

INTEGRĒTĀ MĀRKETINGA KOMUNIKĀCIJA UZŅĒMUMĀ “IGGI BĀRS & KARBONĀDES” UN TĀS PILNVEIDOŠANAS IESPĒJAS *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS IN “IGGI BARS & KARBONADES” COMPANY AND OPPORTUNITIES FOR ITS IMPROVEMENT*

Samanta Kuvete

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, sk20109@edu.rta.lv, Rēzekne, Latvija
Zinātniskā vadītāja Mg.soc.sc. **Daina Znotiņa**

Abstract. *In the dynamic foodservice environment, companies like “IGGI bars & karbonādes” face the challenge of effectively differentiating themselves from their competitors and meeting the changing demands of their customer. Although the importance of integrated marketing communications is recognized, there are gaps in the understanding of how to strategically use integrated marketing communications to drive business success and customer satisfaction in the food service industry. The author, researching the marketing communication development opportunities of the Rezekne company “IGGI bars & karbonādes”, offers an integrated marketing communication plan for one calendar year.*

Keywords: *catering service provider, company, forms of integrated marketing communication, integrated marketing communication.*

Ievads

Mūsdienu dinamiskajā tirgū ēdināšanas uzņēmumi saskaras ar pastāvīgu izaicinājumu atšķirties no konkurentiem un apmierināt klientu mainīgās vajadzības. Šajā kontekstā integrētās mārketinga komunikācijas parādās kā spēcīgs instruments zīmola vērtības palielināšanai, klientu lojalitātes veicināšanai un ilgtspējīgas uzņēmējdarbības izaugsmes sasniegšanai. Uzņēmumam “IGGI bārs & karbonādes” un citiem ēdināšanas pakalpojumu sniedzējiem šī tēma ir aktuāla, jo tā var sniegt neskaitāmas priekšrocības gan uzņēmumam, gan to klientiem. Izstrādājot labu integrētās mārketinga komunikācijas plānu uzņēmums “IGGI bārs & karbonādes” var atšķirties tirgū, piesaistīt plašāku klientu bāzi un veicināt ciešāku saikni ar tiem. Turklāt ilgtspējības ziņojumapmaiņas iekļaušana mārketinga komunikācijas pasākumos var uzlabot kopējo klientu pieredzi, nodrošinot caurspīdīgumu par uzņēmuma ilgtspējības iniciatīvām un vērtībām, veidojot uzticību klientiem, piemērotu lojalitāti un radot kopīga mērķa sajūtu.

Pētījuma mērķis: raksturot integrētās mārketinga komunikācijas pielietojumu uzņēmumā “IGGI bārs & karbonādes” un izstrādāt priekšlikumus tās pilnveidošanai.

Pētījuma uzdevumi:

1. Raksturot integrētās mārketinga komunikācijas būtību.
2. Raksturot uzņēmuma “IGGI bārs & karbonādes” darbību un izvērtēt uzņēmumā esošo integrēto mārketinga komunikāciju.
3. Izstrādāt uzņēmumam “IGGI bārs & karbonādes” integrētās mārketinga komunikācijas plānu vienam kalendārajam gadam.

Pētniecības metodes: monogrāfiskā jeb aprakstošā metode, zinātniskās indukcijas metode, intervija.

Pētījuma periods: no 2020. gada līdz 2024. gadam.

Integrētās mārketinga komunikācijas būtība

Komunikācija ir informācijas apmaiņa starp cilvēkiem to darbības procesā. Katrā darbības sfērā tai ir noteiktas īpatnības, un šajā ziņā mārketinga nav izņēmums. Komunikācijas procesa dalībniekiem – uzņēmumiem – jāplāno un jāveido komunikācija ar patērētājiem, starpniekiem un dažādām saskarsmes grupām. Mārketinga komunikācija ir līdzekļi cilvēku

tiešai un netiešai informēšanai, pārliecināšanai un/vai atgādināšanai par uzņēmuma produktiem, zīmoliem un mārketinga pasākumiem, lai ietekmētu viņu rīcību tirgū. Līdz ar to mārketinga darbiniekiem vispirms jāizprot mārketinga komunikācijas, kas integrējas savā starpā (Praude & Šalkovska, 2015).

