



# SMILTENES NOVADA MĀRKETINGA KOMUNIKĀCIJAS STRATĒGIJA

Izstrādāts biedrības "Abulas lauku partnerība" un Smiltenes novada domes sadarbības projekta "Place Branding for Rural Development" (Nr. 18-00-A019.333-000016) ietvaros.



Atbalsta Zemkopības ministrija un Lauku atbalsta dienests

## Saturs

<b>1</b>	<b>Mērķauditoriju raksturojums.....</b>	<b>3</b>
1.1	Iedzīvotāji – esošie un potenciālie .....	3
1.2	Uzņēmēji – esošie un potenciālie .....	3
1.3	Viesi .....	3
<b>2</b>	<b>Mārketinga stratēģiskie mērķi un uzdevumi .....</b>	<b>4</b>
2.1	Smiltenes novada mārketinga mērķi .....	4
2.2	Smiltenes novada mārketinga komunikācijas mērķi un uzdevumi .....	4
2.3	Smiltenes novada sabiedrisko attiecību komunikācijas mērķi un uzdevumi.....	6
<b>3</b>	<b>Mārketinga stratēģisko mērķu indikatori un novērtēšana .....</b>	<b>9</b>
3.1	Mārketinga mērķu indikatori .....	9
3.2	Mārketinga komunikācijas mērķu indikatori .....	10
3.3	Sabiedrisko attiecību mērķu un darba novērtēšanas metodes .....	10
<b>4</b>	<b>Mārketinga komunikācijas vēstījumi un rīcības .....</b>	<b>12</b>
4.1	Vieta, kur strādāt un investēt, paveicot ievērojamas lietas novadā, kas atbalsojas visā Latvijā .....	12
4.2	Vieta, kur atklāt talantus, iegūt zināšanas un prasmes, dalīties ar tām .....	13
4.3	Vieta harmoniskam dzīvesveidam.....	15
4.4	Vieta, kur piedzīvot latvisko, izbaudīt kustību prieku un atjaunoties .....	16
4.5	Smiltenes novada stāstu rekomendācijas.....	19
4.6	Zīmola atbilstības rīks pasākumiem un notikumiem novadā.....	20
<b>5</b>	<b>Smiltenes novada reputācija.....</b>	<b>21</b>
<b>6</b>	<b>Sadarbība ar partneriem, organizācijām un iesaistītajām pusēm .....</b>	<b>23</b>
<b>7</b>	<b>Sadarbība ar plašsaziņas līdzekļiem .....</b>	<b>25</b>
7.1	Sadarbības principi.....	25
7.2	Sadarbība ar reģionālajiem plašsaziņas līdzekļiem.....	25
7.3	Pašvaldības komunikācijas kanāli .....	25
7.4	Komunikācijas koordinācija starp novada pašvaldību, iestādēm, struktūrvienībām un kapitālsabiedrībām.....	25
<b>8</b>	<b>Smiltenes novada komunikācijas principi.....</b>	<b>26</b>
8.1	Atbildība par komunikācijas nodrošināšanu .....	26
8.2	Komunikācijas satura kvalitāte .....	28
8.3	Ziņojumu sagatavošanas principi .....	28
8.4	Krīze un komunikācija krīzē .....	28

Detalizētu mediju un sociālo mediju analīzi un stratēģiju lūgums skatīt atsevišķi.....Kļūda! Grāmatzīme nav definēta.

# 1 Mērķauditoriju raksturojums

## 1.1 Iedzīvotāji – esošie un potenciālie

Smiltenes novadā tāpat kā daudz kur Latvijā vērojama tendence, ka iedzīvotāju skaits samazinās. Novada ilgtspējīgai attīstībai nepieciešams novērst esošo iedzīvotāju pārcelšanos ārpus Latvijas vai uz citām vietām Latvijā, kā arī novadam piesaistīt jaunus iedzīvotājus. Lai izlīdzinātu demogrāfisko slodzi, īpaši būtiski ir noturēt un piesaistīt ekonomiski aktīvus iedzīvotājus, jauniešus, ģimenes ar bērniem. Novada esošie iedzīvotāji sagaida, ka novadā tiks attīstītas šādas vērtības: inteliģence un personības izaugsme (29% respondentu), kopā būšana un ģimeniskums (22%) un vēlme pēc stabilitātes un drošības (19%).

Potenciālo iedzīvotāju fokuss ir:

Pirmkārt, 25–45 g.v. ekonomiski aktīvi cilvēki vai ģimenes ar bērniem, kas atradīs darba iespējas novadā vai apkārtējās teritorijās vai būs neatkarīgi profesionāļi ar attālinātā darba iespēju, vai cilvēki ar uzņēmēja potenciālu. Šai mērķauditorijai ir būtiska dzīves vides kvalitāte – kvalitatīva dzīvojamā platība, pieejama pilsētas infrastruktūra un vienlaikus dabas tuvums, iespēja turpināt nodarboties ar saviem hobijiem sporta vai kultūras jomā, mūžizglītība, iespēja realizēt savas idejas, atvērtība, labvēlīga vide bērnu audzināšanai, aktīva novada sabiedriskā dzīve.

Otrkārt, 16–19 g.v. Smiltenes vidusskolas skolēni un Smiltenes tehnikuma studenti, kas ierodas Smiltēnē no visas Latvijas, lai iegūtu vidējo izglītību vienā no labākajām Vidzemes reģiona vidusskolām vai iegūtu kvalitatīvu profesionālo izglītību ceļu būvē, veterinārmedicīnā u.c. jomās. Ir potenciāls piesaistīt plašāku jauniešu auditoriju, piedāvājot pieprasītu un kvalitatīvu mācību saturu, piemēram, sagatavojot perspektīvajai IT nozarei. Šai mērķauditorijai ir būtiskas daudzveidīgas brīvā laika pavadīšanas iespējas, savu talantu attīstīšana interešu izglītības nodarbībās, pašrealizācija, iekļaušanās vietējā sabiedriskajā dzīvē, turpmākas darba un savas dzīves telpas veidošanas iespējas.

