

«Mazbudžeta mārketinga kampaņas un sociālo tīklu komunikācijas tendences»

Mg. soc. sc. Lolita Ozoliņa
lektore, zīmolu komunikācijas projektu vadītāja

21.03.2019

Mazbudžeta mārketingš

- Netradicionāla, drosmīga un ļoti radoša komunikācija ar mērķauditoriju, kas realizēta ar minimāliem finanšu resursiem.
- Mūsdienās, lai pievērstu uzmanību savam zīmolam / produktam / piedāvājumam, nav vajadzīgi lieli līdzekļi, bet ambiciozi mērķi, drosmē riskēt, n-reizes mēģināt un pārļiecināt, bieži – pārvarēt sevi!



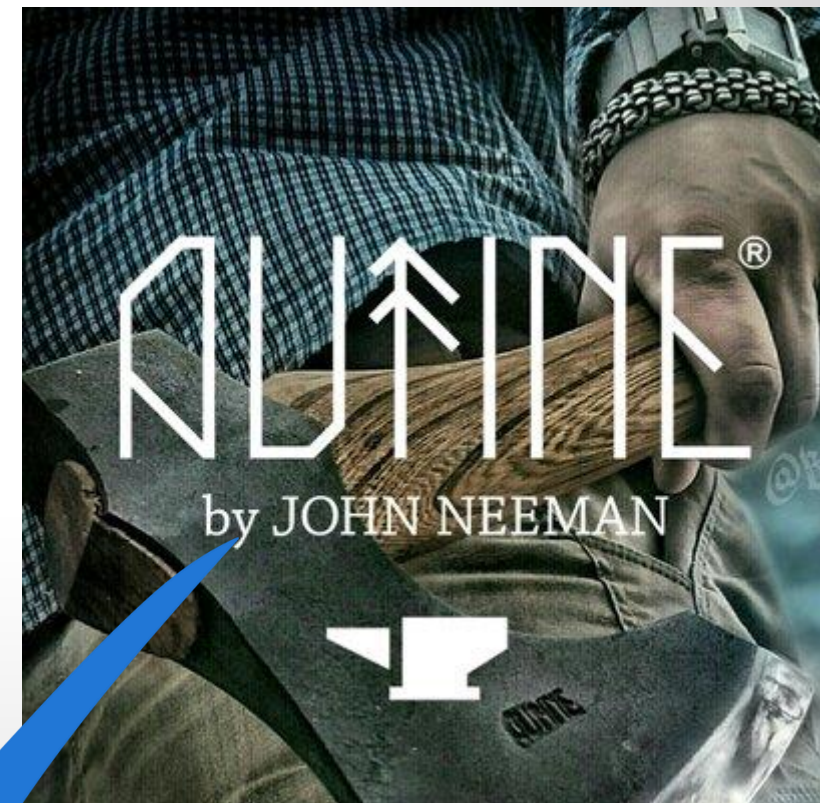
Check list

Personība



Mērķauditorija

Produkts



Zīmols/ stāsts

Populārākās mazbudžeta mārketinga formas:

- Partizānu mārketings
- Partnermārketings
- Stāstniecība





**PARTIZĀNU
MĀRKETINGA
KOMUNIKĀCIJA**

Partizānu mārketingi (*guerilla marketing*):

- **Savdabīgs** reklamēšanas veids, kurā ar **netradicionāliem** līdzekļiem, par **zemu pašizmaksu** tiek piesaistīta **plaša** publikas un mediju uzmanība.
- Bieži tiek saukta arī par huligānu reklāmu, jo var izmantot nelegālas metodes.
- **Efekts:** neparasta, negaidīta, šokējoša, uzmanību saistoša, provokatīva un neaizmirstamu reakcija, uzvedība vai mijiedarbību ar skatītāju.

Partizānu kampaņām raksturīgs:

- Radošs, negaidīts un provokatīvs risinājums
- Objekti, reklāma ir daļa no vides
- Veiksmīgām kampaņām raksturīgs «sniega bumbas» efekts – plaša publicitāte, word-of-mouth un viral efekts
- Ja kampaņa neizdodas – zaudējumi ir nelieli
- Piemērots nelielu uzņēmumu atpazīstamībai
- Resursi: laiks, radoša iztēle & uzturēšanās



Partizānu kampaņu mīnusi:

- **Lēni rezultāti** – var neseķot tūlītējs pārdošanas pieaugums, jaunu klientu pieplūdums, bet noteikti var palielināties interese par produktu, uzņēmumu utt.
- **Negatīvi komentāri** – sūdzības par pilsētvides ainavas vai objektu bojāšanu, pārāk lielo uzbāzību un provokatīvo ideju.
- **Vēstījuma neuztveršana un nesapratne.**
- **Grūti paredzami apstākļi un faktori** – pašpārvaldes atļaujas, laikapstākļi, likumi un var ierobežot drošību, traucēt kustību, cilvēku neatsaucība.



A man with a full brown beard and curly blonde hair stands in a lush forest. He is wearing a red and black plaid shirt with suspenders. Behind him is a calm lake reflecting the sky, with a wooden bridge crossing it. The scene is surrounded by tall trees and green foliage.

