LLI – 187 “Starptautiskais kultūras maršruts "Baltu ceļš"”/”Balts’ Road”



Tūrisma mārketings 2

Edgars Ražinskis, lektors,
uzņēmējs, autors.

21.03.2019

GAITA

- PĀRDOŠANAS KANĀLI;
- SOLĪJUMS;
- STĀSTS;
- SATURS;
- 5 PĀRDOŠANAS ĪSCEĻI;



TŪRISMA PRODUKTU PĀRDOŠANAS MATRICA

MĒRĶAUDITORIJA	KANĀLI	VAJADZĪBAS	ĒSMA
Vietējās ģimenes/ pārīši ar naudu.	facebook, instagram, delfi, tvnet, **Radio, podcast, vlogi.**	notikumi, bērnu, dabas brīnumi, ekskursijas, māksla, kultūra, dalība.	web saturs, stāsti, tēli un **notikumi, foto, video**
Migrējošie no Dienvidiem uz Tallinu.	tripAdvisor, TIC, google, blogi, web.	informācija, navigācija, ēsmas.	web saturs, produktus ar aktivitāti.
Baltijas Versaļas apmeklētāji	TIC, Rundāle, TripAdvisor,	līdzās esošo produktu reputācija.	vienošanās ar aģentūrām par fee.
Jūrmalas krievi.	Jurmalas viesnīcas, Aģentūras.	ērtas un statusa ekskursijas / aktivitātes.	Runāt ar viesnīcām piedāvājot fee.
Tūrisma aģentūras (Indija, Ķīna, Koreja).	Aģentūras, izstādes, specializets web saturs.	vietējais / statuss / aktīvs /	komunicējot, pārdodot.

Tūrisma produktu auditorija/
Tās noteikšana

AĢENTŪRAS UN CITI PĀRDOŠANAS KANĀLI

mediju lietošanas paradumi

Respondentu nosauktie tūrisma operatoru portāli informācijas ieguvei

Tie 47%, kuri devušies privātos ceļojumos, izmantojuši sociālos medijus, interneta vietnes



Respondentu nosauktie tūrisma operatoru portāli informācijas ieguvei

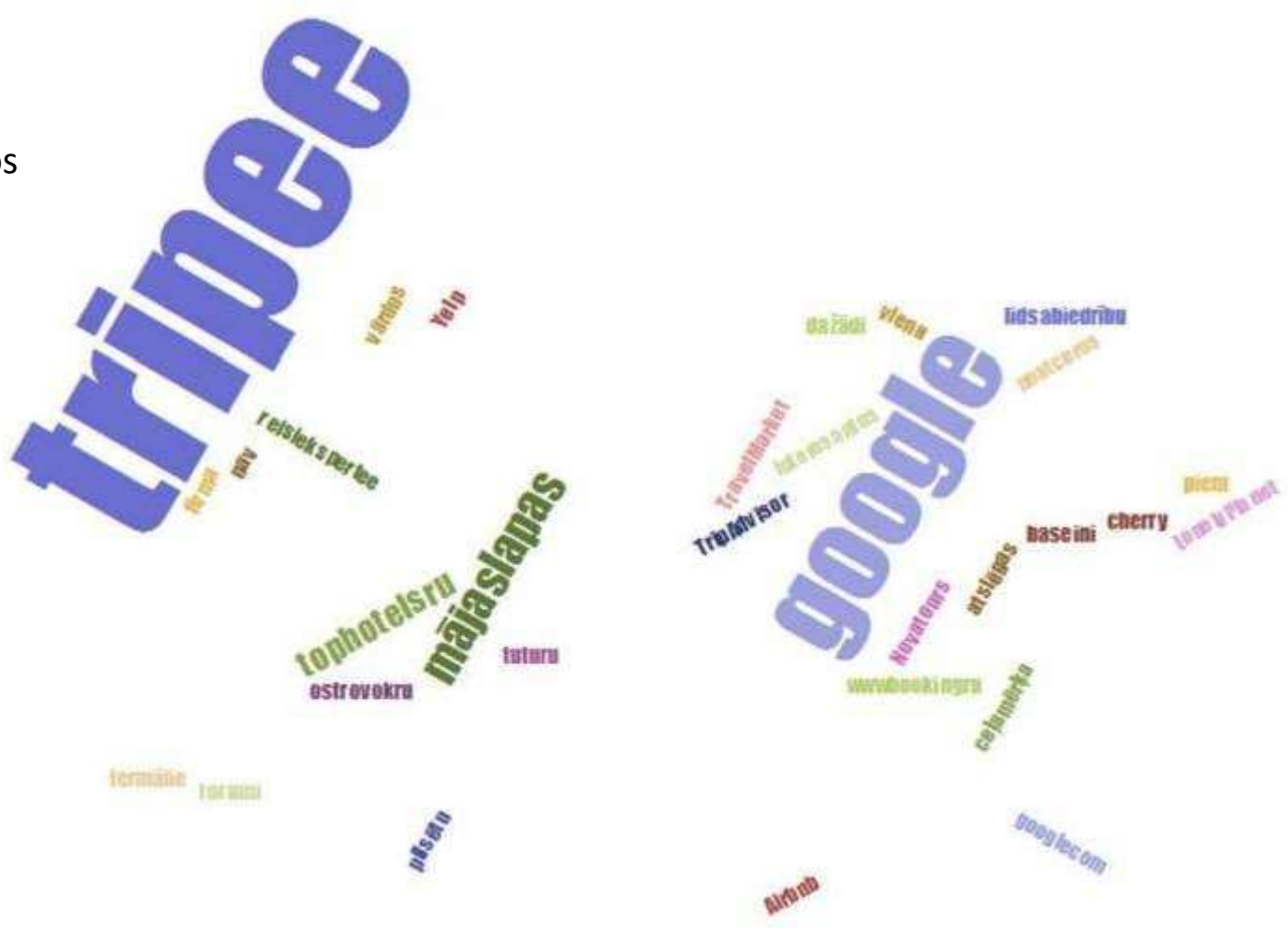
Tie 23%, kuri devušies privātos ceļojumos, izmantojuši sociālos medijus, interneta vietnes



