

APMĀCĪBAS:

BALTU – ZEMGAĻU UN SĒĻU TŪRISMA PRODUKTU UN PAKALPOJUMU VEIDOŠANA UN ATTĪSTĪŠANA

Stipri pamati spēcīgiem tūrisma produktiem Zemgalē un Sēlijā
Liene Kupča

Jelgava, 2018. gada 23. novembris

Stipri pamati un māla klons spēcīgiem tūrisma produktiem Zemgalē un Sēlijā


Liene Kupča,
īpaši Zemgalei un Sēlijai, tās domātājiem un darītājiem
2018. gada 23. novembrī, Jelgavā

1. Kam mēs veidojam produktu? Mērķauditorijas vajadzības, vēlmes un gaidas, patērētāju segmenti, kaprīzes un gaidas
2. Kādu produktu veidojam? Vērtības meklēšana un veidošana tūrisma produktiem un pakalpojumiem Zemgalē un Sēlijā;
3. Orķestra veidošanas pamati jeb Organizācijas kultūras un komunikācijas harmonizēšana - ieskats jēgpilnu un vērtīgu tūrisma zīmolu veidošanā

Ko Zemgale un Sēlija nozīmē

»tūriskmā» šodien?

- Vietējiem: kaimiņiem, rīdziniekiem?
 - Tālīniem: ventiņiem un latgaliešiem?
 - Leišiem? Igauniem? Vāciešiem? Zviedriem?
 - Hipsteriem? Jaunām ģimenēm? Sudrabotai paaudzei? Latviešiem? Krieviem? Romiem?
- Cilvēkiem ar ierobežotām piekļuves iespējām?

An aerial photograph of a sandy beach, densely covered with numerous footprints of various sizes and shapes, suggesting many people have walked there. The sand is a warm, golden-brown color. In the upper left, there are a few small, isolated colored dots: a blue one, a light blue one, and a purple one.

Vietas unikalitāti **ne vienmēr nosaka
tās unikālās īpašības. Bet
piedzīvotais, emocijas, stāsts. PĒDAS.**

Kas padara 'vēstures tūrismu' īpaši vērtīgu tā baudītājam?

1. **Uzmanīga** resursu pasargāšana, aizsargāšana?
2. Autentiskums, īstums. Kvalitāte?
3. **Uzmanīga** vietu, leģendu atdzīvināšana, tās mūsdienīgi interpretējot?
4. **Uzmanīga** vietējās kopienas, cilvēku iesaistīšana? Vērtība vietējiem?
5. Ilgstpēja. Turpinājums.

CEĻA KARTE **UZMANĪGAI** DOMĀŠANAI UN DARĪŠANAI

KAS IR VĒRTĪBA?
VĒRTĪBAS

KĀDS IR STĀSTS?

KĀDA IR/
BIJA / BŪS
PIEREDZE?

KĀDAS PĒDAS
PALIEK?



**1. Uzmanīgi. Par produktu
veidošanu, gaidām un
vajadzībām**

Kas rūp cilvēkiem, viesiem?*

1. **Izkāpt no ikdienas.** Būt aprūpētiem. Nedomāt. (pārāk daudz)
2. **Gūt prieku.**
3. **Viegli uzzināt ko jaunu.**
4. **Paspīdēt: ar savām zināšanām vai skaistām bildēm**
5. **Garšīgi pamieļoties. Labi izgulēties. **Samērīgi*** samaksāt.**

* Mēri atšķiras. Samērīgums ir līdzsvars.

Jūsu dāvētais nospiedums -

- VAI ES BIJU ĀRZEMĒS?