## 1.2 Uzņēmēji – esošie un potenciālie

Smiltenes novadam raksturīga uzņēmējdarbības daudzveidība. Novadā ir reģistrēts vairāk nekā 1000 uzņēmumu, no tiem 44% ir zemnieku saimniecības, taču lielāko apgrozījumu veido mazumtirdzniecības, kokapstrādes, ceļu būves un mežizstrādes uzņēmumi. Uzņēmumu panākumi gan vietējā tirgū, gan eksporta tirgos nodrošina augstu nodarbinātības līmeni un veido pozitīvu un labklājīgu novada tēlu.

Novada interesēs ir paaugstināt uzņēmumu radīto pievienoto vērtību, veicināt procesu digitalizāciju un piesaistīt jaunus inovatīvus uzņēmumus ar augstas pievienotās vērtības produktu vai pakalpojumu. Tāpat novadam ieteicams piesaistīt uzņēmējus ar tūrismu un viesmīlību saistītās jomās, kā arī kultūras uzņēmējdarbību, lai novadā veidotos pievilcīga vide viesiem un iedzīvotājiem.

## 1.3 Viesi

Smiltenes novada viesi ir, pirmkārt, Vidzemes un Igaunijas tuvējo teritoriju iedzīvotāji, kas dodas uz Smiltenes novadu kā uz pakalpojumu centru un/vai dabas un dabas un kultūras tūrisma vietu.

Otrkārt, citi Latvijas un ārvalstu tūristi (prioritārie tirgi: Krievija, Vācija, Somija, Zviedrija, Norvēģija, Lietuva, Igaunija).

Novadā esošais piedāvājums atbilst ceļotāju vajadzībām pēc kultūras un autentisku tradīciju pieredzes, dabas, sporta pasākumu, darījumu un administratīvā tūrisma. Taču novadam jāizstrādā tūrisma stratēģija un jāattīsta tādi tūrisma produkti, kas audzē vidējo materiālo un emocionālo vērtību, ko pienes katrs viesis visa gada garumā.

Ieteicams turpināt padziļināti pētīt mērķauditoriju, lai detalizēti attīstītu segmentu raksturojumus.

## 2 Mārketinga stratēģiskie mērķi un uzdevumi

**Mārketinga mērķi** definē rezultātu, kas jāsasniedz ar plašākām novada aktivitātēm – ne tikai ar komunikāciju, bet arī pakalpojumu un infrastruktūras attīstību, partneru iesaisti u.c.

**Mārketinga komunikācijas mērķi** definē rezultātu tieši komunikācijas aktivitātēm, piemēram, reklāmas un publicitātes kampaņām, pasākumiem, dizainu, komunikāciju ar iedzīvotājiem.

**Sabiedrisko attiecību mērķi** definē rezultātu tieši sabiedrisko attiecību komunikācijas aktivitātēm, veicinot Smiltenes novada attīstību, kas balstās uz sabiedrības vajadzībām, izpratni, līdzdalību un novada attīstības vīziju.

### 2.1 Smiltenes novada mārketinga mērķi

1. Palielināt to cilvēku skaitu, kas dzīvo, mācās un pārceļas uz Smiltenes novadu.
2. Palielināt uzņēmumu skaitu, kas darbojas un tiek reģistrēti Smiltenes novadā.
3. Palielināt cilvēku skaitu, kas viesojas Smiltenes novadā.
4. Paaugstināt novada iedzīvotāju apmierinātību ar dzīvi novadā, piederības un lepnuma sajūtu.
5. Paaugstināt novada uzņēmēju apmierinātību ar uzņēmējdarbības vidi novadā.
6. Palielināt materiālo un emocionālo vērtību, ko katrs viesis, iedzīvotājs, uzņēmums pienes Smiltenes novadam.

### 2.2 Smiltenes novada mārketinga komunikācijas mērķi un uzdevumi

#### 1. Mērķis: paaugstināt Smiltenes novada atpazīstamību un izpratni par Smiltenes novada priekšrocībām un unikalitāti:

- 1.1. Pozicionējums: Smiltenes novads ir aktīva un enerģijas pilna vieta.
- 1.2. Smiltenes novada 7 darbības un komunikācijas jomas ir uzņēmējdarbība, izglītība, kultūra, sports, tūrisms, daba, ģimene.
- 1.3. Unikālā zīmola identitātes kodola apzināšanās: sports, daba, uzņēmējdarbība/vietējie ražojumi.
- 1.4. Zīmola pamati. Smiltenes novads ir:
  - a) vieta, kur strādāt un investēt, paveicot ievērojamas lietas novadā, kas atbalsojas visā Latvijā;
  - b) vieta, kur atklāt talantus, iegūt zināšanas un prasmes, dalīties ar tām;
  - c) vieta harmoniskam dzīvesveidam;
  - d) vieta, kur piedzīvot latvisko, izbaudīt kustību prieku un atjaunoties.
- 1.5. Sautis: Smiltenes novadā sanāk!
- 1.6. Logo.

