

**„Tematiskie ciemi: jaunas iespējas uzņēmējdarbības attīstībai
Latgales un Aukštaitijas pārrobežu reģionā” – Village Heritage**

„Pazīsti savu klientu - integrēta mārketinga komunikācija”

Preiļi

08/02/2012



grupa93

bringing neighbours closer



VISIEM PATĪK **atšķirīgais?**

Kad?

Tematiskās grupas

“Zaļie augi un ārstniecības augi”

“Medus un bišu produkti”

“Amatnieku izstrādājumi (jo īpaši keramika)”

“Pirts+”



Village of wine

Kotleri



Kotleri



Kotleri

Village of wine



Village of wine

Lielsais "Delfi" un „Fujifilm" rīkotais fotokonkurss "Mana Latvija" ir noslēdzies. Labāko darbu autori ir apbalvoti. Uzvarētājs saņēma fotokameru "Fujifilm FinePix F500EXR" un ceļojumu divām personām uz Ēģipti no tūroperatora Novatours. Pārsteiguma balvas tika vēl diviem autoriem, kuri abi iegūs lietussargu, plānotāju un 16GB USB Flash atmiņu no "Fujifilm".

Aicinām apmeklēt 30 labāko konkursa darbu izstādi, kas būs aplūkojama iepirkšanās centra "Olimpia" otrajā stāvā no 20.janvāra līdz 12.februārim.

<http://www.delfi.lv/news/national/commercials/fotokonkursa-mana-latvija-labako-darbu-izstade-iepirksanas-centra-olimpia.d?id=42070210#!/2568726/foto.delfi.lv>



priekšstati par Latviju



ezeru ainavas



nostalgija_nesenā vēsture_padomju laiks



bērnī un cilvēciskais mērogs

esi **atšķirīgs**



1 Turku Pirts Ciems

2 Lielo Muļķu Ciems

3 Indras Rožu Ciems

4 Višķu Amatnieku Ciems

5 Skaistās Izabellas Ciems

6 Nākotnes Ozolu ciems

7 Četru Māsu Vīna Ciems

8 Mazais Zaļais Lielveikals

Vēlmes un vajadzības

Vajadzība – kaut kas, kas Tev ir vajadzīgs

Vēlme - kaut kas, ko Tu vēlies

Vajadzības

jumts virs galvas

pietiekoši pārtikas un ūdens, lai būtu vesels

pamata veselības aprūpe un higiēnas produkti

drēbes (lai justos komfortabli un būtu pienācīgi
sagērbies)

Vajadzības

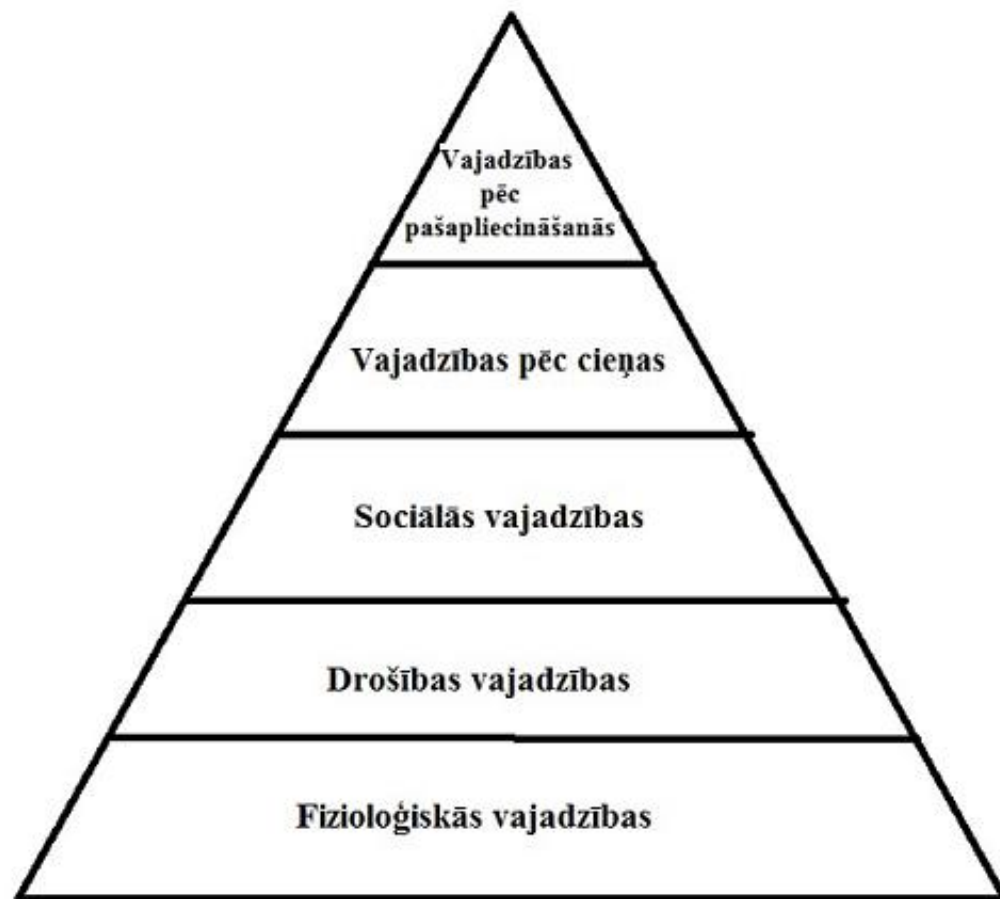
(pēc A.Maslova)

