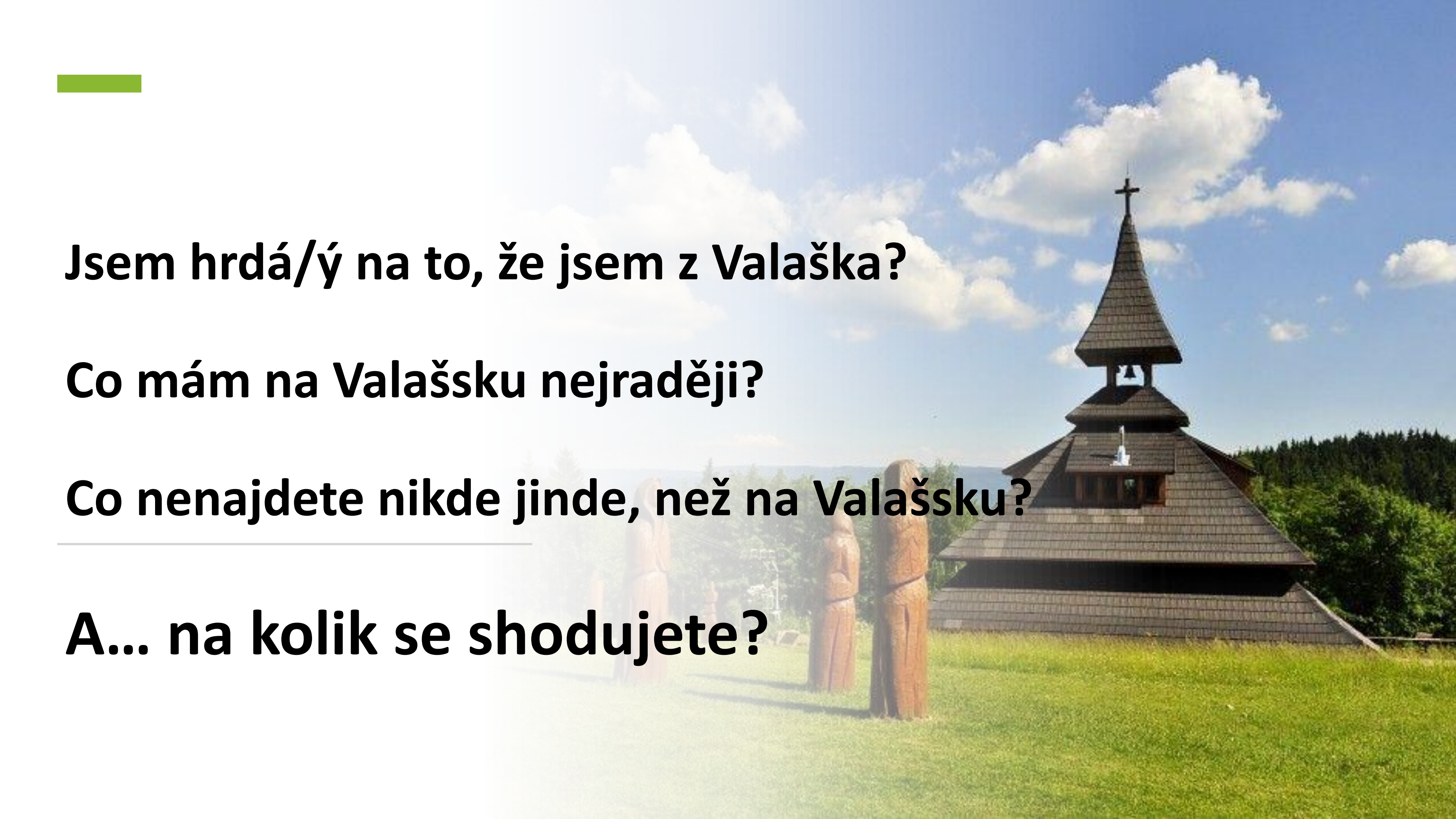


**Efektivní spolupráce v území
Posílení kompetencí pracovníků cestovního ruchu a podpora
spolupráce v turistické oblasti Valašsko
18. 9. 2025
Lenka Durdáková**

Foto Jakub Visna, zdroj mapy.com



Jsem hrdá/ý na to, že jsem z Valaška?

