

2020

Průzkum spokojenosti ubytovatelů

LÉTO V JIŽNÍCH ČECHÁCH –
SLEVOVÉ VOUCHERY NA
UBYTOVÁNÍ A ATRAKTIVITY

Jihočeská centrála cestovního ruchu
Oddělení domácího cestovního ruchu



Obsah

Úvod	3
Podmínky pro získání voucheru na ubytování	6
Podmínky pro získání voucheru na atraktivitu	6
Jak hodnotíte tento „dotační program“ Jihočeského kraje realizovaný prostřednictvím Jihočeské centrály cestovního ruchu (JCCR) a turistických oblastí (TO) na podporu ubytovacích zařízení (UZ) v Jihočeském kraji? Oznamujte jako ve škole 1 – 5 (výborný - nedostatečný).....	8
Jak hodnotíte systém poskytování slev – veřejnou podobu webu, přehlednost administrace, technickou zpracovanost, systém získání slevového voucheru na ubytování z pohledu hosta apod. Co se Vám líbilo a nelíbilo? Co byste změnili nebo upravili?	9
Využili jste komunikaci s infolinkou, která byla ke kampani zřízena – ať už telefonicky nebo e-mailem?	10
Jak hodnotíte možnost nabídnout Vaším hostům zlevněné vstupné na atraktivitu po celém regionu?	11
Získat slevový voucher na atraktivitu mohl host pouze na recepci nebo u pověřené osoby. Na webu si vybral, jaké vstupenky by chtěl, recepce mu vytiskla požadované množství vstupenek, orazítkovala a podepsala, aby se zamezilo kopírování. Host šel s touto vstupenkou na atraktivitu, ta ověřila její pravost, poskytla hostovi slevu a inkasovala peníze. Jak hodnotíte tento systém? Co se Vám na systému líbilo a nelíbilo? Jak byste systém upravili?	12
Pokud by byla v budoucnu nabízena podobná podpora (slevy na ubytování, slevy na vstupy), zapojili byste se znovu?	13
Spolupracoval/a jste již před pandemií a dotačním programem s JCCR nebo Vaší turistickou oblastí, do které spadáte?	13
Pokud jste v předchozí otázce odpověděl/a ANO - uveďte, čeho se spolupráce týkala a jak jste byl/a spokojen. Pokud jste v předchozí otázce odpověděl/a NE - uveďte důvod.	14
Co dalšího by měla JCCR nebo turistická oblast podnikatelům nabízet? Jaká jsou Vaše očekávání?	15
Víte, že Jihočeská centrála cestovního ruchu společně s turistickými oblastmi pro Vaše hosty provozuje web www.jiznicechy.cz, facebook a instagram @jiznicechy, kde je možné nalézt spoustu tipů na výlety a aktuální přehled akcí v kalendáři?	17
Víte, že informace k činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu naleznete na webu www.jccr.cz? Web poskytuje přehledné informace k turistickým oblastem, statistiky, kontakty, aktuální tiskové a výroční zprávy, výzvy k zapojení se do tvorby Konceptu rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021-2030, nabídky odborných seminářů apod.....	18
Do jaké turistické oblasti spadá Vaše ubytovací zařízení?	19
Jak hodnotíte komunikaci se zástupcem turistické oblasti = produktovým manažerem?	19
Se kterým z následujících tvrzení se ztotožňujete?	20
Kde je podle Vás vstupní brána do jižních Čech? Uveďte název měst, obcí nebo míst.....	20



Jihočeská centrála cestovního ruchu
U Zimního stadionu 1952/2, CZ 370 76 České Budějovice
T: +420 387 201 283 / E: info@jccr.cz
IČO: 72053127 / DIČ: CZ72053127

www.jccr.cz

- V Jihočeském kraji jsou (zatím) tři turistické oblasti přesahující svými aktivitami hranice kraje - Šumava, Toulava a Česká Kanada. Jak vnímáte jejich příslušnost k ke značce Jižní Čechy?21**
- S ohledem na Vaše zkušenosti z předchozích let, hosté jaké národnosti se u Vás ubytovávali nejčastěji v předkoronavirové době?22**
- Hosty jaké národnosti byste nejraději ubytovával/a v dalších letech? Seřadte od nejdůležitějších po nejméně důležité.22**
- Chcete nám něco sdělit nebo vzkázat, co se jinam nevešlo?23**

Úvod

Předmětem dotazníkového šetření bylo zjištění spokojenosti ubytovatelů, kteří se zapojili v rámci letní kampaně do systému možnosti získání slevového voucheru na ubytování.

Dotazník byl rozeslán na 314 e-mailových adres ubytovatelů, kteří se v termínu 15. 6. – 30. 11. 2020 zapojili do systému slevových voucherů v rámci projektu Léto & Podzim v jižních Čechách. Ubytovatelé byli k vyplnění dotazníku vyzváni dvěma e-maily, ve kterých bylo doporučeno, aby dotazník vyplňovali nejen zástupci z řad managementu, ale také řádových zaměstnanců, kteří přišli se systémem do přímého kontaktu. Na dotazník celkem odpovědělo 100 respondentů. Dotazník byl rozeslán na všechny e-mailové adresy ve dnech 30.11. a 10. 12. 2020, dotazník byl ukončen 3. 1. 2021.

Statistika respondentů

266

Počet
návštěv

100

Počet
dokončených

2

Počet
nedokončených

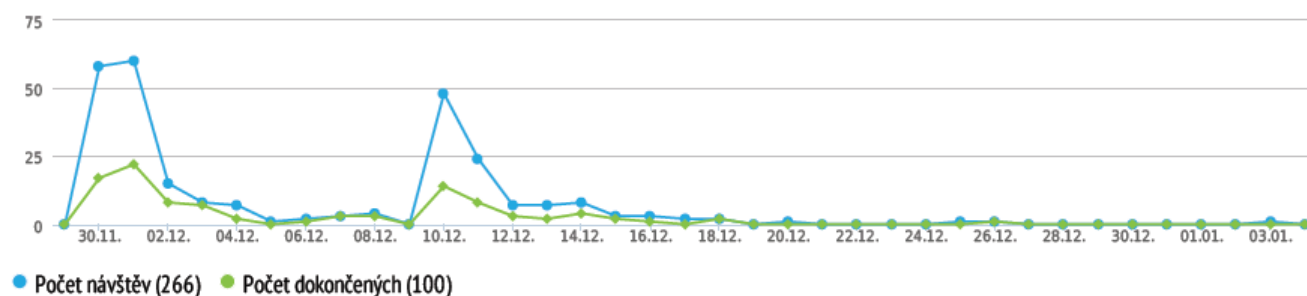
164

Pouze
zobrazení

37,6 %

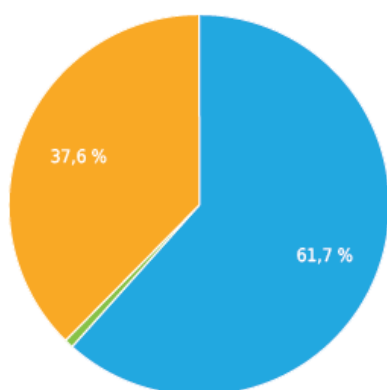
Celková úspěšnost
vyplnění dotazníku

Historie návštěv (30. 11. 2020 – 26. 12. 2020)



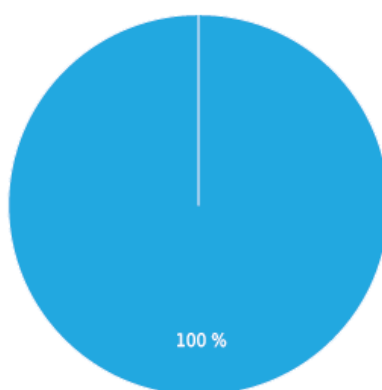
I přestože procento návštěvníků dotazníku, kteří si dotazník pouze zobrazili a nezačali ani vyplňovat, je poměrně vysoké, podařilo se nám do výzkumu získat celkem 100 odpovědí, což je vyjádření zhruba $\frac{1}{3}$ do projektu zapojených ubytovatelů.

