Liberecký kraj sobě

Závěrečná zpráva 2021

Úvodem o projektu

Místní výrobci výrazným způsobem obohacují nejen nabídku zajímavých produktů a služeb, ale i komunitní, společenský a kulturní život v kraji. LIBERECKÝ KRAJ SOBĚ šíří mezi místní obyvatele a návštěvníky našeho kraje přesvědčení, že podpora lokálních výrobků má smysl pro nás všechny. Je hezké si z výletu či dovolené přivézt něco opravdu místního, řemeslného, s puncem originality. LIBERECKÝ KRAJ SOBĚ je místem, kde informace najdou jak zájemci o regionální produkty, kreativní dílny nebo návštěvu rodinné farmy, tak sami producenti, ale také obce, města, školy a jejich partnerské organizace.

Nositelem projektu je Liberecký kraj, odbor regionálního rozvoje a evropských projektů. Od roku 2021 je řízením projektu pověřena Agentura regionálního rozvoje spol. s r.o. Důležitou roli hraje poradní sbor složený ze zástupců organizací, které udělují certifikaci regionálním produktům a především samotných výrobců napříč celým spektrem - od farmaření přes řemeslnou rukodělnou výrobu po moderní trendy. Poradní sbor se schází čtvrtletně, hodnotí a dále směřuje vývoj projektu a také kontroluje rozšiřování databáze o necertifikované výrobce.

A/Smlouva o dílo

A.1. Marketing

MARKETINGOVÝ MIX
Po celou dobu projektu je postupně vytvářen mediální obraz, který se rozvětvuje do různých platforem a dílčích kampaní. Na jaře byla na základě průzkumu trhu oslovena profesionální firma pro on-line marketing a společně byl vypracován marketingový plán, který se na pravidelných jednáních podle výsledků dílčích kampaní zpřesňoval a přizpůsoboval. Kombinovaly se tři základní online platformy – vyhledávače Google a seznam a sociální síť Facebook. Podle výsledků sledovanosti různých příspěvků a typů reklam byly upravovány parametry nasazených reklam a cílových skupin. Vzhledem k absenci podrobnějšího vizuálního stylu vychází marketingové výstupy pouze z dané barevnosti, písma a loga. Do kreativ byly postupně vkládány aktuální prvky, a především se pracuje s fotografiemi. Mix se zaměřil na sociální sítě, reklamou na vyhledávače a během roku jsme komunikační kanál rozšířili o platformu YouTube. Všechny kanály se navzájem komunikačně podporují. V roce 2022 chceme rozvíjet skupinu sledovatelů a zájemců o téma regionálních výrobců, řemesla a designu ze širší veřejnosti prostřednictvím nových platforem – Instagram, Podcast a navazující blog. Na to bude navazovat spolupráce s novináři a tiskovým oddělením kraje.

Během roku se realizovaly 4 základní on-line kampaně s obměnou vizuálu, dále kampaň na podporu prvních tří videí a poté vánoční kampaň zahrnující podporu videí, vánoční vizuály zamřené na dárky a speciální reklama na FB v podobě caruselu s tipy na dárky.
Na začátku roku byla také vytvořena kampaň v regionálních mutacích Deníku (Vltava Labe MEDIA a.s.) na téma Okno do Libereckého kraje. Reklamní tematický článek byl také uveřejněn na webu a přidružených sociálních sítích

REKLAMA

- online

V dubnu jsme zahájili spolupráci s marketingovou firmou MOMENTUM SYSTEMS. Daří se zvyšovat návštěvnost webu a konverzi tam kam potřebujeme – tlačítko „nakupovat“ a „navigovat k prodejci“. Spolupráci dále rozvíjíme o nové reklamní formáty a platformy tak, jak se projekt vyvíjí. Podrobná statistika dopadu reklam na platformy Facebook, web a Youtube je přílohou.

www.lksobe.cz

Údaje z nově nasazeného Google Analytics za 01-12/2021

Nových uživatelů	30.055
Počet návštěv	36.802
Zobrazení stránek	88.310
Průměrná doba zapojení	1 min 07 s

Vývoj návštěvnosti webu odráží efektivitu nasazených reklam v květnu a video kampaní v létě a před Vánoci.

