

## IETEIKUMI

### MĀRKETINGA APRAKSTA SAGATAVOŠANAI PROJEKTU PIETEIKUMOS

Biedrības “Aizkraukles rajona partnerība” projektu konkursos Latvijas Lauku attīstības programmas 2014.-2020.gadam pasākuma „Atbalsts LEADER vietējai attīstībai (sabiedrības virzīta vietējā attīstība)” apakšpasākumā „Darbību īstenošana saskaņā ar SVVA stratēģiju”

Viens no būtiskākajiem biznesa elementiem ir mārketinga. Uzņēmuma produkcija vai pakalpojumi var būt ļoti augstā līmenī, taču, ja tie nenonāk pie sava patērētāja, viss pārējais jau vairs nav svarīgi. Tāds arī ir mārketinga plāna mērķis: maksimāli precīzi piesaistīt un noturēt klientus.

Mārketinga aprakstā ir jānosaka divi aspekti: produkcijas priekšrocības no mērķauditorijas skatupunkta, kā arī pati mērķauditorija. Tie abi ir tik cieši saistīti, ka pat grūti pateikt, kurš no tiem ir pirmais un kurš – otrs. Tie abi ir mārketinga stratēģijas veidošanas pamats.

Galvenais laba mārketinga princips, kuru nereti vispār neņem vērā, ir elastīgums. Patiesībā elastīgums ir ļoti būtisks efektivitātes elements. Ja krītas tās rādītāji, visticamāk, jums būtu elastīgi jāatrod cita pieeja.

Mārketinga sadaļā aprakstiet un raksturojiet\*:

Konkurenti	Kas darbojas jūsu produkta/pakalpojuma mērktirgū. Raksturojiet savu produktu/pakalpojumu, ar ko būs īpašāks un labāks par konkurenta, kādas jūsu stiprās puses un kādas vājās.
Saskarsmes auditorija/ produkta vai pakalpojuma virzība tirgū/ reklāma	Raksturojiet cilvēku grupas, kas izrāda reālu interesi un kuras jūs variet ieinteresēt un ietekmēt. Jūsu produkta/pakalpojuma atpazīstamība, reklāma.
Patērētāji	Patērētāju vēlmēs, vajadzības un pieprasījums, ko jūs cenšaties apmierināt ar sava produkta/pakalpojuma darbību. Kādi jūsu pārdošanas kanāli, to raksturojums.
Piegādātāji	Raksturojiet piegādātājus, kas apgādās jūsu uzņēmumu ar nepieciešamiem resursiem.
Starpnieki	Starpnieki, kas nodarbojas ar produkta/pakalpojuma izplatīšanu, pārvietošanu.
Netiešā ietekme uz jūsu produktu/ pakalpojumu	Ekonomiskā vide, dabas vide, tehnoloģiju un tehnikas vide, politiskā un tiesiskā vide, starptautiskā, sociālkultūras vide, starptautiskā, demogrāfiskā vide utt.

*\*Aprakstiet tikai tos mārketinga elementus, kas attiecas uz jūsu produktu/pakalpojumu.*