#### Uzdevumi

1. Prezentēt novada zīmolu novada iedzīvotājiem un uzņēmējiem.
2. Nodrošināt zīmola identitātes ieviešanu novada 7 darbības un komunikācijas jomās – pasākumos, komunikācijas kanālos, ikdienas vidē: uzņēmējdarbība, izglītība, kultūra, sports, tūrisms, daba, ģimene.
3. Izcelt novada komunikācijas kanālos tēmas par unikālajiem novada identitātes aspektiem: sports, daba un uzņēmējdarbība/vietējie ražojumi.
4. Nodrošināt novada zīmola ieviešanu novadā notiekošajos sporta un kultūras pasākumos, tūrisma maršrutos, uzņēmēju komunikācijā un pasākumos, novada komunikācijas kanālos.

5. Veidot komunikāciju novada vidē, kur visvairāk saskarsmes ar iedzīvotājiem un viesiem, atbilstoši pozicionējumam „Smiltene novads ir aktīva un enerģijas pilna vieta” (piemēram, vides objekts).
6. Veicināt novada zīmola izmantošanu novadā radītajos produktos un pakalpojumos.

## **2. Mērķis: veicināt novada zīmola vērtības celšanu dzīves kvalitātes, uzņēmējdarbības iespēju un tūrisma galamērķa kategorijās.**

### Uzdevumi

1. Veicināt jaunu sadarbības veidu rašanos novadā, stimulējot iedzīvotāju līdzdarbošanos novada attīstībā 7 jomās: uzņēmējdarbība, izglītība, kultūra, sports, tūrisms, daba, ģimene.
2. Veicināt iedzīvotāju ideju un iniciatīvu atbalstīšanu novada dzīves kvalitātes un daudzveidības uzlabošanai.
3. Veicināt pozitīvu novada reputāciju, lepojoties ar sasniegumiem un izceļot priekšrocības novada dzīves, uzņēmējdarbības un tūrisma vidē.
4. Izstrādāt novada jauniešu politikas stratēģiju un iepļānot resursus tās ieviešanai, t.sk. izstrādāt veidus, kā veicināt novada piederības sajūtu izglītības iestādēm, jo īpaši Smiltenes tehnikuma, jauniešiem.
5. Izstrādāt novada uzņēmējdarbības attīstības stratēģiju un iepļānot resursus tās ieviešanai, t.sk.
  - a) izstrādāt potenciālo investoru un uzņēmēju piesaistes un noturēšanas stratēģiju;
  - b) veicināt novadā sporta, tūrisma, kultūras un radošo industriju uzņēmumu attīstību;
  - c) veicināt novadā IT nozares uzņēmumu un jaunuzņēmumu attīstību, radot atbalstošu vidi, t.sk. biznesa inkubatoru vai koprades telpas;
  - d) uzsākt mērīt uzņēmēju apmierinātību ar novada uzņēmējdarbības vidi, vērtēt rezultātus uzņēmēju segmentos (pēc lieluma, pēc nozares) un veikt nepieciešamos uzlabojumus uzņēmējdarbības vidē.
6. Izstrādāt novada tūrisma stratēģiju un iepļānot resursus tās ieviešanai, t.sk.
  - a) radīt jaunus tūrisma maršrutus dažādām mērķa grupām, īpaši saistītus ar dabas unikālo vērtību piedzīvošanu visos gada laikos;
  - b) radīt tūrisma produktus novada sporta pasākumu apmeklētājiem;
  - c) radīt jaunus/unikālus vides objektus tūrisma veicināšanai;
  - d) attīstīt esošās un veidot jaunas sadarbības tūrisma maršrutu izstrādē, nodrošinot Smiltenes novada iekļaušanu reģionālajos tūrisma maršrutos.

## **3. Mērķis: veicināt novada ieteikšanu citiem kā tūrisma galamērķi.**

### Uzdevumi

1. Nodrošināt vienota novadā pieejamo aktivitāšu kalendāra izveidi un pieejamību, it īpaši dabas, sporta un uzņēmējdarbības/vietējo ražojumu jomās. Kalendārā ieteicams iekļaut gan pašvaldības, gan uzņēmēju un privātpersonu organizētas aktivitātes.
2. Veicināt lietotāju radīta satura veidošanu par Smiltenes novadu.
3. Veicināt atsauksmju mārketinga izmantošanu saskarsmē ar Smiltenes novada viesiem.