Co mám na Valašsku nejraději?

Co nenajdete nikde jinde, než na Valašsku?

A... na kolik se shodujete?

Kdo jsou aktéři cestovního ruchu (jakékoli) turistické oblasti

Zdroj fotografií: www.visit-valassko.com



Veřejný sektor



Podnikatelský
sektor



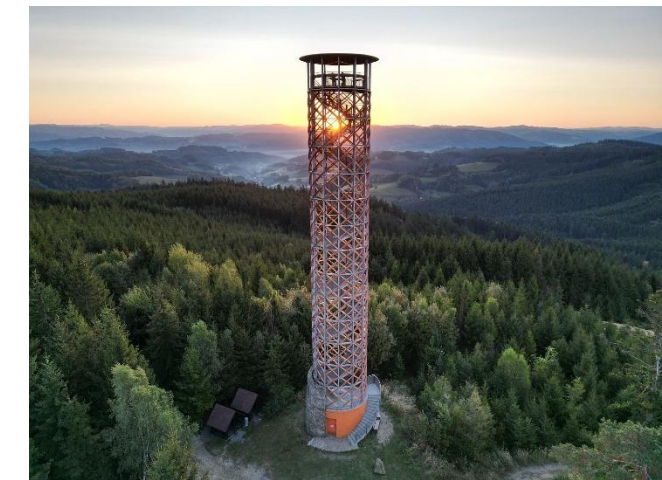
Neziskový sektor



Kdo je důležitější aneb jak a s kým vytvářet spolupráci?



