

Město Třebíč připravilo na letošní turistickou sezónu marketingovou kampaň Zažijte Třebíč! a pro místní podnikatele v ubytovacích službách vstupenky do památek UNESCO, které mohou využít například jako bonus pro své klienty.

Koronavirová pandemie citelně zasáhla do oblasti cestovního ruchu. Město Třebíč proto hledalo možnosti, jak přispět k oživení v této oblasti. Cílem marketingové kampaně Zažijte Třebíč! je přitáhnout pozornost turistů na naše město, aby si k nám naplánovali výlety a strávili zde dovolenou. „Jsme přesvědčeni, že zviditelnění Třebíče jako atraktivní turistické destinace přispěje k oživení cestovního ruchu a pomůže také místním podnikatelům, zvláště těm, kteří svou činnost mají spojenou právě s turisty," informoval starosta Pavel Pacal.

Webový portál pro turisty visittrebic.eu nabízí novinky

„Vstupní branou" pro návštěvníky je turistický portál www.visittrebic.eu . Právě sem jsou směrovány veškeré komunikační aktivity. Nově zde přibyly Tipy na výlety, kde si zájemci snadno a rychle vyberou, co v Třebíči mohou zažít, vidět a ochutnat. Pracovníci Turistických informačních center připravili programy pro návštěvníky, čímž jim pomohli zorientovat se v široké nabídce atraktivit. Nabídka dobře připravených tipů pro turisty usnadňuje rozhodování o výběru výletu či dovolené. Přínosy jsou především v tom, že turistům šetří čas, který by museli jinak věnovat plánování a vyhledávání aktivit a programů. Také jim poskytují záruku kvality a zážitku, protože neznají zdejší prostředí a chtějí mít dobrý pocit z toho, že navštívili, viděli a zažili to, co je v destinaci možné.

Turisty do Třebíče lákají billboardy i spoty v rádiu

Marketingová kampaň s cílem přilákat turisty do Třebíče odstartovala 1. června. V okolí Prahy lákají navštívit Třebíč megaboardy, za stejným účelem jsou umístěny v Praze i Brně tzv. rolling boardy. Radiospoty zvou do Třebíče zvídavé děti, které si mohou v tajuplných uličkách židovské čtvrti zahrát na schovávanou a projít se časem v interaktivní expozici v Předzámčí. Dospělé lákají spoty na příběhy třebíčského Wintona Antonína Kaliny, skvostné památky UNESCO i jedinou českou whisky, legendární limonádu ZON nebo pivní speciály či košer víno. Součástí marketingové kampaně je také online reklama, která zájemce přivede na turistický portál visittrebic.eu. Nechybí ani atraktivní články a fotografie v turistických časopisech a speciálních vydání o cestovní po České republice. Energii vkládají pracovníci turistických a informačních center také do komunikace na Facebooku a nyní nově i na Instagramu.

Vstupenky do památek UNESCO pro majitele hotelů a penzionů

Pro letošní rok se vedení města rozhodlo výrazně podpořit ubytovatele bezplatným poskytnutím vstupenek do třebíčských památek UNESCO (bazilika sv. Prokopa, Zadní synagoga a Dům Seligmanna Bauera) právě v hodnotě ubytovacího poplatku odvedeného jednotlivými plátci v loňském roce. Vstupenky bude moci každý ubytovatel využít podle svého uvážení, zejména jako atraktivní pozornost pro svoje klienty. Město bude o této podpoře informovat všechny poskytovatele ubytování dopisem.

„Cestovnímu ruchu věnujeme velkou pozornost dlouhodobě, proto nám taky dosud rostla návštěvnost. V současné situaci si uvědomujeme nutnost podpory zejména soukromého sektoru, proto chceme prostřednictvím těchto aktivit znovu zaplnit restaurace, hotely i penziony," říká starosta města Třebíč Pavel Pacal.

Irini Martakidisová