

Akční plán stanovuje priority v oblasti rozvoje destinace a hlavní marketingové aktivity Plzeň – TURISMUS pro rok 2026. Naplňuje dlouhodobou Strategii rozvoje cestovního ruchu destinace Plzeň 2024–2028.

Aktivity pro rok 2026 jsou plánovány v návaznosti na činnost organizace v předchozích obdobích, zároveň zohledňují výstupy návštěvnických průzkumů a sběru dat realizovaných v letech 2024 a 2025.

1 Rozvoj destinace

Aktivita	Popis	Plánovaný termín realizace
Recertifikace Plzeň – TURISMUS jako oblastní DMO	Příprava a administrace žádosti o recertifikaci v rámci Kategorizace DMO.	březen
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
Sběr dat v turistických cílech, TIC a ubytovacích zařízeních	Sběr dat prostřednictvím tematických dotazníků. Nastavení sběru dat o tom, odkud turisté přijeli.	únor–prosinec
Podání žádosti a administrace projektu z dotačního programu MMR	Program „Podpora organizací destinačního managementu 2026“. Podání žádosti o dotaci na aktivitu "Výkon destinačního managementu", tedy na osobní náklady zaměstnanců.	leden–prosinec
Spolupráce s Pilsen Region Convention Bureau	Plzeň – TURISMUS jako partner Plzeňského kraje za destinaci Plzeň, spolupráce s Centrálou cestovního ruchu Plzeňského kraje (CCRPK).	leden–prosinec
Zapojení do odborných členských organizací a pracovních skupin	Členství Plzeň – TURISMUS v Sdružení turistických oblastí ČR – aktivní zapojení, účast na jednáních sdružení.	leden–prosinec

2 Partnerská spolupráce

Aktivita	Popis	Plánovaný 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): <ul style="list-style-type: none"> - grafika v Canvě - úprava fotografií/videí 	březen–prosinec
Setkání aktérů cestovního ruchu	Tradiční setkání partnerů u příležitosti zhodnocení turistické sezony a plánu na rok 2027. Vytvoření nového konceptu setkání, workshopová forma.	březen–prosinec
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. Schůzky k dílčím projektům dle potřeby.	leden–prosinec
Spolupráce s obcemi, navazování nových partnerství	Jednání s obcemi na jižním Plzeňsku o možnostech spolupráce.	leden–říjen

3 Produkty cestovního ruchu a partnerské projekty

Aktivita	Popis	Plánovaný termín realizace
Industry Open		
Rozvoj industriální stezky ve spolupráci s partnery	Navazování partnerství s novými subjekty, spolupráce s CCRPK, DMO 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. <ul style="list-style-type: none"> - Komentované prohlídky - Zážitekové výlety 	duben–říjen

	- Běžně nepřístupná místa	
Zapojení Plzně do projektu EPIC – Experience Prato Industrial Culture	Účast Plzně jako Transfer Partnera v projektu italského města Prato s cílem posílit cestovní ruch prostřednictvím prezentace industriálního dědictví.	2025–2028
Plzeňské hotelové noci		
Plzeňské hotelové noci	Realizace ročníku 2026 v únoru–březnu: Spolupráce se zapojenými ubytovateli a turistickými cíli, distribuce Turistických karet, komunikace s klienty. Po realizaci akce organizace setkání s partnery a vyhodnocení letošního ročníku. Příprava ročníku 2027 začne v průběhu podzimu.	ročník 2026: leden–duben ročník 2027: září–prosinec
Patton Memorial Pilsen		
Projektová příprava obsahu nové expozice muzea osvobození	Příprava obsahu expozice muzea na Klatovské 19, spolupráce s muzejními institucemi. Realizace expozice.	2025–duben 2027
Veřejná zakázka na dodávku expozice muzea na Klatovské 19	Vypsání a administrace výběrového řízení na dodavatele expozice muzea (mobiálové prvky a AV technika). Koordinace prací s dodavatelem.	výběrové řízení: duben–červen realizace: červenec–duben 2027
Adolf Loos Plzeň		
Zkvalitňování produktu Adolf Loos Plzeň	Spolupráce s provozovateli/vlastníky Loosových interiérů, zkvalitňování obsahu prohlídek prostřednictvím doprovodných materiálů pro návštěvníky.	duben–říjen

4 Destinační 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 prezentací), 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.

