

## Labās prakses piemēri

### turpinājums no 6.lpp

Neapšaubāmi sabiedrībā notiekošie procesi, aktualitātes un arī gadalaiku maiņa veido preses izdevumos aprakstītās tēmas, tādēļ izmaiņas plānos notiek nepārtraukti atkarībā, kādas problēmas izvirzās priekšplānā. Par tūrisma notiekošo katram preses izdevumam ir savs redzējums, kas laika gaitā var mainīties. Piemēram, "Latvijas Avīzes" prioritāte šajā jomā ir praktiska informācija, dažādi jaunumi (jaunas dabas takas, aktīvās atpūtas iespējas, apskates objekti, brīvdienu mājas utml.), jaunas iespējas jau esošajos tūrisma objektos un pasākumi, kas varētu interesēt mūsu lasītājus (ne tikai vidēji maksāspējīgus un pilsoniski aktīvus ļaudis un viņu bērnus, bet arī maznodrošinātos un cilvēkus ar īpašām vajadzībām), rosinot viņus ceļot.

**2. Kā ieinteresēt preses izdevumus?** Vislabākā sadarbība starp tūrisma un viesmīlības nozares pārstāvjiem un žurnālistiem veidojas tad, ja ieinteresētība ir abpusēja. Tas nozīmē, ka uzņēmējam vai tūrisma informācijas centram ir interese sevi reklamēt, taču viņi neuzspiež, par ko un kā rakstīt, bet organizē pasākumus, aicina ciemos, izrāda un izstāsta, ar ko nodarbojas, ko izdarījuši ceļotāju labā, un žurnālistam ir interese par konkrēto objektu vai pasākumu rakstīt, jo tas sakrīt ar avīzes atspoguļoto tēmu loku un redaktora iecerēm. Tas notiek izpratnes pilnā, savstarpēji labvēlīgā gaisotnē bez juridiskām un mantiskām saistībām.

Interesi par sevi uzņēmēji var rosināt arī ar ekonomisku svīru palīdzību, proti, piedāvājot reklāmas, paši vai ar avīzes žurnālistu starpniecību veidojot apmaksātus reklāmas laukumus. Šajā gadījumā starp uzņēmējiem un avīzēm veidojas līgumattiecības, stingri nosakot, par ko un cik daudz tiek maksāts.

**3. Reklāmas atdeve.** Pieredze rāda, ka tiešā vai pastarpinātā

### Tūrisma firmas *Impro ceļojumi* skatījums uz tūrisma piedāvājumu Zemgalē

Zemgaliešiem ne velti piedēvē tādas rakstura īpašības kā patstāvību, pašpietiekamību un lepnumu par savu zemi. Zemgale patiešām var lepoties gan ar neskaitāmām kultūrvēstures vērtībām, gan ar bagātīgām dabas vēltēm.

*Impro ceļojumi* specifika ir grupu ceļojumi. Kaut gan tajā pašā laikā cenšamies palīdzēt arī individuālajiem ceļotājiem, nelielām grupām, ģimenēm ar bērniem, draugu kompānijām izveidot interesantus braucienus, saplānot vienas vai vairāku dienu aktivitātes.

Esam izveidojuši arī dažādas programmas ārzemju viesiem un vēlamies viņiem parādīt ne tikai populārākās Latvijas kultūrvēstures ikonas, bet aizvest ciemiņus arī uz Latvijas lauku sētām, dārziem, mežiem. Šobrīd arvien vairāk vietējā un ienākošā tūrisma tirgū rodas interese un pieprasījums pēc zaļā jeb ekotūrisma. Līdz ar to, ir iespējams dažādot piedāvājumu un klasiskās ekskursiju programmas, ietvert programmās atpūtu laukos, degustācijas zemnieku sētās un dažādas aktuālos kultūras pasākumus.

Izmantojot ērti un pārskatāmi izveidotās pilsētu, rajonu un pagastu interneta mājas lapas, sekojam līdz aktuālajam piedāvājumam un aktivitātēm tūrisma objektos. Cenšamies arī klātienē pabūt un iepazīties ar vietām, kuras izmantojam savās programmās un iekļaujam maršrutos. Ļoti būtisks ir personiskais kontakts ar cilvēkiem, kas strādā objektos un vietās, uz kurām vedam savus klientus. Lieliska iespēja iepazīties ar kopējām tendencēm, ar jaunumiem, ar aktuālajiem tūrisma produktiem ir Balttour izstāde kurā ir iespēja izveidot labus kontaktus un iegūt nepieciešamo informāciju. *Impro ceļojumu* katalogs tiek sastādīts jau rudenī, līdz ar to plānotie Latvijas ceļojumi ir pieejami jau pirms

### Būtiska loma ir savstarpējai sapratnei un sadarbībai

Tūrisma firmas, kuras piedāvā maršrutus pa Latviju, pārsvārā orientējas uz lielākām tūristu grupām, kurās ir 20 – 40 ceļotāju. Tāpēc vispirms tiek meklēti objekti ar atbilstošu kapacitāti. Svarīgs ir iebraucamais ceļš, apgrīšanās laukums un stāvlaukums autobusiem. Tik pat svarīga lieta ir tualetes un sakārtota apkārtējā vide.

Šajā ziņā prieks par tādiem objektiem Zemgalē kā Rundāles pils, Tērvetes dabas parks. No mazākiem objektiem atzinību, piemēram, pelnījuši Labirinti Iecavas novadā, Vecauces pils, Rožmalas.

