



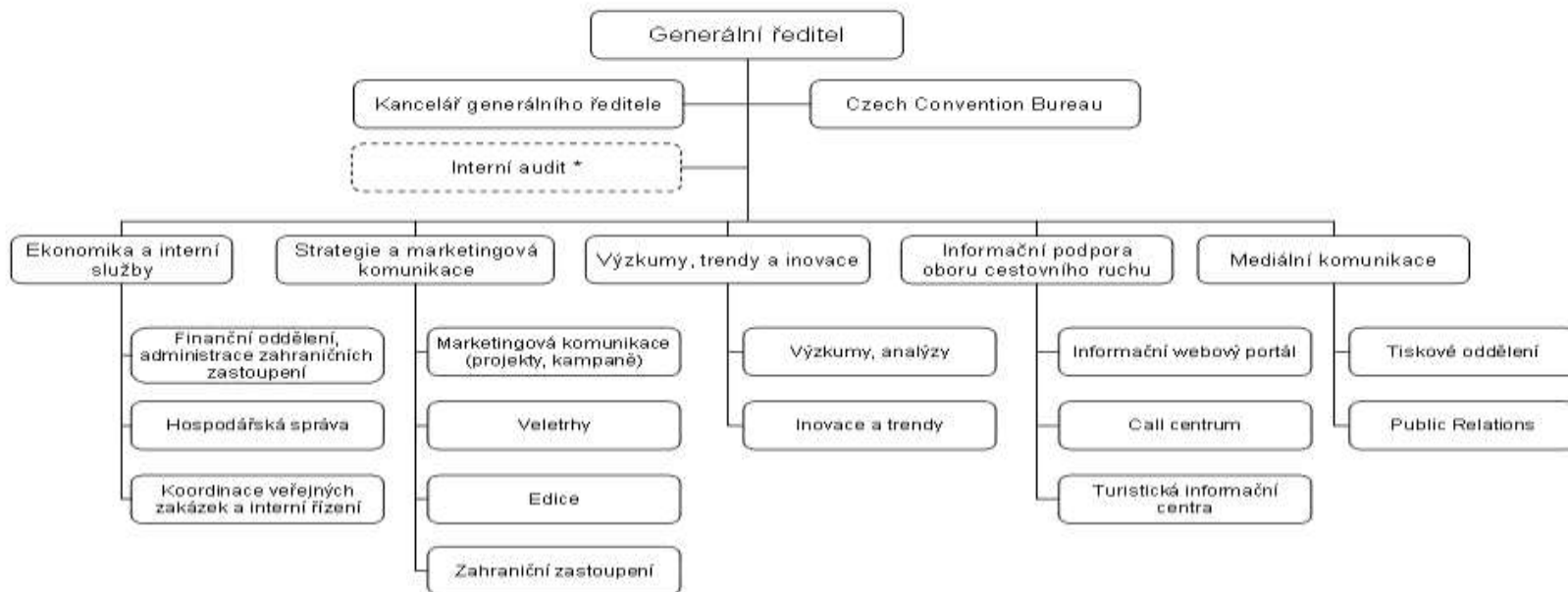
Marketingová podpora  
lázeňského cestovního ruchu

## Obsah prezentace

---

- Nová organizační struktura CzechTourism
- Marketingové produkty
- Cílové trhy
- Marketingová podpora lázeňství
- Lázeňské statistiky v příjezdovém cestovním ruchu

# CzechTourism – nová organizační struktura 2011



\* mimo systemizaci

## CzechTourism 2011 – Udáváme směr, hodnotíme cestu

- posílení významu Odboru výzkumu, trendů a inovací
  - <http://vyzkumy.czechtourism.cz> – databáze – 260 výzkumů
- nová marketingová koncepce
- nový destinační brand
- nové zdroje financování pro marketingové kampaně
- posílení vnitřních komunikačních procesů
- vytváření střednědobé strategie propagace

## Komunikační poselství



### **“Česká republika - to letí!”**

- ve spojení s portálem KUDY Z NUDY komunikováno v mediálních a marketingových aktivitách v rámci domácího cestovního ruchu

