



**Železniční
společnost
Tanvald**

obecně prospěšná společnost



MARKETINGOVÁ STRATEGIE KOMUNIKACE



zpracovaná v rámci projektu

ZUBAČKA - UNIKÁTNÍ ŽIVÉ KULTURNÍ DĚDICTVÍ JIZERSKÝCH HOR A KRKONOŠ

partnery projektu

Železniční společnost Tanvald, o.p.s.

Norsk Jernbaneklubb Museet Gamle Vossebanen

Červenec 2016

Marketingová strategie komunikace s návštěvníky byla zpracována partnery projektu u příležitosti rekonstrukce budovy bývalé topírny v prostoru kořenovského nádraží s cílem ještě více zpřístupnit kulturní dědictví regionu široké i odborné veřejnosti. Záměrem této strategie je dále intenzivněji popularizovat historickou ozubnicovou železnici, vytvořit plán pravidelného průběžného oslovování veřejnosti a návštěvníků za účelem zvýšení návštěvnosti, zvýšení kulturnosti a povědomí o dovednostech našich předků.

Rekonstrukce památkově chráněné budovy bývalé topírny Kořenov byla zrealizována v rámci projektu ZUBAČKA - UNIKÁTNÍ ŽIVÉ KULTURNÍ DĚDICTVÍ JIZERSKÝCH HOR A KRKONOŠ, který byl spolufinancován z Fondu EHP a Norska 2009 - 2014 (grantu Islandu, Lichtenštejska a Norska).

Projekt zrealizovala Železniční společnost Tanvald, obecně prospěšná společnost, za vydatné spolupráce partnera projektu, norského spolku Norsk Jernbaneklubb Museet Gamle Vossebanen.

Stavba byla provedena dle projektové dokumentace hlavního projektanta ing. arch. Ivana Lejčara - ALEJ architektonický ateliér.

Architektonicko-stavební řešení zpracovali ing. arch. Petr Lédl, Vladislav Kašper a Martin Zeman. Stavebně konstrukční řešení je dílem ing. Tomáše Štejfky.

Dřevěný krov z lepených vazníků v kontrastu ke kamennému žulovému zdivu je nejpůsobivější částí stavby. Při záchraně tohoto industriálního skvostu došlo ke šťastné symbióze původního a rekonstruovaného zbytku stavby s moderní konstrukcí jednoduché dřevěné střechy.

Působivost a dobrá řemeslnost provedení je dílem dodavatelské firmy BREX, spol. s r. o., Liberec.

Ve zrekonstruovaném památkově chráněném objektu byl vybudován prostor pro vytvoření muzea historických železničních vozidel s příznačným názvem **VÝTOPNA KOŘENOV**.

Záměrem umístění sbírky historických vozidel muzejní povahy je co nejvíce ji přiblížit návštěvníkům, udělat ji maximálně živou, přívětivou, originální, s přidanou hodnotou nadšení místních dobrovolníků, renovujících historická vozidla.

Expozice podporuje identitu industriálního kraje bohatého na autentické kulturní dědictví.

Současně s obnovou Výtopny a vytvořením muzea historických železničních vozidel byla vytvořena tato Strategie marketingové komunikace a působení na návštěvníky, která zahrnuje celkovou vizi způsobu práce se sbírkami a zpřístupňování sbírek veřejnosti. Železniční společnost Tanvald, o.p.s., která má ve svém vlastnictví nejen historická vozidla, ale i další doplňkový depozitář původního autentického vybavení, náradí i dalších předmětů, chce sbírky neustále doplňovat, měnit, zatraktivňovat a dotvářet tak průběžně svoji unikátní nabídku.

Zároveň má za cíl spolupracovat s dalšími dobrovolníky, podnikateli, neziskovými organizacemi i místní samosprávou na podporu poznání železniční historie.

Ve Výtopně je umístěna živá expozice vozidel, která jsou většinou provozuschopná a budou schopná z Výtopny vyjízdet na trať. Při pořádání kulturních akcí bude také možné část vozidel vyvézt ven před budovu a nechat tam působit na návštěvníky expozic pod širým nebem.

Expozice vozidel a zařízení proto nebude neměnná.

Živou expozici dotváří pracovní zázemí u zadní stěny Výtopny mezi kolejemi 1 a 2, kde jsou skříně s náradím, ponky apod. Kolej 1 s bočními kanály bude primárně využívána pro práce na údržbě a opravách železničních vozidel, která bude pohledově přístupná návštěvníkům. Umožní jim přeneseně se účastnit obnovy dědictví našich předků.

Během letní sezóny 2016 budou ve Výtopně prezentována jen ta vozidla, která mohou být postrádána v provozu: motorový vůz M 152.453, motorová lokomotiva T 211.037 a historická drezína Vm. Po skončení hlavní letní sezóny doplní vozidla ještě motorový vůz M 240.057. Po dokončení údržbových prací na točně, během zimní sezóny, přibudou ve výtopně ještě motorový vůz M 240.056 a ozubnicová lokomotiva T 426.0. Druhá ozubnicová lokomotiva bude přes zimu v depu Liberec, kde na ní budou probíhat odborné práce, které není možné v kořenovské Výtopně provést. Ze stejného důvodu nebude v zimní sezóně ve Výtopně motorová lokomotiva T 435.0111. Po dokončení všech těchto oprav budou obě lokomotivy převezeny do Kořenova tak, aby byly k dispozici návštěvníkům během letní sezóny 2017.

Při různých příležitostech bude expozice zatraktivňována zápůjčkami a hostováním vozidel z jiných organizací, především za účelem dlouhodobého udržení zájmu návštěvníků. Toto bude vždy důvodem pro PR a komunikaci s potencionálními návštěvníky.

Důležitým prostředkem komunikace budou kulturní akce, které budou pořádány několikrát do roka:

Ještě pro rok 2016 je v plánu **Advent ve Výtopně**, což je uspořádání zvláštní Nostalgické jízdy pro veřejnost před Vánoci. Historická motorová vozidla přijedou do výtopny, kde bude připraven program s vánoční atmosférou. U této kulturní akce je důležité oslovit nejen turisty, ale především místních obyvatele regionu, kteří pozitivně prožívají opravu výtopny, kterou dříve již považovali za nemožnou. Proto bude první akce tohoto druhu určena primárně pro ně. Bude provedena vánoční výzdoba výtopny, dětský sbor zaspívá koledy, bude vánoční občerstvení. Vánoční atmosféru doplní i speciální „železniční adventní věnec“.

Tato akce bude při zájmu pořádána každoročně, model z letošního roku 2016 bude potom použit pro každý další rok, s novými nápady.

V zimní sezóně 2016/2017 pak bude výtopna přístupná ve vybraných dnech s průvodcem.

V letní sezóně 2017 již bude Výtopna otevřena denně a návštěvníci si budou moci s průvodcem prohlédnout unikátní ozubnicové lokomotivy, motorový vůz a další vozidla i dobová zařízení.

Během léta budou uspořádány 2 kulturní akce (hudební produkce nebo filmová představení), které by mohly přitáhnout pozornost široké veřejnosti a podpořit tak aktivity i z neželezničního pohledu a přitáhnout tak fanoušky bez zvláštního vztahu k železniční historii.

V rámci této komunikační marketingové strategie je naplánováno pro rok 2017:

- ✓ Kulturní akce - divadelní představení
- ✓ Kulturní akce - promítání filmů
- ✓ Kulturní akce - hudební produkce
- ✓ Při „Modelových sobotách na zubačce“ budou přesunuty výstavy železničních modelů z haly nádražní budovy do Výtopny, což umožní pozvat i více modelářů. Právě výstavy modelů a setkání modelářů je jedna z programových náplní, které podpoří kulturní využití opravené výtopny a těší se velkému zájmu veřejnosti.
- ✓ Minimálně 6 Nostalgických jízd v roce 2017, každá Nostalgická jízda bude mít jiné zaměření (Dětský den, Modelářská sobota, spolupráce při pivních slavnostech Harrachov, pout' na Jizerce, Borůvkový den, Bramborová sobota)

4

Všechny akce na ozubnicové železnici a ve Výtopně budou marketingově komunikovány prostřednictvím **PR kampaně** s cílem zvýšit povědomí o ozubnicové železnici Tanvald - Kořenov - Harrachov, o regionu s industriální krajinou a bohatým kulturním dědictvím, s cílem více toto vše zpřístupnit veřejnosti formou nabídky zážitkové turistiky.

Cílem PR kampaně by měla být média (tisk - regionální deníky, odborná literatura - časopisy, populárně naučné tematické přílohy a časopisy, rozhlasové stanice, internetové zpravodajské a cestovatelské servery).

Nástroji PR kampaně budou tiskové zprávy, články (například Tipy na výlety s fotografiemi), reportáže, inzerce v tisku i bannery na webových serverech. Nezanedbatelným nástrojem je i direkt mailing a infomarketing.

Časování kampaně - letní sezona 2017

Cílová media - regionální deníky (např. Deník Jablonecka, MF dnes, Naše Jablonecko, 5+2), celoplošné deníky (Právo, Mladá fronta, 5+2), časopisy, regionální i celoplošné rozhlasové i televizní stanice (RCL, Evropa2, Český rozhlas Radiožurnál, TV RTM, ČT, Nova, Prima), internetové cestovatelské servery, servery s železniční tematikou, suplementy deníků, tematické přílohy s tipy na výlety a dovolenou, odborná železniční literatura.

Marketingová komunikační strategie doporučuje vytvořit nové LOGO Železniční společnosti Tanvald, o.p.s. a jednotný grafický manuál vizuální identity všech tištěných a elektronických výstupů.

Doporučuje se vytvořit stálou dostupnou fotogalerii k propagačním účelům.

Doporučení, co má PR kampaň zahrnovat v roce 2017:

- 1 x inzertní kampaň v regionálním nebo odborném časopisu, například na $\frac{1}{4}$ - $\frac{1}{2}$ strany, dle finanční náročnosti
- 1 x inzertní kampaň v časopisu, s PR podporou (soutěž pro děti, poukaz na slevu, vstupenka zdarma, kvíz pro rodiny s dětmi i dospělé)
- 2 x tisková zpráva pro stávající a potenciální zákazníky a návštěvníky Zubačky do odborného tiskového média z oblasti cestovního ruchu o vytvoření muzea historických železničních vozidel, o možnosti celodenního prožitku pro celou rodinu, o kulturních akcích ve Výtopně, o Nostalgických jízdách během roku
- 4 x Tip na výlet - krátké tipy na výlety pro TV, rozhlasové stanice například s představením tipu na „Víkend na zubačce“ (2 x Nostalgická jízda, 2 x kulturní akce)
- 3 x Tip na výlet v tištěných periodikách a serverech s využitím grafické vizuální identity, s představením Zubačky jako možnosti celodenního nebo vícedenního prožitku pro laickou i odbornou veřejnost a zejména pro rodiny s dětmi
- 1 x reportáž/zpravodajství v regionálních rozhlasových stanicích
- 1 x zpravodajství v regionální + celoplošné TV
- 1 x propagační banner na železničních vozidlech s grafickou vizuální identitou
- vícekrát PPC kampaň na Facebooku, která přiláká nové fanoušky a informuje o aktivitách a novinkách
- vícekrát bannery na internetových portálech lákající na atmosféru Zubačky s proklikem na www.zubacka.cz

- Direct mailing = posílání zpráv a pozvánek návštěvníkům a fanouškům, kteří se zaregistrují, aby byli informováni o novinkách, akcích a aktivitách na Zubačce. Pravidelnější Direkt mail by především poukazoval na trvalou nabídku a také na novinky na Zubačce

Některé aktivity Železniční společnost Tanvald, o.p.s. již nyní provádí, ale **velmi důležité je kampaň ucelit, graficky jednotně zpracovat a umístit v čase. Pověřit PR pracovníka či nakoupit jako službu.**

Tato marketingová komunikační strategie bude doplněna dalšími vizuálními propagačními aktivitami s originální formou prezentace historie místa - **VÝTOPNY:**

- ✓ Na plachtách zavěšených na stěnách uvnitř Výtopny mezi okny budou dobové fotografie a plány spolu se stručnými texty a bude zde představen historický vývoj výtopny a stanice až do současnosti
- ✓ Při pořádání některých vybraných akcí bude využito „retro stylu“. Bude spočívat v retro kostýmech i retro hudbě, doplňky s doprovodnými atrakcemi a VIP hosty. Tyto zážitkové aktivity mají budoucnost, protože mají přesah a genius loci.

Časový harmonogram PR komunikační kampaně pro zvýšení návštěvnosti Zubačky a zlepšení povědomí o atraktivitě Zubačka a muzeum historických železničních vozidel Výtopna Kořenov:

	DUBEN	KVĚTEN	ČERVEN	ČERVENEC	SRPEN	ZÁŘÍ
AKTIVITA						
TZ	1 x			1 x		
Tip na výlet TV, rozhlas		1 x	1 x	1 x	1 x	
Tip na výlet tisk		1 x		1 x	1 x	
Inzerce		1 x		1 x		
Facebook	Průběžně po celé období					
Banner tištěný			1 x			
Banner internet	1 x		1 x		1 x	
Reportáž		1 x rozhlas		1 x TV		
Direct mailing	několikrát, průběžně po celé období					