Respondentu nosauktās tūrisma interneta vietnes informācijas ieguvei



Tie 9%, kuri devušies privātos ceļojumos, izmantojuši sociālos medijus, interneta vietnes



Respondentu nosauktie tūrisma operatoru portāli informācijas ieguvei

Tie 35%, kuri devušies privātos ceļojumos, izmantojuši sociālos medijus, interneta vietnes



Holande	https://www.naturescanner.nl/organisaties/	
Bolderman Excursiereizen	info@bolderman.nl	
Kras	info@kras.nl	https://www.kras.nl/
Norge reiser	info@norgereiser.nl	
Pharos Reizen	klantenservice@pharosreizen.nl	https://www.pharosreizen.nl/
Bolsjoj Reizen	info@bolsjoj.nl	www.bolsjoj.nl
Voyage Culture	info@voyageculture.nl	https://www.voyageculture.nl/
SRC Reizen	info@srcreizen.nl	https://www.src-reizen.nl/over-src/contact
Djoser	info@djoser.nl	https://www.djoser.nl/
OAD	groepsreizen@oad.nl	https://www.oad.nl/
Tiara Tours	info@tiaratours.nl	https://www.tiaratours.nl/
VakantieXperts	info@vx.nl	https://www.vx.nl/
Buro Scanbrit	info@buroscanbrit.nl	https://www.buroscanbrit.nl/
De Jong Intra Vakanties	productsupport@dejongintra.nl	https://www.dejongintra.nl/
Sawadee Reizen	Info@sawadee.nl	https://www.sawadee.nl/
Dalstra	info@dalstra.nl	https://www.dalstra.nl/
Adventure Tickets B.V.	info@adventuretickets.nl	https://www.adventuretickets.nl/
Aktiva Tours	info@aktivatours.nl	www.aktivatours.nl
AmbianceTravel BV	info@ambiancetravel.nl	www.ambiancetravel.nl
BBI Travel	info@bbi-travel.nl	www.bbi-travel.nl
Landgoed De Berenkuil	info@berenkuil.nl	https://www.berenkuil.nl/
BIM BIM bikes	info@bimbimbikes.com	https://www.bimbimbikes.nl
Cirkel	info@cirkel.nl	https://cirkel.nl/
Koningaap	info@koningaap.nl.	https://koningaap.nl/
Natuurhuisje.nl	info@natuurhuisje.nl	www.natuurhuisje.nl
Pharos Reizen	klantenservice@pharosreizen.nl	https://www.pharosreizen.nl/
Shoestring	info@shoestring.nl	https://shoestring.nl/
Singha Reizen BV	info@singhareizen.nl	https://singhareizen.nl/
SNP Natuurreizen	info@snp.nl	https://www.snp.nl
	info@sundowner.nl	https://www.sundowner.nl/
Topo Aktief	info@topo-aktief.nl	https://www.topo-aktief.nl
VOIGT TRAVEL	info@voigt-travel.nl	https://www.voigt-travel.nl/