The Stress Buster

Partizānu mārketinga variācijas:

- Formāts (*ambient* risinājums, objekts) integrēts apkārtējā vidē
- Vīrusa formāts
- Pret konkurentiem vērsts formāts (piemēram, *ambushing marketing*)
- Zibakcijas (flashmobs)
- Mobils formāts



















VOLKSWAGEN

Volkswagen Group...



RÜSCH
2017

Lo scroscio del Palü

(Das Rauschen des Palü, Stefan Rüsch, 2017)

Beeindruckt von den Bergbächen und Wasserfällen am Piz Palü arbeitete Stefan Rüsch die Gewässer in die Markierung des Bergwanderwegs mit ein – durch zwei Linien in Wellenform.

Mehr entdecken auf [graubunden.ch/meisterwerk](https://www.graubunden.ch/meisterwerk)

graubunden
Jeder Fleck ein Meisterwerk.









A close-up photograph of two people shaking hands over a wooden desk. The person on the left is wearing a blue and white checkered shirt and a silver wristwatch. The person on the right is wearing a grey sweater. On the desk, there is a laptop, a clipboard with a document labeled 'Contract', and some papers. The background is slightly blurred, showing more of the desk and some office equipment.

PARTNERMĀRKETINGA KOMUNIKĀCIJA

Partnermārketingis (*affiliate marketing*):

- Mārketinga veids, kura pamatā ir **partneru atalgošana** par katru tavam biznesam piesaistītu klientu.
- Plusi & ieguvumi:
 - Jānodrošina produkts un funkcionāla mājaslapa
 - Unikāla saite katram partnerim (parasti šādi piepelnās studenti)
 - Pelnā partneris - komisija par katru pirkumu
 - Nav vajadzīgs ieguldīt lielus līdzekļus produkta reklāmā (jāizstrādā interneta baneri), pie kam var arī pelnīt procentus no pārdotajiem produktiem
 - Uzlabojas mājaslapas rādītāji meklētājsistēmā Google
 - Ir laiks, ko veltīt sava tiešā biznesa attīstībā un vadīšanā

Partnermārketingis (*affiliate marketing*):

Partnermārketinga darbības princips ir ļoti vienkāršs:

- Jāpiereģistrējas kādā no affiliate mārketinga tīkliem;
- Jāievieto savā mājaslapā vai blogā linkus un banerus, kas reklamē kādu produktu (smscredit.lv, lattelecom u.t.t)
- Ja kāds jūsu lapā uzklikšķina uz šiem reklāmas materiāliem un nopērk produktu, affiliate tīkls saņem komisijas maksu un *vēlāk* jums izmaksā procentus no tās.

<http://www.affiliate.lv/>

<http://www.webmarketing.lv/>

Citas sadarbības iespējas: LIAA tūrisma veicināšanas aktivitātes



[DOTIES ATKLĀT](#)

[ATKLĀJUMU TOPS](#)

[IESAISTĪTIES](#)

[PAR ATKLĀJ LATVIJU](#)

[RU](#)

Atklājumu tops

Otomārs Pūce iesaka vietas, kuras noteikti ir vērts atklāt.



Citas sadarbības iespējas: Zemgale by Bicycle

[Rīga & Jūrmala](#) [Kurzeme](#) [Latgale](#) [Sēlija](#) [Vidzeme](#) **Zemgale** [EuroVelo](#) [Online karte](#) [Pakalpojumi](#) [Par mums](#) [ENG](#)



Blogi:

Kopējā Top 20 blogu auditorija

 1 53 461

Top 20 blogu auditorijas sadalījums

 60%  40%

Vidējais viena lietotāja pavadītais laiks

 0:05:28

 GEMius

Gemius Top 20 blogi 2018. gada pavasarī

N.p.k.	BLOGS	Apmeklētāji (Real users)	Lapu skatījumi (Page views)	Vidējais viena lietotāja pavadītais laiks [st:min:s]	Apmeklējumi (Visits)
1	kursors.lv	27671	229344	00:10:14	93220
2	ebaznica.lv	13015	38227	00:02:35	20198
3	noskrien.lv	10695	158651	00:19:10	42240
4	parmuziku.lv	10680	23979	00:02:01	15282
5	topivesels.lv	9659	31454	00:02:25	16015
6	3ade.lv	9354	22121	00:01:35	14111
7	cirkulis.lv	7223	21659	00:02:27	7821
8	garsigalatvija.lv	7007	13457	00:01:23	9996
9	labsoflatvia.com	6168	16354	00:02:28	7966
10	naskoties.com	5946	26201	00:03:03	12578
11	laacz.lv	5587	9691	00:01:02	6655
12	iinuu.lv	5135	9990	00:01:17	6218
13	bioblogs.lv	4331	12532	00:02:20	7453
14	528.lv	3862	7003	00:00:44	5541
15	estmilis.lv	3744	13904	00:04:17	8156
16	krustnaglina.lv	3689	12152	00:02:45	8373
17	kikasvirtuve.com	3661	5272	00:01:01	3661
18	slowyogalife.com	3423	8210	00:02:08	5328
19	zirnis.lv	3200	16453	00:03:57	4708
20	vardotaja.blogspot.com	2885	3766	00:00:54	2936

Ķirbju maize

AVIĒŅI, OLAS
GAĻA
KŪKAS, MAIZĪTES
MAIZE, GRĀUDI
OLAS
PIENS, BIEZPIENS
DĀRZENI, SĒNES
SALDIE ĒDIENI
DZĪVJS



Ķirbju maizes pirmais valdzinošais iespaids rodas no saulaini dzeltenās krāsas. Jau sen gribējām tādu izcept. Laimīgā kārtā sakrita laiks, kad no Barkānu ģimenes mūsmājās ievēlās mīlzu ķirbja puse un ieradās Latvijas Mediju

Grāmatas



Mūsu jaunā grāmata. Pērc šeit!

