

Destinace Orlické hory a Podorlicko



www.survio.com

Základní údaje

	Název výzkumu	Destinace Orlické hory a Podorlicko
	Autor	Pavel Pichler
	Jazyk dotazníku	 Čeština
	Veřejná adresa dotazníku	https://www.survio.com/survey/d/P2A5M7V9T6V9R0P2N
	První odpověď	23. 08. 2018
	Poslední odpověď	27. 09. 2018
	Doba trvání	36 dnů

Statistika respondentů

175

Počet
návštěv

55

Počet
dokončených

0

Počet
nedokončených

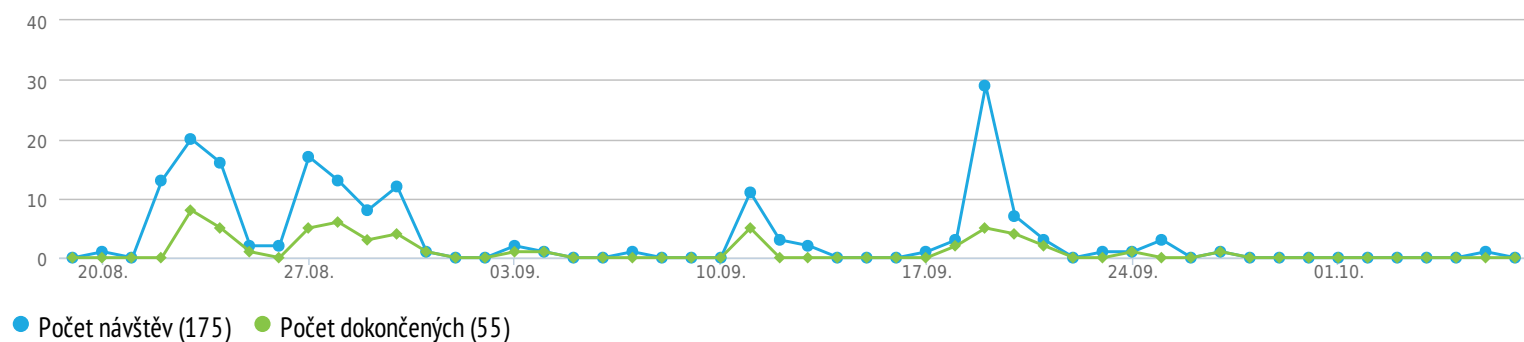
120

Pouze
zobrazení

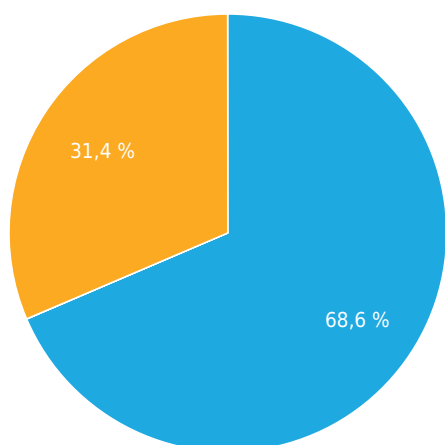
31,4 %

Celková úspěšnost
vyplnění dotazníku

Historie návštěv (23. 08. 2018 – 27. 09. 2018)

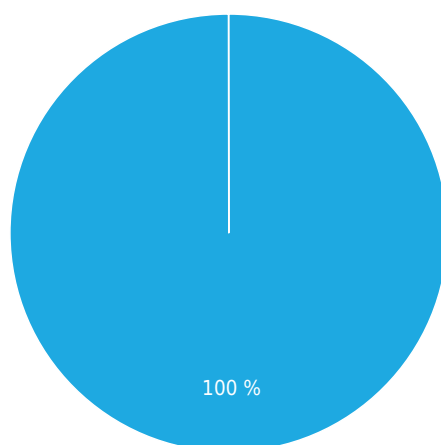


Celkem návštěv



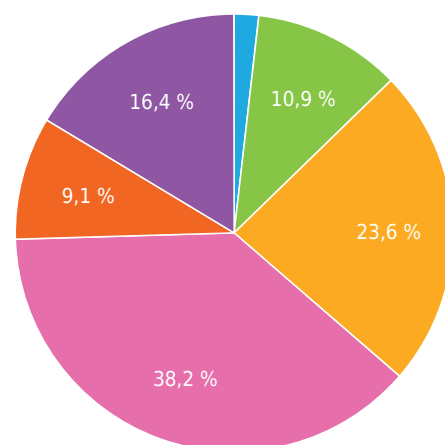
- Pouze zobrazeno (68,6 %)
- Nedokončeno (0 %)
- Dokončeno (31,4 %)

Zdroje návštěv



- Přímý odkaz (100 %)