Celkem návštěv



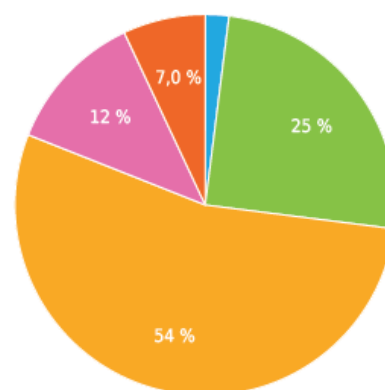
- Pouze zobrazeno (61,7 %)
- Nedokončeno (0,8 %)
- Dokončeno (37,6 %)

Zdroje návštěv



- Přímý odkaz (100 %)

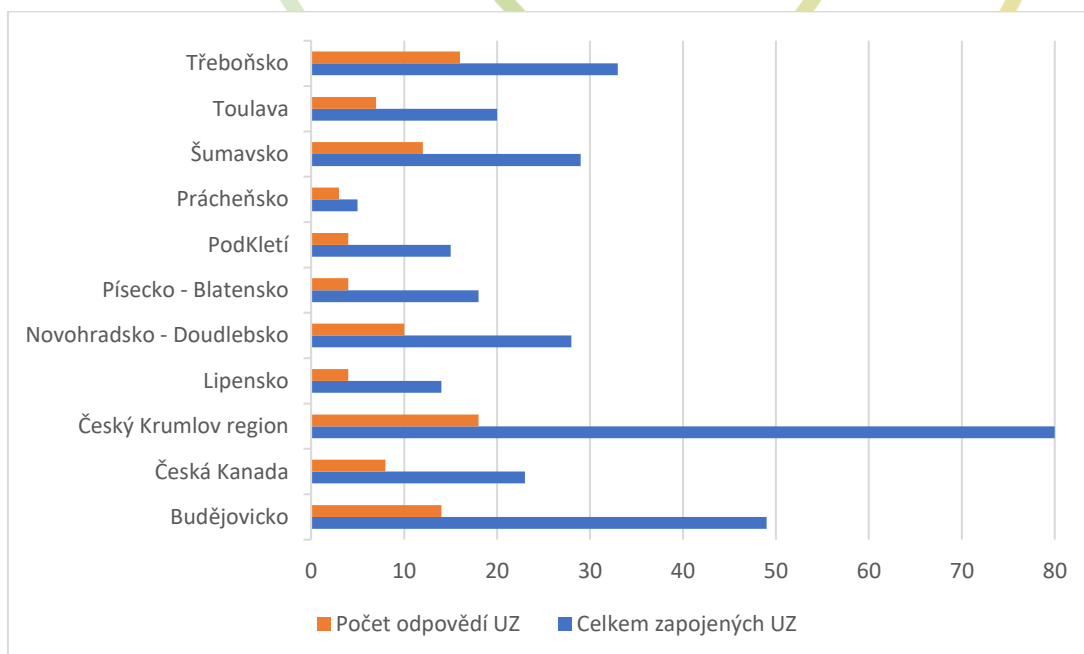
Čas vyplňování dotazníku



- 2-5 min. (2 %)
- 5-10 min. (25 %)
- 10-30 min. (54 %)
- 30-60 min. (12 %)
- >60 min. (7,0 %)

Při tomto počtu odpovědí lze dotazník považovat za velmi úspěšný, odpovídající ubytovatele lze považovat za reprezentativní vzorek a odpovědi za relevantní.

Nejčastějším respondentem dotazníku byli ubytovatelé z turistické oblasti Český Krumlov region, celkem 18 odpovědí. Produktovému manažerovi této oblasti se podařilo zapojit do projektu celkem 80 ubytovacích zařízení, což je největší počet z celého regionu. Nejmenší počet zapojených ubytovacích zařízení byl v turistické oblasti Prácheňsko, kde produktová manažerka uzavřela smlouvu pouze s 5 ubytovateli. Z těchto 5 ubytovatelů se ale celkem 3 zapojili do dotazníkového šetření.



Nejčastěji uzavřeli produktoví manažeři okolo 20 – 30 smluv. Rozdíly v počtech uzavřených smluv jsou však takřka přímo úměrné počtu ubytovacích zařízení v dané oblasti.

Podmínky pro získání voucheru na ubytování

- Získání voucheru je možné od 15. 6. 2020
- Vouchery je možné uplatnit pouze v některých ubytovacích zařízeních, jejich seznam byl zveřejněn 15. 6. 2020 a postupně budou doplňována další UZ. Předpokládá se zapojení min. 200 ubytovacích zařízení. UZ jsou do projektu zapojovány prostřednictvím smlouvy.
- Poskytnuté slevy jsou UZ kompenzovány z vyčleněného balíčku 30 mil Kč. UZ mohou každý týden předložit aktuální vyúčtování a do 10 dní jsou poskytnuté slevy proplaceny.
- Vouchery umožňují slevu 30 %, maximálně však 300 Kč na osobu a noc
- Vouchery jsou určeny pouze pro nové rezervace, tj. rezervace provedené od 15. 6. 2020
- S voucherem lze rezervovat pobyt v období od 15. 6. 2020 do 30. 11. 2020
- Vouchery jsou určeny pro rodiny o min. 2 osobách, např. manželé, matka s dcerou, dědeček s vnukem apod.
- Vouchery jsou určeny pro pobyty o délce min. 3 noci a max. 7 nocí

Podmínky pro získání voucheru na atraktivitu

- Poukázky jsou určeny pro ubytované na 2 a více nocí.
- Do této části projektu se zapojily:
 - o Krajem zřizované organizace v oblasti kultury, které poskytovaly jednotně slevu 50 % z ceny vstupného. Těmto organizacím byla poskytnutá sleva kompenzována z vyčleněného balíčku 9,5 mil Kč.
 - o Atraktivity vlastněné soukromými subjekty, městy apod., které poskytovaly slevu v libovolné výši. Těmto subjektům nebyla poskytnutá sleva kompenzována.
- Poukázky s unikátním kódem je možné získat prostřednictvím do projektu zapojených ubytovacích zařízení.
- V zapojených UZ návštěvník získá poukázku, kterou Vám vydávající UZ potvrdí razítkem a kterou návštěvník uhradí až na pokladně dané atraktivity.
- Získání zvýhodněných poukázek je možné od 1. 6. 2020
- Seznam atraktivit, které nabízejí zvýhodněné vstupné je k dispozici pouze na webu pod záložkou „Letní slevy pro ubytované“.
- Seznam atraktivit, které nabízejí zvýhodněné vstupné se může měnit v závislosti na aktuální situaci.
- Slevovou poukázku na atraktivity může využít i návštěvník, který do regionu přijel strávit svoji dovolenou bez slevového voucheru na ubytování.

Do projektu se celkem zapojilo **314** ubytovacích zařízení, ve kterých bylo možné uplatnit slevový voucher na ubytování.

Z 314 zapojených ubytovatelů čerpalo z projektu **233** ubytovatelů alespoň nějakou částku.

Celkem byly proplaceny slevy v hodnotě **12 396 193 Kč.**

Uplatněno bylo celkem **4 948** voucherů.

Celkem bylo k proplacení předloženo **4 446** účetních dokladů.

Vouchery využilo celkem **14 088** návštěvníků.

Průměrná sleva **2 505 Kč** na jeden voucher.

Průměrná sleva **880 Kč** na jednoho návštěvníka.

Návštěvníci s vouchery byli **nejčastěji** ubytováni v turistické oblasti **Český Krumlov region, Šumavsko a Třeboňsko.**

Do TO Český Krumlov region dorazilo s voucherem celkem **2 579 hostů** v rámci **916 voucherů**. Za tyto vouchery bylo místním podnikatelům celkem proplaceno **2 436 094 Kč.**

Návštěvníci s vouchery směřovali **nejméně** do turistických oblastí **Prácheňsko, Podkletí a Toulava.**

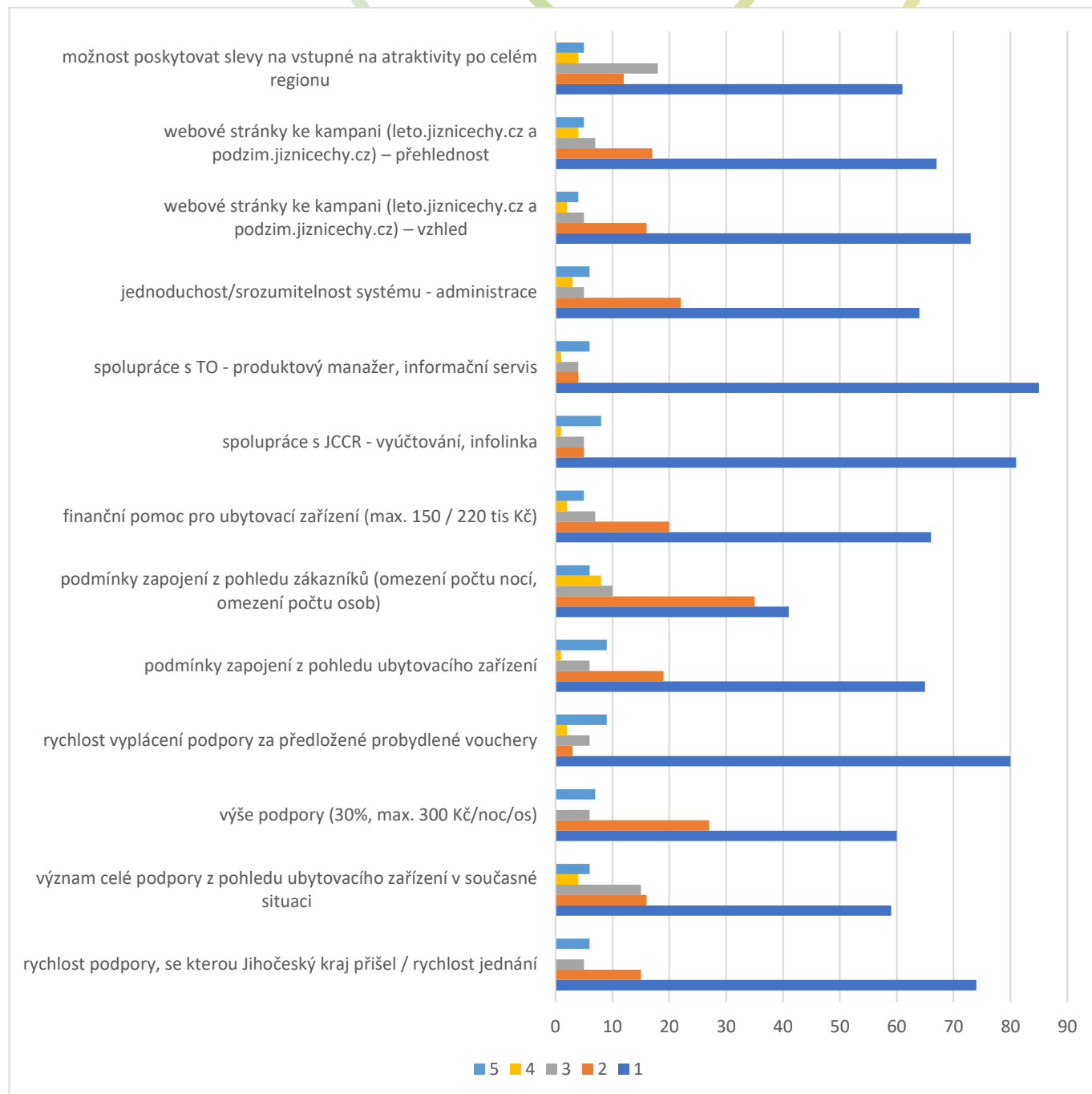
I přesto, že do Prácheňska, kde bylo do projektu zapojeno **5 ubytovacích zařízení**, dorazilo pouze **190 hostů** v rámci **66 voucherů**, bylo těmto podnikatelům celkem proplaceno **206 761 Kč.**

