

# Aktivity MMR v oblasti e-tourismu

Konference ISSS 2015  
Hradec Králové

—  
13.dubna 2015

# Výzkum a praxe v e-tourism

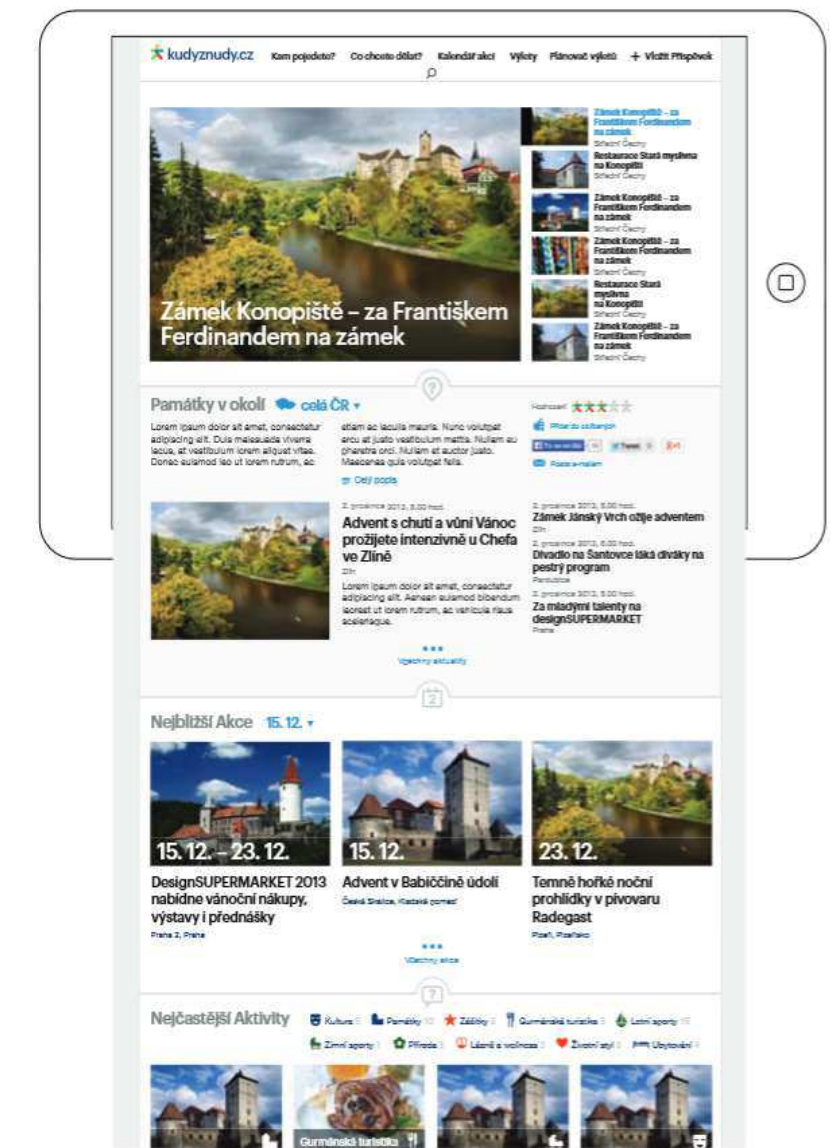
# Kudyznudy.cz

Jeden z hlavních nástrojů pro DCR, kterým **CzechTourism** zdarma pomáhá podnikatelům v **propagaci** jejich nabídek.

V sezoně portál **měsíčně navštíví více než 1,3 milionu** návštěvníků, až 70 tisíc uživatelů zde denně vyhledává tipy na výlety.

Na webu je kolem **17 tisíc** registrovaných uživatelů.

**Czech**Tourism



MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR

Portál provozuje CzechTourism **již 10 let.**

V roce 2014 historicky nejvyšší návštěvnost – téměř **10 milionů návštěv**, unikátních návštěvníků, přes **5,2 milionu**. Portál dosáhnul o 39 % více návštěv než v roce 2013 a o 96 % více oproti roku 2012, 5x více než v roce 2011.

Více než **68 % všech obyvatel Česka**, kteří používají internet, zde **minimálně 1x** v uplynulém roce hledalo inspiraci.

Průměrný uživatel si na webu zobrazil více než **4 stránky** a strávil na stránce **více než 3 minuty**.

Nejvýznamnějším zdrojem návštěvnosti je **organické** vyhledávání s podílem přes **70%**, **sociální sítě** s 13% a **přímá návštěvnost.**) Celkové **zastoupení mobilních zařízení** (telefony+tablety) bylo mezi návštěvníky téměř 26 %. Dlouhodobě výrazně **roste.**

Projekt se může pochlubit úspěšnou **fanouškovskou verzí na Facebooku**. Počet fanoušků **narostl** za jeden rok o téměř 100 000 na **239 000.**

5 nejvýznamnějších měst (**Praha, Brno, Plzeň, Ostrava a České Budějovice**) tvořilo dohromady 51 % celkové návštěvnosti webu. Nejvyšší **meziroční nárůst návštěvnosti** zaznamenala stránka „**Jižní Morava**“

Projekt propojuje podnikatele a provozovatele s jejich návštěvníky, a tím pomáhá oběma stranám.

