

Akční plán Plzeň – TURISMUS, p. o. pro rok 2025

Akční plán stanovuje priority v oblasti rozvoje destinace a hlavní marketingové aktivity Plzeň – TURISMUS pro rok 2025. Naplňuje dlouhodobou Strategii rozvoje cestovního ruchu destinace Plzeň 2024–2028.

Aktivity pro rok 2025 jsou plánovány v návaznosti na činnost organizace v předchozích obdobích, zároveň zohledňují výstupy návštěvnických průzkumů a sběru dat realizovaných v letech 2023 a 2024.

1 Rozvoj destinace

Aktivita	Popis	Termín realizace
Recertifikace Plzeň – TURISMUS jako oblastní DMO	Příprava a administrace žádosti o recertifikaci v rámci Kategorizace DMO.	leden
Aktualizace a doplnění MIOS o nové prvky	Příprava a realizace soutěže na doplňující informační a orientační prvky, konzultace s partnery, uzavření smlouvy s vítězným dodavatelem.	leden–prosinec
Analýza návštěvnosti Slavností svobody	Měření návštěvnosti akce prostřednictvím geolokačních dat.	květen–červen
Analýza návštěvnosti Plzně	Měření návštěvnosti destinace prostřednictvím geolokačních dat.	leden–prosinec
Sběr dat v turistických cílech	Sběr dat prostřednictvím tematických dotazníků.	únor–prosinec
Návštěvnický průzkum 2024	Vyhodnocení průzkumu a prezentace výsledků.	leden–březen
Podání žádosti a administrace projektu z dotačního programu MMR	Program „Podpora organizací destinačního managementu 2025“	leden–prosinec
Spolupráce s Pilsen Region Convention Bureau	Plzeň – TURISMUS jako partner Plzeňského kraje za destinaci Plzeň.	leden–prosinec
Zapojení do odborných členských organizací a pracovních skupin	Členství Plzeň – TURISMUS v Sdružení turistických oblastí ČR – aktivní zapojení do diskuse o řízení CR v Česku, účast na jednáních sdružení.	leden–prosinec
Komentované prohlídky (spolupráce úseku rozvoje destinace a TIC)	- Nastavení systému komentovaných prohlídek v turistické sezoně (více termínů vč. pracovních dnů, prohlídky pro individuální návštěvníky i v cizích jazycích). - Spolupráce s Židovskou obcí Plzeň a Biskupstvím plzeňským na prohlídkách Velké synagogy a katedrály sv. Bartoloměje	leden–prosinec

	- Nabídka bezplatných prohlídek pro hotely – pro ubytované hosty - Příprava prohlídek stadionu FC Viktoria Plzeň	
--	---	--

2 Partnerská spolupráce

Aktivita	Popis	Termín realizace
Vzdělávací aktivity pro partnery a zaměstnance DMO	Školení pro partnery Plzeň – TURISMUS (pracovníky turistických cílů, provozovatele ubytování a gastro služeb, pracovníky infocenter a průvodce): - kurzy první pomoci - grafika v Canvě - úprava fotografií/videí	leden–prosinec
Setkání aktérů cestovního ruchu	Tradiční setkání partnerů u příležitosti zhodnocení turistické sezony a plánu na rok 2026.	říjen
Komunikace s členy partnerské platformy	Pravidelné informování partnerů o plánovaných aktivitách, zasílání kalendáře akcí a novinek z destinace. Pravidelné poskytování dat o cestovním ruchu a přehledů marketingových aktivit.	leden–prosinec
Revize dohod o partnerství	Revize existujících dohod o partnerství a jejich nahrazení novými dohodami, které konkrétněji nastaví oblasti spolupráce, vzájemnou podporu v oblasti rozvoje destinace a marketingu i spolupráci s TIC. - Dohody o partnerství s provozovateli turistických atraktivit - Dohody o partnerství s poskytovateli ubytování (HUZ), které mj. nastaví podmínky provizního prodeje služeb partnera a Plzeň – TURISMUS - Memoranda o spolupráci s obcemi v destinaci – aktualizace, uzavření nových dohod, navázání partnerství s novými obcemi – rozšíření destinace Plzeň.	leden–říjen