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

Aktivita	Popis	Plánovaný termín realizace
Marketingové kampaně		
Kampaň Plzeňské hotelové noci	Marketingová kampaň zaměřená na propagaci akce Plzeňské hotelové noci a komunikaci turistické nabídky destinace v mimosezóně.	leden–březen
Destinační kampaň pro hlavní turistickou sezonu	Příprava nového konceptu kampaně, následně tvorba mediaplánu a obsahu dle zvoleného konceptu.	příprava kampaně: březen–květen realizace: květen–říjen
Adventní kampaň	Předvánoční online kampaň zaměřená na přilákání turistů v době adventu.	prosinec
Komunikace výročních témat 100 let Hurvínka a 100 let plzeňské zoo	Zajištění maximální marketingové podpory obou témat v rámci komunikačního plánu Visit Plzeň	leden–prosinec
Další marketingové aktivity na podporu příjezdů		
PR prostřednictvím agentury	Spolupráce s PR agenturou, důraz na šíření obsahu a media relation, pořádání press tripů pro tuzemské novináře, soutěže v médiích apod.	leden–prosinec
PR	Tiskové zprávy a komunikace pro lokální média na téma novinek v cestovním ruchu.	leden–prosinec
Domácí press tripy	Akcent na širokou škálu obsahu a navázání dlouhodobější spolupráce.	leden–prosinec
Spolupráce s influencery	Realizace influencer tripů dle stanovené strategie.	leden–prosinec
Zahraniční press tripy	Realizace press tripů pro zahraniční novináře ve spolupráci s CCRPK a agenturou CzechTourism.	leden–prosinec
Využití komunikačních kanálů zprostředkovaných CCRPK	Propagace akcí a turistických atraktivit prostřednictvím komunikačních kanálů CCRPK či zajištěných CCRPK.	leden–prosinec
Veletrhy cestovního ruchu	Účast na tuzemských a zahraničních veletrzích a prezentačních akcích: - f.re.e Messe München	leden–prosinec

	<ul style="list-style-type: none"> - Holiday World & Region World Praha - Ferien-Messe Wien - Travel Trade Day - Země živitelka České Budějovice - a další... 	
Produkce nových kampaňových fotografií a videí pro sociální sítě	Rozšiřování foto- a videobanky.	leden–prosinec
Marketingový plán pro propagaci destinace v Bavorsku	Obnovení spolupráce s příhraničím, vyhledávání nových příležitostí k propagaci, oslovení cílových skupin v Bavorsku, spolupráce s lokálními spolky.	únor–prosinec
Ediční činnost		
Rozšíření jazykových mutací základní řady brožur	Nové jazykové mutace tiskovin (IT, ŠP, FR, UK, PO) – pouze v elektronické podobě ke stažení.	leden–duben
Nový materiál pro potřeby turistů a TIC	Základní brožura s přehlednou mapou a praktickými informacemi, která má návštěvníkovi usnadnit pobyt ve městě.	leden–duben
Dotisky dle aktuální potřeby	Zajištění dotisků tiskovin dle potřeby.	leden–prosinec
Marketingové aktivity v rámci destinace		
Dokončení jednotného systému distribuce informačních materiálů Visit Plzeň	Umístění jednotných stojanů a panelů s výzvou ke stažení materiálů o destinaci na domluvená místa dle dohody s partnery v destinaci.	leden–březen
SmartGuide	Rozšiřování tras, průběžná aktualizace a udržování obsahu aplikace.	leden–prosinec
Online marketing		
GEO Audit	Audit přístupnosti webu v kontextu AI, následná optimalizace pro nástroje AI.	leden–červen
Obsah webu Visit Plzeň	Rozšíření obsahu lokalit o karty obcí v destinaci.	leden–březen

5 Turistická informační centra Visit Plzeň

Obě pobočky Turistického informačního centra Visit Plzeň budou i v roce 2026 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	Plánovaný termín realizace
Projekt rekonstrukce TIC na náměstí Republiky	Příprava projektu rekonstrukce hlavní pobočky infocentra.	leden–prosinec
System distribuce materiálů o destinaci v elektronické podobě prostřednictvím QR kódů	Implementace v TIC – drobné interiérové úpravy pro prezentaci udržitelného systému distribuce informačních materiálů.	leden–prosinec
Nové kolekce suvenýrů	Příprava nové kolekce suvenýrů se zaměřením na zimní sezonu a módní textilní artikly. Spolupráce s Muzeem loutek (ZČM) na kolekci předmětů u příležitosti 100 let Hurvínka.	leden–říjen