Garīgās – dzīves jēga laime,
skaistums, labsirdība,
godīgums

Sociālās – saskarsme,
pašizpaušme, darbs.

Materiālās – mājas vieta,
apģērbs, sadzīves
priekšmeti.

Dabiskās - izdzīvošana, ēšana,
atpūta, seksuālais
apmierinājums, utt.



Tirgus segmentācija

Pircēji **NAV** vienādi. Tie atšķiras viens no otra.

dzimums, intereses, atrašanās vieta, reliģija,
ienākumi, mājsaimniecības lielums, u.c.

kas der visiem, neder nevienam???

Definīcija: Tirgus sadalīšana noteiktās pircēju grupās jeb tirgus segmentos. Katrai grupai var būt nepieciešamas īpašas preces un konkrēti tirgvedības pasākumi. Dalīšana parasti notiek pēc šādām pazīmēm:

- 1) pēc **ģeogrāfiskās pazīmes** (valsts, pilsētas lielums, klimats u. c.);
- 2) **pēc demogrāfiskās pazīmes** (vecums, dzimums, ienākumu līmenis, izglītība, reliģiskā pārliecība u. c.).
- 3) pēc **psiholoģiskās un sociālās pazīmes** (sabiedriskie slāņi, personības tips u. c.);
- 4) **pēc pircēju rīcības kritērijiem** (pirkšanas motivācija, klienta statuss, attieksme pret preci u. c.);

SEGMENTA PIEVILCĪGUMS

Segmenta lielums un pieaugums

Esošie konkurenti – ar ko strādā viņi

Parastās grupas

Autobuss

skolnieki (dažādas vecuma grupas)

pensionāru grupas

Automašīna

ģimenes ar bērniem

vecāki precēti pāri

Dažādās grupas

putnu vērotāji

vēstures pētnieki

geji

Viļņas iedzīvotāji

„Es un Mana klienta portrets”

Praktiskais darbs



varbūt, ka mēs neesam “viss visiem”