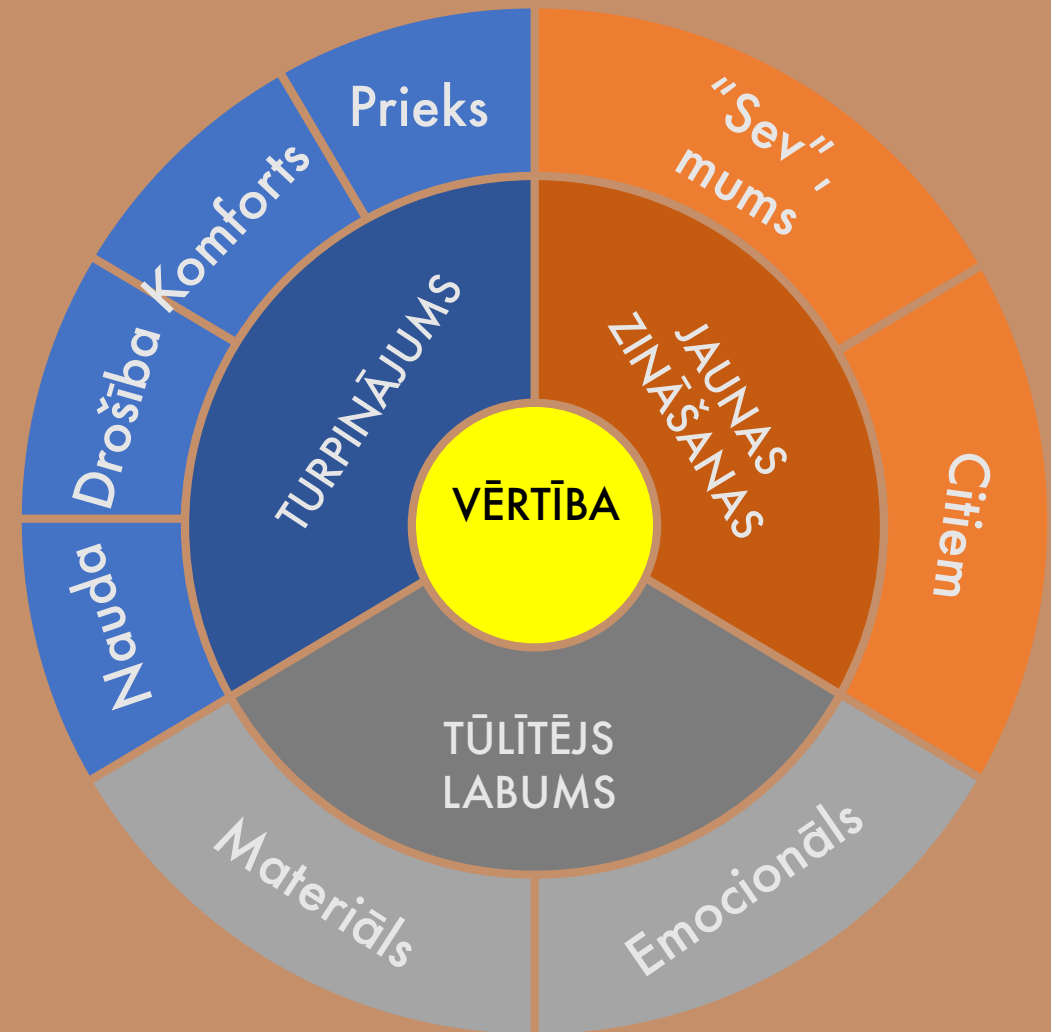
- VAI ES BIJU / esmu / kļuvis
LABĀKS CILVĒKS?

Vērtības zonas – kādas?

