

Vaše návštěva má smysl

PRŮBĚŽNÉ VÝSLEDKY
DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

17.2.2025



JESENÍKY

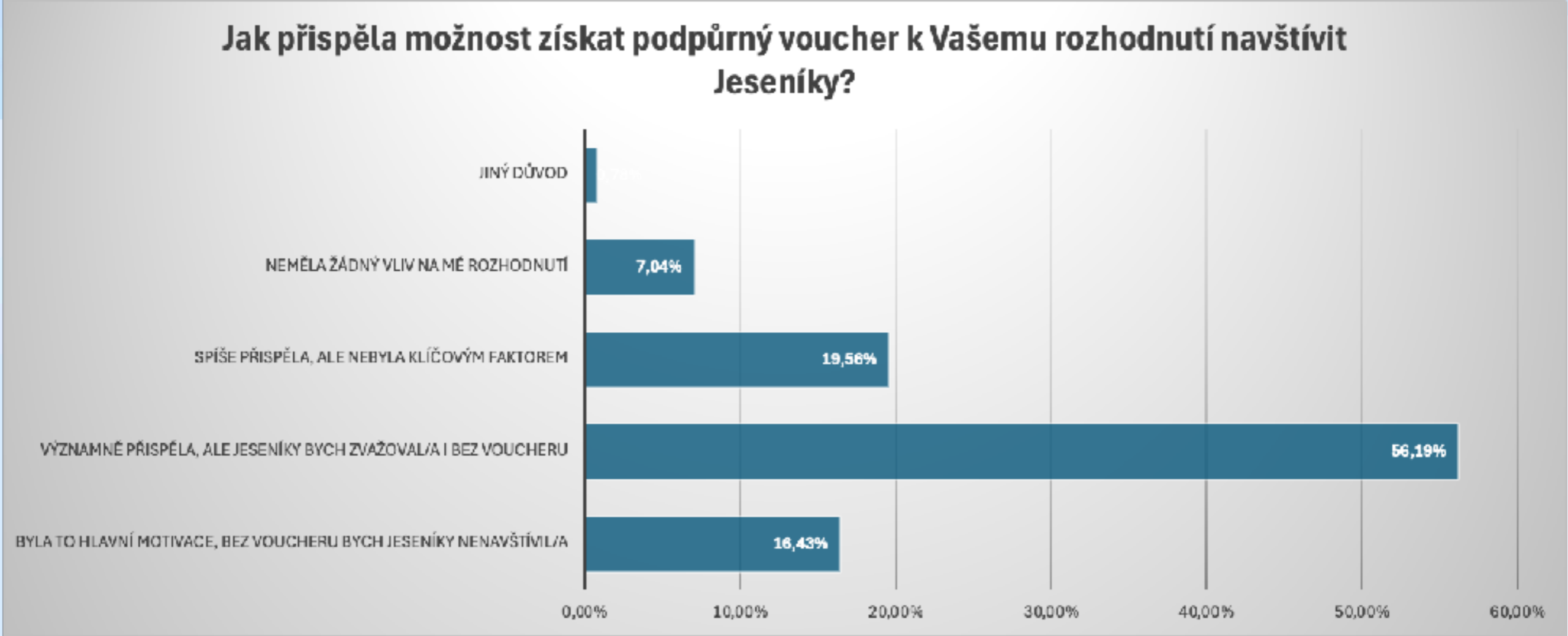


voucher

Vaše návštěva má smysl...

VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ VOUCHERY 2025/1		17.02.2025	
č.	Otázka	počet	%
1.	Jak přispěla možnost získat podpůrný voucher k Vašemu rozhodnutí navštívit Jeseníky?	1406	
	Byla to hlavní motivace, bez voucheru bych Jeseníky nenavštívil/a	231	16,43%
	Významně přispěla, ale Jeseníky bych zvažoval/a i bez voucheru	790	56,19%
	Spíše přispěla, ale nebyla klíčovým faktorem	275	19,56%
	Neměla žádný vliv na mé rozhodnutí	99	7,04%
	Jiný důvod	11	0,78%
2.	Jaký je hlavní důvod Vaší plánované návštěvy Jeseníků?	1403	
	Aktivní dovolená (turistika, cyklistika, horolezectví)	393	28,01%
	Zimní sporty (lyžování, snowboarding, běžky)	370	26,37%
	Relaxace a wellness (lázně, masáže, sauna)	149	10,62%
	Příležitost strávit čas s rodinou nebo přáteli	241	17,18%
	Objevování přírodních krás (vodopády, jeskyně, výhledy)	203	14,47%
	Návštěva kulturních nebo historických památek	31	2,21%
	Jiný důvod	16	1,14%
3.	Byli jste již někdy v minulosti v Jeseníkách?	1402	
	Ano, vícekrát (5 a více návštěv)	780	55,63%
	Ano, opakovaně (2–4 návštěvy)	381	27,18%
	Ano, jednou	178	12,70%
	Ne, bude to moje první návštěva	63	4,49%
4.	Pokud jste již Jeseníky navštívili, jak jste byli spokojeni?	1492	
	Velmi spokojen/a, vše splnilo nebo překonalo má očekávání	897	60,12%
	Spíše spokojen/a, ale některé věci mohly být lepší	496	33,24%
	Neutrální, nemám výrazné pozitivní ani negativní dojmy	99	6,64%
	Spíše nespokojen/a, bylo několik zklamání	0	0,00%
	Velmi nespokojen/a, očekávání nebyla splněna	0	0,00%
5.	Jeseníky se rozkládají na třech krajích (Olomoucký, Moravskoslezský a Pardubický) to mnohdy komplikuje jejich propagaci. Je pro Vás samozřejmé, že by měl a být propagace Jeseníků jednotná? A jak moc jednotná? Zakroužkujte vaše výběry – mohou být i všechny	3823	
	jednotná propagace	945	24,72%
	jednotný web	868	22,70%
	jednotné sociální profily - Facebook, Instagram a další	424	11,09%
	jednotné tiskoviny - průvodce, mapa, letáky, turistické noviny a další	657	17,19%
	jednotná prezentace na veletrzích a roadshow	279	7,30%
	jednotné kampaně a propagační akce	420	10,99%
	jednou komunikaci v médiích	230	6,02%

1. Jak přispěla možnost získat podpůrný voucher k Vašemu rozhodnutí navštívit Jeseníky?		1406	
	Byla to hlavní motivace, bez voucheru bych Jeseníky nenavštívil/a	231	16,43%
	Významně přispěla, ale Jeseníky bych zvažoval/a i bez voucheru	790	56,19%
	Spíše přispěla, ale nebyla klíčovým faktorem	275	19,56%
	Neměla žádný vliv na mé rozhodnutí	99	7,04%
	Jiný důvod	11	0,78%