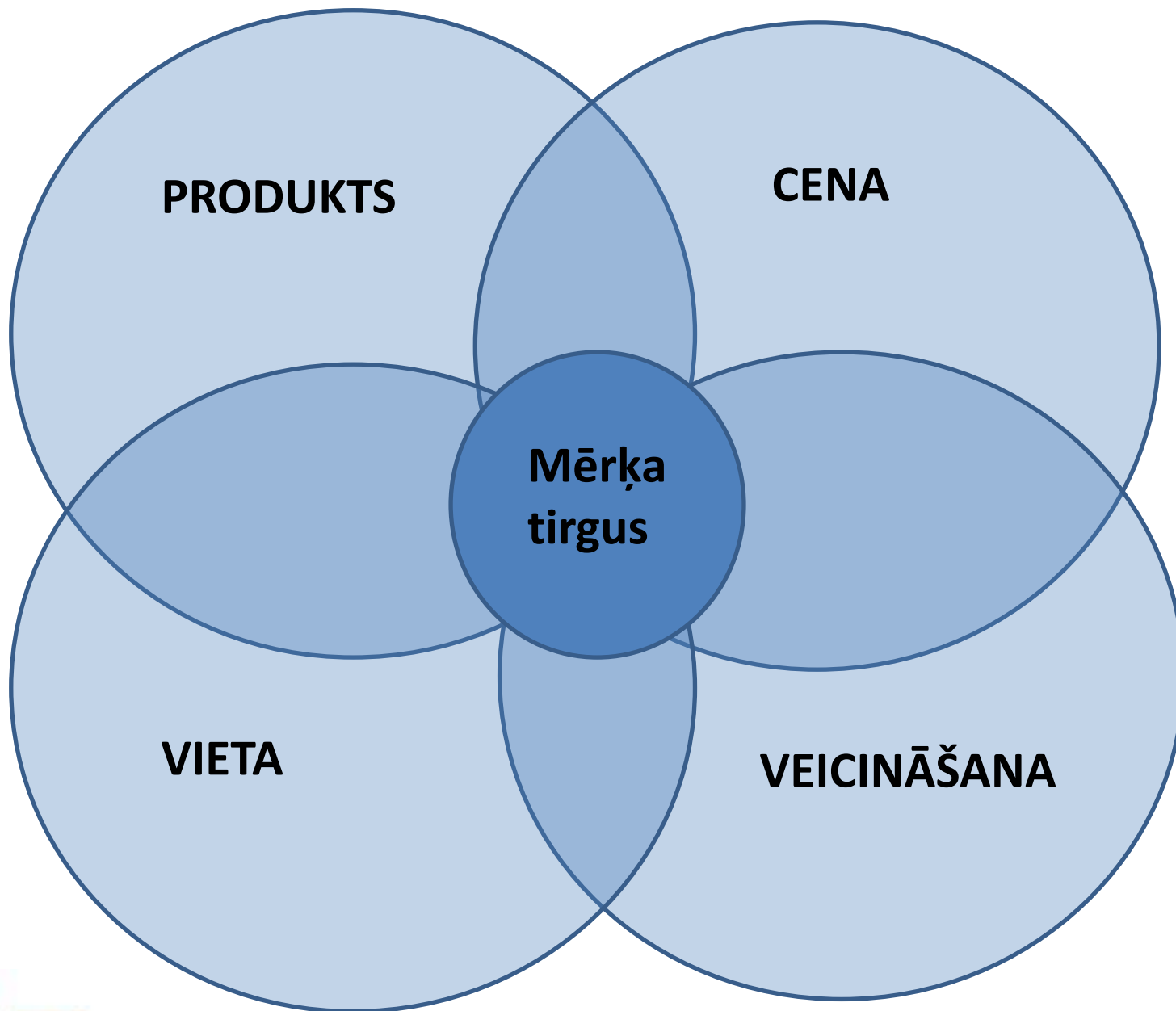
ciems “Tikai Pieaugušajiem (18+)”

“Tikai bērniem”

apzināta kādas grupas diskriminācija

1. Vidusskolēni
2. Lietuviešu pensionāri
3. Turīgs uzņēmējs ar ģimeni
4. Darba kolektīvs (valsts, privātais)
5. Domubiedru grupa
6. Ģimenes, kuras ceļo kopā
7. Ķīniešu tūrists – vientuļnieks (nerunā zināmās valodās) – un kāpēc mums viņš jānofotografē?
8. Pasākuma dalībnieki (kāzas, dzimšanas diena)

Kā par mums uzzinās?



MĀRKETINGA MIX

Veicināšana = Informācija

Mārketinga komunikāciju sistēmas elementi un vienots modelis ciemam

reklāma (prese, radio, TV, vides reklāma, bukleti, plakāti, u.c.);

tiešais mārketings (prezentācijas, pārdošana pa telefonu, u.c.);

interneta mārketings (mājas lapas, e-pasti, YouTube, sociālie tīkli, meklētāju rezultāti, mobilā reklāma).

Reklāma (no latīņu vārda: reclamare - skaļi saukt, izkliegt) ir materiāls, kura pamatmērķis ir pārliecināt vai rosināt cilvēkus patērēt noteiktu produktu, pakalpojumu, popularizēt kādu ideju vai indivīdu.

Reklāmas uzdevums ir radīt pieprasījumu pēc kādas preces, tāpēc reklāmām raksturīga produkta pozitīvo īpašību izcelšana vai pārspīlēšana un negatīvo īpašību noklusēšana.

REKLĀMA

Reklāmai noder visi mēdiji. Uzraksts uz sienas, uzraksts uz ietves, vides reklāma, drukātas lapiņas un bukleti, radio, kino, televīzija, interneta, mobilo telefonu ekrāni, iepirkšanās kartes, autobusu pieturu soliņi, laikraksti, žurnāli, autobusu sāni, jakas, airBaltic žurnāli, vilcieni, elastiskās saites un pamperi, cilvēka ķermenis, vannasistabu durvis, plakāti, biļešu aizmugures, uzlīme uz ābola vai kartupeļa.