Labs mārketingas ir integrēts mārketingas (De Pelsmacker et al., 2013). Integrētās mārketingas komunikācijas ir visu mārketingas komunikāciju veidu izmantošana, tos koordinējot un saskaņojot ar citiem mārketingas pasākumiem un tirgus dalībniekiem (Praude & Šalkovska, 2015). S. Bormane ir secinājusi, ka integrētās mārketingas komunikācijas ir process, kurā organizācijas komunikācijas pasākumi tiek koordinēti, lai sasniegtu uzņēmējdarbības mērķus un izveidotu vai uzlabotu attiecības ar organizācijas ieinteresētajām pusēm (Bormane, 2019). Autori J. Bārnejs (J. Barney), D. Millers (D. Miller) un G. S. Deijs (G. S. Day) integrētā mārketingas komunikācijas aktivitātes saista ar sekojošiem mērķiem:

- 1) radīt iekšējos apstākļus (tādus kā uzņēmuma komunikācijas aktivitāšu plānošana, īstenošana un integrācija, organizācijas struktūra, personāls u.c.), lai veidotu efektīvu komunikāciju uz āru;
- 2) koordinēt un saskaņot ārējās komunikācijas aktivitātes, lai nodrošinātu, ka uzņēmuma tēls ir skaidrs, vienots un saprotams. Tas attiecas uz visiem uzņēmuma radītajiem un ārējām iesaistītajām pusēm adresētajiem komunikācijas ziņojumiem, pamatojoties uz uzņēmuma stratēģisko nostāju panākt labāku sniegumu, attīstot, pārvaldot, izmantojot specifiskus resursus, kas ir vērtīgi, reti, neatdarināmi un neaizstājami (Bormane, 2019).

Mārketingas komunikācijas veidi ir reklāma, produktu realizācijas veicināšana, sabiedriskās saskarsmes, sponsorēšana, interaktīvais mārketingas, izstādes, tiešais mārketingas un personiskā apkalpošana (Praude & Šalkovska, 2015).

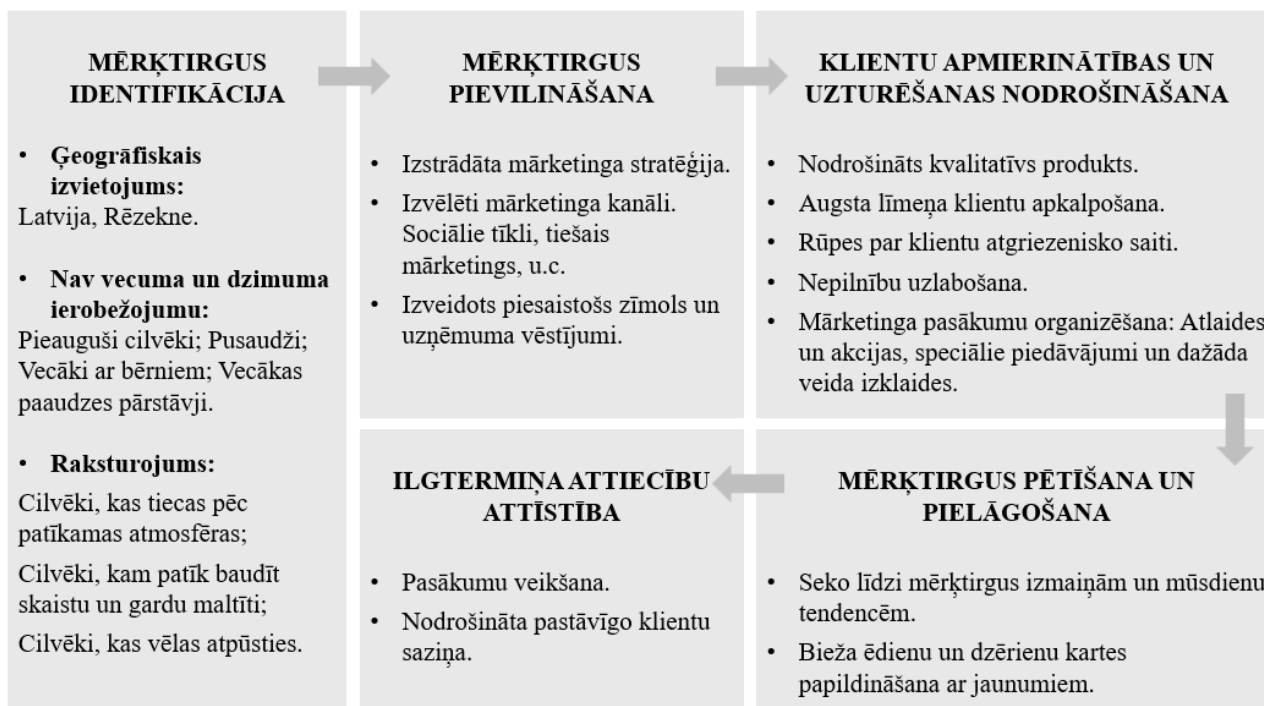
Uzņēmuma “IGGI bārs & karbonādes” darbība un integrētās mārketingas komunikācijas

“IGGI bārs & karbonādes” ir vieta pašā Rēzeknes pilsētas centrā, kur var baudīt gardas karbonādes, burgerus, izcilus kokteiļus un uzkodas. No 2020. gada pasaules TOP 15 pārdotākajiem kokteiļiem, desmit ir atrodami IGGI bāra kokteiļkartē. “IGGI bārs & karbonādes” aizrauj ar pārdomātām detaļām gan interjerā, gan ēdienkartē (Visit.rezekne.lv, 2024).