Veřejný sektor
- Investice do infrastruktury, základních služeb např. IC + RUD

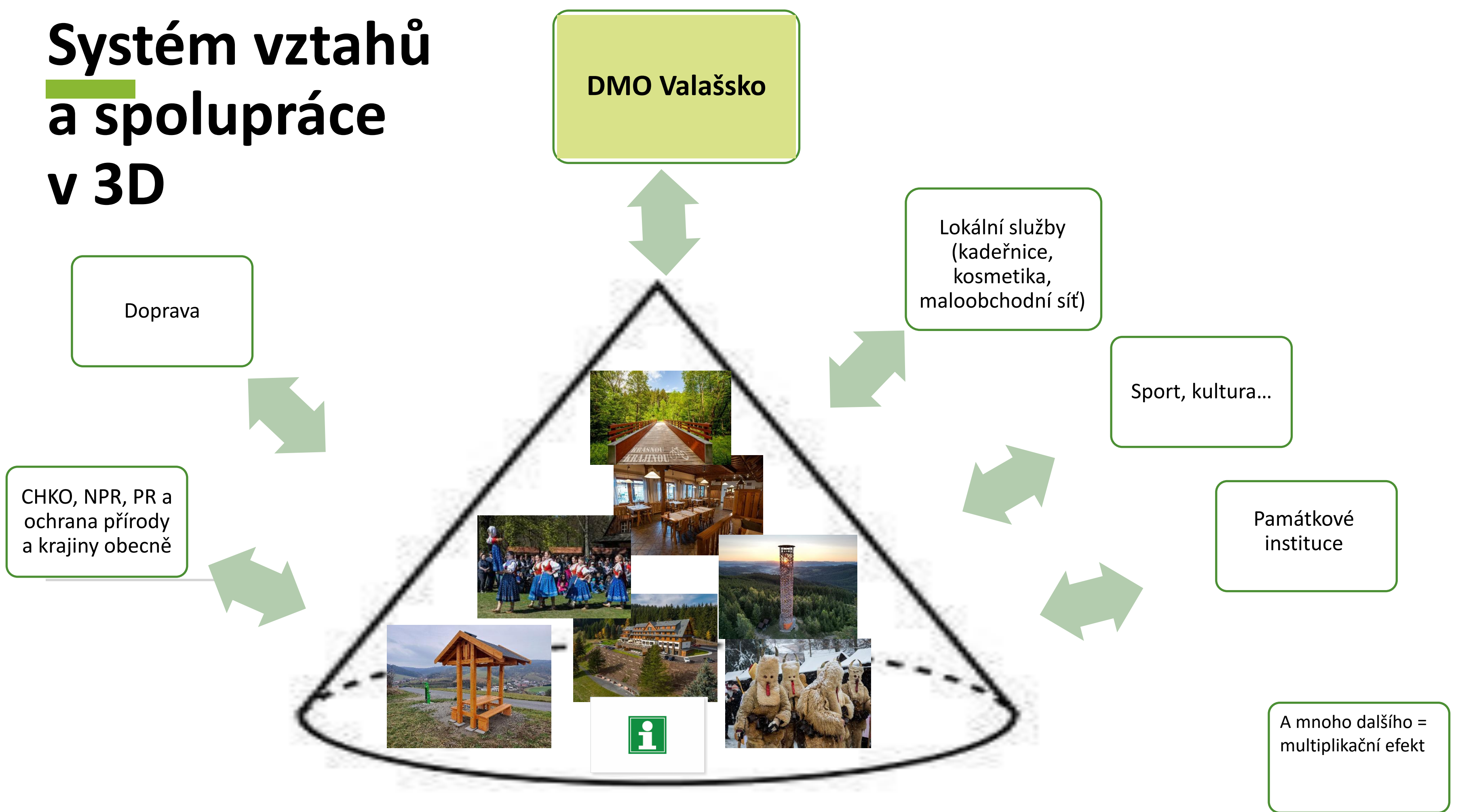


Soukromý sektor
+ výnosy ze zisku
- Odvod daní
+++ zaměstnávání místních

Neziskový sektor
- / + udržení genia loci regionu
Obsahová náplň



System vztahů a spolupráce v 3D



Otázky&odpovědi:

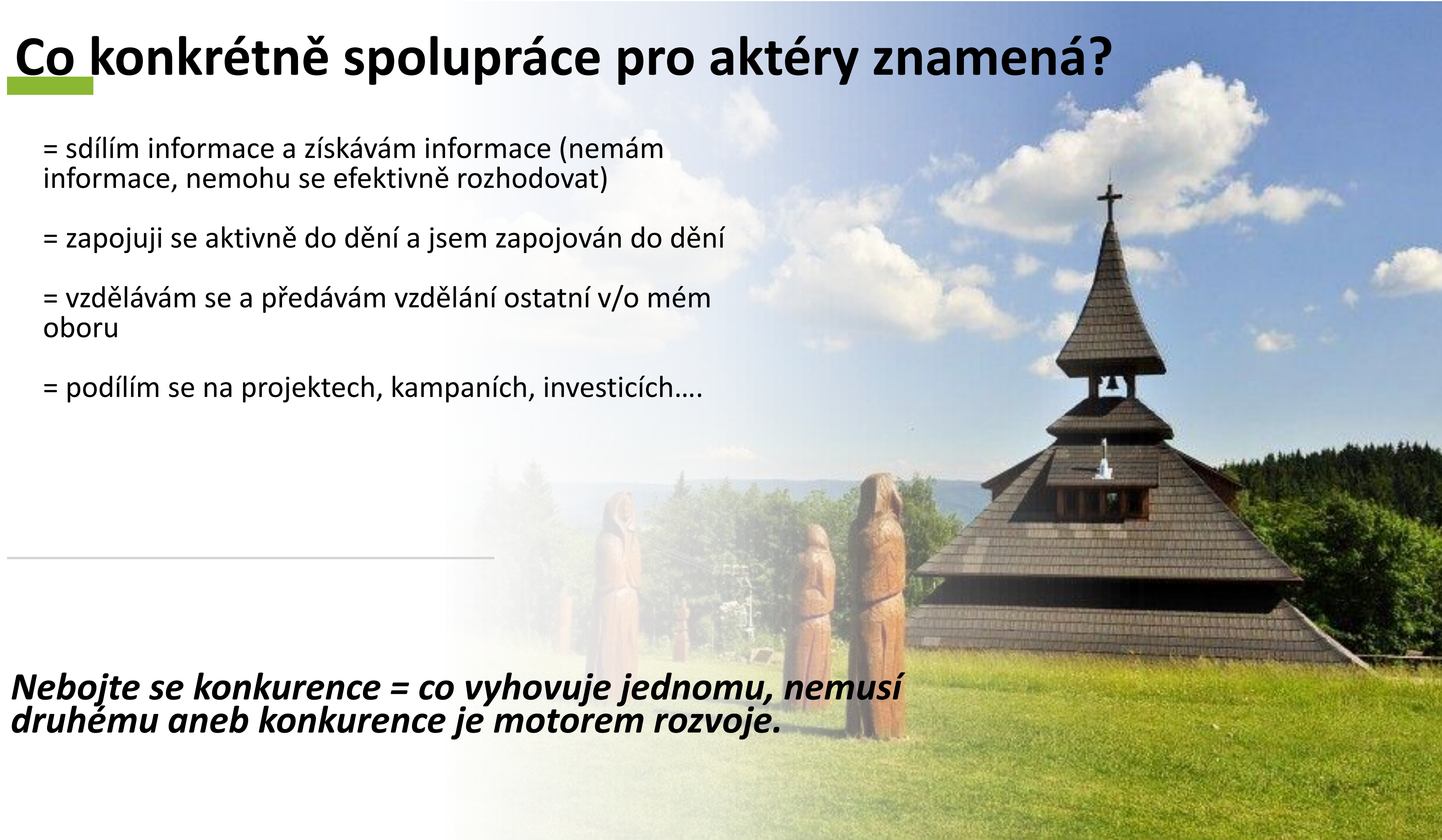
- Kde se v systému cestovního ruchu nacházím?
 - Jak dobře znám svou vlastní roli v systému cestovního ruchu?
 - Spolupracuji horizontálně a s kým?
 - Spolupracuji vertikálně?
 - Co do spolupráce investuji a co získávám?
 - Jaká jsou má očekávání? Co se očekává ode mě?
-