Jebkura vieta, uz kuras/caur kuru sniedz savu ziņu, ir reklāma.

all meta data
objInfo:Object;
lv file
strSource:String;
videoFileName:String;
bg_pic:MovieClip;

Left brain

I am the left brain.
I am a scientist. A mathematician.
I love the familiar. I categorize. I am accurate. Linear.
Analytical. Strategic. I am practical.
Always in control. A master of words and language.
Realistic. I calculate equations and play with numbers.
I am order. I am logic.
I know exactly who I am.



Right brain

I am the right brain.
I am creativity. A free spirit. I am passion.
Yearning. Sensuality. I am the sound of roaring laughter.
I am taste. The feeling of sand beneath bare feet.
I am movement. Vivid colors.
I am the urge to paint on an empty canvas.
I am boundless imagination. Art. Poetry. I sense. I feel.
I am everything I wanted to be.

Reklāmai:

reklāmai jāspēj saistīt patērētāja uzmanību;

tai jāspēj radīt un noturēt patērētāja interese par produktu;

patērētājam jātiecas piepildīt vēlmi iegūt produktu vai rīkot

citādi atbilstoši reklāmdevēja nolūkiem.



Mercedes-Benz
The best or nothing.



bringing neighbours closer

Vides reklāma un norādes zīmes



kurās vietās?
cik daudz?
kādas?



Tiešais mārketingš

Tiešais mārketingš - uzrunā katru potenciālo pircēju/klientu individuāli, un līdz ar to dod lielāku atdevi visam mārketinga pasākumam kopumā.

Klientu datu bāzes, tiešais pasts, telemārketingš, interaktīvais mārketingš, sms

interneta mārketingš

(e-mārketingš, s-mārketingš, u.c.)

Interneta mājas lapas

- ciema mājas lapa un kā to atrast?
- citas mājas lapas (latgale.lv, kuras vēl?)

ticama, aktuāla informācija

e-pasts

Iespēja sasniegt daudzus ar vienu rokas mājienu

- kāds ir Tava e-pasta nosaukums

(neratniece78@inbox.lv , kaamis@gmail.com ,
janisBur@pirtsciems.lv)?

- kur dabūt citu e-pastus (Balttour??)