Mūsu sadarbības partneri

 **Balta**
Latvijas Mediju

iinuu

INGAS UN BRĪVA MĀJASLĀPA

PAR IINUU

DZĪVESZIŅAI +

DZĪVESPRIEKAM -

[Apkārt pasaulei](#)

[Uz skatuves](#)

[Gardēžiem](#)

[Iedvesmai](#)

[Pasākumi](#)

[Deja](#)

[Nopietni pa jokam](#)

[Idejas mājai](#)



**Smaržo pēc mīlestības,
nevis krāsas**

Dzīvespriekam

• •



08 SEP, 2018

newsletter

• •

Saņemt jaunumus uz epastu:



lasītākie

• •

18 OKT, 2011

DZĪVESPRIEKAM » NOPIETNI PA JOKAM

**Latviešu tautas mīklas
par augļiem un
dārzeņiem (3)**



2013. gadā es izveidoju latviešu ceļojumu blogu apkopojumu, kuru esmu publicējis savā blogā kasparsmisins.lv.

Šis ir papildināts raksts, kurā apkopoti ne tikai latviešu ceļojumu blogi, bet arī ar ceļošanu saistītas Facebook grupas latviešu valodā.

Ja tev ir blogs, kurā tu raksti par ceļošanu, un gribi, lai tas būtu šajā sarakstā – dod ziņu komentāros vai raksti mums uz epastu! Ja zini kādu Facebook grupu, kurai, tavuprāt, vajadzētu būt pieminētai – raksti mums!

Facebook grupas par ceļošanu

Facebook grupas ir sakārtotas nenoteiktā secībā.

1. [Latvieši Ceļo – Diskusijas par ceļošanu](#)
2. [Trekinga, kalnu pārgājieni](#)

STĀSTNIECĪBA



Stāstniecība (*story telling*):

leguvumi:

- Lielisks instruments zīmola tēla, produkta popularizēšanā
- «Nepiespiesta» reklāma
- Vēstījumam ir emocionāla, cilvēcīga, uzticību rosinoša puse
- Skatītājs pats iesaistās stāstā – dalās ar to
- Radoši, interesanti, vērtīgi stāsti noteikti ļauj ietaupīt mediju izmaksas



Baltu spēka zīmes

@baltuspekazimes

Home

Posts

Photos

About

Community

Info and Ads

Events

Create a Page



Like



Follow



Share



Call Now



Send Message

Posts



Baltu spēka zīmes

March 17 at 2:01 PM · 🌐

Meistarklase BROČĒNOS

Baltu Spēka zīmes ar izbraukuma darbnīcu dodas uz Kurzemi 🍷 Ja

Brocēni Tavā tuvākajā Dīdā, katā 12. un 13. aprīlī, ceturtdien un 14.00 tiekamies



Citas mazbudžeta komunikācijas aktivitāšu idejas:

- Ēdienu, darbarīku, rotu pagatavošanas **video (kā top?)**:
- **Sadarbība ar blogeriem** (nišas) un mikro-ietekmētājiem (influenceriem):
- **Klientu piesaistes / iesaistes programma** – jaunu klientu piesaistei (piedāvā izmēģināt jaunu produktu, saņemt kaut-ko-par-brīvu);
- Integrēties vietējos un valsts mēroga pasākumos, aktivitātēs;
- **E-pasta sūtījumi**, ar nosacījumu – ir datu bāze un klienti akceptējuši sūtījumu saņemšanu;
- **Darbnīcu organizēšana**.

SOCIĀLO TĪKLU KOMUNIKĀCIJAS TENDENCES



Sociālo tīklu komunikācijas priekšrocības:

- **Ērta un viegli apgūstama komunikācijas platforma**, lai popularizētu savu uzņēmumu, zīmolu.
- Par salīdzinoši **nelielu samaksu** sociālajos medijos var izvietot komerciālo saturu – reklāmas blokus, sponsorētas ziņas u.c.
- Ir iespējams viegli un ātri **sasniegt plašu auditoriju**.
- Sociālie tīkli, reģistrējot lietotājus, ievāc par tiem gana daudz preču un pakalpojumu piedāvātājiem **noderīgas informācijas** – kā vecums, dzimums, dzīvesvieta, intereses –, un tas ļauj uzrunāt noteiktu mērķauditoriju.
- Sniedz iespēju **veidot interaktīvas attiecības ar sekotājiem, uzturēt tūlītēju atgriezenisko saiti**, operatīvi nodot aktuālas ziņas, nodrošināt ātru klientu servisu un nekavējoties risināt problēmas.
- Ļauj **novērtēt auditorijas interesi** pēc skatījumu, “like” un “share” skaita, kā arī ievietotā satura popularitāti, izmantojot tādus rīkus kā “Google Webmaster Tools”, “Facebook Insights” u.c.
- Piedāvā **statistiku un analītiku par publicētajām reklāmām**, kas ļauj precīzi noteikt katras aktivitātes efektivitāti un atdevi pēc visdažādākajiem parametriem, piemēram, sasniegto auditoriju.

