

Ventspils pilsētas mārketinga stratēģija un svarīgākie vadības principi

***Lilita Seimuškāne,
Ventspils attīstības aģentūras
direktore***

Rīga, 29.04.2014.

Pilsētu mārketinga

- jauns mārketinga virziens un patstāvīga disciplīna
- pilsētu mārketinga priekšrocības



- ir plānveidīgs un mērķtiecīgs kādas pilsētas piedāvājums, kurā parādītas tās priekšrocības dzīvošanai, strādāšanai, uzņēmējdarbības veikšanai un brīvā laika pavadīšanai.

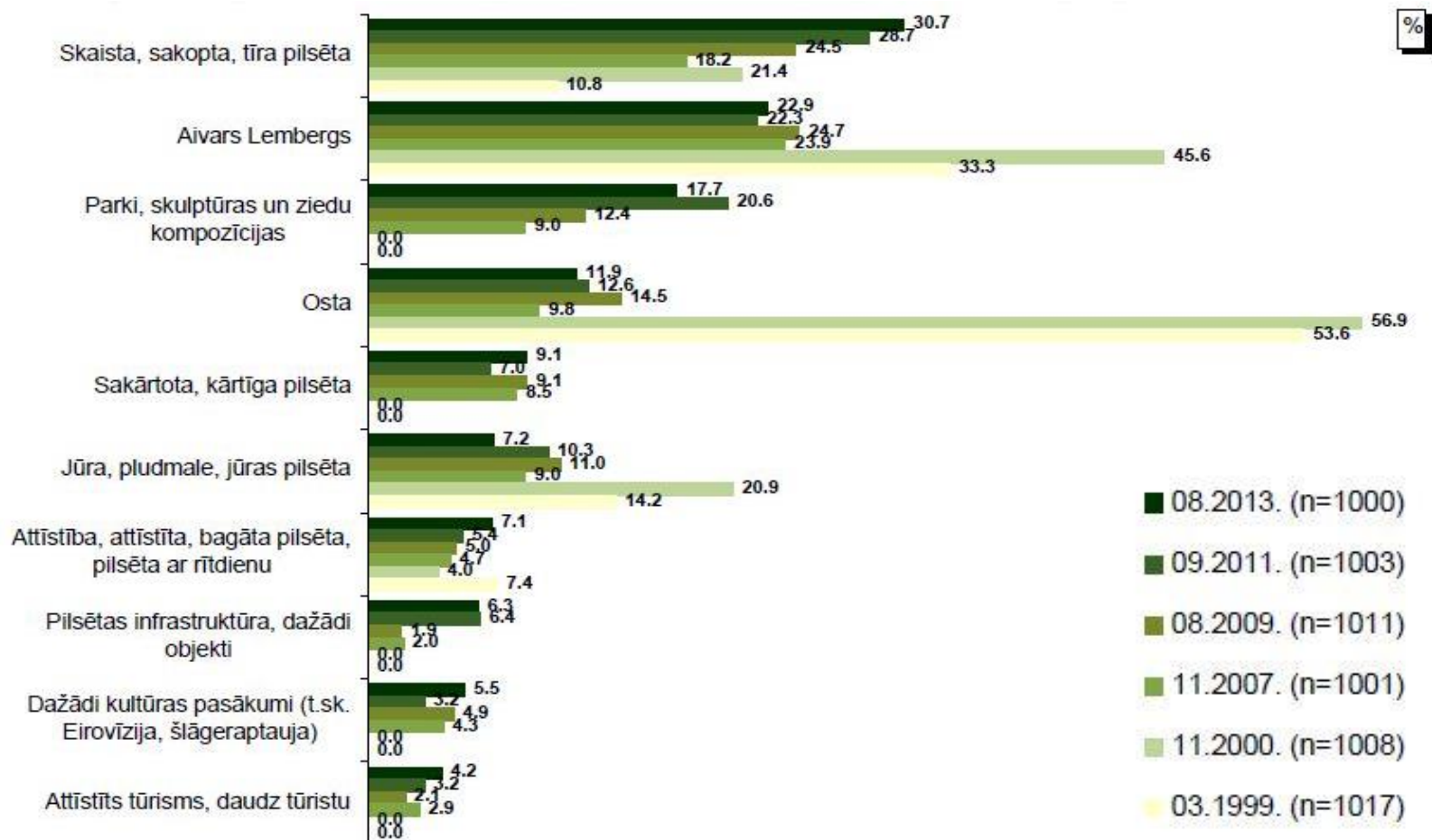
Pilsētu mārketingu –

iespēja:

- paaugstināt konkurētspēju
- pozicionēt pilsētas piedāvājumu konkrētām lietotāju grupām
- jauniem pilsētas attīstības virzieniem
- veicināt atpazīstamību
- pārmaiņu vadībai
- stereotipu vadībai

Tēla pētījums (SKDS)

Domājot par Ventspils pilsētu, sakiet, kas ir pirmais, kas Jums nāk prātā?



Ventspils pilsētas mārketinga stratēģija(s)

- ir pilsētas plānošanas dokuments
- mērķis ir stiprināt pilsētas pozīciju *iedzīvotāju, biznesa un apmeklētāju piesaistē un saglabāšanā.*
- integrēta pilsētas plānošanas dokumentu sistēmā
- īstenošana notiek saskaņā ar rīcības programmu



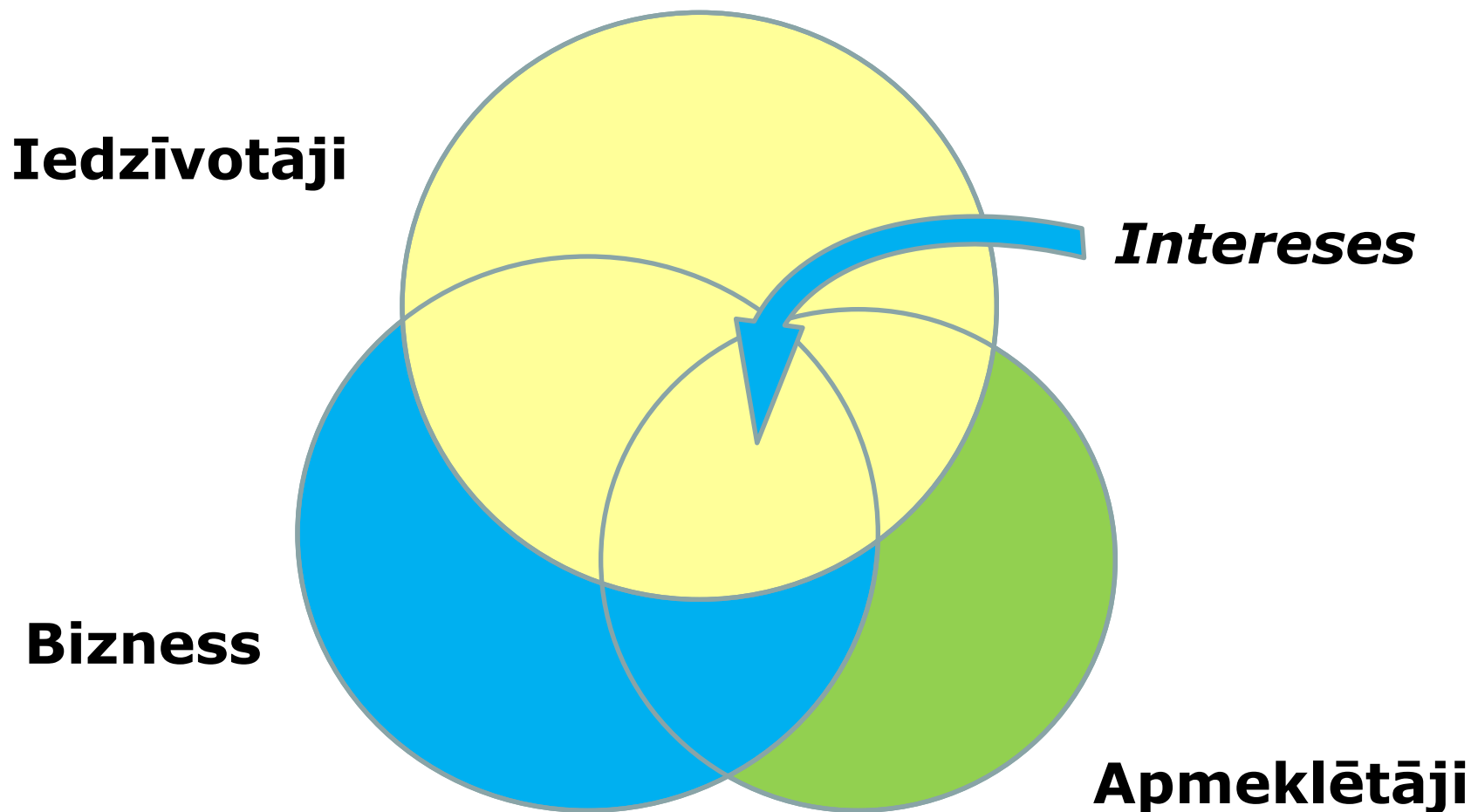
Ventspils pilsētas mārketinga svarīgi instrumenti