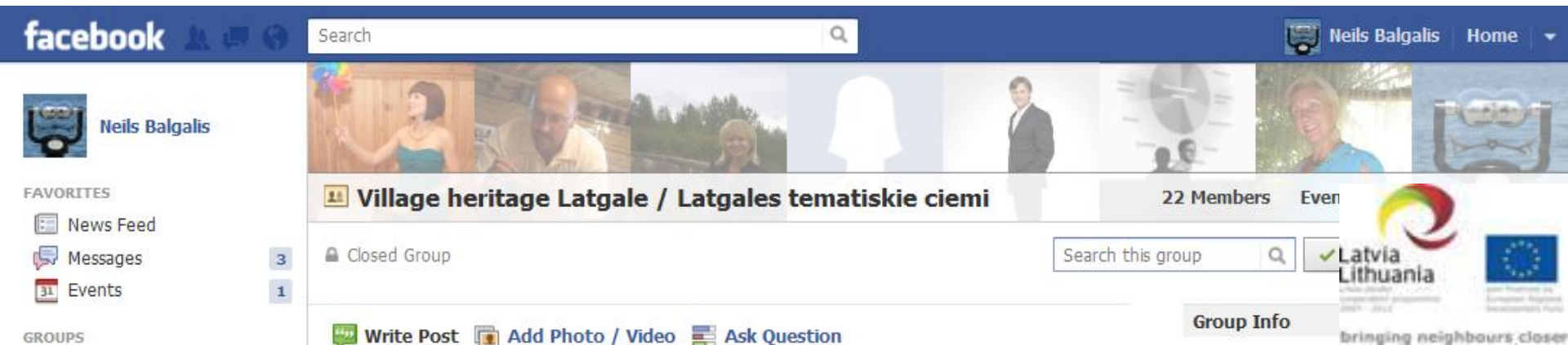


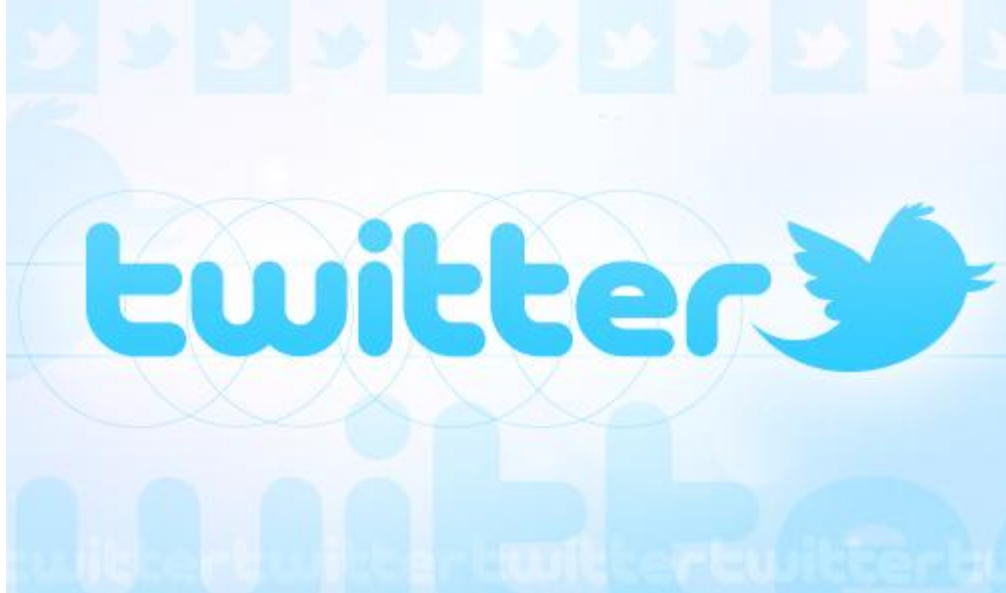
facebook®

interneta pase

s-mārketings – neuzbāzīgā veidā pastāsti par sevi
attīstības sākuma posmā

kurš būs atbildīgs par Facebook mājas lapu??

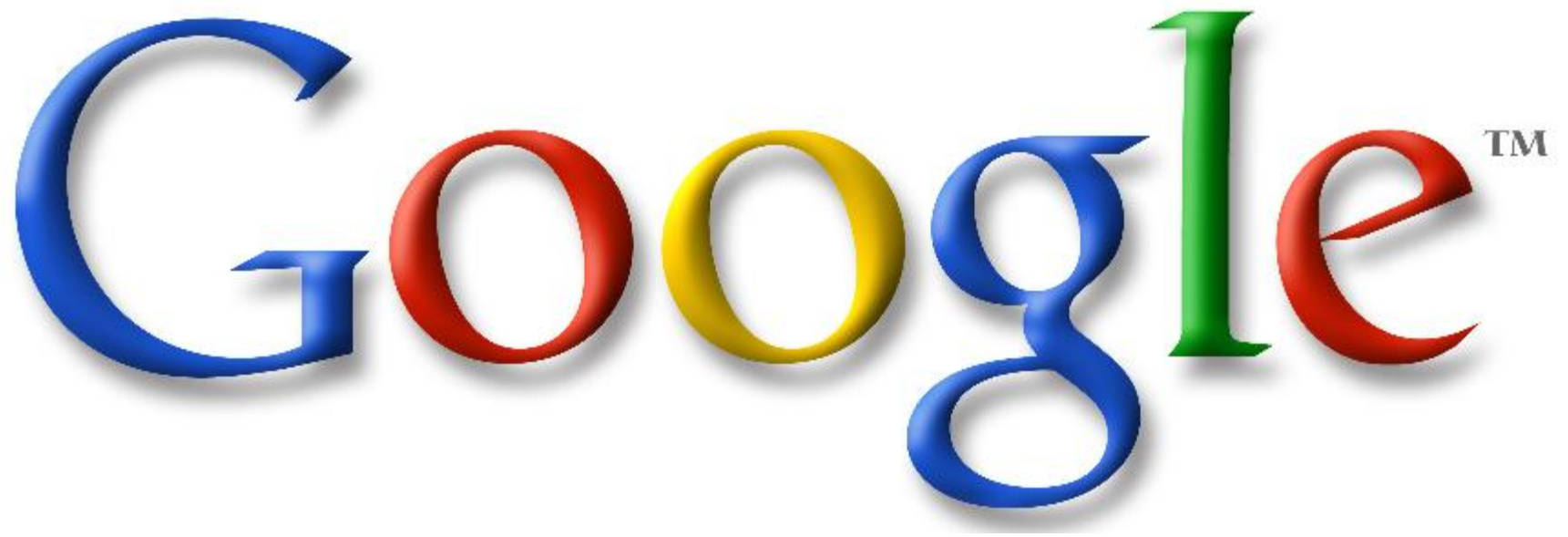




seko un Tev sekos
ziņas Tavā (klienta) telefonā/datorā
karstākie jaunumi
kurš būs atbildīgs par ciemu Twiterkontu?