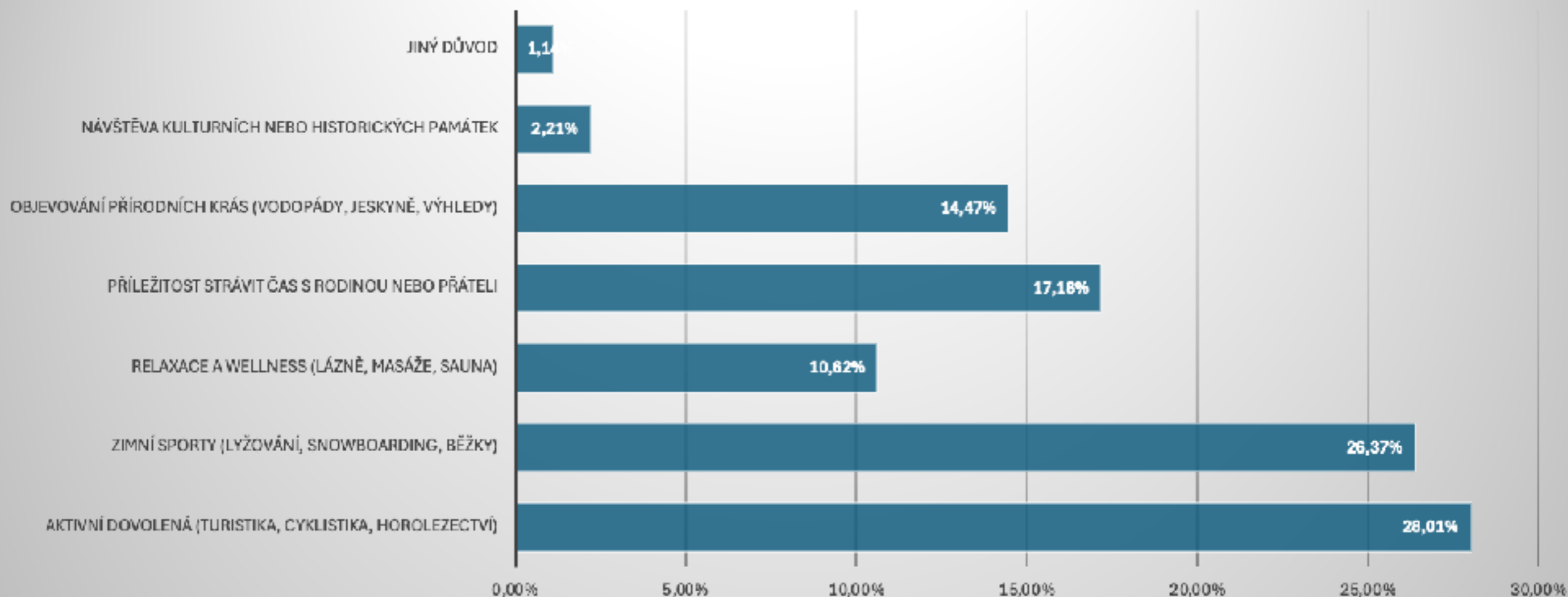
2.

Jaký je hlavní důvod Vaší plánované návštěvy Jeseníků?

1403

Aktivní dovolená (turistika, cyklistika, horolezectví)	393	28,01%
Zimní sporty (lyžování, snowboarding, běžky)	370	26,37%
Relaxace a wellness (lázně, masáže, sauna)	149	10,62%
Příležitost strávit čas s rodinou nebo přáteli	241	17,18%
Objevování přírodních krás (vodopády, jeskyně, výhledy)	203	14,47%
Návštěva kulturních nebo historických památek	31	2,21%
Jiný důvod	16	1,14%

Jaký je hlavní důvod Vaší plánované návštěvy Jeseníků?