Konverze: Název události

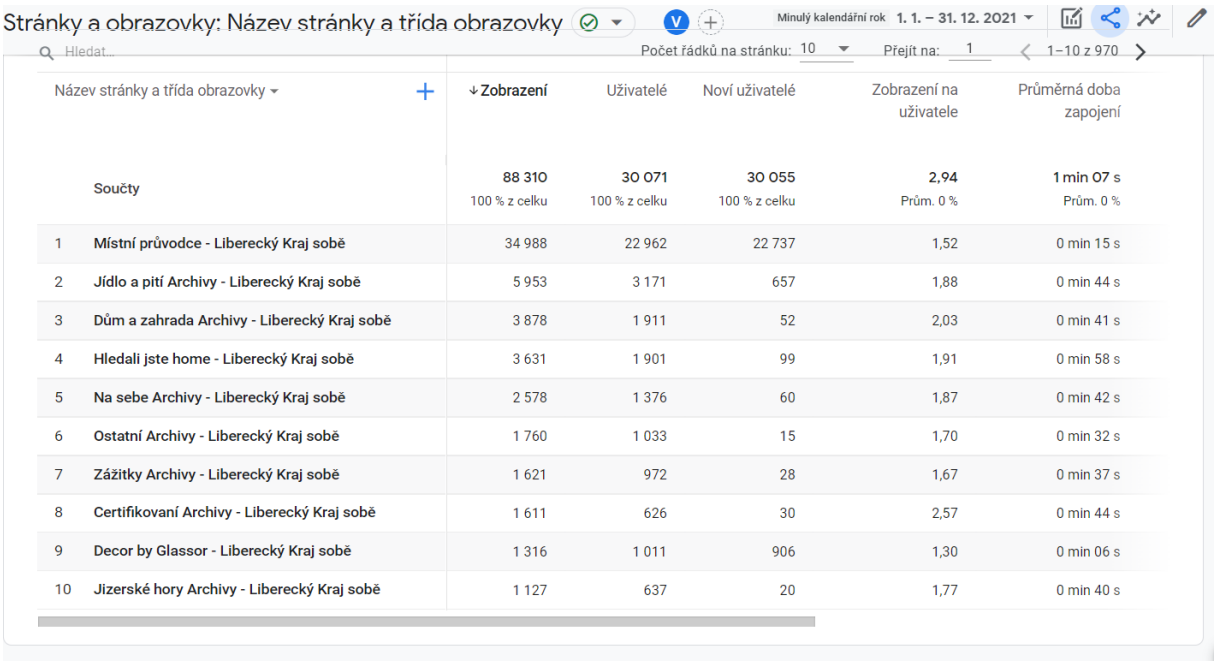
Minulý kalendářní rok 1. 1. – 31. 12. 2021

Hledat...

Počet řádků na stránku: 10 Přejít na: 1 1–10 z 11

	Název události	↓ Konverze	Počet uživatelů	Tržba události
	Součty	5 706,00 100 % z celku	2 653 100 % z celku	0,00 Kč
1	view_search_results	3 849,00	1 891	0,00 Kč
2	https://www.lksobe.cz/kontakt/	449,00	346	0,00 Kč
3	Rozsirit-info	295,00	51	0,00 Kč
4	Nakupovat	266,00	192	0,00 Kč
5	https://www.lksobe.cz/location/krkonose/	227,00	142	0,00 Kč
6	https://www.lksobe.cz/o-projektu/	216,00	160	0,00 Kč
7	https://www.lksobe.cz/submit-listing-3/	168,00	76	0,00 Kč
8	Navigovat	165,00	117	0,00 Kč
9	Kontakt-detail-odeslat	58,00	32	0,00 Kč
10	Subscribe	7,00	7	0,00 Kč

Statistika konverzních událostí ilustruje nejčastější cestu uživatele skrz webové stránky a kterou z nabízených interakcí využil. Ačkoli se odkaz Nakupovat vytvořil až v polovině roku, patřil mezi nejčastější interakci na webu.