ātri un eleganti viegli
video kļūs par nozīmīgāko informācijas avotu



internets kā galvenais izziņas avots
maksas rezultāti

Dagdas novadā būs "Mīlestības ciems"

„Mīlestības ciems” Dagdas novadā un „Zaļais lielveikals” Preiļu novadā, „Skaistās Izabellas ciems” Krāslavas novadā, „Ozolu aleja”, „Spīšanas tēja” Turku ciemā un Kalupes zoodārzs, „Bite un Govs” Līvānu novadā. Šie un vēl vismaz 7 tematiskie ciemi sāks savu darbību Latgalē jau 2011. gada nogalē.

Latvian Rural Development Programme 2007-2013, Priority 2: Improving the Competitiveness of Rural Areas

„Ko darīsim Balttour izstādē un kā tas saistīsies ar citām šī gada aktivitātēm?”

Praktiskais darbs un rezultātu prezentācija

Kas ir tas unikālais , ar ko Jūs **izcelsieties?**

Kā es pastāstīšu par ciemu ideju?

PASĀKUMI – festivāli, konferences,
izrādes, u.c.

ķirbju festivāls



 Diena aicina:

MOTOROLLERU SEZONAS ATKLĀŠANAS PASĀKUMS

"PAR ZAĻĀKU RĪGU"

★ 14. MAIJĀ, MĪKUSALAS 35. PĒD DIENAS REDAKCIJAS ĒKĀS, IERĀŠANĀS NO PL. 10.30.

PASĀKUMĀ:

- ☛ welcome drinks 
- ☛ svinīgā līnija
- ☛ foto banka
- ☛ marķēšana
- ☛ sarunas, pieredzes apmaiņa, paraugdemonstrējumi
- ★ Statoil Extra karte
- ★ "Rollertirgus"
- ★ dzērieni un uzkodas
- ★ brauciens cauri pilsētai

★ Par ieejas biļeti kalpos līdzpaņemtais vecais gludeklis, fēns, PET pudele, vai vienkārši - veca stikla burka.



EKO RĪGA
Atbalsta izstrādājumus un pakalpojumus

 Diena




Latvia
Lithuania
Official Partner of
European Regional
Development Fund



bringing neighbours closer

Finanšu inženierija



biznesa ideja ir svarīgāka par naudas avotu

ja nevari pārliecināt investoru,
nevarēsi pārliecināt arī klientu
(un nevarēsi ieķīlāt māju)

Daži algoritmi

Biznesa plānam jābūt robustam

Ne tikai plāns A, bet B, C un D

ja būs mazāk klientu

ja būs lielāka konkurence

ja būs mazāks ražīgums

Finansējuma pamat-avoti

Sava nauda - dārgāk

Aizdevums – lētāk bet riskantāk

Grants – par velti, bet ...

Grants – kā apgrozāmie līdzekļi, uzsākšanai, bet idejai jābūt dzīvotspējīgai bez granta.

Pašu un aizņemtie līdzekļi

		Gads			
	Sākums	1	2	3	4
Ieguldījums	-10000				
Tekošie izdevumi		800	1500	2000	2500
Ieņēmumi		1500	5000	7000	9000
Tīrā naudas plūsma	-10000	700	3500	5000	6500
Tīrā naudas plūsma ar kredīta atmaksu		-1700	1200	2800	4400

Vidējā gada atdeve uz pašu līdzekļiem	39%
Vidējā gada atdeve uz pašu līdzekļiem (80% kredīts)	84%

Svarīgākais grantu saņemšanā

Jūs finansēm vai finanses Jums?

- Noteikumi un ierobežojumi
- Atskaites
- Speciālista atbalsts

Lauku attīstības programmu pasākumu finansējums www.lad.gov.lv

312(311)- Atbalsts uzņēmumu radīšanai un
attīstībai (ietverot ar lauksaimniecību
nesaistītu darbību dažādošanu) – aprīlis/maijs

121- Lauku saimniecību modernizācija - ???