Čas vyplňování dotazníku

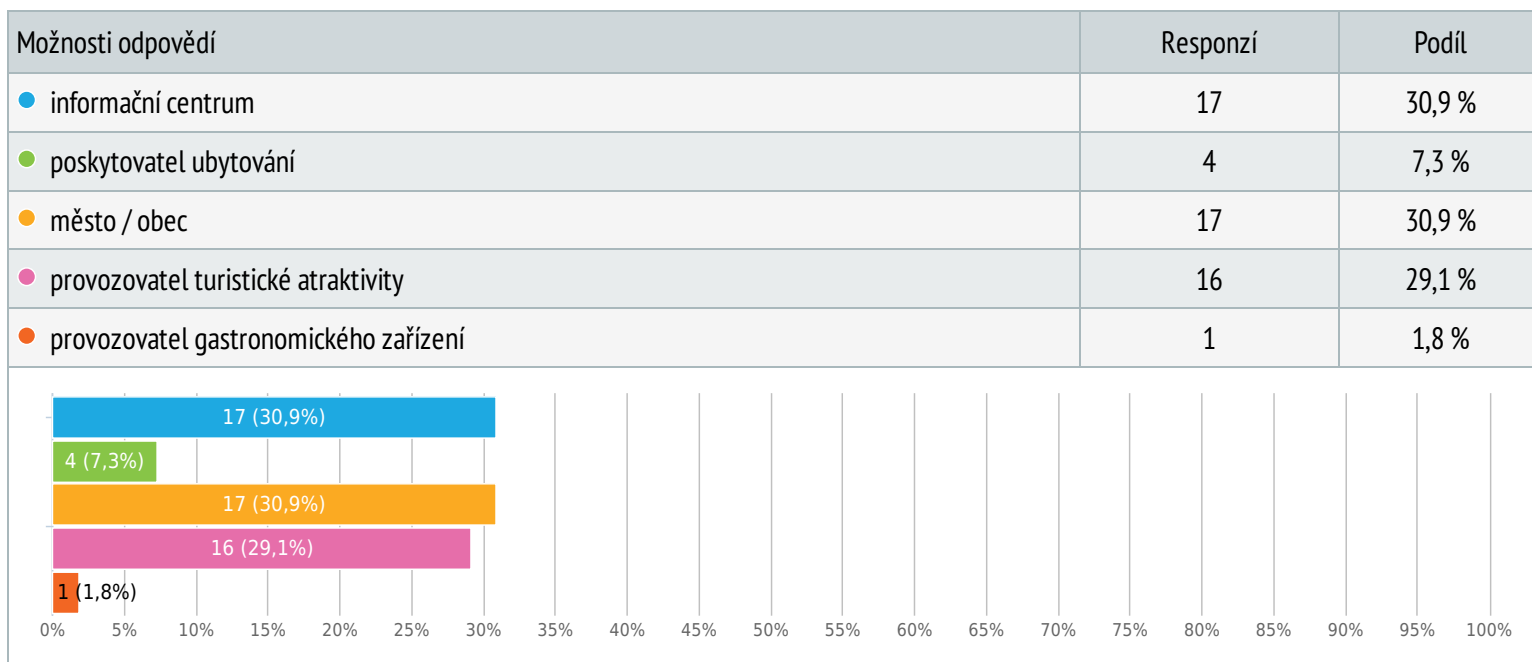


- <1 min. (1,8 %)
- 2-5 min. (10,9 %)
- 5-10 min. (23,6 %)
- 10-30 min. (38,2 %)
- 30-60 min. (9,1 %)
- >60 min. (16,4 %)

Výsledky

Vyplňující subjekt

Výběr z možností, zodpovězeno 55x, nezodpovězeno 0x



Co je dle vás neférová výhoda destinace, kterou jiné destinace nemohou okopírovat nebo sebrat ?

Textová odpověď, zodpovězeno 55x, nezodpovězeno 0x

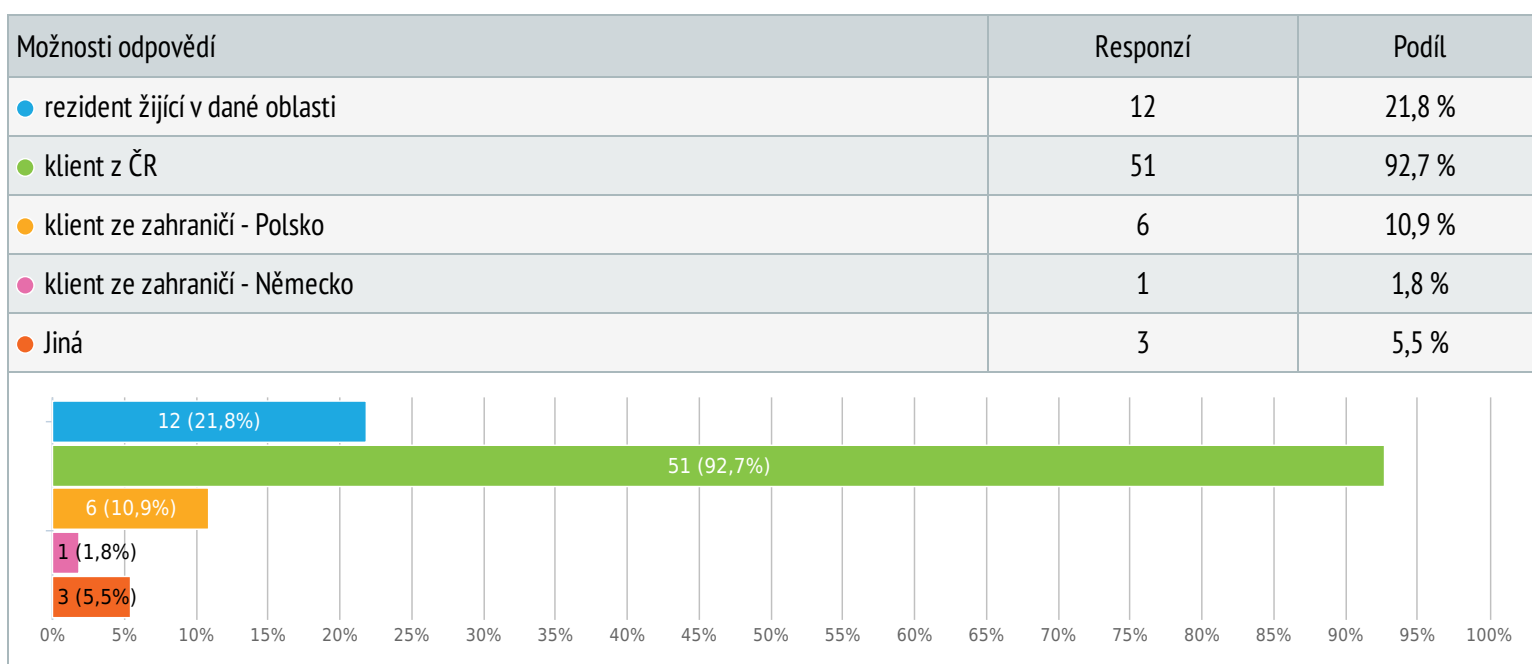
- Veliký potenciál, který se ukrývá v přírodních krásách v kombinaci se sportovní a kulturní nabídkou v regionu. To vše umocněno tím, že náš region je zatím větší masou návštěvníků neobjeven.
- Mnoho památek "na jednom místě"
Turista během jednoho týdne stihne navštívit spousty památek, neboť jsou blízko sebe. To v jiné destinaci prostě není
- Spadáme do dvou krajů. Příležitost v podpoře krajů i v oslovení obyvatel.
- ...
- Nerozumím pojmu neférová výhoda...Přísu za Neratov a tak naše výhoda je, že máme jedinečný kostel v malebném koutu O.h. a k tomu řadu služeb, které tu již 26 let budujeme...
- Divná otázka... Možná tak jedinečnost území.
- Neumím odpovědět.
- nerozumím otázce
-
- Nechápu..neférová výhoda - příroda, lidi, zvyky jsou naše neokopírovatelné a akce ať všichni kopírují. Stejně to pak musí realizovat po svém a všude jinde pak bude zajímavější.