***"If a picture is worth 1000 words,
then your destination brand
is worth 1000 pictures"***

- Brandkit

GARDUMUTI

RADA RĪKO CIEMOJAS ZEMES GARŠA

GARŠKOPĪBA SAZI

FACEBOOK INSTAGRAM

Search

Latvijas
zemenu-
kumelišu
zelteris

MARCH 15, 2019

3 digitālās komunikācijas tendences:

- Strauji pieaug **video formāta saturs**. 2021. gadā 80% no visa interneta trafika pasaulē veidos tieši interneta video trafiks (avots: [Cisco.com](https://www.cisco.com)).
- Mikro-ietekmētāji ieņems arvien svarīgāku lomu mārketinga komunikācijas stratēģijās (sekot: Latvijas Digitālo ekspertu biedrība, <https://www.lde.lv/>)
- Latvijā strauji aug "**Instagram**" tīkla lietošana. Šobrīd "Instagram" Latvijā izmanto 510 000 cilvēku



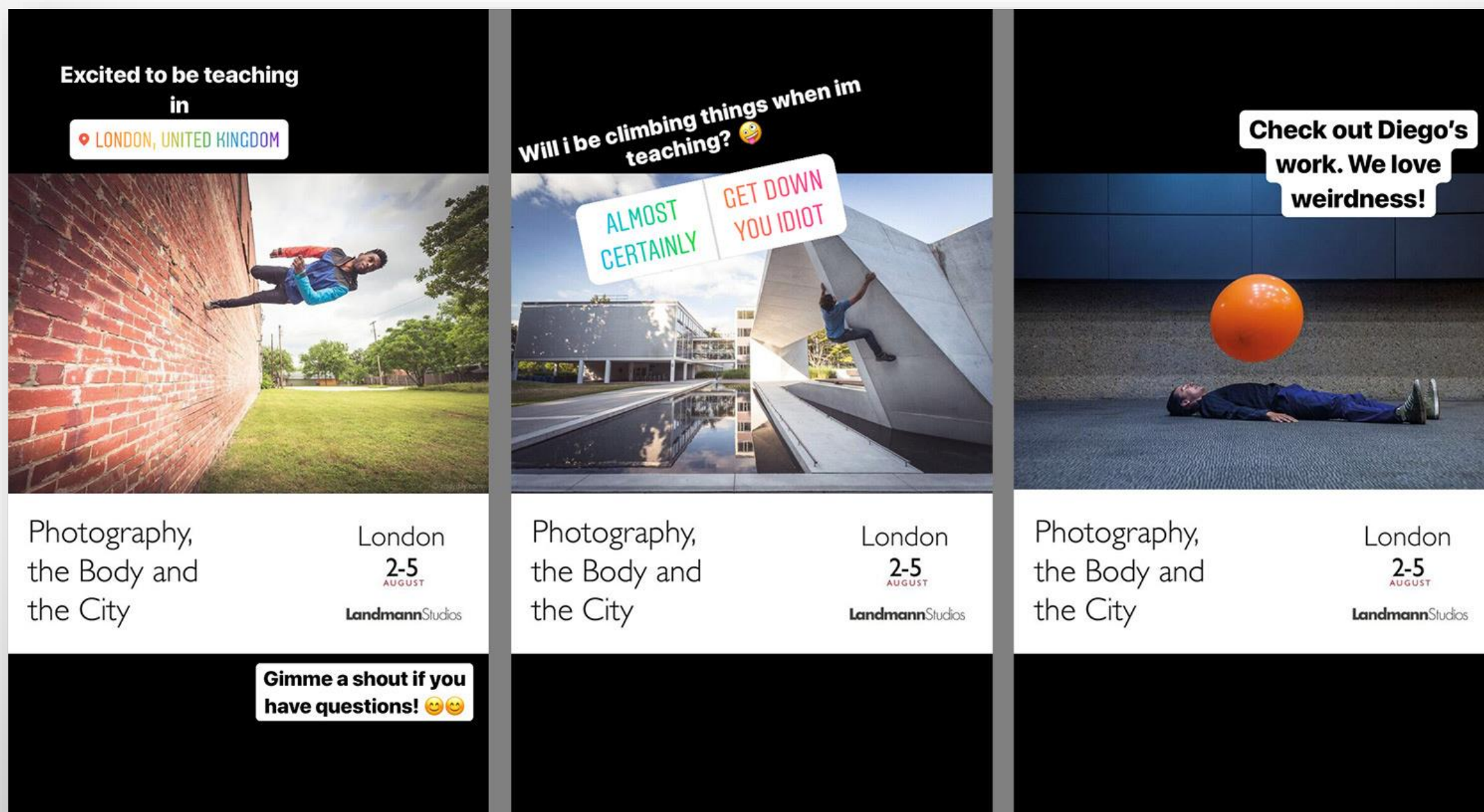
- Konsekvents vizuālais vēstījums, vērsta uzmanība jūsu biznesa stāstam;
- Pārliedcinieties, vai esat padomājis par to, ko cilvēki vēlās zināt?
- Mudināt klientus atzīmēt (tag) zīmolu vai uzņēmumu fotoattēlā, tas ir lielisks veids, kā popularizēt zīmolu
- Instagram ir izstrādājusi virkni jaunu funkciju zīmolu/ biznesa lietotājiem: piemēram, izmantojot Instagram «Insights», ir iespējams noskaidrot sekotāju vecumu, dzimumu, dzīvesvietu, skatītākos «postus» utt.