“IGGI bārs & karbonādes” pamatinformācija:

- Adrese – Latvija, Rēzekne, Atbrīvošanas aleja 95C;
- Tiesiskā forma - Sabiedrība ar ierobežotu atbildību;
- Reģistrācijas numurs – 42403043293;
- Pamatkapitāls – 2 700.00 EUR (Lursoft, 2023).

Efektīvs tirgzinības process ļauj uzņēmumam efektīvi izmantot savus resursus, lai sasniegtu noteiktos mērķus un izvairītos no liekiem tēriņiem un liekām pūlēm (Albrecht et al., 2023). Ņemot vērā “IGGI bārs & karbonādes” uzņēmuma tirgzinības procesa shēmu (sk. 1. attēlu), darba autore secina, ka uzņēmums ir orientēts uz klientu labsajūtu un viņu vajadzībām, uzņēmums attīstās, ievieš jaunumus, orientējas uz klientu vēlmēm un labi pārzin savus klientus, šis process ir nepieciešams lai iegūtu un uzturētu klientus, nodrošinot ilgtermiņa attiecības ar esošajiem klientiem, kas palīdz uzturēt pastāvīgu klientu bāzi un veicina atkārtotus pirkumus, palīdz uzturēt konkurētspēju, veicina atpazīstamību un uztur pozitīvu uzņēmuma zīmola vēstījumu un identitāti, palielina pārdošanas apjomu, pateicoties tam arī palielina uzņēmuma peļņu, veicina uzņēmuma attīstību.



1. attēls. Uzņēmuma “IGGI bārs & karbonādes” tirgzinības procesa shēma un mērķauditorija (autores veidots)

No mārketinga komunikācijām uzņēmums “IGGI bārs & karbonādes” lielākoties izmanto tiešsaistes reklāmas, lai informētu potenciālos klientus par uzņēmuma piedāvājumu, notikumiem un jaunumiem. Reklāmas vēstījumi tiek publicēti reti, bet tie ir ļoti rūpīgi pārdomāti un kvalitatīvi, vienotā stilā, lielākoties informatīvi, tiek publicēta informācija, kas ir svarīga klientiem, īsi un kodolīgi, informējot par pasākumiem, jaunumiem, atlaidēm, īpašiem piedāvājumiem un uzņēmuma sasniegumiem. Vēstījumi tiek pasniegti draudzīgā formā apliecinot savu lojalitāti pret klientiem.

Uzņēmums “IGGI bārs & karbonādes” neizmanto tīmekļa reklāmas ar tiešo saikni, e-pasta un zvana mārketinga paņēmienus. Tomēr tiešais mārketingis uzņēmumam ir saistošs, tiešā saziņā/komunikācijā, klients – darbinieks – klients, kad pārdevējs/bāra darbinieks tieši strādā ar klientu, piedāvājot informāciju, sniedzot konsultācijas un palīdzot izvēlēties produktu, kas vislabāk atbilst klienta vajadzībām.

Uzņēmuma “IGGI bārs & karbonādes” vadītājs bieži piedalās dažādos pasākumos, sniedz intervijas, dalās ar savu pieredzi par viesmīlības un biznesa niansēm un sniedz vērtīgus ieteikumus kā uzsākt savu biznesu, kā attīstīt savas komunikācijas prasmes un sadarboties gan ar viesiem, gan ar biznesa partneriem.

Uzņēmums izmanto sociālo tīklu reklāmu - “Instagram”, “Facebook”, “YouTube”, mājaslapu - <https://www.iggi.lv/>. Izveidojot un uzturot mājaslapu un sociālo mediju kontus, kuros tiek izmantoti augstas kvalitātes attēli un videomateriāli, tiek parādīts uzņēmuma piedāvājums - ēdieni, dzērieni, interjers un atmosfēra. Notiek arī aktīva saziņa ar klientiem, atbildot uz komentāriem un atsauksmēm. Tiek izveidoti ikdienas un īpašie piedāvājumi sociālajos tīklos, lai piesaistītu jaunus klientus un atgādinātu esošajiem par uzņēmuma eksistenci. Interneta platformā “YouTube” - “Im a'mazed” kanālā, uzņēmums “IGGI bārs & karbonādes” izmanto interesantu reklāmas paņēmieni, kur uzņēmuma bārmenis izglīto skatītājus kokteiļu pagatavošanā, šādā veidā uzņēmums tiek reklamēts netiešā formā, jo šī vēstījuma pamats ir kokteiļu pagatavošana un tikai video materiāla beigās tiek izteikts aicinājums apmeklēt uzņēmumu “IGGI bārs & karbonādes”.