Spolupráce s nově vznikající krajskou DMO – Centrála cestovního ruchu Plzeňského kraje	Nastavení spolupráce v marketingu a rozvoji destinace.	červenec–prosinec
Spolupráce s agenturou CzechTourism	- Konference European Travel Commission – zajištění doprovodného programu pro účastníky konference – organizační a finanční spoluúčast - Spolupráce ve věci Česko-Bavorského partnerství	leden–prosinec

3 Produkty cestovního ruchu a partnerské projekty

Aktivita	Popis	Termín realizace
Industry Open		
Rozvoj industriální stezky ve spolupráci s partnery	Navazování partnerství s novými subjekty, spolupráce s Plzeňským krajem a partnery v regionu. Distribuce tištěného průvodce do partnerských lokalit, sběr informací a novinek od partnerů.	leden–prosinec
Program stezky Industry Open na turistickou sezonu	Příprava programu ve spolupráci s partnery, komunikace akcí v průběhu turistické sezony. - Komentované prohlídky - Zážitkové výlety - Běžně nepřístupná místa	duben–říjen
Partnerské projekty		
Plzeňské hotelové noci	Realizace ročníku 2025 v únoru–březnu: Spolupráce se zapojenými ubytovateli a turistickými cíli, distribuce Turistických karet, komunikace s klienty. Po realizaci akce bude zorganizováno setkání s partnery a vyhodnocení letošního ročníku. Příprava ročníku 2026 začne v průběhu podzimu.	ročník 2025: leden–duben ročník 2025: září–prosinec

4 Marketing

Podobně jako v uplynulých letech bude zastřešující destinační kampaň pro hlavní turistickou sezonu klást důraz na oslovení domácích návštěvníků. V souladu se současnými marketingovými trendy bude těžiště kampaně v prostředí online (využití sociálních sítí, placenou prezentaci), na které naváží další kampaňové aktivity (PR, OOH, inzerce...). Hlavními cílovými skupinami destinační kampaně jsou Požitkáři a Rodiny s dětmi. Geografické cílení bude na základě dat získaných při vyhodnocování předchozích kampaní vedle okolních krajů zaměřeno také na Jihomoravský a Moravskoslezský kraj.

Aktivita	Popis	Termín realizace
Marketingové kampaně		
Kampaň Plzeňské hotelové noci	Marketingová kampaň zaměřená na propagaci akce Plzeňské hotelové noci a komunikaci turistické nabídky destinace v mimosezoně. Online kampaň – sociální sítě, videa na Aktuálně, inzerce a PR.	leden–březen
Destinační kampaň pro hlavní turistickou sezonu	Kampaň proběhne zejména v online prostoru s hlavním důrazem na sociální sítě, bude doplněna o influencer marketing, inzerce a PR.	příprava kampaně: březen–květen realizace: květen–říjen
Kampaň na podporu výročí Evropského hlavního města kultury a 80. výročí osvobození Plzně americkou armádou	Marketingové aktivity na zahraničních trzích ve spolupráci se zahraničními zastoupeními CzechTourism, na domácím trhu podpora v rámci online aktivit, PR a inzercí.	únor–září
Destinační kampaň v Bavorsku	Kampaň na sociálních sítích s důrazem na témata vhodná pro bavorský trh.	květen–září
Další marketingové aktivity na podporu příjezdů		
PR prostřednictvím agentury	Spolupráce s PR agenturou, důraz na šíření obsahu, pořádání press tripů pro tuzemské novináře, soutěže v médiích apod.	leden–prosinec
Spolupráce s influencery	Vytipování vhodných influencerů a realizace spolupráce v průběhu celého roku.	leden–prosinec
Press trip	Šest hromadných press tripů v průběhu roku pro novináře z různých zemí ve spolupráci	leden–prosinec