Co konkrétně spolupráce pro aktéry znamená?

- = sdílím informace a získávám informace (nemám informace, nemohu se efektivně rozhodovat)
- = zapojuji se aktivně do dění a jsem zapojován do dění
- = vzdělávám se a předávám vzdělání ostatní v/o mém oboru
- = podílím se na projektech, kampaních, investicích....

Nebojte se konkurence = co vyhovuje jednomu, nemusí druhému aneb konkurence je motorem rozvoje.



Co vše definuje spolupráci z pohledu DMO aneb management není marketing

- Management – konference
- Management – vzdělávání pracovníků DMO i dalších subjektů
- Management – workshopy pro IC
- Management – rozvojové projekty
- Management – diskuse s podnikateli
- Management – diskuse s CCRVM a dalšími institucemi, podpora Valašska, vnímání regionu na národní úrovni
- Management – analýzy, statistiky, šetření a další

= systematický a strategický rozvoj území jako celku

- Marketing – brand, on-line, off-line
- = prezentace výše odpracovaného navenek



Co za spolupráci získáte?

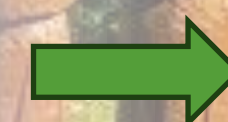
- Deštník v podobě silné značky
- Konkurenceschopnou nabídku destinace
- Příklady: prosperující podnik, využitě cyklotrasy, plná hlediště návštěvníků atd.

= **spokojeného turistu**, který na Valašsku v daný okamžik zažil vše co mohl, ale **minimálně jednou se ještě musí vrátit, vzít s sebou přátele** a ukázat jim to skvělé, a ti aby pak vzali **další přátele** atd.