Uzņēmums "IGGI bārs & karbonādes" ir savas personīgās futbola komandas sponsori amatieru futbola komandai "IGGI United", kas sniedz uzņēmumam diezgan būtisku labumu, jo šī futbola komanda bieži brauc spēlēt uz citām Latvijas pilsētām, tādā veidā pārstāvot Rēzeknes pilsētu un netieši reklamējot bāru.

Uzņēmums "IGGI bārs & karbonādes" produktu realizācijas veicināšanā izmanto cenu atlaides un īpašos piedāvājumus, piemēram, iegādājoties "Prosecco" glāzi, 3 austers komplektā tikai par 12,00 EUR, pērkot šīs pozīcijas atsevišķi cena kopsummā ir lielāka, vai, piemēram, ceturtdiena – "Cuba Libre brančs", no plkst. 17:00 – 20:00, bezlimita rumkolas kokteiļi, tikai par 15 EUR. 2023. gada decembrī, uzņēmums par godu gaidāmajiem svētkiem bija izveidojis kokteiļu adventes kalendāru, kur katru dienu kādam noteiktam kokteilim bija 20 % atlaide.

Uzņēmums, kā personisko apkalpošanu izmanto pārdošanas metodi "no durvīm līdz durvīm", kur klientiem ir iespēja piezvanot uz uzņēmumu, veikt pasūtījumu un saņemt to pie savas mājas durvīm. Vēl tiek izmantota personiskā apkalpošana (tiešā pārdošana), kad bāra darbinieks tieši komunicē ar klientu, konsultē to, uzklausa klienta vēlmes un piedāvā personalizētu pieeju, ja tas ir nepieciešams, lai klients justos īpaši un novērtēti.

Kopumā, pēc darba autores domām "IGGI bārs & karbonādes" izvēlas un pielāgo mārketinga komunikācijas, lai tās atbilstu uzņēmuma mērķiem, mērķauditorijai un resursu pieejamībai. Šie rīki un procesi palīdz uzņēmumam "IGGI bārs & karbonādes" labāk izprast klientu vajadzības un tirgus tendences, kā arī pieņemt lēmumus par mārketinga stratēģijām, lai nodrošinātu ilgtermiņa veiksmīgu uzņēmējdarbību.

Integrētās mārketinga komunikācijas plāna uzņēmumam "IGGI bārs & karbonādes"

Integrētās mārketinga komunikācijas plāns ir nepieciešams, lai sistematizētu un koordinētu uzņēmuma komunikācijas pieeju, iekļaujot dažādus mārketinga kanālus un instrumentus. Tas palīdzēs efektīvi saskaņot un palielināt uzņēmuma redzamību un atpazīstamību, veicinot pozitīvu tēlu un attiecības ar klientiem. Darba autore ir iedziļinājusies uzņēmuma darbībā, tā mārketinga aktivitātēs un esošajās komunikācijas praksēs, un ņemot vērā visu izpētīto informāciju ir izstrādājusi integrētā mārketinga komunikācijas plānu vienam kalendārajam gadam periodā no 2025. gada janvāra līdz 2025. gada decembrim:

Janvāris: izveidot speciālu "Karsto kokteiļu loteriju", kur katram pilngadīgajam klientam, veicot pasūtījumu, bāra darbinieki piedāvās interesantu akciju - bārmenis izgatavos klientam karsto kokteili pēc saviem ieskatiem, un klientam tiks dota iespēja uzminēt, kas ir šī kokteiļa sastāvā, ja klients uzminēs kokteiļa sastāvdaļas, šis kokteilis viņam būs bez maksas, ja tomēr uzminēt kokteiļa sastāvdaļas nebūs sanācis, klientam šis kokteilis tiks pieskaitīts pie kopējā rēķinā par dzērienu kartē noteikto kokteiļa cenu.

