



Rīgas brīvostas Mārketinga stratēģija 2020-2022. gadam

Rīgas brīvostas Mārketinga stratēģija (turpmāk tekstā - RBMS (2020 – 2022)) ir izstrādāta laika periodam no 2020. līdz 2022. gadam. Tas ir vidēja termiņa Rīgas brīvostas plānošanas dokuments mārketinga jomā, kas ir paredzēts mārketinga mērķu aktualizēšanai un veicamo uzdevumu noteikšanai izraudzītajā plānošanas periodā. Jāņem vērā, ka ostu mārketinga būtiski atšķiras no plaši izplatītās tirgzinību pieejas, jo ne vienmēr ir pieejami visi nepieciešamie līdzekļi ikviena mārketinga *miksa* elementa kontrole. RBMS (2020 - 2022) ir balstīta uz 2019. gadā apstiprināto Rīgas brīvostas Attīstības programmu (RBAP 2019 - 2028), kas ir spēkā no 2019. līdz 2028. gadam. Šajā dokumentā ir ietverti tādi attīstības virzieni kā jaunu kravu piesaiste, industrializācijas veicināšana, pasažieru pārvadājumu un infrastruktūras attīstība.

RBMS (2020 - 2022) sastāv no ievada un 10 nodaļām:

- Rīgas brīvostas vīzija un misija;
- RBP stratēģiskie mērķi;
- RBP mārketinga produkts;
- RBP stratēģiskais ietvars;
- Rīgas brīvostas un RBP zīmols;
- RBP mārketinga uzdevumi;
- RBP mārketinga vēstījumi;
- RBP mārketinga mērķa tirgi;
- mērķa grupas – Ostas uzņēmumi, Kravu pārvadātāji, Investori, Pasažieru pārvadātāji, Latvijas sabiedrība, Lēmumu pieņēmēji un viedokļu veidotāji, Ostas darbinieki;
- RBP mārketinga aktivitāšu plāns;
- RBMS (2020 - 2022) īstenošana un uzraudzība.

Rīgas brīvostas misijā nosaka, ka Rīgas brīvosta ir ilgtspējīgs Baltijas mēroga biznesa, ražošanas uzņēmumu un investīciju piesaistes centrs ar būtisku pienesumu tautsaimniecībā. Papildus tam Rīgas brīvosta apmierina tirgus pieprasījumu pēc kvalitatīviem visu veidu kravu pārkraušanas pakalpojumiem, pielāgojoties klientu vēlmēm, globālajām tirgus izmaiņām un piedāvājot pievilcīgus nosacījumus ar ostas darbību saistītās uzņēmējdarbības attīstībai. Lai Rīgas brīvosta sekmīgi veiktu savus pienākumus un sasniegtu izvirzītos mērķus, ir izstrādāti RBAP stratēģiskie mērķi, kas kopumā darbojas kā RBMS (2020 – 2022) ietvars. Mērķi ir sekojošās darbības jomās:



- kravu pārkraušana un pasažieru pārvadājumi;
- pievienotā vērtība, industrializācija un teritorijas attīstība;
- infrastruktūras attīstība un inovācijas;
- ostas pārvaldība.

Analizējot RBP produktu un RBP mārketinga produktu, ir svarīgi tos nošķirt, jo RBP produkts ietver ostas pārvaldes tiešos pakalpojumus, par kuriem tiek iegūti pamatdarbības ieņēmumi, savukārt RBP mārketinga produkts ietver gan visā Rīgas brīvastā pieejamos pakalpojumus, gan uzņēmējdarbības iespējas, ostas tēlu u.c. elementus. RBP nodarbojas ar mārketinga produkta popularizēšanu un RPB produktu. Ievērojamākās iezīmes ir abstrakcija un cenas komponentes iztrūkums, jo RBP mārketinga produkta virzīšana un pārdošana nav naudas darījums.

RBP Sabiedrisko attiecību un mārketinga nodaļa ir izstrādājusi arī sekojošus RBMS (2020 – 2022) atbalsta dokumentus, kas regulē jomas un atbalsta virzienus, kas nav tieši noteikti RBMS:

- “Rīgas brīvastas korporatīvās identitātes noteikumi”;
- “RBP Komunikācijas politika”;
- “RBP Korporatīvās sociālās atbildības politika”;
- “RBP Sociālo mediju politika”.