- tradiční vnímání destinace veřejností jako dobrá rekreační oblast
- největší Muzeum řemesel ve střední Evropě...
- nerozumím dotazu
- Její rozloha a zároveň kombinace kulturních památek s množstvím přírodních atraktivit. V jiné destinaci nebývá "podhůří" takto zabydleno zámky.
- Zaměstnanci destinace svoji práci dělají s radostí a nadšením pro region, což se odráží na výstupech jejich projektů a také na spolupráci s jednotlivými turistickými centry.
- dobrá spolupráce
- lidé
- (2x) Jedinečnost regionu, příhraniční poloha, hornatý terén - ale s přiměřeným převýšením - tedy ideální pro běžky, nebo cykloturistiku a obdobné sporty. Lokalita bohatá na lesy s relativně nezdevastovanou přírodou.
- zajímavá místa, památky, příroda, ... genius loci ...
- TEST
- Nerozumím otázce.
- Zřejmě dostatečně nerozumím otázce, abych mohl odpovédět.
- Má co nabídnout v zimě i v létě, vybere si každý, rodiny s dětmi i senioři, jsou tu památky i krásná příroda, hraniční opevnění.
- Klidné prostředí. Ne
- CENY-NĚKTERÍ SI NAŠLI CESTU JAK ZBOHATNOUT
- přírodní podmínky, výskyt přehrady, jezera, pevnosti z období 2.sv. války a další zajímavosti, které se nedají znovu vytvořit
- zachovaná, dá se říci, čistá příroda, ráz udržovaných rekreačních chalup dotvářejících krajinu.
- --
- Nevím
- Turistické atraktivity v dané lokalitě
- Velká koncentrace opravených kulturních památek spravovaná soukromými majiteli.
- klid-nepřetížená centra * dlouhý táhlý horský hřeben s příjemným mírným profilem a nenáročnou horskou trasou pro kola i běžky * kumulace historických sídel, která jsou většinou v soukromých rukách a původních šlechtických rodů * vládce hor - žena *
- Nevím, co si mám pod tímto pojmem představit,....
- test
- Arboretum Žampach
- Orlické hory, které nabízí pohodou turistiku, cykloturistiku a další aktivity - nejsou komerční jako mnohé jiné horské oblasti
- Orlické hory - HK +PA, přírodní krásy, lyžařská střediska
- Unikátnost.
- velká koncentrace památek na poměrně malém prostoru (zámky) - Podorlicko
- Jedinečnost - mají největší muzeum svého druhu v ČR
- Malebný klid našich hor, vhodné podmínky pro cykloturistiku a koloběžky.
- Lokalita - podhůří Orlických hor a zároveň velké přírodní bohatství v podobě Lanškrounských rybníků
- V Orlických horách nadmořská výška
- O takovéto výhodě mi není nic známo, snad jen F.L.Věk s Radkem Brzobohatým. Ale to je už hodně dávná historie. Nevím, zda tento seriál sleduje někdo jiný než Dobrušťáci. Obávám se, že moc ne. ale podobné postavičky mají i jiná města, takže výhoda ?
- Nemám názor
- výhodná poloha ve městě, státní vlastnictví a tudíž i mnohonásobně větší finanční a marketingová podpora

- nerozumím otázce,...:-)....
- xx
- Nad tím jsem nepřemýšlela a nebudu se tím zabývat.
- neznám
- (2x) nevím
- klidné prostředí bez návalů turistů, různorodost atraktivit blízko u sebe
- Otázku by bylo dobré lépe specifikovat.