Povědomí



Zvažování



Konverze

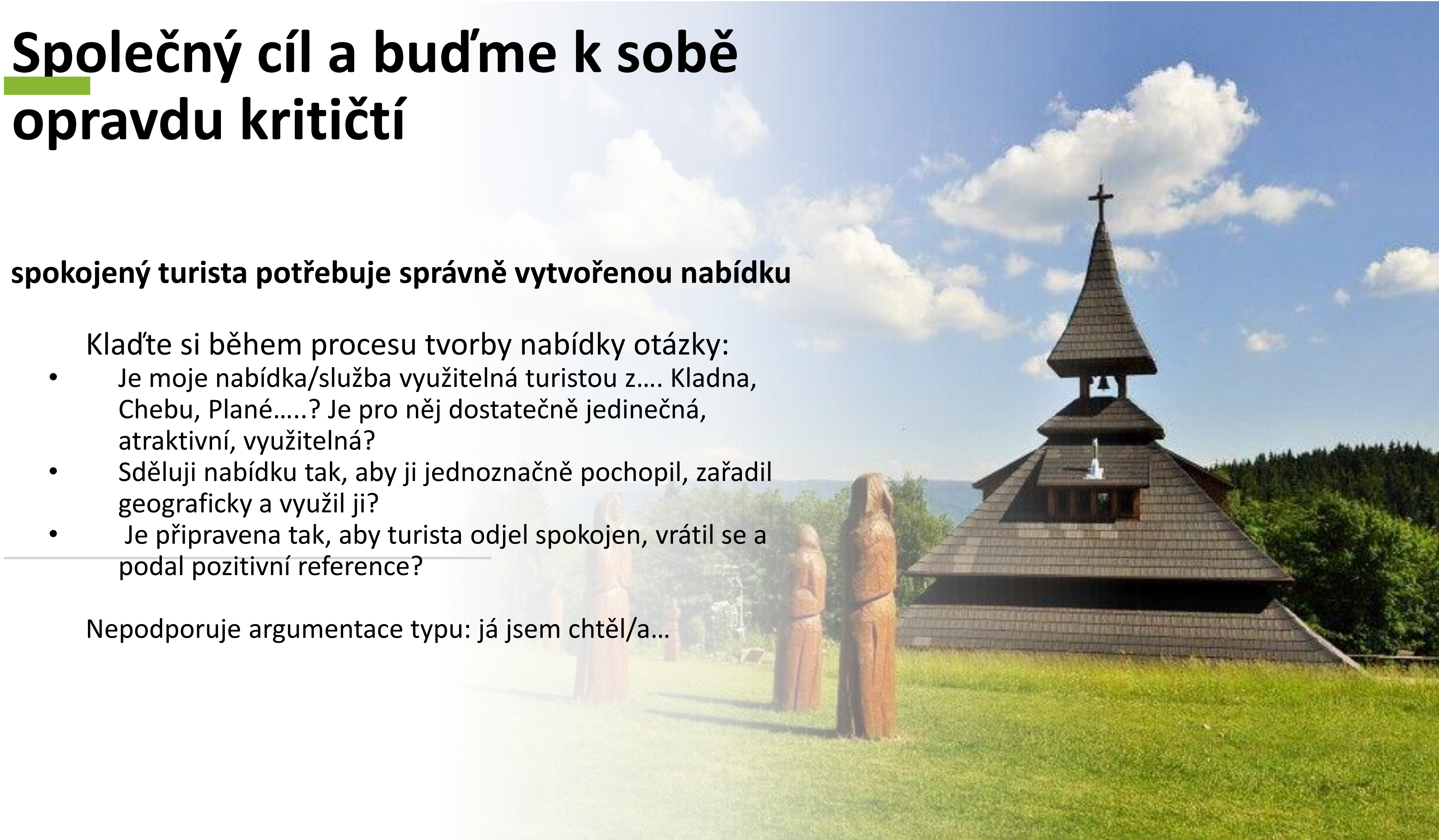


Společný cíl a budíme k sobě opravdu kritičtí

spokojený turista potřebuje správně vytvořenou nabídku

- Kladte si během procesu tvorby nabídky otázky:
- Je moje nabídka/služba využitelná turistou z.... Kladna, Chebu, Plané.....? Je pro něj dostatečně jedinečná, atraktivní, využitelná?
 - Sděluji nabídku tak, aby ji jednoznačně pochopil, zařadil geograficky a využil ji?
 - Je připravena tak, aby turista odjel spokojen, vrátil se a podal pozitivní reference?

Nepodporuje argumentace typu: já jsem chtěl/a...