Slevy na vstupné bylo možné získat na celkem **43** atrakcích.

Vydáno bylo celkem **10 378** slevových poukazů na atrakitivity v celkové hodnotě **886 821 Kč.**

Největší počet slevových poukazů byl vydán do **Jihočeské zoologické zahrady** v Hluboké nad Vltavou. Na pokladně přijali celkem **2 431** poukazů v hodnotě **226 700 Kč.**

Jak hodnotíte tento „dotační program“ Jihočeského kraje realizovaný prostřednictvím Jihočeské centrály cestovního ruchu (JCCR) a turistických oblastí (TO) na podporu ubytovacích zařízení (UZ) v Jihočeském kraji? Oznámkujte jako ve škole 1 – 5 (výborný - nedostatečný).



Jak hodnotíte systém poskytování slev – veřejnou podobu webu, přehlednost administrace, technickou propracovanost, systém získání slevového voucheru na ubytování z pohledu hosta apod. Co se Vám líbilo a nelíbilo? Co byste změnili nebo upravili?

Na tuto otázku jsme obdrželi 100 textových odpovědí. Zde jsou některé z nich:

Aplikace je velice povedená jak z přístupu hosta tak z přístupu ubytovatele.

Určitě by byla dobrá větší propagace - většině zájemců jsem získání voucheru poradila (sami o tom při rezervaci nevěděli). Potřebovali pomoc i při získání voucheru a hlavně při samotné rezervaci, radši jsem to s nimi vždy celé prošla, aby je při listování nezaujal jiný penzion. Řazení penzionů dle abecedy bylo docela "diskriminační" (uvažuji o změně názvu, třeba na Adamův penzion :-)

Získávání voucheru z pohledu hosta - hosté často nevěděli, že voucher je nutné potvrdit u ubytovatele do 48 hodin (zasílali prošlé vouchery)

Hodnotíme kladně. Bylo možné jednoduše provést link na proklik našeho ubytovací zařízení z našeho webu. Nikdo ze zákazníků nezmínil, že by webové stránky byly nepřehledné.

Celá kampaň byla velmi dobře zpracovaná, se vším jsme byli spokojeni. Nemáme žádné výhrady.

Přehledné, jednoduché. Super.

Systém hodnotím velmi kladně. Dopracovala bych možnost uživatelské změny počtu hostů. Častěji se nám stalo, že přijelo méně hostů, než bylo hostem zadáno při vyžádání voucheru. Museli jsme pak žádat podporu o změnu počtu hostů, zatímco změnu termínu a počet nocí jsme mohli změnit sami.

Vše bylo v pořádku, akorát s administrací jsme ze začátku trochu bojovali. Ale to se časem také vychytalo. Co víme, tak hosté též neměli s generováním voucherů problémy. Myslíme, že celá kampaň byla velice dobře srozumitelná a vítaná.

Propagační materiály ať tištěné nebo na internetu jsou velice kvalitně vytištěné, srozumitelně rozčleněné do oblastí, chytré popisky a na vysoké úrovni provedené fotografie. Hodnotím je na úrovni rakouských propagačních materiálů.

web je vzhledově hezký - nicméně stran technického řešení hodně pokulhává - třeba stran optimalizace webu pro mobilní telefony nebo SEO optimalizace na naše konkrétní zařízení hodně zaostává proti tomu co lze v této oblasti dělat. Systém voucherů by mohl být jednodušší zejména stran vyúčtování - zbytečně složitá administrativa.

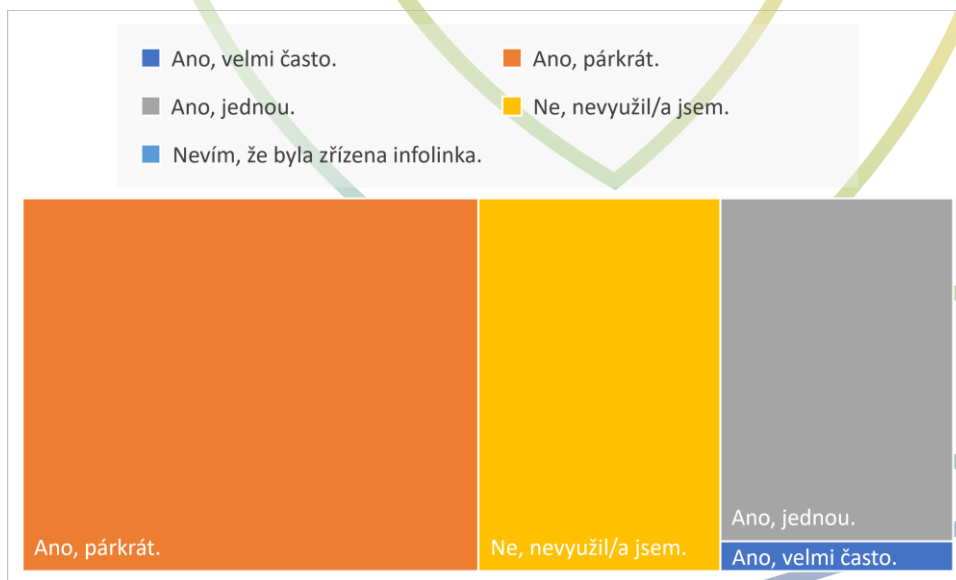
Bylo by dobré pro příště umožnit poskytovateli opravu dat - například narození atp., zadavatel se někdy splete a pak je těžké, složité a zdlouhavé voucher uplatnit.

Myslím, že je vše přehledné.

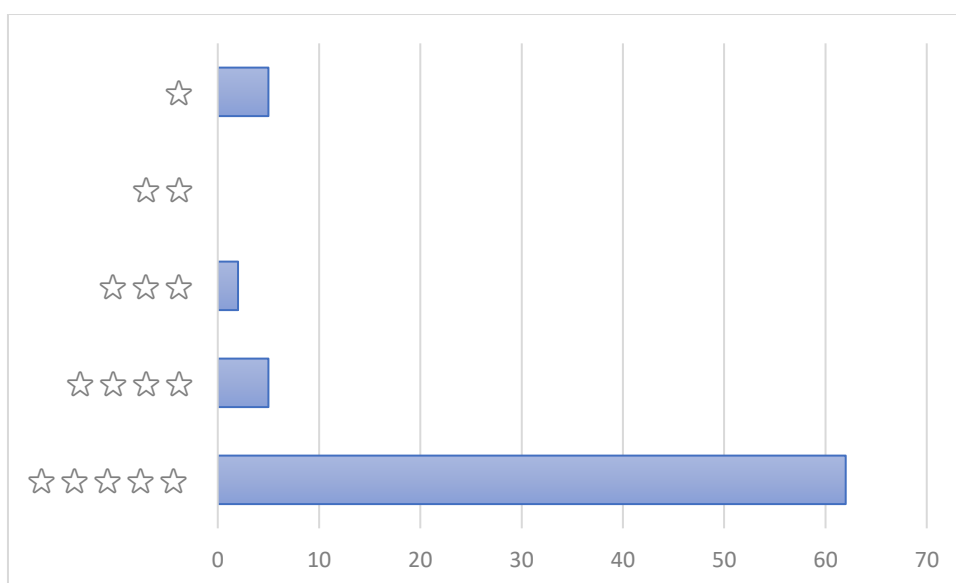
Nemám co dodat k této podpoře.