Kdo je váš klíčový / nejčastější klient ?

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 55x, nezodpovězeno 0x



- Spoluobčané
- nesledujeme
- test

Co je podle vás největší problém destinace?

Textová odpověď, zodpovězeno 55x, nezodpovězeno 0x

- Nízká míra spolupráce subjektů, které jsou do cestovního ruchu přímo či nepřímo zapojeni. Zapojené subjekty by měly mezi sebou více spolupracovat, vytvořit silnou platformu pro tlak na statní instituce, které mohou ovlivnit financování cestovního ruchu
- Často se potýkáme s názorem, že v naší destinaci nejsou k dispozici půjčovny kol - v dnešní době jsou téměř všude, avšak u nás celkem chybí
- Slabá účast jednotlivých subjektů destinace na užší spolupráci a společné propagaci.
- nedokážu posoudit
- Dopravní spojení. Během prázdnin (skoro 3 měsíce v roce) je dostupnost hromadnou dopravou minimální a během školního roku o trochu lepší - ale neodpovídá návštěvnosti místa a jeho rozmachu.
- finanční prostředky na posílení počtu pracovníků DS

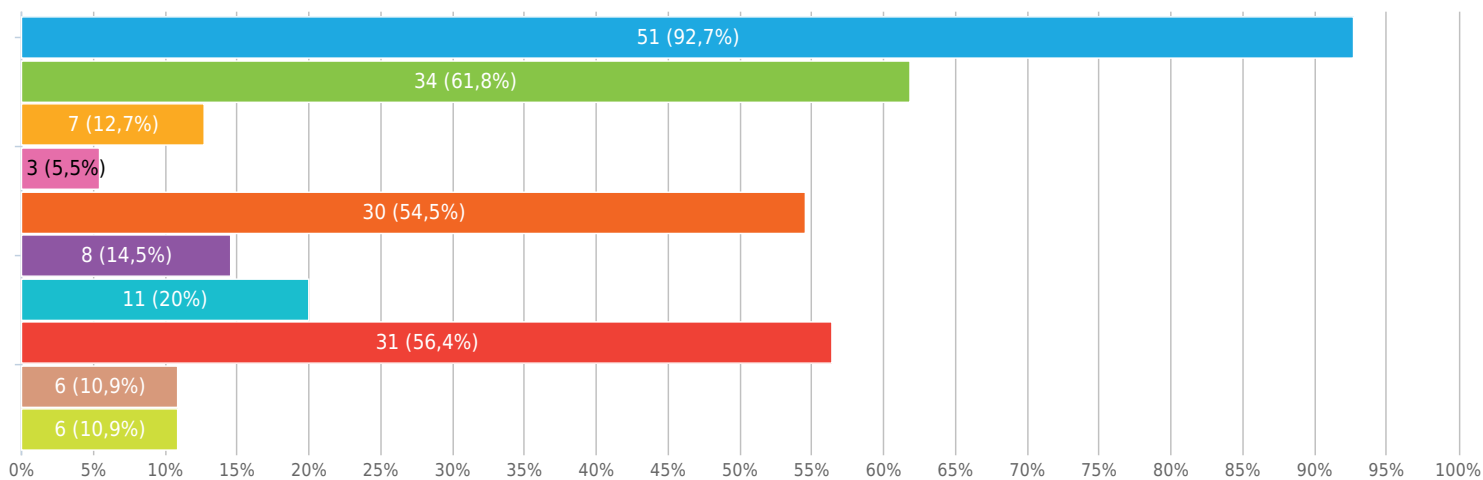
- Za největší problém destinace považují její historický vývoj.
- nelze identifikovat "největší" problém . Vždy záleží na úhlu pohledu a zadaných kritériích
- Stav infrastruktury, zejména v horské části regionu.
- Sucho
- malá koordinace subjektů v cest. ruchu
- Nedostupnost po dálnici nebo rychlostní silnici ze všech směrů- sever, východ, jih, západ.
Totální absence kvalifikovaných a jazykově vybavených lidí pro zajištění všech služeb- gastronomie, hotelnictví, muzea, zámky, IC atd.
- Nevím
- Její rozlehlost a tím odlišné představy jednotlivých subjektů (podnikatelů, měst) o jejím dalším směřování.
- Myslím si, že problémem destinace je malá podpora destinační společnosti od kraje a některých měst regionu.
- dva kraje
- komunikace
- (2x) Netuším.
- roztržitost, nejednotná prezentace, "hodně kohoutů na jednom smetišti", bohužel značka Orlické Hory vznikla pozdě, když již existovala jiná sdružení, která se nechtějí podílet nové značce. OHP by slušela prezentace ve formátu ČCCR Jižní Morava ...
- (2x) test
- Nespolečné jednotlivých subjektů - poskytovatelů služeb, provozovatelů tur.cílů apod. Jsme malý region, zajímavý právě možností na relativně malé ploše vidět hodně věcí a nevyužíváme tohoto potenciálu. Dále nedostatečné ubytovací kapacity.
- Zcela všude plošně platí, že je zapotřebí se učit komunikaci a spolupráci, protože když se daří všem, funguje vše jako harmonický celek.
- Že cyklobusy jezdí jen o víkendu, přibývá turistů seniorů na elektrokolech, v naší destinaci nejsou dobíjecí stanice.
Adrenalinoví bajkeři hledají trailcentra a bikeparky, máme jen jeden v Říčkách.
- Nedovedu určit.
- BĚŽNÉ SLUŽBY---ZEJMÉNA NENÍ TU DELŠÍ DOBU OBVODNÍ LÉKAŘ DÁLE ZUBNÍ ANI V OKOLÍ
- horší dopravní obslužnost, do některých zajímavých míst se bez auta návštěvník nemá šanci dostat
- rozbité silnice, dopravní obslužnost veřejnými dopravními prostředky / autobusy, vlaky/
- Špatná dopravní obslužnost
- Hodně průmyslu, finanční zajištění?
- Menší počet turisticky atraktivních míst s vysokou návštěvností
- Nedostatek rozmanitých a kvalitních gastronomických služeb.
- nedostatečná nabídka služeb a atraktivit, která by korespondovala s image a atmosférou destinace * nízká spolupráce mezi podnikateli a obcemi
* nedůvěra v efekt společného marketingu
- Nabídka služeb - horská část destinace (dopravní obslužnost - cyklobusy, občerstvení - kiosky,...)
- chybí zde restaurace
- v současné době nabídka služeb - ubytování, stravování apod.
- velká rozloha destinace
- Žádná podpora cestovního ruchu. Člověk, který by měl cestovní ruch jako pracovní náplň.
- Poměrně rozsáhlé nesourodé území
- V daném území je mnoho turistických cílů a bohužel špatná dopravní dostupnost
- Neúčinná, málo efektivní propagace destinace.
- Absence dominantní turistické atraktivity, které by se dala srovnávat s ostatními v rámci ČR

