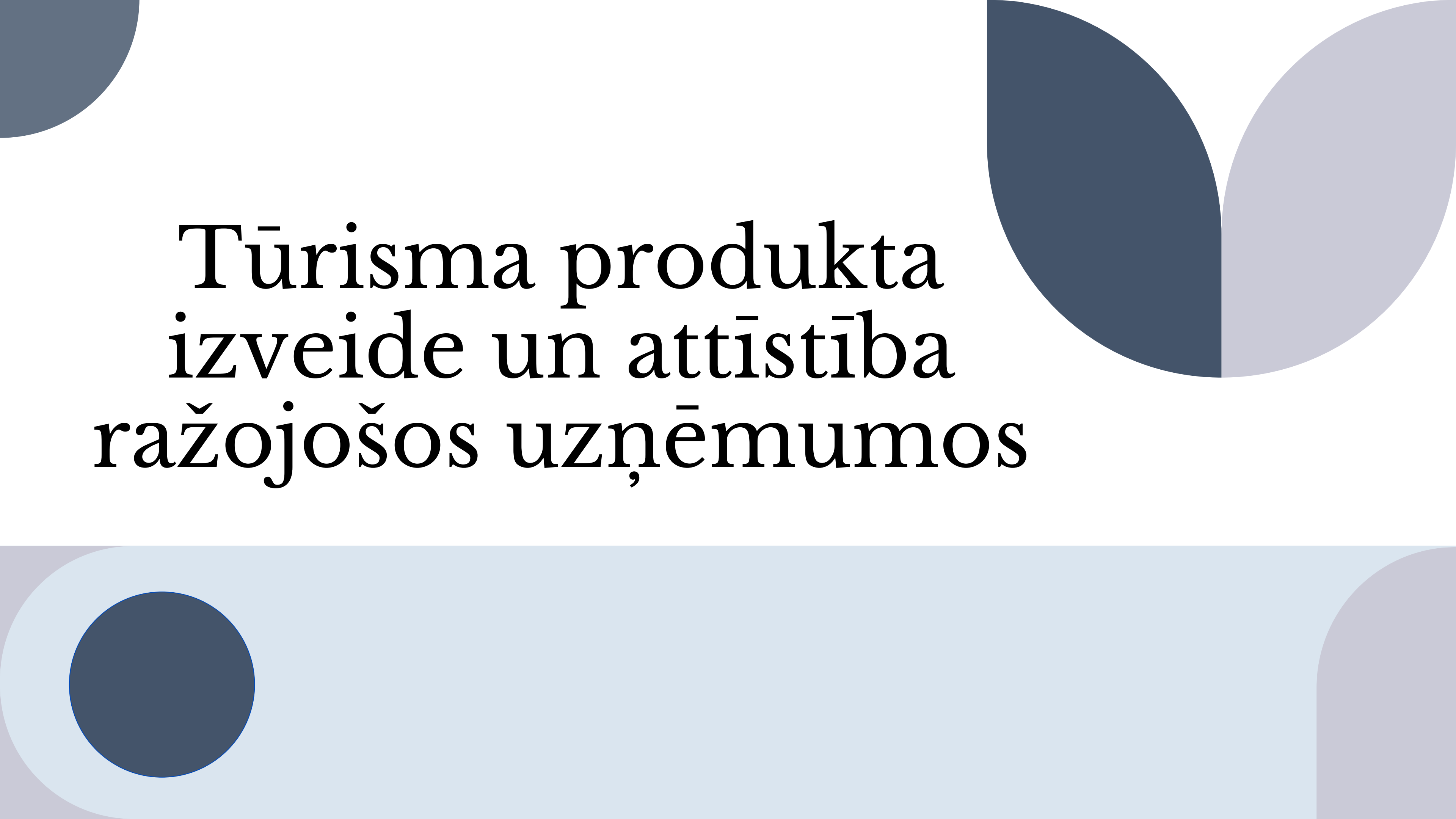


The background features abstract geometric shapes. In the top left, a dark blue quarter-circle is visible. In the top right, two overlapping semi-circles are shown, one in dark blue and one in light purple. The bottom half of the image has a light blue background with a dark blue circle on the left and a light purple rounded rectangle on the right.

