

Pracovní list: Marketingový plán kampaně pro produkt Grand Tour

Cíl: Navrhnout komunikační mix pro propagaci produktu Grand Tour

Výstupem práce bude ppt prezentace v rozsahu cca 25 slidů, která bude rozdělena na dvě části:

- Obecná část – pro všechny skupiny stejná. Zde si definujete základní strategii destinace (výběr produktového mixu, cílových skupin, konkurenční výhody, základní komunikované hodnoty destinace)
- Část specifická – zaměřená na vaše téma, ale logicky propojená s obecnou částí. To znamená, že si vyberete jednu z cílových skupin (popř. jejich shluk) a předmětné produkty CR a ty dále zpracováváte v daném tématu.

Obecná část

Krok 1: Identifikovat konkurenci destinace ČR – nabízí obdobný produkt podobným cílovým skupinám návštěvníků.

Krok 2: Definovat konkurenční výhody destinace (USP) – heslovitě. Ty následně využijete ve formulaci základních hodnot, na kterých stojí nabídka ČR.

Krok 3: Vytvořit produktový mix destinace: základní marketingová téma a subtémata.

Krok 4: Definovat cílové skupiny návštěvníků destinace podle geografických, demografických kritérií a kritéria podle účelu cesty.

Krok 5: Vytvořit matici kombinující navržená marketingová témata s cílovými trhy.

Část specifická

Smyslem komunikace je oslovit potenciální návštěvníky, kteří mají o destinaci rámcovou představu. Česká republika patří mezi destinace, které uvažují v rámci svého rozhodování o volbě dovolené.

Předmět komunikace:

Celkový rozpočet: 20 mil. Kč

Cílové skupiny:

- a) Konečný návštěvník (může být více než 1)
- b) Zprostředkovatelé

Komunikační sdělení:

- a) Komunikované hodnoty (kognitivní i holistické)
- b) Benefity pro návštěvníka
- c) Marketingový claim

Návrh komunikačního mixu a časový harmonogram

- a) Celoroční aktivity

Např. aktivity na webu, SEO, fotobanka, ...

b) Detailní časový plán a rozpočet

Technika/nástroj	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
Offline reklama												
Online reklama												
PR												
Podpora prodeje												
Vnitřní marketing												

Návrh dalších aktivit v následujících 3 letech.