KAS INTERESĒ TŪRISMA AĢENTŪRAS

- Kataloga sastādīšanai (bildes, bezmaksas foto datu bāzes (https://momenti.lv/)).
- Privātās tūres un mazas grupas;
- Vācu valoda;
- Aģentūru konkurētspēju uzlabojoši produkti (vīna degustācijas, vakariņas ar vietējiem, solo ceļojumi, elektro velo)
- Viegli saprotamas un pārskatāmas cenas;
- Iespēja satikt ITB vai citā izstādē;
- Iespēja atbraukt un izmēģināt pakalpojumu .



SOLĪJUMS, VĒRTĪBAS
Kāpēc cilvēkiem būtu jābrauc pie mums.

Uzticēšanās

Cilvēki, pamatojoties uz zinātnieku pētījumiem, pirmajā tikšanās reizē ar produktu/zīmolu cenšas atbildēt uz **diviem** jautājumiem:

1. Vai es šim produktam **varu uzticēties**?
2. Vai es šo produktu (visbiežāk organizāciju) **varētu cienīt** respektēt un veidot attiecības?



Produkta solījums

Vērtībās balstīts, uzticības pamats

Zīmola/produkta orientieris;

Klienta vajadzību risinājums;

Solījums, kuram var uzticēties;

Solījums, kuru Tu var izpildīt, vienmēr;



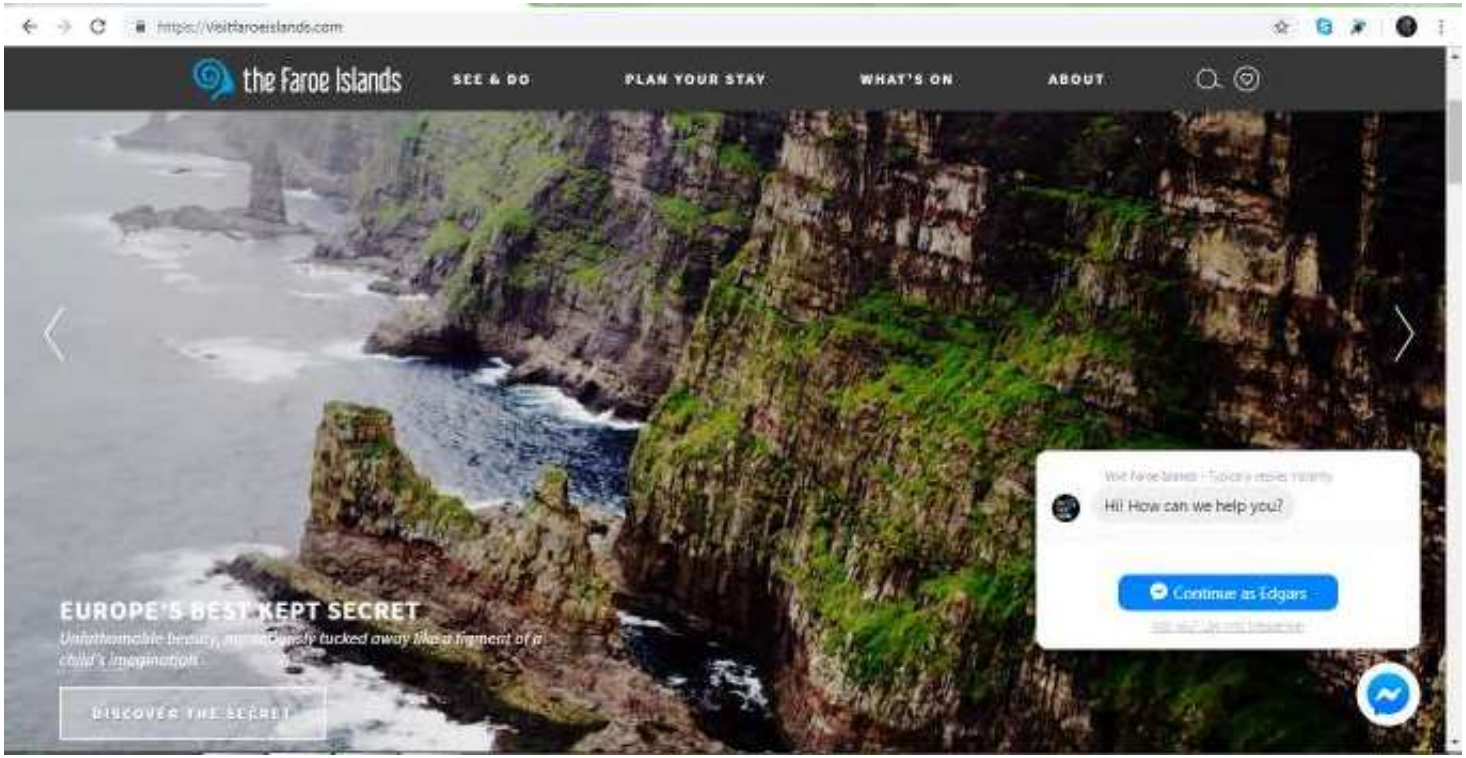
"Labākais alus Zemgalē"