První várka (týden) dotací nás stála velké úsilí a čas, napsat bezchybně faktury, oskenovat fakturu a potvrzení o platbě do jednoho dokumentu, ale od dalšího týdne už jsme byli moudřejší a do administrace jsme se vpravili bez větší časové zátěže. Správné zpracování faktur bez rady účetní bych neovládla, ale vše mělo svou logiku. Stačilo, když mě to vysvětlila a naučila.

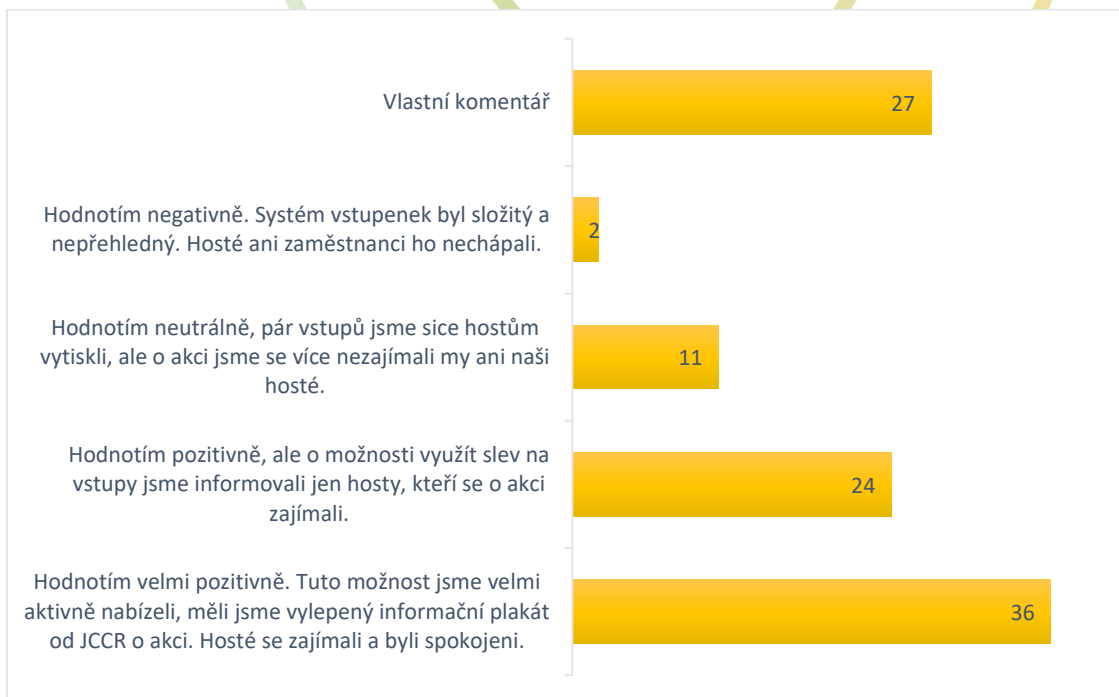
Využili jste komunikaci s infolinkou, která byla ke kampani zřízena – ať už telefonicky nebo e-mailem?



Pokud jste služby infolinky využili, jak hodnotíte její informovanost, profesionalitu, ochotu apod.? Čím více hvězdiček, tím spokojenější jste byli.



Jak hodnotíte možnost nabídnout Vaším hostům zlevněné vstupné na atraktivitu po celém regionu?



Celkem 27 ubytovatelů uvedlo k této otázce vlastní komentář. Zde jsou některé z odpovědí:

Tuto možnost jsme nevyužili.

(2x) Hodnotím pozitivně, ale bohužel žádný zákazník vstupy nevyužil, nebo nechtěl využít.

Hodnotím pozitivně, ale v naší lokalitě (Toulava) bylo do slev na vstupné zapojených málo subjektů

Hodnotím pozitivně i když naši hosté dali přednost jinému programu

(2x) V našem městě žádná zvlášť výhodná nabídka nebyla - Český Krumlov. Nebylo z čeho vybírat.

Administrativně zbytečně náročné. Lepší by byla nějaká centrální karta, kterou by si ale hosté sami

Nevýhodou bylo zapojení malého počtu subjektů nabízejících atraktivitu v naší lokalitě - Třeboňsko.

Slevy byly natolik nevýznamné, že hostům nestály za vyřizování.

Škoda absence soukromých atraktivit.

Hodnotím velmi pozitivně, ačkoli v našem regionu byla nabídka užší, hosté tedy nevyužívali

slevy nebyly v dostatečné výši a na atraktivní místa. Hosté kupony nechávali propadnout

Hodnotíme pozitivně, měli jsme vylepené plakáty od JCCR, hosté se moc nezajímali. Nabízeli jsme.

Získat slevový voucher na atraktivitu mohl host pouze na recepci nebo u pověřené osoby. Na webu si vybral, jaké vstupenky by chtěl, recepce mu vytiskla požadované množství vstupenek, orazítkovala a podepsala, aby se zamezilo kopírování. Host šel s touto vstupenkou na atraktivitu, ta ověřila její pravost, poskytla hostovi slevu a inkasovala peníze. Jak hodnotíte tento systém? Co se Vám na systému líbilo a nelíbilo? Jak byste systém upravili?

Na tuto otázku jsme obdrželi 100 textových odpovědí. Zde jsou některé z nich:

Považuji za zbytečné, že voucher tiskl ubytovatel, měla být možnost, aby si host vytiskl vouchery sám (mohl si vybrat před příjezdem doma v klidu, mohl se generovat číselný kód, který by se mohl sejmut třeba z mobilu).

jednoduché, pochopitelné, nemám připomínky

Systém bychom upravili na poukázání vstupenek elektronickou formou, např. přes QR kód, který by ubytovatel v systému vygeneroval a sdílel s hostem, host by QR kód použil při uplatnění slevy na vstupu.

V pořádku.

systém byl komplikovaný, pokud by hosté chtěli radit-vybírat-tiknout-razítkovat-... ve větším počtu, byla by to větší zátěž .. nabízeli jsme aktivně, vylepenými plakáty i slovně osobně, ale hosté neměli zájem (prvoplánově jdou po provařených komerčních atrakcích - zámek Hluboká, krokodýli v Protivíně, plavba po Orlíku s přepadením piráty, ...)

po prvním špatně vytisknutém voucheru (ale šel dobře stornovat) už to bylo v pořádku

Hodnotím kladně - jednoduché vydání, jednoduchá použitelnost

V budoucnu (vidím druhá otázka), bych volila menší provozní náklady (velký formát papíru+ drahý tisk)

V rámci zajištění antizneužití vstupenek byl systém přes, na první pohled, složitou strukturu účinný. Uvítal bych větší nabídku aktivit - vstupy do ZOO Dvorec, státní hrad v Nových Hradech, půjčovny lodí ...

Co takhle kartička, něco jako papírový skipas, ubytovatel by dostal před sezónou štos, které by hostu aktivoval, např. zadáním čísla karty do systému, a tam kde by se host kartičkou prokázal, by on-line systém hned věděl, že někdo , někde uplatnil kartu.

Zákazník by si mohl vyřídit vstupenku sám, například nahrát do mobilu. Vstupenky byly anonymní, takže tam zřejmě žádné omezení množství stejně nebylo.

Nic bychom neměnili

V pořádku, je to dobrý způsob podpory podnikatelů (u atraktivit).

Systém není třeba upravovat.

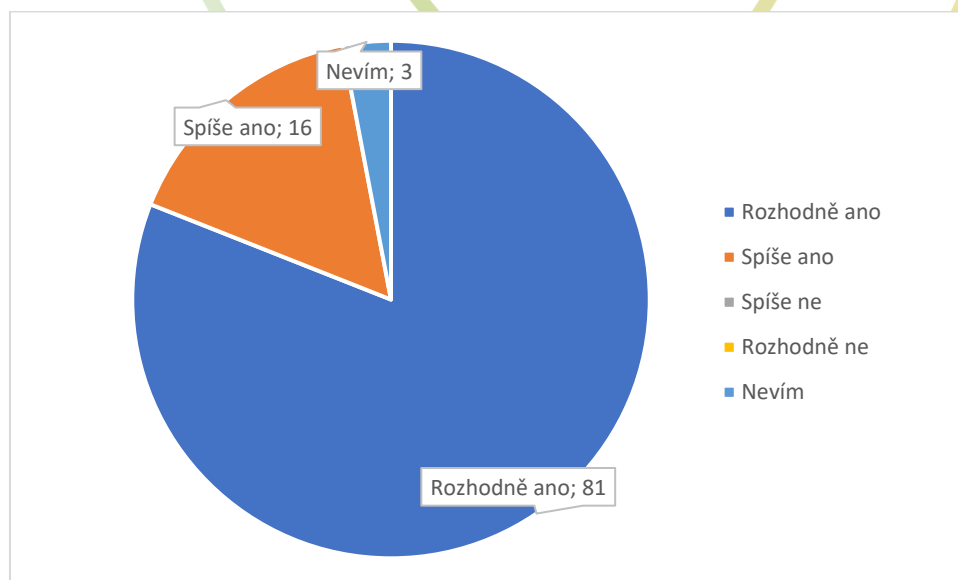
U penzionu bez recepce (resp. tiskárny) to bylo trochu komplikované. Hosté si museli s velkým předstihem rozmyslet, zda někam chtějí, abych jim stihla vytisknutý voucher doma vytisknout a přivést. Líbila by se mi online možnost.

