



Zīmolu nozīme un to veiksmīgas iedzīvināšanas priekšnosacījumi



Alūksne, 24.04.2024.

Vidzemes Augstskola
Asociētais profesors,
Dr.geogr.
Andris Klepers,



NACIONĀLAIS
ATTĪSTĪBAS
PLĀNS 2020



EIROPAS SAVIENĪBA
EIROPA INVESTĒ LAUKU APVIDOS
Eiropas Lauksaimniecības fonds
lauku attīstībai



Vai pastāv vietas tēla problemātika

- Vai tur nebūs garlaicīgi?
- Vai tur visi būs depresīvi un ikdienas nomākti, nesmaidīs?
- Vai nebūs dārgi braukt tik tālu no Rīgas?
- Vai tur nebūs slikts laiks, slikti ceļi?
- Ko tur vakaros darīt, kā izklaidēties?
- Vai Gulbene ir tūrisma pilsēta?
- Vai ārzemniekiem šī Vidzemes daļa ir interesanta?
- Tur jau nekā īpaša nav, viss tāds pats kā citur Latvijā.



Genius Loci: Experience the Soul of Place

ZĪMOLA
KODOLS

PERSONĪBA
Raksturojums

EMOCIONĀLIE LABUMI
sajūtas, uztvere, vietas
priekšrocības

FUNKCIONĀLIE LABUMI
materiālie ieguvumi, publiskā vide,
infrastruktūra

IEZĪMES UN SIMBOLI

kas atšķir no citiem

- ģeogrāfiskie identitātes elementi
- simboliskās vietas & dizains
- vēstures akcenti
- identitātes produkti
- personības

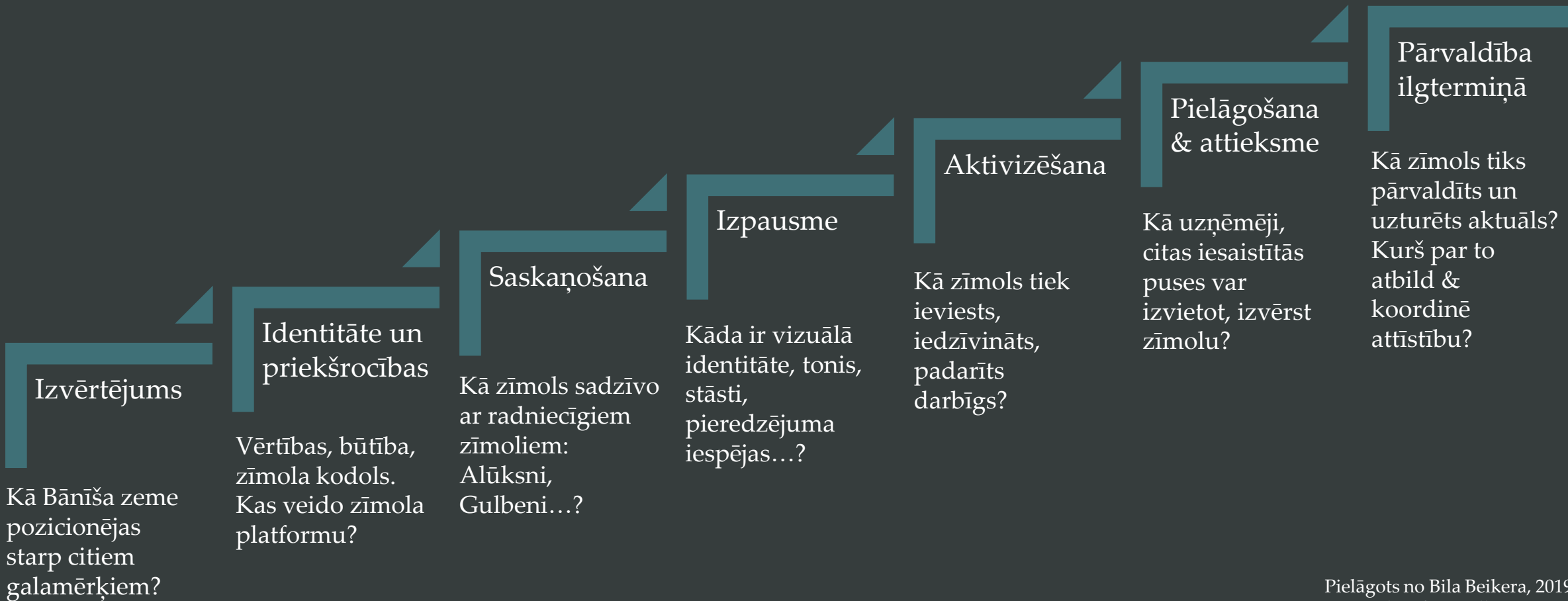


Kā Bānīša zeme rosina viesiem justies?
Kādas sajūtas pārņem ceļojuma laikā un
pēc tam? Kādas emocijas raisās,
iztēlojoties to?