Tūrisma produkta
izveide un attīstība
ražojošos uzņēmumos

Saturs

Ievads.

Rāžošanas tūrisma potenciāls.

Gālvenie faktori tūrisma produkta izveidei ražojošā
uzņēmumā.

Pieredze un secinājumi.

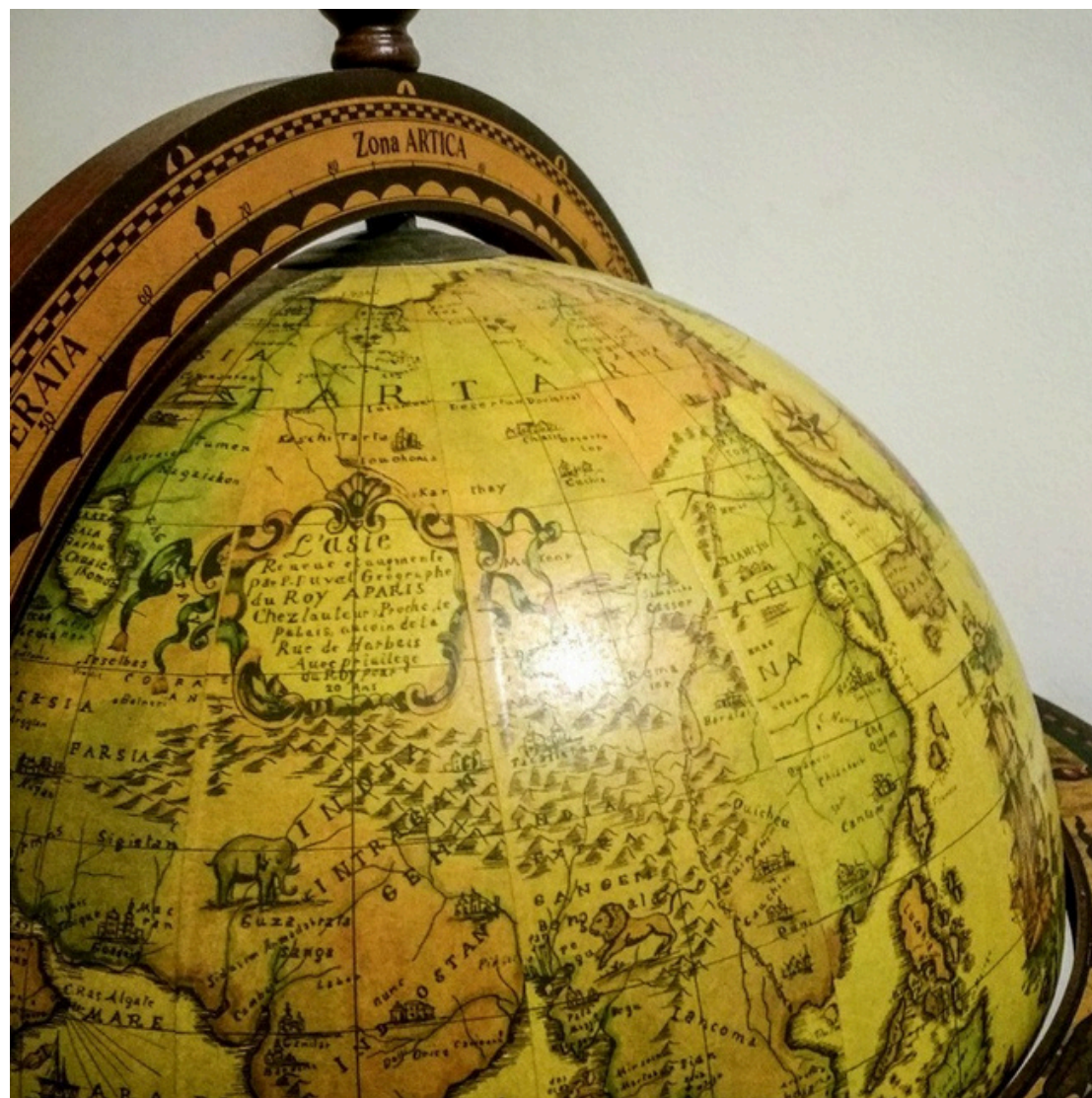
Jaūtājumi un diskusija.



