

Název produktu	Putování za sochami Michala Olšiaka po Koruně Vysočiny		
Přínos/obsah produktu	<ul style="list-style-type: none"> – Podpora velké části regionu i mimo sezónu. – Rozložení návštěvnosti do méně vyčíslených míst destinace. – Individuální turistika bez ohledu na otevřené památky. – Podpora podnikatelských subjektů. – Hosté destinace – jedná se o průvodce po DMO Koruna Vysočiny s výčtem a atraktivit v okolí soch. – Navázání na krajské téma Vysočina s dětmi. 		
Komponenty/skladba produktu	<ul style="list-style-type: none"> – 20 míst v destinaci, kde jsou sochy Michala Olšiaka a jsou volně přístupné. – Zajímavosti v okolí soch, jelikož jsou vždy na traktivních místech. – Turistická informační centra 		
Komunikační témata - hodnota pro návštěvníka	<ul style="list-style-type: none"> – Poznávací hra díky které návštěvníci poznají nová místa destinace, které nejsou tak známá. – Navíc díky rodinným fotografiím z unikátních míst, si návštěvník odnese ideální fotografie pro své síť. – Prostřednictvím soch seznamujeme turistu s místními zajímavostmi. 	Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu	<ul style="list-style-type: none"> – DMO Koruna Vysočiny – Poskytovatelé stravovaích služeb – Provozovatelé atraktivit – Turistická informační centra – Vysočina Tourism
Cílové skupiny	<ul style="list-style-type: none"> – Rodiny s dětmi 	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"> – A2: Rozvoj a zkvalitnění atraktivit cestovního ruchu/turistických cílů – A4: Rozvoj a zkvalitnění služeb cestovního ruchu, komplexní nabídky a podpora certifikovaných systémů – C2: Začlenění marketingových témat a produktů oblastních DMO do marketingové strategie a marketingového mixu turistického regionu Vysočina