Stránky a obrazovky: Název stránky a třída obrazovky

Minulý kalendářní rok 1. 1. – 31. 12. 2021

Hledat...

Počet řádků na stránku: 10 Přejít na: 1 1–10 z 970

	Název stránky a třída obrazovky	↓ Zobrazení	Uživatelé	Noví uživatelé	Zobrazení na uživatele	Průměrná doba zapojení
	Součty	88 310 100 % z celku	30 071 100 % z celku	30 055 100 % z celku	2,94 Prům. 0 %	1 min 07 s Prům. 0 %
1	Místní průvodce - Liberecký Kraj sobě	34 988	22 962	22 737	1,52	0 min 15 s
2	Jídlo a pití Archivy - Liberecký Kraj sobě	5 953	3 171	657	1,88	0 min 44 s
3	Dům a zahrada Archivy - Liberecký Kraj sobě	3 878	1 911	52	2,03	0 min 41 s
4	Hledali jste home - Liberecký Kraj sobě	3 631	1 901	99	1,91	0 min 58 s
5	Na sebe Archivy - Liberecký Kraj sobě	2 578	1 376	60	1,87	0 min 42 s
6	Ostatní Archivy - Liberecký Kraj sobě	1 760	1 033	15	1,70	0 min 32 s
7	Zážitky Archivy - Liberecký Kraj sobě	1 621	972	28	1,67	0 min 37 s
8	Certifikovaní Archivy - Liberecký Kraj sobě	1 611	626	30	2,57	0 min 44 s
9	Decor by Glassor - Liberecký Kraj sobě	1 316	1 011	906	1,30	0 min 06 s
10	Jizerské hory Archivy - Liberecký Kraj sobě	1 127	637	20	1,77	0 min 40 s

Statistika nejčastěji vyhledávaných podstránek webu.

Další reklamní možnosti

Stále platí, že se budeme orientovat především na online formy reklamy. Protože projekt má již v online dobrý základ, můžeme navázat podporovanými články na tematických webech. Dále chceme prozkoumat oblast reklamy v rádiích.

SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Od zahájení projektu byla v provozu Facebooková stránka. Nově chceme připravit a spustit profil na **Instagramu**, což vyplývá z původní Strategie a doporučuje to poradní sbor i oslovení odborníci. Pro Instagram jsou stěžejní dobré fotografie, které doposud nebyly k dispozici, a také proto nebyl zatím profil na IG vytvořen. Díky realizované fotozakázce postupně kvalitní fotografie získáváme. Instagram bude také sloužit jako **upoutávka na blog a podcast**.

Chceme prohloubit spolupráci s oddělením cestovního ruchu LK a na léto se zaměřit na kampaň „Za regionálními zážitky“. Na tu by navazovala také nová **promovidea**.

FB profil statistika za 01-10/2021 z modulu Business Manager

Růst základny fanoušků	1.056 na 3.248
TOP příspěvek dosah	6.600 uživatelů

Podrobná statistika placených reklam v příloze.