Nabízí aktuálně přes **padesát tisíc** tipů na výlety po celém Česku. Za rok 2014 zde přibylo **na 16 000 nových záznamů**.

Mediální partnerství portálu zahrnují tipy na zajímavé výlety po Česku pro [Seznam.cz](http://Seznam.cz), [Kafe.cz](http://Kafe.cz), [Iprima.cz](http://Iprima.cz) nebo [iDnes.cz](http://iDnes.cz) a nový reportážní pořad s tipy na víkend ve spolupráci s TV Nova ve **Snídani s Novou**.

# 1/ Trendy návštěvnosti

## 1.1/ Celková návštěvnost za uplynulý rok 2014:



**9 951 760**

návštěv  
v roce 2014



**5 243 860**

unikátních návštěvníků  
v roce 2014



**4,17**

stránek na návštěvu  
v roce 2014



**34,66 %**

míra okamžitého opuštění  
v roce 2014

## 1.2/ Meziroční srovnání 2013:



**+39 %**

více návštěv oproti  
roku 2013 (7 175 370)



**+28 %**

více návštěvníků oproti  
roku 2013 (4 087 940)



**+14 %**

více stránek na návštěvu  
oproti roku 2013 (3,66)



**-32 %**

zlepšení míry opuštění  
oproti roku 2013 (50,72%)

## 1.3/ Meziroční srovnání 2012:



**+96 %**

více návštěv oproti  
roku 2012 (5 068 480)



**+70 %**

více návštěvníků oproti  
roku 2012 (3 076 660)



**-3 %**

méně stránek na návštěvu  
oproti roce 2012 (4,31)



**-36 %**

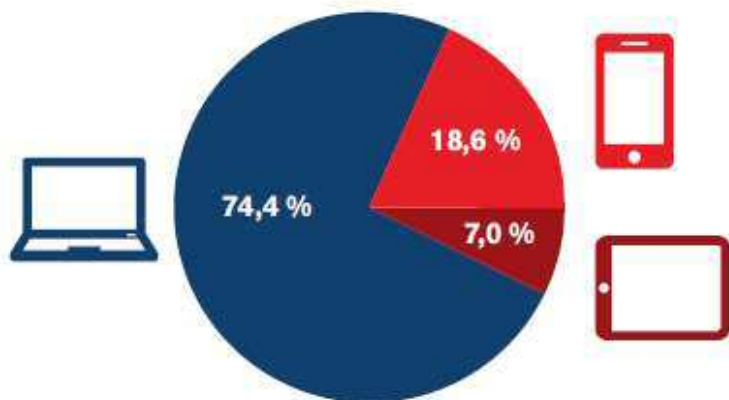
zlepšení míry opuštění  
oproti roku 2012 (53,92%)