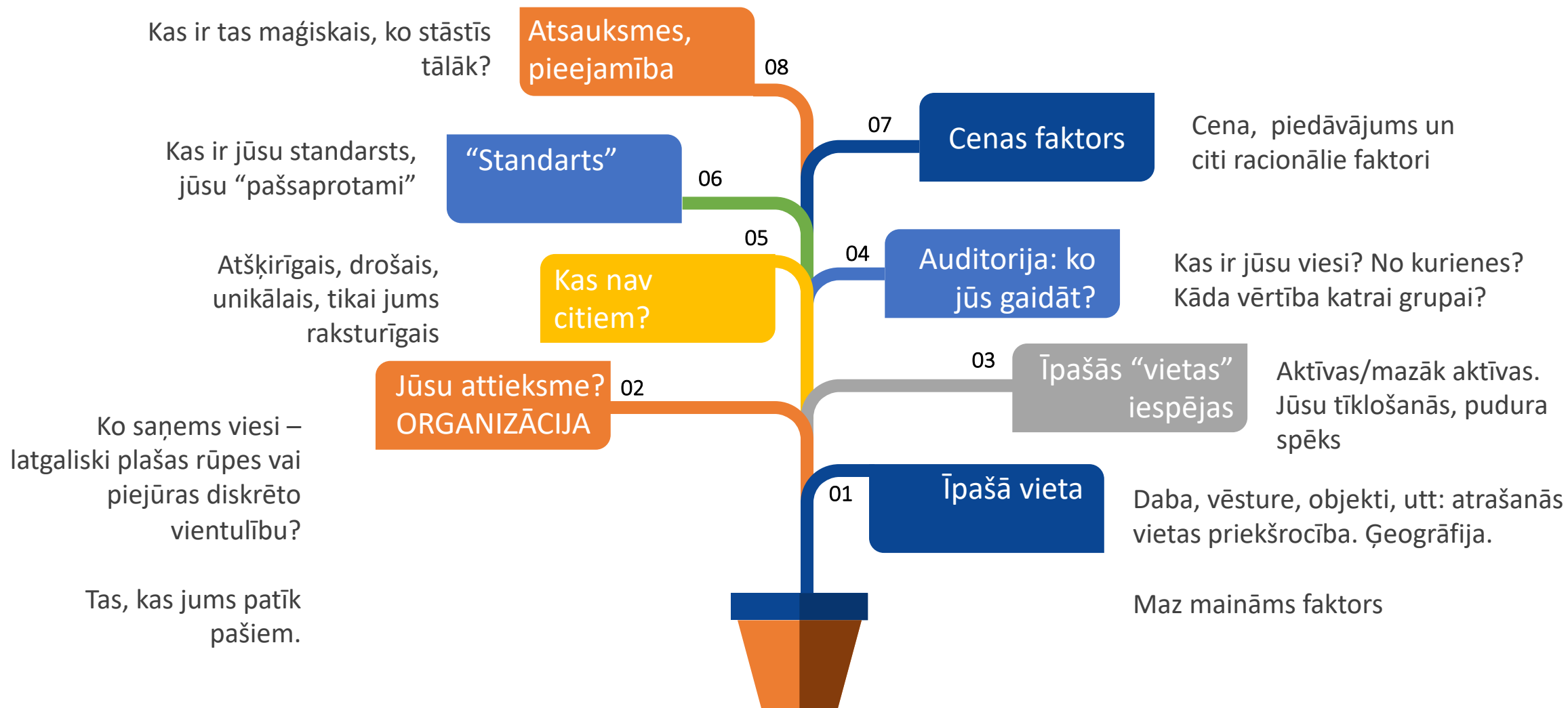
Līdzīgi kā šokolādes tāfele,
ir jāsalauž lielais, sarežģītais
ieguvuma gabals mazākos
kumosos.

Emocionāls labums ir arī "iekšējais
reitingš»-

vai esam labāki,
kā kaimiņi, kā Igaunija,
vai esam unikāli (ar to, ka darām vai
tieši nē)
VAI...?



Kas ir lielākā vērtība?





Pozicionējums = atbilstība
AUTENTISKUMS

Lai arī 'mersedess', bet maķenīt vairs nē





Lai arī «vēsturiska leģenda», bet
tomēr...nē?

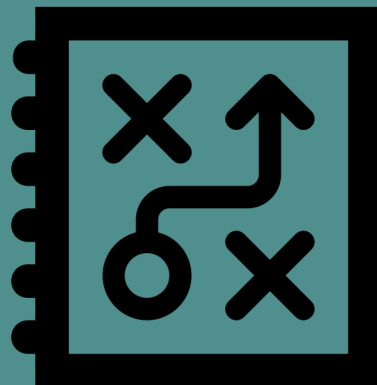


Lai arī « vikingi, senie Zemgaļu partneri...»,
bet tomēr..

Kā rodas jēgpilni stratēģiskie stāsti?



**Pārdomājot,
analizējot
vēsturi / pagātņi**

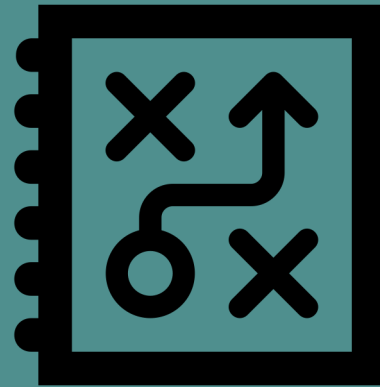


**Pārrāmējot
tagadni**



**Pār-iztēlojoties
nākotni**

Kā rodas jēgpilni stratēģiskie stāsti?



Fokusējoties uz cilvēku vajadzībām (kas nepieciešams, lai TIE mainītu rīcību), nevis pašiem uz sevi.