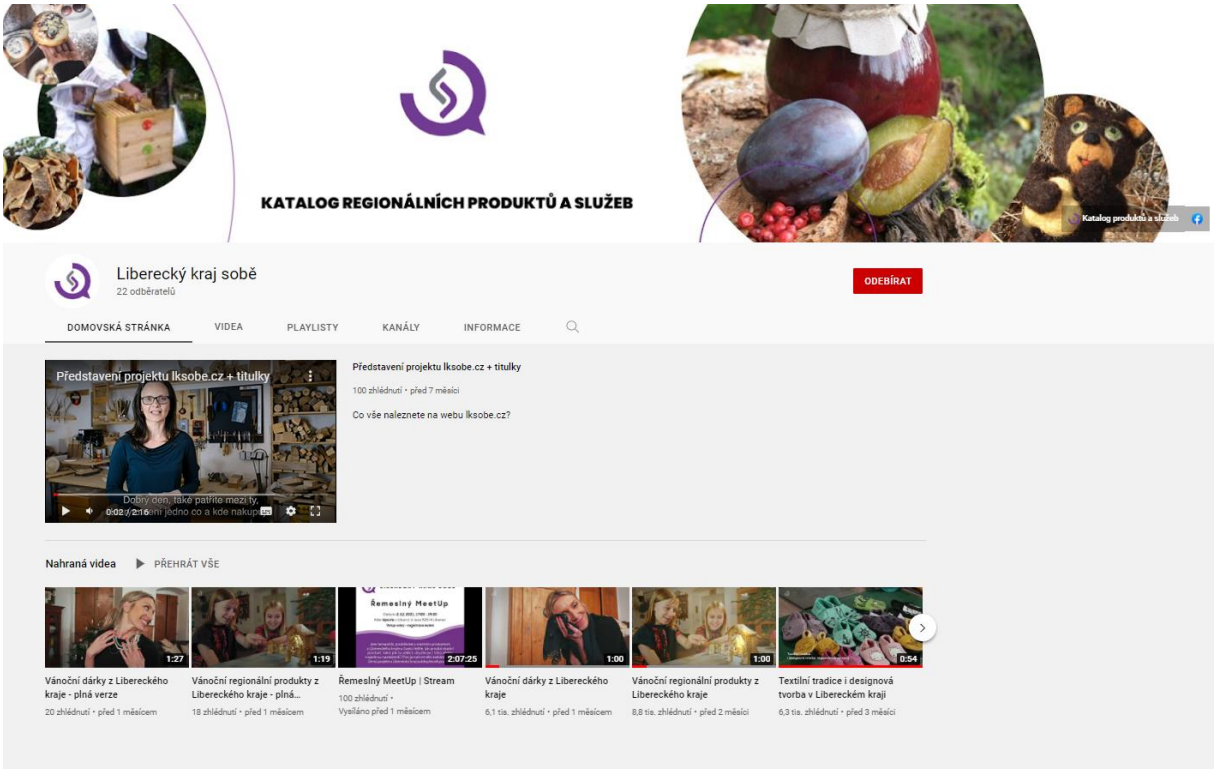
Videa a YouTube kanál

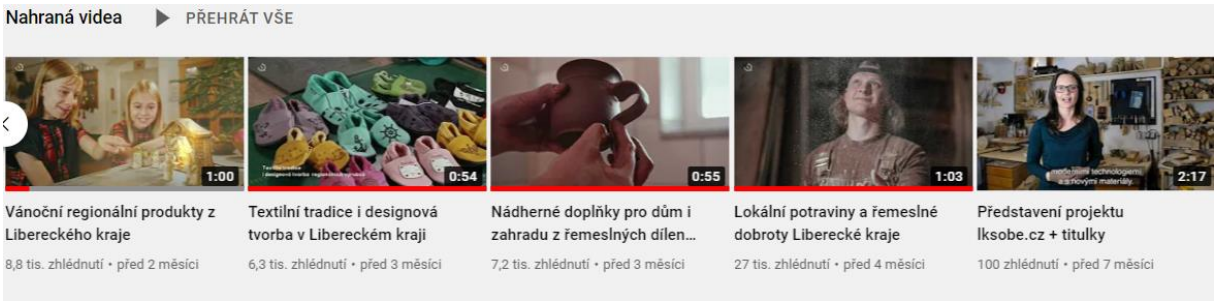
Pilotní tři krátká videa natočená dle kategorií webu se setkala s velmi pozitivním ohlasem. Na základě toho byla vytvořena vánoční kampaň a připraveno video na téma Tradiční řemesla. Pro zefektivnění využívání a sdílení videí i dalšími partnery byl v červnu založen YouTube kanál. Poradní sbor odsouhlasil pokračování ve video kampaních. Vánoční video kampaň jsme podpořili také jednoduchou FB soutěží, které se zúčastnilo přes 100 tipujících. Na rok 2022 se zaměříme na téma zážitků. V souvislosti s redakčním plánem podcastu by bylo vhodné začít také natáčet medailonky výrobců nebo se detailněji zaměřit na konkrétní řemesla apod.

Statistické údaje kanálu YT za 06-12/2021

Odběratelů	22
Celkem zhlédnutí	56.108
TOP video zhlédnutí	27.174

Další údaje v příloze.





