

Ievads

Šobrīd Latvijas biznesa kompetencei tiek izvirzītas jaunas prasības. Vairums uzņēmumu prognozē, ka esošo klientu potenciāls samazināsies, tomēr paredz, ka tiks iegūti jauni klienti, tādējādi, balstoties gan uz jau esošajiem, gan jauniem klientiem, uzņēmumi varētu turpināt savu attīstību.

Mūsaprāt, produktu un pakalpojumu veiksmes pamatā būs pārdomāta mārketinga plāna īstenošana, nevis haotiskas darbības ar mērķi «paņemt» vai noturēt klientu.

Diemžēl dažādu mārketinga guru darbos, kas parasti ir laba lasāmviela, pārsvarā aplūkoti veiksmju un neveiksmju piemēri no lielo uzņēmumu prakses un lasītājs ne vienmēr gūst praktiskus ieteikumus

- Kā uzņēmums var izmantot savā rīcībā esošos resursus, lai piedāvātu patērētājiem vērtību?
- Kā veidot biznesa stratēģiju tā, lai uzņēmuma produkti un darbības procesi nodrošinātu patērētājiem nepieciešamo vērtību?
- Kā uzņēmums var pelnīt, piedāvājot patērētājiem nepieciešamo vērtību?

Mēs vēlamies vadītājiem sniegt atbalstu šo biznesa mērķu sasniegšanā, tādēļ izdodam «Mārketinga rokasgrāmatu», kura, ceram, palīdzēs plānot un vadīt uzņēmuma mārketinga funkciju.

Ar cieņu
Izdevniecība *Dienas Business*,

Rokasgrāmatas papildinājumu izstrādē
iekļauti šādu autoru sagatavotie
materiāli:



ALBERTS

2015-04

1

Alberta Uzņēmumu Grupa (AUG) ir mūsdienīga, dzirkstoša un unikālām idejām piepildīta pilna servisa mārketinga, reklāmas un sabiedrisko attiecību aģentūra, kas darbojas kopš 1998. gada. Aģentūras nepārspējamo komandu veido izcili savas jomas speciālisti, kuru pieredze un profesionālās iemaņas piešķir AUG pakalpojumiem pievienoto vērtību.

Reklāmas aģentūra apvieno tradicionālos un inovatīvos mārketinga instrumentus, ietverot interneta mārketingu, sociālos medijus, tiešsaistes un mobilo reklāmu, meklētājprogrammas optimizāciju (SEO), zīmolu izstrādāšanu, tradicionālo druku, sabiedriskās attiecības, grafisko dizainu, mediju plānošanu, animāciju, fotogrāfiju un dažādu mērogu video projektus. Vienvārdsakot, aģentūras mērķis ir, izmantojot komandas pieredzi un profesionālus mārketinga instrumentus, izstrādāt nevainojamu tēlu ikvienam uzņēmumam vai personai.

AUG attīsta ilgtermiņa attiecības ar saviem klientiem un kļūst par daļu no to panākumiem, jo, tikai patiesi iepazīstot un iedziļinoties visās to biznesa niansēs, spēj radīt ko paliekošu.

La creation

La Creation ir radoša svētku aģentūra, kas palīdz uzburt emociju pilnus brīžus gan lieliem, gan maziem! Tas ir jauns un perspektīvs uzņēmums, tādēļ komunikācija ar potenciālo auditoriju ir ļoti svarīga. Uzņēmuma dibinātāju zināšanas mārketingā ir pavērušas plašākas iespējas būt rokas stiepiena attālumā no mērķauditorijas, un vadītājas cer, ka šis un nākamie izdevumi jums atklās ko jaunu plašajā un raibajā mākslā, ko sauc par mārketingu!

Liene Dareiko-Sinkeviča – radošās enerģijas avots. Paralēli svētku aģentūras stratēģijas plānošanai un pasākumu vadīšanai strādā personāla atlases un novērtēšanas uzņēmumā, kas specializējas augsta un vidēja līmeņa vadītāju atlasē, – tas sadarbojas ar lielākajiem Latvijas ražošanas un tirdzniecības uzņēmumiem, tādēļ, lai varētu klientiem piedāvāt atbilstošāko kandidātu, jāspēj orientēties un sekot līdzi jaunumiem tādās sfērās kā mārketingš, ražošana, finanses u.c.

Agnese Tainoļubova – spēj aizšķilt mākslas dzirksteles it visā, kam ķeras klāt! Apguvusi reklāmas un sabiedrisko attiecību, kultūras vadības un menedžmenta specialitāti. Līdztekus studijām darbojusies radošajā sfērā, palīdzot jauniem tirgus dalībniekiem izstrādāt komunikācijas stratēģiju, nodrošināt vizuālo reklāmas maketu izstrādi un realizāciju, kā arī aktīvu

komunikāciju sociālajos tīklos. Paralēli uzņēmuma tēla un komunikācijas veidošanai atbalsta un līdzdarbojas vairākos radošos projektos.

* * *

Ilze Balcerbule, Latvijas Universitātē iegūts sociālo zinātņu maģistra grāds komunikācijas zinātnē un sociālo zinātņu bakalaura grāds vadībzinātnē, mārketinga specialitātē.

Oksana Lentjušenkova, ekonomikas zinātņu maģistre, *Alberta koledžas* direktore.

Anna Saltikova, tiesību zinātņu maģistre, *Alberta koledžas* valdes locekle.

«Mārketinga rokasgrāmatas» sagatavošanā izmantoti *Bonnier Group* (*Bonnier Business Press*) izdevniecībās sagatavotie materiāli.