vyhovoval tak jak by nastavený

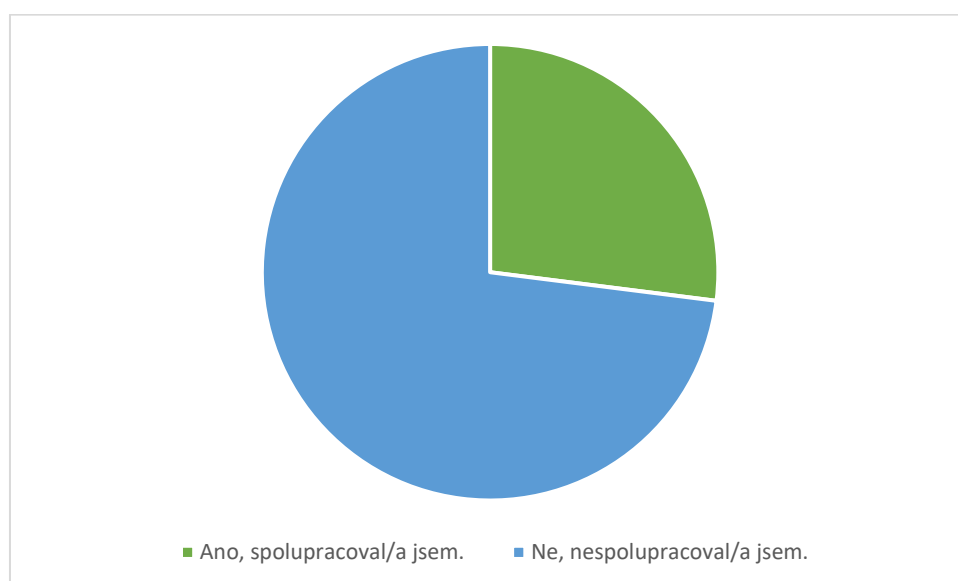
Nápad jako takový hodnotíme velmi pozitivně. Vystavování poukazů bylo poměrně zdlouhavé, hosty jsme museli pozdržet na recepci, či si přišli později. Pokud by šlo, tak určitě zapojení více atraktivit, hlavně pro děti.

Aby bylo více nabídek ve městě Tábor.

Pokud by byla v budoucnu nabízena podobná podpora (slevy na ubytování, slevy na vstupy), zapojili byste se znovu?



Spolupracoval/a jste již před pandemií a dotačním programem s JCCR nebo Vaší turistickou oblastí, do které spadáte?





Jihočeská centrála cestovního ruchu
U Zimního stadionu 1952/2, CZ 370 76 České Budějovice
T: +420 387 201 283 / E: info@jccr.cz
IČO: 72053127 / DIČ: CZ72053127

www.jccr.cz

Pokud jste v předchozí otázce odpověděl/a ANO - uveďte, čeho se spolupráce týkala a jak jste byl/a spokojena. Pokud jste v předchozí otázce odpověděl/a NE - uveďte důvod.

Na tuto otázku jsme obdrželi 100 textových odpovědí. Zde jsou některé z nich:

Neměla jsem důvod

Nevěděli jsme o této možnosti

nevěděli jsme o možnosti spolupráce

začala jsem pracovat v tur. spolku Lipenská - velmi kladně hodnotím - rychlost informací, pomoc

Vzhledem ke krátké době poskytování ubytování jsem neznal JCCR

Neznalost. Jsme nové vzniklé ubytovací zařízení

Je to již řadu let, jednalo se o tvorbu nějakého webového portálu s turistickým cílem.

Neměli jsme příležitost.

Poskytování výherních voucherů pro výherce akcí připravovaných JCCR.

Organizace novinářské návštěvy pivovaru s komentovanou prohlídkou.

Odběr tiskoviny (informační letáky, mapy atp.).

Ve všech případech vždy bezproblémová spolupráce.

Cykloturistika. Byli jsme zařazeni do trasy pro cyklisty.

Spolupracujeme aktivně s dvěma turistickými oblastmi, na jejichž hranici se nacházíme.

Šumavsko i Prácheňsko a obě jejich produktové manažerky jsou skvělé.

Inzerce v rámci Jihočeský venkov, Podkletí a v rámci dotace DP Podpora cestovního ruchu

Poskytnutí propagačních materiálů pro hosty našeho komplexu.

Jsme členy spolku PRO Šumavsko a jsme se spoluprací spokojeni.

Nikdy mi to nepřišlo moc zajímavé.

Jednalo se o propagační materiály Česká Kanada přes Město J. Hradec

Podnikání v ČR v ČR je časově i administrativně extrémně náročné a proto na rozvojové či konečné aktivity není vůbec čas. V době nejvyšší krize jsem JCCR využil že jsme hledali jakoukoliv cestu pro záchranu... Situace v ČR je opravdu kritická ...

V našem regionu nebylo příliš nutné vzhledem k dlouhodobě vysoké atraktivitě oblasti jako takové.

Aktivně spolupracujeme a spoluvytváříme destinační agenturou Blatensko-Písecko. Výborná spolupráce!

Uvedení do katalogů.

Co dalšího by měla JCCR nebo turistická oblast podnikatelům nabízet? Jaká jsou Vaše očekávání?

Na tuto otázku jsme obdrželi 100 textových odpovědí. Zde jsou některé z nich:

Komplexní řešení, propojení ubytování s atrakcivami

Spokojenost.

Propojení ubytování a nabídky atraktivních voucherů a slev na kulturu a vstupů je skvělý nápad, který by mohl fungovat i když není Corona. Je těžké říci, co všechno se dá od JCCR očekávat, když jsme před spuštěním programu "Léto v Jižních Čechách" o ničem takovém nevěděli. Velice nás však překvapila samotná činnost oblastní organizace pro CR Šumavsko. Skvělá komunikace, zpracované materiály, které jsme rádi nabízeli hostům.

Nejlépe propagaci, hlavně by měla mít velmi dobrý přehled o tom, co se kde nalézá.

podpora prodeje

Vouchery na ubytování byly zpracovány Špičkově. Uvítala bych jakoukoliv podobnou akci.

Líbila se mi třeba Toulavka (TO Toulavá): různé slevy (i v penzionech, restauracích, památkách...), sbírání razítek a soutěž, zúčastnila jsem se s vnoučaty, bavilo je to. Turisté by se tak nasměrovali i na méně frekventovaná místa

Důraz na PR těch oblastí Jihočeského kraje, které nejsou turistickým ruchem tolik vytiženy, ač mají co nabídnout, např. lokalita Toulava.

Více podporovat místní podnikatele.

jedno místo (web) s přehledem akcí v regionu (po městech, obcích - co kde hrají kina, divadla, sporty, výstavy, tradiční akce, ...) .. ale všechny, nejenom výběr (bohužel, tyhle informace se musí sáhat z různých zdrojů)

Myslím v podobné spolupráci jako nyní pokračovat, až letos vím v reálu, k čemu je vlastně JCCR. Možná aspoň 1x do roka se potkat a informovat, víc nás propagovat konkrétně jako nyní, třeba i bez voucherů.

Více reklamy a inzerce v jiných regionech. Umožnění vystavení slevových voucherů také hostům, kteří si rezervovali pobyt mimo portál JCCR. Největší podíl rezervací je u nás, na letní sezónu, v období leden - duben.

Líbí se mi propagační materiály, zejména mapy a malé brožury, které si hosté mohou vzít sebou na výlet. Volil bych formát takový, aby se vešel třeba do kapsy u kalhot, batohu apod.

Myslím, že nabídka je dostačující.

pomoc při získávání dotací

Podnikatelům v oblasti gastro a ubytování určitě odborná školení a semináře ohledně sledování trendů v cestovním ruchu a propagaci na zahraničních veletrzích

Hlavně informace týkající se novinek v oblasti cestovního ruchu.

Chybí mi užší propojení mezi provozovateli ubytovacích, stravovacích zařízení a atrakcí v JČ, abychom mohli vzájemně využívat svých služeb. Chybí mi více platform, kde bychom se mohli osobně setkávat a poznat. Pravda na druhou stranu je, že mnozí se nezúčastňují ani občasných fór. JCCR jinak mé očekávání plní a za spolupráci děkuji.

Co se týče propagace, jsem spokojena, co se týče podpory ubytovacích zařízení, uvítala bych zrušení na požadovaný počet lůžek nebo pokojů. Malé rodinné minipenziony jsou ve velkém znevýhodnění, na podporu jsme kvůli malému počtu lůžek nedosáhli, přitom režie, nutnost údržby a ušlé zisky jsme měli také, stejně jako větší ubytovací zařízení.



Jihočeská centrála cestovního ruchu
U Zimního stadionu 1952/2, CZ 370 76 České Budějovice
T: +420 387 201 283 / E: info@jccr.cz
IČO: 72053127 / DIČ: CZ72053127

www.jccr.cz

Tištěné turistické mapy jednotlivých regionů v měřítku 1:50 000, příp. 1:25 000 s turistickým značením, památkami, atrakcemi, trasy pro pěší, cyklo i pro elektrokola, které by byly dárkem pro ubytované a vzpomínkou na strávený čas,

Turistické slevové karty. Větší oblast má smysl. Například Olomoucko nebo NÖ.

