

Název produktu	Instagramová stezka		
Přínos/obsah produktu	<ul style="list-style-type: none"> – Podpora cestovního ruchu mimo sezónu. – Podpora rozvíjející části destinace - Bystřicka. – Rozložení návštěvnosti do méně vytížených míst destinace. – Individuální turistika bez ohledu na otevřené památky. – Aktivity pro různé druhy dopravy (pěší/ na kole). 		
Komponenty/skladba produktu	<ul style="list-style-type: none"> – Unikátní místa s krásnou přírodou a úžasnými výhledy. – Stravovací zařízení – Oblíbená místa turistů, kde se fotí – Navázání na atraktivity v okolí 		
Komunikační témata - hodnota pro návštěvníka	<ul style="list-style-type: none"> – Několika jednodenních výletů pro různé druhy dopravy. – Propojení dovolené se sociálním statusem na profilech návštěvníků. – Vytvoření vztahu k Vysočině. 	Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu	<ul style="list-style-type: none"> – DMO Koruna Vysočiny – Údolí Svatky – Adrex Base Camp – Ledová stěna Vír – Provozovatelé stravovacích zařízení
Cílové skupiny	<ul style="list-style-type: none"> – Aktivní, cool a požitkáři 18 -34 	Cíle produktu	<ul style="list-style-type: none"> – Přilákat turisty mimo hlavní sezónu – Zvýšit počet přenocování – Zlepšení koordinace a provázanosti nabídky cestovního ruchu na území – Rozvoj brandu destinace
Vazby na strategie ČR	<ul style="list-style-type: none"> – Opatření 1.4. Spolupráce a koordinace rozvoje CR – Opatření 2.4. Prevence a zmírnění dopadů CR na životní prostředí, přírodu a místní obyvatele – Opatření 3.1. Podpora integrovaného systému marketingové komunikace pro domácí CR 	Vazby na strategie Kraje Vysočina	<ul style="list-style-type: none"> – A4: Rozvoj a zkvalitnění služeb cestovního ruchu, komplexní nabídky a podpora certifikovaných systémů – C1: Budování a komunikace značky – C2: Začlenění marketingových témat a produktů oblastních DMO do marketingové strategie a marketingového mixu turistického regionu Vysočina