**Dziļskati. Jaunas vērtības, jēgas meklējumi. (Dizaina domāšana)
Darot. Pētot. Analizējot. Secinot.**

ZEMGALEI UN SĒLIJAI RAKSTURIGAS VERTIBAS

- 1. ĪSTUMS. AUTENTISKUMS**
- 2. IZZIŅA. PRASMES.**
- 3. MIERS. [KLUSUMS.]**
- 4. BAGĀTĪBA**



Zemgalei un
Sēlijai īsti nederēs *lubutēni**

(jo par pilīm šoreiz nerunājam)



Bet pašā laikā būs kedas
un Passat, termoss un
velo. Zemgale - ērti
sasniedzams regions
brīvai elpas atvilkšanai.
Vieta, kur viegli pacelties
virs saviem apvāršņiem.



Arī suši un smūtiņi citur, iespējams, ir vairāk





Bet toties, zemes spēks un cilvēku darbs
devis graudus, vasku/medu, kurus tirgoja
jau vikingiem. Un īstajiem, nevis *tiem*.

Mūsu upes.

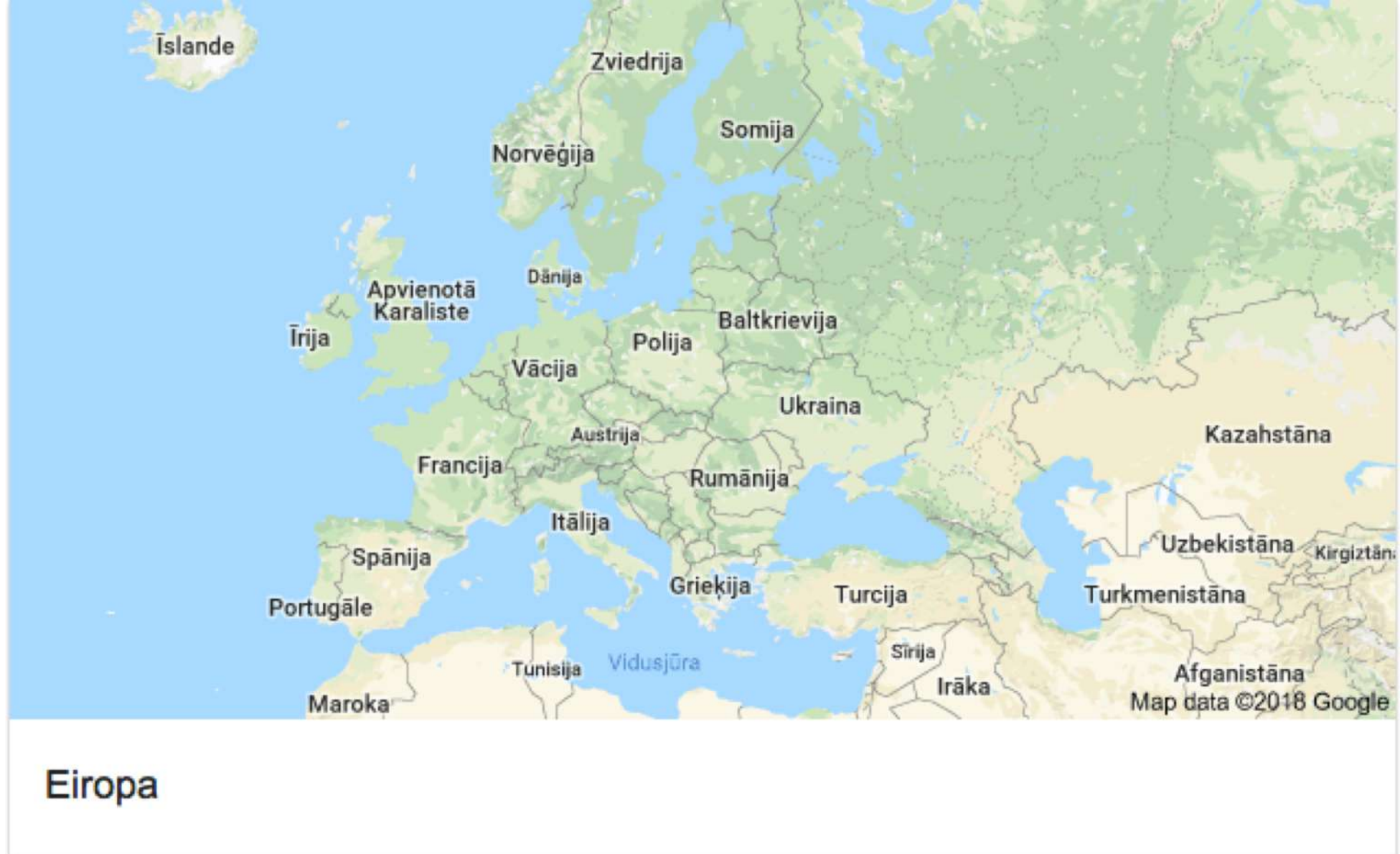
Mūsu ainavas.