"Katrs kam ir sirds, var būt sēlis"

"Atbrauc uz Aknīsti un tu negribēsi doties prom"

"Kvalitāte ir darbs"

Kur izpaužas solījums



devīzē / produktu aprakstā / sadaļā “par mums” / mūsu vērtībās / mūsu foto un video / atsauksmēs par mūsu produktu /

KAS MĒS ESAM



CILVĒKS GRIBĒS UZTICĒTIES CILVĒKAM.

KLIENTU ATSAUKSMES UN NOVĒRTĒJUMS;

ATPAZĪSTAMAS IKONAS, ORGANIZĀCIJAS, OFICIĀLAS IESTĀDES;

TRANSPORTLĪDZKĻU, VELO, LAIVU FOTOGRĀFIJAS;

VIESNĪCĀS CILVĒKUS VISVAIRĀK INTERESĒ VANNASISTABAS BILDES;

ADRESE, EPASTS@ORGANIZĀCIJA[1];[5]

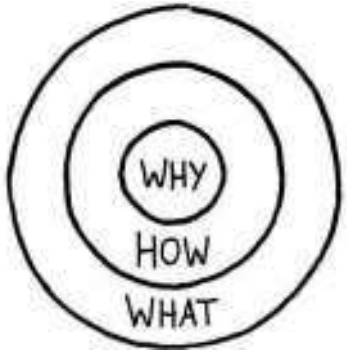
KĀPĒC MĒS TO DARĀM

Klientu prioritārā secībā interesēs:

Kāpēc tu to dari? Kam tu tici? Kā tu sāki? Kā radās ideja?

Kā tu to dari? Kādas ir tavas superspējas?

Ko tu dari? Kas ir tavs produkts?











dzīves stils un vērtības

SATURS

VIETA / STĀSTS / **CILVĒKS** / AKTIVITĀTE / GARŠĪGS / DZERAMS / MŪSDIENĪGS / ATPAZĪSTAMS / PIELIETOJAMS / EKOLOĢISKS / VESELĪGS / MŪZIKA / ADRENALĪNS / IZAICINĀJUMS / SPĒLE / TEĀTRIS / ATTĪSTOŠS / PIEDALĪTIES / BAUDĀMS / TEHNOLOĢISKS / PRAKTISKS / MĀKSLA / PRASMES

Ar vietu nepietiek.

Moderni un saprotami izstāstīts "Baltu ceļš"



Klātbūtnes saturs

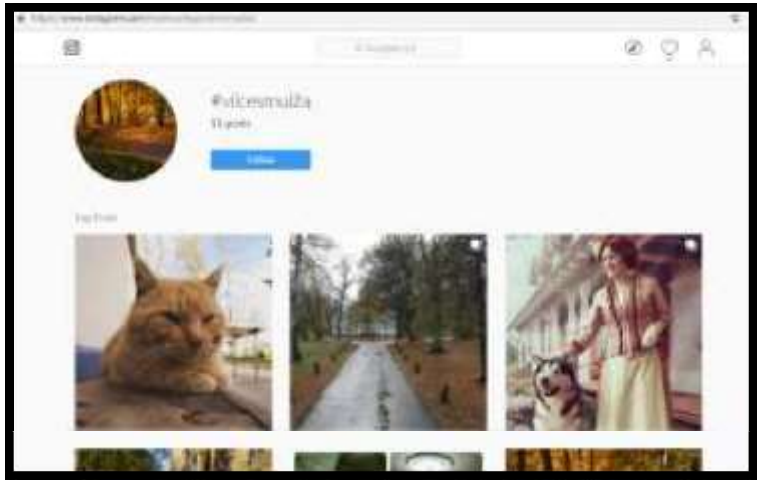




Kā ES varu piedalīties?
Kā es varu kļūt labāks, gudrāks, veselāks, skaistāks....
Kļūt par sēli vai krustnesi;
Kas man no šīs pieredzes paliks pāri un ko es varu paņemt līdzi?



