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