## 1.4/ Vývoj návštěvnosti v uplynulém roce:

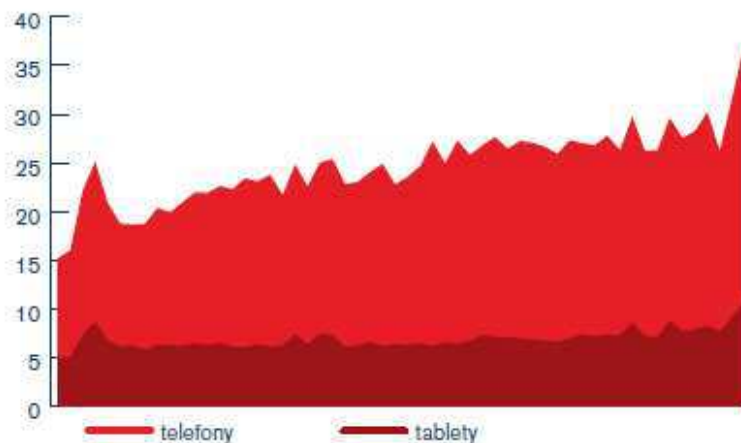


## 2/ Návštěvnost z mobilních zařízení

### 2.1/ Zastoupení mobilních zařízení:



### 2.2/ Dlouhodobý trend za rok:

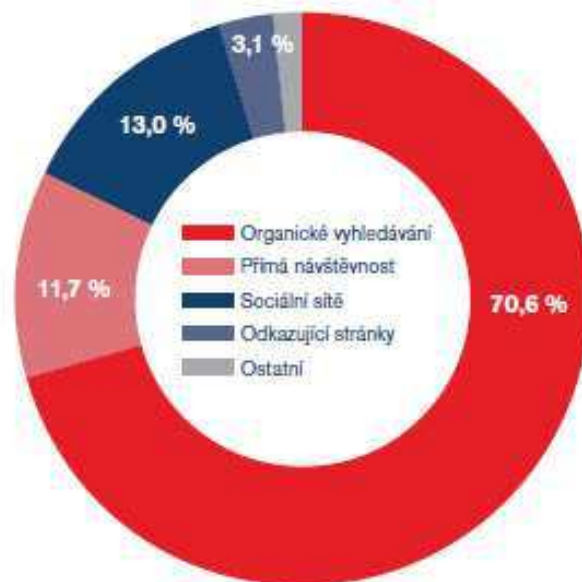




## 3/ Zdroje návštěvnosti

### 3.1/ Příchozí návštěvnost podle média:

kanál	návštěvy	míra opuštění	stránek na návštěvu
Organické vyhledávání	7 030 559	31,68 %	4,41
Přímá návštěvnost	1 166 095	40,41 %	4,56
Sociální sítě	1 298 157	44,54 %	2,42
Odkazující stránky	306 201	33,39 %	4,53
PPC reklama	108 404	39,70 %	4,70
Display reklama	17 687	69,54 %	1,92
E-mail	32	53,13 %	3,81





# CzechTourism.com

Komplexní **propagace** **turistického potenciálu** Česka v zahraničí - příběhy měst, osobností, architektury i krajiny, ale i prezentace jednotlivých turistických cílů.

Výrazné změny designu portálu proběhly v roce 2013, rok 2014 se nesl v duchu **rozšiřování obsahu v 10 jazykových verzích** a zkvalitňování obsahu.

**Czech**Tourism



MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR



Stránky zaznamenaly **více než 3 miliony** návštěv.

Návštěvnost webu **meziročně vzrostla o 52 %**, oproti roku 2012 dokonce o 75 %.

**Nejvíce návštěvníků** bylo z Německa (11 %), Česka (11 %), Ruska (10 %) a Polska (10 %).

Průměrně uživatelé na stránce strávili **2 minuty** a přečetli si zhruba **3 stránky**.

Celkové zastoupení **mobilních zařízení** bylo téměř **29 %**.

Návštěvníci webu se **nejvíce zajímali o Prahu, Český Krumlov, Brno a Kutnou Horu**.

# 1/ Trendy návštěvnosti

## 1.1/ Celková návštěvnost za rok 2014:



**3 084 870**

návštěv  
v roce 2014



**2 457 630**

unikátních návštěvníků  
v roce 2014

## 1.2/ Meziroční srovnání 2013:



**+52 %**

více návštěv oproti  
roku 2013 (2 035 160)



**+54 %**

více návštěvníků oproti  
roku 2013 (1 592 940)

## 1.3/ Meziroční srovnání 2012:



**+75 %**

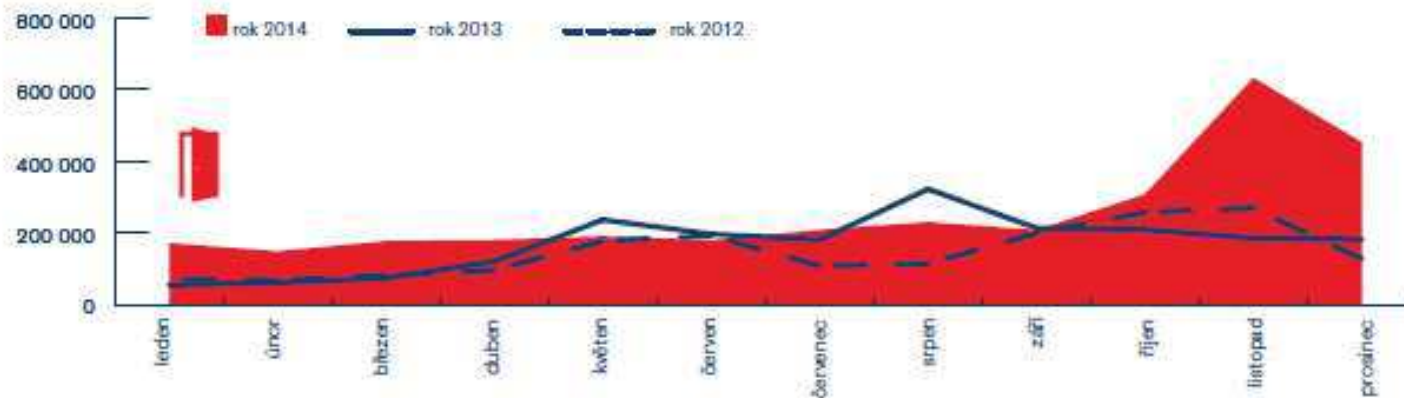
více návštěv oproti  
roku 2012 (1 759 660)



**+68 %**

více návštěvníků oproti  
roku 2012 (1 464 570)

## 1.4/ Vývoj návštěvnosti v uplynulých letech:



## 2/ Chování návštěvníků a zájem o obsah

### 2.1/ Chování za rok 2014:



**2,87**

stránek na návštěvu  
v roce 2014



**02:07**

průměrná délka návštěvy  
v roce 2014



**57,12 %**

míra okamžitého opuštění  
v roce 2014

### 2.2/ Meziroční srovnání 2013:



**-11 %**

méně stránek na návštěvu  
oproti roku 2013 (3,21)