Bānīša zeme

Bānīša zeme apvieno Alūksnes un Gulbenes novadus. Tās centrālo asi veido vēsturiskā dzelzceļa līnija, kas savieno Gulbenes un Alūksnes pilsētas. Tā ir vienīgā šaursliežu dzelzceļa līnija Baltijas valstīs, kurā notiek regulāri pasažieru pārvadājumi.

7 noturīga zīmola veidošanās soļi



Ceļotāji mīl zīmolus

- Veicina labāku pašapziņu un statusu
- Izraisa spēcīgākus tēlus un priekšstatus
- Uzlabo zināšanas
- Palielina informētību
- Palielina uzticēšanos un lojalitāti
- Novienkāršo izvēles
- Stimulē sajūtas un emocijas



Tūrisma galamērķu zīmolu konkurence



Izvēles alternatīvas | pozicionējums

ZĪMOLA NELIETOTĀJI

ZĪMOLA LIETOTĀJI

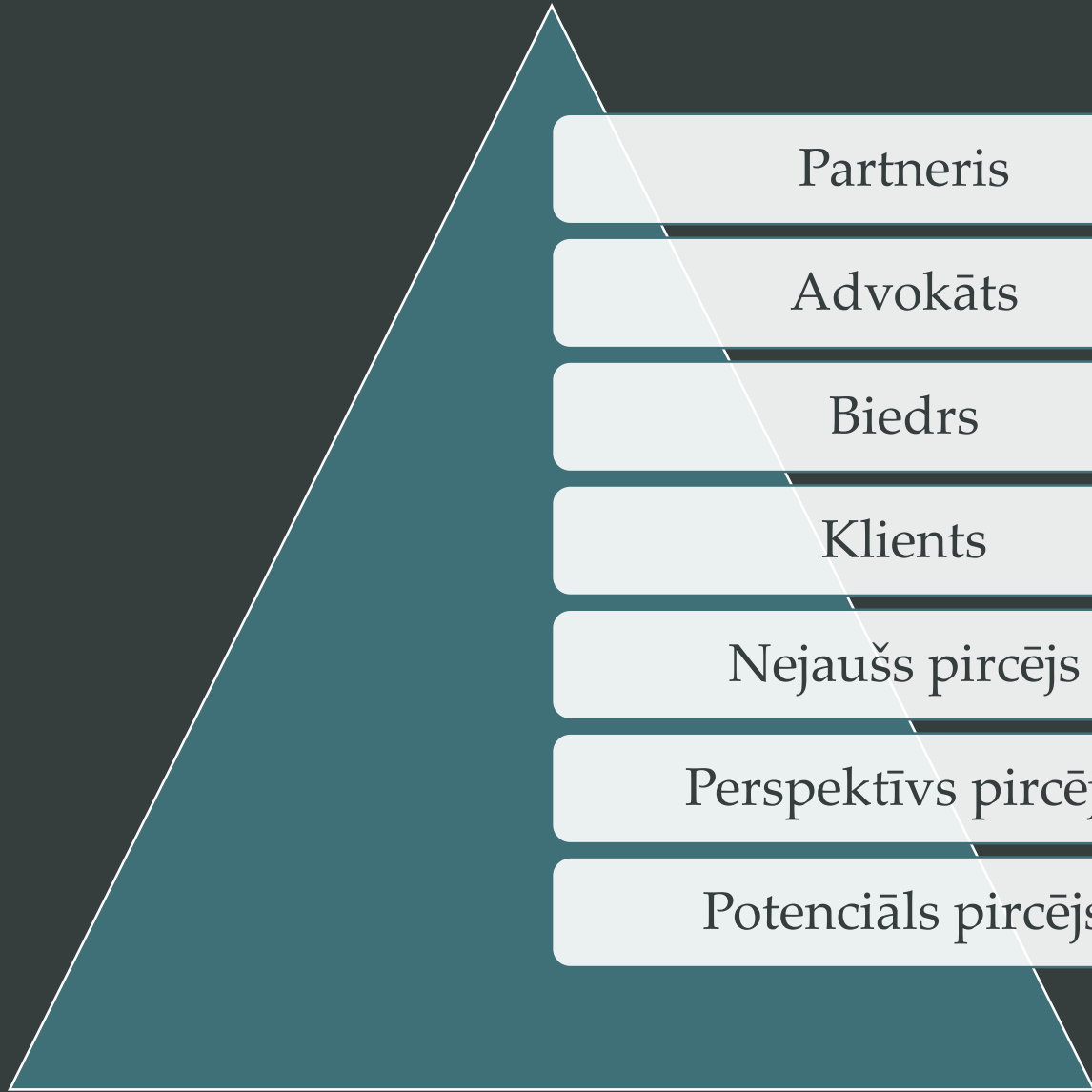


Pielāgots no Moilanens & Rainisto (2009). *How to Brand Nations, Cities and Destinations: A Planning Book for Place Branding*

Kausā atnāks vīleļens vai velo braucējs?

Lojalitāte

Uzticēšanās
Reaģēšanas ātrums
Peļņa
Lojalitāte



Pieredzes veidošana

- Apsolījums | reputācija | uzticamība | darbīgums
- Stratēģiska un radoša tematiskas pieredzes veidošana, kā nodrošināt konsekventu vēstījumu, kas iedvesmo Bānīša zemes apmeklētājus visā ceļojuma laikā.
- Nodrošināt kaut ko tādu, kas ne tikai motivē apmeklētājus kļūt par jūsu galamērķa vēstnešiem, bet arī sniedz viņiem rīkus, lai palīdzētu pastāstīt jūsu vēstījumu.

Pasaule, kurā nebeigsi smaidīt

Sauklim izvēlētais atslēgas vārds – SMAIDĪT ir aktīvs trīs dažādos veidos.

Pirmkārt, tas ikvienā izsauc nešaubīgi pozitīvas asociācijas jebkurā vietā, laikā un kombinācijā. Otrkārt, tas ir darbības vārds: rīkoties aicinošs. Treškārt, tas ir apsolījums.