### **“Czech Republic - Stunningly Different!”** (úžasně jiná!)

- komunikováno v souvislosti s aktivitami na zahraničních zdrojových trzích

## CzechTourism – marketingové produkty

- Kulturně - historické dědictví - highlights, UNESCO
- Zážitková dovolená – noční život, móda, gastronomie, netradiční zážitky (gay, svatby)
- Aktivní dovolená – letní, zimní + za poznáním – Kudy z nudy
- Lázeňství – tradiční léčebné lázeňství, lázeňský wellness, medical tourism – nově 2011
  - o **Koordinátor lázeňství – ing. Iveta Jakoubková, [jakoubkova@czechtourism.cz](mailto:jakoubkova@czechtourism.cz)**
- Golf
- MICE - kongresový, korporátní a incentivní cestovní ruch

## CzechTourism 2011 – cílové trhy

### min. zachovat

- Rakousko
- Japonsko
- Maďarsko
- Slovensko

### posílit

- Německo
- Rusko
- Velká Británie
- Itálie
- U. S.
- Benelux
- Španělsko
- Polsko
- Skandinávie

### získat

- Čína
- Izrael
- Indie
- Brazílie
- Korea
- Austrálie, NZ
- GCC

## Proč podpora medicínského lázeňství?

- dlouholetá tradice, nejmodernější metody léčby, vysoce kvalifikovaná lékařská péče spolu s využíváním přírodních léčivých zdrojů (*minerální voda, peloidy, plyn, klima*) – **konkurenční výhoda** pro české lázně na evropském trhu
- vedle tradičního lázeňství rozvoj „**medical wellness**“ – spojení léčebné péče a využívání přírodních léčivých zdrojů spolu s wellness procedurami a dalšími doplňkovými aktivitami
- stoupá zájem o kratší pobyty, prodloužené víkendy, stále větší důraz na prevenci, ale i pouhý odpočinek, relaxaci s akcentem na zdravý životní styl
- výrazně stoupá zájem zejména domácích klientely
- lázně rozšiřují nabídky programů a procedur, investují do balneoprovozů, zvyšují kvalitu poskytovaných služeb
- stále větší důraz je kladen na atraktivní doprovodný program, nabídku sportovního a kulturního vyžití
- zvyšuje se počet lázeňských klientů a naopak klesá počet pobytových dnů, klesá věk klientů
- zaměřujeme se na zdrojové trhy tradiční + navíc 2011 Izrael, USA, Polsko, Rakousko, Francie (Alsasko)



# Marketingové nástroje

- Hlavní cíl: prezentace ČR jako ideální lázeňské destinace
- Podpora příjezdového i domácího cestovního ruchu.

## • Nástroje:

- **Publikační činnost**
  - Katalog – ČJ, NJ, AJ, RJ, CD + ke stažení
  - Webové stránky [www.ceskelazenstvi.cz](http://www.ceskelazenstvi.cz)
- **Domácí trh:**
  - Kampaně – [www.ceskelazenstvi.cz](http://www.ceskelazenstvi.cz)
  - Prezentace v obchodních centrech
  - Veletrhy
  - Inzerce
- **Zahraniční trhy:**
  - Workshopy
  - Prezentace
  - Fam a press tripy, info tripy pro lékaře
  - Veletrhy
  - Inzerce
  - Prezentace v obchodních centrech



## **Cílové skupiny + lázeňští partneři**

### **Jaké cílové skupiny oslovujeme:**

- ✓ Cestovní kanceláře
- ✓ Novináře
- ✓ Lékaře
- ✓ Konečné klienty

### **Jaké subjekty se účastní našich akcí:**

- ✓ Lázeňská zařízení a wellness hotely v lázeňských místech
- ✓ CK zaměřující se na lázeňské pobyty
- ✓ Lázeňská místa a samospráva

# Mediální kampaň DCR – leden-květen 2010

- Zpráva pro cílovou skupinu: "Pojeďte do lázní odpočinout si od shonu běžného života,, - 10 mil Kč
- Cílová skupina – tuzemští samoplátci, se středními a vyššími příjmy, ženy 35+, muži a páry 45+
- Součástí soutěž o 25 víkendových pobytů
- Využité prostředky:
  - o Venkovní reklama
  - o Rádio
  - o Tisk
  - o Internet



- 2011 – Internetová marketingová kampaň - 10-12/2011
  - o Cílová skupina čeští samoplátci – 35+, 60+ - 600 tis.