- Instagram «Stories» ļauj lietotājiem izveidot saturu, kas atrodas ārpus galvenās lapas un «pazūd» pēc 24 stundām. Tas var būt noderīgs pārbaudes rīks, lai noteiktu, kāda veida saturs interesē sekotājus?

Ieteikumi «Instagram» Stories:

- Radiet secīgu stāstu ar sākumu, iztīrējumu (līdz 10 attēli) un nobeigumu. Katram stāstam ir savs nosaukums.



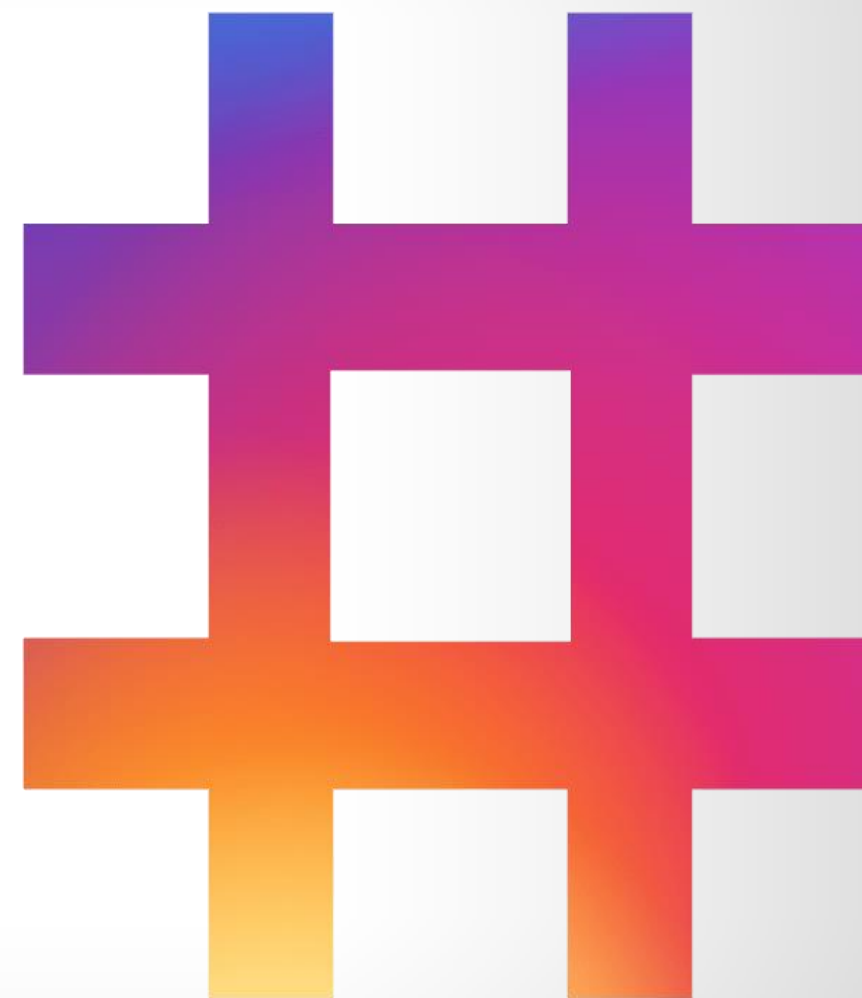
Ieteikumi «Instagram» Stories:

- Izmantojiet visas vizuālās un teksta iespējas: uzlīmes, teksta laukumus, vietas atzīmes, tēmturus, temperatūras rādītājus utt.



Ieteikumi «Instagram» Stories:

- Haštagi, mirklbirkas jeb tēmturi – vienojoši simboli, kas ietver vārdus, teikumus un ir plaši izmantoti visā internetā, ne tikai sociālajos tīklos, bet arī privātajās platformās, ieskaitot e-pastus un tērzēšanas ziņas.





HASHATIT

The Ultimate Social Media Search Engine

Search for your #Hashtag here



#Hashtag

Keyword

URL

@mention



#baltzroad

Filter

Embed

Share



Baltic Tribes soundtrack. Review.

Little bit about music which I like. If you are interested in DNA, different cultures, folk music you could like this one. Music, soundtrack from the film Baltic Tribes, ...

05 Jan, 2019

Shamanka Ilona
via youtube.com

Share



5 differences from the Palaeolithic Era To The Neolithic Era

these are 5 differences from the paleolithic era to the neolithic era. i hope you learned something from my video, have a good day.

31 Dec, 2018

Val Creeper
via youtube.com

Share



Latviešu simboli un dzeja kaligrammās

Šovakar Raiņa un Aspazijas mājā atklāj čehu mākslinieces un dizaineres Diānas Kņežīnkovas latviešu simbolu un grafisko dzejoļu jeb kaligrammu izstādi.

20 Nov, 2018

ltvpanorama
via youtube.com

Share



"Baltic Tribes Baltu ciltis" U.S Premiere Screening

The very first Baltic Film festival featuring the work of filmmakers from Lithuania, Estonia and Latvia -- a country that this year is celebrating its 100th anniversary.