- Odlehlost
- Dobruška je na kraji destinace a trochu odtržená od názvu Orlicko a Podorlicko. Nikdo si Dobrušku pod tímto názvem nepředstaví.
- Personální podstav. Když se podívám např. na činnost DS České Švýcarsko, vidím jinou personální i materiální situaci i personální situaci. A to je o.p.s.!
- destrukce, vykradení za komunismu a vymazání z povědomí veřejnosti
- ..podle mého názoru funguje dobře..
- xx
- Město Ústí nad Orlicí neumí prodat a propagovat nabídku a aktivity, které ve městě jsou. Slabý marketing v rámci Východních Čech a ČR.
- neznám
- špatné komunikace nižších tříd
- financování destinace a jejích subjektů, propagace destinace v ČR nízká
- nabízené služby a jejich kvalita
- Získávání finančních prostředků z veřejných zdrojů.

Jaké jsou vaše nejčastější marketingové kanály?

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 55x, nezodpovězeno 0x

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
● vlastní webové stránky	51	92,7 %
● vlastní sociální sítě	34	61,8 %
● placená reklama sociální sítě	7	12,7 %
● PPC kampaně	3	5,5 %
● tiskoviny	30	54,5 %
● bannerová reklama	8	14,5 %
● rádiové kampaně	11	20 %
● plakátovací plochy	31	56,4 %
● billboard /bigboard	6	10,9 %
● Jiná	6	10,9 %



- televize
- osobní péče o hosty
- V tomto spoléhám na Vás
- (2x) test
- lidová slovesnost

Jak se vzděláváte v cestovním ruchu?