- Pilsētas zīmols un tā virzība – no 2000.g.
- Pilsētas mārketinga stratēģija – 2003.g., 2010.g.
- Pilsētas mārketinga rīcības programma – 2003.g., 2010.g.
- Mārketinga īstenošanas uzraudzības institucionālais ietvars
- Mārketinga realizācijas monitorings
- Pētījumi un aptaujas – no 1999.g.

Svarīgi ielāgot, *ka*

- **mārketings nav tikai tas, par ko atbild mārketinga speciālisti, tas ir viss, ko dara pilsēta**
- **neviens tēls nebūs pārlicecinošs, ja radītais priekšstats ir pretrunā ar realitāti**

Pilsētas galvenās lietotāju grupas



Pilsētu mārketinga svarīgi organizatoriskie faktori

- **augstākās vadības stingra platforma**
- **kompleksa pieeja sistēmas izveidē**
- **profesionāla darba organizācija / apmācība**
- **precīza kompetenču sadale un sadarbība *bez robežām***
- **lietotāju (klientu) lojalitātes un apmierinātības pētījumi**
- **pastāvīgs rezultātu izvērtējums un to aktualizācija**
- **resursi**
- **informācijas sistēmas un tehnoloģijas**
- **iekšējā mārketinga īstenošana**

Ventspils pilsētas mārketinga stratēģijas izstrādes uzdevumi ...

vajadzību un vēlmju izpēte



Izprast vajadzības un pārvērst tās piedāvājumā



pašvaldības mērķu, uzdevumu un plānoto darbību formulēšana



izpildes rādītāju analīze

... visām lietotāju grupām

Mārketing

- *ir pārāk svarīga lieta, lai to atstātu realizācijas nodaļas ziņā.*

Deivids Pakarts

- **Mārketinga izstrādē / īstenošanā piedalās visi – pašvaldības lēmējvara, izpildvara, izpildinstitūciju darbinieki**

Mārketinga stratēģijas īstenošanas pārvaldība (1)

- **Pilsētas mārketinga padome** – no 2003.g.
Vad. – pilsētas domes priekšsēdētājs Aivars Lembergs
- **Pilsētas pastāvīgās darba grupas** – no 2003.g.
 - 1) Iedzīvotāju mārketinga darba grupa
Vad. – pilsētas domes priekšsēdētāja vietnieks Didzis Ošenieks
 - 2) Biznesa mārketinga darba grupa
Vad. – pilsētas domes priekšsēdētāja 1.vietnieks Jānis Vītolīņš
 - 3) Apmeklētāju mārketinga darba grupa
Vad. – pilsētas domes priekšsēdētāja vietnieks Didzis Ošenieks
- **Ventspils Attīstības aģentūra**
- **Domes mārketinga nodaļa**