PERSONĀŽS









Harizmātiski stāstnieki
Dzīvnieki
Vēstnieki
Vēsturiski personāži
Izdomāti tēli

Kultūras saturs

Sansusī





Dabas koncertzāles



Satori nometnes



Stand up comedies,
Prāta spēles,
Kino festivāls pilskalnos;
Zemgaļu tetovēšanas studijas “Zalktis”.

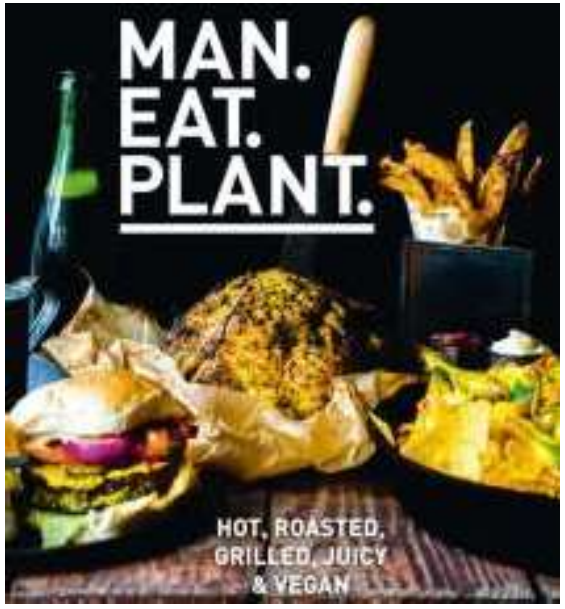
Veselības saturs





Sēļu skrējiens;
Jogas/ budismas/ citu garīgo prakšu meistarklases;
Buršanās un pirts dienas;
Ar SUP no A uz B.
Ar elektro velo cauri pilskalniem;
Modernas amatu meistarklases;
Latvijas Tropi;

Ēšanas saturs







Amatier-dārznieku un dzīvokļos audzētāju darbnīcas;
Alus raudzēšanas meistarklases;
Zero wast gadatirgus;
Vegānfests;
Aknīstes tapas, Neretas lazanja,
Dobeles meteorburgers.

Vēstures saturs





Vēsturiski maršruti
Foto kolāža toreiz un tagad
Slavenību stāsti
Seno ēdienu/alus darināšanas meistarklases;







5 PĀRDOŠANAS ĪSCEĻI

VIENPRĀTĪBA

- Cilvēki bieži rīkojas tā, kā rīkojas citi tiem līdzīgie vai tādi, kam tie gribētu līdzināties;
- Cilvēki mēdz šaubīties;
- Piemērs ar viesnīcu un izlietotajiem dvieļiem;
- Piemērs ar stāvēšanu rindā (viltus klienti).



VIENPRĀTĪBA







PAKĀPENISKA IESAISTE

- Cilvēku var atbiedēt pēkšņi lieli lēmumi;
- No mazākā uz lielāko;
- Degustācijas, Gors, ledusskulptūras, dabas koncertzāle;
- Free tours (+20% no cenas);
- Nokavētas vizītes (-18%);
- 3 jautajumi par svarīgāko pēc tikšanās;
- Pievilināt ar info centru, un pārdot vakariņas un naktsmītnes;



Pakāpeniska iesaiste





NEPIETIEKAMĪBA

- **Vēlme būt īpašam saņemot to, kas nav citiem;**
- **Concorde piemērs;**
- **Griķu un sāls epopeja LV;**
- **3 produkta pārdošanas dimensijas:**

Priekšrocības, unikalitāte un tas, ko cilvēks pazaudēs, vai neiegūs nesaņemot šo produktu.