**-15 %**

kratší návštěva oproti  
roku 2013 (02:30)



**-4 %**

zlepšení míry opuštění  
oproti roku 2013 (59,80%)

### 2.3/ Meziroční srovnání 2012:



**+6 %**

více stránek na návštěvu  
oproti roku 2012 (2,69)



**±0 %**

stejně dlouhá návštěva  
jako v roce 2012 (02:07)



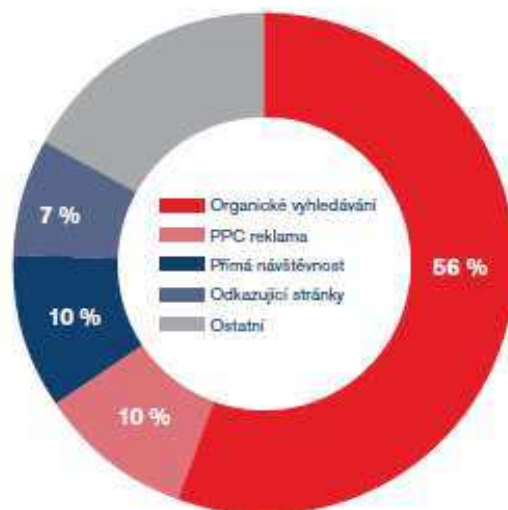
**-7 %**

zlepšení míry opuštění  
oproti roku 2012 (61,72%)

## 3/ Zdroje návštěvnosti

### 3.1/ Přichozí návštěvnost podle kanálů:

kanál	návštěvy	míra opuštění	stránek na návštěvu
Organické vyhledávání	1 716 367	53,39 %	3,08
PPC reklama	307 368	64,27 %	2,28
Přímá návštěvnost	314 583	56,62 %	3,25
Odkazující stránky	225 988	56,86 %	3,39
Display reklama	349 454	61,88 %	2,04
Sociální sítě	56 834	60,98 %	3,06
E-mail	516	46,90 %	5,92



CzechTourism



MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR

1.4.2015

Cíle 2015



# Analytika

Důsledně měříme, **vyhodnocujeme**  
a **optimalizujeme**.

Potřebujeme znát odkud přicházejí **návštěvníci** a  
jak se na webu **chovají**.

Pravidelné **měsíční reporty**  
online aktivit na webu [czechtourism.cz](http://czechtourism.cz).



# Redesign

Kvalitní web není jen přístupný a použitelný.

**Responzivní design je nutností** - internet napříč platformami, počet platforem se bude nadále rozšiřovat – **nový design a architektura portálů** připravovaný na jaře 2015.

Design a obsah spolu souvisí. Budujeme nový specifický a relevantní obsah v souladu se zájmy uživatelů a potřebami regionálních subjektů.



# Digitální média v plánovaných kampaních CzT 2015

		Incoming	DCR
Digital	Vyhledávání	Google, Yandex, Baidu	Google, Seznam
	Videoreklama	YouTube	YouTube
	Sociální média	Facebook, Weibo, Vkontakte, Twitter	Facebook
	Tematické	Expedia, TripAdvisor	Idnes, Novinky
	Partneři	Aerolinky, TO, OTAs	





