

PILSĒTAS ZĪMOLVEDĪBAS UN MĀRKETINGA STRATĒGIJAS IZSTRĀDE

Oktobris 2015



PAR MUMS

ALPHA BALTIC
dibināta 1994.gadā.

ALPHA BALTIC apvieno labākos
un kompetentākos reklāmas
un mārketinga jomas profesionāļus.

Kopš 1997.gada biroji arī
Lietuvā un Igaunijā.

Kopējais darbinieku skaits
Baltijas valstīs - 150.

ALPHA BALTIC ir lielākā radošā,
mediju un PR aģentūra Latvijā.

KO MĒS DARĀM

ALPHABALTIC
creative

ALPHABALTIC
media

ALPHABALTIC
digital

ALPHABALTIC
btI

ALPHABALTIC
public relations

ALPHABALTIC
sport | riga

- Mārketinga stratēģija
- Zīmola stratēģija
- Zīmola identitāte
- Radošo koncepciju izstrāde
- Radošo materiālu izgatavošana
- Tēla kampaņa
- Pārdošanas kampaņas

- Mediju komunikācijas stratēģija
- Mediju plānošana
- Mediju pirkšana
- Stratēģiskā plānošana
- Tirgus izpēte
- Mediju monitorings
- Kampaņas pēc-analīze
- Mediju SVID analīze
- Mediju treniņi
- Investīciju atdeves analīze

- Digitālā stratēģija
- Sociālo mediju mārketings
- Mājaslapas un aplikācijas
- WEB dizains
- Digitālais saturs un tekstu izveide
- SEM (SEO)
- E-pastu mārketings

- Korporatīvo pasākumu plānošana un organizēšana
- Produktu virzīšana tirgū / reklamēšana
- Produktu prezentācijas
- Tiešais mārketings
- Reklāma tirdzniecības centros
- Vides reklāmas
- POS materiāli
- Netradicionālais mārketings
- Pasākumu dekorēšana

- PR pasākumi
- Mediju attiecības un publicitāte
- Komunikācijas kampaņas
- Stratēģiskās konsultācijas un stratēģiju izveide
- Ilgtermiņa komunikācijas pogrammu izveide
- Zīmola pozicionēšana un reputācija
- Krīžu komunikācija
- Mediju treniņi

- Sporta mārketings
- Masu sporta pasākumi

MŪSU KLIENTI

10+ YEARS										
5+ YEARS										
3+ YEARS										
2+ YEARS										
NEW CLIENTS										

KĀPĒC NEPIECIEŠAMA ZĪMOLVEDĪBA

Zīmols – kopsumma tam, kā tiek uztverta konkrētā organizācija.

Zīmolvedība ir šīs uztveres veidošana.



Das Auto.



VisitBritain™

KĀPĒC NEPIECIEŠAMA PILSĒTAS ZĪMOLVEDĪBA



© Car: Stock Photo - csp10481433




S!GULDA AIZRAUJ

KĀPĒC VALMIERAS PILSĒTAI NEPIECIEŠAMA ZĪMOLVEDĪBA?



Uzlabot pilsētas tēlu
atbilstoši mūsdienu
tendencēm





Diferencēt pilsētu un nostiprināt pozicionējumu
Latvijas un starptautiskā kontekstā