Tūrisma firma maršrutu veido konkrētai mērķauditorijai, ar noteiktu tēmu, mērķi, uzdevumiem un atbilstošu nosaukumu, plāno laiku katra objekta apmeklējumam, sazinoties ar objekta apsaimniekotājiem. Šajā ziņā abpusēji derētu ievērot toleranci, jo nav patīkams publisks paziņojums par to, ka es jau jums varētu vēl ilgi stāstīt par šo brīnišķīgo

reklāmā ieguldītās enerģijas un līdzekļu atdeve ne vienmēr atbilst to apjomam. Tādēļ uzņēmējiem jāpēta savu aktivitāšu lietderība un atbilstoši jārikojas. Viena tūrisma uzņēmuma mārketinga stratēģija nederēs citam pat tās pašas sfēras uzņēmumam, jo svarīga ir gan tā atrašanās vieta un sadarbības partneri, gan tradīcijas, darbinieku laba slava un citi faktori.

Nereti lielas naudas summas tiek tērētas ļoti atraktīvu baneru, lielu, spilgtu un bieži atkārtotu reklāmas laukumu ievietošanai preses izdevumos un interneta portālos, kas nedod tūristu skaita pieaugumu, būtiski nepalielina uzņēmuma apgrozījumu. To var izskaidrot ar vispārēju nihilismu, jo cilvēkiem, diendienā klausoties un skatoties uzbāzīgās, skaļās reklāmas, tās vienkārši apnikušas, un viņu protests ir principā uz tām nereaģēt, kaut varbūt reklamētais piedāvājums nav nemaz tik sliktis.

Bieži vien nelielu uzņēmumu vadītājus pirmajā brīdī šokē reklāmas laukumu cenas preses izdevumos. Taču, pirms noraidīt avīžu un žurnālu reklāmas aģentu piedāvājumus, der noskaidrot cilvēku lasīšanas ieradumus (tos atklāj reitingi un aptaujas), kādu un cik lielu auditoriju reklāmā sniegtā informācija aizsniegs. Tagad modernās tehnoloģijas dod arī iespēju par salīdzinoši zemām cenām ievietot atsauci uz uzņēmuma mājas lapu dažādos interneta meklētājos, piemēram, [www.google.lv](http://www.google.lv). Reizēm vienkārša izeja uz vajadzīgo saiti ir daudz efektīvāka nekā abstrakta reklāma, kuru atkārti neskaitāmas reizes. Jo mūsdienās ceļotāji kļūst arvien patstāvīgāki un interesējošo informāciju par pasākumiem, apskates objektiem, naktsmītnēm, ēdināšanu, atpūtas iespējām un citiem pakalpojumiem meklē paši.

*Zigmunds Bekmanis, laikraksta "Latvijas Avīze" ielikuma "Atpūta. Vaļasprieks" redaktors*

Ziemassvētkiem. Bet ir iespēja piedāvāt aktuālos piedāvājumus un jaunumus arī pasūtījuma grupām, kolektīviem un individuālajiem ceļotājiem.

Zemgales skaisto piļu – Rundāles, Jelgavas, Bauskas, Mežotnes, Jaunpils virtenē, ierindoja arī neskaitāmas mazās pērlītes, kas nebūt nepaliek ēnā, bet gluži otrādi papildina un piešķir ceļojumiem krāsainību un laba, smalka vīna pēcgāršu. Lauku sēta, kurā saimnieces sagaida ar smaržīgu zāļu tēju un siltiem pīrādžiņiem, zemnieku saimniecības, kas gatavo gardu sieru vai cep kraukšķīgu maizi, dārzeņi ar pasakaini krāšņiem pavasara ceriņziediem un rudenīgi bagātiem augļu groziem, dabas parki ar neparastiem nostāstiem, pasakām, meža gariņiem, rūķiem un raganiņām, purva velna pēdas uz vislielāko dzērveņu ciņiem, mazie zoodārzi ar neskaitāmiem pārsteigumiem, spēles un atrakcijas lieliem un maziem, smaržīgas burbuļvannas un lieliski pirtnieki viesu namos, viduslaiku mielasti un mūku stāsti, muižas ar skaisti iekoptiem parkiem, zemes artēriju Daugavas, Mūsas, Mēmeles un Lielupes krasti, vēju dziesmas dzimavu spārnos – tās ir tikai dažas no Zemgales plašajām iespējām, ko pasniegt un uzservēt Latvijas tūrisma tirgū, atrodot īpašo zemgaliešu pasniegšanas veidu un manieri.

Zemgale ir gana pievilcīga, šarmanta un spēj iekārdināt jebkuru ceļotāju ar savu pašcieņu, cilvēku radošo garu un vērtībām, kādas neatrast nevienu citā Latvijas novadā.

Atliek tikai izbrīvēt darba dienas vakaru vai nedēļas nogali un doties piedzīvot, izbaudīt, atklāt un izgaršot!!!

*Dinija Vērmāne «Impro ceļojumi»  
Baltijas ceļojumu konsultante*

vietu, bet jūsu gids jūs rauj projām.

Gribētos, lai piedāvājums būtu ar konkrētu programmu, apskates ilgumu un cenu (vismaz vienas sezonas laikā nemainīgu), norādot vēl dažādas papildus iespējas.

Objektu apsaimniekotājiem jāpadomā par to īpašo lietu vai atrakcijām, kas ir atšķirīgas no citām vietām Latvijā, interesantiem suvenīriem vai ražotās produkcijas iegādi, kas arī daudzus objektos ir.

Ikvienu objekta zelta fonds ir atraktīvi, zinoši saimnieki ar prasmi pielāgoties jebkurai auditorijai.

Patīkams sīkums no saimnieku puses ir kāda atlaide gidam un autobusa šoferim vai sadarbības līgumā noteiktas atlaides, ja objektu apmeklē lielāks skaits tūristu. Tikai savstarpēja sadarbība dos labus rezultātus! Uz sadarbību! *Veronika Puķe «Bauskas tūrists» direktore*