Co se týká marketingových výzkumů, které byly v rámci tvorby strategie realizovány, připojuji jejich výsledky, převzaté z návrhové části Marketingové strategie Orlických a Bystřických hor.

**Návštěvníci a turisté, zahraniční nebo domácí, kteří již do destinace přijíždějí:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Důvody návštěvy** | **zima** | **mimosezóna** | **léto** |
| Turistika a sport | 61% | 24% | 23% |
| Poznání | - | 24% | 24% |
| Relaxace | 11% | 16% | 24% |

**S turistickou oblastí mají návštěvníci spojeny následující nejlákavější aktivity:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nejlákavější aktivity** | **zima** | **mimosezóna** | **léto** |
| Pěší turistika | 38% | 38% | 22% |
| Lyžování, zimní sporty | 74% | - | - |
| Krásná příroda | 26% | 32% | 19% |
| Návštěvy sportovních akcí | 1,2% | - | - |

**Segmentace geografická:**

|  |  |
| --- | --- |
| Domácí turista | 96% |
| z toho Pardubický kraj | 29% |
| Královéhradecký kraj | 24% |
| Praha | 8% |
| ze vzdálenosti do 100 km | 50% |
| nad 100 km | 50% |
| Zahraniční turista | 4% |
| z toho Polsko | 2,7% |
| ostatní (Slovensko, Německo a Kanada) | 1,3% |

**Struktura:**

• Lidé ve věku 35 až 50 let, převážně cestující s partnerem či známými (odpovídá cílové skupině „prázdné hnízdo“, tj. střední a starší věk, po odchodu dětí z rodiny nebo bezdětní)

• Turisté „střední“ náročnosti (např. vyhledávající max. 3\* ubytování)

**Cílové skupiny, které budou uspokojovány v letech 2012 – 2013,**

**Tematická oblast:**

• Incentivní cestovní ruch

• Pobyt na venkově, na samotách, agroturistika

• Školní

• Rodiny s dětmi do 15 let

• Senioři

• Speciální – klienti vyhledávající zážitkové programy

**Zdrojové destinace v Česku:**

• Středočeský kraj - část Polabí

• Jižní Morava

**Zdrojové destinace v zahraničí:**

• Polsko

• Slovensko

• Německo

ENTERPRISE plc, s. r. o. a KRATOCHVÍL P., Ing. Marketingová strategie cestovního ruchu Orlických a Bystřických hor – Návrhová část, Ostrava květen 2011, strana 5 – 7, [cit. 22. 3. 2013] [dokument ve formátu PDF] dostupný z: https://www.dsohp.cz/marketingova-strategie