123- Lauksaimniecības produktu pievienotās
vērtības radīšana – mājas apstākļos - ???

312 (311) Atbalsts uzņēmumu radīšanai un attīstībai

Fiziskā persona vai mikrouzņēmums

Ražošana un pakalpojumi, izņemot
lauksaimniecību un pārtikas pārstrādi

Atbalsta intensitāte – 40-60%

121 - Lauku saimniecību modernizācija

Fiziska, juridiskā persona vai kooperatīvā
biedrība

Lauksaimniecības produktu ražošana un
iepakošana (iesk. stādījumu ierīkošanu)

Atbalsta intensitāte – 25-40%

123 - lauksaimniecības produktu pievienotās vērtības radīšana

Atbalsta intensitāte – 50-60%

Juridiskā persona (var būt ražošana mājas apstākļos)

Piena, gaļas, graudu, augļu un dārzeņu pārstrāde

Līdz 150 tūkst. LVL – vienkāršots biznesa plāns

Visiem pasākumiem

Var saņemt kredīta fonda aizdevumu:

Kad projekts apstiprināts, jāgriežas Hipotēku bankā vai Swedbank

Samazinātā kredīta likme (ap 3.5%)

Pieteikties LAD jaunumiem

www.lad.gov.lv

LAUKU ATBALSTA DIENESTS



JAUNUMI E-PASTĀ



Pieteikties

LIAA - mikro, mazo un vidējo komersantu jaunu produktu un tehnoloģiju attīstības programma

2012.g. 1. ceturksnis

sīko (mikro), mazo un vidējo komersantu inovāciju un jaunu
produktu vai tehnoloģiju attīstība, tehnoloģiju pārnese un
konkurētspējas stiprināšana

līdz 10 000, intensitāte līdz 60%

ārējie pētniecisko iestāžu pakalpojumi

Hipotēku bankas programmas

Start programma (kredīts līdz 54000 LVL, grants līdz 3600 LVL + 2000 LVL, 5-9%) – fiziskām personām, vai jaunajiem darbības veidiem

Mikrokreditēšanas programma (kredīts līdz 10000 LVL, 5-8%, grants līdz 5000 LVL)

Starta programma

Finansiālais atbalsts

Konsultācijas un apmācības

Palīgmateriāls biznesa uzsākšanai

Mikrokreditēšanas programma

MVU izaugsmes aizdevums

Konkurētspējas uzlabošanas programma

Apgrozāmie līdzekļi lauksaimniekiem

[Sāklapa](#) > [Attīstības programmas](#) >

Starta programma

Jūs esat enerģijas un apņēmības pilns. Jūs nesūrojaties par grūtajiem apstākļiem. Jūs zināt, ka Jūsu nākotne ir Jūsu paša rokās. Jūs nebaidāties no lieliem plāniem. Jūs nebaidāties uzņemties atbildību. Jo - Jums ir mērķis un Jūs zināt, kā to sasniegt.

MĒS JŪS ATBALSTĀM, JO MĒS JUMS TICAM.

Atbalstot uzņēmējdarbības uzsākšanu, Hipotēku banka jauniešiem uzņēmējiem piedāvā īpašu atbalsta programmu "Atbalsts pašnodarbinātības un uzņēmējdarbības uzsākšanai" jeb **Starta programmu**.

Programmas mērķis ir saimnieciskās darbības aktivitātes paaugstināšana valstī, attīstot biznesa uzsācēju zināšanas un iemaņas, kā arī sniedzot nepieciešamo finansiālo atbalstu saimnieciskās darbības uzsākšanai.

Uz atbalstu var pretendēt Latvijas iedzīvotāji no 18 gadu vecuma, ieskaitot bezdarbniekus, kuri ir izteikuši vēlmi uzsākt komercdarbību vai pašnodarbinātību, kā arī jaundibinātie komersanti. Par jaundibinātiem komersantiem šīs programmas izpratnē tiek uzskatīti komersanti, kuri ir reģistrējuši savu darbību likumā noteiktajā kārtā ne agrāk kā 3 gadus pirms griešanās pēc atbalsta programmas ietvaros.

Tāpat uz atbalstu var pretendēt arī jau esošie uzņēmēji, kuri vēlas uzsākt jaunu darbības veidu (pilnīgi jauna produkta ražošanu vai pakalpojuma sniegšanu) un šim nolūkam reģistrē jaunu uzņēmumu pēc pieteikuma par dalību programmā iesniegšanas bankā.