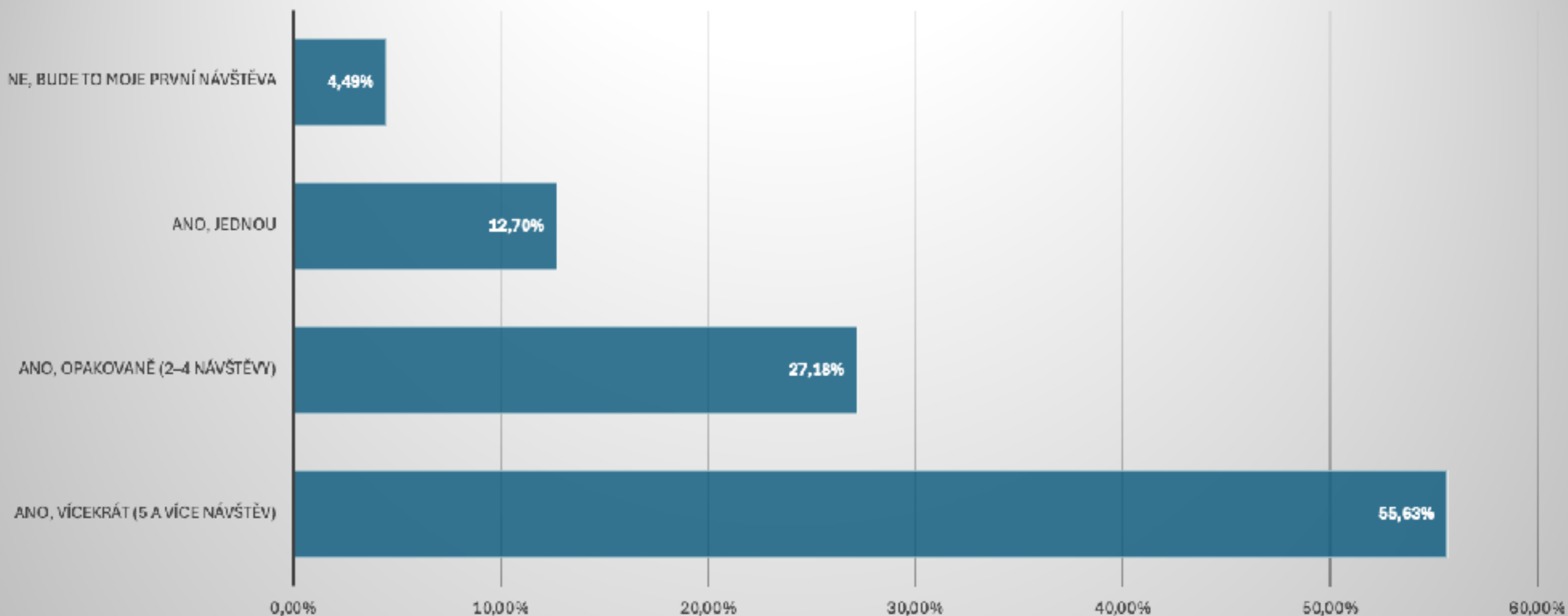
Byli jste již někdy v minulosti v Jeseníkách?

1402

3.