Marketing oblasti jako takové, akce s možností propojení subjektů v regionu

V nejbližší době podobnou pomoc jako byla tako

Slevy na ubytování, vstupenky na různé akce

JCCR by se měla především snažit propagovat daný region se všemi atrakcemi a zviditelnit menší podniky, s lokálními produkty

Hosty hlavně zajímá mapový materiál. Nebyl vůbec zájem o propagační materiály regionálních muzeí. Ničím zajímavým na sebe neupoutávají (myslím propag.materiály) Tuctové fotografie, text, který neláká k návštěvě.

Beplatný servis, či bezplatný rezervační systém/rezervační podporu - kdy v této oblasti dochází ke zneužívání dominantního postavení systémů jako booking.com, nebo hotel.cz či PREVIO, bezplatnou alternativu ke slevovým serverům. Větší zapojení JCCR při prosazení dotací/zvýhodnění pro školní pobyty (školy v přírodě, lyžařské kurzy, ozdravené pobyty), zejména pro mimosezonní období.

Předpokládám, že obdobný program se rozjede také příští sezónu. JCCR by hlavně měla soustřeďovat informace o možnostech cestovního ruchu v regionu a tyto informace šířit pomocí infocenter.

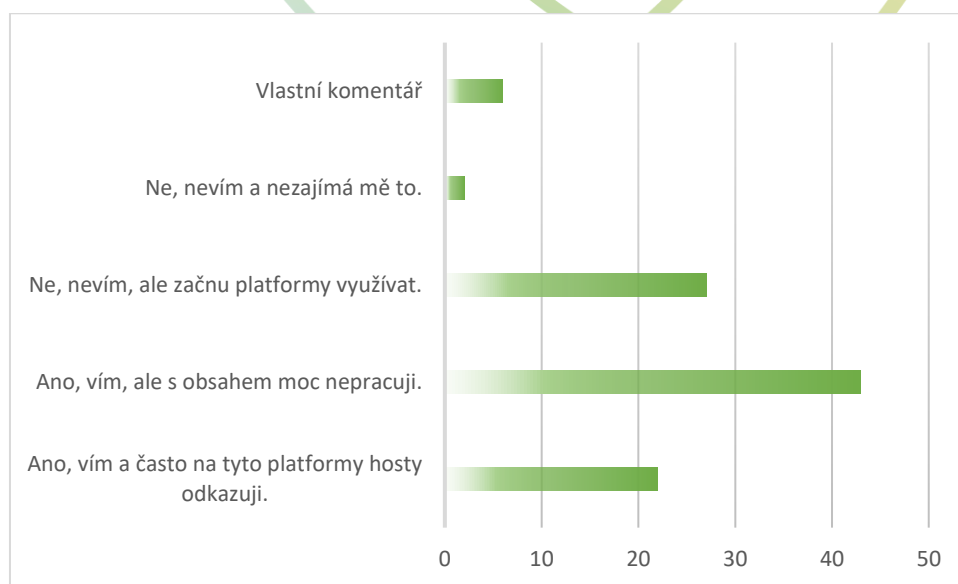
Pokud by byl znovu spuštěn dotační program na ubytování, bylo by dobré poskytovat jej i pro jednotlivce, klienti cestují také sami, jednolůžkové pokoje jsou dražší, a tito klienti na dotaci nedosáhli což je škoda, byla to určitá diskriminace, přitom dnes cestuje samotných klientů hodně.

Podobné projekty, slevy na ubytování prarodiny, mohou si pak dovoli jet i výšečetné rodiny. Větší propagaci slev, mnoho hostů o ní neví a když máme ubytování v nabídce přes Booking, slevu nedáváme a hosté o ní neví. Máme dost hostů z Brna a okolí.

Další takové spolupráce.

Více osobních setkání TO jižních Čech, možnost navázat osobní kontakty, což by mohlo vést k užší spolupráci. Poznávací cesty do jiných oblastí jihočeského kraje, abychom mohli hostům doporučovat místa, která jsme sami poznali.

Víte, že Jihočeská centrála cestovního ruchu společně s turistickými oblastmi pro Vaše hosty provozuje web www.jiznicechy.cz, facebook a instagram @jiznicechy, kde je možné nalézt spoustu tipů na výlety a aktuální přehled akcí v kalendáři?



Celkem 6 ubytovatelů zanechalo k této otázce vlastní komentář:

Vím až od letošního roku

Vím, dokonce jsme měli odkaz i na našich hotelových stránkách.

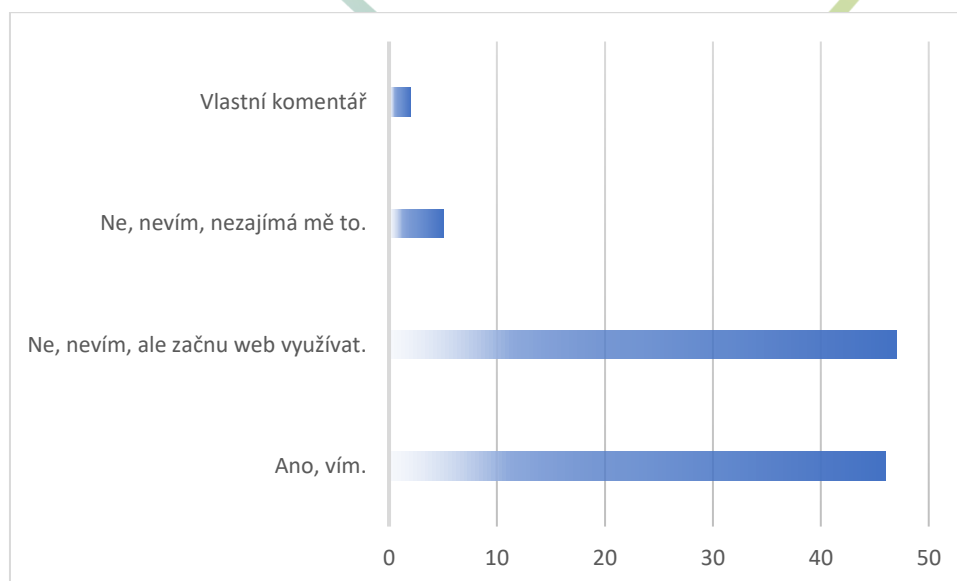
Škoda, že jsem nenašla Žumberk

Ano, vím, s obsahem jsme moc nepracovala, protože jsem netušila, že ho smím sdílet. Napravím to.

Věděla jsem, s obsahem jsem nepracovala, ale už jsem s ním začala pracovat.

Vím, ale nevyužívám.

Víte, že informace k činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu naleznete na webu www.jccr.cz? Web poskytuje přehledné informace k turistickým oblastem, statistiky, kontakty, aktuální tiskové a výroční zprávy, výzvy k zapojení se do tvorby Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021-2030, nabídky odborných seminářů apod.

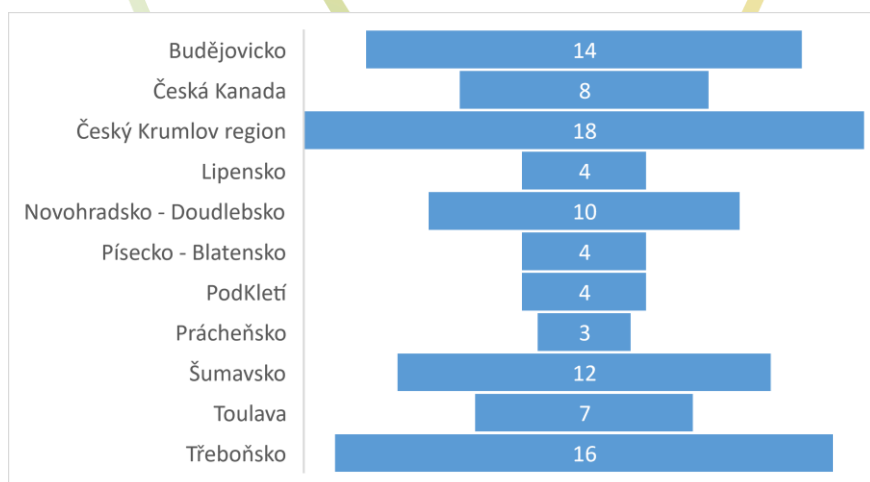


Celkem 2 ubytovatelé zanechalo k této otázce vlastní komentář:

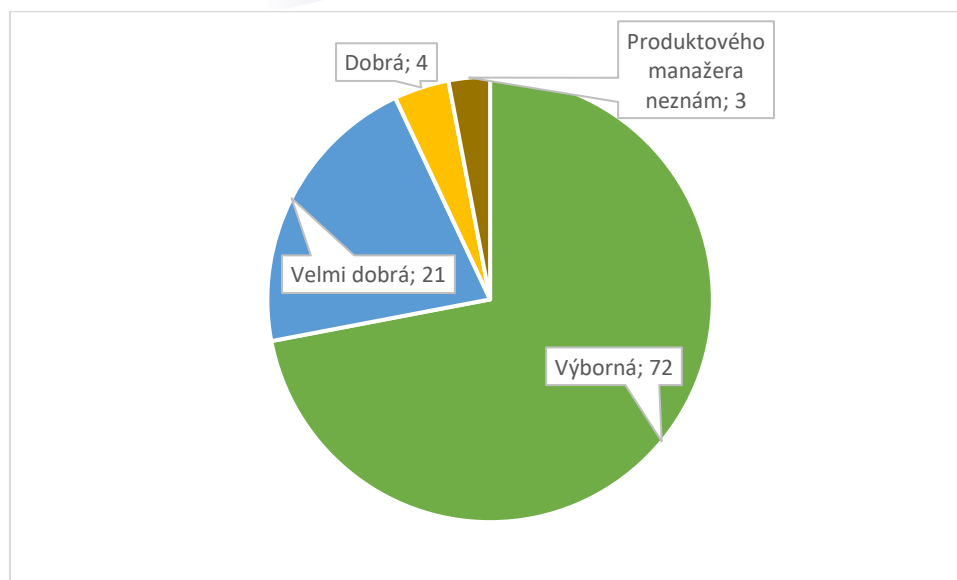
ano od letošního roku

Myslím, že koncepce na rozvoj CR v JČK by spíš měla být pozměněna z rozvoje na záchranu CR...

Do jaké turistické oblasti spadá Vaše ubytovací zařízení?

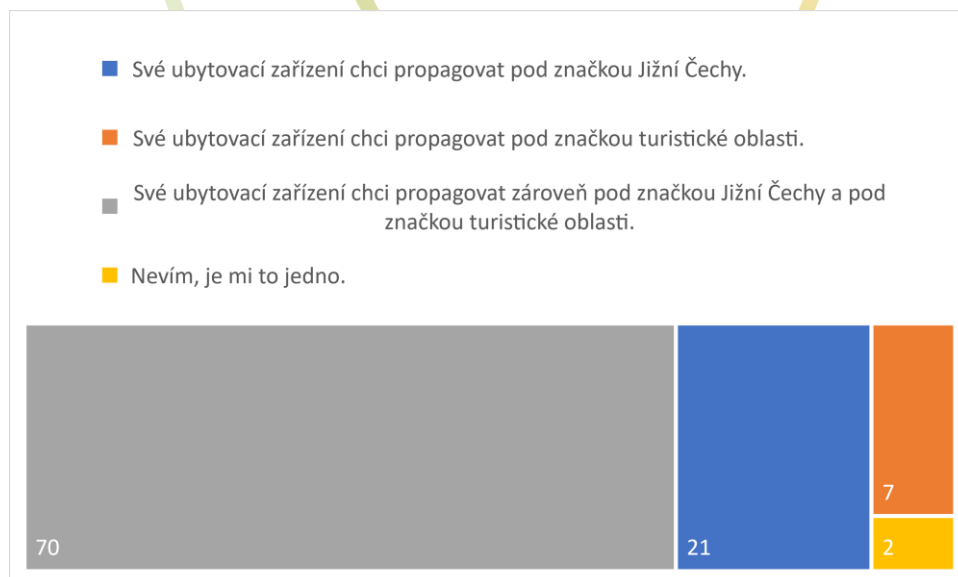


Jak hodnotíte komunikaci se zástupcem turistické oblasti = produktovým manažerem?

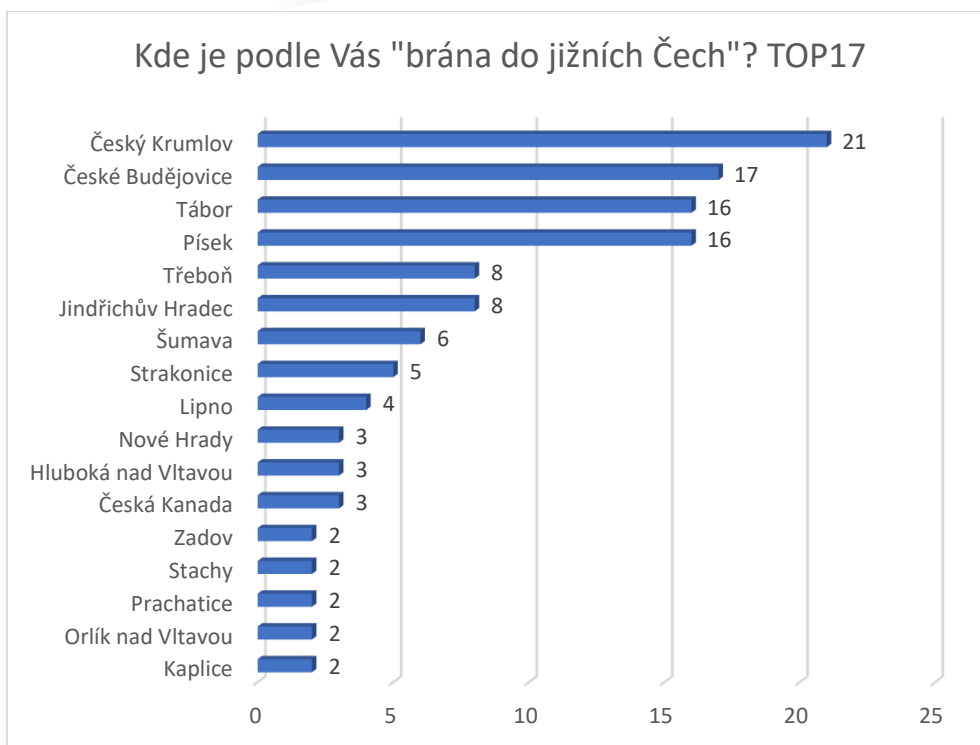


Možnou odpověď „Produktového manažera neznám“ zvolili celkem 3 ubytovatelé. Jeden ubytovatel z turistické oblasti Český Krumlov region a dva ubytovatelé z turistické oblasti Šumavsko.

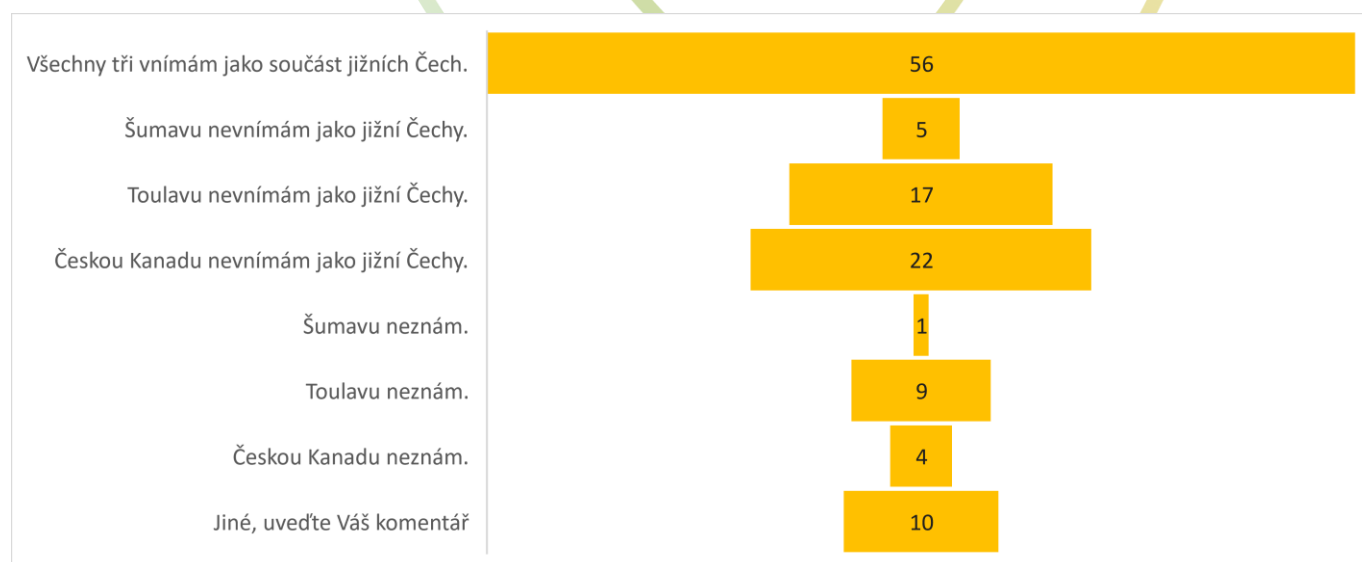
Se kterým z následujících tvrzení se ztotožňujete?



Kde je podle Vás vstupní brána do jižních Čech? Uveďte název měst, obcí nebo míst.



V Jihočeském kraji jsou (zatím) tři turistické oblasti přesahující svými aktivitami hranice kraje - Šumava, Toulava a Česká Kanada. Jak vnímáte jejich příslušnost k ke značce Jižní Čechy?