Textová odpověď, zodpovězeno 55x, nezodpovězeno 0x

- konference, odborné semináře
- Workshopy, školení

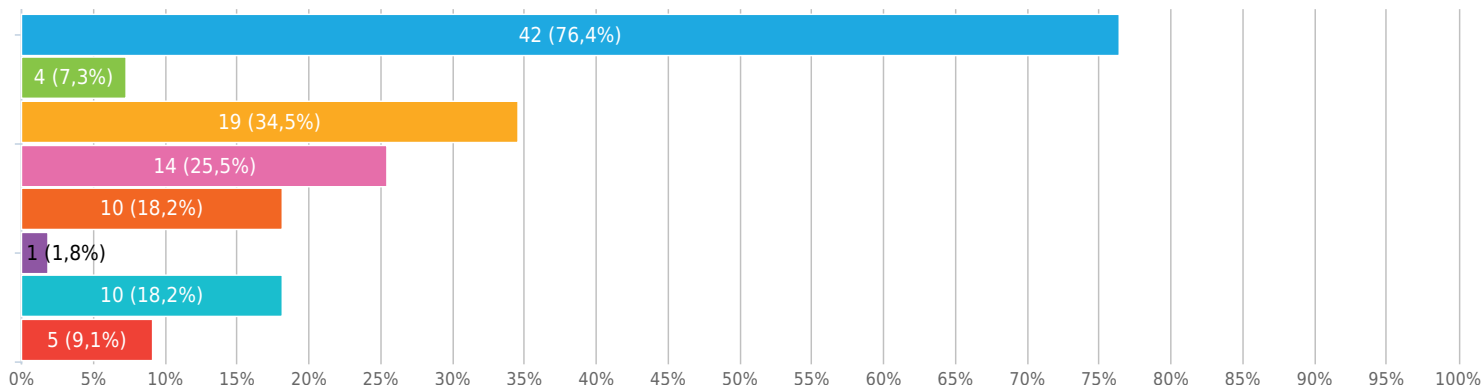
- Samostatně vyhledáváním informací z různých zdrojů - převážně internet. Cestování. Konference. Oborové veletrhy. Sdílení oborových informací a zkušeností.
- semináře pořádané DSOHP, Východní Čechy,
- nasloucháme našim návštěvníkům a snažíme se podle jejich návrhů vylepšovat naše služby
- ---
- V cestovním ruchu se nevzdělávám.
- stále a hodně
- (2x) Nevzdělávám
- nijak
- odborný tisk, zkušenosti jiných poskytovatelů, cestování do nových cílů
- (2x) nevzdělávám
- školení, samostudium, odborné časopisy, cestování po ČR
- Dvakrát ročně se účastníme setkání destinační společnosti, jednou za rok absolvujeme školení určená pro turistická centra a vzděláváme se také samostudiem našeho města a regionu.
- málo
- (2x) Příležitostně, zpravidla v rámci praxe.
- účast na seminářích organizovaných A.T.I.C., krajským úřadem, destinací
- (2x) test
- samostudium, workshopy, odborný tisk
- Zkušenostmi od našich zákazníků a vlastním cestováním.
- Kromě workshopů, které organizuje destinace, nijak. Sleduji časopisy, které se věnují turismu, čtu zpravodaj Euroregionu Glacensis.
- Nahodile.
- MÁM JEN JEDEN rod. APARTMÁN PRO ČTYŘČLENNOU RODINKUaTAK SE NEVDĚLÁVÁM
- odborné semináře, informace z tisku, internetu
- každým dnem i hodinou přes sezónu , jinak tiskoviny, internet, setkání od AHR, DSOHP
- Četbou tiskovin, např. Turistické noviny, Kam po Česku,...
- četba, internet, cestování
- návštěva všech nabízených workshopů, školení,...
- průběžně samostudiem, konzultacemi s kolegy a spolupracovníky v rámci destinace, občasnými školeními
- minimálně
- semináře
- prioritní je pro nás vzdělávání v oborech, které nám přinášejí nejvyšší a nejúspěšnější atraktivitu pro návštěvníky Arboreta a Domova pod hradem Žampach s rozvíjením a záznamy o místní kultuře, historii v souladu se současným posláním naší organizace
- různé semináře, workshopy,
- vzdělává se naše s.r.o. Kultura - informační centrum
- Tak nějak přirozeně a díky Vaší destinační společnosti. Bohužel se vaše čtvrtletního školení kvůli zaměstnání nemohu zúčastnit.
- Internet
- Internet, tiskoviny, školení ...
- Doposud minimálně, na semináři v Ústí se nám potvrdilo, že je to chyba .
- Odbornými školeními, četbou a především komunikací s návštěvníci infocentra o jejich zkušenostech a potřebách

- Podle nabídek vzdělávání
- Já osobně na teoretickou výuku nemám čas. Ale pořádám každoročně výlety včetně zajištění ubytování a cílů sám, a to i pro větší skupiny svých přátel. Takže je to takové vzdělávání se v praktickém životě.
- Samouk a pozorovatel
- na internetu
- ..jezdíme na setkání, které jsou pro nás přínosné, pak se pokoušíme zkušenosti a nápady předat dále...jednáme se svými IC
- xx
- Pravidelné setkání organizované DSOHP.
- zúčastňujeme se setkání v problematice cestovního ruchu
- prax
- školení DS, A.T.I.C.
- semináře, samostudium, návštěvy a schůzky s jinými turistickými lokalitami
- Semináře, školení, e-booky, webové stránky zaměřené na cestovní ruch

Co vše měříte v cestovním ruchu? (počet klientů, marketingové výstupy atd.)

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 55x, nezodpovězeno 0x

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
počet klientů	42	76,4 %
demografii klientů	4	7,3 %
geografii klientů (odkud přijeli)	19	34,5 %
odkud se o nás klient dozvěděl (marketingová úspěšnost)	14	25,5 %
úspěšnost online reklamy	10	18,2 %
úspěšnost offline reklamy	1	1,8 %
neměříme	10	18,2 %
Jiná	5	9,1 %



- Máme svoje odhady podle návštěvnosti našich zařízení (ubytování, obchod, hospoda, jídelny, kostel)
- (2x) Jak dlouho se zde klienti v průměru zdržují a využívají našich služeb.
- (2x) test

Co jsou podle vás nosná témata destinace?