Kombinācijā ar personisku uzrunu, tas sniedz garantiju, ka laiks, ko persona pavadīs Bānīša zemē būs garantēti lietderīgs tās emocionālajai dzīvei.

Tāpat jāuzsver, ka sauklī ietvertais solījums nav tukši vārdi: tiem ir reāls pamats pašā Bānīša zemes konceptā, tā realizācijā.

Piezīme: uz vārda SMAIDĪT pamata iespējamās tālākas saukļa variācijas, ja tās nepieciešamas turpmākā identitātes attīstībā.

Piemēram: Pasaule, kura nebeidz smaidīt, Smaidām vienmēr, Šeit smaida vienmēr/visu dienu utt.

Pieredzes veidošana

- Pieredzes attīstības koncepcija sniedzas tālāk par vienkāršu patīkamas pieredzes nodrošināšanu apmeklētājiem. Lai mūsdienu “dalīšanās ekonomikā” panāktu autentiskumu un caurspīdīgumu, pieredzē jāizmanto tematiskas interpretācijas metodes, kas izraisa pozitīvu emocionālu reakciju apmeklētājos, liekot viņiem vēlēties par savu pieredzi pastāstīt ģimenei un draugiem un piedzīvot to vēlreiz un vēlreiz.
- Bānīša zeme jāveido kā pieredzes zīmols. Tas atdzīvina Vidzemi, rada motivāciju viesiem apmeklēt šo galamērķi, definējot tās daudzveidīgo raksturu potenciālajiem apmeklētājiem saprotamā veidā.
- Pieredzes zīmoli nodrošina konkurences priekšrocības, kas mūs atšķir no konkurentiem.



2024. gada 4. maijā



VELO SACENSĪBAS

BĀNĪŠA KAUSS 2024

Kurš ātrāks vilciens vai velo braucējs?

STARTS:

11:00 Starts bērnu sacensībām Gulbenes dzelzceļa stacijas tuvumā un pa Emzes parku. Bērnu sacensībām pieteikšanās uz vietas sacensību dienā no plkst. 9:00.

13:00 Starts sacensībām "Bānīša kauss 2024" pie Gulbenes dzelzceļa stacijas. Starts tiek dots reizē ar Bānīša atiešanu maršrutā Gulbene - Alūksne.

