

## PLÁN ROZVOJE ORGANIZACE A MARKETINGOVÁ STRATEGIE

Po prostudování materiálů k výběrovému řízení myslím, že by PIS měla projít zásadní strukturální změnou. Je nutné zavést do její organizace systém, aby mohla plnit svoji úlohu prezentace Prahy všemi prostředky. Jako vzor pro PIS považuji vídeňskou centrálu cestovního ruchu WienTourismus, která plní úlohu, jakou by v Praze měla hrát PIS. PIS by měla vycházet ze své dlouholeté tradice a stát se renomovanou organizací cestovního ruchu v Praze. Musí důrazně vejít do povědomí lidí, a to nejen českých občanů, ale hlavně také zahraničních potencionálních návštěvníků Prahy.

Důležitý je pravidelný průzkum trhu, který určuje budoucí strategii. Je třeba vycházet z následujících základních údajů:

- z kterých zemí k nám jezdí nejvíce turistů
- jakých věkových kategorií (studenti, důchodci, ap.), jakých zájmových skupin (např. gaytourismus) ap.
- jakým způsobem bude PIS své potencionální návštěvníky oslovovat

Informační základnu PIS tvoří jak webové stránky (slouží hlavně pro turisty, kteří cestu do Prahy plánují), tak info centra (slouží pro komfort turistů, kteří se v Praze již nacházejí) a dále veškeré další způsoby podpory cestovního ruchu v Praze (zaměření se na podporu informovanosti turistů z nových destinací jako např. Čína, podpora kongresů, filmového turismu ap.).

Rozhodně je nutné uspořádat, změnit a výrazně vylepšit webové stránky PIS. Jako vzor lze použít strukturu WienTourismu. Za přehledné považuji členění na: "Praha pro různé zájmové skupiny", např. pro dvojice, rodiny s dětmi, gaye a lesbičky, sporty - lze doplnit o zážitkovou a adrenalinovou turistiku, židovská témata, svatby v Praze, ev. doplnit o medicínskou turistiku (plastická chirurgie, ap.), shopping tourism. Více zviditelnit možnost přímé rezervace ubytování on-line přes web PIS. K tomu napomáhá nejen kvalitně zpracovaný seznam a popis hotelů, ale i aktuální slevové nabídky. Aby byla pozice PIS na internetových stránkách více výrazná a interaktivní, doporučuji zavést nové sociální informační sítě jako je facebook a foursquare, případně propagační videa na youtube.

Informačních center PIS v Praze využívat nejen pro poskytování informací zahraničním návštěvníkům, ale také využívat je pro monitoring a sledovat tak, odkud návštěvníci přijíždějí a jaké mají požadavky. Získané výsledky pravidelně vyhodnocovat. Při získávání statistických informací spolupracovat s ČSÚ, Stem/mark, Czechtourism.

Ze stávajících činností samozřejmě dále pokračovat v zajišťování kursů pro průvodce PIS, v doškolování průvodců a v pořádání přednášek a vlastivědných výletů. V této oblasti se snažit oslovit prostřednictvím škol také školní mládež a studenty. Mělo by se stát samozřejmostí pro každého Pražana a Čecha mít o hlavním městě a jeho památkách alespoň základní historické a architektonické

znalosti. Pro podporu tohoto programu požádat o spolupráci ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy.

PIS bude nadále zajišťovat vydávání a distribuci informačně-propagačních materiálů v různých jazykových mutacích. Dokud bude zájem o kulturní přehled, pokračovat v jeho vydávání, i když budoucnost je v informacích přes internet. Distribuce informačních a propagačních materiálů může směřovat také do zahraničních univerzit na podporu tzv. Eurotrippers z řad zahraničních studentů, pro které je Praha z mnoha důvodů velmi atraktivní destinací.

Ve výdajích na reprezentaci PIS byla snaha o šetření, což považuji za krátkozraké, neboť PIS by se měla více zviditelňovat a dostávat se do podvědomí lidí. Měla by se zúčastňovat veletrhů cestovního ruchu a dalších podobných akcí.

### **KONGRESOVÁ TURISTIKA**

Praha patří mezi zajímavé destinace pro pořádání akcí MICE, a to díky své poloze v centru Evropy, infrastruktuře i z hlediska kulturního. Dle informací Czechtourism hostila Praha v 2011 ca 90.000 účastníků kongresů, což tvořilo obrat ca 20 miliard korun. Konkurence však narůstá.