Textová odpověď, zodpovězeno 55x, nezodpovězeno 0x

- příroda, kulturní dědictví, sportovní vyžití, nepoznanost
- Zámky na Orlici
vzdálenost mezi jednotlivými zámky a hrady - vše je blízko sebe
Krásná, nedotčená příroda
- Zima: lyžování (sjezdové, klasické) Léto: kola, zámky Neobjevené útulné hory s velmi pestrou nabídkou ubytování a služeb, které se opírají o skvělé zázemí měst a obcí v podhůří.
- cyklo stezky, příroda, hory, památky
- Ukázat život v části O.h., které jsou historií velmi poznamenány. Že jde tady žít, pracovat a obnovovat krásná území, kde návštěvník nachází klid a cítí se svobodný od všech technologií a závislostí. Ukázat jednoduchý život spjatý s přírodou a vírou.
- jedinečnost území - zachovalá příroda, řada zámků, cykloturistika, opevnění
- Především nabídka regionu.
- příroda, historie, pohoda
- Příroda, historie, zimní sporty
- Neustále aktuální informace z oblastí tak, jak jsou doteď definovány.
- krajina s historickými památkami, relax v přírodě
- Neobjevený region
- Orlické hory
- Příroda, kulturní a vojenské památky, tradice a řemesla, regionální výrobky.
- Největšími tématy destinace jsou Orlické hory, a dále pak zámky a kulturní památky v našem regionu.
- turismus, rozvoj regionu
- turistika, propagace
- (2x) Koordinace a analýza výstupů, další rozvoj a udávání směru rozvoje destinace....
Porovnávání (porovnatelných) výstupů z jiných destinací a hledání řešení problematických témat.
- hory, příroda, relaxace, zimní sport, turistika (pěší, cyklo), rodinná dovolená, pobyty 50+
- (2x) test
- hory, síť památek, řeka Orlice, cyklistika, pivovary
- Spolupráce.
- Zaměření na rodiny s dětmi, seniory, možná i na nadšence do pohraničního opevnění.
V Orlických horách turistika, cykloturistika, v zimě lyžování.
V Podorlicku jsou to zámky na Orlici.
- Nedevastovat prostředí Orlických hor.
- NEKOMENTUJI
- turistika, cyklistika, památky
- zimní a letní nabídka služeb a atraktivit, sportovních, kulturních, historie

- Příroda, technické i historické památky, muzea
- cykloturistika, vyžití pro rodiny s dětmi, lyžování a zimní sporty
- příroda
- Orlické hory, Zámky na Orlici
- vojenské památky-pohraniční opevnění, kulturní památky - zámky na orlici, údolní cyklostezky - orlické cyklo-inline království, poutní místa a příběhy čj-pl pohraničí, gastroturistika a regionální pivovary, zima na horách, běžky, příroda, řemesla
- Hory, zámky
- Rozvoj a údržba Domova a Arboreta Žampach, konání kulturních, společenských a sportovních akcí pro podporu pozitivní interakce mezi klienty a veřejností.
- zaměření klientely (rodiny s dětmi, cyklisté apod.)
- příroda, zámky, sport, pamětihodnosti destinace, gastronomie
- Ta, na který destinace může zakládat. Třeba místa v destinaci, která jsou a budou. Jen je zapojit.
- Zámky na Orlici, klidné prostředí Orlických hor
- Hory, příroda,
- Klidná dovolená s možností zpestření zajímavými aktivitami
- Jak strategicky využít lokality a propagace přírodních zajímavostí. V naší destinaci s myslím, že příroda je důležitějším aspektem v marketingu, více než například památky.
- Klid, hřeben hor, wellness, gastronomie, turisticky velmi známe
- Vyplývá to z názvu. Zimní sporty, turistika včetně cykloturistiky.
- Památky v oblasti, vojenské opevnění, příroda
- Umění, rozsáhlý romantický park, osobní přístup, historie objektu
- ..určitě si myslím je velice fajn propagační material, který je k dispozici a potom turistika jak pěší, tak i cyklistika,....
- xx
- Ústí nad Orlicí krásné místo pro pohodovou rekreaci a bezpečný život. Nízká kriminalita, krásné a udržované cyklostezky, zajímavá minulost a kultura, textilní tradice, sportovní i rekreační vyžití pro všechny generace za každého počasí.
- turistika, zimní sporty, návštěvy betlému,
- krajina
- příroda,klid, vysoká koncentrace atraktivit blízko u sebe
- lyžování, gastro, outdoor aktivity,
- Zatraktivnění regionu v očích turistické veřejnosti, spolupráce mezi podnikatelskou sférou a samosprávou.

Co by podle vás management destinace měl v destinaci dělat jinak?

Textová odpověď, zodpovězeno 55x, nezodpovězeno 0x

- Opustit (pokud je to možné) projekty, které již postrádají smysl. Přestat utápět energii v nekonstruktivních věcech a nasměřovat ji do smysluplných a kreativních projektů. Zajistit (např. navýšení příspěvků) si financování nových potřebných úvazků.
- Myslím si, že management destinace dělá vše, tak jak může a jaké má možnosti
- S prací managementu jsem spokojen. V ideálním případě by mělo mít vedení společnosti větší prostor (finanční i časový) na marketingové aktivity. Skvěle zpracovaná témata nedostala dostatek prostoru z důvodu nízkých rozpočtů destinace.
- DSOHP nastolila správný směr, výsledkem je ocenění Eden