Mārketinga stratēģijas īstenošanas pārvaldība (2)

➤ Kapitālsabiedrības

PSIA «Ventspils siltums»

PSIA «Ventspils labiekārtošanas kombināts»

PSIA «Ventspils nekustamie īpašumi»

PSIA «Ventspils poliklīnika»

PSIA «Ventspils reiss»

SIA «Ziemeļkurzemes reģionālā slimnīca»

PSIA «Ventspils tirgus»

PSIA «ŪDEKA»

SIA «Olimpiskais centrs «Ventspils»»

SIA «Vats»

SIA «Venttests»

SIA «Ventspils lidosta»

SIA «Kurzemes filharmonija»

➤ Pašvaldības iestādes

Komunālā pārvalde

Pašvaldības policija

Sporta pārvalde

Izglītības pārvalde

Sociālais dienests

Kultūras centrs

Ventspils bibliotēka

Ventspils muzejs

Ventspils Digitālais centrs

➤ Ventspils Brīvostas pārvalde u.c. organizācijas

Katrs pats ir medijs



Draugiem.lv Facebook.com Twitter.com

Par Ventspils pilsētu veiktie pētījumi un aptaujas

*Laiks, kas veltīts izpētes veikšanai,
reti kad ir velti izšķiests.*

Sun Tczi, 4.gs. p.m.ē.

No 1999. līdz 2014. gadam ir veikts 51 pētījums:

- Ventspils iedzīvotāju aptaujas respondentu dzīvesvietās (1x gadā)
- Ventspils iedzīvotāju telefonaptaujas (2x gadā)
- Ventspils tēla aptaujas (Latvijas iedzīvotāji, 1x 2 gados)
- Attieksmes pret Ventspils apmeklējumu pētījumi (Ventspilī nakšņojušo viesu aptaujas) (1x gadā)
- Ventspils pilsētas mājsaimniecību budžeta pētījumi
- Uzņēmējdarbības vides pētījumi
- Ventspils iedzīvotāju uzskati par vidi

Apmeklētāju mārketinggs



Uzvar idejas, kas izplatās



Management has died.

Marketing is dead.

Strategy died.

*Kevin Roberts, reklāmas aģentūras
Saatchi & Saatchi izpilddirektors*

Virtuālā vēstniecība www.visitventspils.com

7 valodās (103 valstīs)



Ventspils venti

- Vietējā naudas vienība, kas sniedz privilēģijas, apmeklējot aktīvās atpūtas un izklaides vietas, tūrisma objektus un kafejnīcas Ventspilī.
- Ar ventiem var norēķināties **61 objektā**, no kuriem 53 objekti ir privātā biznesa piedāvājumi.
- Projektā iesaistījušies **vairāk nekā 1 miljons** cilvēku.
- Nopelnīts **vairāk kā 61 miljons** ventu, reģistrējoties un izpildot dažādus uzdevumus Ventspils virtuālajā vēstniecībā www.visitventspils.com.
- Darbojas **2 Ventu bankas**.



Politīķi par *ventiem*

➤ **Kārlis Šadurskis (EP deputāts, Vienotība):**

«Ja kāda publiski atvasināta persona šādi rīkojas, tad juristiem jāizvērtē, vai nav pārkāpta mūsu valsts teritoriālā un politiskā integritāte, un pēc tam atbilstoši jārīkojas.»

➤ **Zatlera Reformu partijas pārstāve Daiga Holma:**

«Ventspils mēra Aivara Lemberga paziņojums par ieceri Ventspilī ieviest savu norēķinu valūtu "ventu" ir antikonstitucionāls, un ZRP informēs par to Drošības policiju. Krimināllikuma 83.pantā ir nostiprināta atbildība par noziegumu – aicinājumu graut Latvijas Republikas teritoriālo vienotību.»

