků s kvalitou nabídky nebo analýz konkurence) ve spolupráci s jinou organizací destinačního managementu (DS)
3	výstupu	Počet podpořených produktů CR	Počet	Příjemci dotace	Počet nově vytvořených produktů cestovního ruchu (dle Manuálu CzT), které zahrnují eventy cestovního ruchu, tematické a regionální produkty a turistické karty
3	výstupu	Počet podpořených akcí cestovního ruchu	Počet	Příjemci dotace	Počet nově vytvořených nebo výrazně inovovaných akcí cestovního ruchu



vazba na podporovanou oblast	typ indikátoru / parametru	název indikátoru / parametru	měrná jednotka (parametr)	zdroj ověření	popis indikátoru / parametru
3	výstupu	Počet tematických a regionálních produktů	Počet	Příjemci dotace	Počet nově vytvořených produktů cestovního ruchu dle Manuálu CzT. Jde o komplexní produkty zahrnující kombinaci několika služeb a turistických cílů regionu.
3	výstupu	Počet podpořených turistických karet	Počet	Příjemci dotace	Počet nově vytvořených nebo výrazně inovovaných turistických karet destinace
4	výstupu	Počet podpořených značek (branding destinace)	Počet	Příjemci dotace	Indikátor sleduje počet značek, který daný projekt podpořil. Destinace mohou dle místních podmínek pracovat s jednou hlavní značkou nebo hlavní značkou a několika doplňkovými produktovými či regionálními značkami (blíže architektura značek). Mezi základní aktivity, jež podporují značku destinace, patří: strategie značky destinace (definování hodnot destinace, na kterých značka stojí, návrh brandu vč. vizuálního stylu komunikace a jeho umístování), dále je to koncepce architektury značky; imageové kampaně; tvorba suvenýrů a propagačních předmětů a tvorba fotobank a imageových videí.
5	výstupu	Počet projektů distribuce	Počet	Příjemci dotace	Indikátor sleduje počet podpořených a realizovaných projektů distribuce produktů CR a informací o destinaci mezi lokální, oblastní, krajskou a národní úrovní. Jde o aktivity, které posilují spolupráci mezi hierarchickými úrovněmi organizace cestovního ruchu v ČR. Typicky může jít o spolupráci TIC v rámci destinace, nebo spolupráci krajské či oblastní destinace s CzT.



vazba na podporovanou oblast	typ indikátoru / parametru	název indikátoru / parametru	měrná jednotka (parametr)	zdroj ověření	popis indikátoru / parametru
6	výstupu	Počet komunikačních aktivit	Počet	Příjemci dotace	Indikátor sleduje počet realizovaných komunikačních aktivit. Každá komunikační kampaň se skládá s mixu komunikačních aktivit realizovaných v různých placených či neplacených médiích.
7	výstupu	Počet partnerských smluv	Počet	Příjemci dotace	Počet uzavřených partnerských smluv s klíčovými marketingovými partnery destinace s cílem pozitivně ovlivňovat vnímání značky destinace
1 - 7	výstupu	Počet podpořených krajských organizací destinačního managementu	Počet	MMR	Počet podpořených krajských destinačních společností, které se registrovaly na MMR, respektive splnily podmínky certifikace destinačních společností v rámci nového systému organizace CR.
1 - 7	výstupu	Počet podpořených oblastních organizací destinačního managementu (DS)	Počet	MMR	Počet podpořených oblastních a lokálních destinačních společností, které se registrovaly na MMR, respektive splnily podmínky certifikace destinačních společností v rámci nového systému organizace cestovního ruchu.
1	výsledku	Počet fungujících subjektů destinačního managementu	Počet	Příjemci dotace	Počet fungujících subjektů destinačního managementu, tj. organizací zaměřených na management destinace v oblasti vytváření a prosazení destinace a jejich produktů cestovního ruchu na trhu. Subjekty destinačního managementu musí být registrovány / certifikovány na MMR.
	výsledku	Měření spokojenosti návštěvníků	%	Příjemci dotace	Procento respondentů, kteří odpověděli na otázku, zda byli v destinaci spokojeni na pětibodové škále možnost 1 (velmi



vazba na podporovanou oblast	typ indikátoru / parametru	název indikátoru / parametru	měrná jednotka (parametr)	zdroj ověření	popis indikátoru / parametru
					spokojen) nebo 2 (spíše spokojen).
	výsledku	Průměrná délka pobytu návštěvníků v destinaci	počet	Příjemci dotace / ČSÚ	Průměrná délka pobytu návštěvníků v destinaci – počet přenocování vydělený počtem hostů
2	Výsledku	Počet osob oslovených v rámci realizovaných šetření	Počet	Příjemci dotace	Počet respondentů oslovených v rámci realizace výzkumných aktivit realizovaných v destinaci.
3	výsledku	Počet účastníků podpořených akcí	Počet	Příjemci dotace	Počet účastníků podpořené akce/akcí za kalendářní rok. Příjemce dotace má povinnost dlouhodobě (min. po dobu udržitelnosti) sledovat a vykazovat návštěvnost předmětné akce
3 / 6	výsledku	Počet návštěvníků webu, respektive příslušné sekce webu	Počet	Příjemci dotace	Počet unikátních návštěvníků webu, respektive příslušné stránky na webu destinace - Měření návštěv podle Google Analytics a měření konverzí. Příklady sledovaných ukazatelů: <ul style="list-style-type: none">Počet unikátních návštěvníků a jejich kvalitativní parametry (zájem o obsah webu)Počet stažených itinerářů, brožur, registrace do newsletteru, nákup destinační karty, atd.
3 / 6	výsledku	Zvýšení doby strávené na podpořeném webu.	%	Příjemci dotace	Změna doby strávené na webu. Zvýšení doby po kterou návštěvníci setrvávají na webu, respektive jeho sekcí v %. Změna oproti návštěvnosti webu před realizací projektu.