## Workshopy/roadshow/prezentace

- pořádané většinou v zahraničí
- zaměřené na zahraniční CK a média
- obchodní jednání se zástupci českých lázeňských společností a CK
- 2011 - Ukrajina – poprvé Krym



## Prezentace v obchodních centrech

- pořádané v ČR a v sousedních zemích ( Polsko, Slovensko, Německo, Rakousko )
- v ČR – zaměření na krajská města
- oslovení konečné klientely – nabídka pobytů dané lázeňské společnosti, případně lázeňského místa
- 2011
  - ČR Praha
  - zahraničí – Německo , Slovensko, Rakousko



## Fam / press / infotripy pro lékaře

- Poznávací cesty pro novináře, zástupce cestovních kanceláří a lékaře
- Zaměřené na osobní seznámení s českými lázněmi

•2011

- o HFT/HPT Ukrajina, USA
- o Lékařský infotrip pro ukrajinské lékaře se seminářem s českými kolegy – v rámci konference SLM – listopad 2011



# Veletrhy – 2011 – lázeňská expozice

- Německo - Reisen&Caravan, Erfurt, 28. – 31. 10.
- Francie – veletrh SITV Colmar, listopad



# Karlovarský týden – 6. ročník – 6. – 9. 10. 2011

karlovarský  
týden



- Lázeňský festival – Karlovy Vary
- Lázeňská konference SLM – Luhačovice - 10.11.2011 – Kulturní dům Elektra





## Pozice lázeňství v příjezdovém CR

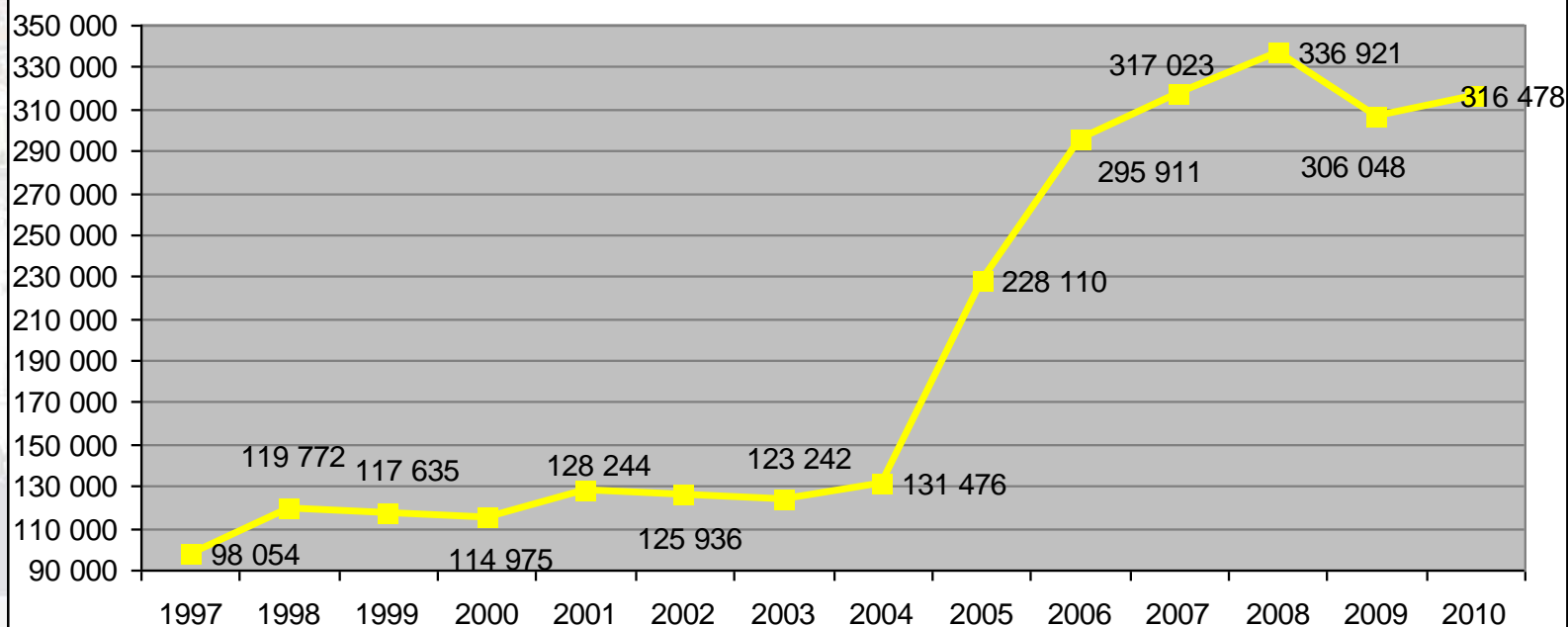
2010	Počet osob	Průměrná doba pobytu	Počet přenocování
Zahraniční hosté v HUZ	6 336 324	3,9	18 363 817
Zahraniční hosté v LUZ	316 478	9,6	2 728 295
Podíl lázeňských hostů na celkovém počtu hostů	4,99		14,9%