FINIŠS:

Alūksnes dzelzceļa stacijā

UZMANĪBU: Jauna distance, kas visies gar Bānīša sliežu kreiso pusi un dalībniekiem būs jāšķērso Bānīša sliedes!

Nolikums, pieteikšanās un sīkāka informācija - www.velorits.lv

ORGANIZĒ:

Biedrība
Velorīts

Gulbenes
novads

Alūksne
Ojņķauda

ATBALSTA:



visitgulbene.lv



"VASKS"
SA KOKAPSTRĀDE

Gjensidige

VENDEN

sfēra
dizaina un mākslas studija

BĀNĪŠA ZEME

Atzīmējot Latvijas Neatkarības atjaunošanas dienu, 4.maijā Bānīša zemē svinēs jaudīgi jeb kā saka vietējie "ar pilnu tvaiku".





BAHNHOFS HOTEL

NUMURIŅI

BANKETI

VĒSTURE

PAR MUMS

KONTAKTI

JAUNUMI

Jolanta HOTEL

BĀNĪŠA ZEME



Instrumenti zīmola ieviešanai

Marķējuma zīmes

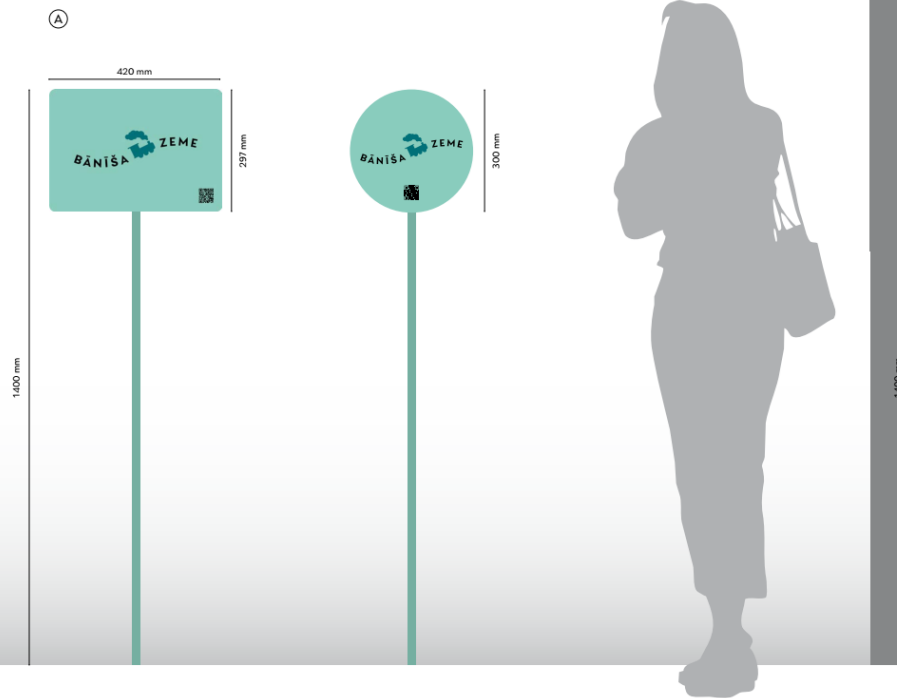
Tehniskā specifikācija

A – Brīvēstāvoša
Krāsots, zili-zaļš, apdrukāts metāls (RAL 6027)

Divu veidu, atkarībā no vietas konteksta
Taisnstūrveida 420x297 mm
Apaļa D=300 mm

B – Uz ēkas
Krāsots, zili-zaļš, apdrukāts metāls (RAL 6027)

Divu veidu, atkarībā no vietas konteksta
Taisnstūrveida 297x210 mm
Apaļa D=300 mm



Visit Aluksne
20 March · 🌐

🇱🇻🇺🇵🇸 Sadarbībā ar LIAA Tūrisma departaments un Visit Vidzeme, Visit Aluksne kopā ar kolēģiem no VisitGulbene Vijnā, Lietuvā, prezentējam **Bānīša zeme** kā pievilcīgu tūrisma galamērķi Lietuvas tūroperatoriem un mediju pārstāvjiem.

🇱🇻🇺🇵🇸 Tikšanās atklāja Latvijas vēstniece Lietuvā - Embassy of Latvia to Lithuania - Solveiga Silkalne.

🇱🇻🇺🇵🇸 Latvijas tūrisma nozares speciālisti un pārstāvji prezentējam savu novadu tūrisma aktualitātes un piedāvājumus grupām, šogad īpaši uzsverot tieši pēdējo gadu jaunumus.