Popularizēt pilsētas teritoriju
un pakalpojumus kā produktu

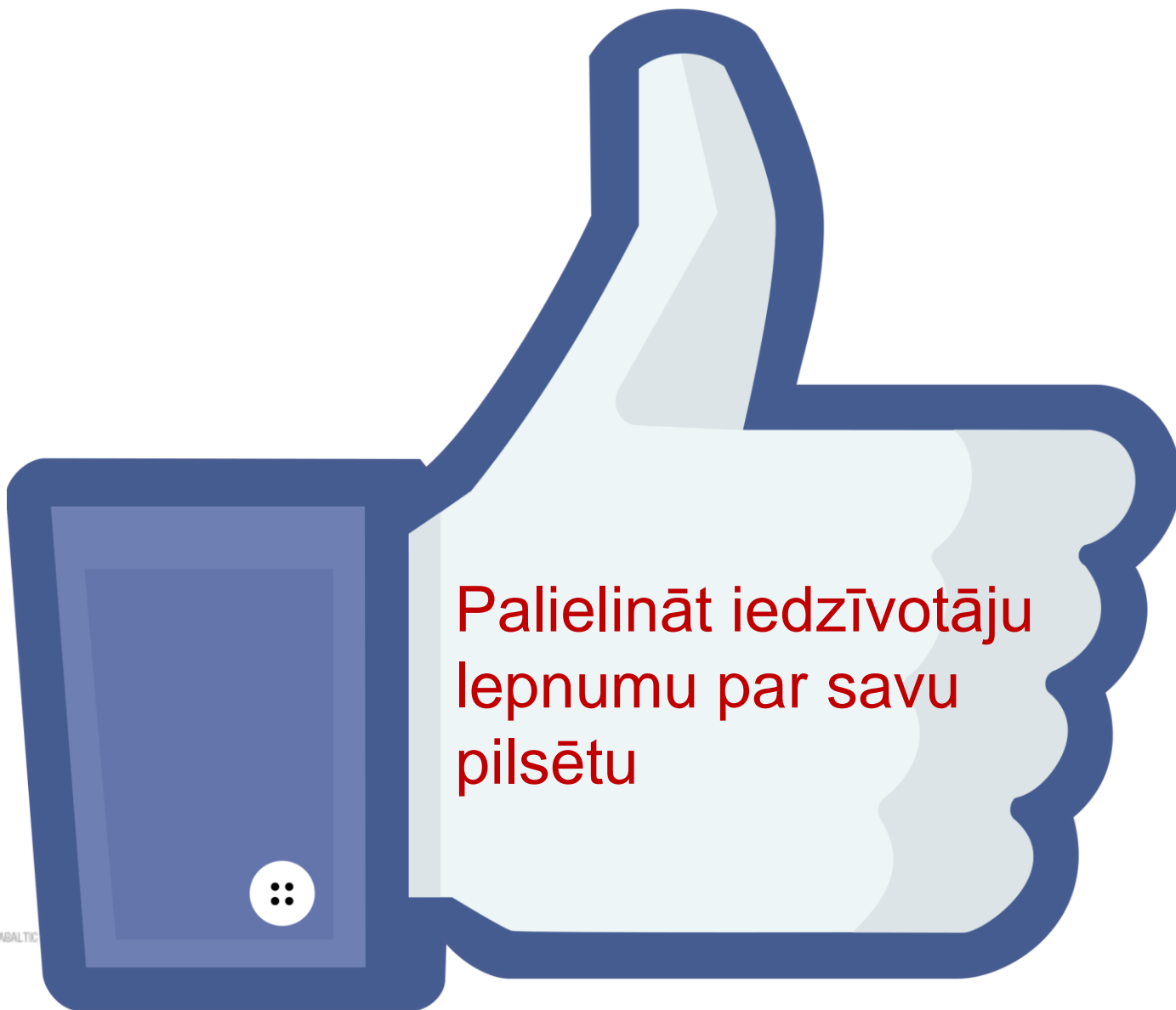


The background of the slide is a dense, repeating pattern of stylized human silhouettes in various shades of grey. The silhouettes are arranged in a way that they appear to be overlapping and moving, creating a sense of a large crowd or community. The text is centered horizontally and vertically over this pattern.