## 2.3 Smiltenes novada sabiedrisko attiecību komunikācijas mērķi un uzdevumi

### 1. Mērķis: veicināt novada identitātes apzināšanos.

#### Uzdevumi

1. Informēt vietējo sabiedrību par:
  - a) novada pašvaldības stratēģiskās attīstības perspektīvām un to īstenošanas vīziju;
  - b) novada pašvaldības ilgtermiņa un īstermiņa mērķiem, darbu un rezultātiem;
  - c) pašvaldības, to iestāžu, struktūrvienību un kapitālsabiedrību darbības mērķiem, darbu un rezultātiem;
  - d) pašvaldības, to iestāžu, struktūrvienību un kapitālsabiedrību kompetences jomām, to sadalījumu;
  - e) pašvaldības, to iestāžu, struktūrvienību un kapitālsabiedrību ikdienas darbībām, rīkotajiem pasākumiem u.c.;
  - f) pašvaldības sociālās un sabiedriskās dzīves aktualitātēm, notikumiem u.c.
  - g) popularizēt novada iedzīvotāju sasniegumus biznesā, inovāciju jomā, izglītībā, kultūrā, sportā u.c.;
  - h) radīt stāstus par dabas un kultūras objektiem, tos popularizēt.
2. Veicināt uzticēšanos novada pārvaldei un to iestāžu, struktūrvienību un kapitālsabiedrību darbiniekiem:
  - a) nodrošināt regulāru informāciju par darbības plānu izpildes gaitu un rezultātiem;
  - b) reaģēt uz sabiedrības un to grupu vajadzībām, attieksmi un viedokli.
3. Veicināt zīmola koncepcijas atpazīšanu un atzīšanu, nodrošinot zīmola atbilstošu lietošanu un integrāciju informācijas nesējos.
4. Stiprināt novada iedzīvotāju un strādājošo iesaisti novada attīstības un pilnveides veicināšanā:
  - a) īstenot mērķa auditorijas vajadzību un attieksmes izpēti:
    - nodrošināt iespēju interneta mājaslapā, Facebook un lietotnē WhatsApp iesniegt:
      - priekšlikumus infrastruktūras, sociālās un sabiedriskās dzīves/kārtības un vides problēmu risinājumiem;
      - ierosinājumus pašvaldības, tās iestāžu un aģentūru darba uzlabošanai;
      - reizi mēnesī publiskot informāciju par tiešsaistes kanālos izteiktajiem priekšlikumiem, uzdotajiem jautājumiem un sniegt uz tiem atbildes;
    - reizi gadā veikt kvalitatīvu mērķauditoriju viedokļu izpēti par nepieciešamajiem uzlabojumiem pašvaldības attīstībā, par būtiskākajam vēlamajiem risinājumiem novadā un kopienas dzīvē, par pašvaldības darba un novada attīstības vērtējumu. Iegūtos kvalitatīvos datus pārbaudīt ar kvantitatīvu aptauju, lai noskaidrotu vairākuma viedokli. Izmantot pētījumu datus pašvaldības darba uzlabošanā un jaunu projektu īstenošanā un komunikācijā, kā arī komunikācijas efektivitātes novērtējumā;
  - b) nodrošināt sabiedrības un to grupu iesaisti novada attīstības un problēmjaudājumu apspriešanā:
    - izveidot konsultatīvas grupas, kas apvieno attiecīgo nozaru pārstāvjus: uzņēmējdarbība, izglītība, sports, kultūras dzīve, tūrisma un dabas objekti, sociālie jautājumi. Konsultatīvās grupas darbojas uz brīvprātības pamatiem. Tās darbs tiek publiskots pašvaldības komunikācijas kanālos;

- reizi pusgadā rīkot novada iedzīvotāju kopsapulci/brīvo mikrofonu, lai atbildētu uz neskaidrajiem jautājumiem un diskutētu par aktualitātēm, kā arī uzklausītu iedzīvotāju priekšlikumus, ko īstenot turpmākajā darbā;
- iesaistīt iedzīvotājus dažādās iniciatīvās – talkas, brīvprātīgais darbs u.tml.

**2. Mērķis: veicināt novada reputāciju, komunicējot par novada reputāciju veidojošajiem elementiem – pašvaldības darbs, novada infrastruktūra, uzņēmējdarbības vide, nodarbinātība, tūrisms un daba, kultūra un sports, vēsture un tradīcijas un cilvēki.**

Uzdevumi

1. Iesaistīties valsts līmeņa diskusijās par Latvijas reģionālās politikas, ekonomiskās, sociālās, sabiedriskās dzīves jautājumiem, pozicionējot novada vajadzības, priekšrocības un nākotnes vīziju.
2. Nodrošināt nacionālajos plašsaziņas līdzekļos informāciju par novada infrastruktūras pilnveidi un priekšrocībām, nodarbinātības un nepieciešamā darba spēka aktualitātēm, novada uzņēmumu un iedzīvotāju sasniegumiem uzņēmējdarbībā, inovācijās, sportā, kultūrā un izglītībā, kā arī izplatīt informāciju par tūrisma iespējām novadā un dabas objektiem.
3. Veidot sadarbību ar plašsaziņas līdzekļiem reģionā, nodrošinot plašu informāciju par novada attīstības, infrastruktūras, nodarbinātības, uzņēmējdarbības, izglītības, kultūras, sporta un tūrisma aktualitātēm un rīkotajiem pasākumiem.

Pašvaldības iestādes, struktūrvienības un apakšstruktūras: Smiltenes vidusskola, Smiltenes mūzikas skola, Smiltenes pilsētas Bērnu un jaunatnes sporta skola, Smiltenes mākslas skola, Smiltenes Bērnu un jauniešu interešu izglītības centrs, Smiltenes pilsētas pirmsskolas izglītības iestāde "Pīlādzītis", Smiltenes novada speciālā pamatskola, Bilskas pamatskola, Blomes pamatskola, Grundzāles pamatskola, Launkalnes sākumskola, Palsmanes pamatskola, Palsmanes pagasta pirmsskolas izglītības iestāde, Variņu pamatskola, Smiltenes novada kultūras, sporta un mūžizglītības pārvalde, Smiltenes novada Kultūras centrs, Smiltenes novada Blomes pagasta Tautas nams, Smiltenes novada Variņu pagasta Tautas nams, Smiltenes novada Launkalnes pagasta Tautas nams, Smiltenes novada Bilskas pagasta Birzuļu Tautas nams, Smiltenes novada Grundzāles pagasta Kultūras nams, Smiltenes novada Palsmanes pagasta Kultūras nams, Smiltenes novada bibliotēka, Smiltenes novada Bilskas pagasta bibliotēka un tās sastāvā esošais Smiltenes novada Bilskas bibliotēkas ārējās apkalpošanas punkts Lobērgos, Smiltenes novada Bilskas pagasta Birzuļu bibliotēka, Smiltenes novada Blomes pagasta bibliotēka, Smiltenes novada Brantu pagasta bibliotēka, Smiltenes novada Grundzāles pagasta bibliotēka, Smiltenes novada Launkalnes pagasta bibliotēka, Smiltenes novada Palsmanes pagasta bibliotēka, Smiltenes novada Variņu pagasta bibliotēka, Tūrisma informācijas centrs, Smiltenes novada Muzejs, Lietišķās mākslas studija "Smiltene", Smiltenes novada Sporta centrs, Smiltenes novada Bilskas pagasta pārvalde, Bilskas feldšeru punkts, Smiltenes novada Blomes pagasta pārvalde, Blomes pagasta feldšeru – vecmāšu punkts, Smiltenes novada Grundzāles pagasta pārvalde, Grundzāles ambulance, Smiltenes novada Launkalnes pagasta pārvalde, Launkalnes pagasta feldšerpunkts, Smiltenes novada Palsmanes pagasta pārvalde, Smiltenes novada Variņu pagasta pārvalde, Variņu pagasta feldšerpunkts, Smiltenes novada Brantu un Smiltenes pagastu pārvalde, Smiltenes novada domes Sociālais dienests, Smiltenes novada Bērnu un ģimenes atbalsta centrs, Smiltenes novada Vēlēšanu komisija.