30 Oct, 2018

BronxNet
via youtube.com

Share



Kaip gyveno baltų gentys / How the Balts tribes lived

Kaip gyveno mūsų protėviai,



Baltic Tribes - New York Baltic Film Festival

Director Raitis Ābele welcomes



Semigallians, Selonians - Balts' Road

Semigallians and Selonians -

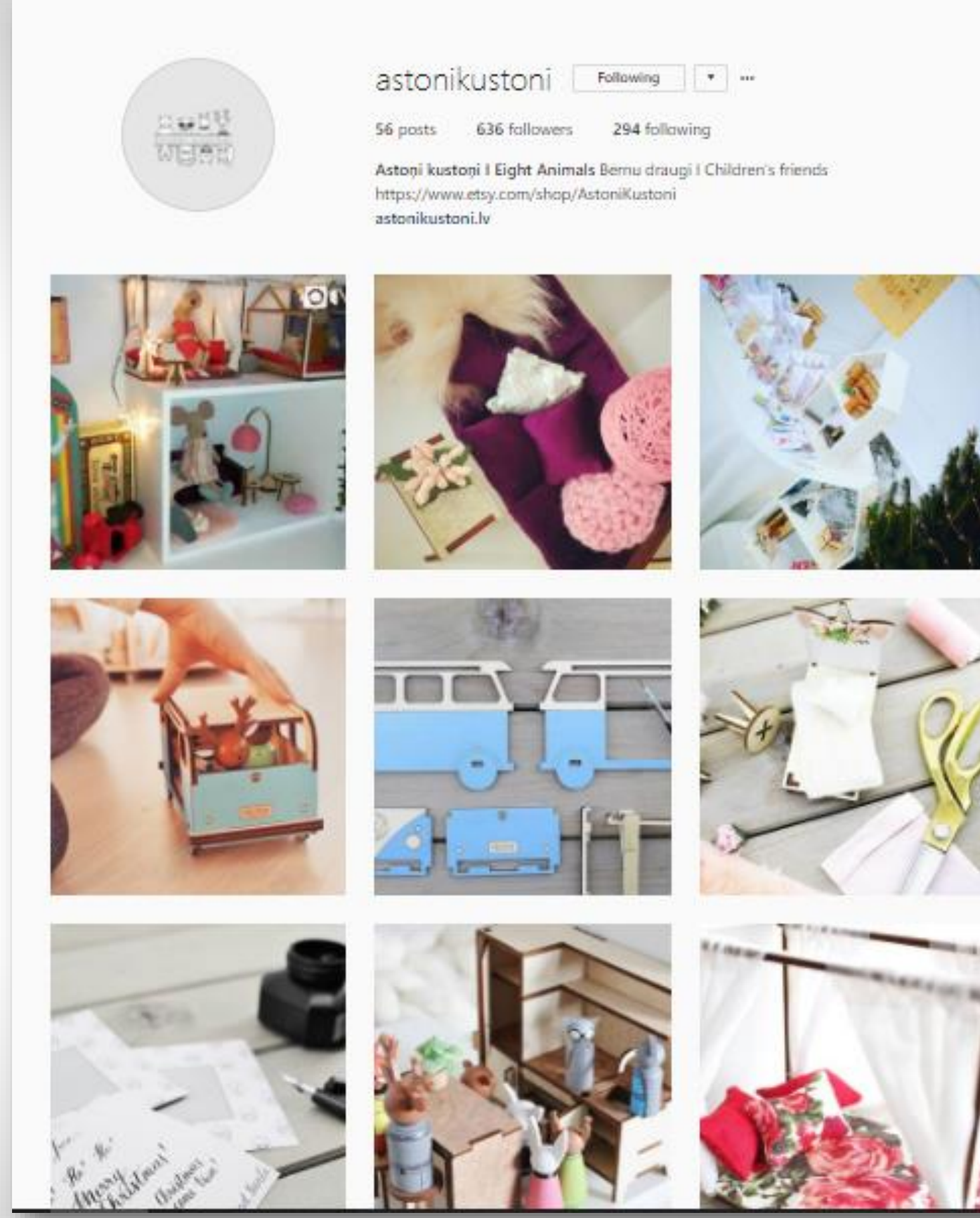


Antike Baltische Tracht / Ancient Baltic Dress

Deutsch (English below): Aus

Ieteikumi «Instagram»:

- Kvalitatīvi attēli un bildes – jūsu biznesam raksturīgas un izsmeljošas.





hopeinthewoods

Follow

2,180 likes


14w

hopeinthewoods Scoops, and not scoops... I'm always surprised by the amount of curls and chips created when carving. Considering the blanks were cut only a few millimetres away from the final shape. This is pretty much all from the bowls and backs.