Veicināt pilsētas viesu un iedzīvotāju pieaugumu

Piesaistīt investīcijas un veicināt uzņēmējdarbību



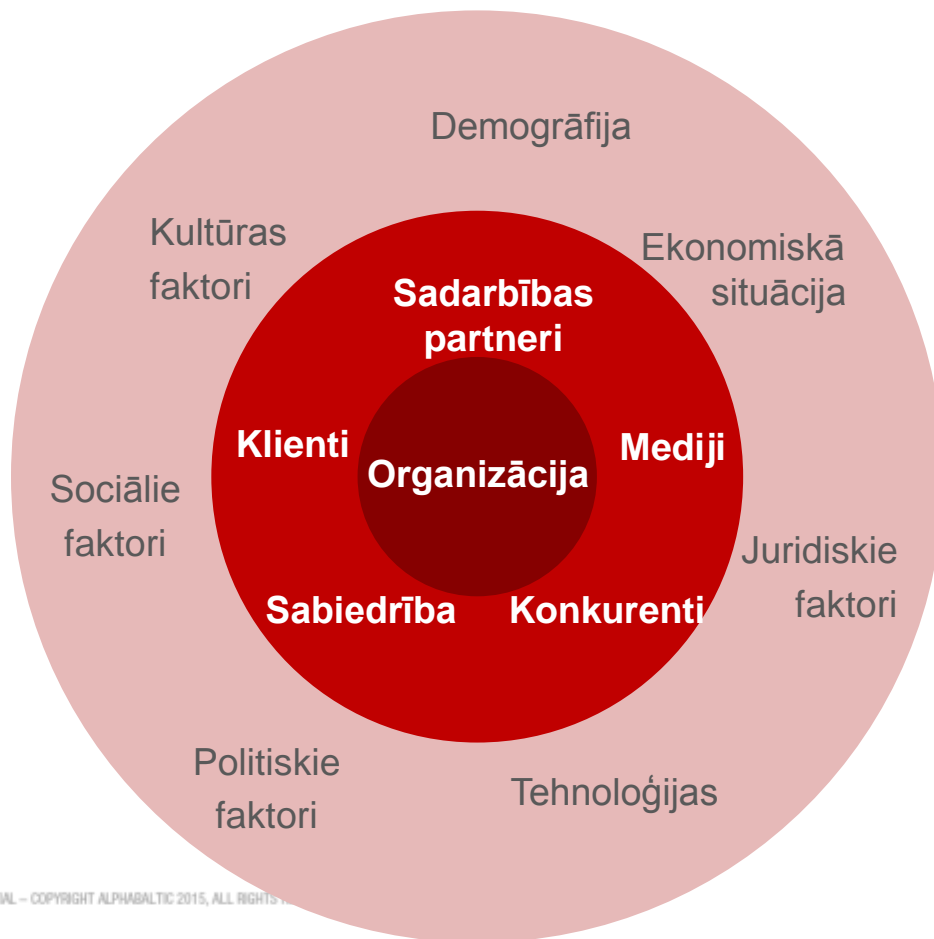


Palielināt iedzīvotāju
lepnumu par savu
pilsētu

ZĪMOLVEDĪBAS PROCESS

1. Budžetēšana
2. Esošās situācijas analīze
3. SVID
4. Misija
5. Vērtības
6. Attīstības stratēģija
 - Pozicionējums / Zīmola solījums / Zīmola apraksts / Mērķa grupas / Komunikācijas stratēģija
7. Taktika: Zīmola ieviešana un monitorings
 - Mērķa grupas → Galvenā ziņa → Sasniedzamie rezultāti

ESOŠĀS SITUĀCIJAS ANALĪZE



Esošās situācijas izpēte:

- Primārā izpēte
- Sekundārā izpēte
- Kvalitatīvie pētījumi (intervijas un fokusgrupas)
- Kvantitatīvie pētījumi (interneta aptaujas)

KĀDAS IR MĀRKTINGA SASTĀVDAĻAS?

- Logo, ģerbonis, komunikācijas materiāli
- Komunikācijas kanāli
- Atrašanās vieta
- Pilsētas pārvalde, politiskā vara un lobijs
- Pakalpojumi
- Pakalpojumu izcenojumi
- Publiskais viedoklis
- Lojalitāte
- Sadarbība ar:
 - Uzņēmējiem, vietējiem un ārzemju investoriem
 - Citām pašvaldībām
 - Sadarbības pilsētām

PILSĒTAS SIMBOLIKA



SVID

	Stiprās puses	Vājās puses	Iespējas	Draudi
Komunikācija				
Sociālie mediji				
Izglītība				
Kultūra				
Uzņēmējdarbība				
Tūrisms				

ATTĪSTĪBAS STRATĒGIJA

Zīmola attīstības ilgtermiņa mērķi

- Izveidot integrētas komunikācijas platformu, kas komunicē pilsētas nozares (business, izglītība, kultūra, tūrisms) pilsētas kontekstā zem vienota zīmola.
- Pilsētas tēla vienots koncepts, kas atbilst mūsdienu dizaina tendencēm, iesaistot gan tehnoloģijas, gan dabu, gan vides objektus stratēģiski izvēlētos mediju kanālos.

MISIJA UN VĒRTĪBAS

Misija:

Valmiera – dinamiska, videi draudzīga, uz izcilību, inovācijām un viesmīlību virzīta pilsēta cilvēka personības izaugsmei, ģimenes labklājībai un uzņēmējdarbībai.