Nepietiekamība

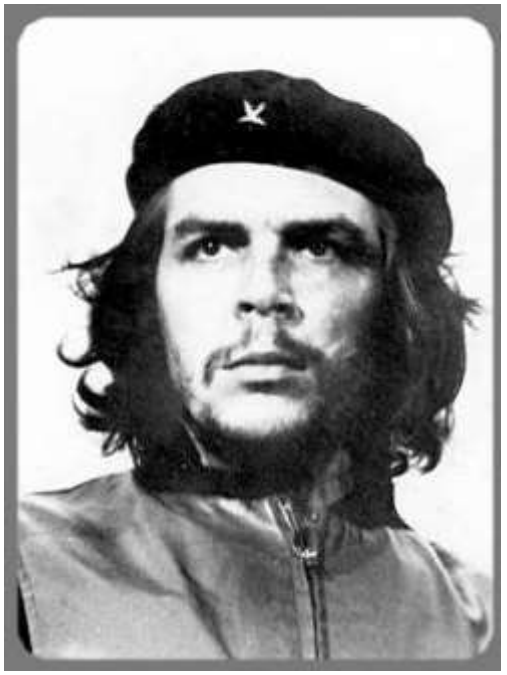






AUTORITĀTE

- sekošana uzticamiem un zinošiem cilvēkiem;
- Ekspertu apliecinošie diplomi pie sienām, uniformas vai iekārtu sertifikāti;
- Citu ieteikums ir labāks nekā sevis reklamēšana;
- Sekretāre, kā speciālistu līmeņa barometrs;
- Kas tevi padara uzticamu?

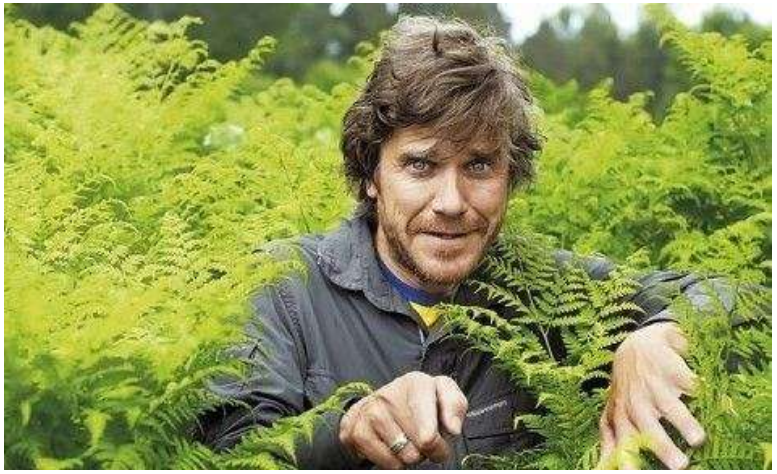


Autoritāte









DĀVANA

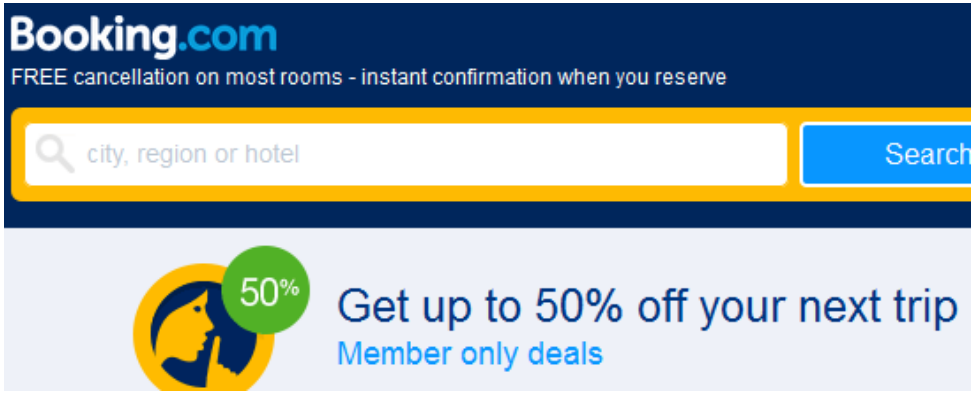
- Ņemšanas un došanas attiecības, savstarpējība, jeb *reciprocitāte*.
- Cilvēks izjūt vēlmi atlīdzināt par saņemtu dāvanu, uzslavu vai palīdzību;
- Konfekte vai cepums, ko viesmīlis piešķir klientam (+3%, +14% un +23%);
- Dāvinātāja attieksmes ietekme uz rezultātu (**personiski un negaidīti**);



DĀVANA






Booking.com
FREE cancellation on most rooms - instant confirmation when you reserve
city, region or hotel
Search
50%
Get up to 50% off your next trip
Member only deals


Booking.com
A € 15 Reward for You and Me!
Use Booking.com and they'll say thank you with a € 15 gift for both of us.
booking.com



Paldies par uzmanību!

Kontakti:
edgars@25wolves.com
+371 28664983