Par mani



- Vairāk kā 20 gadu darba pieredze tūrisma un viesmīlības sfērā gan Latvijā, gan ārpus tās.
- Aptuveni 6 gadi mazumtirdzniecībā un degustāciju vadīšanā.
- Runāju 3 valodās.
- Pēc izglītības esmu Personālvadības speciāliste.





Ražošanas tūrisma potenciāls vai industriālais tūrisms

Augošs piedāvājums, attīstoties

- vajadzībai pēc unikālas pieredzes un interesei par ražotāju.

Ražotāja izcelsme un kvalitāte.

- Ražošanas process-izglītojošs materiāls.
- Mūsdienīgas tehnoloģijas un
- pielietojums.



Ražošanas tūrisma iespējas dažādās nozarēs

- Pārtikas ražotāji un dzērienu industrija -vīna un alus darītavas, siera, saldumu un kafijas ražotnes.
- Tehnoloģiju un rūpniecības uzņēmumi.
- Mājražotāji.
- Radošās industrijas-keramikas darbnīcas.



Galvenie faktori veiksmīgai tūrisma produktu izveidei

- Pieejamība un infrastruktūra-labierīcības, nojume, stāvvietas, kvalitatīvs piebraucamais ceļš, norādes vai atzīmes aplikācijās.
- Vienreizēja un unikāla pieredze –produkts par ko klausītājiem ir aktuāli dzirdēt. Noteikti padalīties ar apbalvojumiem un sasniegumiem uz pasaules fona.
- Stāstnieks vai gids -ļoti svarīgs aspekts, kas veido vienreizējo un unikālo pieredzi.
- Apmeklētāju iesaiste pašā procesā-degustēšana, veidošana, virpošana.
- Mārketinga un sponsorēšana-interesentu piesaiste un reklāma.
- Sadarbība ar TA (tūrisma aģentūrām) un līdzīgām institūcijām-saistošs pieturpunkts.
- Dāvanas un suvenīri-atgādinājums par unikālo pieredzi.

Apmeklētāju pieredzes veidošana vīna, alus vai sidra ražotnē

- Ekskursija pa ražotni -no augļu novākšanas, raudzēšanas līdz veikala plauktam.
- Degustācija-ražošanas aizsākumi, pirmie produkti, to attīstība un paši jaunākie produkti. Galvenās atšķirības no citiem, līdzīgiem ražotājiem.
- Apmeklētāju iesaiste –diskusija par garšām, aromātiem, krāsām, atšķirībām.
- Sasniegumi vai apbalvojumi un kur par tiem var uzzināt.
- Noslēgums -noskaidrot no apmeklētājiem, kurš no produktiem šķita viss tuvākais un garšīgākais.
- Suvenīri, dāvanas un iegāde.

Apmeklētāju pieredzes veidošana pārtikas ražotnē -SIA Nordcrunch

- Ievads un prezentācija - izklāsts par graudaugiem, kas tiek izmantoti, to nozīmi uzturā.
- Video materiāli par ražošanas procesu -360° apskats, live kamera u.c.
- Praktiskā daļa -garšu tests.
- Jaunāko produktu degustācija un aktivitāte.
- Noslēgums.

Pieredze un secinājumi

- Ražojošs uzņēmums ir ieguvējs, izveidojot tūrisma produktu.
- Izveidojot tūrisma produktu palielinās konkurence.
- Ar katru nākamo reizi, tūrisma produktu iespējams pieslīpēt - tādā veidā attīstot un pilnveidojot to, vai izveidojot jaunu.
- Izveidojot tūrisma produktu tiek veidotas tradīcijas.
- Zīmola atpazīstamība - atsaukšanās uz pieredzi.



Andīna Sproģe
+371 26544044
shop@nordcrunch.com
www.nordcrunch.com

Paldies par uzmanību!



Interreg
Baltic Sea Region



Co-funded by
the European Union



RESILIENT ECONOMIES AND COMMUNITIES

BASCIL