Vērtības:

- » Iedzīvotāji
- » Uzņēmējdarbība
- » Pilsētvide

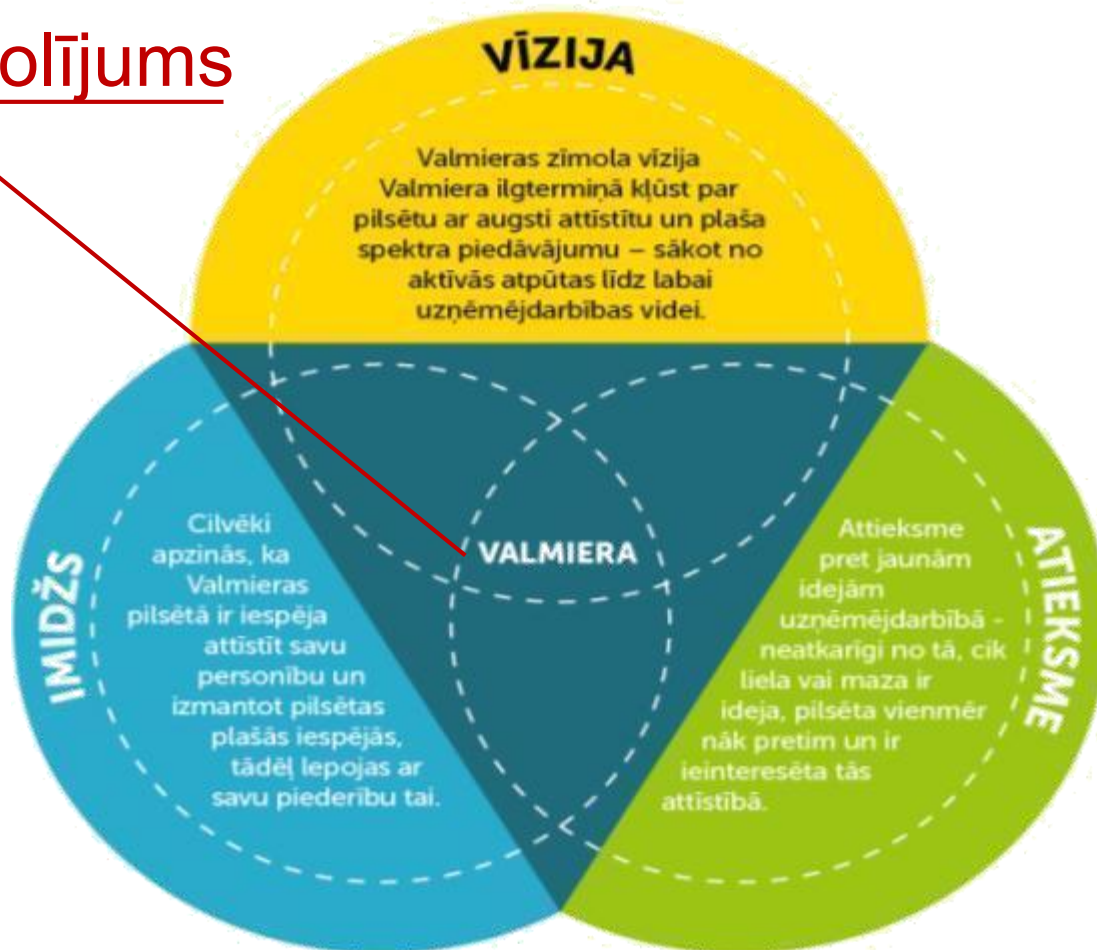


Valmieras pilsētas pozicionējums un komunikācijas virsmērķi

- Valmiera ir stabila un progresīva vide personības un labklājības izaugsmei.
- Valmiera ir Vidzemes biznesa, izglītības un sporta centrs ar bagātīgu kultūras un dabas mijiedarbību.