➤ **Andris Vilks (finanšu ministrs, Vienotība):**

«Iecere Ventspilī ieviest savu norēķinu valūtu "ventu" ir tāds 1.aprīļa joks rudenī. Tas nav likumīgs maksāšanas līdzeklis, jo Latvijā vienīgais maksāšanas līdzeklis ir lats. Neuzskatu šo ieceri par pietiekami nopietnu, lai komentētu valdības līmenī.»

➤ **Atis Lejiņš (tagadējās Saeimas deputāts, Vienotība):**

«Laikam širmis aizbraucis. Neticu! Fantastika! Pirmajā brīdī visi šie paziņojumi liekas pilnīgs ku-kū!»

***Ventu* starts nacionālajā konkursā**

➤ **VARAM radošākās pašvaldības konkurss
«Radi!»**

➤ VARAM atbilde:

**«Jūsu iesniegtais radošais risinājums
netika izvirzīts radošuma balvas
saņemšanai»**

➤ Radošuma balvu saņēma Dobeles novada
projekts «Sniegavīru saiets»

Mārketinga kampaņas "Valsts valstī" starptautiskie apbalvojumi



Radošās izcilības festivāls ADwards 2012

- Zelta godalga Integrētās kampaņas kategorijā
- Uzvarētājs tautas balsojumā
- ADwards 2012 Grand Prix

Kijevas reklāmas festivāls

- Sudraba godalga sabiedrisko attiecību kategorijā

Golden Hammer 2012

- Zelta āmurs reklāmas kampaņu kategorijā
- Sudraba āmurs PR kategorijā

Password 2012

- Uzvarētājs mazbudžeta kategorijā

European Excellence Awards 2012

- Uzvarētājs kampaņu uzsākšanas kategorijā – Launch
- Žūrijas balva par radošumu un inovatīvu pieeju

Digital Marketing Awards 2012

- 5.vieta Inovatīvākās digitālās mārketinga stratēģijas kategorijā

Gold SABRE Awards 2013

- Zelta godalga Institūciju tēla kategorijā

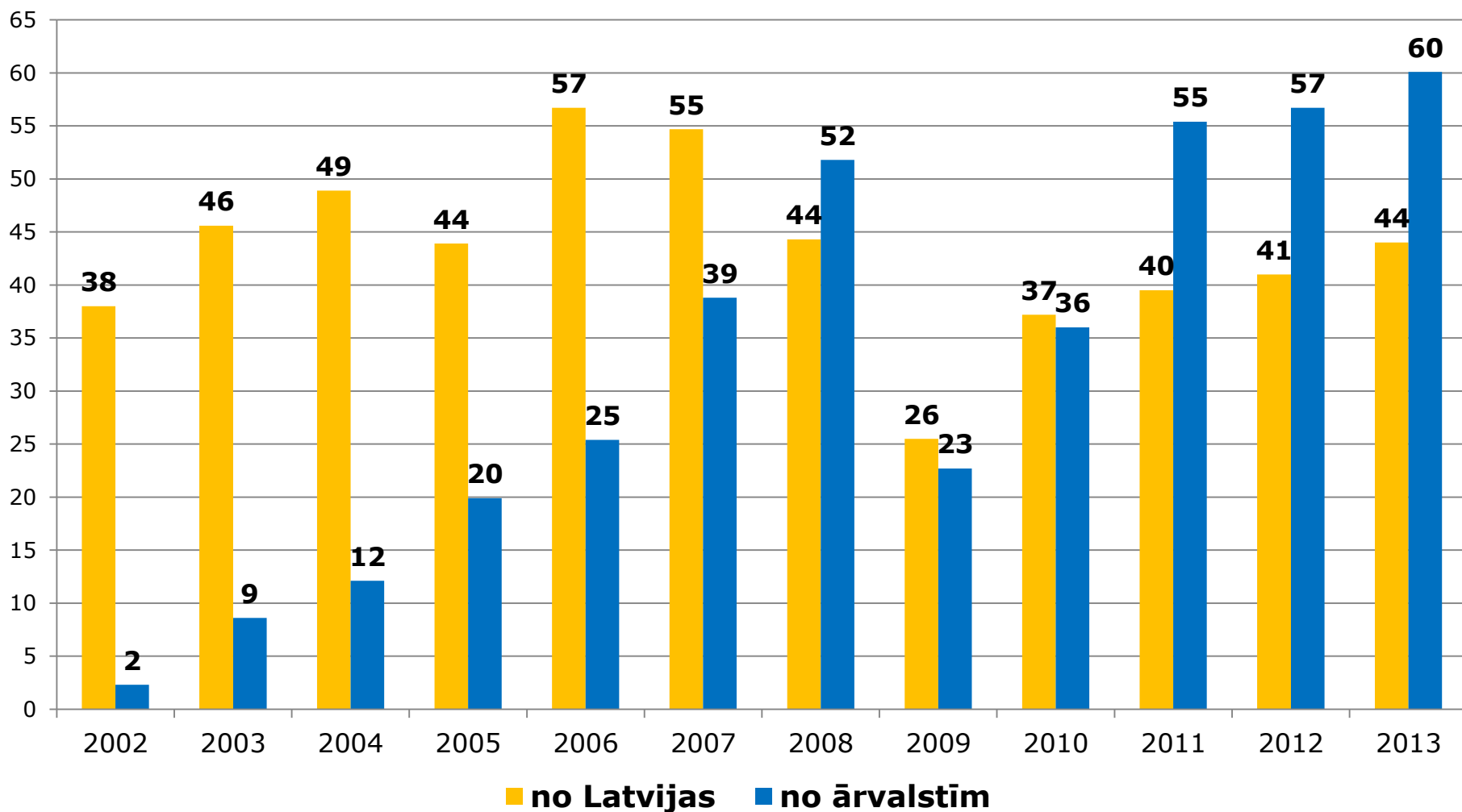
SA ikgadējā ziņojuma "Holmes Report" pētījums 2013 Global Creative Index

