

VšĮ „GO Vilnius“ 2019 metų veiklos planas

Vilnius

	Programa/projektas	Matavimo vnt.	Rezultatas
	<b>Tikslas 1</b> <b>Atvykstamojo turizmo skatinimas</b> <b>KPI</b> <b>Turistų skaičiaus mieste augimas + 6 proc.</b> <b>Turistų pasitenkinimo augimas +3 proc.</b>		
1.1.	<b>TURIZMO PRODUKTŲ PLĖTRA</b>		
	Piligriminio turizmo skatinimo projektas	Įvykdytas projektas	1
	Turisto kortelės (Vilnius City Card) projekto atnaujinimas	Parduotų kortelių skaičius	+30 proc.
	Restoranų reitingų palaikymas	Reitinguotų restoranų skaičius	4
	Tvaraus turizmo skatinimo projektas	Maršrutas	1
	Turizmo infrastruktūros gerinimo projektas	Įgyvendintos iniciatyvos	2
1.2.	<b>TURIZMO IŠTEKLIŲ PRISTATYMAS TURIZMO INDUSTRIJOS ATSTOVAMS (B2B)</b>		
	Individualių pažintinių turų užsienio operatoriams ir agentams organizavimas, siekiant įtraukti Vilnių į užsienio turizmo operatorių programas ir skatinant agentūrų pardavimus, kas generuos didesnius turizmo srautus į Vilnių	Dalyvių skaičius	25
	Vilniaus išteklių ir paslaugų pristatymas užsienio turizmo profesionalų renginiuose, siekiant įtraukti Vilnių į užsienio turizmo operatorių programas ir skatinant agentūrų pardavimus, kas generuos didesnius turizmo srautus į Vilnių	Užklausų skaičius (angl. "lead")	30
1.3.	<b>TURIZMO IŠTEKLIŲ PRISTATYMAS TURISTAMS (B2C)</b>		
	Vilniaus turizmo išteklių ir paslaugų pristatymas tarptautinėse turizmo parodose	Parodos vertinimo indeksas (kompleksinis rodiklis)	6
1.4.	<b>TURIZMO RINKOS TYRIMAI</b>		
	Tyrimų metu nustatomi atvykusių turistų pasitenkinimas Vilniaus turizmo produktais bei potencialių turistų keliavimo įpročiai, siekiant maksimaliai patenkinti turistų poreikius bei parinkti tinkamas priemones jų pritraukimui. Tyriami potencialių keliautojų įpročiai, sudaromas keliautojo portretas.	Tyrimas	2
1.5.	<b>TURIZMO PRODUKTŲ RENGIMAS</b>		
	Turizmo maršrutų sukūrimas ir pristatymas	Maršrutas	2
1.6.	<b>TURIZMO MOKYMŲ ORGANIZAVIMAS IR SVETINGUMO SKATINIMAS</b>		
	Svetingumo mokymai turizmo ir kultūros įstaigų darbuotojams	Dalyvių skaičius	50

	Turizmo savanorių programa. Programa skirta didinti turistų pasitenkinimą mieste bei skatinti visuomenės įtraukimą į svetingumo programas	Savanoriavimo valandų skaičius	900
1.7.	<b>TURIZMO RENGINIŲ IR PROGINIŲ AKCIJŲ ORGANIZAVIMAS</b>		
	Renginių ir švenčių minėjimai, įtraukiant turistus ir turizmo industrijos atstovus	Renginys	3
<b>Tikslas 2</b> <b>Konferencijų turizmo skatinimas</b> <b>KPI</b> <b>Tarptautinių renginių skaičiaus augimas +8 proc.</b>			
2.1.	<b>KONFERENCIJŲ TURIZMO PRODUKTO PLĖTRA</b>		
	Konferencijoms siūlomų produktų ir paslaugų pristatymas kataloguose, leidiniuose, svetainėje. Sukurtų produktų viešinimas, siekiant pristatyti Vilnių kaip patrauklią vietą tarptautiniams renginiams	Priemonė	2
2.2.	<b>KONFERENCIJŲ TURIZMO IŠTEKLIŲ PRISTATYMAS INDUSTRIJOS ATSTOVAMS (B2B)</b>		
	Dalyvavimas užsienio turizmo parodose konferencijų profesionalams, siekiant pritraukti tarptautinius renginius į Vilnių	Užklausos dėl tarptautinių renginių organizavimo Vilniuje (angl. „lead“)	30
	Turai į Vilnių užsienio renginių organizatoriams, siekiant pritraukti į Vilnių tarptautinius renginius. Planuojami individualūs ir grupiniai turai	Įmonių (individualus turas) /dalyvių skaičius (grupinis turas)	10/40
	Kontaktų mugė "CONVENE"	Užklausos dėl tarptautinių renginių organizavimo Vilniuje (angl. „lead“)	20
	Vilniaus pristatymas specializuotose konferencijų turizmo šaltiniuose	Priemonė	2
	Tarptautinių renginių palaikymas	Renginys	40
	Standartizuotos renginių ekonominio naudingumo skaičiuoklės pritaikymas	Įdiegtas įrankis	1
2.3.	<b>TARPTAUTINIŲ RENGINIŲ PRITRAUKIMAS IR PALAIKYMAS</b>		
	Paraiškų dėl tarptautinių renginių pritraukimo teikimas	Paraiška	20
<b>Tikslas 3</b> <b>Vilniaus miesto konkurencingumo augimas</b> <b>KPI</b> <b>Investuotojų pasitenkinimo lygio Vilniumi augimas +3 proc.</b>			
3.1.	<b>KONKURENCINGUMO VERTINIMO IR SKATINIMO PROJEKTAI</b>		
	Vilniaus konkurencingumo su kitais miestais stebėseną	Tyrimas	1
	Prioritetinių industrijų apžvalga ir leidinys	Priemonė	1