Programmas ietvaros tiek atbalstīti projekti līdz 60 000 latu ar klienta līdzdalību vismaz 10% apmērā. Klienta līdzdalība nav nepieciešama, ja aizdevuma summa nepārsniedz 5 000 latu.



„Mana ciema investīcijas un to avoti” -
praktiskais darbs un rezultātu prezentācija

cik daudz naudas nepieciešams, kam?
kas aizvieto naudu?

	Cieminieks	Pašvaldība	LEADER	Citi
Autostāvvietas				
Labierīcību bloks				
Norādes zīmes				
Ceļi				
Iekārtas				
Reklāma, mārketingis				
??? takas				
???				
???				

attiecību mārketingš

Kad sākas attiecības?

klientu saglabāšana un apmierinājums pretstatā fokusam uz pārdošanas veikšanu.

attiecību mārketingš atšķiras no citām mārketinga formām, atzīstot klienta-pārdevēja attiecību vērtību ilgtermiņā un maina reklāmas un sludinājumu vienvirziena dabu.

Internets rada iespēju iesaistīt uzņēmuma klientus individuālos dialogos, laika gaitā veidojot ar viņiem arvien noturīgākas attiecības. Dialogs un patērētāja iesaistīšana veido viņa uzticību uzņēmumam.

atļaujas mārketingis

“Meitenīt, vai varētu dabūt Jūsu telefona numuru?”

Mēs iegūstam atļauju uzrunāt **potenciālo** klientu

cik atļaujas (e-pastus) mēs katrs Balttour dabūsim? visi kopā vai atsevišķi

Kāds ir **ciemu** “sales pitch”?

Pateikt īsos vārdos par savu produktu/piedāvājumu:

mācēt pastāstīt par savu biznesu pārējiem – īsi, dažos vārdos par to, lai pārējie būtu sajūsmināti vai ieinteresēti.

Īsa informācija – ar ko Tu nodarbojies. uzvarošā ziņa – veids, kādā aizsniegt klientus.

a) ziņai ir jābūt svaigai

b) vienmēr esi gatavs

Tu zini savu biznesu vislabāk. Kā Tu izcelies uz citu fona (kāpēc Tava pirts ir labāka)?

Katrai auditorijai ir savs stāsts. Maini tos.
skolēnu autobuss
pensionāru autobuss
ģimene ar bērniem (4 un 10 gadi + suns)
baikeru bariņš

pirms-laikā-pēc

Kā pareizi pateikt paldies

Created: 2011.06.18. 9:18

Click to set author... Click to set location... Note history

Click to set source url... domas Click to add tag...

Tahoma 10 **A** **B** *I* U ~~ABC~~

Kā pareizi pateikt paldies



You're awesome!

Thanks for trying Google Chrome!

Ieteikumu jūra

Tu esi pārdevējs, nevis darbinieks. Uzņēmējs - kas pats nosprauž savus mērķus un tos sasniedz
Lasīt, lasīt, lasīt. un pastāvīgi izglītoties. Visu mūžu.

Nauda - un tās ieguldīšana. Tehnoloģija, apģērbs, telefons. Apģērbs, kas rada uzticību.
Mentori. No kā mēs varam mācīties? Veiksmīgi cilvēki nesūdzas (vista un ola).

Ir jātīc savam produktam. Enerģija un citu cilvēku uzlādēšana. Pozitīvas ziņas.
Laika menedžments, deleģēšana un dzīves līdzsvars.

Ja Tev nav palīga, Tu esi viens. Katram vajag vismaz vienu. Uzticēties.
Jautā. Izmanto iespēju. Ja nejautāsi, atbilde vienmēr būs "nē".

Vienmēr atceries par pēcspēli ("follow up"). Personīgais marketing - Tu esi zvaigzne.
Pastāvīga (pastāvīga) informācijas izplatīšana par sevi. Sākam ar mazumiņu. Reklamējamies
vietējā avīzē. u.c.

Veicināšanai - 5% no ieņēmumiem. "Zero based marketing" - sponsori, kopēji izdevumi.
Mārketinga materiālus - visiem. Darbs ar Esošajiem klientiem
Nopirkt, uzdāvināt, atgādināt, klientu balles. Kas noved pie pārdošanas?

Atšķiries it visā, ko dari.

Procesa analīze - soli pa solim. Biznesa plāns.



puduru pievilcības spēks





ko darīt ziemā?