**KURZEMES ATPŪTAS UN TŪRISMA PAKALPOJUMU SNIEDZĒJU** PRIORITĀRĀS MĒRĶGRUPAS – ESOŠĀS UN 5.GADU PERSPEKTĪVĀ

TŪRISMA PAKALPOJUMU SNIEDZĒJS:

MŪSU GALVENAIS KLIENTS UN MAKŠKERĒŠANAS TŪRISTU KONTEKSTS

VĒRTĒJUMS: (1 – vissvarīgākais; 2 – svarīgs; 3 – mazāk svarīgs; 4 – nestrādāju)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| PAZĪME | RAKSTUROJUMS | ESOŠAIS  | 2023 |
| 1.Dzīves vieta | A. VIETĒJĀ APKĀRTNE |  |  |  |  |
| B. RĪGA |  |  |  |  |
| C. PĀRĒJĀ LATVIJA |  |  |  |  |
| D. LIETUVA |  |  |  |  |
| E. SKANDINĀVIJA |  |  |  |  |
| F. CITAS ĀRVALSTIS |  |  |  |  |
| 2.Vecums (paaudze) | A. ĢIMENE AR MAZIEM BĒRNIEM (<10.G.) |  |  |  |  |
| B. ĢIMENES AR LIELIEM BĒRNIEM (>10 G.) |  |  |  |  |
| C. SKOLĒNI |  |  |  |  |
| D. JAUNIEŠI |  |  |  |  |
| E. DINBiji (*dubulti ienākumi, nav jāuztur bērni*) |  |  |  |  |
| F. PIEAUGUŠIE |  |  |  |  |
| G. SENIORI |  |  |  |  |
| H. 3G – 3 PAAUDZES KOPĀ |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| 3.Dzimums | A. VĪRIEŠI |  |  |  |  |
| B. SIEVIETES |  |  |  |  |
| C. DZIMUMS NAV NOTEICOŠS |  |  |  |  |
| 4.Ienākumi (pret LV vidējo) | A. ZEMI |  |  |  |  |
| B. VIDĒJI ZEMI |  |  |  |  |
| C. VIDĒJI AUGSTI |  |  |  |  |
| D. AUGSTI |  |  |  |  |
| E. ĻOTI AUGSTI |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| 5.Izglītība | A. PAMATA |  |  |  |  |
| B. VIDĒJĀ |  |  |  |  |
| C. AUGSTĀKĀ |  |  |  |  |
| D. NAV NOZĪMES |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| 6.Ceļošanas kompānija | A. VIENS |  |  |  |  |
| B. DIVATĀ |  |  |  |  |
| C. NELIELA GRUPA (draugi u.c.) |  |  |  |  |
| D. CEĻOŠANAS FIRMU GRUPAS |  |  |  |  |
| E. DARBA KOLEKTĪVI |  |  |  |  |
| F. SKOLU GRUPAS |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 7.Transports nokļūšanai līdz galamērķim / jūsu pakalpojumam |  |  |  |  |  |
| A. KĀJĀM |  |  |  |  |
| B. VELO |  |  |  |  |
| C. PERSONĪGAIS (vai īres) AUTO |  |  |  |  |
| D. SABIEDRISKAIS AUTOBUSS |  |  |  |  |
| E. ORGANIZĒTS TŪRISMA AUTOBUSS |  |  |  |  |
| 8.DZĪVES STILA raksturojums | A. SAPŅOTĀJI, IMPULSĪVI ROMANTIĶI |  |  |  |  |
|  | B. PIEDZĪVOJUMU MEKLĒTĀJI |  |  |  |  |
|  | C. BEZ-AIZSPRIEDUMU AUTENTISKAS KULTŪRAS MEKLĒTĀJI |  |  |  |  |
|  | D. MĀJĀS SĒDĒTĀJI, POPKULTŪRAS BAUDĪTĀJI |  |  |  |  |
|  | E. RACIONĀLIE REĀLISTI |  |  |  |  |
|  | F. DABISKIE, ORIENTĒTI UZ EKO |  |  |  |  |
|  | G. RIMTIE |  |  |  |  |
|  | H. PRASĪGIE, UZ LUKSU UN STABILITĀTI ORIENTĒTI |  |  |  |  |
| 9. Citas nozīmīgas jūsu klientu segmentēšanas pazīmes (piem.: makšķernieki, kāzu svinētāji u.c.) | **MAKŠĶERNIEKI** |  |  |  |  |

Trīs citi uzņēmumi savā vai kaimiņu novados, ar kuriem jums ir ļoti līdzīga mērķauditorija

Sadarbība un partnerība. Tūrisma vai saistīto jomu uzņēmumi savā novadā vai blakus novados, ar kuriem izveidojusies:

|  |  |
| --- | --- |
| abpusēja sadarbība |  |
| vienpusēja sadarbība |  |
| ar kuriem vēlētos pastiprināt sadarbību |  |

Nākotnes idejas, ko jūs vēlētos attīstīt līdz 2023.gadam saistībā ar savu tūrisma piedāvājumu

Aptuvens apkalpoto personu skaits 2017.g. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_un ārvalstu viesu proporcija \_\_\_\_\_(%) no kopējā klientu skaita. Galvenās valstis:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_