Důležité je být v úzkém kontaktu s českými odborníky, kteří jsou členy exekutivních rad, protože právě ty rozhodují, v jaké destinaci se bude následující kongres konat. Poskytovat jim podporu, součinnost a dostatek informačních materiálů. Společně je také třeba sledovat rotace jednotlivých pravidelných kongresů a je-li šance pro konání kongresů v Evropě, pokusit se získat ho do Prahy. Otázkou je, do jaké míry je možná finanční podpora promo akcí, například inspekčních cest organizačního výboru do Prahy ap. PIS by měla zajišťovat také podporu incentívním a korporátním akcím, neboť Praha má co nabídnout i v této oblasti. Kongresové oddělení může pilotně zajišťovat za supervize ředitele PIS jedna kvalifikovaná osoba a jeden asistent.

### **PRAGUE FILM OFFICE**

Praha i celá Česká republika jsou již tradičně vyhledávanými lokalitami pro filmaře. Přitahují je nesčetné historické památky Prahy, atraktivní exteriéry, ale také místní vysoce specializovaní a světově uznávaní odborníci v oboru, kteří se zahraničními filmovými společnostmi spolupracují. Filmový průmysl je pro českou ekonomiku zdrojem příjmů a velkou měrou přispívá k reprezentaci České republiky v zahraničí.

Své jedinečnosti by měla Praha naplno využívat ve spolupráci s místními filmařskými subjekty (např. Asociace producentů v audiovizí) a ministerstvem kultury ap. a snažit se zahraniční filmaře stále více motivovat k natáčení jak celovečerních tak dokumentárních filmů, reklam, videoklipů ap.

Důležitým faktorem při výběru destinace je pro zahraniční producenty bezesporu také cena. Roli hraje politika finančního zvýhodňování. Konkurencí se stává Rumunsko, Maďarsko a Rakousko, neboť nabízejí výhodné cenové podmínky. V této souvislosti by měla PIS koordinovat svou činnost s pobídkovou politikou ministerstva kultury.

Filmařské aktivity v Praze mají pozitivní vliv na příjmy hotelů, restauračních zařízení ap., ale také na zajištění pracovních příležitostí pro zaměstnance místních firem. Ty bohužel v posledních letech výrazně klesly. Hlavním cílem je také využití filmařských aktivit v Praze ke zviditelnění Prahy jako atraktivní turistické destinace.

U celovečerních filmů by k tomu měl přispět tlak na co nejvýraznější odkaz v titulkách s uvedením natáčecí destinace Praha. U televizních filmů je toto větší problém z důvodu přesné časové stopáže.

PIS by měla být informována o připravovaných akcích, měla by poskytnout zahraničním produkcím dostupné propagační materiály a informace o možnostech Prahy a poskytnout asistenci při získávání povolení na úrovni MHMP. V případě výrazného filmu, který by evidentně přinesl zpětnou vazbu Praze, případně jednat s MHMP o možnostech dalšího zvýhodnění.

Na webových stránkách PIS by měl být odkaz na nově zřízenou Prague Film Office, kde by byly shromážděny všechny dostupné informace pro zahraniční producenty. Také informace o právě natáčených filmech, reklamách a videoklipech v Praze by měly být zviditelněny na webových stránkách PIS a stránky by měly být v tomto smyslu neustále aktualizovány, aby se tyto informace dostaly do podvědomí lidí.

Prague Film Office může zatím pilotně zajišťovat za supervize ředitele PIS jedna kvalifikovaná osoba a jeden asistent.

## **ORGANIZAČNÍ STRUKTURA PIS**

Organizační řád PIS nebyl součástí podkladových materiálů pro zpracování přihlášky do výběrového řízení, nepovažuji tudíž za zodpovědné připravit seriózní návrh nové organizační struktury bez detailní znalosti funkcí a činností jednotlivých organizačních jednotek PIS.

Pro nové kongresové oddělení navrhuji pro pilotní provoz dva zaměstnance a pro Prague Film Office také dva zaměstnance. Bude nutné počítat s dvěma novými organizačními jednotkami. Do budoucna počítám v těchto odděleních s eventuelním navýšením počtu pracovníků o jednoho až dva.

Nevylučuji změny v organizační struktuře v oddělení ICT a turistického ruchu v souvislosti s novým konceptem. Také počítám s přehodnocením v souvislosti se zmenami a převedením správy věží na jiný subjekt.

Kvalifikovaný organizační řád je možno zpracovat po nástupu do funkce podle reálných potřeb organizace a zadání Magistrátu.