	s agenturou CzechTourism a Plzeňským krajem.	
Veletrhy cestovního ruchu	Účast na tuzemských a zahraničních veletrzích a prezentačních akcích: - f.re.e Messe München - Holiday World & Region World Praha - Ferien-Messe Wien - Travel Trade Day - National Geographic Food Traveller Festival	leden–prosinec
Produkce nových kampanových fotografií a videí pro sociální sítě	Pořízení fotografií a videí pro doplnění fotobanky Visit Plzeň a využití v rámci destinační kampaně na sociálních sítích	leden–prosinec
SmartGuide	Průběžná aktualizace a rozšiřování obsahu aplikace, přidání tematických tras – Po stopách staré vody (spolupráce s Vodárnou Plzeň), Alšova sgrafita, Industriální Plzeň	leden–prosinec
Marketingové aktivity v rámci destinace		
Umístění jednotných stojanů a panelů s výzvou ke stažení letáků v Plzni a nejbližším okolí	Příprava vizualizace různých možností, oslovení míst a realizace – první fáze v Plzni, dále okolí	leden–prosinec
Vývoj nové tržací mapy se základními informacemi o destinaci	Příprava mapového podkladu a tříjazyčné informace na zadní stranu (základní nabídka TC v destinaci, praktické informace)	leden–prosinec
Posílení pozic webu Visit Plzeň ve vyhledávacích	Posílení SEO, linkbuilding, případně placené pozice v rámci SERPu.	leden–červen
Webové testování	Testování webu po redesignu – cca půl roku po spuštění	duben–červenec
Dotisk propagačních materiálů	Dle potřeby – předpokládáný je dotisk letáku „Plzeň“, dotisk letáku Patton Memorial Pilsen	leden–prosinec

Dlouhodobé marketingové aktivity organizace

- Propagace destinace prostřednictvím standardních komunikačních kanálů pod značkou Visit Plzeň
- Hlavní turistický portál www.visitplzen.eu ve třech jazykových mutacích (CZ, EN, DE)
- Newsletter Visit Plzeň (1x měsíčně)

- Komunikace na sociálních sítích Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube. Podpora tvorby uživatelského obsahu s označením profilů Visit Plzeň, hashtagu #visitplzen.
- PR a press tripy: budování pozitivního obrazu Plzně jako atraktivní destinace
- Propagace hlavních akcí s turistickým potenciálem napříč komunikačními kanály
- Poskytování fotografií a videí destinace partnerům pro jejich využití
- Vyhodnocování a optimalizace marketingových aktivit
- Sdílení výsledků kampaní a přehledu marketingových aktivit s partnery

5 Turistická informační centra Visit Plzeň

Obě pobočky Turistického informačního centra Visit Plzeň budou i v roce 2025 na základě dohody s Plzeňským krajem poskytovat informační servis nejen pro destinaci, ale pro celý region. Před zahájením hlavní turistické sezóny bude provedena revize a navazující aktualizace distribuční sítě propagačních tiskovin v destinaci.

Aktivita	Popis	Termín realizace
Projekt rekonstrukce TIC na náměstí Republiky	Příprava projektu rekonstrukce hlavní pobočky infocentra.	leden–prosinec
Komentované prohlídky (spolupráce úseku rozvoje destinace a TIC)	- Nastavení systému komentovaných prohlídek v turistické sezoně (více termínů vč. pracovních dnů, prohlídky pro individuální návštěvníky i v cizích jazycích). - Spolupráce s Židovskou obcí Plzeň a Biskupstvím plzeňským na prohlídkách Velké synagogy a katedrály sv. Bartoloměje - Nabídka bezplatných prohlídek pro hotely – pro ubytované hosty - Příprava prohlídek stadionu FC Viktoria Plzeň	leden–prosinec
Nové kolekce suvenýrů	Nové suvenýry Adolf Loos Plzeň Kolekce s ilustracemi od plzeňské výtvarnice Terezy Marianové Kolekce Patton Memorial Pilsen – pro Slavnosti svobody 2025	leden–červen