🇱🇻🇺🇵🇸 Pateicamies par iespēju un sadarbību organizatoriem, semināra dalībniekiem un apmeklētājiem!

🇱🇻🇺🇵🇸 Paldies kolēģiem no #visitGulbene, Visit Cesvaine un #visitMadona par atsaucību!

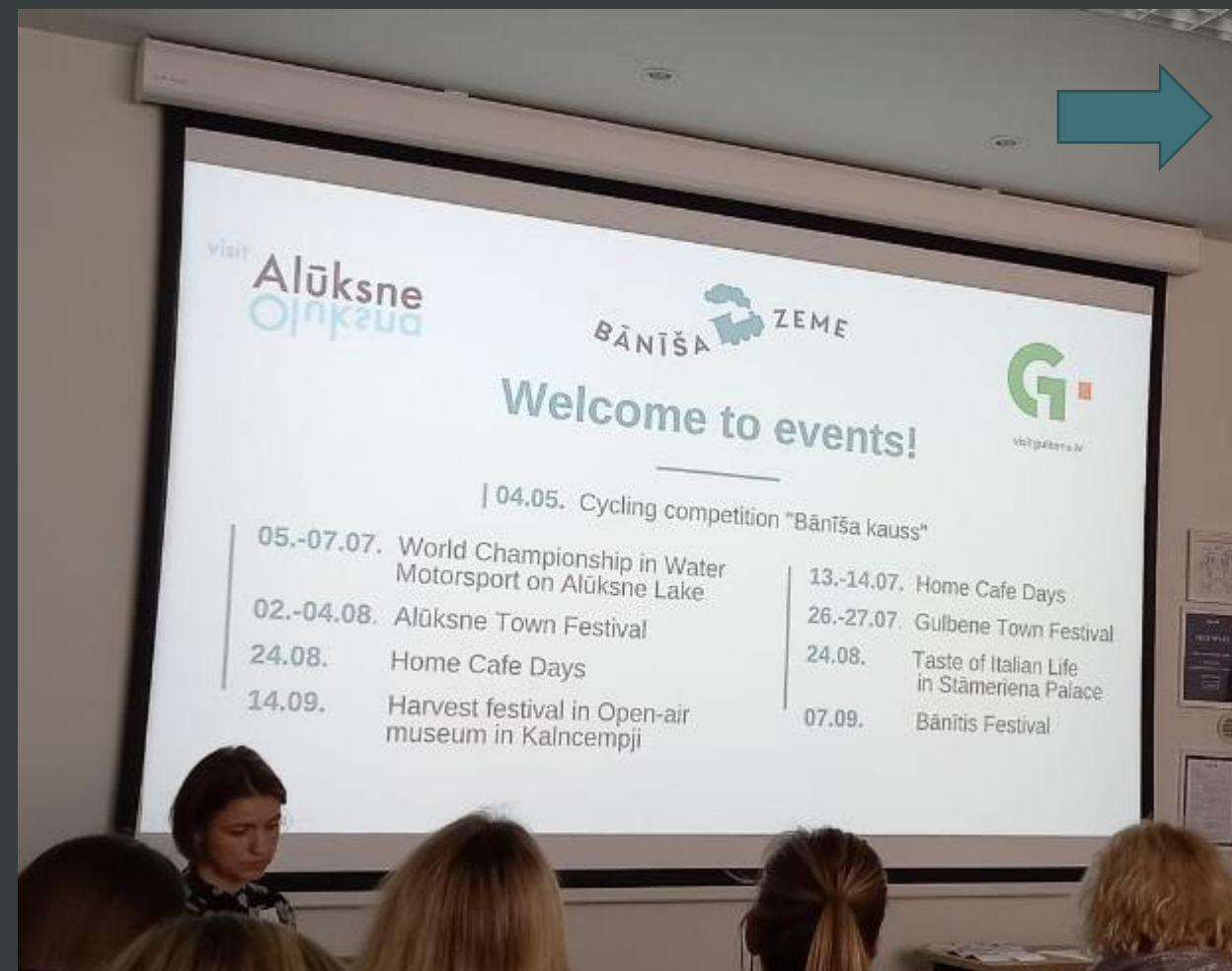
🇱🇻🇺🇵🇸 Uz tikšanos Alūksnes novads!