Februāris: organizēt Valentīna dienas īpašo pasākumu "Love couple", ar romantisku atmosfēru, īpašiem dzērieniem un ēdieniem. Šajā pasākumā telpas būs dekorētas (baloni, sveces, u.c.), kas varētu izmaksāt aptuveni 62,00 EUR. Kā īpašie šīs dienas piedāvājumi būs bezmaksas vīna vai šampanieša glāze precētam pārim, 20 % atlaide vīna piedāvājumam un tematisks desertu piedāvājums. Valentīna dienas atmosfēras baudīšanai tiktu pieaicināts muzikants, kas spēlēs uz klavierēm vai vijoles (70,00 EUR - 120,00 EUR / 2h) veidojot romantiska vakara sajūtu.

Marts: "vīna mēnesis". Šis īpašais piedāvājums tiks pasniegts kā vīna degustācijas un tā izglītošanas iespēju mēnesis, kur uzņēmums savlaicīgi iegādāsies dažādākas interesantas vīna izlases no vietējiem ražotājiem un/vai piegādātājiem (kas izmaksās aptuveni 461,60 EUR), tādā veidā sadarbojoties ar citiem uzņēmumiem, tātad reklamējot kā savu uzņēmumu, tā arī uzņēmumu no kurienes tika iegādāts vīns (sadarbība var būt ar tādiem Latvijas uzņēmumiem, kā "Latvijas vīni" kas piedāvā Latvijā ražotus, dabīgus bez ķīmiskām piedevām, bez sulfātiem dabiski raudzētus mājas vīnus, un/vai "ABAVAS" vīna darītavu, kas ir godalgots laureāts

neskaitāmos starptautiskos dzērienu konkursos (*Abavas, 2024*). Klientiem tiks piedāvātas divas šī mēneša īpašās pozīcijas, kā, piemēram, “Vīna plate”, tā būtu vīna degustācija, kas būs pieejama visa mēneša garumā, kur klientiem tiks pasniegtas 5 dažādākas vīna izlases (glāzes ar nelielu vīna daudzumu) kopā ar siera plati un vīna karti (vīna kartes izgatavošanai nepieciešams aptuveni 59,50 EUR), kur būs pieejama visa informācija par katru vīna veidu, tā sastāvdaļām un izcelsmi. Šis piedāvājums būs pieejams aptuveni par 15,00 EUR, jo cena var svārstīties atkarībā no piedāvātā vīna tilpuma glāzēs. Kā arī pēc degustācijas, klientiem bārā būs iespēja iegādāties vīnu, kas viņiem iepatikās visvairāk, papildus vīna pudelei tiks pievienota arī vizītkarte (vizītkaršu izgatavošanai nepieciešams aptuveni 14,52 EUR) ar uzņēmumu kontaktinformāciju, kas piegādā un ražo šo konkrēto vīnu.

Otrs šī vīna mēneša piedāvājums būs 8. martā organizēts pasākums uzņēmumā “IGGI bārs & karbonādes”, kurā notiks izglītojoša vīna degustācija, ar ielūgtu viesi, savas sfēras profesionāli, tāds viesis var būt, piemēram, Raimonds Tomsons, kas 2023. gadā tika atzīts par pasaules labāko vīnzini (*Raimonds Tomsons, 2024*). Šis viesis praktiski un ar vienkāršu pieeju šīs dienas klientiem dos iespēju precīzi izprast atsevišķus vīna veidus un labāk iepazīt garšas nianšes. Šāda veida pasākums var izmaksāt no 350,00 EUR līdz 500,00 EUR/h. (vīzīņa atalgojums). Klientiem šis pasākums būs pieejams bezmaksas, tātad uzņēmuma ieņēmumi salīdzinājumā ar izmaksām šajā dienā būs mazāki, tā kā šis pasākums tiks organizēts tikai klientu ieinteresētības un izglītošanas veicināšanai, jaunu un pastāvīgo klientu piesaistei, uzņēmuma zīmola un ielūgtā viesu popularizēšanai un atpazīstamības veicināšanai. Šis pasākumus arī var būt kā interesanta dāvanas ideja dāmām sievietēm dienas svētkos, kur klientiem ir iespēja pavakariņot kopā romantiskā noskaņā un papildus tam iegūstot vīna degustāciju profesionāla vadībā, sava veida dāvana, kas neprasa papildus ieguldījumus.

Aprīlis: joku dienas slepenais piedāvājums – 1. aprīlī joku dienas ietvaros, katrs klients, kas izjokos darbinieku saņems 15 % atlaidi. Par šo piedāvājumu klienti un sociālo tīklu sekotāji netiks informēti, jo klients izjokojot darbinieku būs pārsteigts saņemt par to apbalvojumu, atlaides veidā, nezinot par to iepriekš, sava veida pārsteiguma faktors.