# Hosté v LUZ podle krajů

2010	Počet příjezdů			Index 2010/2009 Počet příjezdů		
	Území	Celkem	z toho cizinci	% podíl cizinci	Celkem	cizinci
<b>ČR</b>	<b>675 715</b>	<b>316 478</b>	<b>46,84%</b>	<b>104,3%</b>	<b>103,4%</b>	<b>105,2%</b>
Středočeský kraj	29 410	2 750	9,35%	117,3%	97,2%	119,9%
Jihočeský kraj	32 051	861	2,69%	99,0%	98,4%	99,0%
Karlovarský kraj	396 900	297 872	75,05%	106,5%	104,2%	114,0%
Ústecký kraj	21 298	3 286	15,43%	104,1%	102,6%	104,3%
Olomoucký kraj	47 278	1 648	3,49%	91,1%	60,2%	92,8%
Zlínský kraj	65 666	5 055	7,70%	100,0%	89,8%	101,0%
Moravskoslezský kraj	25 538	1 581	6,19%	100,6%	148,2%	98,6%
Královeshradecký kraj	18746	950	5%	98%	91%	99%

# Zahraniční hosté v LUZ 1997 - 2010

Zahraniční hosté v lázeňských zařízeních, 1997 - 2010 / Foreign guests at balneological accommodation establishments, 1997 - 2010



## Zahraniční hosté v LUZ 1997 - 2010

Rok / <i>Year</i>	Počet osob / <i>Number of persons</i>	Průměrná doba pobytu / <i>Average length of stay</i>	Počet přenocování celkem / <i>Number of nights</i>
1997	98 054	10,9	968 576
1998	119 772	11,6	1 269 054
1999	117 635	11,3	1 207 287
2000	114 975	11,8	1 238 579
2001	128 244	12,1	1 425 347
2002	125 936	12,8	1 485 997
2003	123 242	12,9	1 465 567
2004	131 476	12,2	1 473 570
2005	228 110	10,9	2 265 149
2006	295 911	10,3	2 831 269
2007	317 023	10,2	2 904 923
2008	336 921	10,1	3 059 764
2009	306 048	9,7	2 657 440
2010	316 478	9,6	2 728 295

# Lázeňské statistiky 2010/2009 – TOP 10

		Počet hostů / <i>Number of guests</i>		index 2010/2009	% podíl 2009/ % share 2009	% podíl 2010 / % share 2010	Průměrná doba pobytu ve dnech/ <i>Average length of stay</i>	Počet přenocování / <i>Number of nights</i>
		2 009	2 010					
	<b>Hosté celkem / <i>guests total</i></b>	647 568	<b>675 715</b>	<b>104%</b>			11,1	6 852 878
	<b>Rezidenti/ <i>Residents</i></b>	341 520	<b>359 237</b>	<b>105%</b>	52,74%	53,16%	<b>12,5</b>	4 124 583
	<b>zahraňiční hosté celkem / <i>Foreign guests total</i></b>	306 048	<b>316 478</b>	<b>103%</b>	47,26%	46,84%	<b>9,6</b>	2 728 295
1	Německo / <i>Germany</i>	176 560	172 121	97%	57,69%	54,39%	9,2	1 406 415
2	Rusko / <i>Russia</i>	54 102	63 976	118%	17,68%	20,21%	13,5	802 588
3	Ostatní asijské země / <i>Other asian countries</i>	22 535	21 438	95%	7,36%	6,77%	7,4	136 610
4	Izrael / <i>Israel</i>	4 466	6 717	150%	1,46%	2,12%	11,9	73 424
5	Ukrajina / <i>Ukraine</i>	6 456	6 662	103%	2,11%	2,11%	13,1	80 804
6	Rakousko / <i>Austria</i>	5 515	6 205	113%	1,80%	1,96%	6,6	34 742
7	Slovensko / <i>Slovakia</i>	4 345	4 853	112%	1,42%	1,53%	4,9	18 842
8	Ostatní evropské země / <i>Other european countries</i>	4 365	3 720	85%	1,43%	1,18%	10,8	36 463
9	USA / <i>U.S.A.</i>	3 304	3 511	106%	1,08%	1,11%	8,8	27 282
10	Polsko / <i>Poland</i>	3 012	2 596	86%	0,98%	0,82%	4,1	8 157