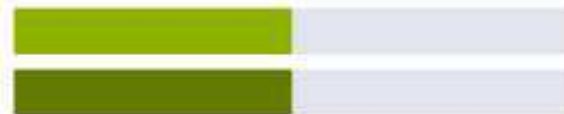
# Výzkum e-tourism: Sociální sítě

1.4.2015

# Uživatelé Facebooku v ČR (věk a pohlaví)

## Czech Republic Monthly Active Users (MAU) Estimate

> 4,2 million active users

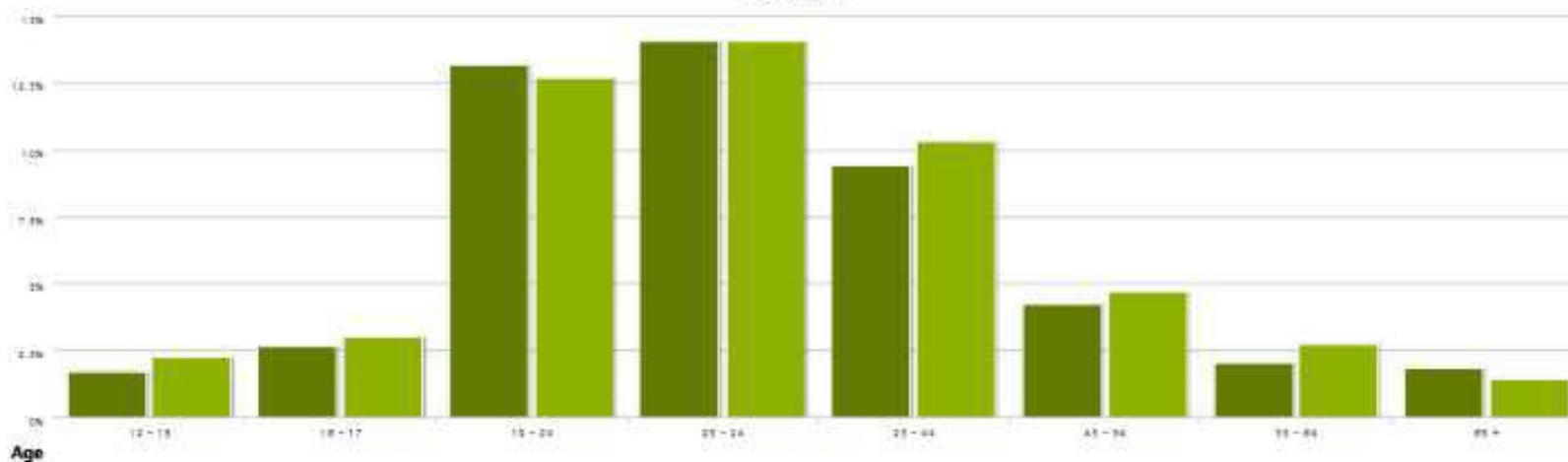


50%

50%

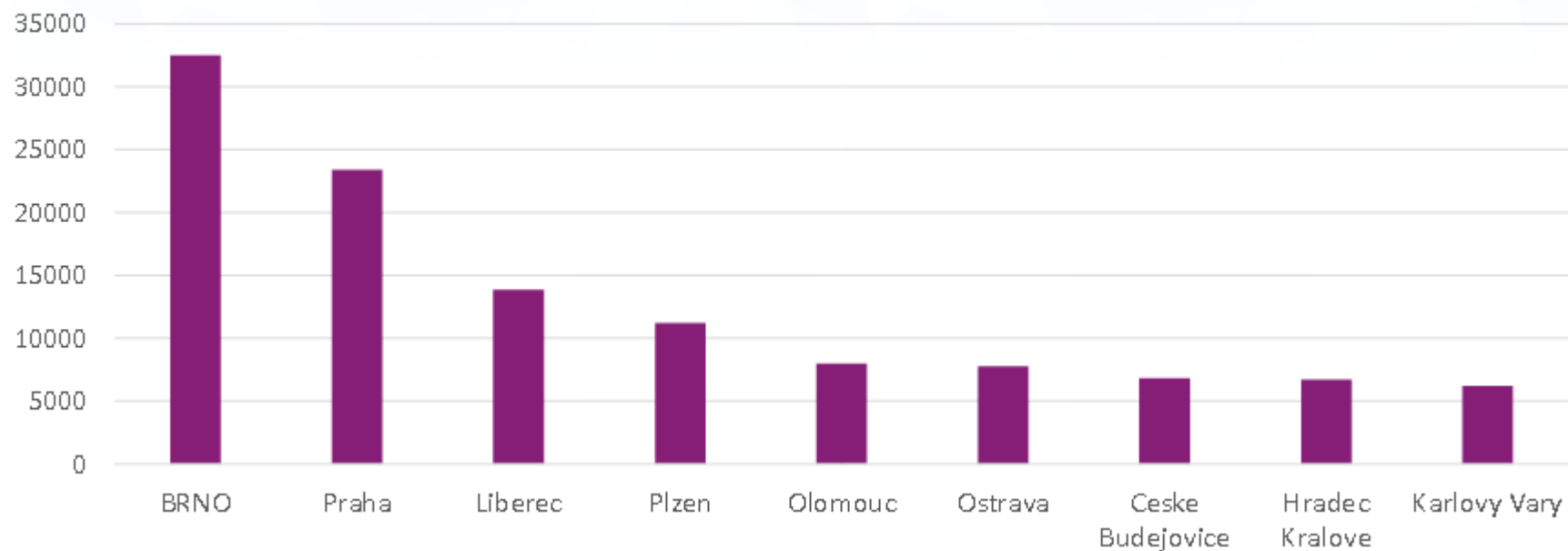
% of Market / MAU

29/10/2014



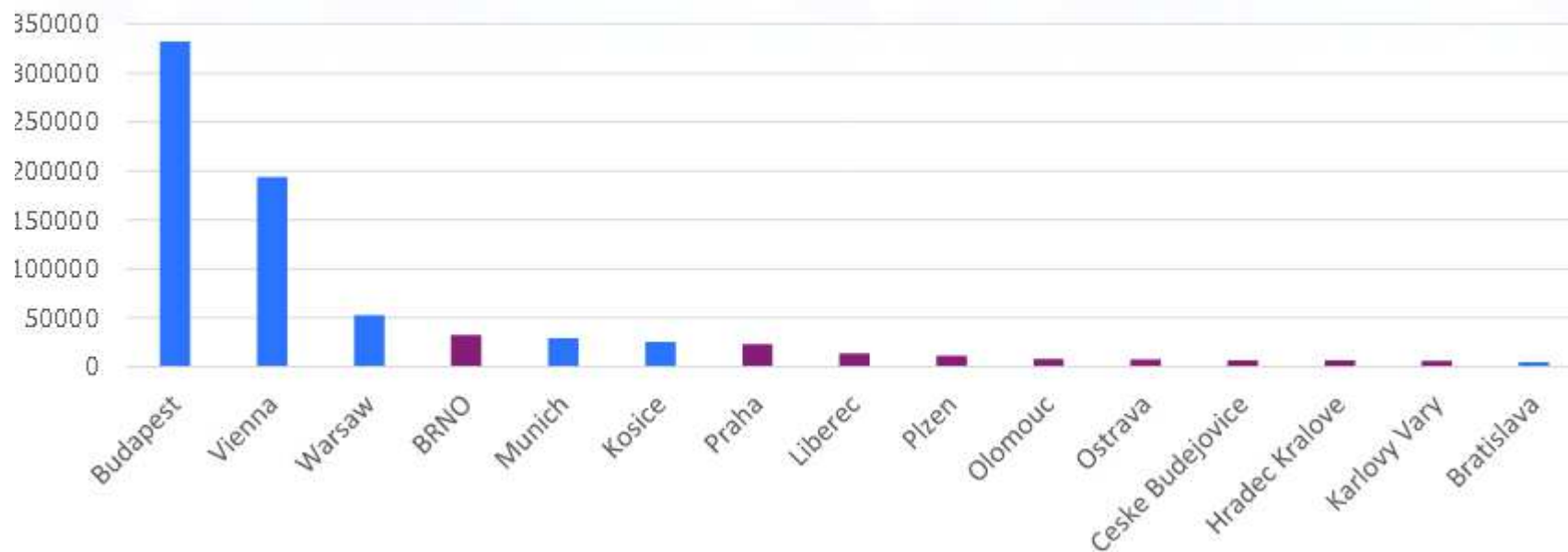
# Jak se prezentují města na FB?

Total Fans



# A jak to vypadá v mezinárodním srovnání...

Total Fans



# Výzkum e-tourism: Globální trendy

1.4.2015

---



## Jak se vyvíjí internet a e-tourism?

- 1993: 130 webových stránek
- 1996: 100 000 webových stránek
- 2012: 644 000 000 webových stránek
- 2014: 1 000 000 000 webových stránek

...

- V roce 2013 bylo na internetu vytvořeno a sdíleno 4,4 zettabytů ( $10^{21}$ ) dat. V roce 2020 to bude 44 ZB.
- Jen asi 5 % těchto dat je analyzováno...



## Přitažlivý obsah...

- Stránky obsahující lákavé fotografie mají o 94 % vyšší návštěvnost než stránky bez fotografií.
- Online video: Nárůst spotřeby o 118 % (2012)

### A co cestování?

- 40 % turistů pořizuje videa během své dovolené a sdílí je online
- V segmentu Business Trips je to ještě více (48 %)