Kapitālsabiedrības: SIA "Smiltenes NKUP", SIA "Smiltenes sarkanā krusta slimnīca", SIA "Līvena aptieka", SIA "ZAAO".

Aktuālās pašvaldības iestādes, struktūrvienības un apakšstruktūras skatīt likumi.lv “Smiltenes novada pašvaldības nolikums”: <http://m.likumi.lv/doc.php?id=305067>



### 3 Mārketinga stratēģisko mērķu indikatori un novērtēšana

Indikatori ir mērījumi, kā novērtēt sasniegtos rezultātus. Daļa no tiem jau tiek mērīti pašvaldības publiskajos pārskatos, daļa ir jauni mērījumi, t.sk. tie, kas rekomendēti zīmola ieviešanas un monitorēšanas metodoloģijā.

#### 3.1 Mārketinga mērķu indikatori

Indikatori	Datu avots
1. Iedzīvotāju skaits, t.sk. 1.1. reemigrējušie; 1.2. pārcēlušies uz dzīvi novadā no citām vietām Latvijā; 1.3. Smiltenes vidusskolas un tehnikuma studenti, kas pēc mācību iestādes absolvēšanas paliek dzīvot novadā. 2. Brīvo dzīvesvietu skaits. 3. Demogrāfiskā slodze. 4. Iedzīvotāju skaits, kas ir dalībnieki kādā sabiedriskā, bezpeļņas vai nevalstiskā organizācijā, biedrībā.	Pašvaldības dati un aprēķini  Pašvaldības aptauja. Jauns mērījums*
5. Uzņēmumu skaits un apgrozījums, t.sk. 5.1. izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozarēs; 5.2. mākslas, izklaides un atpūtas nozarēs (izņemot NACE 92); 5.3. radošo industriju nozarēs; 5.4. augsto tehnoloģiju un zināšanu ietilpīgās nozarēs. 5.5. jaundibināto uzņēmumu skaits. 6. Bezdarba līmenis.	Statistikas dati, t.sk., pēc NACE klasifikācijas.  Radošo industriju definīcija: <a href="https://www.km.gov.lv/lv/kultura/radosas-industrijas/kulturas-un-radoso-industriju-definicija">https://www.km.gov.lv/lv/kultura/radosas-industrijas/kulturas-un-radoso-industriju-definicija</a>  Augsto tehnoloģiju ražojošo nozaru klasifikators: <a href="https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:High-tech_classification_of_manufacturing_industries">https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:High-tech_classification_of_manufacturing_industries</a>  Zināšanu ietilpīgo pakalpojumu nozaru klasifikators: <a href="https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Knowledge-intensive_services_(KIS)">https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Knowledge-intensive_services_(KIS)</a>
7. Naktsmītņu un gultasvietu skaits. 8. Viesu skaits. 9. Tūrisma maršrutu skaits. 10. Tūrisma (maksas) pakalpojumu un produktu skaits.	Statistikas dati  TIC dati  Pašvaldības dati
11. Iedzīvotāju apmierinātība ar dzīvi novadā.	Pašvaldības ikgadējā aptauja. Atsevišķi jāvērtē jauniešu atbildes.
12. Iedzīvotāju vietas izjūtas mērījums (piederība, piesaiste un apņemšanās)	Pašvaldības aptauja Jauns mērījums.*
13. Uzņēmēju apmierinātība ar uzņēmējdarbības vides kvalitāti Smiltenes novadā.	Pašvaldības aptauja. Jauns mērījums.*