## Lázeňské statistiky – 1.čtvrtletí 2011/2010 – TOP 10

		Počet hostů / <i>Number of guests</i>		index 2011/2010	% podíl 2010/ % <i>share 2010</i>	% podíl 2011 / % <i>share 2011</i>	Průměrná doba pobytu ve dnech/ <i>Average length of stay</i>	Počet přenocování / <i>Number of nights</i>
		2 010	2 011					
1	Německo / <i>Germany</i>	42 674	41 730	98%	61,08%	55,66%	8,6	324 458
2	Rusko / <i>Russia</i>	12 710	16 265	128%	18,19%	21,70%	16,0	191 120
3	Ostatní asijské země / <i>Other asian countries</i>	4 235	4 226	100%	6,06%	5,64%	5,7	20 027
4	Rakousko / <i>Austria</i>	2 015	2 055	102%	2,88%	2,74%	8,3	14 677
5	Ukrajina / <i>Ukraine</i>	1 566	1 992	127%	2,24%	2,66%	15,9	23 334
6	Slovensko / <i>Slovakia</i>	922	1 134	123%	1,32%	1,51%	5,2	3 880
7	Polsko / <i>Poland</i>	744	866	116%	1,06%	1,16%	4,7	2 767
8	Ostatní evropské země / <i>Other european countries</i>	967	847	88%	1,38%	1,13%	9,4	8 150
9	Čína / <i>China</i>	233	576	247%	0,33%	0,77%	3,8	645
10	Itálie/ <i>Italy</i>	320	551	172%	0,46%	0,73%	6,4	1 725

# Lázeňské statistiky – 1. čtvrtletí 2011/2010

	Počet hostů / <i>Number of guests</i>		index 2011/2010	% podíl / % <i>share</i> 2010	% podíl / <i>% share</i> 2010	Průměrná doba pobytu ve dnech/ <i>Average length of stay</i> 2010	Počet přenocování /Number of nights 2010	Počet přenocová ní /Number of nights 2011	index 2011/2010	% podíl / % <i>share</i> 2010	% podíl / % <i>share</i> 2011
	2 010	2 011									
<b>Hosté celkem / <i>guests total</i></b>	142 754	153 483	108%			9,7	1 292 444	1 328 256	102,77%		
Reziden ti/ <i>Residen ts</i>	72 885	78 514	108%	51,06%	51,15%	10,1	707 211	715 199	101,13%	54,72%	53,84%
zahranič ní hosté celkem / <i>Foreign guests total</i>	69 869	74 969	107%	48,94%	48,85%	9,2	585233	613 057	104,75%	45,29%	46,16%

## Hlavní možnosti spolupráce s CzT na propagaci lázeňství

- Účast na mezinárodní veletrzích CR – řada z nich zaměřena na lázně
- Lázeňské prezentace v zahraničních i tuzemských obchodních centrech
- Lázeňské workshopy/roadshow
- Individuální i hromadné tripy pro zahraniční lékaře, novináře i zástupce CK do českých lázní
- Karlovarský týden
- Výroba a distribuce propagačních materiálů o lázeňství
- Tiskové zprávy na téma lázeňství
- Zajištění prostorů pro prezentace a TK v mediálním centru ORBIS
- Umísťování novinek z lázeňství na [www.ceskelazenstvi.cz](http://www.ceskelazenstvi.cz)
- Podpora význačných výročí lázeňských míst
- Mediální kampaně
- Cíle a strategie konzultována s lázeňskými subjekty





**Děkuji za pozornost...**

**Ing. Rostislav Vondruška**

generální ředitel

Česká centrála cestovního ruchu  
CzechTourism

Vinohradská 46, 120 41 Praha 2

tel.: +420 221 580 401

e-mail: [vondruska@czechtourism.cz](mailto:vondruska@czechtourism.cz)

[www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz)

[www.czechtourism.com](http://www.czechtourism.com)

[www.ceskelazenstvi.cz](http://www.ceskelazenstvi.cz)