Zīmola solījums



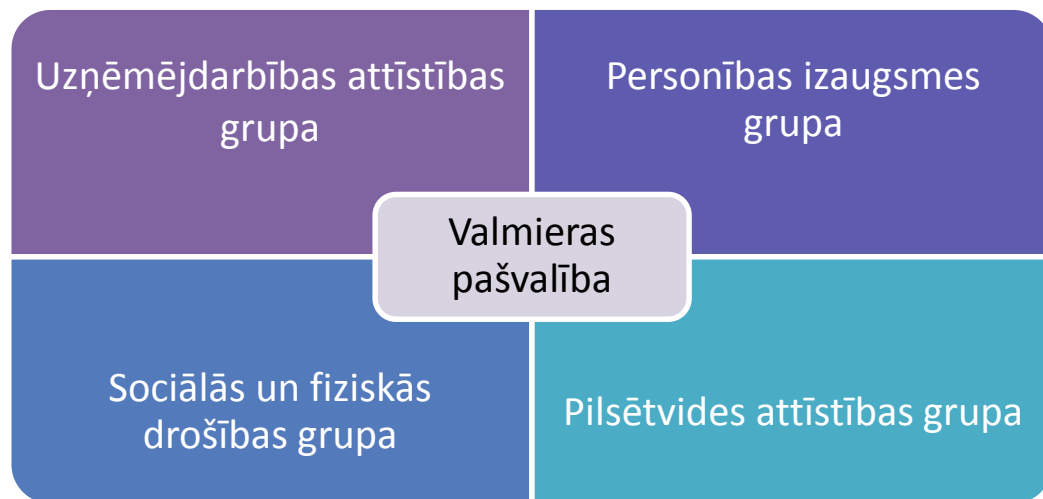
ZĪMOLA APRAKSTS UN VIZUĀLĀ IDENTITĀTE

- LOGOTIPS
- ELEMENTI
- PIELIETOJUMS
- PILSĒTVIDE
- IZMANTOŠANA KOMUNIKĀCIJU KANĀLOS



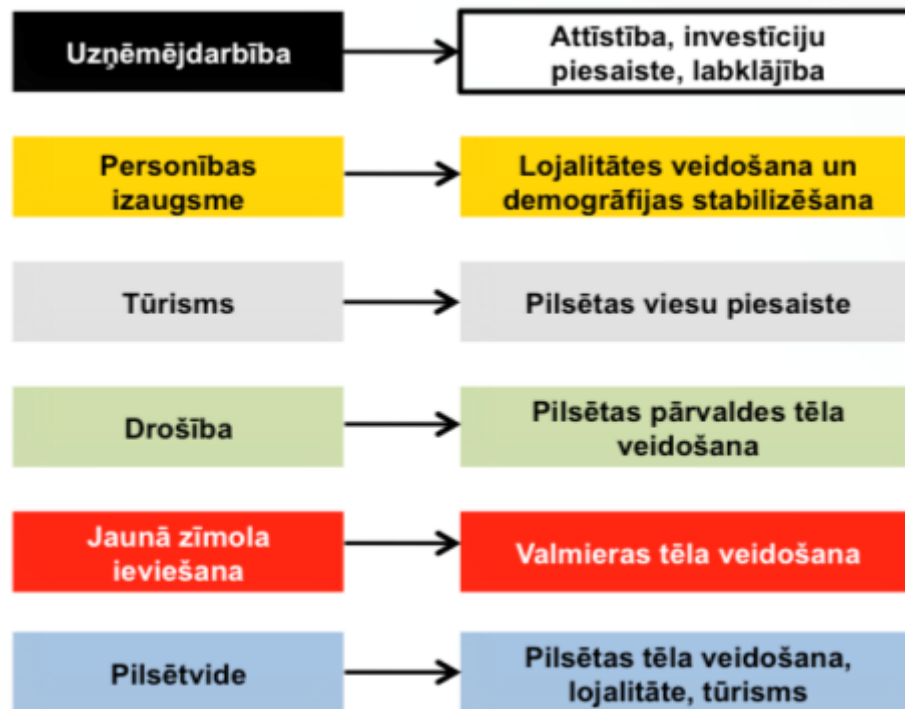
KOMUNIKĀCIAJĀS STRATĒĢIJĀ

- Mediju stratēģija
- Sociālo mediju stratēģija
- Sabiedriskās attiecības
- Pilsētvides komunikācija
- Sadarbības partneri:



TAKTIKA: ZĪMOLA IEVIEŠANA UN MONITORINGS

Katrai komunikācijas sastāvdaļai ir sava loma pilsētas tēla veidošanā



ZĪMOLA IEVIEŠANA UN MONITORINGS



Lai jums izdevusies diena!