### 3.2 Mārketinga komunikācijas mērķu indikatori

Indikatori	Datu avots
1. Novadā notiekošo pasākumu skaits, kas izmanto Smiltenes novada zīmola identitāti.	Pašvaldības dati, atbilstoši 7 jomām Zīmola atbilstībai ieteicams izmantot izstrādāto Zīmola atbilstības novērtēšanas rīku.
2. Pozicionējuma atbilstība: Smiltenes novads ir aktīva un enerģijas pilna vieta.	Iedzīvotāju, uzņēmēju, viesu aptauja. Jauns mērījums.*
3. Novada unikālās identitātes apzināšanās: sports, daba, uzņēmējdarbība/vietējie ražojumi.	Iedzīvotāju, uzņēmēju, viesu aptauja. Jauns mērījums.*
4. Novada unikālās identitātes jomām: sports, daba, uzņēmējdarbība/vietējie ražojumi ir vismaz 40% īpatsvars novada komunikācijā (t.sk. soc. tīklos, reģionālajā TV, pasākumos).	Pašvaldības dati. Informāciju izvietojšanai novada komunikācijas kanālos nodrošina par attiecīgo jomu atbildīgās personas.
5. Novada zīmola pamatu atbilstība (4 apgalvojumi).	Iedzīvotāju, uzņēmēju, viesu aptauja. Jauns mērījums.*
6. Iedzīvotāju apmierinātība ar interešu izglītības un profesionālās ievirzes izglītības iespējām.	Iedzīvotāju aptauja. Atsevišķi jāvērtē jauniešu atbildes. Jauns mērījums.*
7. Iedzīvotāju apmierinātība ar kultūras, amatiermākslas un mūziklītības iespējām.	Iedzīvotāju aptauja. Atsevišķi jāvērtē jauniešu atbildes. Jauns mērījums.*
8. Iedzīvotāju apmierinātība ar brīvā laika pavadīšanas iespējām.	Iedzīvotāju aptauja. Atsevišķi jāvērtē jauniešu atbildes. Jauns mērījums.*
9. Aktīvās atpūtas veidu un pieejamības palielināšanās, t.sk. nesezonā (piemēram, jauni maršruti, jaunas aktivitātes, infrastruktūra, inventāra noma, apmācības).	Pašvaldības dati.
10. Latviskās identitātes integrēšana esošajos novadā pieejamajos pakalpojumos, produktos, pasākumos.	Pašvaldības dati atbilstoši 7 jomām.
11. Novada zīmola (sauklis, logo) atpazīstamība un atbilstība.	Latvijas iedzīvotāju aptauja, Smiltenes novada iedzīvotāju, uzņēmēju, viesu aptauja. Jauns mērījums.*
12. Novada viesu ieteikšanas rādītājs ( <i>Net Promoter Score</i> ).	Viesu aptauja. Jauns mērījums.*
13. Novada zīmola vērtības novērtējums dzīvesvietas kvalitātes, uzņēmējdarbības iespēju, tūrisma galamērķa kategorijās.	Latvijas iedzīvotāju aptauja. Jauns mērījums.*

\*Aptaujas veids un mērījuma formulējums aprakstīts zīmola ieviešanas un monitorēšanas metodoloģijā.

### 3.3 Sabiedrisko attiecību mērķu un darba novērtēšanas metodes

1. Komunikatīvā efektivitāte – sabiedrības izpratne par ziņojumiem, atgriezeniskā saikne, līdzdalība. Katru mēnesi tiek sagatavota atskaite:
  - a) par publicitātes rezultātiem: publikāciju uzskaitījums, publicēšanas laiks, mediju kanāli, sasniegtās auditorijas lielums;
  - b) publikāciju tonalitāti (pozitīvi, negatīvi, neitrāli);

- c) publikācijās ietvertu vēstījumu un ziņojumu atbilstību atbilstoši pašvaldības uzstādījumam, pozīcijai;
  - d) apmaksātās informācijas/reklāmas sasniegtās auditorijas lielumu, izvietojuma laika periodu;
  - e) sociālo mediju kontu sekotāju skaita/apmeklējuma datiem, t.sk. kopējie skatījumi, unikālie skatījumi, skatījumi pēc mērķauditorijas grupām, periodiem, dzīvesvietas;
  - f) kopienas līdzdalību un iesaistes rādītājiem – iesniegto priekšlikumu, jautājumu skaits, dalībnieku skaits darba grupās un tikšanās reizēs;
  - g) analizējot iegūtos datus, tiek noteikta komunikācijas darba efektivitāte un to izmaksu atbilstība sasniegtajam rezultātam.
2. Sociālā efektivitāte – viedokļu izmaiņas. Reizi gadā tiek veikta iedzīvotāju kvantitatīvā aptauja, kurā tiek uzdoti arī jautājumi par pašvaldības darba vērtējumu, novada pievilcības vērtējumu.

## 4 Mārketinga komunikācijas vēstījumi un rīcības

Mārketinga komunikācijas vēstījumi un rīcības izstrādātas atbilstoši zīmola pamatiem un mērķauditorijām. Tie ir piemēroti arī sabiedrisko attiecību mērķu un uzdevumu realizēšanai.

### 4.1 Vieta, kur strādāt un investēt, paveicot ievērojamas lietas novadā, kas atbalsojas visā Latvijā

Smiltene ir ekonomiski aktīvs un enerģētiski vibrējošs novads. Šeit savu vietu atrod gan lieli uzņēmumi, gan ģimenes uzņēmumi un mājrāžotāji. Novadā novērtē esošos un atbalsta jaunus uzņēmējus, ciena prasmīgus darba darītājus jebkurā nozarē. Smiltenes novada pamatu veido enerģiski un uzņēmīgi cilvēki.