Mūsu etnogrāfija

nav pavisam unikāla.

TĀ IR REĢIONAM un

laikam KOPĪGA.



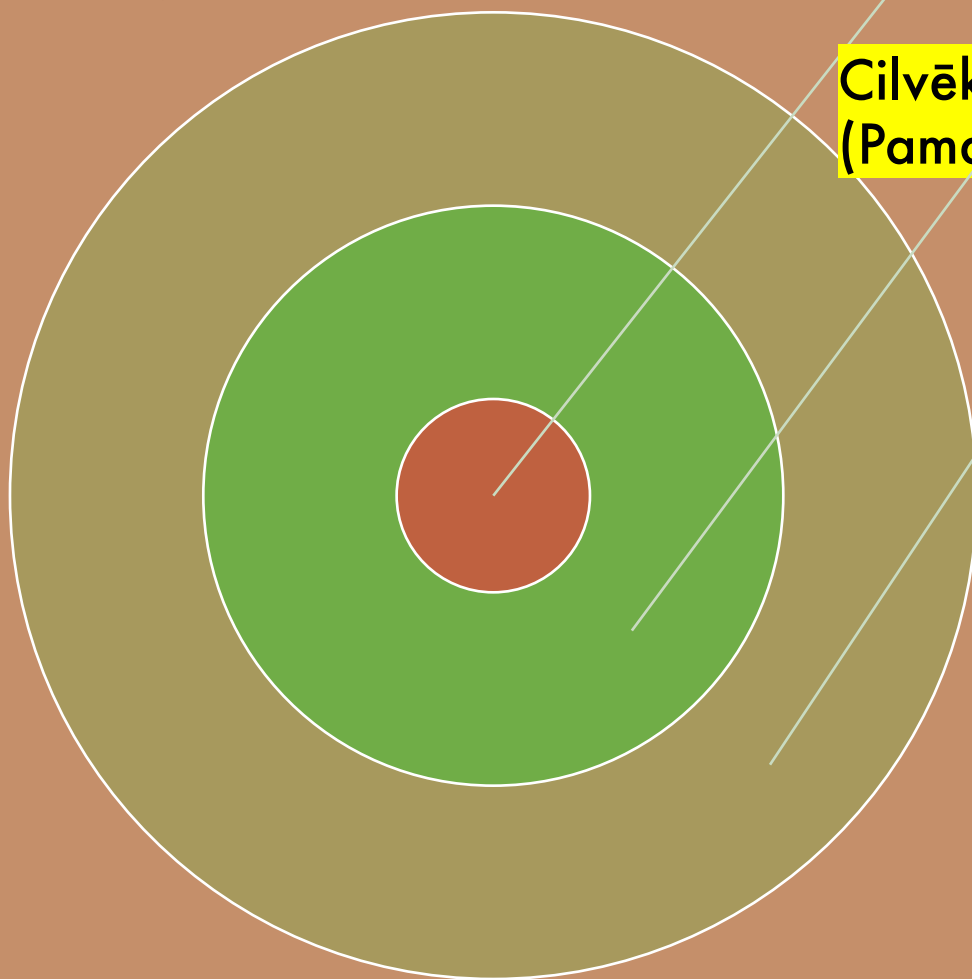
Tāpēc: zīmējam sevi dižāk

An aerial photograph of a large sunflower field. The sunflowers are arranged in neat, parallel rows, creating a rhythmic pattern of yellow and green. A dirt path or road runs through the field, dividing it into sections. In the bottom right corner, a small stream or canal flows through the landscape. Two small buildings with light-colored roofs are visible: one on the left side of the field and another on the right side, near the stream. The overall scene is a rural agricultural landscape.

Paceļamies virs apvāršņa

2. Uzmanību- cilvēki
(Kas dara?
Kam dara?
Kur viņi ir?)

Mērķējiet uz mēnesi. Tiksiat pie zvaigznēm.