- Více se snažit propojovat CHKO, památkáře, stavební odbory, dopravce, provozovatele různých zařízení, aby se lépe komunikovalo a vědělo, kam region kráčí a jak jde na tom spolupracovat (a ne se na rozvoj dívat jako na nutné zlo...)
- více se zaměřit na získání členů z řad podnikatelských subjektů (naráží na malý počet zaměstnanců)
- Myslím, že v současné době vše funguje tak, jak má.
- příliš obecné
- (2x) -
- Pracovat na 110%
- tak to nevím :-)
- Oproti jiným krajům k nám jezdí velmi málo cizinců, kteří by se zde ubytovali a procestovali oblast. Z návštěvnosti to je cca 4%.
- Nemám požadavek
- Nesnižovat si dosah na facebooku sdílením příliš velkého počtu příspěvku za den (pět je opravdu moc) a vytvářet i vlastní obsah nebo více přivádět z FB lidi na web (zpracované nabídky pro různé skupiny apod.)
- Vzhledem k vytiženosti jsou některé aktivity managementu uskutečňování se zpožděním.
- nevím
- informovanost, dobré zkušenosti jiných
- (2x) Netuším, bohužel nemám čas analyzovat činnost managementu.
- Přesvědčit vedení obou krajů a zainteresované subjekty, že by měla existovat na daném území jedna destinační společnost, OHP, spojit se a vytvořit funkční pracovní tým s více než třemi (respektive 2,5) pracovníky.
- (2x) test
- Klást důraz na vzájemnou spolupráci iček (sdílení informací, podpora organizátorů akcí, vzájemná prezentace akcí) a iček a poskytovatelů služeb, řešit možný zajímavý produkt Podorlické pivní stezky.
- Učit subjekty mezi sebou propojovat - učit jinému myšlení, vlídným vztahům, než tu bylo doposud. A taky si myslím, že to management snaží. Jen mnohé starší ročníky novým kouskům nejde snadno naučit. To je můj subjektivní odhad.
- Myslím, že management destinace dělá, co může.
- Nemohu specifikovat.
- OPĚT NEKOMENTUJI JSOU OD TOHO JINÍ-
- pokračovat dále ve své propagační činnosti
- pracuje dost, vše záleží na tom, jak to okolí / host/ přijme
- Činnost managementu se nám zdá být v pořádku.
- S prací a spoluprací managementu destinace jsme velmi spokojeni.
- nic
- Nevím
- nedokážu adekvátně posoudit/zhodnotit ve vztahu ke kapacitám personálním i finančním
- Management destinace pracuje OK.
- S managementem destinace jsme spokojeni, projevují zájem o naši činnost a aktivně přistupují k publikaci našich specifických cílů a poslání. Velmi děkujeme.
- uvítali bychom více osobních setkání
- To si nedovolím hodnotit. Možná zázraky. Ale to, že destinační společnost existuje a funguje, je už zázrak sám!
- Silnější komunikace směrem "dovnitř" destinace. U spolupracujících subjektů vyvolat silnější pocit společné věci.
- To kdybych sám věděl :)

- Víc upozornit na to, že vůbec je. Na přístupových cestách do Orl. hor vystavit bannery s kontaktem, webem, který zastřeší základní nutné informace a servis pro návštěvníky (www.mojeorlickehory.cz)
- Za managementem je vidět kus kvalitní práce, která se jistě dělá s absolutním nasazením a z vlastního přesvědčení. Nemám konkrétní myšlenku, co by bylo potřeba dělat jinak.
- Seo optimalizaci
- Management se moc snaží a má velký entuziasmus pro společnou věc. Až se tomu člověk někdy i diví, kde bere ten management tolik sil.
- Dělá co může!
- ???
- netuším....
- xx
- Nevím o tom jsem nepřemýšlela.
- větší propagace
- pracuje dobře
- zacílit na určitý segment a "nedělat to pro všechny", získat více členů z řad soukromých subjektů (ukázat jim, že příspěvek do DS zlepší propagaci destinace, tím pádem i jejich)
- aktuálně mne nic nenapadá
- Management pracuje velmi dobře. :)

Nastavení dotazníku

	Otázek na stránku	Všechny
	Povolit odeslat vícekrát?	✓
	Povolit návrat k předchozím otázkám?	✓
	Zobrazovat čísla otázek?	
	Náhodné pořadí otázek?	
	Zobrazit ukazatel postupu?	✓
	Oznámení o vyplnění dotazníku na e-mail?	
	Ochrana heslem?	
	IP omezení?	

Příloha: dotazník

Destinace Orlické hory a Podorlicko

Dobrý den,

věnujte prosím dvě minuty svého času vyplnění následujícího dotazníku ke strategii destinace Orlické hory a Podorlicko. Dotazník lze vyplnit do 28. 9. 2018.

Vyplňující subjekt

- ☐ informační centrum
- ☐ poskytovatel ubytování
- ☐ město / obec
- ☐ provozovatel turistické atraktivity
- ☐ provozovatel gastronomického zařízení

Co je dle vás neférová výhoda destinace, kterou jiné destinace nemohou okopírovat nebo sebrat ?

Kdo je váš klíčový / nejčastější klient ?

- ☐ rezident žijící v dané oblasti
- ☐ klient z ČR
- ☐ klient ze zahraničí - Polsko
- ☐ klient ze zahraničí - Německo
- ☐ Jiná

Co je podle vás největší problém destinace?

Jaké jsou vaše nejčastější marketingové kanály?

- ☐ vlastní webové stránky
- ☐ vlastní sociální sítě
- ☐ placená reklama sociální sítě
- ☐ PPC kampaně
- ☐ tiskoviny
- ☐ bannerová reklama
- ☐ rádiové kampaně
- ☐ plakátovací plochy
- ☐ billboard /bigboard
- ☐ Jiná

Jak se vzděláváte v cestovním ruchu?

Co vše měříte v cestovním ruchu? (počet klientů, marketingové výstupy atd.)

- ☐ počet klientů
- ☐ demografii klientů
- ☐ geografii klientů (odkud přijeli)
- ☐ odkud se o nás klient dozvěděl (marketingová úspěšnost)
- ☐ úspěšnost online reklamy
- ☐ úspěšnost offline reklamy
- ☐ neměříme
- ☐ Jiná

Co jsou podle vás nosná témata destinace?

Co by podle vás management destinace měl v destinaci dělat jinak?