DALŠÍ FORMY PROPAGACE

Účast na trzích a festivalech

Za účelem prezentace projektu a regionálních výrobců byl v roce 2021 pořízen výstavní stánek s příslušenstvím (financováno mimo projekt) a zúčastnili jsme se dvou akcí v Liberci:

28. 8. 2021 Krajské dožínky
10.-11. 9. 2021 iPrima Fresh Festival

Na základě těchto zkušeností a konzultace s poradním sborem bylo doporučeno spojení s „živou ukázkou“ řemesel. Je v zájmu samotných výrobců podpořit projekt svou účastí. Doporučují proto vytipovat na příští rok seznam akcí (ideálně kombinace trhů a festivalů po celém kraji). Po odsouhlasení akcí a vytvoření kalendáře / harmonogramu akcí oslovíme výrobce s výzvou k účasti. Předpokládáme účast na alespoň 3 akcích.

Stránek a propagace projektu na Krajských dožínkách

PODCAST A BLOG

Po prvním roce budování značky, spuštění FB a YT kanálu, doporučil poradní sbor a také odborníci na marketing, rozšíření výstupů projektu o nové platformy. Podcast a blog budou dalším krokem k rozšiřování skupiny sledovatelů z řad veřejnosti. Podcast chceme zaměřit na inspirativní příběhy, které budou zajímavé jak pro laiky, tak pro další řemeslníky. Chceme jeho prostřednictvím také propagovat návazné vzdělávací aktivity.
Předpokládáme spuštění v polovině března, vysílat s frekvencí 2x měsíčně a v mezidobí podporovat podcast upoutávkami na soc. sítích a blogem.
Statistika návratnosti uživatelů na web ukazuje, že je potřeba dodat webu aktuální obsah, který se bude pravidelně obměňovat a bude atraktivní pro širokou veřejnost. To by měl splnit právě blog navázaný na nové epizody podcastu.

A.2. Rozvoj webu

V prvním čtvrtletí proběhly na webu úpravy v souladu se schváleným rozšiřováním projektu na necertifikované výrobce. Byla vypracována kritéria, schválená Radou Libereckého kraje, a zadána související úprava s přidáním nové kategorie a upraven online přihlašovací formulář. Byly vytvořeny podstránky v části O projektu:

https://www.lksobe.cz/o-projektu/jak-pridat-svou-firmu/

https://www.lksobe.cz/tipy-a-triky/

- zde jsou ke stažení manuály a ke zhlédnutí video návody a vzdělávací programy.

Od dubna mohou do projektu vstupovat necertifikovaní výrobci, kteří splní minimální kritéria a projdou schválením poradním sborem. Do databáze byli přidáni členové Křišťálového údolí a během roku se aktualizovali výrobci, kteří jsou nositeli některých ocenění jako Regionální potravina Liberecký kraj nebo Výrobek roku Libereckého kraje či ocenění Mistr tradiční rukodělné výroby. Na aktualizaci spolupracovala Agrární komora LK a oddělení dotací a samosprávných činností Odboru životního prostředí a zemědělství KÚ Libereckého kraje.

Stále trvá nedořešený problém zobrazování mapy a celkově načítání webu na různých prohlížečích nebo v mobilních telefonech. Ze statistik přístupů vyplývá, že většina uživatelů web navštěvuje právě z mobilního telefonu. Z tohoto důvodu jsme ve spolupráci s poradními sborem a marketingovou firmou na konci roku zpracovali rešerši fungování webu s doporučeními na úpravy a další rozvoj, podle které bude v následujícím roce postupováno. Zpráva je přílohou.

Jako další možnost rozšíření nabídky na webu je zařazení nové kategorie „Kde nakoupit“ s přehledem regionálních prodejen, TIC a dalších míst, kde může veřejnost nakoupit regionální výrobky.

