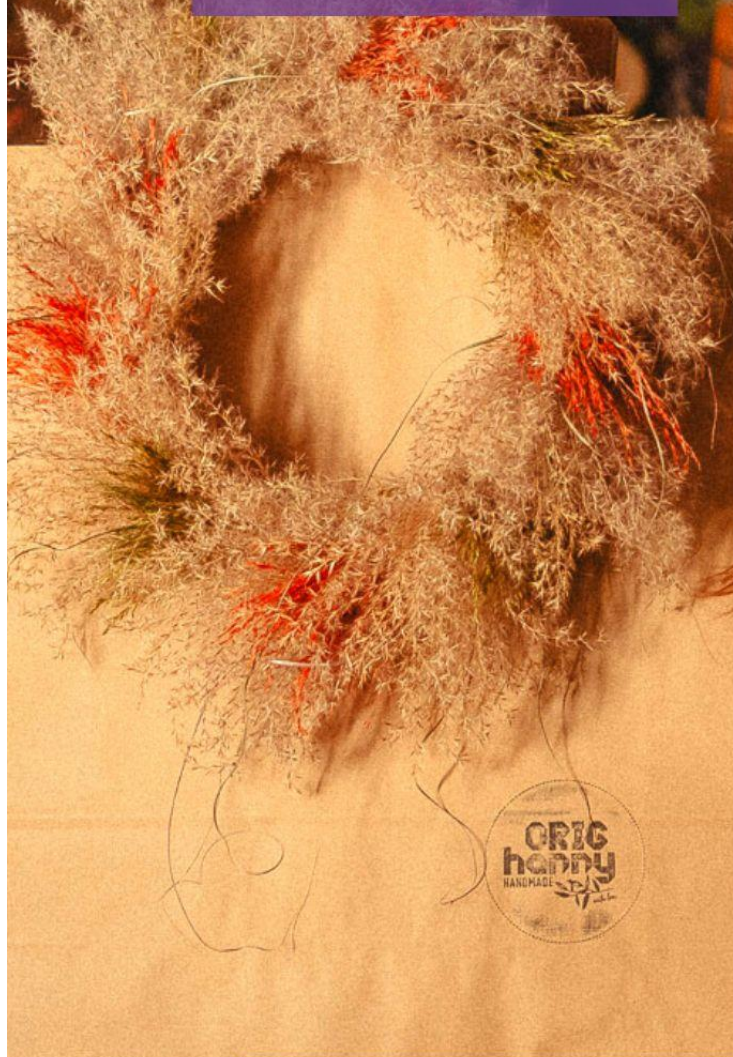




LIBERECKÝ  
KRAJ SOBĚ



Závěrečná zpráva  
2022

# Úvodem o projektu

Vážení přátelé,

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 přivést 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.



Nositelům projektu je Liberecký kraj, odbor regionálního rozvoje a evropských projektů a od roku 2021 je řízením projektu pověřena krajská Agentura regionálního rozvoje spol. s r.o. Při příležitosti hodnocení uplynulého roku děkuji poradnímu sboru, který v projektu hraje důležitou roli. Je složen ze zástupců organizací, které regionálním produktům udělují certifikaci a ze zástupců výrobců samotných. Schází se čtvrtletně, hodnotí a dále směřuje vývoj projektu a kontroluje rozšiřování databáze o necertifikované výrobce.

V roce 2022 pracoval ve složení: Jitka Doubnerová - Místní akční skupina Frýdlantsko, Lucie Podařilová - Sdružení Český ráj, Jindřich Šolc - LAG Podralsko, Petra Hartmanová - Místní akční skupina Krkonoše, Tomáš Tesař a Michal Gorec - řemeslníci, Petr Macháček - farmář, Jura Ibl - Tatrhy, Eva Říhová - odd. tiskové LK a KÚ LK, Iva Maršálková - zastupující resort kultury, památkové péče a cestovního ruchu.

Tradiční výroba, řemeslná zručnost a výtvarné dovednosti mají na severu Čech dlouhodobou tradici. Skláři, textiláci, výrobci šperků, české bižuterie, výrobci potravin a další mistři řemesel svým věhlasem už dávno přesáhli hranice regionu. **LIBERECKÝ KRAJ SOBĚ** propaguje a podporuje typické české výrobky, regionální potraviny, místní služby a tradiční akce. Poznejte Liberecký kraj, um místních řemeslníků a ochutnejte regionální speciality.

## **Jiří Ulvr**

člen rady kraje, řízení resortu hospodářského a regionálního rozvoje, evropských projektů, územního plánování a rozvoje venkova

# A/Smlouva o dílo

## A.1. Marketing

---

### **MARKETINGOVÝ MIX**

Po celou dobu projektu je postupně vytvářen mediální obraz, který se rozvětňuje do různých platforem a dílčích kampaní. Po dobrých zkušenostech z roku 2021 pokračovala po celý rok spolupráce s profesionální firmou 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. Protože během minulého roku došlo ke sjednocení vizuální identity a také nafocení souboru referenčních fotografií, bylo s čím pracovat. Mix se zaměřil na sociální sítě, reklamou na vyhledávače a pokračovala také prezentace videí našeho kanálu YouTube. Všechny kanály se navzájem komunikačně podporují. Od dubna 2022 byl spuštěn podcast Hlavou, srdcem a rukama. Díky tomu se také podpořila aktivita na blogu webu a na podporu těchto dalších platforem byla zaměřena i reklama cílící na sběr nových uživatelů/sledovatelů.

Během roku se realizovaly 4 základní on-line kampaně s obměnou vizuálu, dále kampaň na podporu nového videa na téma Tradiční řemesla a poté vánoční kampaň zahrnující podporu videí z roku 2021, vánoční vizuály zaměřené na dárky a speciální reklama na FB v podobě carouselu s tipy na dárky.

### **REKLAMA**

- online

V roce 2022 pokračovala spolupráce s marketingovou firmou MOMENTUM SYSTEMS. Daří se zvyšovat návštěvnost webu a konverzi (pohyb návštěvníka po webu) 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.

### **Reklamní podpora na vyhledávacích**

- Google: 2.028.177 zobrazení reklamy na podporu regionálních výrobců
- Seznam: 369.399 zobrazení reklamy na podporu regionálních výrobců

## Návštěvnost webového portálu v roce 2022

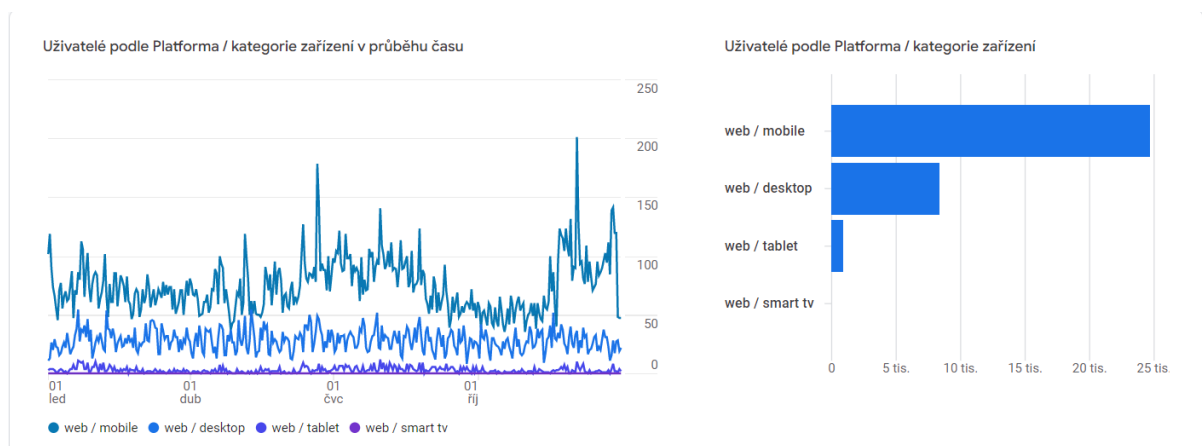
- Návštěvníků portálu za rok 2022: **41 375**
  - To odpovídá průměru **113 návštěvníků** denně
  - Z toho 33.885 prvnávštěvníků
- Aktivních uživatelů je 50 % (při návštěvě webu se na něm aktivně pohybují)
- **20 %** uživatelů se na portál pravidelně vrací
  
- Nárůst návštěvnosti meziročně o **173,79 %**
  - V roce 2021 byla návštěvnost **15 112**, v roce 2022 **41 375**
- Míra uživatelů, kteří se zajímají o obsah vzrostla o **87,51 %**
  - V roce 2021 byla míra zaujetí **26,22 %**, v roce 2022 **49,16 %** (*zaujetí je souhrn více faktorů, které ilustrují aktivní pohyb návštěvníka po webu – proklikávání na podstránky, zobrazování fotografií, prokliky na odkazy, doba strávená na webu*)

Cílem marketingových aktivit je získávat nové uživatele webu a dovést je k tzv. zápisům firem – profilům jednotlivých výrobců. Součástí profilů jsou důležité interaktivní prvky, které vedou potenciálního zákazníka k další akci. Portál tak nabízí možnost přímého prokliku na řemeslníkův e-shop (tlačítko nakupovat), propojení s mapovou navigací k řemeslníkovi prostřednictvím Google map (tlačítko navigovat) a také možnost odeslat prostřednictvím webového formuláře dotaz či poptávku výrobcí.

### Růst interakcí s firemními zápisy:

- Tlačítko navigovat použito 493x, nárůst o 198,18 % (166x v r 2021)
- Tlačítko nakupovat použito 463x, nárůst o 74,06 % (266x v r 2021)
- Odeslání kontaktního formuláře výrobcí 130x, nárůst o 124,14 % (58x v r 2021)

Dále ze sledovaných statistik vyplývá vysoká míra návštěvnosti webového katalogu z mobilních aplikací – 72,6 % uživatelů navštěvuje web z mobilu. To je důležitý ukazatel, který podpořil směřování aktivit v rámci úprav webové prezentace k vylepšení zobrazování na mobilních telefonech.



## SOCIÁLNÍ SÍŤ

Pokračuje správa FB profilu a od května 2022 byla spuštěna prezentace na **Instagramu**, což bylo součástí původní Strategie a doporučil to poradní sbor i oslovení odborníci. Pro Instagram jsou stěžejní dobré fotografie, které doposud nebyly k dispozici, a také proto byl IG vytvořen až nyní. Díky realizované fotozakázce kvalitní fotografie postupně získáváme a vytváříme vlastní portfolio. Instagram sloužil jako **upoutávka na blog a podcast** a také díky rostoucí základně sledovatelů z řad samotných výrobců se dařilo aktivně využívat jejich příspěvky.

### FB profil statistika 2022

- Růst základny fanoušků z 3.248 na 5.560
- Dosah FB stránky 318 078 uživatelů
- Nejvyšší dosah příspěvku 8.584
- Zobrazení reklam 2.166.260

### IG profil statistika 2022 (založena 05/2022)

- Růst základny sledovatelů 162
- Dosah IG stránky 31 907 uživatelů

### Video a YouTube (YT) kanál

Na začátku roku 2022 bylo nasazeno video na téma Tradiční řemesla. Poradní sbor odsouhlasil na konci roku 2021 pokračování ve video kampaních. V létě se uskutečnilo natáčení prvních tří videí do série Pozvánky do Libereckého kraje – výlety do přírody i za řemeslem. Natočeno bylo video v turistickém regionu Máchův kraj, Lužické hory a Jizerské hory. Na kampani spolupracujeme s oddělením cestovního ruchu Krajského úřadu LK. Na jaře roku 2023 budou dotočena videa pro regiony Český ráj a Krkonoše.

Loňská vánoční videa jsme letos opět využili pro vánoční kampaň v kombinaci s FB carouselovou reklamou.

### Statistické údaje kanálu YT 2022

- Odběratelů 28
- TOP video zhlédnutí 34.000
- Vánoční kampaň 2.241 zobrazení

## DALŠÍ FORMY PROPAGACE

### • Účast na trzích a festivalech

Po zkušenostech z prvních akcí v roce 2021 a po konzultaci s poradním sborem, jsme v roce 2022 stánkovou prezentací projektu spojovali s živou ukázkou řemesla a případně další aktivitou pro veřejnost (soutěž pro děti apod.). Během roku jsme také členům sítě přeposílali nabídky organizátorů trhů a akcí, kteří nás oslovují.

22. 5. 2022 Krajský Ekoden a Tatrhy Liberec

Spolupráce s Tradiční venkov – předení a výrobky z vlny, zajištění dalších řemeslníků s předváděním řemesla

3.-4. 6. 2022 iPrima Fresh Festival Liberec

Spolupráce se Zašívárna – výroba ekologických reUse ubrousků na svačiny a pytlíků pro bezobalové nakupování ovoce a zeleniny, prezentace LKS a soutěž pro návštěvníky na pódiu s moderátorem, spolupráce na účasti regionálních producentů potravin

3. 9. 2022 Krajské dožínky Frýdlant

Soutěž na téma Výrobek roku LK „Mlsná taška“ na stáncích regionálních výrobců, spolupráce se značkou Koukol – ukázka předení na kolovratu, prezentace a soutěž pro návštěvníky na pódiu

9. 9. 2022 Den dobrovolnictví Liberec – Zoo

Soutěž pro děti na stánku, prezentace LKS

19. 9. 2022 Den mobility Liberec

Soutěž pro účastníky akce na stánku



*Stánek a propagace projektu na Krajském EKOdni*

- Během sezóny navštívila manažerka projektu další akce a trhy, kde se potkávala a komunikovala jak s organizátory, tak samotnými řemeslníky.

- Prezentace projektu Liberecký kraj sobě se často na akcích odehrává společně s prezentací oddělení cestovního ruchu KÚ LK a projektem Křišťálové údolí. Proto byla během roku 2022 vyvolána diskuse o společné vizuální identitě, kterou budeme po zapracování všech požadavků používat.

## PODCAST A BLOG

Na základě doporučení poradního sboru i marketingových specialistů byl na konci dubna spuštěn podcastový kanál nazvaný Hlavou, srdcem a rukama. Spuštění předcházela příprava vizuální identity spojené s novou identitou celého projektu, úprava webové šablony blogu a vytvoření profilu na podcastových aplikacích. Podcast kompletně zpracováváme vlastními silami ve dvou lidech. Moderátorsky se střídá Tomáš Tesař (regionální výrobce, člen poradního sboru a profesí novinář a fotograf) a manažerka projektu Petra Handlířová. Díky vlastní nahrávací technice je možné flexibilně natáčet v různých prostředích přímo u výrobců v dílnách, na farmě apod. a rozhovor ozvláštňit také autentickými zvuky z výroby. Podcast udržuje vydání jednou za 14 dní, vždy ve čtvrtek večer. O podcast je zájem jak z řad posluchačů, tak z řad výrobců. Zejména proto, že přináší inspirativní rozhovory se zajímavými osobnostmi regionálních řemeslníků a producentů. Ke každé epizodě je vytvořen článek na blogu s odkazem na kanál na Spotify a ten je nasdílen na sociální síť. Vytváří se tak souborný marketingový mix. Na konci léta byla spuštěna reklama propagující poslech rozhovorů.

Statistické údaje jsou bohužel nekompletní z důvodu nefunkčnosti statistik na google platformách. Jednalo se o celosvětový problém, který nezasáhl jen nás. Uvádíme proto údaje z platformy Anchor a v závorce kvalifikovaný odhad se zohledněním možné poslechovosti na platformách Google.

Celkově členové platformy LKS hodnotí tuto aktivitu velmi pozitivně, a proto i poradní sbor doporučil v ní pokračovat, a ještě více provázat s rozvojem blogu a sociálních sítí.

### Podcast Hlavou, srdcem a rukama

- |                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| • Počet vydaných dílů za rok 2022 | 18         |
| • Celkové přehraní                | 500 (1500) |

Nejposlouchanější díly:

1. HLAVOU, SRDCEM A RUKAMA 01: Jak se tvoří microgreens...? Chceme síť farem na pěstování bylinek, říká zakladatelé BeeHydro z Liberce...
2. HLAVOU, SRDCEM A RUKAMA 09: Vykašli se na řeči prodejců a vlez si do ní, říká svým zákazníkům výrobce mořských kajaků značky Triena...
3. HLAVOU, SRDCEM A RUKAMA: O čem bude náš nový podcast?...
4. HLAVOU, SRDCEM A RUKAMA 03: Nejprve šperky a teď i prémiové makronky. Splnila jsem si sen, říká zakladatelka značek KousekTebe a L Makronky Tereza Plášilová...
5. HLAVOU, SRDCEM A RUKAMA 15: Mé zákaznice jsou královnami a zaslouží

si nejlepší péči. Petra Nováková jim ji prostřednictvím své kosmetiky Pimpinella přináší...

Ještě před spuštěním podcastu byl rozšířen web o podstránku Blog. Na začátku roku se uskutečnila kampaň ve spolupráci s platformou SALK/1012+ propagující inovace a rozvoj podnikání v Libereckém kraji na téma #textilžije. V rámci této kampaně vyšlo 7 článků – rozhovorů s regionálními živnostníky a podnikateli. Dále byly na blogu uveřejňovány aktuality, pozvánky na akce, informace např. o nových nositelích regionální značky apod.

## A.2. Rozvoj webu

---

Rok 2022 byl pro celkový rozvoj webu zásadní. Poradní sbor na základě trvajících komplikací odsouhlasil ukončení smlouvy s dosavadním správcem webu a migraci webu pod správu firmy Momentum Systems, se kterou již spolupracujeme na marketingu. Migrace se přes některé komplikace zdařila a firma začala obratem pracovat na opravách vybraných modulů, které jsme s poradním sborem vytypovali jako zásadní – interaktivní mapa, konverze webu pro mobilní aplikace, funkčnost přihlašovacího formuláře a s tím spojené zobrazování profilu výrobců. Tyto zásadní segmenty si nakonec vyžádaly úplné přepracování nebo nové naprogramování šablony a s tím bylo spojeno i navýšení finanční částky za tuto položku. Finance byly přesunuty z položky na publikaci, kterou jsme se po dohodě s poradním sborem rozhodli nerealizovat. Funkčnost webu je rozhodně v projektu prioritou.

Ještě v polovině roku se podařilo nasadit nejen nově naprogramovanou a plně funkční interaktivní mapu, ale i spustit vyhledávání podle klíčových slov. Ta bylo nutné samostatně přiřadit všem již publikovaným profilům výrobců. Dále byl na webové stránky 1. května nasazen pop-up formulář pro registraci k odběru newsletteru pro veřejnost. Do konce roku se registrovalo 152 odběratelů z řad veřejnosti a odesláno bylo 8 newsletterů.

Po dohodě s poradním sborem byl web rozšířen o novou kategorii – Kde nakoupit. Nahradila kategorii Ostatní a využila stávající ikonky košíku. Byla zpracována a poradním sborem schválena minimální kritéria pro tuto kategorii a jsou k dispozici jako součást kritérií pro uveřejnění profilu firmy na webu projektu (podstránka Jak přidat firmu).

### Statistika publikovaných profilů výrobců

- |  |     |
|--|-----|
| • Publikovaných zápisů k 31.12.2021            | 277 |
| • Publikovaných zápisů k 31.12.2022            | 308 |
| • Nových pub. zápisů necertifikovaných výrobců | 37  |

## Newsletter

Jak již bylo řečeno v předchozí kapitole, rozesílka newsletteru od května 2022 probíhala pro dvě cílové skupiny – interní newsletter, který dostávají všichni zapojení výrobci publikovaní na webu LKS a další partneři, a nově také newsletter pro veřejnost. Ten odebírají zájemci na základě informovaného souhlasu prostřednictvím přihlašovacího formuláře na webu.

Na konci roku byla v rámci příprav výročního setkání členů platformy LKS aktualizována databáze kontaktů.

### Statistika využívání interního newsletteru

- TOP počet otevření 134
- TOP počet prokliků 40
- Odesláno bylo 22 newsletterů

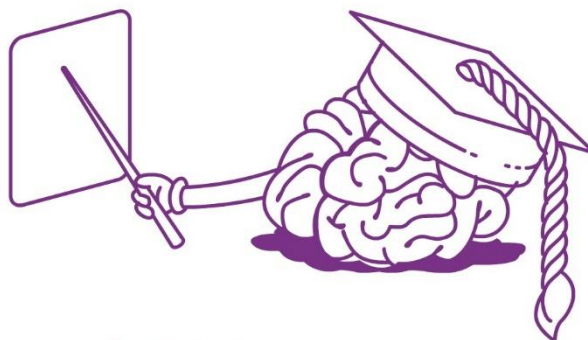
## A.3. Edukační programy

---

Na začátku roku jsme připravili koncept **vzdělávací akademie**. Vycházeli jsme z požadavků výrobců a jejich zpětné vazby na ložské aktivity. Výsledkem je kombinace prezenčních seminářů a videotutorialů. Prvním seminářem v rámci této série byl 31. 3. seminář „I marketing je poctivé řemeslo“. Ještě před tím se uskutečnil seminář 29. 3. k dotacím Libereckého kraje z resortu zemědělství a životního prostředí. Ten se konal převážně pro online účastníky a celý záznam je k dispozici na webu projektu v sekci Tipy a triky (<https://1url.cz/fKypA>).

Bohužel neseriózností lektora se nepodařilo vytvořit plánované navazující videotutorialy. Po několika pokusech s jinými lektory jsme navázali spolupráci s organizací Holky z marketingu - Lucíí Pětníkovou a podařilo se Vzdělávací akademii LKS spustit navazujícími aktivitami na podzim. Nejprve byl interním newsletterem odeslán e-book navazující na březnový seminář. Obsahoval celou řadu návodných videotutorialů, které jsou neveřejně přístupné (pouze proklikem z e-booku) na YT kanálu projektu. Následně se uskutečnil nový seminář se Zuzanou Pětníkovou a na něj opět navazoval další e-book.

VZDĚLÁVACÍ  
AKADEMIE



 LIBERECKÝ  
KRAJ SOBĚ

# I marketing je řemeslo II

18. října 2022, 15:30 - 18:00

Lipo.ink v Liberci, U Jezu 525/4 Liberec

Vzdělávací akademie projektu



LIBERECKÝ  
KRAJ SOBĚ



E-booky jsou přílohou.

Po mnoha diskusích a zpětné vazbě od výrobců budeme v této formě vzdělávání pokračovat a v novém roce navážeme dalšími tématy z oblasti reklamy a marketingu.

I v roce 2022 jsme se zapojili do iniciativy Ženy ze Severu. Členky platformy LKS se akcí velmi rády účastní a na posledním předvánočním setkání se aktivně zapojily i formou malého jarmarku s neprodejní prezentací svých výrobků. Aktivně jsme také přeposílali nabídky na další vzdělávací aktivity nabízené Libereckým podnikatelským inkubátorem Lipo.ink.

## B/Smlouva na výkon činnosti

---

### B.1. Správa webu

---

Jak již bylo uvedeno v kapitole A.2. Rozvoj webu, celý rok se nesl v duchu velkých změn. Vedle zásadních popsanych aktualizací webu ale probíhala i běžná správa webu spočívající v aktualizacích stávajících profilů výrobců a vytváření profilů nově registrovaných výrobců. Aktivně se na webu pracovalo s propojováním článků blogu a sociálních sítí a podcastové platformy. Na konci roku byla po provedených změnách zpracována také obsahová rešerše a ve spolupráci s firmou spravující web připraven plán rozvoje na rok 2023. Během roku se také v rámci projektu Konventa 2022 podařilo vytvořit podstránku v německém jazyce. Ta obsahuje základní informace o projektu a byla financována mimo rozpočet LKS.

### B.2. Přímá podpora výrobců

---

V roce 2022 byla vedle skupinových vzdělávacích a prezentačních aktivit vyvíjena také aktivita formou osobních setkání s výrobcí. Jednalo se o konzultace projektových záměrů a s tím souvisejících možností financování, možnosti propojení marketingových kanálů mezi výrobcí a projektem LKSobě a nastavení vzájemné informovanosti. Podíleli jsme se také na rozvoji propagace aktivit jednotlivých výrobců, kteří pořádají akce pro veřejnost - např. Dny sklářského řemesla paní Štrynclové na Kittlově domě. Výrobci také řešili technickou správu svých profilů na webu lkso.be.cz a možnosti jejich vylepšení. V rámci návštěv trhů a podobných akcí jsme ještě nečlenské výrobce informovali o projektu a jeho smyslu a konzultovali s nimi jejich možné zapojení do projektu.

### B.3. Management projektu

---

Řízení projektu po celý rok prolínalo všemi aktivitami. Podařilo se stabilizovat brand značky a rozšířit povědomí o něm jak mezi širokou veřejností, tak mezi samotnými výrobcí a partnery. Projevilo se to např. tím, že nás cíleně oslovovali organizátoři akcí s nabídkou na účast řemeslníků. 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. Zintenzivnili jsme také spolupráci v rámci dalších platform Libereckého kraje, zejména s projektem Křišťálové údolí a také platformou Smart

akcelerátor/1012+. S tou jsme navázali aktivní spolupráci v rámci populární akce pro veřejnost PechaKuchaNight, kdy se do každého tematického večera zapojují jako prezentující také vtipovaní regionální výrobci.

Jako závěrečné zhodnocení projektu se podařilo 19. ledna 2023 uskutečnit společné setkání celé platformy Liberecký kraj sobě. Akci jsme spojili s předáváním certifikátů regionální značky Regionální produkt Jizerské hory a výročním setkáním platformy Křišťálové údolí. Celkově se na akci zaregistrovalo na 200 zástupců značek. Součástí programu společné části projektu Liberecký kraj sobě byla prezentace výstupů projektu za rok 2022 a plánů na rok 2023, prezentace dotačního programu na podporu regionálních řemeslníků Libereckého kraje a také zpětná vazba, kterou se v písemné podobě podařilo na místě získat od 51 výrobců a další se ještě bude sbírat formou on-line formuláře. Setkání mělo velmi pozitivní ohlas.