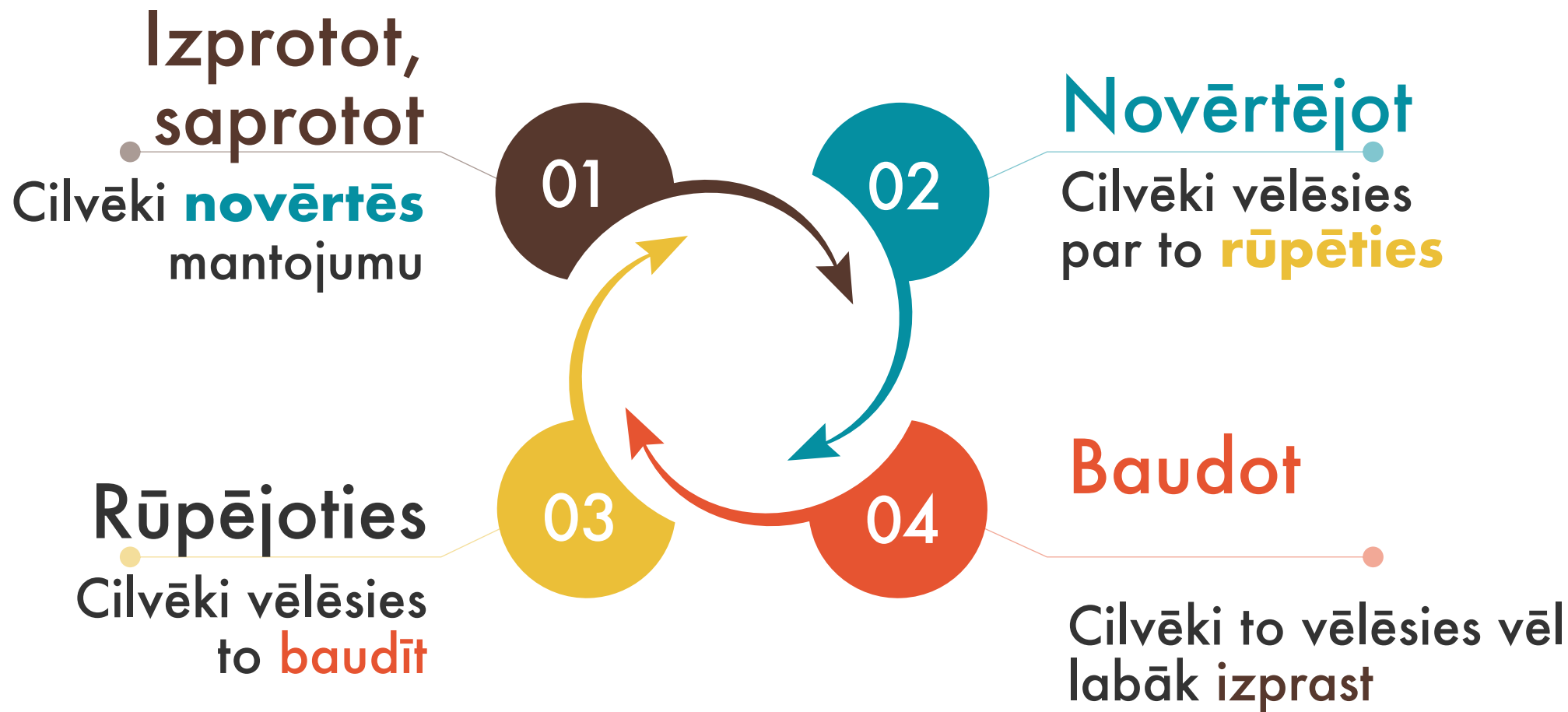



Cilvēki, kas interesējas par Zemgales/Sēlijas vēsturi.
(Pamaz).

Cilvēki, kas INTERESĒJAS PAR vēsturi.
(Pamaz, bet ir)

Cilvēki, kas interesējas. par **sevi**.
Savu valsti. Reģionu. Pasauli. Savu
vēsturi. Savu stāstu. (Tāds ir gandrīz
katrs, gandrīz katram arī izstāsti).

Mantojuma, vēstures 'virzīšanas' cikls





VAJADZĪBU
IZZINĀŠANA

IDEJU
ĢENERĒŠANA

IESAISTĪŠANAS
VEIDOŠANĀ

4. UZMANĪGI par komunikāciju

**Kas dod iemeslu
sarundai?**

...Emocijas. Domas. Pieredze. Idejas.
Vēlmes. Vajadzības. Sapņi. Un vēl?



Zīmola [domāšanas] loma organizācijas dzīvē

Tas, ko par mums zina vai domā citi



Tas, kas notiek iekšpusē, ikdienā. Orķestra ikdienas darbs.

