

Efektivita vybraných eventů 2017



Prezentace MindBridge Consulting a.s.
1. listopadu, 2017



Bohemia JazzFest se stal v krátkém čase jedním z největších letních jazzových hudebních festivalů v Evropě. Časopis Downbeat ho dokonce uvádí jako jednu z nejvýznamnějších světových kulturních akcí. Festival založil v roce 2005 uznávaný jazzový kytarista Rudy Linka, který chtěl představit a propagovat špičkový světový jazz v České republice.





Colours of Ostrava
Dolní Vítkovice
19. - 22. 7. 2017

50.000
(4 dny)

Colours of Ostrava je multižánrový mezinárodní hudební festival každoročně pořádaný od roku 2002 v Ostravě. Od roku 2012 se koná v úchvatném prostředí Dolních Vítkovic - bývalém areálu hutí, dolů a železáren. 15. ročník, nabídl přes 350 programových bodů na 20 otevřených i krytých scénách - koncerty, diskuse, divadla, filmy, workshopy i výtvarné aktivity.



CZECH
TRUCK
PRIX | 17

ME tahačů - Czech Truck Prix
Mostecký okruh
1. - 3. 9. 2017

55.000
(3 dny)

ME tahačů - Czech Truck Prix je nejsledovanějším, nejatraktivnějším a nejnavštěvovanějším podnikem sezóny na mosteckém autodromu - tradiční závody evropského šampionátu okruhových tahačů FIA European Truck Racing Championship (ETRC) Czech Truck Prix.



Velká Pardubická je nejstarší a nejtěžší dostih kontinentální Evropy. Velká Pardubická je dostihový závod (steeplechase cross-country), konající se každou druhou říjnovou neděli na pardubickém dostihovém závodišti.



1 základní parametry a struktura vzorku

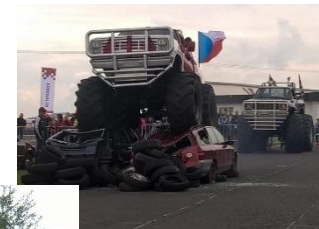
2 návštěva ČR / města - regionu

3 event – loajalita

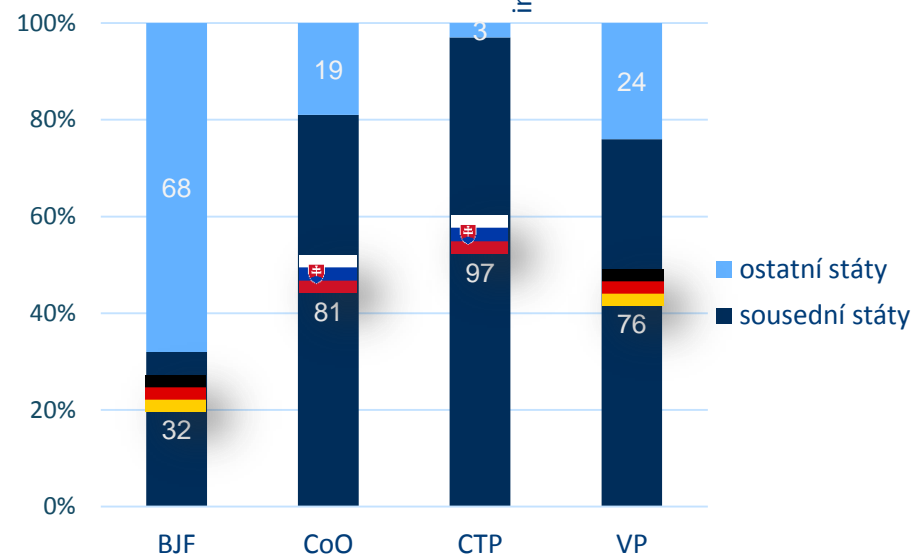
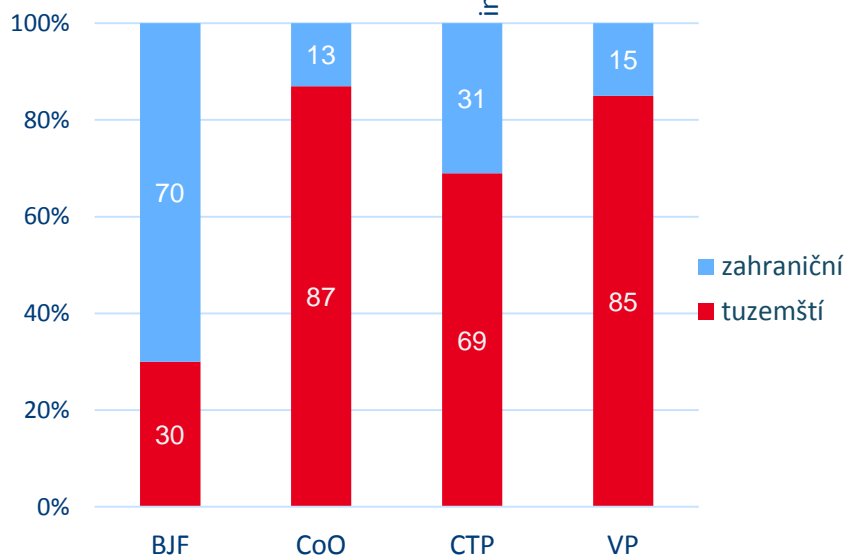
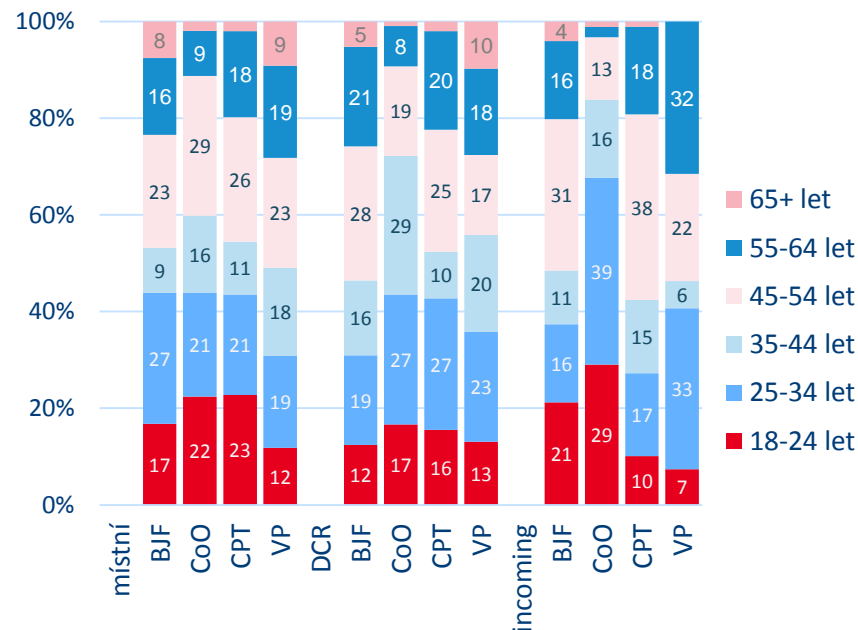
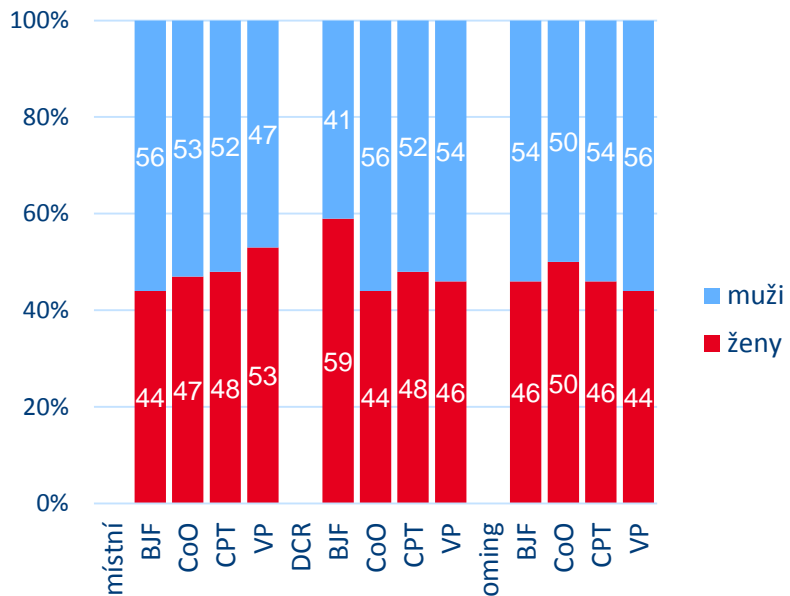
4 finanční efekt

5 mktg CzechTourism

Metoda:	kvantitativní výzkum - osobní rozhovory (TAPI) (v češtině a angličtině + překlady do němčiny a ruštiny)
Cílová skupina:	návštěvníci eventů (1/3 místních; 1/3 českých návštěvníků mimo město / region; 1/3 cizinců)
Velikost vzorku:	celkem n=1.223 rozhovorů BJF _{Praha} : 303 CoO: 308 CTP: 303 VP: 309
Dotazník / scénář:	cca do 5 minut
Období sběru dat:	10.-11.VII. 2017 19.-22.VII. 2017 2.-3.IX. 2017 8.X. 2017



Struktura vzorku



1 základní parametry a struktura vzorku

2 návštěva ČR / města - regionu

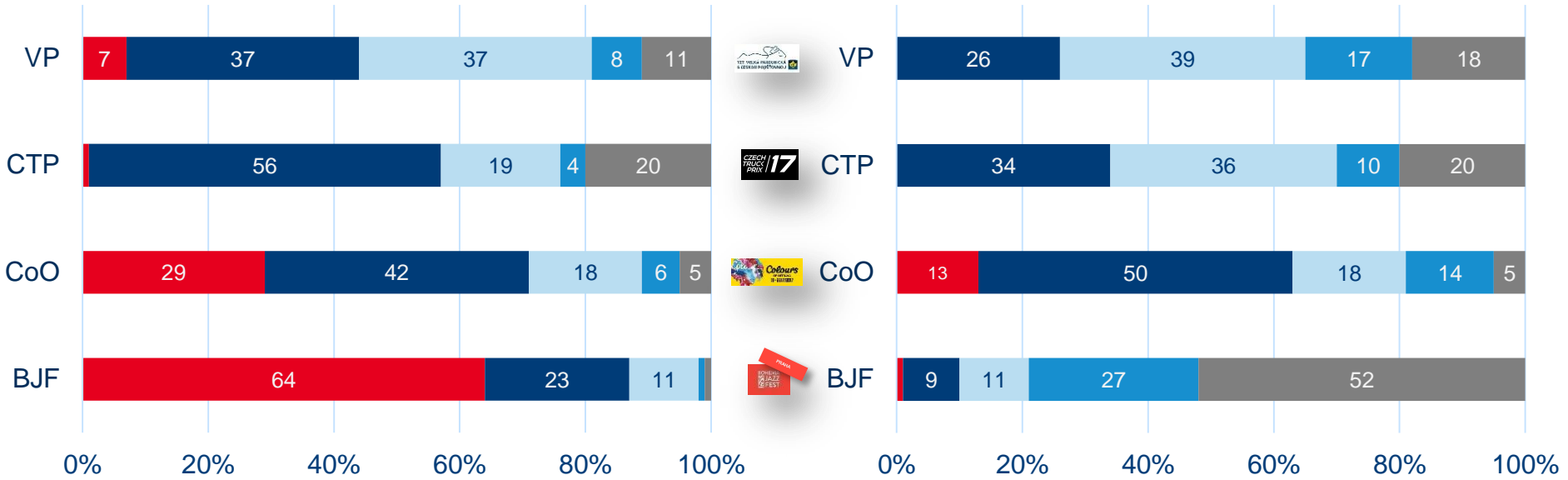
3 event – loajalita

4 finanční efekt

5 mktg CzechTourism

DCR

incoming

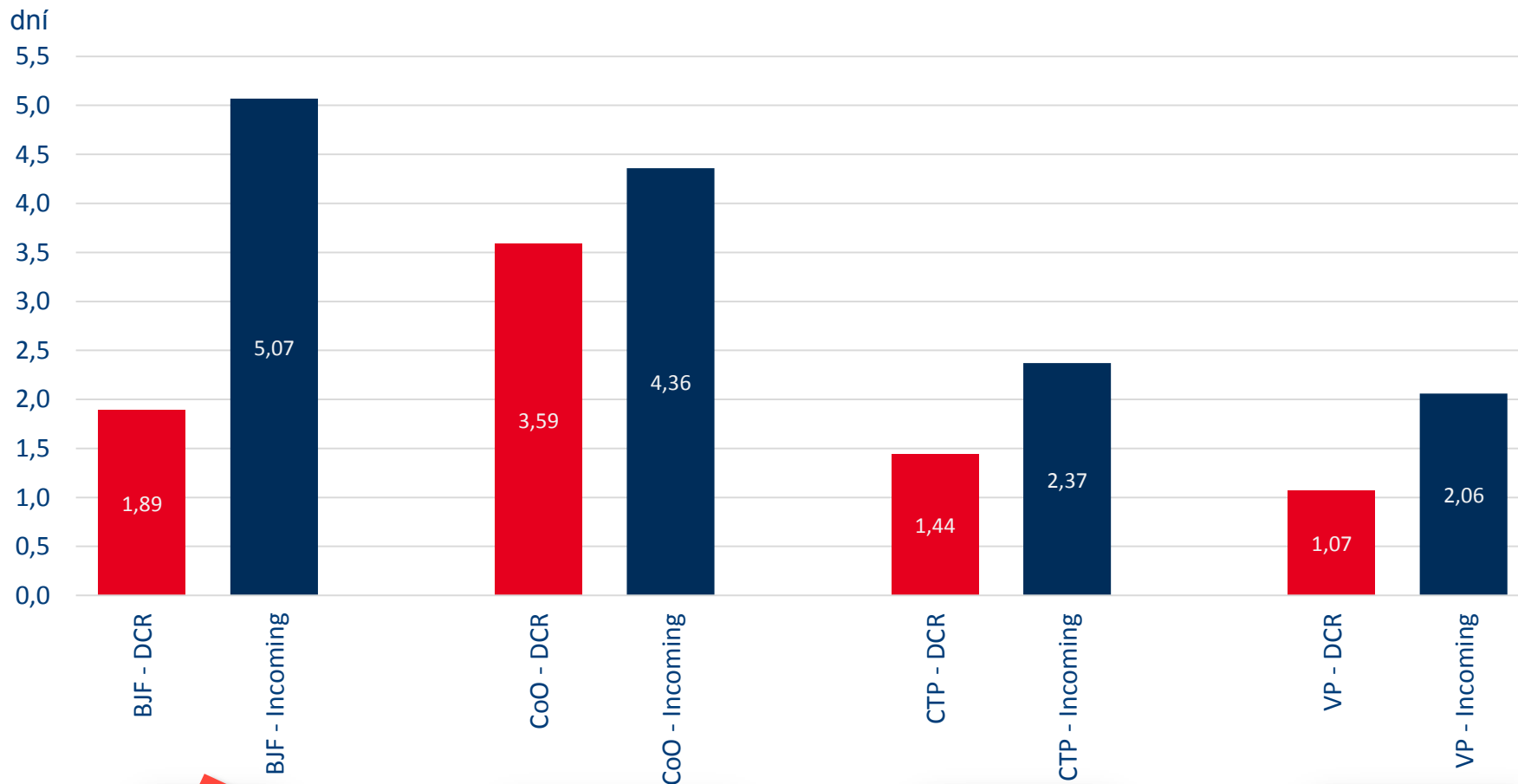


- min. 1x měsíčně
- několikrát ročně
- jednou za rok
- méně než 1x za rok
- byl(a) jsem zde poprvé

- min. 1x měsíčně
- několikrát ročně
- jednou za rok
- méně než 1x za rok
- byl(a) jsem zde poprvé

Délka pobytu ve městě – v regionu / v ČR

Jak dlouho plánujete, že zůstanete ve městě XY – v regionu / v ČR? Kolik nocí?



CzechTourism

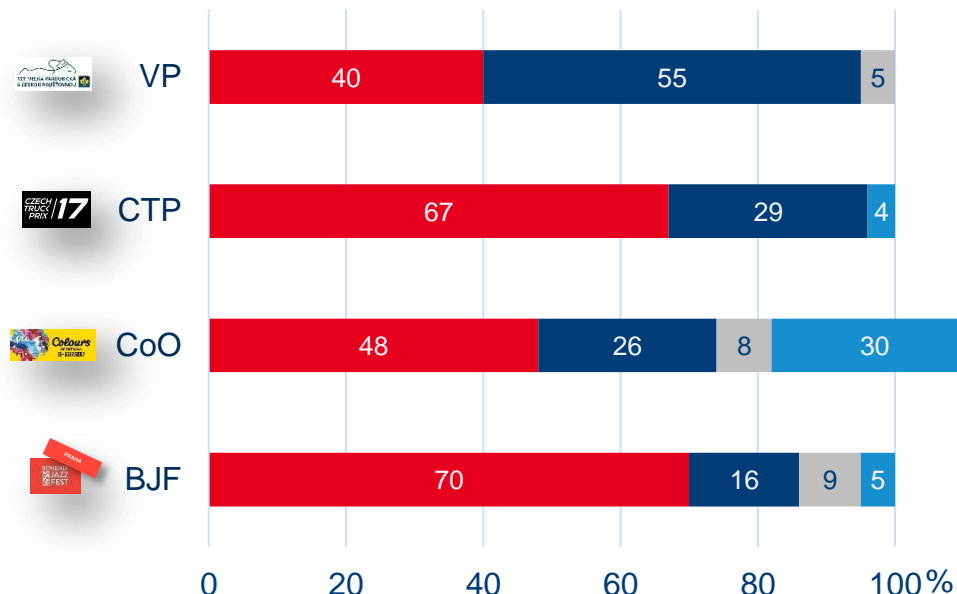
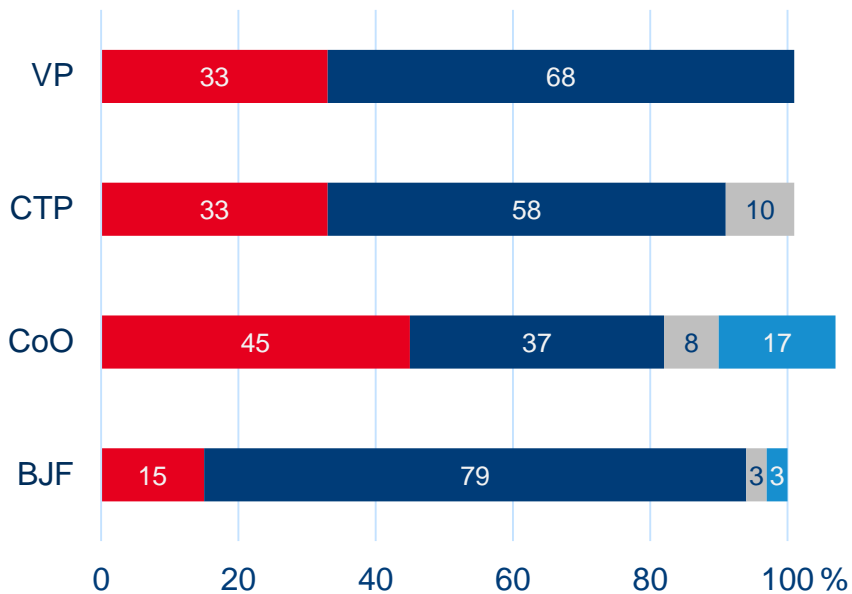
n_{DCR-BJF}=97
n_{DCR-CoO}=108
n_{DCR-CTP}=103
n_{DCR-VP}=145

n_{incoming-BJF}=99
n_{incoming-CoO}=93
n_{incoming-BJF}=99
n_{incoming-VP}=54

Kde jste nebo budete ubytováni?

DCR

incoming



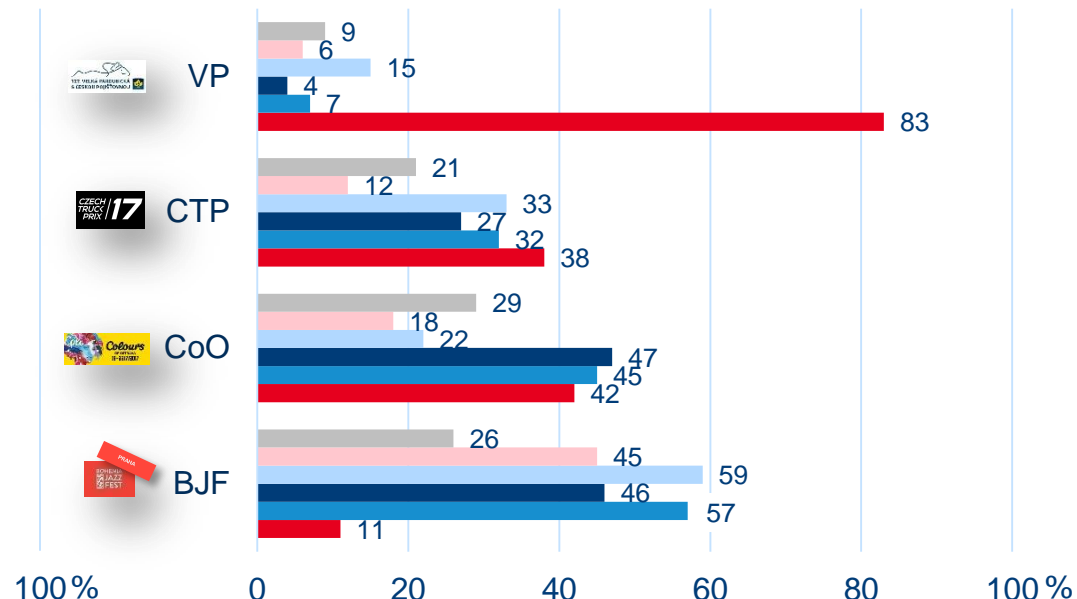
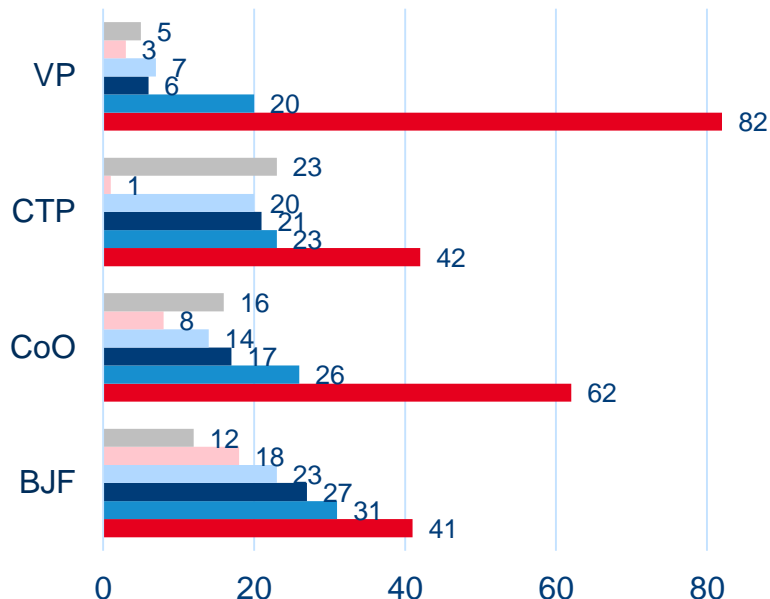
- v tradičním ubytovacím zařízení
- v soukromí zdarma
- v soukromém placeném ubytování
- jinde

- v tradičním ubytovacím zařízení
- v soukromí zdarma
- v soukromém placeném ubytování
- jinde

Doprovodné aktivity v průběhu pobytu ve městě – v regionu / v ČR (mimo akce)

DCR

incoming



- jiné aktivity
- návštěva kulturní akce
- návštěva památek
- nakupování
- návštěva restaurace
- žádné jiné aktivity kromě této akce

- jiné aktivity
- návštěva kulturní akce
- návštěva památek
- nakupování
- návštěva restaurace
- žádné jiné aktivity kromě této akce

1 základní parametry a struktura vzorku

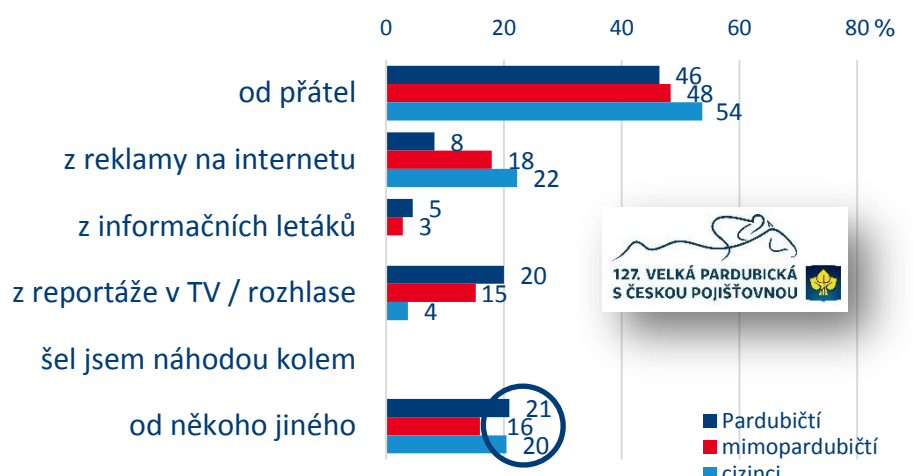
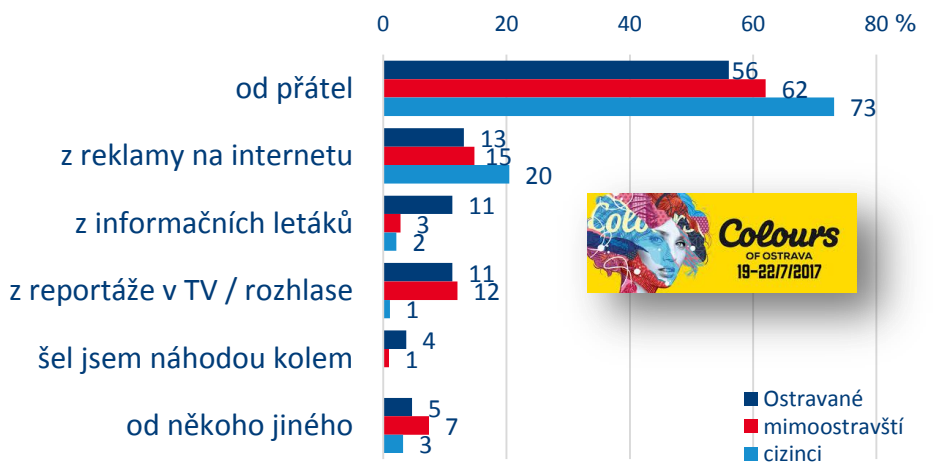
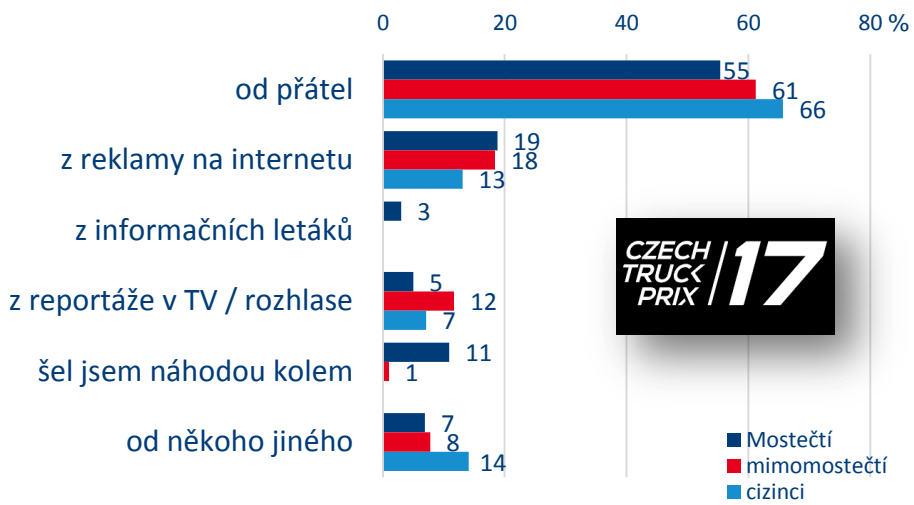
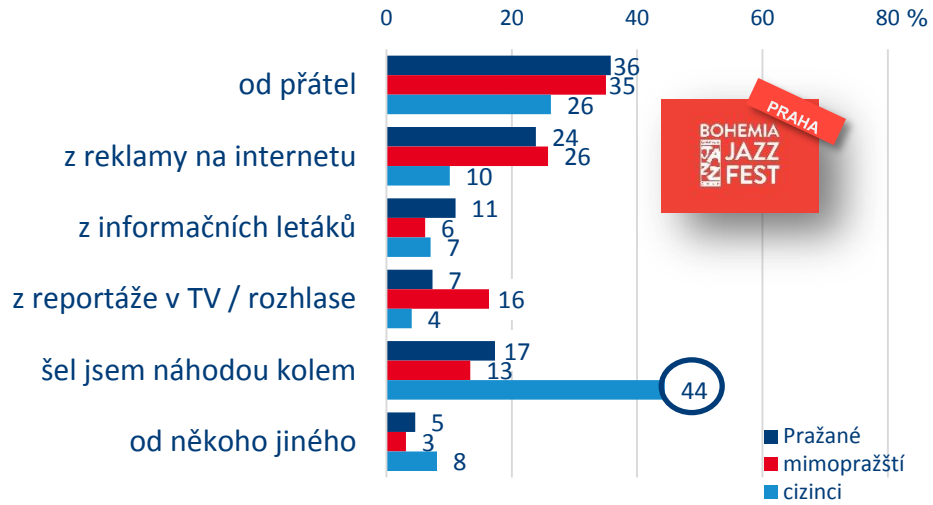
2 návštěva ČR / města - regionu

3 event – loajalita

4 finanční efekt

5 mktg CzechTourism

Primární zdroj informací o akci



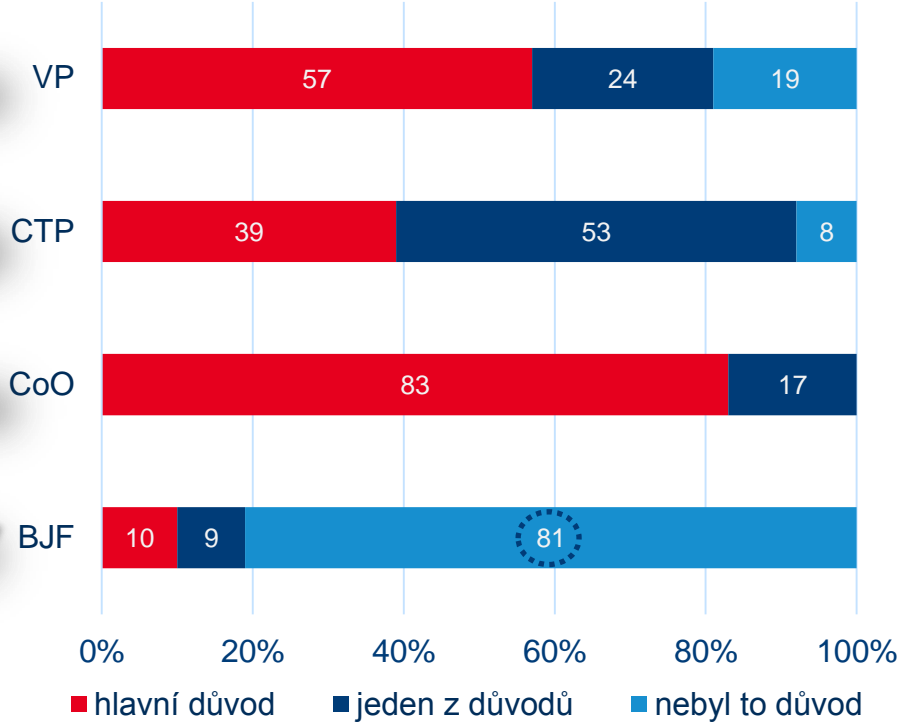
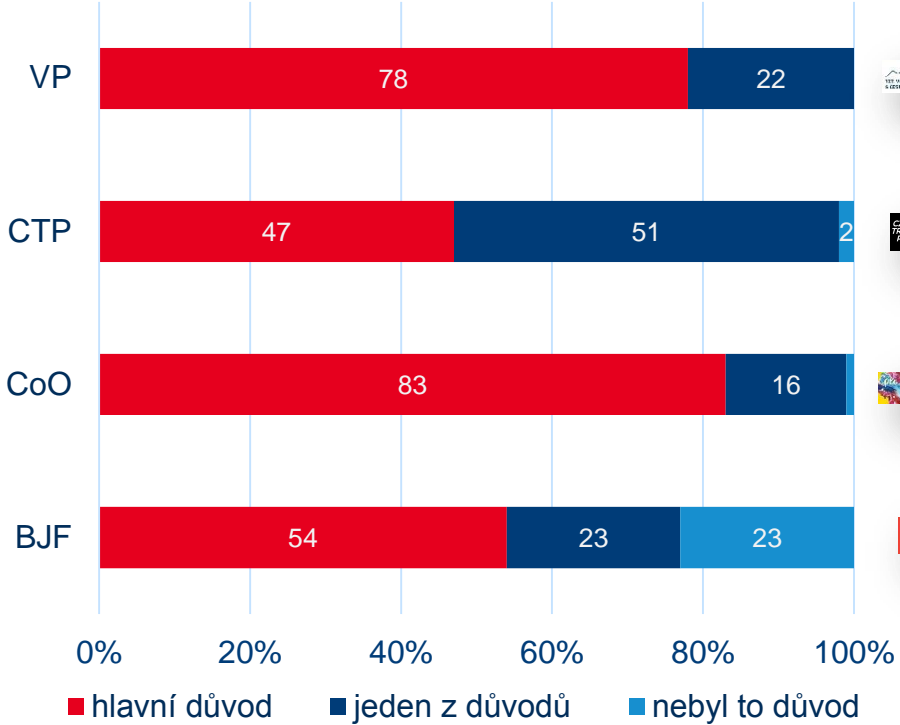
Byla účast na této akci hlavním důvodem, proč jste přijel(a) do města XY - regionu / do České republiky, nebo jedním z důvodů, nebo tato akce nebyla důvodem Vaší návštěvy města XY - regionu / České republiky?

Byla účast na akci hlavním důvodem návštěvy města - regionu / České republiky?

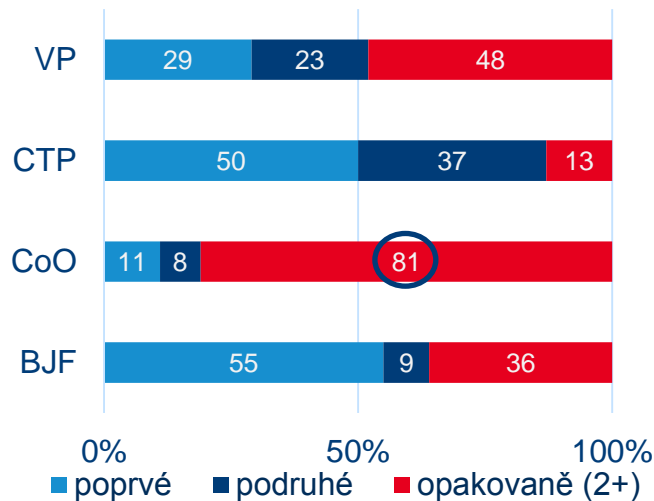


DCR

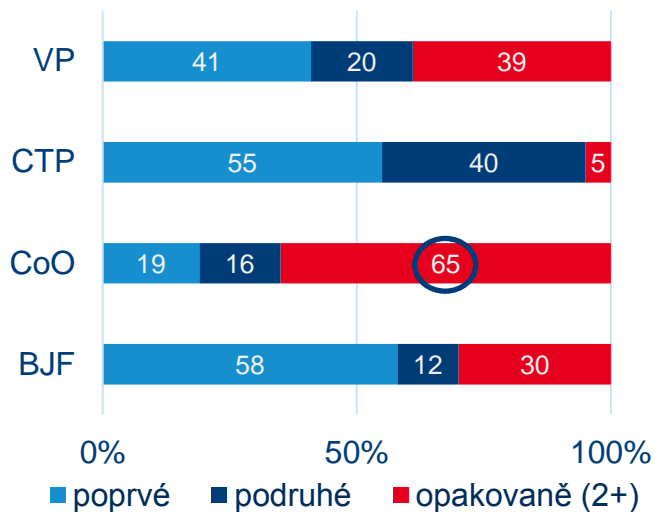
incoming



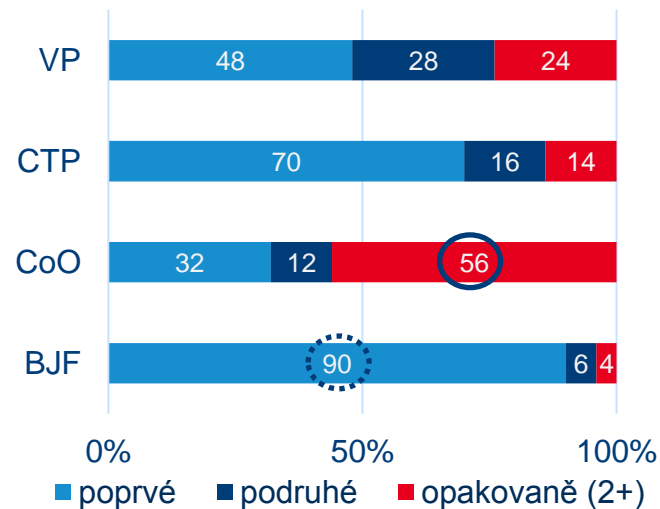
místní



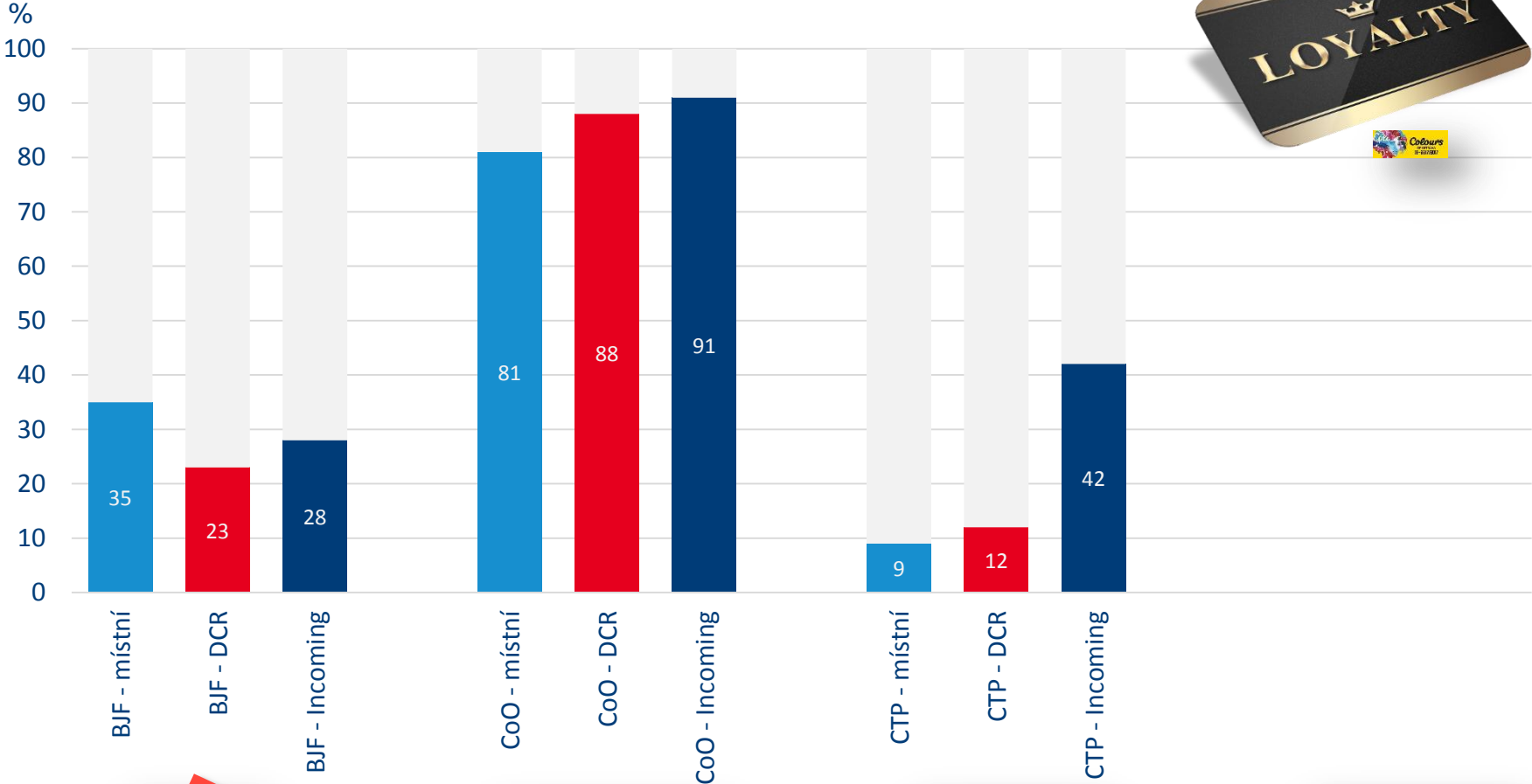
DCR



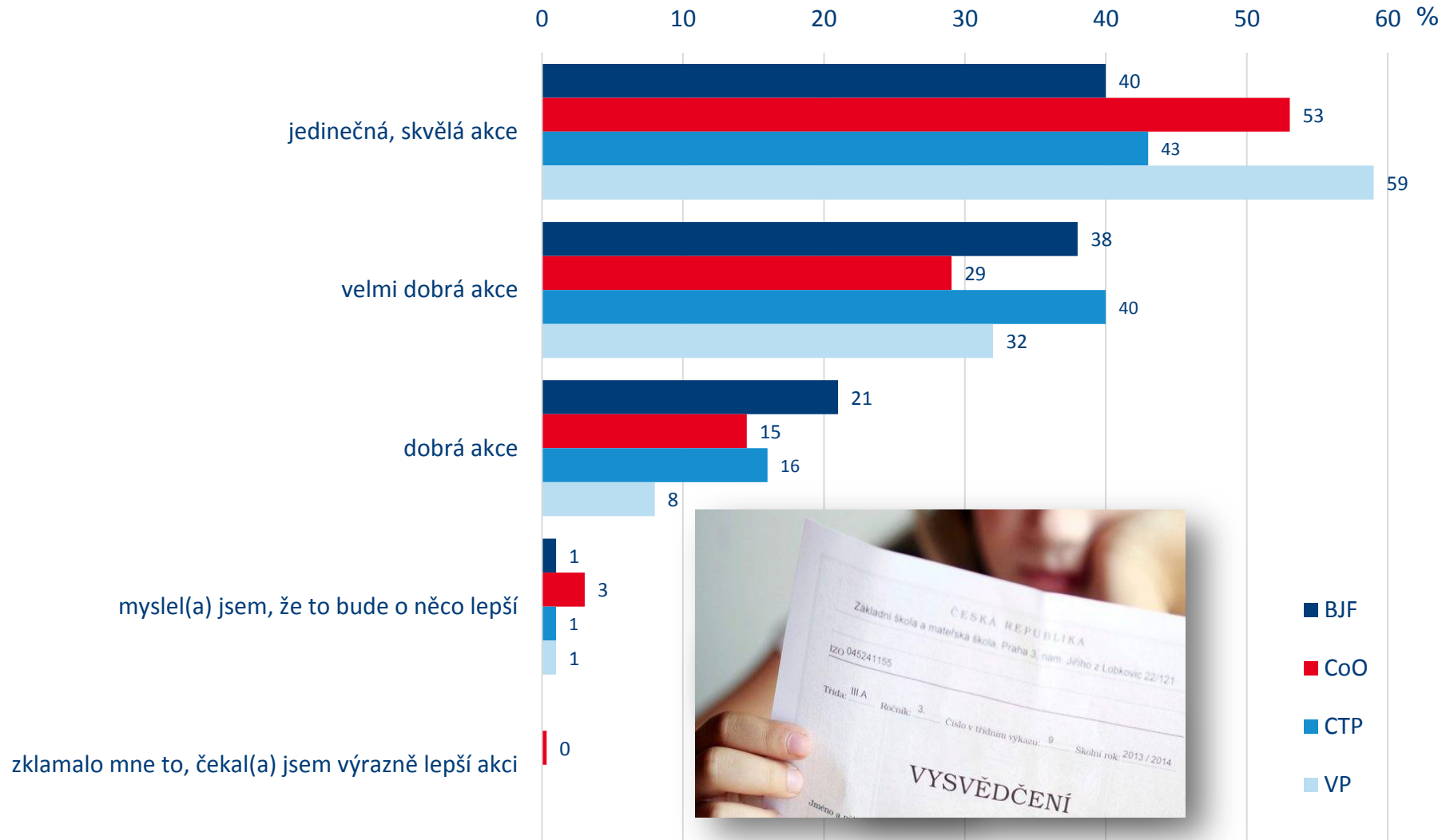
incoming



Délka pobytu na akci – všechny dny konání?



Jak byste celkově hodnotil(a) tuto akci?

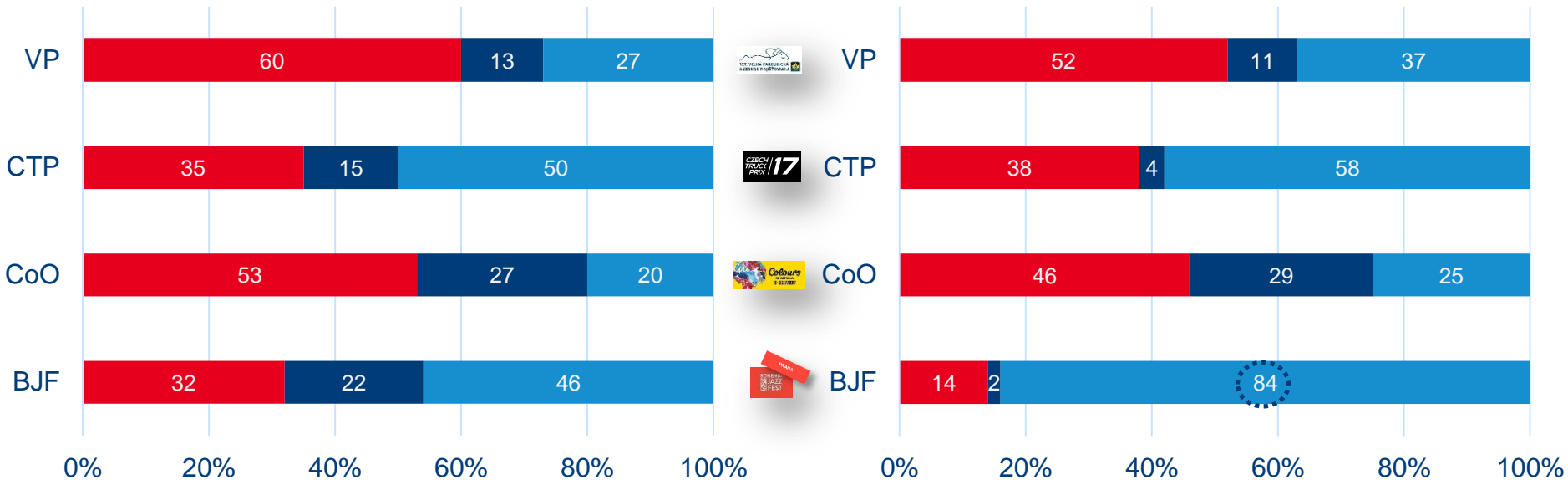


Kdyby se tato akce nekonala, nakolik je pravděpodobné, že byste do města XY – do regionu / do ČR přijel(a) na kratší dobu nebo nepřijel(a) vůbec?



DCR

incoming

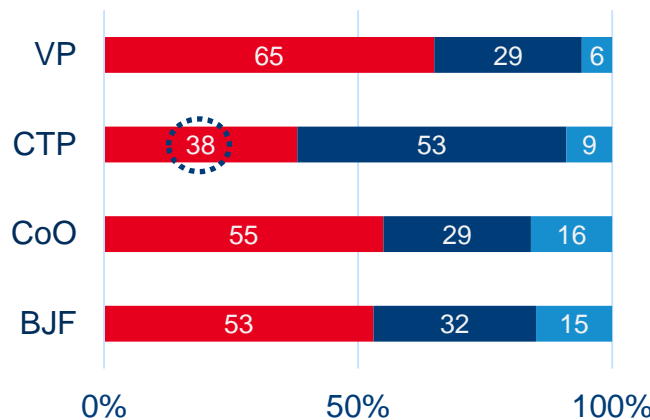


- asi bych vůbec nepřijel/a
- přijel/a bych asi na kratší dobu
- přijel/a bych asi na stejně dlouhou dobu

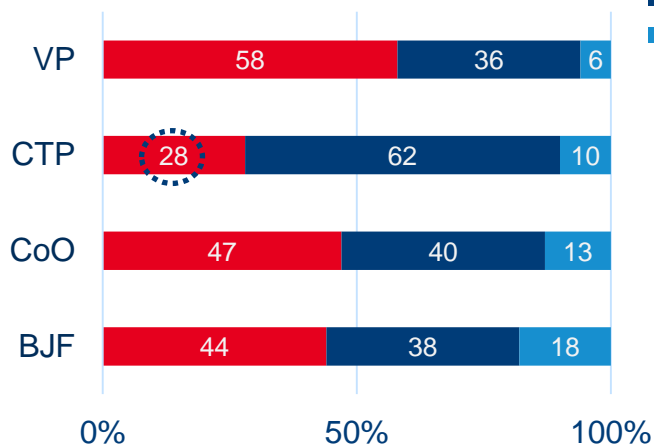
- asi bych do ČR vůbec nepřijel/a
- přijel/a bych do ČR asi na kratší dobu
- přijel/a bych do ČR asi na stejně dlouhou dobu



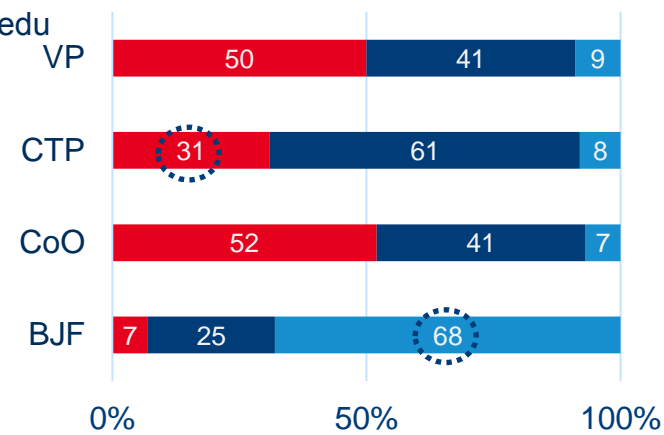
místní



DCR



incoming



■ je to téměř jisté, určitě dorazím
 ■ možná přijedu, uvažuji o tom
 ■ není to jisté, nevím, zda přijedu

■ je to téměř jisté, určitě dorazím
 ■ možná přijedu, uvažuji o tom
 ■ není to jisté, nevím, zda přijedu

■ je to téměř jisté, určitě dorazím
 ■ možná přijedu, uvažuji o tom
 ■ není to jisté, nevím, zda přijedu

1 základní parametry a struktura vzorku

2 návštěva ČR / města - regionu

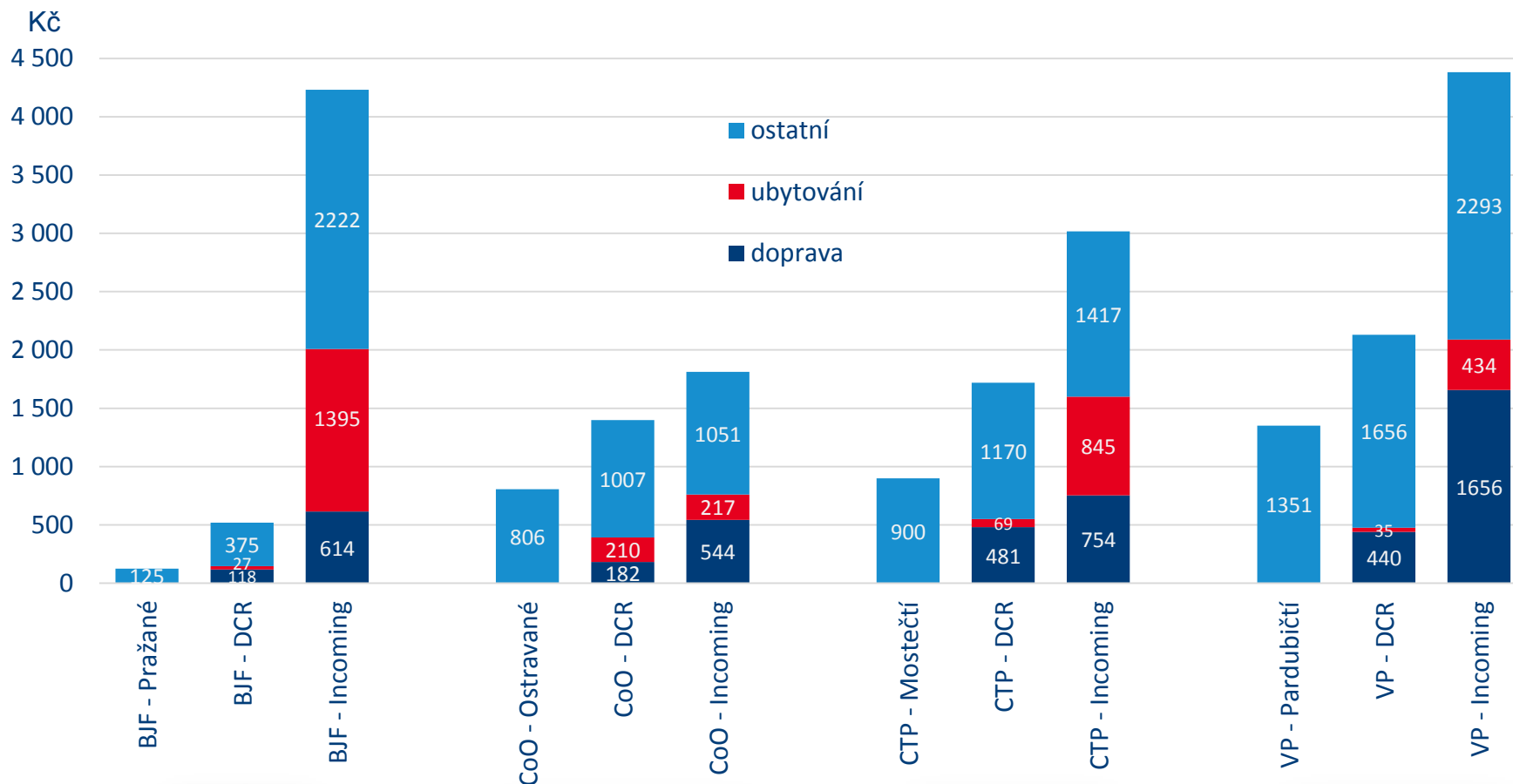
3 event – loajalita

4 finanční efekt

5 mktg CzechTourism

Výdaje na osobu a den

při akci (místní) / ve městě - v regionu (přespolní) / v České republice (cizinci)







CzechTourism

$n_{místní-BJF}=109$
 $n_{místní-CoO}=107$
 $n_{místní-CTP}=101$
 $n_{místní-VP}=110$

$n_{DCR-BJF}=97$
 $n_{DCR-CoO}=108$
 $n_{DCR-CTP}=103$
 $n_{DCR-VP}=145$

$n_{incoming-BJF}=99$
 $n_{incoming-CoO}=93$
 $n_{incoming-BJF}=99$
 $n_{incoming-VP}=54$

Finanční efekt je počítaný jako „**finanční ztráta**“ v případě nekonání akce (nerealizace výdajů při nekonání cesty do města XY – do regionu / do ČR resp. zkrácení pobytu).

Cílová skupina	BJF 	CoO 	CTP 	VP 
místní	373 763	5 691 462	2 457 486	1 133 157
DCR	313 267	70 255 424	5 832 412	22 320 739
Incoming	108 578 432	22 467 740	32 241 236	10 102 769
CELKEM	109 265 462	98 414 626	40 531 134	33 556 665
INTERVAL	61 – 158 mil. Kč	85 – 112 mil. Kč	30 – 52 mil. Kč	29 – 40 mil. Kč

Propoččet vychází z délky pobytu návštěvníků a jejich průměrných výdajů na osobu a den (vždy v jednotlivých CS – místní, „přespolní“, cizinci). Z těch, kteří by v případě nekonání akce nerealizovali cestu vůbec nebo by zkrátili svůj pobyt, jsou propočítány částky absolutních ztrát, které jsou v podobě „koeficientu“ propočítány na osobu (opět v jednotlivých CS).

Tyto hodnoty jsou pak finálně pronásobeny celkovým počtem návštěvníků akce (ve struktuře).

1 základní parametry a struktura vzorku

2 návštěva ČR / města - regionu

3 event – loajalita

4 finanční efekt

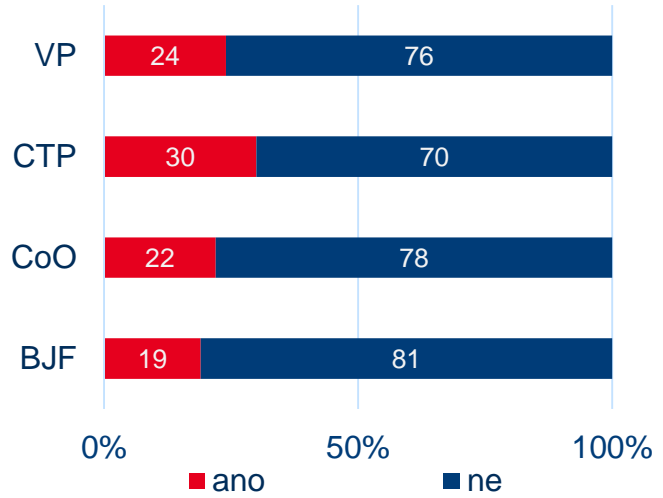
5 mktg CzechTourism

Zaznamenali jste během této akce někde toto logo?

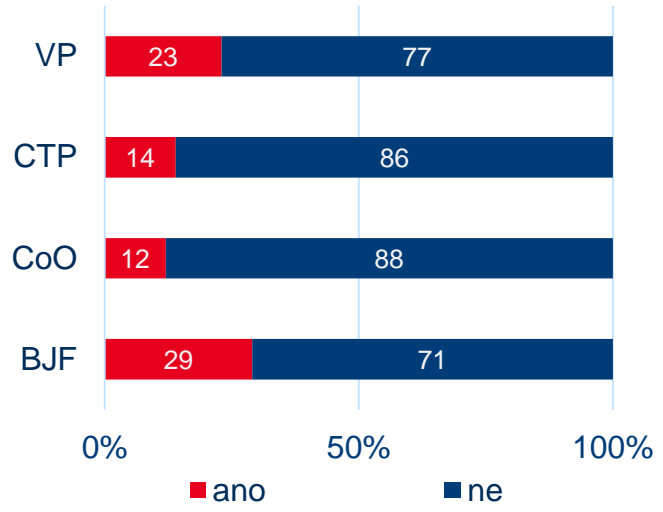
Zaregistroval(a) logo?



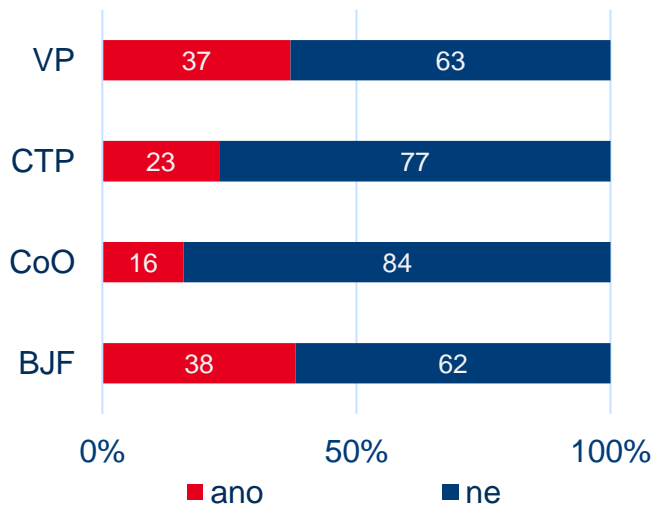
místní



DCR



incoming



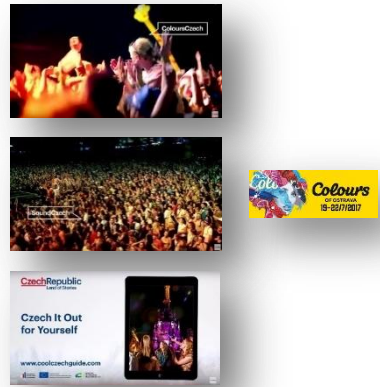
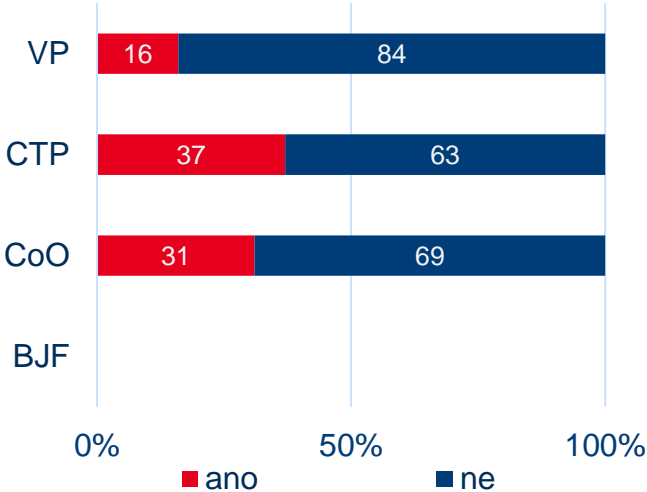
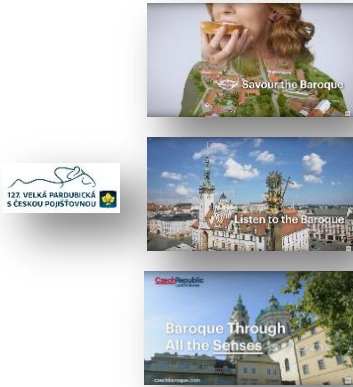
CzechTourism

n _{místní-BJF} =109	n _{DCR-BJF} =97	n _{incoming-BJF} =99
n _{místní-CoO} =107	n _{DCR-CoO} =108	n _{incoming-CoO} =93
n _{místní-CTP} =101	n _{DCR-CTP} =103	n _{incoming-CTP} =99
n _{místní-VP} =110	n _{DCR-VP} =145	n _{incoming-VP} =54

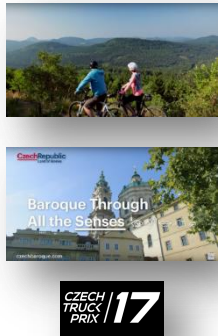
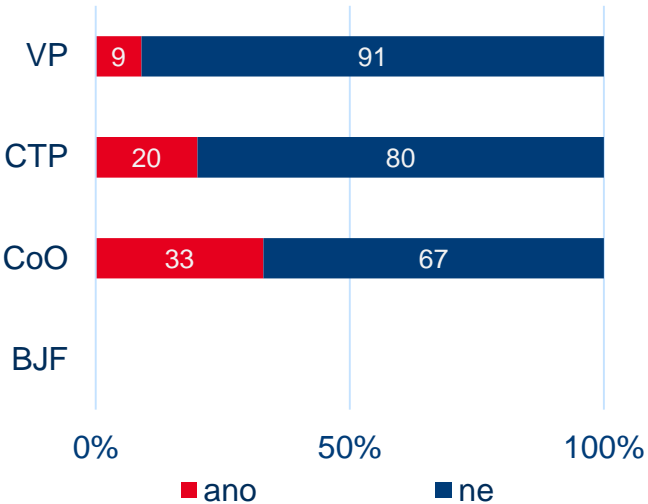
Zaznamenal(a) jste na této akci videoklip přiblížený těmito obrázky?

Zaregistroval(a) videoklip?

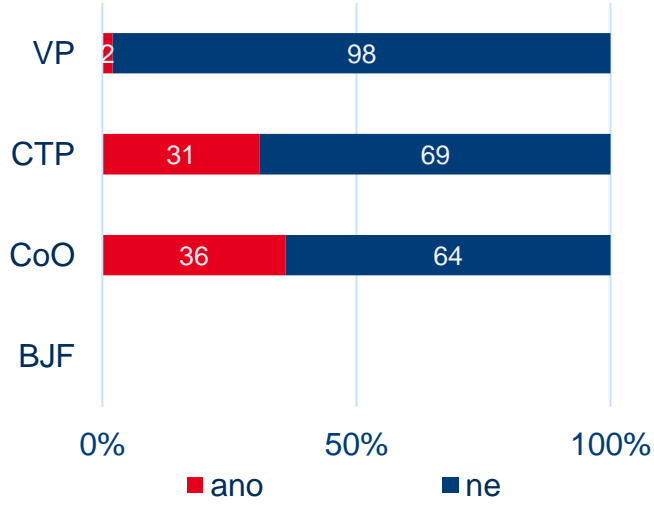
místní



DCR



incoming

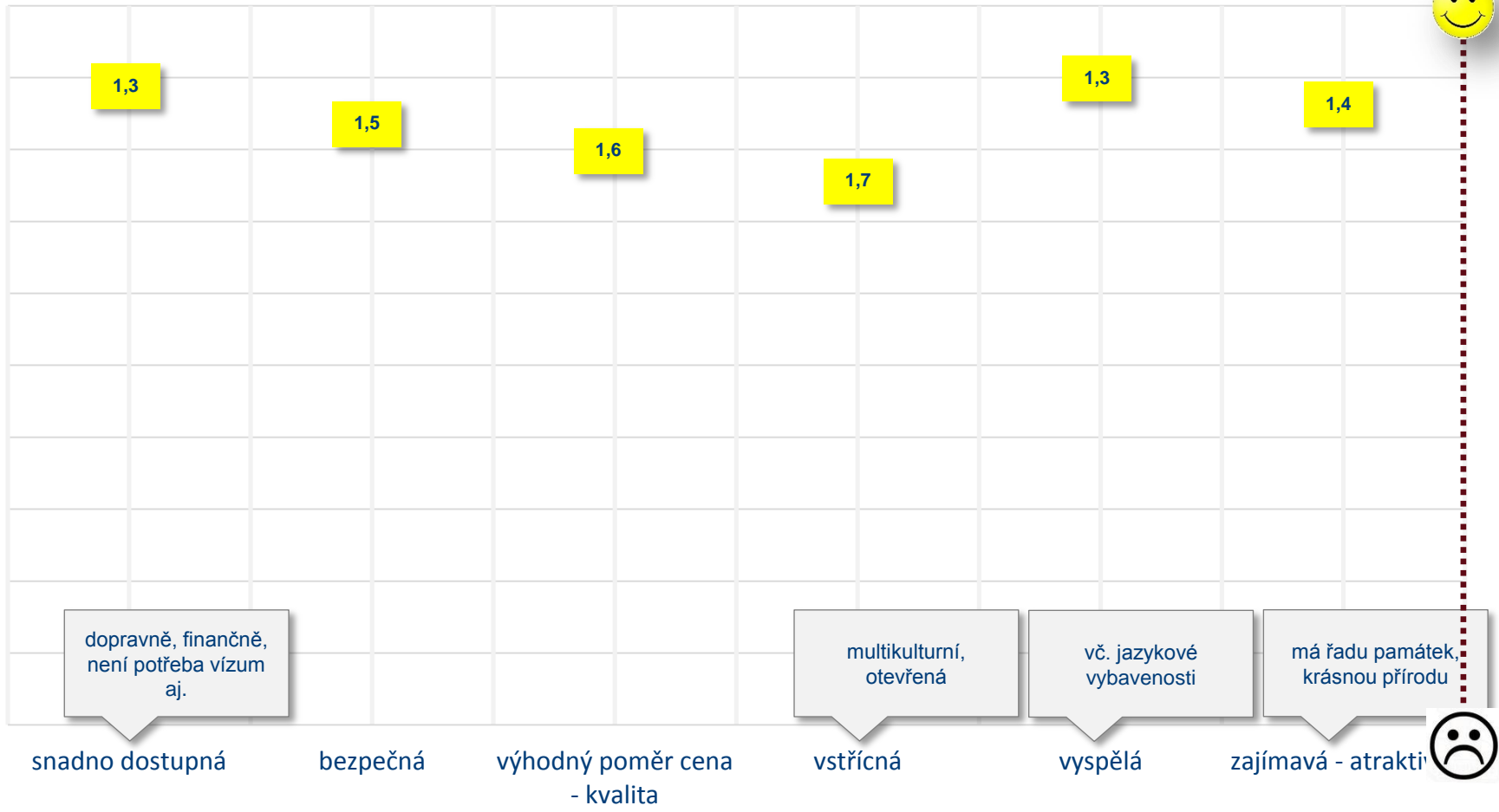


Výroky o České republice – atributy země

Otázka pouze pro zahraniční návštěvníky

Přečtu Vám ještě vybrané atributy, které je možné říci o zemi. Řekněte mi, prosím, nakolik se podle Vás hodí k České republice. Pro hodnocení použijte stupnici od 1 do 4, kde 1 znamená zcela se hodí, 2 spíše se hodí, 3 spíše se nehodí a 4 vůbec se nehodí.

PRŮMĚRNÁ ZNÁMKA 1-4 



dopravně, finančně, není potřeba vízum aj.

multikulturní, otevřená

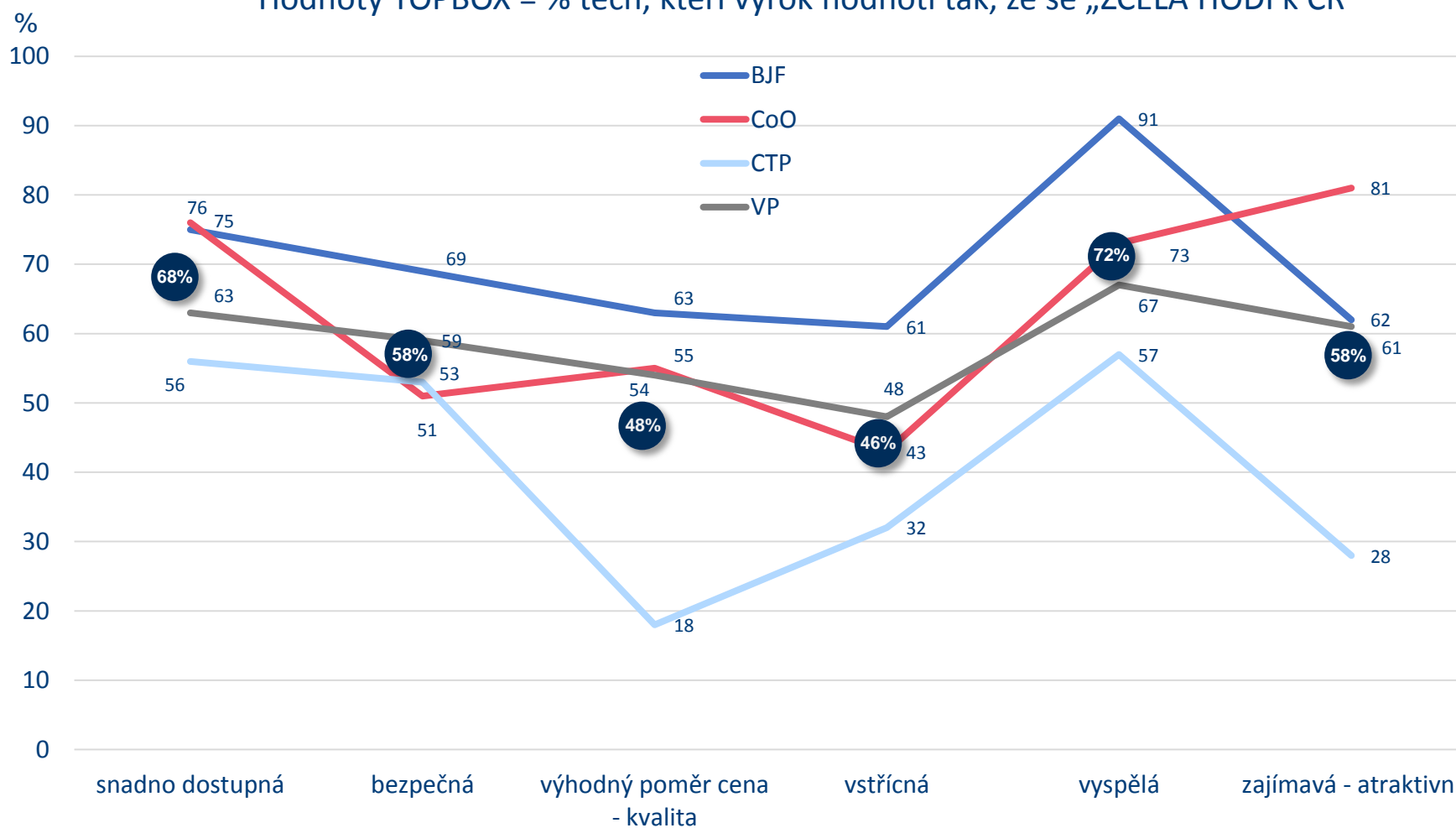
vč. jazykové vybavenosti

má řadu památek, krásnou přírodu

Otázka pouze pro zahraniční návštěvníky

Přečtu Vám ještě vybrané atributy, které je možné říci o zemi. Řekněte mi, prosím, nakolik se podle Vás hodí k České republice. Pro hodnocení použijte stupnici od 1 do 4, kde 1 znamená zcela se hodí, 2 spíše se hodí, 3 spíše se nehodí a 4 vůbec se nehodí.

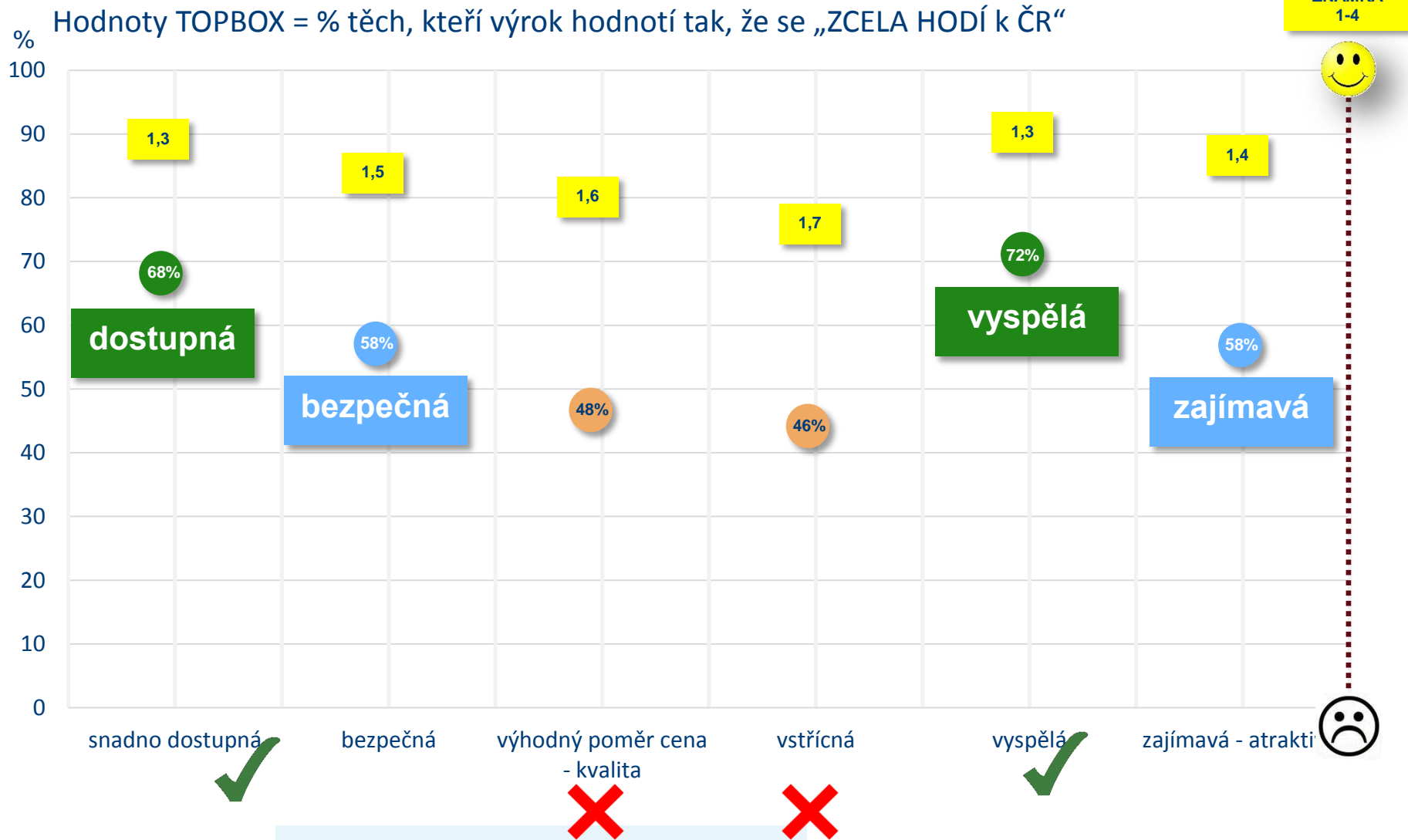
Hodnoty TOPBOX = % těch, kteří výrok hodnotí tak, že se „ZCELA HODÍ k ČR“



Výroky o České republice – atributy země

Otázka pouze pro zahraniční návštěvníky

Přečtu Vám ještě vybrané atributy, které je možné říci o zemi. Řekněte mi, prosím, nakolik se podle Vás hodí k České republice. Pro hodnocení použijte stupnici od 1 do 4, kde 1 znamená zcela se hodí, 2 spíše se hodí, 3 spíše se nehodí a 4 vůbec se nehodí.



Pro CzechTourism pracovala Agentura MindBridge Consulting



■ **Ladislav KLIKA**
CEO

mail to: klika@mindbridge.cz



■ **Tomáš KRAVKA**
EXECUTIVE DIRECTOR

mail to: kravka@mindbridge.cz



■ **David DOHNAL**
RESEARCH EXECUTIVE

mail to: dohnal@mindbridge.cz

Hlavní kontaktní osoba



Soňa Machová

Vedoucí oddělení marketingového výzkumu

machova@czechtourism.cz

www.czechtourism.cz