Organizēt konkursu visa mēneša garumā, Instagram sociālajā tīklā “Labākais kokteilis”, kura pamatā ir interaktīva sekotāju iesaiste. Konkurss būs tikai daži nosacījumi, zem publicētā konkursa vēstījuma, ierakstīt komentārā jauna interesanta kokteiļa recepti un uzrakstīt vai izdomāt šī kokteiļa nosaukumu. Konkursa rezultātā uzņēmums izvēlēsies vienu visinteresantāko un garšīgāko kokteiļa recepti un ieviesīs to savā dzērienu kartes piedāvājumā (jaunas dzērienu kartes izgatavošana izmaksās aptuveni 20,20 EUR /20 gab. Rezultāts būs sekojošs, uzņēmumam būs jauns piedāvājums, kas neprās profesionāļu iesaisti, lielas izmaksas un lieku laika veltīšanu, un konkursa uzvarētājs tiks apbalvots ar dāvanu karti (50,00 EUR) un iespēju, izbaudīt savu kokteili pirmo reizi bez maksas.

Maijs: izveidot alus kuponu piedāvājumu, kur katram klientam par trīs iegādātām alus glāzēm (vienā dienā), pienāksies kupons uz vienu bezmaksas alus glāzi, kuru klients varēs izmantot tikai nākošajā dienā vai jebkurā citā mēneša dienā. Šis process tiks kontrolēts ar bāra darbinieku palīdzību, kuri uz katra kupona rakstīs tā izsniegšanas datumu. Kuponu iegādei būs nepieciešami aptuveni 3,00 EUR/100 gab.

Jūnijs: visa mēneša garumā organizēt labdarības pasākumu Rēzeknes dzīvnieku patversmei, kur klientiem bārā būs iespēja ziedot naudas līdzekļus (ziedojumu kaste izmaksās aptuveni 22,00 EUR) un atnest dzīvniekiem nepieciešamo barību un rotaļlietas. Klientiem, kas ziedos dzīvnieku patversmei, uzņēmums “IGGI bārs & karbonādes”, izsniegs ķepas formā garšīgu cepumu (cepumu izgatavošanai nepieciešams 60,00 EUR/48 gab.) un Rēzeknes dzīvnieku patversmes vizītkarti (vizītkaršu izgatavošanai nepieciešams 14,52 EUR/100 gab.). Kad labdarības pasākums tiks noslēgts, uzņēmums kopā ar visiem darbiniekiem apciemos Rēzeknes dzīvnieku patversmi un nodos visus labdarības pasākuma laikā savāktos ziedojumus. kā arī padalīsies ar savu pieredzi un labdarības pasākuma rezultātiem savos sociālo tīklu kontos.

Jūlijs: visa mēneša garumā izveidot “Izdevīgās lietus dienas” akciju, kur katram klientam, kas lietus laikā apmeklēs “IGGI bārs & karbonādes” tiks piešķirta 15 % atlaide pasūtījumiem.

Augusts: veikt “IGGI bāra & karbonādes” mārketinga, kvalitātes un klientu apmierinātības pētījumu anketēšanas veidā, izdrukājot glītas, estētiskas anketas papīra veidā (540,00 EUR/300 gab.) un novietojot tās uz bāra letes pie kases, lai katrs klients, kas vēlētos piedalīties šādā pētījumā, varētu paņemt anketu un aizpildīti to atrodoties bārā, šajā gadījumā lielu lomu pildīs uzņēmuma darbinieki, viņiem būs nepieciešams piedāvāt katram klientam piedalīties pētījumā un saņemt atlīdzību, 15% atlaidi par aizpildītu anketu. Šajā gadījumā uzņēmums gūst pētījuma rezultātus un klienti patīkamu pieredzi un pateicību.

Organizēt vasaras noslēguma pasākumu “Karaoke vakars”. Uzņēmums iepriekš sagatavojoties, iegādāsies nomā karaoke aparāturu (45,00 EUR - 95,00 EUR/dienā), piemēram, no <https://www.skanagaisma.lv/lv/karaoke-noma/> un sagatavos iekšējai tam paredzēto vietu. Šajā pasākumā klientiem būs iespēja izkļaidēties, atpūsties un sacensties par labāko dziesmas izpildījumu. Motivējot dalībniekus piedalīties, tiks organizētas nelielas sacensības, kuru pamatā, klausītāji un visi klienti, kas piedalīsies, pasākuma noslēgumā nobalsos par labāko dziesmas izpildījumu, un uzvarētājs saņems balvu 20 EUR – 50 EUR dāvanu kartes apmērā.