RBP korporatīvās identitātes noteikumi ir izstrādāti, lai RBP iekšējā un ārējā komunikācijā nodrošinātu vienotu priekšstatu par zīmoliem „Rīgas brīvosta” un “Rīgas brīvastas pārvalde”, kā arī veicinātu to pozitīvu atpazīstamību. Korporatīvās identitātes mērķis ir atspoguļot zīmolu “Rīgas brīvosta” un “Rīgas brīvastas pārvalde” vērtības, kuras definētas Rīgas brīvastas Mārketinga stratēģijā.

RBP Komunikācijas politika nosaka un definē Rīgas brīvastas komunikācijas mērķus, principus, virzienus, kā arī mērķauditoriju un ilgtermiņa centrālos vēstījumus, kas raksturo Rīgas brīvostu un Rīgas brīvastas pārvaldi. Komunikācijas politikas īstenošana ir Rīgas brīvastas brīvprātīgi īstenots pasākumu kopums, kas veicina sabiedrības izpratni par Rīgas brīvastas darbību virzībā uz sadarbības stiprināšanu ar visām iesaistītajām pusēm un sabiedrības labklājības un apkārtējās vides uzlabošanu.

RBP Korporatīvās sociālās atbildības politika nosaka Rīgas brīvastas KSA principus, mērķus un atbalsta virzienus, lai noteiktu un īstenotu Rīgas brīvastas darbības virzieniem piemērotākās un atbilstošākās aktivitātes KSA jomā, veicinātu iesaistīto pušu, piemēram, sabiedrības, darbinieku, klientu, partneru un mediju pārstāvju izpratni un lojalitāti, kā arī Rīgas brīvastas ilgspejīgu attīstību.



RBP Sociālo mediju stratēģija nosaka un definē Rīgas brīvostas sociālo mediju komunikācijas mērķus, principus, virzienus, kā arī mērķauditoriju un ilgtermiņa centrālos vēstījumus, kas raksturo Rīgas brīvostu un Rīgas brīvostas pārvaldi.

RBMS (2020 – 2022) izvirzīti mārketinga uzdevumi, kas sadalīti trīs sadaļās, balstoties uz mārketinga veicamo uzdevumu ietekmes apjoma. Daži no tiem:

- veicināt kravu apjoma pieaugumu, kā arī sekmēt jaunu kruīza līniju un kruīza kuģu piesaisti Rīgas ostai;
- uzturēt un popularizēt pozitīvu RBP un Rīgas brīvostas tēlu;
- veicināt RBP sadarbību un Rīgas ostas kopienas korporatīvo sociālo atbildību.

Lai efektīvi varētu izmantot pieejamos finanšu un cilvēku resursus vēlamā rezultāta sasniegšanā, ir definēti Rīgas brīvostas mārketinga mērķa tirgi, kas lielākoties ir valstis no/ uz kurām šobrīd tiek virzīta kravu plūsma caur Rīgas ostu un arī valstis, kurām piemīt potenciāls par tādām kļūt. Mārketinga aktivitātes un to efektivitāte ir viens no instrumentiem, kā iespējams saglabāt esošos un uzrunāt jaunus klientus. MBMS (2020-2022) definētas arī mārketinga mērķa grupas, kuru sasniegšanai ir izvirzīti gan specifiski mārketinga uzdevumi, gan vēstījumi.

RBMS (2020 – 2022) ir izveidots mārketinga komunikāciju plāns, kas ļauj koordinēt mārketinga aktivitātes, veicina to saskaņotu realizēšanu un palīdz mārketinga procesa kontrolē un izvērtēšanā. Komunikāciju plānā izvirzītas sekojošas aktivitātes:

- reklāma;
- sabiedriskās attiecības;
- tiešais mārketingas;
- ārējais mārketingas;
- dalība asociācijās un organizācijās;
- sadarbības tīkli;
- informatīvie materiāli;
- reprezentācijas materiāli;
- pētījumi un tarifu politika.

Mārketinga procesu norisi RBP organizē un vada RBP Sabiedrisko attiecību un mārketinga nodaļa sadarbībā ar citām RBP struktūrvienībām.