

An aerial photograph of the town of Karlovy Vary, showing its dense, historic architecture built on a hillside. The image is overlaid with a semi-transparent red filter. The town's buildings are clustered together, with a prominent church spire visible in the upper right. The surrounding hills are covered in greenery, though the red overlay softens the colors.

Karlovy Vary

Shrnutí v datech

léto 2021

Cíle

2020

- restart
- přivést co nejvíce lidí
(za každou cenu)

2021

- přivést bohatší klientelu,
která zůstane déle
- dál budovat brand

Srovnání v rámci ČR

Tvrdá data (červen - srpen 2021)

Global Payments: Letní útraty

Srovnání objemů transakcí (celkové útraty) na platebních terminálech GP v červnu až srpnu mezi roky 2020 a 2021.

I přesto, že letními destinacemi se stávaly především hory nebo vinařské oblasti, zatímco města kvůli úbytku zahraničních turistů strádala, podařilo se nám kampaní a jejím zaměřením přivést bohatší klientelu. Díky tomu vzrostl celkový objem transakcí oproti minulému roku o **32,6 procent**, což je **absolutně nejlepší výsledek mezi městy** a překonává i nárůst obrátu na Jižní Moravě.



We spolupráci s



zdroj: <https://www.ceskovdatech.cz/clanek/164-druhe-letu-s-covidem/>



Karlovy Vary

Tvrdá data (červen - srpen 2021)

Global Payments: Letní útraty

Srovnání objemů transakcí na platebních terminálech GP v červnu až srpnu mezi roky 2020 a 2021.

Dle dat společnosti Global Payments, která v Česku provozuje třetinu karetých terminálů došlo k nárůstu útraty návštěvníků Karlových Varů **o 16,3 milionu Kč**.

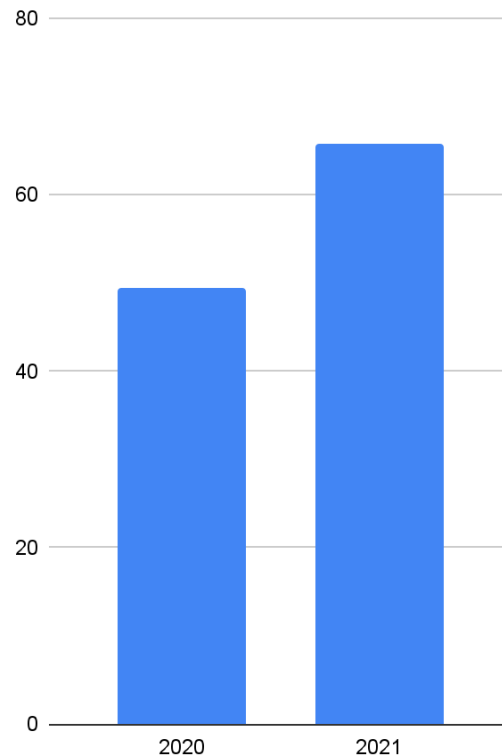
(hypoteticky se jedná o nárůst útraty návštěvníků **o 48,9 milionu** za toto období)



We spolupráci s



Utrata návštěvníků v milionech



zdroj: <https://www.ceskovdatech.cz/clanek/164-druhe-leto-s-covidem/>

Karlovy Vary

Data (červen - srpen 2021)

Global Payments: Letní útraty

Srovnání objemů transakcí na platebních terminálech GP v červnu až srpnu mezi roky 2020 a 2021.

Dle dat společnosti Global Payments, která v Česku provozuje třetinu karetních terminálů **zůstali návštěvníci déle a utratili více peněz.**

Ze zprávy není jasné o kolik přesně délka pobytu rostla. Na přesná tvrdá data je potřeba počkat do 09.11.2021, kdy ČSU zveřejní tento typ dat.

SZ Seznam Zprávy

zdroj:<https://www.seznamzpravy.cz/clanek/cileni-na-zahranicni-turisty-se-praze-vymstilo-utraci-se-hlavne-na-horach-173973>

dobách tvořili 57 procent příjmů cestovního ruchu zahraniční turisté, domácí zbývajících 43 procent. „Teď je to naprosto vychýleno ve prospěch domácích. Určitě se ale nedá říct, že by Češi mohli jakkoli nahradit propad příjezdů zahraničních turistů,“ konstatuje.

„V celém Česku také hodně chybí kongresový cestovní ruch,“ doplnil šéf CzechTourism Jan Herget.

Karlovy Vary přilákaly bohatší turisty

Překvapením jsou Karlovy Vary, kde se dalo očekávat, že kvůli výpadku ruských turistů dojde k drastickému poklesu. Západočeské lázně ale letos dokázaly přilákat zahraniční a domácí návštěvníky, kteří zůstali déle a utratili více peněz. Loni činily tržby ve Varech jenom 49,5 milionu, letos už dosáhly 65,8 milionu korun. Vary se však ještě nedostaly na předcovidovou úroveň, kdy měly tržby ve výši 81 milionů korun.

Brand “město zážitků”

Sběr dat 1.–4. září 2021

Behavio - Analýza příležitostí a potřeb

1 560 lidí, reprezentativní vzorek online populace ČR

V rámci Analýzy příležitostí a potřeb pro podzimní a zimní kampaň jsme provedli i průzkum síly brandu a sloganu “město zážitků”.

Za dobu kampaně se nám podařilo vybudovat velmi silné vnímání Karlových Varů jako “města zážitků”.

město zážitků

krásná příroda

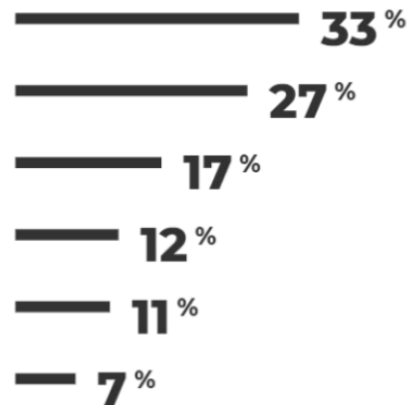
místo pro aktivní dovolenou

zelené město

místo pro rodiny

blízko na sjezdovku

Jak vidí Karlovy Vary?



· B·E·H·A·V·I·O

zdroj: <https://behaviolabs.com> - výzkumná agentura zaměřená na podvědomé myšlení

Shrnutí

- **přilákali jsme bohatší turisty, kteří zůstali déle a utratili více**
- **vybudovali jsme silné vnímání Karlových Varů jako města zážitků**

Bonus info:

Tržba na zákazníka
na pobočce stoupla o 10 %