Celkem 10 ubytovatelů uvedlo vlastní komentář:

jako patriot, tak i Lipensko

nevadí mi

Šumava

Šumavu vnímám jako jižní Čechy

Myslím, že J.Hradec je trochu ztracen pod značkou Česká Kanada

Šumavu jako jednu z TO neznám, jen Šumavsko

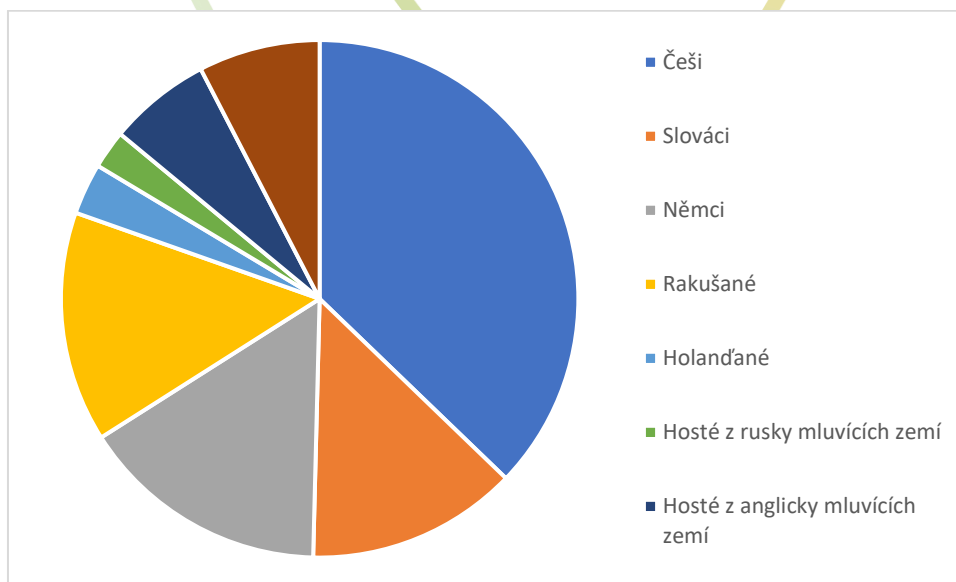
Šumava je Šumava a nelze ji subsumovat pod kraj roztříštěnost mezi více krajů naopak škodí.

Vnímám je tak, jak jsou. Spadají i do jiných krajů a jejich propagace v rámci jižních Čech je OK.

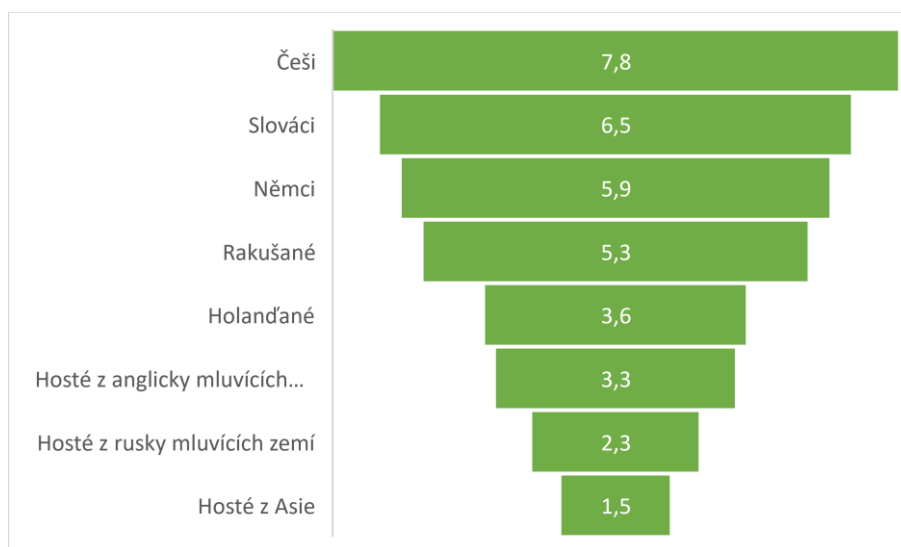
Jižní Čechy začínají v Nových Hradech a končí max na Hluboké, pak začíná předměstí Prahy

Šumavou se myslí Národní centrála Šumava? Spolupracuje spíš s Plzeňským krajem

S ohledem na Vaše zkušenosti z předchozích let, hosté jaké národnosti se u Vás ubytovávali nejčastěji v předkoronavirové době?



Hosty jaké národnosti byste nejraději ubytovával/a v dalších letech? Seřadte od nejdůležitějších po nejméně důležité.



Seřazeno dle zvolené důležitosti.



Jihočeská centrála cestovního ruchu
U Zimního stadionu 1952/2, CZ 370 76 České Budějovice
T: +420 387 201 283 / E: info@jccr.cz
IČO: 72053127 / DIČ: CZ72053127

www.jccr.cz

Chcete nám něco sdělit nebo vzkázat, co se jinam nevešlo?

Na tuto otázku jsme obdrželi celkem 36 komentářů. Zde jsou některé z nich:

Velice děkujeme za tuto možnost podpory. Upřímně teda musím říct, že nám to nepřineslo rapidní nárůst hostů, než v předchozích letech, ale těm novým to umožnilo poznat náš penzion za lepší ceny (v této nelehké době). A od spousty z nich již máme rezervace na další sezónu.

Poděkování všem, kteří se na této aplikaci podíleli, mně to velice pomohlo, naše ubytovací zařízení bylo v měsících 06-08/2020 naplněno na cca 80%.

Tím, že podmínkou k získání voucheru bylo ubytování na 3 a více dní, zvýšil se nám průměrný počet nocí strávených v našem ubytovacím zařízení (lokalita Toulava) a současně si hosté uvědomili vyšší slevy, že se jim to skutečně vyplatí.

Možná by tato podpora prodeje mohla fungovat i nadále, že by JCCR působila jako zprostředkovatel slevových voucherů turistických lokalit, např. v době, kdy hosté plánují letní dovolenou (duben-květen), tím, že by své PR zaměřila na prodej voucherů pouze v tomto období. Možná by JCCR mohla navázat spolupráci s ubytovacími servery typu Booking.com, kde by mohla propagovat své turistické cíle, pokud by host začal hledat ubytování v lokalitě Jihočeského kraje.

Byla jsem velmi s Vámi spokojená. Nedalo se to vyjádřit známkováním. Všichni pracovníci, kteří mi pomohli se systémem, s fakturami apod. byli neskutečně milí, vstřícní. Tak rychlé proplacení jsem nezažila snad za celou dobu podnikání. Děkuji.

Navštívili jsme Karlovarský kraj, kde byla k dispozici brožura, ta mi u nás chyběla a více slev v ČK.

Jsmo malý penzion, starší majitelé, některé věci neumíme řešit využít, tak rychle jako mladší generace,

Líbil by se mi systém podpory cestovního ruchu, něco jako sommer card v Rakousku.

S vyplácenou provizí, měla problém účetní. DPH 10% na ubytování, sleva musela být bez DPH, při příjmu provize zase vykázat DPH a do toho poplatek městu bez DPH.

Ze začátku komplikované vyúčtování a podpora na telefonu věděla jen obecné informace, stejné, které jsme dostali emailem.

Ráda spolupracuji s JCCR, ovšem bohužel až zpětně, až po našem zapojení do projektu podpory, jsem si v tomto případě uvědomila, že si nejsem jistá, zda je v pořádku, že jde tolik peněz ze zoufalého státního rozpočtu do reklamy. Chápu, že bez reklamy to nejde, ale ten nepoměr byl opravdu v této krizi do očí bijící (i kritizovaný) a (tedy nejen z tohoto důvodu) jsem pak zapojení do podpory ukončila. Přestože pracuji v turistickém ruchu, vnímám i jiné aspekty a důležitost použití financí.

Díky, že vůbec nějaký program na podporu cestovního ruchu vznikl.

Ano, problém u nás, kdy host musí mít zaplacen dopředu a následně stornoval, vždy jsme přišli o výši podpory. Za hosta nám nebyla proplacena, protože nepřišel, a my mu slevu předem poskytl. Dodatečně mámit z hostů slevu zpětně je nemožné.

Děkujeme za podporu

Děkuji za spolupráci v tomto roce a přeji pěkné Vánoce a úspěchy v roce 2021, který pro Vás nebude jednoduchý a bude výzvou.

Ještě mně vadí, že když média hovoří o jižních Čechách a cestovním ruchu, mluví téměř výhradně o Lipně a Českém Krumlově. To není fér a diskriminuje to ostatní také pěkná místa našeho kraje.

Děkujeme za veškerou dosavadní podporu! Děláte svou práci velmi dobře.

Každý host, ať už mluví jakýmkoli jazykem, je pro nás host a my nerozdělujeme hosty podle důležitosti. Jsme rádi za každého hosta a všichni jsou si u nás rovni.

Děkuji za přínosnou spolupráci. Jsem ráda, že se staráte o podporu návštěvnosti Jižních Čech.

Bylo by fajn nevyužité finanční prostředky přesunout na další kampaň, např. ZIMA nebo JARO v Jižních Čechách.

Jinak jsme byli samozřejmě velice spokojeni a vděční za tuto pomoc.

Děkujeme za veškerou podporu, je pro nás velkou pomocí.



@jihoceskacentralacestovnihoruchu
@jiznicehy



@jiznicehy