Struktura profilů výrobců na webu

Webový katalog zahrnuje profily výrobců z Libereckého kraje, kteří jsou členěni do kategorií podle charakteru svých produktů (K jídlu, Na sebe…) a také podle toho, zda jsou nositeli některého z oficiálních ocenění či certifikace regionální produkt. Z tohoto pohledu zahrnuje databáze následující typy výrobců:

Certifikovaní

- nositelé značky Krkonoše originální produkt, Regionální produkt Jizerské hory, Regionální produkt Český ráj, Regionální produkt Lužické hory a Máchův kraj (pozn. – pouze výrobci působící na území LK)
- držitelé ocenění Výrobek roku LK a Regionální potravina LK
- členové sítě Křišťálové údolí
- Mistr tradiční rukodělné výroby

Ostatní producenti

Producenti, kteří splňují Minimální kritéria pro vstup do projektu, ale nejsou členy žádné z výše uvedených kategorií ocenění či certifikace. Tito mohou do projektu vstoupit a jejich profil je na webu zveřejněn po schválení poradním sborem.

Statistika publikovaných profilů výrobců

Publikovaných zápisů k 31.12.2021	277
Nových pub. zápisů za r. 2021	94
Nových pub. zápisů necertifikovaných výrobců	22

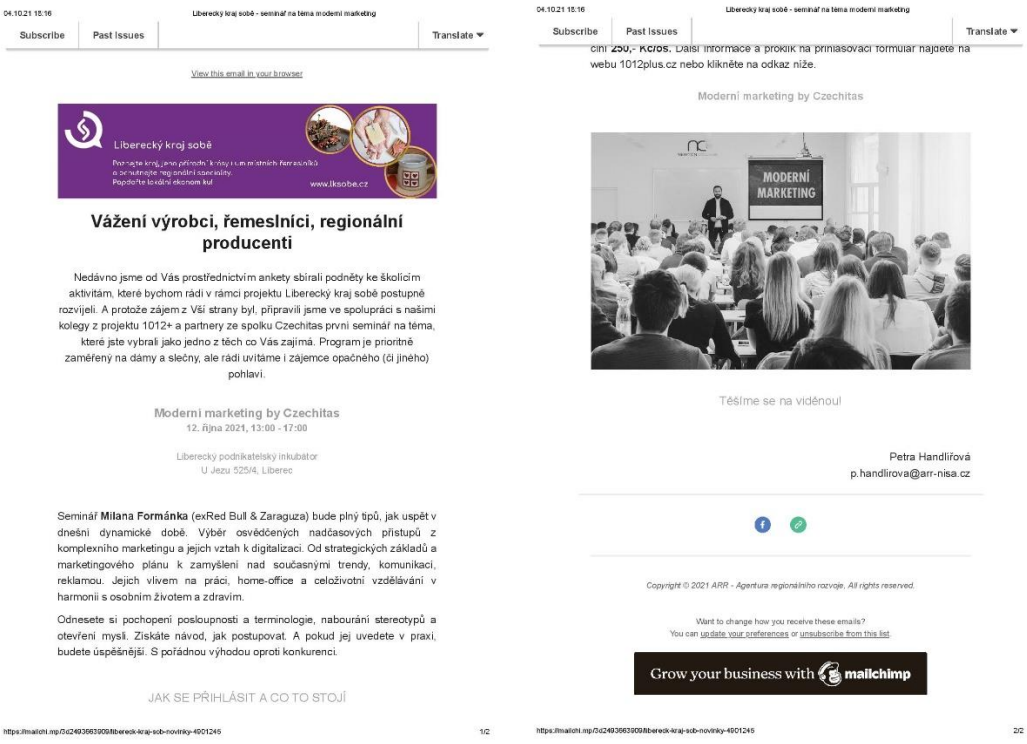
Newsletter

Jako první verze bylo zahájeno vydávání newsletteru pro členy a partnery projektu. Po prozkoumání a zvážení možností webové šablony byla jako efektivnější zvolena samostatná platforma po newsletter a správu kontaktů a sice aplikace Mailchimp. Zároveň byla využívána platforma SurveyMonkey pro vytváření a zasílání dotazníků. Nadále bude pokračovat práce na newsletteru, který rozšíří další platforma – blog pro členy, ale i veřejnost. Ten bude součástí webové šablony, půjde o doplnění stávajícího webu o novou podstránku. Ta se musí kompletně naformátovat a připravit. Blog bude propojen s podcastem.

