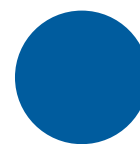


Cíl

A2.4

Cestovní ruch



Rozmanitý cestovní ruch opírající se o jedinečnost místních hodnot

Nezbytnou podmínkou pro zajištění dalšího udržitelného rozvoje cestovního ruchu v Karlových Varech bude správně nastavený a jasně směřovaný koncepční a zodpovědný přístup k tomuto odvětví.

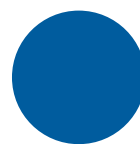
Město vytvoří v souladu s aktuálními a výhledovými trendy dalšího vývoje ambiciózní dlouhodobou městskou koncepci cestovního ruchu se zaměřením na unikátní postavení Karlových Varů v rámci ČR a se širokou a atraktivní nabídkou produktů a služeb.

Naopak příležitostí pro nejbližší období bude příprava a realizace krátkodobé koncepce, zaměřené především na velmi aktuální zdravotní (postcovidové) pobyty.

Cílem nové koncepce bude dosažení větší diverzifikace cestovního ruchu a vysoké kvality nabízených produktů a služeb. Město se zaměří především na klientelu z České republiky a z kratších vzdáleností z okolních států, přičemž kromě prioritního segmentu tradičního lázeňského a zdravotního cestovního ruchu bude podporovat i další doplňkové segmenty. Budou více podporovány a využívány atraktivity města ve vazbě na UNESCO a kulturní lázeňskou krajinu. Město bude směřovat nabídku pro turisty synergicky s nabídkou pro místní (kulturní akce, různorodé aktivity oživující lázeňské území města apod.) s vědomím, že spokojenost místních obyvatel se přímo odrazí na atmosféře a obrazu města, který se tak stane přidanou hodnotou lákající turisty. Změna vnímání atraktivity města bude tedy podmíněna nutnos-

Opatření k naplnění cíle

- A2.4.1 Koncepční a zodpovědný přístup k udržitelnému rozvoji cestovního ruchu
- A2.4.2 Diverzifikace a kvalita produktů a služeb
- A2.4.3 Destinační management a marketing
- A2.4.4 Dopravní a veřejná infrastruktura pro cestovní ruch
- A2.4.5 Lidské zdroje a vzdělávání pro cestovní ruch



tí investic do místních obyvatel. S předpokládanou proměnou klientely se dají očekávat i jiné požadavky na nabídku služeb, a tím i přínosná proměna sortimentu obchodů lázeňského území města, která tak bude blíže i potřebám místních obyvatel. Cílem destinačního managementu a marketingu bude analýza cílových skupin, segmentace zákazníků, marketingové průzkumy a průběžné testování produktů a služeb s cílem optimalizovat nabídku služeb cestovního ruchu, dále kvalitní PR, informační a datová základna, marketing pozitivního obrazu města, podpora destinačního managementu a propagace města za využití možností moderních metod (QR kódy, aplikace, rozšířená realita). Smyslem je sejmut z města nálepku ruské destinace a čistě lázeňského města a prezentovat obraz města i širšího regionu s aktivně budovaným novým příběhem. Spolu s tím bude zkvalitňována dopravní a veřejná infrastruktura pro cestovní ruch (dopravní infrastruktura, veřejná prostranství, nové atraktivita, další body turistického zájmu mimo vnitřní lázeňské území). Vše opět s cílem sloužit jak návštěvníkům, tak místním, s hledáním průniků a synergií. V oblasti lidských zdrojů a vzdělávání pro cestovní ruch bude podporováno celoživotní vzdělávání, zkvalitnění vzdělávacích programů odborných škol, bude vytvořen inkubátor nových pracovníků pro lázeňství a zapojovány výsledky vědecko-výzkumných aktivit do aplikační sféry.