## Malý příklad

Světový pohár FIFA v Brazílii:

- 280 milionů interakcí na Facebooku (like, sdílení, komentáře, atd.)
- Zápas Německo – Brazílie: 580 tisíc tweetů za minutu – nový světový rekord
- Zápas Uruguay – Itálie: Tweety s hashtagem #Suarez vzrostly během 24 hodin o **10 000 %**



## Nové trendy ?

- Prudce rostoucí objemy dat a interakcí
- Rostoucí podíl mobilních zařízení
- Video a online obsah mají stále větší význam v interakcích mezi turisty navzájem, ale i mezi turisty a místními
- Zkušenější cestovatelé chtějí více autenticity, hlubší kontakt s destinací, kulturou, jdou pod povrch
- Pohostinní rezidenti jsou nejlepšími ambassadory
- V digitálním světě může destinaci reprezentovat doslova kdokoliv... (každá mince má dvě strany)



Nový produkt:

Publikační portál mobilních aplikací

# Publikační portál mobilních aplikací - definice

Zastřešující aplikace pro prezentaci různých titulů v rámci platformy mobilních zařízení.



Klíčové vlastnosti:

- 1) funguje OFF-LINE - po stažení nepotřebuje internetové připojení
- 2) flexibilní obsah - jako na webu (standarní mob.aplikace podléhají schválení)
- 3) jednotlivé tituly lze uspořádat (např. dle jazykových verzí)

Referenční produkt:

## South Moravia Portal

V provozu již druhým rokem

Obsahuje 19 titulů v různých jazykových mutacích

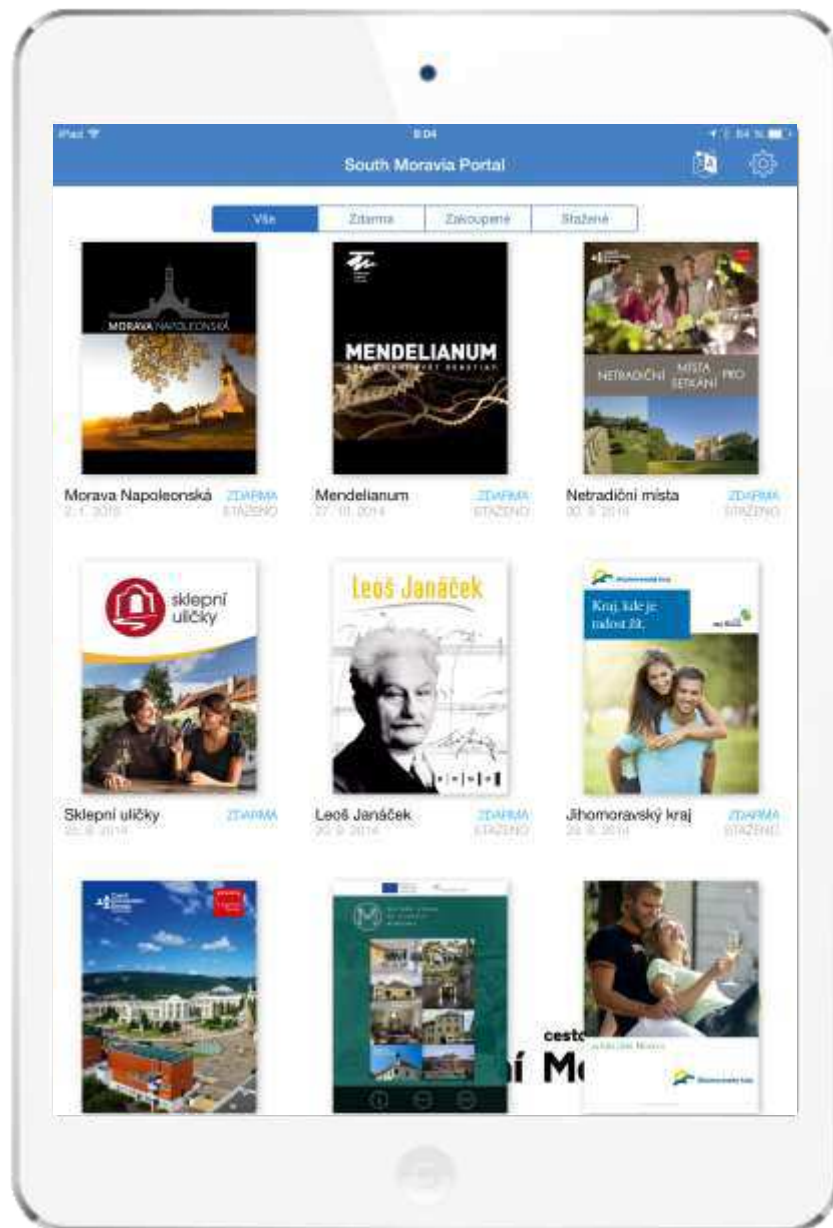
Provozovatel:  
Centrála cestovního ruchu  
jižní Morava



**Czech**Tourism



MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR



# Publikační portál mobilních aplikací - PROČ? I.

- 1) Zvýšení kvality poskytovaných informací moderními vizuálními prostředky
- 2) Zvýšení atraktivity daného regionu pro zahraniční návštěvníky díky propagaci a distribuci v celosvětových obchodních portálech (AppStore a GooglePlay oslovují více než 3.000.000.000 klientů)



- 3) Efektivní propagace mobilních aplikací sdružených v rámci jedné platformy portálu namísto propagace jednotlivých titulů



# Publikační portál mobilních aplikací - PROČ? I.

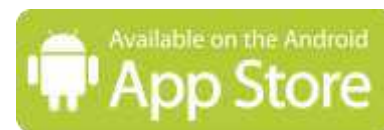
4) Ochrana investic daná nadčasovou koncepcí portálu, jehož obsah se v čase stále mění, na rozdíl od jeho názvu - marketingové značky, která zůstává nezměněna včetně umístění, odkazu komunikovaného prostřednictvím QR kódu



5) Širší možnost publikování i obsahově stručnějších titulů, které není účelné a mnohdy ani možné publikovat jako samostatné aplikace (cílené nebo časově omezené propagační materiály)

6) Možnost ovlivnit kvalitu a formu informací poskytovaných subjekty, které nejsou v pracovním nebo partnerském vztahu k zadavateli.

# Portál Czech Days - spuštěn 2.dubna 2015!



# Czech Days

Available on the  
 App Store



Easy to use!  
Brilliant pictures!  
The whole Czech Republic!

The Official Portal of Czech Tourism

# Portál Czech Days - 16 titulů, 4 jazyky



# Portál Czech Days - jeden unikátní odkaz



[www.CzechDays.eu](http://www.CzechDays.eu)

