



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 směřovány veškeré komunikační aktivity. Nově zde přibýly 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 aktivit. 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 zvědavé 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 plátcí 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