Statistika využívanosti Newsletteru

TOP počet otevření	123
TOP počet prokliků	40

Odesláno bylo 15 newsletterů, z toho 2 formou online ankety



Ukázka odeslaného newsletteru

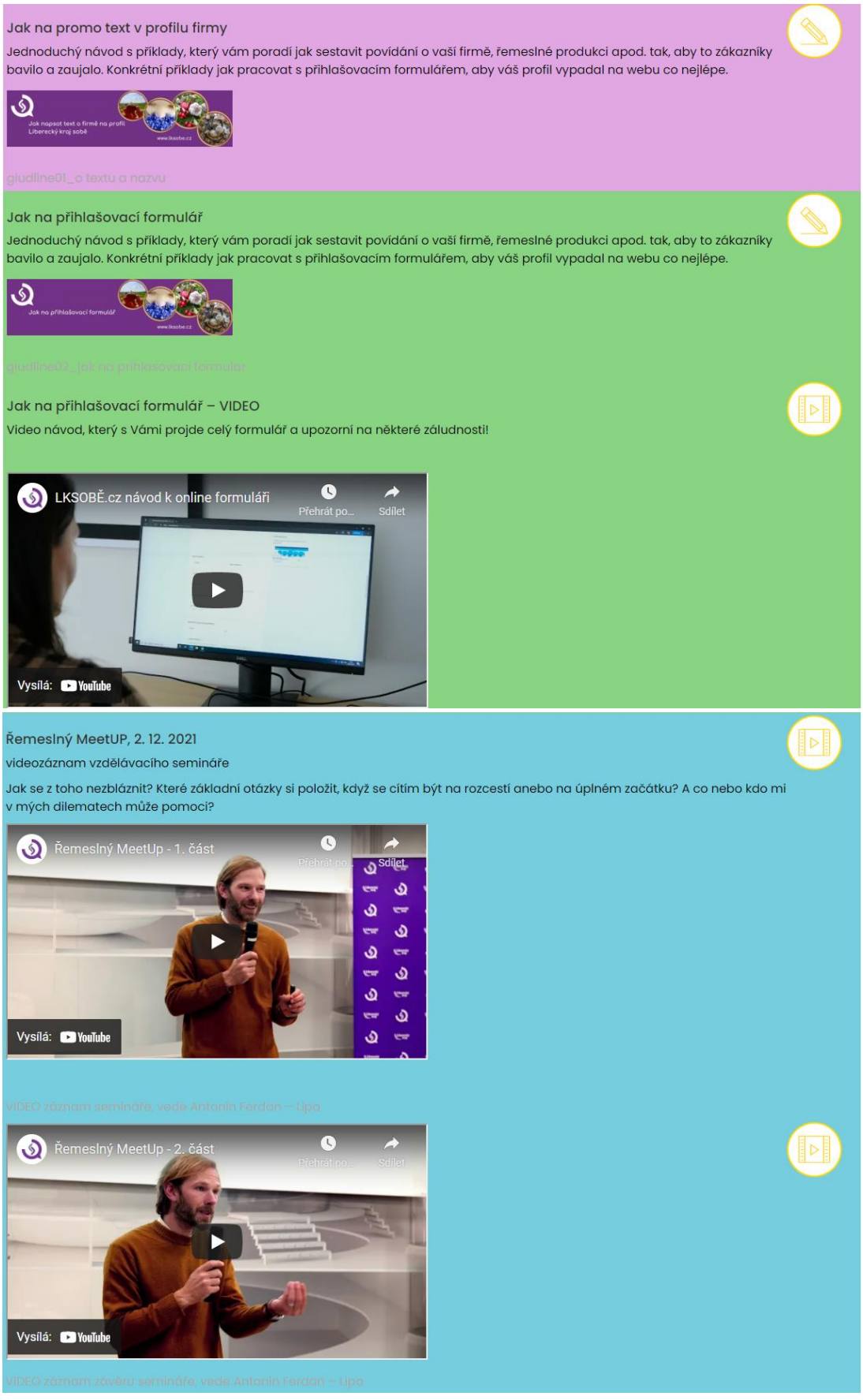
A.3. Edukační programy

V první části roku jsme se zaměřili na tutoriály pro vnitřní účely využívání platformy lksobě samotnými výrobci. Všechny vzdělávací výstupy jsou přístupné na webu: https://www.lksobe.cz/tipy-a-triky/. Vytvořili jsme dva manuály – jak zpracovat svůj profil pro účely webu a po rozšíření možnosti individuálního přihlašování necertifikovanými výrobci manuál pro práci s online přihlašovacím formulářem, který je také ve formě video návodu. Ve spolupráci s kolegy z projektu 1012+ jsme vytvořili anketu za účelem získání přehledu o zájmu o edukační programy a, na základě jejího výsledku a další individuální komunikace, byl uspořádán pilotní velký seminář na téma marketing (12. 10. Moderní marketing s Milanem Formánkem) a poté bylo s výrobci 2. 12. uspořádáno setkání. Konalo se prezenčně a zároveň bylo streamováno online. Záznam je součástí vzdělávacích video lekcí na webu. Setkání mělo dvě části – vzdělávací workshop a komunikační platformu. Jejím účelem byla, mimo jiné, konkretizace dalších vzdělávacích potřeb a formy edukačních programů. Tendence směřuje k tzv. mikro learningu. Proto připravujeme formát krátkých vzdělávacích videí, tutoriálů, které budou k dispozici na webu a případně také na YT. Dále budou prezentovány na sociálních sítích.

Dále bylo v souvislosti s rozšiřováním platformy pro necertifikované výrobce natočeno úvodní propagační video se základními informacemi o projektu směřované jak na veřejnost, tak na

výrobce. Video je ke zhlédnutí na YouTube kanálu projektu a bylo promováno na sociálních sítích.

Foto z Řemeslného MeetUpu



Printscreen webové podstránky se vzdělávacími manuály

B/Smlouva na výkon činnosti

B.1. Správa webu