#visitalusne #visitgulbene #banisazeme #banitis #Aluksne #LIAA #turisms



Zīmola arhitektūra

- Nosaka attiecības, saiknes un struktūru starp vietas zīmolu iekšējām un ārējām vietām un parteriem
- Pieder visiem, taču kurš pārvalda?
- Zīmola uzraudzība, zināma centralizācija, taču arī iekļaušanās un līdzās pastāvēšana
- Regulāra darbināšana, iesaiste



Citi piemēri tūrisma zīmolu veiksmīgā ieviešanā

- Ar identitāti un vērtībām saistītu stāstu attīstīšana, iesaiste tūrisma piedāvājumā
- Atbalsts vizuālās grafiskās identitātes ieviešanai uzņēmēju mājas lapās u.c.
- Turpmāka zīmola attīstīšana
- Plāns, kā veidot lojalitāti
- Vai zīmolam ir potenciāls būt starptautiskam

The screenshot shows the website for Fáilte Ireland's Wild Atlantic Way brand guidelines. The header includes the Fáilte Ireland logo, navigation links for Business Supports Hub, Trade Portal Login, and a search bar. The main navigation menu lists: Regional Experience Brands, Development, Research, Funding, Registration and Grading, and Marketing. The main content area features a large teal banner with the text "Supporting your Business" and the Wild Atlantic Way logo. Below the banner is a breadcrumb trail: "You are here: Home > Regional Experience Brands > Wild Atlantic Way > Wild Atlantic Way brand guidelines". A "Print Page" link is also visible. On the left, there is a sidebar titled "In this section" with a list of links: "Wild Atlantic Way – 10th Anniversary", "Wild Atlantic Way maps and brochures", "Wild Atlantic Way brand guidelines" (highlighted in green), "Wild Atlantic Way strategy documents", "Wild Atlantic Way experience development", "Wild Atlantic Way project updates", and "Wild Atlantic Way food development". At the bottom of the sidebar is a "Contact Us" button with a speech bubble icon and the text "Get in touch with the Wild Atlantic". The main content area is titled "Wild Atlantic Way brand guidelines" and contains three paragraphs of text. The first paragraph describes the Wild Atlantic Way as Ireland's defined coastal touring route. The second paragraph states that the guidelines will help users correctly use the brand. The third paragraph notes that the Wild Atlantic Way is a registered trademark and may be used by qualifying industry partners. Below the text are two download buttons: "Download 3rd party brand guidelines [pdf, 71MB]" and "Download the Brand Guidelines Key Points Flyer [pdf, 411KB]". To the right of the text are two images: one showing the Wild Atlantic Way logo and another showing a scenic view of a coastal road.

Fáilte Ireland

Business Supports Hub | Trade Portal Login | Search..

Regional Experience Brands | Development | Research | Funding | Registration and Grading | Marketing

Supporting your Business

WILD ATLANTIC WAY
SLÍ AN ATLANTAIGH FHIÁIN

You are here: Home > Regional Experience Brands > Wild Atlantic Way > Wild Atlantic Way brand guidelines | Print Page >

In this section

- Wild Atlantic Way – 10th Anniversary
- Wild Atlantic Way maps and brochures
- Wild Atlantic Way brand guidelines**
- Wild Atlantic Way strategy documents
- Wild Atlantic Way experience development
- Wild Atlantic Way project updates
- Wild Atlantic Way food development

Contact Us
Get in touch with the Wild Atlantic

Wild Atlantic Way brand guidelines

The Wild Atlantic Way, Ireland's defined coastal touring route, winds along one of the world's most dramatic landscapes. The guidelines below will help you to correctly use the Wild Atlantic way brand and promote the wealth of experiences, activities and tourism offerings along this world-renowned route.

The Wild Atlantic Way is a registered trademark and may be used by qualifying industry partners within marketing materials provided they follow the guidelines governing its use.

For further information about the use of the Wild Atlantic Way name and trademark, please contact the Fáilte Ireland Wild Atlantic Way team.

Download 3rd party brand guidelines [pdf, 71MB]

Download the Brand Guidelines Key Points Flyer [pdf, 411KB]



Zīmolu nozīme un to veiksmīgas iedzīvināšanas priekšnosacījumi



Alūksne, 24.04.2024.

Vidzemes Augstskola
Asociētais profesors,
Dr.geogr. | Nocticus SIA
Andris Klepers,
andris.klepers@va.lv



NACIONĀLAIS
ATTĪSTĪBAS
PLĀNS 2020



EIROPAS SAVIENĪBA
EIROPA INVESTĒ LAUKU APVIDOS
Eiropas Lauksaimniecības fonds
lauku attīstībai

