

Seznam příloh

Příloha č.1: interview

1. Jaké nástroje komunikačního mixu Offpark využívá? (reklama, osobní prodej, podpora prodeje, Public relations, přímý marketing)

• Public relations

Mezi nejvýznamnější projevy public relations Offparku řadím letáky se všemi aktivitami, které naše tři areály nabízejí. Každoročně necháváme vytisknout 10 000 kusů, a protože na sezonu 2017 plánujeme oslovit více hotelů a informačních center, budeme tisknout 12 000 letáků. V roce 2014 a 2015 jsme otevírali nové areály a k tomu jsme vždy pořádali tiskovou konferenci pro novináře. Reportáž k otevření lanového parku v Prášilech připravila Česká televize.

V sezoně 2015 ani 2016 jsme žádné eventy pro klienty nepřipravili. V předcházejících sezonách jsme pro klienty dělali Vánoční lezení anebo lezení zdarma pro školáky s výborným vysvědčením. Akce se ovšem netěšily velkého zájmu, tak jsme je zrušili. V roce 2014 jsme společně s partnerem High Point pořádali setkání s členy High Point týmu v areálu v Sušici.

• Podpora prodeje

Offpark využívá dárkových certifikátů, které je možné zakoupit přes internet, Co se týče slev, tak ty mohou uplatnit větší skupiny, jako jsou školy nebo tábory. Slevy poskytujeme také klientům z řad našich partnerů.

• Reklama

Offpark využívá především venkovní reklamy. Stěžejní jsou billboardy, cedule, reklamní plachty nebo reklamní křídla. Jako reklama nám také slouží vozidla od firmy Mercedes Benz, které máme polepeny ukázkami našich aktivit. Reklamu Offpark je také možné zaslechnout v rozhlasové stanici Frekvence 1. Na letošní sezonu bychom chtěli připravit nové webové stránky a také náš profil na Facebooku. V rozpočtu máme připraveny i finance na placenou kampaň na sociální síti Facebook.

2. Jaké druhy reklamy byly v Offparku využity v sezoně 2016? V jakém množství a za jaké náklady?

Rozpočet na sezonu 2016		
Co	počet kusů	cena celkem
Letáky	10000	25 000 Kč
Reklamní plachty	10	5 000 Kč
Billboardy	3	30 000 Kč
Reklamní spot Frekvence 1	2 měsíce	50 000 Kč
Reklamní křídla	4	8 000 Kč
Polepy automobilů	2	4 000 Kč
Cedule	4	4 000 Kč
Označení překážek	50	5 000 Kč
Celkové náklady		131 000 Kč

3. Je v reklamě kladen specifický důraz na jednotlivé areály Offparku (Sušice, Prášíly, Modrava) anebo je představován jako celek?

Offpark je vždy v první řadě prezentován jako celek. Jednotlivé areály jsou uvedeny na letácích, kde jsou popsány také specifika jednotlivých areálů. O existenci a specifikách jednotlivých areálů je samozřejmě možné se dočíst i na webových stránkách.

4. Jak se Offpark prezentuje na internetu? Jaké webové stránky využívá a jak se prezentuje na sociálních sítích?

Offpark v současné době spravuje webové stránky Offpark.cz, kde klient může najít veškerou nabídku aktivit. V případě zájmu o dárkový kupon je zákazník přesměrován na webové stránky zazitkynasumave.cz, kde si certifikát objedná.

Offpark má profil na sociální síti Facebook. Placenou reklamní kampaň na Facebooku jsme prozatím nevyzkoušeli. Na sezonu 2017 uvolníme finance a reklamu na sociální síti Facebook podpoříme.

5. Prezentuje se Offpark na cestovatelských portálech, kde klienti mohou nechávat recenze pro další případné návštěvníky? Jedná se na příklad o největší cestovatelský portál TripAdvisor.com.

Na žádných takových portálech svůj profil Offpark nemá.

6. Spolupracuje Offpark s internetovými servery, které přeproductávají aktivity klientům?

Dříve jsme spolupracovali s portálem Allegria.cz. Problémem zde bylo, že jsme nemohli komunikovat přímo se zákazníkem, ale pouze skrze pracovníky Allegria.cz. Často tak docházelo k dezinformacím, díky kterým přišel zákazník na aktivitu ve špatné náladě a vrhalo to špatný stín na celý Offpark. S žádným dalším portálem jsme nespolečně pracovali ani nespolečně pracujeme.

7. Spolupracuje Offpark s lokálními institucemi? Jakým způsobem tato spolupráce funguje?

Offpark spolupracuje s informačními centry na Šumavě a s hotely a dalšími rekreačními zařízeními v okolí Národního parku. Jedná se spíše o pasivní spolupráci. Máme tam umístěné naše letáčky a pracovníci by měli případným klientům aktivity Offparku doporučovat. V současné době máme své letáčky umístěné v 21 hotelech na Šumavě.

8. Jaký je rozpočet na marketingovou komunikaci pro sezónu 2017?

Na marketingovou komunikaci jsme si vyčlenili pro letošní sezónu o 30 000 Kč více než v sezóně 2016. Bude se tedy jednat přibližně o 160 000 Kč. Přičemž některé reklamní nosiče jako plachty, reklamní křídla nebo polepy automobilů zůstanou stejné. Ušetřené peníze bychom rádi použili do naší prezentace na internetu.

Příloha č. 2: průběh pozorování a analýzy textů a dokumentů

Pozorování areálů Offparku probíhalo 3 měsíce, a to červen, červenec a srpen, a to ve všech třech areálech a jejich okolí. Během pozorování byl kladen důraz na následující:

- Billboardy a další reklamní poutače v blízkém okolí jednotlivých areálů
- Billboardy na trase Praha – Sušice a Plzeň - Sušice
- Reklamní potisk automobilů a informační cedule v areálech
- Opakované návštěvy klientů

Dne 20.7.2016 byla uskutečněna jízda automobilem z Prahy do Sušice, kde se pozorovatel soustředil na reklamní poutače, které na cestě může potenciální klient vidět. O týden později byla uskutečněna stejná cesta z Plzně do Sušice.

Analýza potisku automobilů Mercedes-Benz proběhla ihned na začátku hlavní sezony, tedy 1.6.2016.

Pozorovatel se v jednotlivých areálech pohyboval průměrně 5 dní v týdnu a mimo jiné pozoroval opakované návštěvy klientů v rámci jednotlivých aktivit i areálů.

Pro analýzu a následné stanovení doporučení bylo nezbytné podrobit studiu následující texty a dokumenty:

- Webové stránky Offpark.cz a zazitkynasumave.cz
- Profil Offpark na sociální síti Facebook
- Statistika návštěvníků ze sezony 2015 a 2016

Pro stanovení cílové skupiny bylo nezbytné podrobit analýze statistiku návštěvníků z předešlé sezony i té loňské. Každý návštěvník zaznamenává do tabulky své jméno, rok narození a hlavně místo, odkud do jednotlivého areálu přijel.

Analýzou prošly také webové stránky Offparku a profil na sociální síti Facebook, a to z pohledu funkčnosti, přehlednosti a atraktivity.

Příloha č. 2: návrh vizuálu na reklamu na Facebook č.1



Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 3: návrh vizuálu na reklamu na Facebook č.2



Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 4: návrh vizuálu na reklamu na Facebook č.3



Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 5: návrh vizuálu na reklamu na Facebook č.4



Zdroj: vlastní zpracování