- 2.vieta

Holmes Report 2013 Global Creative Index

	CAMPAIGN	AGENCY	CLIENT	MARKET	SCORE*
1	The Gnome Experiment	Ogilvy PR	Kern & Sohn	Germany	25
2(=)	P&G Builds Consumer Loyalty During the London Olympics	Marina Maher Communications/DeVries Global/H+K Strategies	Procter & Gamble	US	12
2(=)	State Within a State	Nords Porter Novelli	City of Ventspils	Latvia	12
3(=)	FedEx Deliver Panda monium Across the Globe	Ketchum	FedEx	US	11
3(=)	From Conflict to Collaboration	Pelham Bell Pottinger	Golden-Agri Resources	Singapore	11
3(=)	Mr Bao: A Virtual Sales Champion for IBM China	Ogilvy PR	IBM China	China	11
3(=)	The '+' Project	OneVoice	Royal Philips Electronics	Singapore	11
4	Putting Sea Containers on the Map	Golden Goose PR	Sea Containers	UK	10
5(=)	R UV UGLY?	Unity	Cancer Research UK	UK	8
5(=)	The Launch of Shwopping	Unity	M&S	UK	8
6(=)	Defrost Your Swimsuit	M Silver Associates	Greater Fort Lauderdale Convention & Visitors Bureau	US	7
6(=)	From East to West and Everywhere In Between, America's Farmers and Ranchers are Leading the Food Dialogues	Ketchum and Maslansky & Partners	US Farmers & Ranchers Alliance	US	7
6(=)	Heart Rescue Project Teaches Millions How to Save a Life	Exponent PR	Medtronic Foundation	US	7
6(=)	Welcome to the Global Collaboratory: Global Food Security	Ogilvy PR	DuPont	US	7

Vietējie un ārvalstu tūristi 2002.-2013. (tūkst.)



Svarīgi ielāgot ...

***Nekad nav garantijas, ka mārketinga
nostrādās,***

bet

***ja visus mārketinga pasākumus
veiksiet pareizi, būs lielāka iespēja,
ka izvairīsieties no neveiksmes.***

Sets Godins

Paldies par uzmanību!

Jautājumi?