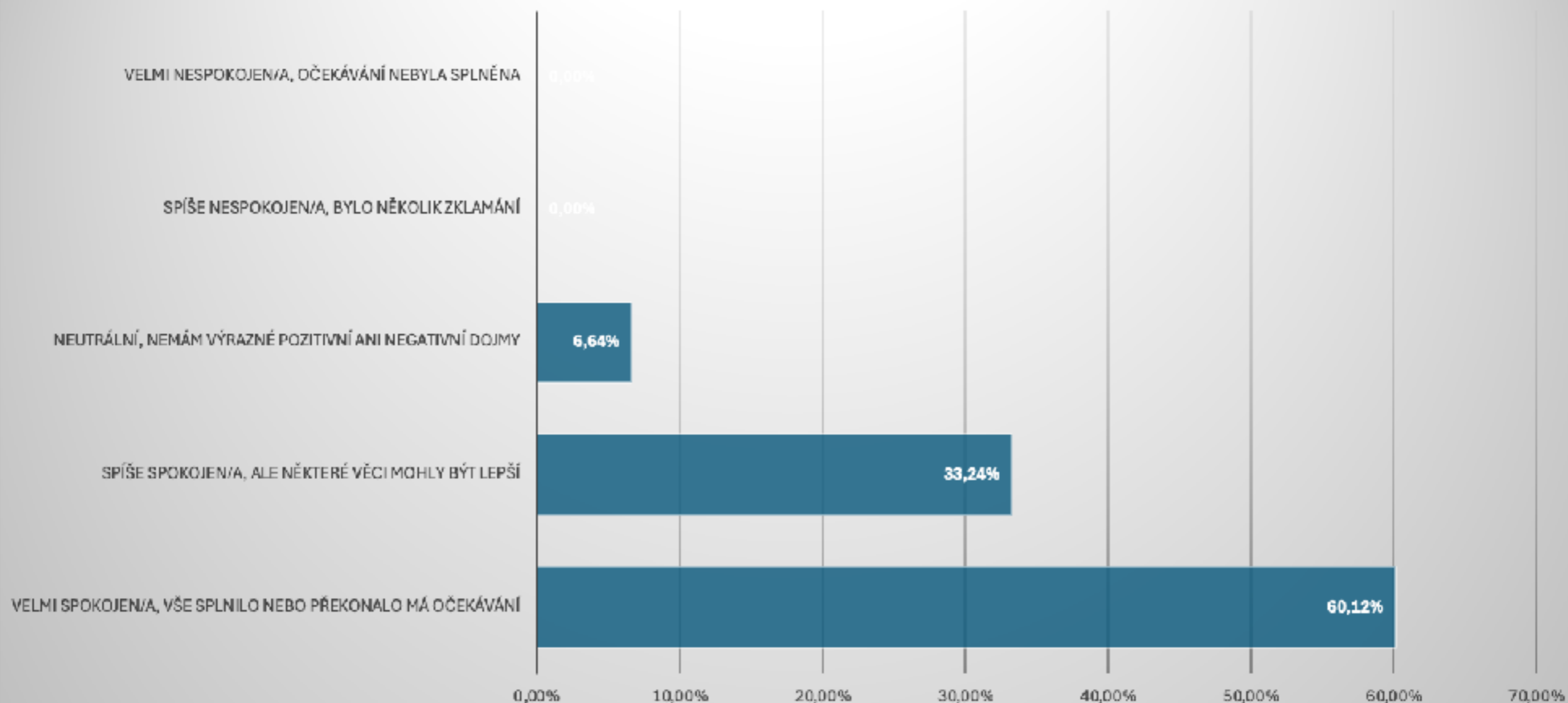
Ano, vícekrát (5 a více návštěv)	780	55,63%
Ano, opakovaně (2–4 návštěvy)	381	27,18%
Ano, jednou	178	12,70%
Ne, bude to moje první návštěva	63	4,49%

Byli jste již někdy v minulosti v Jeseníkách?



4.	Pokud jste již Jeseníky navštívili, jak jste byli spokojeni?		1492
	Velmi spokojen/a, vše splnilo nebo překonalo má očekávání	897	60,12%
	Spíše spokojen/a, ale některé věci mohly být lepší	496	33,24%
	Neutrální, nemám výrazné pozitivní ani negativní dojmy	99	6,64%
	Spíše nespokojen/a, bylo několik zklamání	0	0,00%
	Velmi nespokojen/a, očekávání nebyla splněna	0	0,00%

Pokud jste již Jeseníky navštívili, jak jste byli spokojeni?



Jeseníky se rozkládají na třech krajích (Olomoucký, Moravskoslezský a Pardubický) to mnohdy komplikuje jejich propagaci. Je pro Vás samozřejmé, že by měl a být propagace Jeseníků jednotná? A jak moc jednotná? Zakroužkujte vaše výběry – mohou být i všechny

3823

5.

jednotná propagace	945	24,72%
jednotný web	868	22,70%
jednotné sociální profily - Facebook, Instagram a další	424	11,09%
jednotné tiskoviny - průvodce, mapa, letáky, turistické noviny a další	657	17,19%
jednotná prezentace na veletrzích a roadshow	279	7,30%
jednotné kampaně a propagační akce	420	10,99%
jednou komunikaci v médiích	230	6,02%

Jeseníky se rozkládají na třech krajích (Olomoucký, Moravskoslezský a Pardubický) to mnohdy komplikuje jejich propagaci. Je pro Vás samozřejmé, že by měl a být propagace Jeseníků jednotná? A jak moc jednotná? Zakroužkujte vaše výběry – mohou být i všechny