Vēstījumi	Rīcības
<p><b>Novadā atbalsta cilvēku pašiniciatīvu, daudzveidīgas idejas un spēju tās realizēt.</b></p> <p><u>Mērķauditorija:</u> esošie iedzīvotāji</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Iedzīvotāju ideju konkursi novada sabiedriskās un uzņēmējdarbības vides uzlabošanai: jauniem novada pasākumiem, sportošanas iespējām, uzņēmēju un NVO atbalsta programmām u.tml. <u>Piemērs:</u> hakatons jeb multidisciplinārs koprades konkurss 48 stundu garumā "Smiltēnē idejas sanāk!", kur tiek izvirzīta problēma (piemēram, par tūristu piesaisti Smiltenes novadam) un tā komandā ir jāatrisina. Labākie saņem balvu idejas realizācijai no Smiltenes novada domes.</li><li>2. Ideju strops. Smiltenes novada domē klātienē un e-vidē – dizainiski izveidots kā strops ar šūnām, kur iedzīvotāji var iesniegt idejas novada dzīves uzlabošanai jebkādā veidā. Idejas var iesūtīt arī Smiltenes novada domes elektroniskajam stropam. Idejas tiek regulāri izskatītas, apkopotas, interesantākās izvirzītas apspriešanai. Izvēlētas idejas tiek realizētas sadarbībā ar idejas autoru.</li><li>3. Esošo apbalvojumu un to nomināciju kā Smiltenes novada domes apbalvojumu (Smiltenes novada Goda cilvēks, Gada balva Izglītībā, Gada balva Sportā u.c.), Smiltenes novada uzņēmējs, Smiltenes novada sakoptākais īpašums (Sakoptākā viensēta, Sakoptākais uzņēmums u.c.) u.tml. pārdēvēšana un pielāgošana jaunajai zīmola identitātei, iekļaujot vārdu "sanāk". <u>Piemērs:</u> Goda cilvēkam sanāk! Smiltenes novada izglītība sanāk! Sakoptākā viensēta sanāk! <u>Piemērs:</u> apbalvojuma nosaukumu veidot pēc shēmas <i>Smiltenes novadā sanāk + darbības vārds</i> – Smiltenes novadā sanāk sportot! Papildus var pārveidot apbalvojumu, veidojot to no metāla vai koka vārda SANĀK, kas balstīts uz pamatnes, uz kuras viena sāna ir nominācijas nosaukums un cilvēka vārds</li></ol>

	<p>un uzvārds, bet uz pretējā sāna Smiltenes novada logotips.</p> <p>4. Pašvaldībai piederošo tukšo ēku atbalsta programma jaunu uzņēmumu/vietu attīstīšanai. Telpas tiktu piešķirtas lietošanai bez nomas maksas, tikai par komunālajiem maksājumiem. <u>Piemērs:</u> Rīgā realizēts projekts "BRIGĀDE" <a href="http://www.brigade.lv/lv/par-brigade/">http://www.brigade.lv/lv/par-brigade/</a></p>
<p><b>Novadā veicina uzņēmīgu cilvēku savstarpēju sadarbošanos, tīklošanos, dalīšanos.</b></p> <p><u>Mērķauditorija:</u> esošie iedzīvotāji, uzņēmēji</p>	<p>1. Tīklošanās pasākumi novada uzņēmumiem, mājražotājiem, uzņēmīgiem cilvēkiem u.tml. sadarbības veicināšanai. <u>Piemērs:</u> reizi mēnesī realizēts dažādu nozaru uzņēmēju/darītāju tīklošanās pasākums jeb rīta brokastis "Sanāksim sadarboties!" </p> <p>2. Ēnu dienas pieaugušajiem, kad dažādu uzņēmumu darbinieki, mājražotāji, lauksaimnieki u.tml. var viens otru ēnot, pie viena uzzināt par otra darbības niansēm, nodibināt kontaktus.</p> <p>3. Vienota e-veikala izstrāde ar Smiltenes mājražotāju un citu mazo ražotāju produktiem. </p> <p>4. Mācības par līderību un veselīgu konkurenci. <u>Piemērs:</u> līderības skola jauniešiem.</p>
<p><b>Novads lepojas ar uzņēmīgiem cilvēkiem - no pašnodarbinātajiem un dažādu uzņēmumu darbiniekiem līdz uzņēmējiem, kas rada darba vietas un nes Latvijas vārdu pasaulē.</b></p> <p><u>Mērķauditorija:</u> esošie un potenciālie iedzīvotāji, esošie uzņēmēji un potenciālie uzņēmēji</p>	<p>Novada cilvēku veiksmes un neveiksmes stāsti – no lieliem uzņēmējiem, līdz pašnodarbinātajiem un individuālā darba veicējiem.</p> <p>1. Noteikti turpināt un pilnveidot, piemēram, papildinot ar jaunām kategorijām, kā, "Inovātīvākais uzņēmums" un "Smiltenes gazele" (straujāk augošais uzņēmums), konkursu "Smiltenes novada uzņēmējs".</p> <p>2. Smiltenes novada mājaslapas sadaļa par uzņēmumu atklāsmēm (var tikt veidota arī speciāla piekļuve tikai uzņēmējiem): darbinieku atalgojums, pievienotās vērtības celšana, iemesli Latvijas produktu popularitātei eksportā u. tml.</p> <p>3. Neveiksmīgo stāstu vakari. Mācies no citu kļūdām - dalīšanās neveiksmīgā pieredzē.</p>

#### 4.2 Vieta, kur atklāt talantus, iegūt zināšanas un prasmes, dalīties ar tām

Smiltenes novads sniedz daudzpusīgas izglītības iespējas bērniem un jauniešiem no pirmsskolas līdz vidējai un profesionālajai, kā arī augstākai izglītībai. Cilvēkiem ir iespēja iegūt jaunas zināšanas visa mūža garumā. Smiltenes novada iedzīvotāji jebkurā vecumā var atklāt un attīstīt savus talantus pašdarbības kolektīvos un sporta klubos. Novadam ir svarīgi pulcināt izcilus un aizrautīgus pedagogus un dažādu jomu profesionāļus, kuri spēj iedvesmot izaugsmei un sniegt jaunas zināšanas.