# Ročenky cestovního ruchu

Ročenka cestovního ruchu 2013

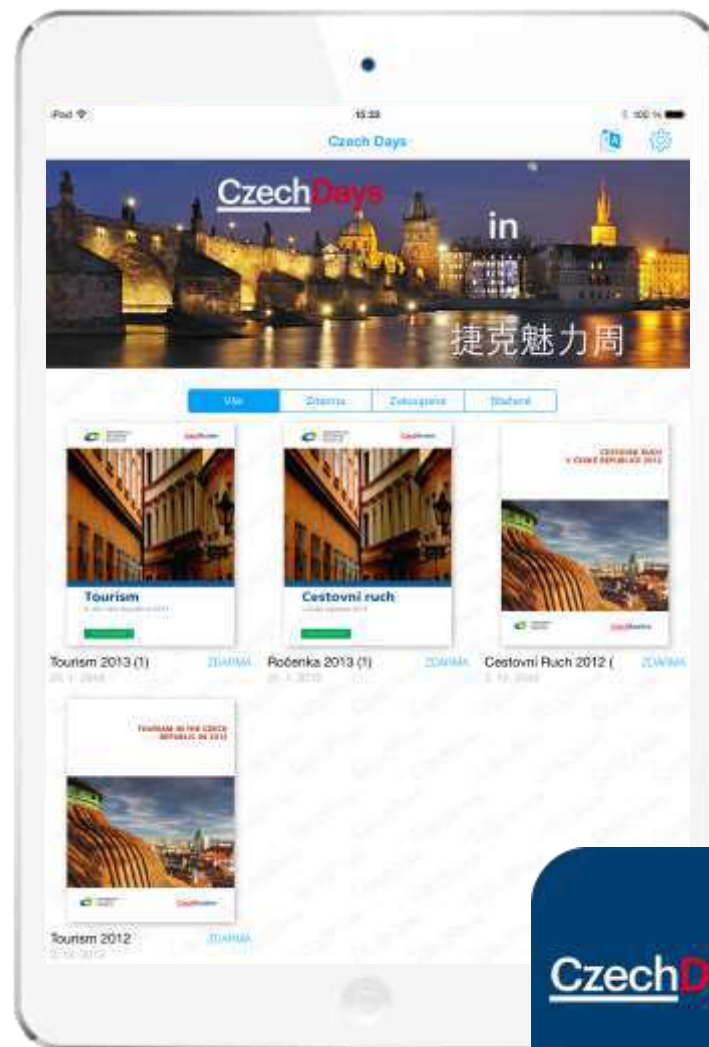
Tourism 2013

Ročenka cestovního ruchu 2012

Tourism 2014

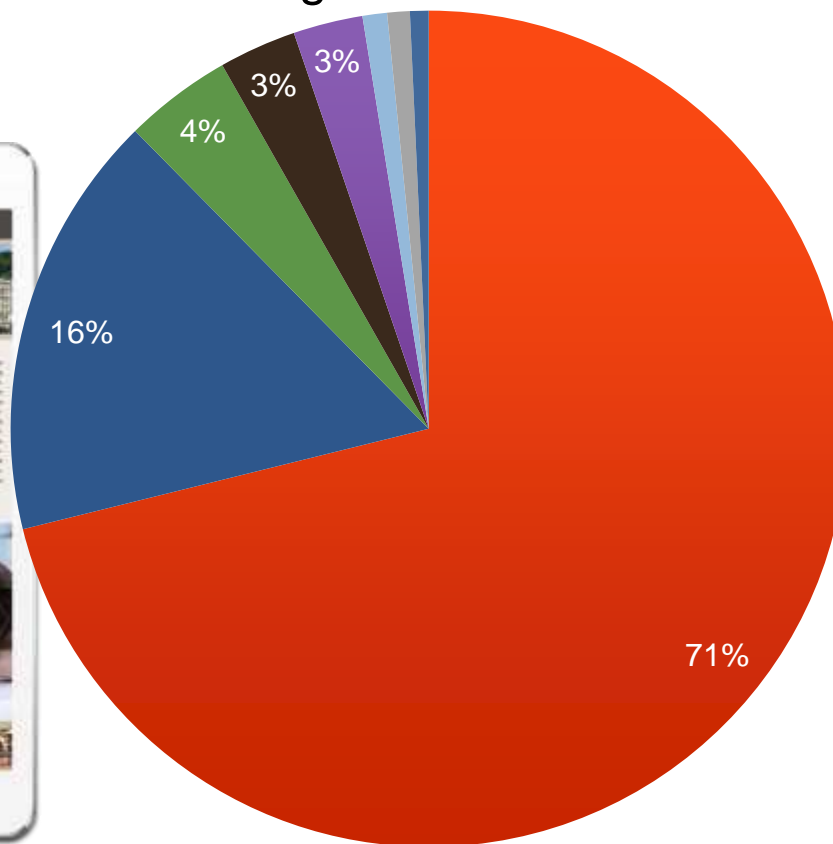
Link pro prohlížení na PC:

<http://webview.triobo.com/cestovnuruch>



# aplikace Czech Spa - statistika stažení v roce 2014

- China
- Czech Republic
- United States
- Germany
- Russia
- United Kingdom
- Saudi Arabia
- Slovakia



Czech Spa Resorts - World Wide Downloads 2014	Downloads
China	1878
Czech Republic	435
United States	110
Germany	79
Russia	71
United Kingdom	25
Saudi Arabia	23
Slovakia	19
France	18
Poland	18
Kuwait	17
Canada	14
South Korea	13
Italy	12
United Arab Emirates	10

**Děkuji Vám za pozornost**

**Ing. Klára Dostálová**  
**první náměstkyně ministryně pro místní rozvoj**