V uplynulém období byl web průběžně spravován a aktualizovány zápisy výrobců. V roce 2022 bude nadále pokračovat kontinuální správa webu a zejména spolupráce s novými zájemci na zařazení jejich profilů na web. Na stávající výrobce budeme nadále působit směrem k aktualizování jejich profilů a zkvalitňování profilových textů a fotografií. Tuto aktivitu podpoří i tematický mikro learning. Dále bude web doplněn o nové moduly, které bude doprovázet doplnění vizuální identity projektu. Nové vizuální prvky se postupně promítnou do celého webu.

B.2. Přímá podpora výrobců

Rok 2021 se nesl více v duchu vzájemného seznamování a hledání společných témat, ve kterých můžeme výrobce podpořit. Nadále budeme pokračovat v individuální péči o výrobce a setkávání např. při přípravě marketingových výstupů (videa, podcasty atd.) Podle potřeb je možná podpora výrobců při vyhledávání dotačních možností, přípravě žádosti např. do dotačního titulu kraje, vlastním vstupu do LKsobě.cz – soulad s kritérii, příprava profilu, fotografií. Podporovat chceme také síťování mezi výrobci a odborníky, výměnu dobré praxe formou MeetUp setkání apod.

B.3. Management projektu

Řízení projektu po celý rok prolínalo všemi aktivitami. Stěžejní bylo stabilizovat brand značky a rozšířit povědomí o něm jak mezi širokou veřejností, tak mezi samotnými výrobci a partnery. Na řízení se aktivně podílí poradní sbor, který se schází každé čtvrtletí. Vyhodnocuje uplynulé období, proběhlé aktivity a podílí se na plánu na další období. Poradní sbor schvaloval nové zájemce z řad výrobců bez certifikace.

Nadále bude pokračovat spolupráce s partnery – např. hospodářská komora, koordinátoři regionálních značek, APIC apod. V roce 2022 chceme pozornost zaměřit na turistická informační centra (ve spolupráci s turistickými regiony Libereckého kraje a oddělením cestovního ruchu KÚ LK) a ve spolupráci s klíčovými partnery podpořit vznik společné prodejní platformy regionálních výrobců a „kamenné“ regionální prodejny. Dalším krokem je vytvoření sítě penzionů a hotelů spolupracujících s regionálními dodavateli.