ZĪMOLS IR ASOCIĀCIJAS

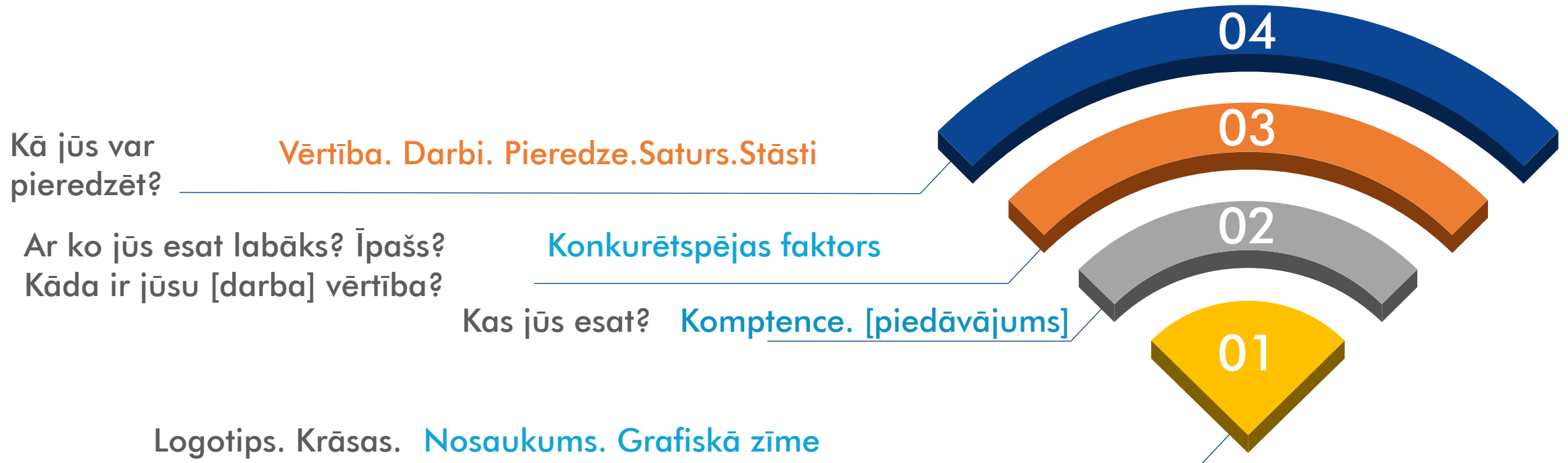
ZĪMOLS IR PIEREDZE

ZĪMOLS NAV tikai LOGO VAI
CEĻAZĪME

ZĪMOLS PALĪDZ
ORGANIZĒT [IES] KOPIĢAM
DARBAM

Kas īsti ir zīmols?

ZĪMOLS ir VIENOTA SISTĒMA, KODS, kas definē uzņēmuma, vietas, personas kopumu un tajā ir gan identitāte (nosakums), gan īpašība, kompetence, taču pats galvenais- TAS IR PIEREDZAMS, ir atbilde uz jautājumu: PAR KO JŪS ESAT?



Radiet DIŽUS
novadu, jēgpilnus,
piepildītus REGIONĀLUS
ZĪMOLUS
nevis lepņus pagastu!

Valsts

Régions, novads

[Raksturs]

**Vieta un cilvēki, kam būs ko
teikt, rādīt, radīt.
(piedod, Eglaine...)**

Zemgaļi, saskaņā ar leģendām, ir:

1. Bagāti. Vareni un diženi.
2. Kareivīgi.
3. Sīksti. Neatmaidīgi. Nelokāmi.
4. Vērienīgi sapņos un darbos.
5. Prot rotāties. (skatīt- bagāti)

Lūk, te, te ir spēks, raksturs, uzvedība
un atšķirība!

1. VIENOTA IDENTITĀTE. IZSKATS. "VALODA"

2. Sistēma un hierarhija

Visu var atrast. VISAM IR VIETA.
Mazie nepazūd. Svarīgie neklusē.

3. Iepriecināt cilvēkus

Centrā ir cilvēki-. Klienti.
Darītāji.,

4. Radīt jaunus notikumus

Zināšanas. Svētki. Tūrisms. Kultūra.
Tradīcijas. Pārsteigumi.