[view all 42 comments](#)

cristina_tamames Beautiful!

makemeaoffer We love these guys
[@about_form](#)

lewesmap Always love seeing your beautiful spoons and photos in my feed!


mccoy_crafts Love wood carving.

leynapoh [@hello.mjlim](#)

hopeinthewoods 🙏 [@the_wood_house](#)

hopeinthewoods Thanks
[@smallcloudshop](#) [@lore_dewulf](#)



Add a comment...





autine_johnneeman • [Follow](#)

autine_johnneeman Raven
#bladesmith #autinetools #sharp #hatchet
#axejunkies

mr.pallarinte Very nice in black! 🔥



marispetkus Thing of a beauty 😍 how
do you achieve that perfect black
patina on the axe head?



andy_waterwalker Amazing 🔥🔥🔥
🔥



paridgetoolco Felt like I needed a
double like button when I saw this. 🙌
👍👍



thewildkid0_o That polished edge is
amazing



richoct @the_landscape_hunter finally
they made your axe 😁👍



miguelpiquet Ooohhh that's pretty!



delgado666 🐱



723 likes

MARCH 8

«40% Youtube lietotāju apmeklē mājaslapu, lai iepazītos vairāk ar produktu pirms to iegādāties.»

Interneta lietošanas paradumi:

- Tendences liecina, jo mazāka valsts, jo lielāka mērķauditorijas sasniedzamība
- 80% Latvijas iedzīvotāji ir sasniedzami internetā
- 1 430 000 aktīvie lietotāji (mēnesī) izmanto datoru
- 800 000 aktīvie mobilā interneta lietotāji (mēnesī)
- 400 000 aktīvie planšetu lietotāji (mēnesī)
- Cilvēks var vienlaicīgi lietot internetu (saturu) datorā, telefonā, planšetē utt.

Interneta lietošanas paradumi

- Reklāmas banerus visvairāk klikšķina lietotāji vecumā 55+
- Jauniešu auditoriju saista video un bildes, bet visam *skrien pāri ar acīm*, viņi nelasa garus tekstus
- Ja ieinteresēs banera saturs, tad 40+ uzklikšķinās un izlasīs visu pieejamo informāciju
- 78% interneta lietotāju internetu izmanto katru dienu
- 72% ir bērni, kas ir jaunāki par 15 gadiem
- 69% komunicē latviešu valodā, 30% krievu valodā
- 79% no visiem interneta lietotājiem dzīvo pilsētās

Interneta lietošanas paradumi

- 51% interneta lietotāji ir sievietes
- Visbiežāk lasa ziņas, tad seko sociālo tīklu satura lietošana: laika prognoze, izklaides, atpūtas iespējas, kultūras notikumi, receptes, auto, tūrisms un ceļošana
- 79% no interneta lietotājiem iepērkas internetā, no tiem vairāk kā puse, ir sievietes. Tendence rāda, ka šie skaitļi strauji pieaug. 61% internetā iepērkas gandrīz katru mēnesi vecumā 25-34 gadiem

Lietotāju paradumi

Individuālie paradumi

- Iemācīties kaut ko jaunu (receptes, grāmatas, hobiji utt.)
- Atrast vajadzīgo informāciju
- Meklē pirkumu
- Padziļināti uzzināt par kādu konkrētu tēmu
- Meklē idejas

Multimediju lietošanas paradumi

- Izklaidēties
- Atpūsties
- «Laika nosīšana»

Saturs, saturs, saturs

- UNIKĀLAIS ir tas, NEVIS KO Tu dari, bet KĀ Tu dari?
- Atrast savu auditoriju un to noturēt!
- Savas sekotāju kopienas veidošana!
- Sociālo tīklu lietotāji ir kanāls un viņu aktivitātes – satura koplietošana!
- Lielākais panākums ir lietotāju aktivitātes Tavā sociālā tīkla profilā: sekošana, abonēšana, ieteikšana, dalīšanās, rekomendēšana utt.
- Sekotāji var celt un arī ... pelt!

Sociālo tīklu mārketinga stratēģijas kļūst arvien kontekstuālākas, balstoties uz lietotāju datiem