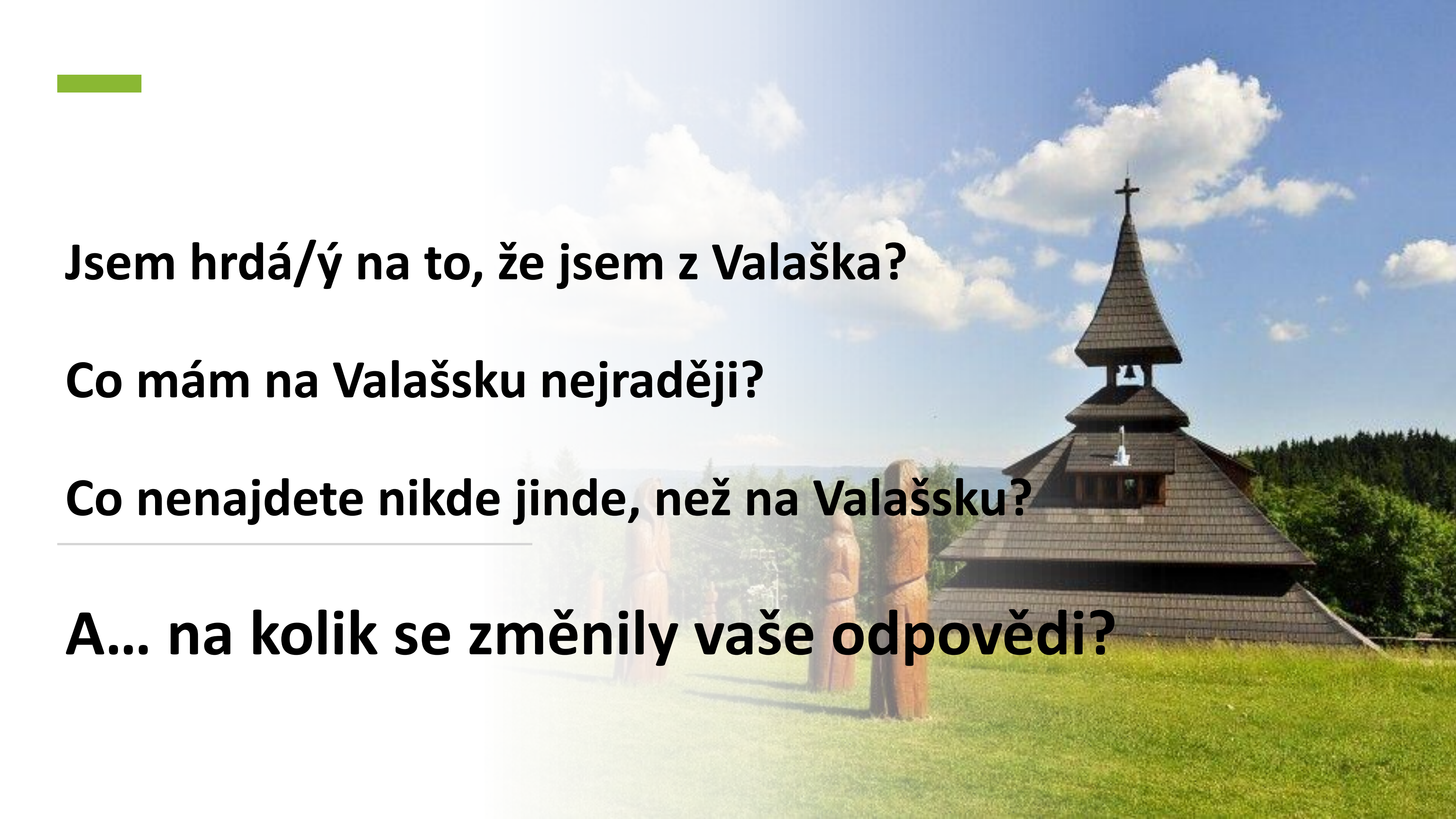


Jak vidíte spolupráci vy?

**S čím si můžete
vzájemně pomoci?**

**Co plánujete na rok
2025, 2026...7...8...?**





Jsem hrdá/ý na to, že jsem z Valaška?

Co mám na Valašsku nejraději?

Co nenajdete nikde jinde, než na Valašsku?

A... na kolik se změnily vaše odpovědi?



Lenka Durdáková
Region Slovácko
info@slovacko.cz
+420739525235

Přednáška je součástí projektu Posílení kompetencí pracovníků cestovního ruchu a podpora spolupráce v turistické oblasti Valašsko, realizovaného za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky z programu Ministerstva pro místní rozvoj.



**MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR**