

Hierarchie cílů	Objektivně měřitelné indikátory	Zdroje ověření indikátorů	Rizika a předpoklady
I. Zvýšení příjmů z cestovního ruchu pro obce a soukromé subjekty rovnoměrně po celém území i rovnoměrně v čase za využití moderních digitálních technologií a metod destinačního managementu.	I.1 Počet a objem vybraných poplatků z pobytu	Data z obecních úřadů	-
	I.2 Rozprostření lidí v čase a území	Data z karty hosta	-
	I.3 Zvýšení návštěvnosti vybraných atraktivit	Data z atraktivit	-
II. 1 Zřízení karty hosta	Počet vydaných karet hosta/rok	Statistický modul karty hosta	Technicky komplikované využití karty (čtečky, pracnost postupu při akceptaci atp.)
	Počet nabídnutých výhod u partnerů	Statistický modul karty hosta	Málo atraktivní obsah karty
	Zviditelnění atraktivit s nevyužitou návštěvní kapacitou	Data o návštěvnosti z těchto atraktivit	Nedostatečná atraktivita těchto míst ve srovnání s hlavními atraktivitami regionu
II.2 Založení DMO	Počet zakládajících členů	Zakládací listina/smlouva o partnerství	Nízká motivace pro aktivní zapojení
	Definované střednědobé cíle organizace	Studie cestovního ruchu Trutnovska a východních Krkonoš - návrhová část (v realizaci)	Nestabilita vnějšího prostředí (socio ekonomicko politicko epidemická)
	Dokončená analýza destinačního webu	Analýza destinačního webu	Výběr nekvalitního/nespolehlivého dodavatele
II.3 Zavedení elektronické evidence ubytovacích poplatků	Počet registrovaných ubytovatelů	Elektronická evidence poplatků z pobytu	Ubytovatelé budou dále upřednostňovat fyzického podání
	Počet evidenčních systémů do kterých je nutno zapisovat (Cílová hodnota: 1)	Počet api propojení na systémy státu a třetích stran	Finanční a technologická náročnost propojení
	Počet vybraných ubytovacích poplatků	Elektronická evidence poplatků z pobytu	Nezbytnost spuštění karty hosta v bezprostřední návaznosti na evidenci poplatků

II.4 Zřízení Webshopu	Počet zapojených partnerů nabízejících vstupné a služby	Statistický modul webshopu	Nízká atraktivita partnerů
	Rovnoměrné využití časových slotů atraktivit	Data z prodeje na webshopu	Nezájem návštěvníků o sloty mimo hlavní návštěvní časy
	Online prodej vstupného	Data o prodeji z webshopu	Nízká kvalita zákaznické podpory
II.1.1 Softwarový modul pro kartu hosta spuštěn	Funkční nástroj kompatibilní s ostatními sw částmi navrhovaného řešení	Podepsaný předávací protokol s dodavatelem	Nedostatečně atraktivní nabídka pro turisty
II.1.2 Nabídka výhod pro uživatele karty hosta sjednána	Počet uzavřených partnerství	Smlouvy o partnerství	Stabilní ekonomická a epidemická situace
II.1.3 Vybrán nosič akceptovaný u všech zapojených partnerů	Funkční nástroj kompatibilní se SW částmi navrhovaného řešení, použitelný na běžně dostupném HW	Dohoda o použité technologii jako součást smlouvy o partnerství	Ochota přizpůsobit vlastní procesy na straně zapojených partnerů
II.2.1 Destinační web spuštěn	Destinační web	Podepsaný předávací protokol s dodavatelem	Chaotická komunikace ve všech rovinách - tipy na výlety, služby na kartě hosta a prodej skrze webshop
II.2.2 Marketingový plán vytvořený	Marketingový plán	Podklady pro ustavující valnou hromadu	Dohoda obcí a partnerů nad prioritami a harmonogramem naplňování plánu
II.2.3 Vytvořena strategie DMO	Strategie DMO	Podklady pro ustavující valnou hromadu	Funkční a živý dokument, který reflektuje vývoj zájmů stakeholderů i změny vnějšího prostředí
II.3.1 Softwarový modul pro elektronickou evidenci poplatku z pobytu spuštěn	Funkční nástroj kompatibilní s ostatními sw částmi navrhovaného řešení	Podepsaný předávací protokol s dodavatelem	vysoké finanční náklady spojené s doprogramováním
II.3.2 Napojení na systémy třetích stran dojednáno	Počet akceptací z třetích stran	Smlouvy o akceptaci	Stabilní legislativní a organizační prostředí na straně napojených třetích stran (cizinecká policie, český statistický úřad atp.)
II.3.3 Napojení na systémy třetích stran naprogramováno (api)	Počet naprogramovaných api	Podepsaný předávací protokol s dodavatelem	Stabilní technologické prostředí na straně napojených třetích stran (cizinecká policie, český statistický úřad atp.)

II.4.1 Webshop spuštěn	Funkční nástroj kompatibilní s ostatními sw částmi navrhovaného řešení	Podepsaný předávací protokol s dodavatelem	Nezájem o nabídku služeb ze strany soukromého sektoru
II.4.2 Propojení prodejních nástrojů zapojených partnerů s webshopem dokončeno	Počet napojených prodejních nástrojů partnerů	Smlouvy o zprostředkování prodeje	Prefrence on-line prodeje ze strany zapojených partnerů
II.4.3 Dohody o provizním systému s partnery uzavřeny	Počet uzavřených partnerství	Smlouvy o zprostředkování prodeje	Stabilní ekonomické a organizační prostředí na straně zapojených partnerů
III.1.1 Vyjednání smluvních podmínek o poskytnutí slevy na kartu hosta s atraktivitami	Man day: 6 Vlastní vstupy: 6 Externí dodávky: 0	Harmonogram: 04/2021 Před schválením projektu zastupitelství	Nezájem ze strany soukromého sektoru poskytnou nabídku
III.1.2 Propojení karty hosta na odbavovací software	Man day: 7 Vlastní vstupy: 0 Externí dodávky: 7 (bude upřesněno)	Harmonogram: Etapa VIII.	Nezájem ze strany provozovatelů odbavovacích softwarů o propojení
III.1.3 Propojení karty hosta na parkovací systémy	Man day: 5 Vlastní vstupy: 0 Externí dodávky: 5 (bude upřesněno)	Harmonogram: Etapa VIII.	Finanční náročnost propojení
III.2.1 Najmutí marketingového specialisty	Man day: 1,5 Vlastní vstupy: 1,5 Externí dodávky: 0	Harmonogram: Etapa IV.	Kandidát s nedostatečnými zkušenostmi z oblasti destinačního marketingu
III.2.2 Vytvoření obsahu destinačního webu	Man day: 16 Vlastní vstupy: 4 Externí dodávky: 12	Harmonogram: Etapa VII.	Neoriginální a málo atraktivní obsah, který turisty nezaujme
III.2.3 Zaškolení ubytovatelů a atraktivit se softwarem	Man day: 6 Vlastní vstupy: 5 Externí dodávky: 1	Harmonogram: Etapy IX., X. a XI.	Složitost a špatné UIX softwaru
III.2.4 Vytvoření loga a vizuální identity organizace	Man day: 8 Vlastní vstupy: 1 Externí dodávky: 7 (bude upřesněno)	Harmonogram: Etapa V.	Neodborné obsazení výběrové komise
III.3.1 Propojení elektronické evidence na PMS softwaru	Man day: 15 Vlastní vstupy: 1 Externí dodávky: 16 (bude upřesněno)	Harmonogram: Etapa VIII.	Vysoká cena implementace modulu do PMS softwarů
III.3.2 Definování datového toku v souladu s PMS softwaru	Man day: 1 Vlastní vstupy: 0,5 Externí dodávky: 0,5	Harmonogram: Etapa VIII.	Zdvojení odesílání informací

III.3.3 Propojení elektronické evidence s cizineckou policií a statistickým úřadem	Man day: 2 Vlastní vstupy: 0 Externí dodávky: 2 (bude upřesněno)	Harmonogram: Etapa VIII.	nedostatečná definice reportu cizinecké policii
III.4.1 Vyjednání smluvních podmínek o prodeji vstupného s atrakcivami	Man day: 2 Vlastní vstupy: 2 Externí dodávky: 0	Harmonogram: Etapa VIII. Na základě konkrétní specifikace softwaru	Nezájem soukromého sektoru o prodej vstupného skrze tento kanál
III.4.2 Implementace rezervačního systému do webshopu	Man day: 1 Vlastní vstupy: 0 Externí dodávky: 1 (bude upřesněno)	Harmonogram: Etapa VIII.	nedoladěné UIX
III.4.3 Personální zajištění helpdesku	Man day: 1 Vlastní vstupy: 1 Externí dodávky: 0	Harmonogram: Etapa XI.	Finanční náročnost, případně nedostatečná úroveň kvality personálu
Schválení vzniku zastupitelstvy obcí SOVK		Harmonogram: Etapa I.	Nízká míra politické shody napříč celými zastupitelstvy
Založení zapsaného spolku - právní a organizační kroky; (Obsazení pozic v orgánech spolku - volbou a dohodou zakládajících členů)		Harmonogram: Etapa II. a III.	Formální právní nebo administrativní chyba či opomenutí
Negativní vymezení co není obsahem projektu		Základní vstupní předpoklady:	Zajištění financování pro první rok fungování DMO
Marketingová kampaň			Jasná identifikace společných zájmů
Ubytovací portál			Politická shoda napříč obcemi SOVK
Nástroj kontroly správnosti vykazovaných a odváděných ubytovacích poplatků			
On-line cestovní agentura - OTA			
Nástroj - další komunikační kanál turistických informačních center			
Generátor slevových kupónů			
Reklamní portál			