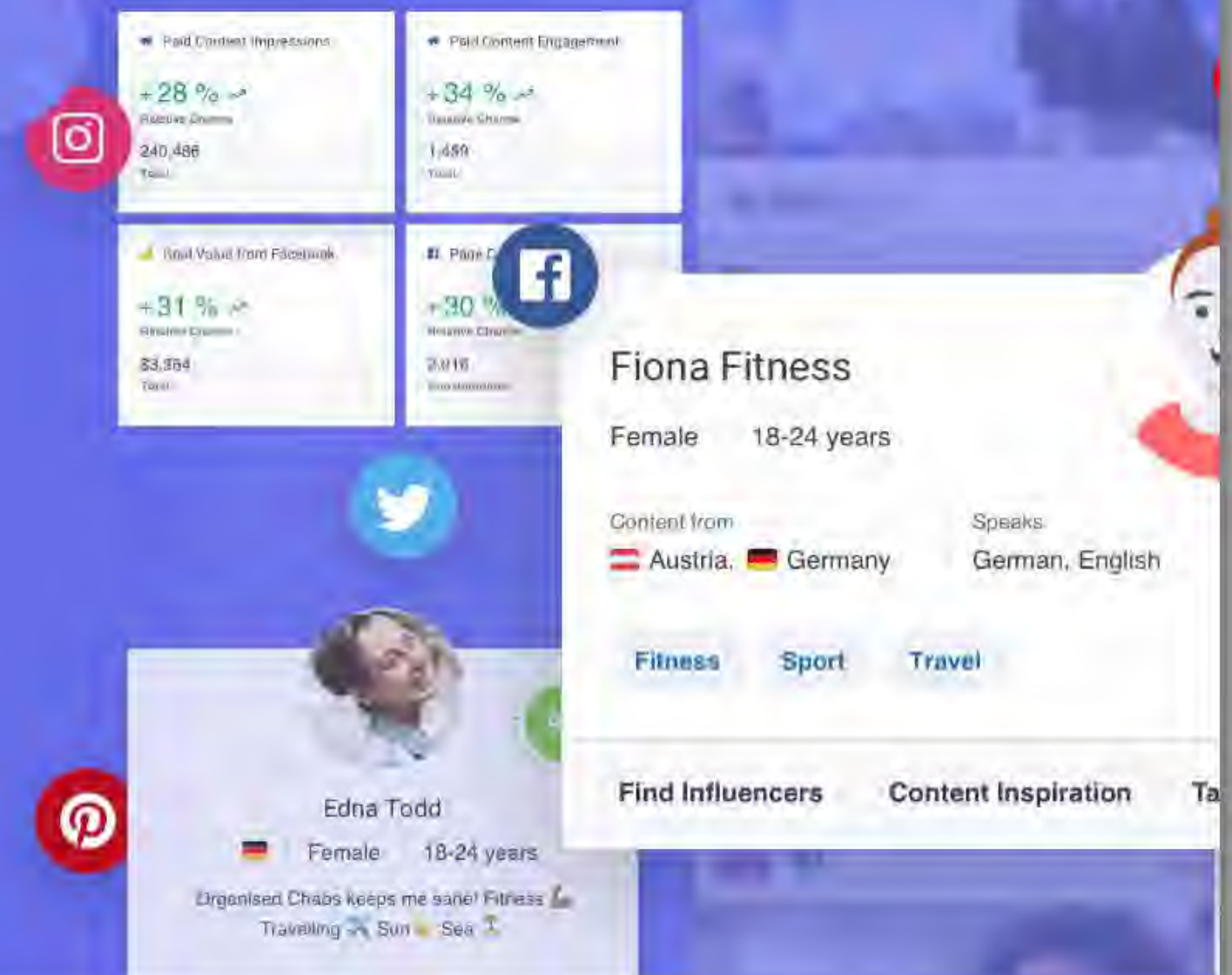
- Lietotāju dati ir atslēga reklāmas kampaņu satura izstrādei un komunikācijai ar mērķauditoriju.
- Pircēju radītais saturs: atgriezeniskās saites mājas lapās, sociālie tīkli, e-pasti, mobblogi (bildes, video), viedokļi, video prezentācijas utt.
- Komunikācija ar klientiem, izmantojot tūlītēju ziņapmaiņu, tādā veidā sarunājoties ar klientiem «viens-pret-viens». Klienti negrib saņemt «spamu» katru dienu.
- WOM mārketingi (mutvārdi): lielāka ticamība un spēcīgāka lēmuma pieņemšana.
- BUZZ mārketingi: virālais saturs, notikums. Sievietes.
- Komplimentēšana. Klientam ir jājūtas kā «varonim».
- Klientu iesaistīšanās produktu veidošanā, piemēram, cenas noteikšanā.

Audience-First Social Media Marketing

Discover your marketing personas. Create the content they love. Identify the influencers they trust.

[Request a Demo](#)

or [Try it for Free](#)




♥ MOST-LIKED POSTS




♥ 6

💬 TOP-COMMENTED POSTS



♥ 3



♥ 3




Atlasīt pēc kategorijas: Visi




0




0



0



0



0



Dobele Dara



Lolita

Home

Create



Page

Inbox

Events

Notifications **61**

Insights

Publishing To...

More ▾

Settings

Help ▾

Promotions

Followers

Likes

Reach

Page Views

Page Previews

Actions on Page

Posts

Events



Videos

Stories

People

Messages

Page Summary Last 7 days ↕

Export Data

Results from **Mar 13, 2019 - Mar 19, 2019**

Note: Does not include today's data. Insights activity is reported in the Pacific time zone. Ads activity is reported in the time zone of your ad account.

Organic Paid

Actions on Page

March 13 - March 19



We have insufficient data to show for the selected time period.

Page Views

March 13 - March 19

12

Total Page Views ▼ 25%



Page Previews

March 13 - March 19

1

Page Previews ▼ 50%



Page Likes

March 13 - March 19



We have insufficient data to show for the selected time period.

Post Reach

March 13 - March 19

1,098

People Reached ▲ 262%

Recommendations

March 13 - March 19



Rihards Gāle



Chat (96)



Resursi

- Iepakojums, tendences, dizains, zīmoli: <http://www.thedieline.com/>
- Jaunākās tendences, sociālie tīkli, notikumi, zīmoli: <http://mashable.com/>
- Mājas lapas, tendences, kategorijas: <http://www.webbyawards.com/>
- Inovatīvais komunikācijā: www.madcom.com
- Reklāmas komunikācijas tendences: <https://www.creativereview.co.uk/>



Interreg
Latvija–Lietuva

Eiropas Reģionālās attīstības fonds



EIROPAS SAVIENĪBA

LLI – 187 «Starptautiskais kultūras maršruts
«Baltu ceļš»»/ «Balts' Road»

Veiksmes!

Lolita Ozoliņa

T: 26528629

lolita.ozolina.riga@gmail.com