Septembris: piedalīties izstādē “RIGA FOOD”, kas katru gadu septembra sākumā notiek Rīgā, starptautiskā izstāžu centrā “Ķīpsala”. Šī ir plašākā pārtikas izstāde Baltijas valstīs, kur ik gadu iezīmē nozares attīstību kopumā, izceļ jaunumus un sniedz iespēju iepazīties ar nopietniem un uzticamiem nozares uzņēmumiem. Šajā izstādē ikviens gardēdis var smelties idejas savai ēdienkartei, nogaršot daudz ko jaunu un baudīt pavāru, konditoru un bārmeņu šovus, savukārt profesionāļi un uzņēmumi – smelties idejas, gūt jaunas zināšanas un informāciju, kā arī veicināt sava biznesa attīstību un turpmākās iespējamā sadarbības attiecības (BTI, 2024). Uzņēmums “IGGI bārs & karbonādes” piedalīsies šajā izstādē ar savu “Black & Yellow” kokteiļu busiņu un uzņēmuma bārmeņiem, kas prezentēs uzņēmumu, piedāvājot kokteiļu meistarklasi un dzērienu izbaudīšanu. Dalības maksa piedaloties šajā pasākumā (par 1 dienu) būs aptuveni 355,00 EUR.

Izglītojoša lekcija “Intervija ar uzņēmēju” Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmijā, kurā piedalīsies SIA IGGI valdes loceklis. Organizējot šāda veida pasākumu, uzņēmuma vadītājs, vadīs lekciju un komunicēs ar studentiem, veicinot studentu izpratni par uzņēmējdarbību, ēdināšanas un viesmīlības biznesa sfērām. Šāda veida lekcija sniegtu studentiem iespēju iegūt praktiskas zināšanas un iedvesmu no uzņēmēja, kurš veiksmīgi darbojas šajā nozarē, apspriežot uzņēmēja personīgo pieredzi un zināšanas, sniedzot vērtīgus ieteikumus studentiem par to, kā uzsākt savu biznesu, kā attīstīt savas komunikācijas prasmes un kā sadarboties gan ar viesiem, gan ar biznesa partneriem.

Oktobris: organizēt “Halloween Party” ballīti. Šo svētku tradīcijās uzņēmums “IGGI bārs & karbonādes” izdekorēs telpas ar ķirbjiem, mākslīgo zirnekļu tīmekli un citām svētku atribūtiskām (kopumā aptuveni 48,39 EUR). Šo svētku konceptā būs pierasto kokteiļu piedāvājums jaunā izpildījumā: Parasti kokteiļi tiek dekorēti ar ziediem un augļiem, taču šajā dienā tos aizvieto biedējoša veida želejas konfektes (acis, zirnekļi, u.c.) un asinis imitējošie sīrupi (piemēram, aveņu sīrups). Darbinieki uzturot pasākuma konceptu būs tērpti dažādākos kostīmos, kā spoki, raganas, miroņi u.c.

Kā īpaša šīs dienas akcija būs balva - viens bezmaksas kokteilis katram klientam, kas atnāks šo svētku koncepta kostīmā. Tā kā tā ir ballīte, tiks uzlūgts arī īpašais viesis – DJ mūzikas izpildītājs (70,00 EUR - 120,00 EUR), piemēram, DJ Deila, kas ir visbiežāk pieaicinātā mūzikas izpildītāja un pastāvīgais klients uzņēmumā “IGGI bārs & karbonādes”.

Novembris: uzsākt sadarbību ar Rēzeknes “FA-BJSS” bērnu futbola komandu, kur uzņēmums “IGGI bārs & karbonādes” kļūs par kādas futbola komandas formas vai ekipējuma sponsoru, izvietojot logo uz komandas formas vai somām. Šāda veida sponsorēšana – par

futbola komandas formas iegādi, uzņēmumam izmaksātu aptuveni no 300,00 EUR līdz 525,00 EUR.

Decembris: izveidot adventes kalendāra loteriju, kur katru decembra dienu, gluži kā adventes kalendārā, klientiem, kas kaut ko iegādāsies, būs iespēja izvilkt savu laimīgo lapiņu, no iepriekš izveidotas laimes kastes (10,00 EUR), kura būs piepildīta ar dažādākām piedāvājuma lapiņām, kuras ietvers 5 %, 10 %, 15 %, 20 % atlaides, vienu bezmaksas dzērienu, tukšās lapiņas un vienu veiksmīgo lapiņu ar naudas balvu 100 EUR vērtībā.