7. Nauda. Vairāk naudas. Gudrāk lietota nauda.

6. Labāki pakalpojumi cilvēkiem


Tuvāk. Saprotamāk.
Jēgpilnā

5. "Magnetizēt cilvēkus"

Darba vietas. Jauni kolēģi.
Atgriešanās.
Neaizbraukšana.
Sadarbība, ne konkurence

Nebraska 2019: Zemgales /Sēlijas gara un rakstura radiniece iekš ASV

<https://visitnebraska.com/through-our-eyes>

A photograph of a rocky, layered landscape under a cloudy sky. Two hikers are visible: one walking on a rock formation on the left, and another jumping in the air on the right. The text 'FAMOUS FOR OUR FLAT, BORING LANDSCAPE.' is overlaid in large white letters on the left side of the image.

FAMOUS FOR OUR FLAT, BORING LANDSCAPE.

There are two kinds of people in this world. The ones who think Nebraska is nothing more than a 77,000-square-mile cornfield, and the ones who don't. We find that second group to be a lot more interesting, and are comforted by the knowledge that there are people willing to look deeper to discover what makes this place so special. We're not trying to convince everyone. Just you. So go to **VisitNebraska.com** and be the kind of person who gets a free Travel Guide.

Nebraska
HONESTLY. IT'S NOT FOR EVERYONE.

LUCKY FOR YOU, THERE'S NOTHING TO DO HERE.

A group of people are relaxing in a blue livestock tank on a river. The scene is set at sunset, with the sun low on the horizon, casting a warm glow over the water and the surrounding green hills. Several other tanks with people are visible in the background. The overall mood is peaceful and leisurely.

In Nebraska, we believe that only boring people get bored. So we invent our own fun. Like when we realized that a livestock tank would float, and thought, "It's a boat." Soon, "tanking" became the preferred method of meandering down our slow-moving rivers. It might not be everybody's cup of tea, but if it sounds as good to you as it did to us, go to VisitNebraska.com for a free Travel Guide. And welcome aboard.

ANOTHER DAY ON THE
DUSTY PLAINS.

Nebraska
IDENTITY. IT'S NOT FOR EVERYONE.





**I TRAVEL FOR
CULTURE**



**I TRAVEL FOR
ADVENTURE**



**I TRAVEL FOR
FOOD &
DRINK**

I TRAVEL FOR — THE — **UNEXPECTED**

Discover acres of aromatic lavender in the scenic Surrey Hills. Mayfield Lavender Farm, Banstead, Surrey.

visitbritain.com





#OMGB

HOME OF AMAZING MOMENTS

GREAT

BRITAIN & NORTHERN IRELAND

Cardiff, Wales

Visit homeofamazing.com

A person wearing a blue jacket, dark pants, and a backpack is captured mid-jump over a large, dark rock in a rugged, mountainous landscape. The person's arms are outstretched, and their legs are bent, conveying a sense of motion and adventure. The background features steep, rocky mountains with patches of snow under a clear blue sky with some light clouds. The overall scene is bright and scenic, typical of a high-altitude wilderness.

#OMGB

HOME OF AMAZING MOMENTS

GREAT

BRITAIN & NORTHERN IRELAND

Ben Coe, Scotland

Visit homeofamazing.com

UZMANĪGI = atvērti, ieinteresēti, bez
"pusēm" un stereotipiem

UZMANĪGI = ar izpratni. Atvērti. Godīgi.

UZMANĪGI = prasmīgi. Profesionāli.

UZMANĒIGI JEB [UZ-MONEY-IGI] = Laiks un
mūsu visu **nauda**.

**Lai domājot un darot Zemgali un
Sēliju paliek vērtīgi nospiedumi:**

1. Īstums, autentiskums.
2. Vērtība. Tāda, kam ticiet un kam
noticēt.
3. Cēlāks mērķis, jēga.
4. Veselīga pašironija.

Paldies!

LIENE.KUPCA@GMAIL.COM

29420094

Twitter: LKUPCA

Prezentācijas vai tās fragmentu publicēšana un tālākizmantošana ārpus Zemgales plānošanas reģiona vietnes un projekta LLI-187 “Starptautiskais kultūras maršruts “Baltu ceļš”/ “Balts' Road” komunikācijas ir iepriekš jāaskāņo ar autori.



Interreg

Latvija–Lietuva

Eiropas Reģionālās attīstības fonds



EIROPAS SAVIENĪBA

Paldies par uzmanību!

Ikviena zīmola [komunikācijas]
mērķi:

1. Veidot piederību
2. Attaisnot izvēli