3.2.	<b>INVESTUOTOJŲ APTARNAVIMAS (AFTER CARE)</b>		
	„Workation in Vilnius“ projektas, kurio metu bus kviečiami prioritetinių verslo sektorių įmonių darbuotojai „išbandyti“ Vilnių dirbant ir pramogaujant. Projektas skirtas pristatyti Vilniaus patrauklumą investuotojams ir talentams	Dalyvaujančių užsienio kompanijų skaičius	3
3.3.	<b>NT IR INFRASTRUKTŪROS PROJEKTAI</b>		
	Vilniaus NT objektų pristatymas MIPIM 2019 parodoje	Užklausų apie pristatytus objektus skaičius	10
	Urbanistinė galimybių studija dėl pramonės parko steigimo	Studija	1
3.4.	<b>TALENTŲ APTARNAVIMAS (AFTER CARE)</b>		
	„Welcome to Vilnius“ susitikimų (workshop'ų) kompanijoms organizavimas	Renginys	10
	Moksleivių praktikos atlikimo investuotojų kompanijose projektas	Dalyvių skaičius	200
	Talentų kelio (relocation guide) įrankio naudojimo skatinimas	Vartotojų skaičius	+ 10 proc.
3.5.	<b>INOVACIJŲ SKATINIMAS</b>		
	Vilniaus patrauklumo investuotojams skatinimo projektas	Priemonė	1
	Lazerių industrijos pristatymo projektas	Priemonė	1
3.6	<b>TARPTAUTINIO MIESTO PASIEKIAMUMO GERINIMAS</b>		
	Konkurencingumo programos įgyvendinimas	Priemonė	1
	Susisiekimo gerinimo iniciatyvos	Priemonė	1
	<b>Tikslas</b> <b>Vilniaus žinomumo ir patrauklumo užsienyje augimas 4</b> <b>KPI</b> <b>Vilniaus žinomumo ir patrauklumo tikslinėse rinkose augimas +3 proc.</b>		
4.1.	<b>SKAITMENINĖ RINKODARA</b>		
	Komunikacija socialiniuose tinkluose (turinio kūrimas ir sklaida)	Pasiekta auditorija	+ 30 proc.
	Svetainės atnaujinimas	Atnaujinta svetainė	1
4.2.	<b>ŽURNALISTŲ IR TINKLARAŠTININKŲ VIZITAI</b>		
	Turizmo žurnalistų ir tinklaraštininkų vizitų organizavimas	Dalyvių skaičius	50
	Verslo žurnalistų ir tinklaraštininkų vizitų organizavimas		
	Miesto pristatymas Vilniuje besilankantiems žurnalistams		
	Straipsnių inicijavimas turizmo ir verslo temomis užsienio žiniasklaidoje	Pasiekta auditorija	+ 20 proc.
	Aktualių temų komunikacija		
	Žiniasklaidai skirti turizmo/verslo renginiai		
	Žiniasklaidos monitoringas		
4.3.	<b>RINKOS ANALIZĖ</b>		
	Vilniaus žinomumo tyrimas	Tyrimas	1
4.4.	<b>MIESTO ŽINOMUMO DIDINIMAS</b>		
	Vilniaus žinomumo didinimo rinkodaros kampanijos specializuotose kelionių platformose	Pasiekta auditorija	10 mln.
	Rinkodaros kampanija turizmo operatorių portaluose	Pasiekta auditorija	2 mln.
	Platformos turizmo profesionalams iš kitų šalių sukūrimas	Dalyvių skaičius	1

VšĮ „GO Vilnius“ direktorė



Inga Romanovskienė