Kopumā vērtējot darba autores izstrādāto integrētās mārketinga komunikācijas plānu vienam kalendārajam gadam uzņēmumam "IGGI bārs & karbonādes", darba autore secina, ka izstrādātais plāns atspoguļo būtisku un kreatīvu pieeju mārketinga aktivitāšu veidošanā, ieviešot jaunus un interesantus piedāvājumus, sadarbības iespējas, akcijas un atlaides, loterijas, konkursus un pasākumus. Rezultātā uzņēmums spēs veicināt sava zīmola plašāku atpazīstamību, piesaistīt jaunus klientus, ieinteresēt jau esošos pastāvīgos klientus un veicināt lielāku pārdošanu, veicinot peļņas pieaugumu.

Secinājumi un priekšlikumi

1. Uzņēmumiem pastāvīgi jāpielāgo savas komunikācijas pieejas, reaģējot uz mainīgo patērētāju uzvedību un tehnoloģiju attīstību, lai paliktu aktuāli un veiksmīgi konkurētu tirgū, kā arī jācenšas integrēt dažāda veida komunikācijas savās mārketinga stratēģijās, lai efektīvāk sasniegtu savu mērķauditoriju, koordinējot mārketinga aktivitātes harmoniski ietekmējot mērķauditoriju, koncentrējoties ne tikai uz saviem produktiem un pakalpojumiem, bet arī uz visiem mārketinga aspektiem, ieskaitot cenu, izplatīšanu un izvietojumu, ņemot vērā dažādu tirgus dalībnieku lomas, lai nodrošinātu atbilstošu un pievilcīgu komunikāciju katrai ieinteresētajai pusei.
2. Integrētās mārketinga komunikācijas plāns ir nepieciešams, lai sistematizētu un koordinētu uzņēmuma komunikācijas pieeju, iekļaujot dažādus mārketinga kanālus un instrumentus. Tas palīdzēs efektīvi saskaņot un palielināt uzņēmuma redzamību un atpazīstamību, veicinot pozitīvu tēlu un attiecības ar klientiem. Integrētās mārketinga komunikācijas plāna mērķis ir palielināt zīmola atpazīstamību, piesaistīt jaunus klientus un saglabāt esošos, ieviešot visaptverošu mārketinga stratēģiju.
3. Uzņēmumam "IGGI bārs & karbonādes" nākamajā gādā ir jāizmanto visas vai dažas piedāvātās mārketinga komunikācijas aktivitātes, kas tiek atpogaļotas darba autores izstrādātā integrētās mārketinga komunikācijas plānā. Uzņēmumam "IGGI bārs & karbonādes" izstrādātais integrētās mārketinga komunikācijas plāns atspoguļo būtisku un kreatīvu pieeju mārketinga pasākumu veidošanā, ieviešot jaunus un interesantus piedāvājumus, sadarbības iespējas, akcijas un atlaides, loterijas, konkursus un pasākumus. Rezultātā uzņēmums spēs veicināt sava zīmola plašāku atpazīstamību, piesaistīt jaunu klientus, ieinteresēt jau esošos pastāvīgos klientus un veicināt lielāku pārdošanu, veicinot peļņas pieaugumu.

Izmantotie avoti un literatūra

1. Praude, V., & Šalkovska, J. (2015). *Integrētā mārketinga komunikācija*. SIA "Burtene".
2. Bormane, S. (2019). *Integrētā mārketinga komunikācija Latvijas pārtikas mazumtirdzniecības veikalu ķēžu uzņēmumos ilgtspējīgas attīstības kontekstā*. Promocijas darbs. <https://dspace.lu.lv/dspace/handle/7/48995>
3. De Pelsmacker, P., Geuens, M., & Van Den Bergh, J. (2013). *Marketing Communications a European Perspective*. Pearson. https://is.muni.cz/el/fsp/jaro2019/np2285/um/Pelsmacker_5ed.pdf
4. Albrecht, M. G., Green, M., & Hoffman, L. (2023). *Marketing and the Marketing Process. Principles of Marketing*. <https://openstax.org/books/principles-marketing/pages/1-1-marketing-and-the-marketing-process>
5. BT 1. (2024). *Riga Food 2024*. <https://www.bt1.lv/rigafood/>
6. Lursoft. (2023). *Iggi, Sabiedrība ar ierobežotu atbildību*. <https://company.lursoft.lv/iggi/42403043293>

7. Raimonds Tomsons.(2024). Pasaules labākais vīnzinis 2023 <https://raimondstomsons.lv/>
8. Visit. Rezekne.lv. (2024). *Iggi bārs & karbonādes*. <https://visit.rezekne.lv/objekti/iggi-bars-karbonades/>
9. Abavas.lv (2024). *Abavas produkti*. <https://www.abavas.lv/>