vazba na podporovanou oblast	typ indikátoru / parametru	název indikátoru / parametru	měrná jednotka (parametr)	zdroj ověření	popis indikátoru / parametru
3 / 6	Výsledku	Zvýšení návštěvnosti turistických portálů unikátními návštěvníky	%	Příjemci dotace	Nárůst počtu unikátních návštěvníků podpořených webů. Změna počtu návštěvníků webu oproti stavu před realizací projektu.
3	výsledku	Dosah produktu na sociálních sítích	Počet	Příjemci dotace	Využití Social media metrik – počet zhlédnutí, počet like, počet sdílení a komentářů k danému produktu např. počet Engaged users.
3	výsledku	Nárůst poptávky po produktech destinace.	%	Příjemci dotace	Nárůst poptávky po podpořených produktech destinace (u relevantních produktů změna oproti stavu před realizací projektu – realizace kampaně k existujícímu produktu / modernizace produktu), případně ke stavu uvedeném v ZVA. U relevantních projektů sledováno i v době udržitelnosti.
3	výsledku	Počet distribuovaných tištěných materiálů konečným spotřebitelům/CK k danému produktu	Počet	Příjemci dotace	Katalogy, letáky a další propagační tištěné materiály s nabídkou příslušného produktu distribuovaných (nikoliv vytištěných) konečným spotřebitelům/CK
3	výsledku	Počet uživatelů turistických karet	Počet	Příjemci dotace	Počet prodaných nebo jinak distribuovaných turistických karet konečným uživatelům v jednotkách za rok
4	výsledku	Počet zhlédnutí videa/Počet impresí podpořených fotografií	Počet	Příjemci dotace	Indikátor sleduje velikost dosahu podpořených videí či fotografií. Počet zhlédnutí videa/fotografie je sumou všech zhlédnutí na různých distribučních platformách destinace (např. youtube, vlastní web, reklamní video na stránkách třetích stran, distribuce tištěných materiálů s podpořenými fotografiemi...).



vazba na podporovanou oblast	typ indikátoru / parametru	název indikátoru / parametru	měrná jednotka (parametr)	zdroj ověření	popis indikátoru / parametru
4	výsledku	Počet prodaných/poskytnutých kusů suvenýrů (propagačních předmětů)	Počet	Příjemci dotace	Počet prodaných/poskytnutých kusů
4, 6	výsledku	Zásah imageové kampaně	Počet	Příjemci dotace	Indikátor sleduje velikost zásahu (reach) podpořené komunikační kampaně prostřednictvím standardních mediálních metrik dosahu (GRP, počet zobrazení, atd.)
4	výsledku	Zvýšení povědomí návštěvníků o existenci regionálních destinací a jejich nabídce	%	Příjemci dotace	Zvýšení povědomí návštěvníků o existenci regionálních destinací a jejich nabídce. Změna povědomí měřena oproti povědomí o destinaci před zahájením realizace projektu.
4	výsledku	Změna povědomí návštěvníků o značce destinace	%	Příjemci dotace	Změna povědomí návštěvníků o značce destinace. Změna povědomí měřena oproti stavu před realizací projektu.
6	výsledku	Zásah ediční činnosti	Počet	Příjemci dotace	Počet distribuovaných tiskovin v elektronické i papírové podobě. V případě elektronických verzí jde o počet stažení, v případě fyzické podoby jde o počet distribuovaných materiálů konečným spotřebitelům/CK
6	výsledku	Efektivita PR	Počet	Příjemci dotace	Měření efektivity PR prostřednictvím AVE (přepočet redakčního prostoru na inzertní hodnotu), nebo clippingu (náklad/čtenost média, pozice a prostor článku na stránce, počet zhlédnutí/přečtení článku, srovnání s konkurencí, atd.), případně dalších nástrojů.
6	výsledku	Počet návštěv webu	Počet	Příjemci dotace	Počet unikátních návštěvníků webu destinace
6	výsledku	Počet stažení mobilní aplikace	Počet	Příjemci dotace	Počet stažení z distribučních platforem jako jsou Google Play, Apple Store, Windows Store,



vazba na podporovanou oblast	typ indikátoru / parametru	název indikátoru / parametru	měrná jednotka (parametr)	zdroj ověření	popis indikátoru / parametru
					resp. vlastního webu.
6	výsledku	Počet klientů v CRM databázi / MIS	Počet	Příjemci dotace	Počet nových klientů v zákaznické databázi
6	výsledku	Dosah aktivit na sociálních sítích	Počet	Příjemci dotace	Využití Social media metrik – počet zhlédnutí, počet like, počet sdílení a komentářů k danému produktu např. počet Engaged users, doplňkově Engagement rate = Engaged users/Page Impression Unique
1 - 6	výsledku	Podpora provázání podnikatelských a veřejných investic.	Počet společných projektů	Příjemci dotace	Počet projektů realizovaných ve spolupráci veřejného a podnikatelského sektoru.