Vēstījumi	Rīcības
<p><b>Mūžu dzīvo, mūžu mācies pats un māci citus. Apzinies savas zināšanas, kuras uzskati par vērtīgām, un dalies tajās ar citiem.</b></p> <p><u>Mērķauditorija:</u> esošie iedzīvotāji, potenciālie iedzīvotāji, primāri 25–45 g.v., uzņēmēji un viesi</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mūžizglītības festivāls vietējiem un visiem, kurā notiek dalīšanās ar savām zināšanām un prasmēm. <u>Piemērs:</u> pa novadu ceļojoša aktivitāte "Mācam un sanāk!" visa gada garumā. Noteikts cilvēku skaits katru reizi dodas izbraukuma sesijās un dalās savās zināšanās skolās, klubos, pansionātos, uzņēmumos u.tml.</li> <li>2. Smiltenes novada mūžizglītības portāls un interneta kampaņa ar videopamācībām, tiešsaistes nodarbībām, darbnīcām, filmām u.tml.</li> <li>3. YouTube kanāls "Sanāk Meistarklasēs". Izvēlētie iedzīvotāji tiek nodrošināti ar rīkiem/instrukcijām videomateriāla izveidei, un video tiek augšupielādēti YouTube kanālā. Tiek uzrunātas gan mājsaimnieces, kas gatavo, gan jaunieši, kas var iemācīt citiem, kā lietot e-komerciju u.tml.</li> </ol>
<p><b>Smiltenes novadā izglītība ir vērtība un pedagogs ir prestiža profesija.</b></p> <p><u>Mērķauditorija:</u> esošie iedzīvotāji, potenciālie iedzīvotāji</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diskusija ar novada bērnodārzu, skolu, tehnikuma, pulciņu, pieaugušo izglītības skolotājiem un pasniedzējiem, kas dalās ar veiksmīgām prasmēm, kā iedvesmot izaugsmei un sniegt jaunas zināšanas, dalās ar progresīvajām mācību metodēm. Var būt arī skolotāju apmaiņas programma ar citu novadu skolām.</li> <li>2. Balva noteiktu laiku nostrādājušajiem pedagogam "Mūža ieguldījums Smiltenes novadā" (sportā, kultūrā, izglītībā un citās sfērās), ko ievēl atbilstoši audzēkņu sasniegumiem un audzēkņu un vecāku balsojumiem. Balvas saņēmējam ir iespēja saņemt uzņēmumu līdzfinansētu prēmiju.</li> </ol>
<p><b>Novads lepojas ar talantīgiem cilvēkiem izglītības, sporta, kultūras jomā</b></p> <p><u>Mērķauditorija:</u> esošie iedzīvotāji, potenciālie iedzīvotāji</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Talantīgo un atšķirīgi domājošo novada cilvēku (t.sk. skolēnu, jauniešu) portreti, kurus komunicē Smiltenes novada digitālajos kanālos.</li> <li>2. Novada talantu dienas "Sanāk talanti!", kad Smiltenē un citās novada aktīvajās vietās pasākuma laikā cilvēki demonstrē savus talantus: koncerti, izstādes, lekcijas, sacensības, paraugdemonstrējumi.</li> <li>3. Smiltenes novada Sporta svētku vizualizācijās, dekorācijās un inventārā integrēt jauno Smiltenes novada zīmola identitāti. Tāpat iespēju robežās pārsaukt esošās disciplīnas, integrējot vārdu „sanāk“, piemēram, Kross sanāk. Radīt papildus disciplīnas ar jaunās zīmola identitātes integrāciju, piemēram, realizēt šo spēli (<a href="https://www.youtube.com/watch?v=3mJf7lqmx3c">https://www.youtube.com/watch?v=3mJf7lqmx3c</a>), tikai ķieģeļu vietā izmantojot speciāli saražotas grafiskās zīmes rudzupuķes lapiņas.</li> <li>4. Smiltenes sporta komandu un sportistu atbalstīšanai sacensību laikā "S A N Ā K !"</li> </ol>

plakātu sagataves izstrāde, kur uz katra plakāta ir pa vienam burtam vai izsaukuma zīme. Katru plakātu tur atsevišķs cilvēks, kopā veidojot vienotu vārdu "sanāk!".

### 4.3 Vieta harmoniskam dzīvesveidam

Smiltenes novads piedāvā dabas tuvuma un pilsētas infrastruktūras harmoniju. Visam pietiek laika un visu var pagūt – gan profesionāli realizēties, gan kvalitatīvi atpūsties pie dabas. Daba un pilsēta, darbs un ģimene, izaugsme un veselība, aktivitāte un ekoloģija – Smiltenes novadā dzīvojot, ir viegli atrast sava līdzsvara pamatus un dzīvot harmonijā ar sevi.

Vēstījumi	Rīcības
<p><b>Smiltenes novads sniedz jauniešiem dzīves pamatu, piedāvājot kvalitatīvas izglītības un atpūtas iespējas, radot pārliecību par sevi un piederības sajūtu novadam.</b></p> <p><u>Mērķauditorija:</u> esošie iedzīvotāji, t.sk. jaunieši, potenciālie iedzīvotāji</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tehnikuma jauniešu integrēšana Smiltenes novada dzīvē – tehnikuma telpās zīmola komunikācija un aicinājums piesekot novada soc. tīkliem.</li> <li>2. "Smiltenes novadā sanāk!" Facebook <i>sticker</i> izveide, ko var pielikt pie profila bildes.</li> <li>3. Smiltenes novada domes personiski apsveikumi katram jaunietim, pamatskolu, vidusskolu vai tehnikumu beidzot. Līdz ar apsveikumu labākajiem skolēniem un studentiem tiek piešķirts goda diploms "Tev sanāk, turpini darīt!" un naudas balva.</li> </ol>
<p><b>Novadā ieklausās jaunatnes uzskatos par to, kādam jābūt Smiltenes novadam, lai jaunieši šeit justos labi un saskatītu novadā savas nākotnes iespējas.</b></p> <p><u>Mērķauditorija:</u> esošie iedzīvotāji – jaunieši, potenciālie iedzīvotāji – jaunieši</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vidusskolas un tehnikuma jauniešu gaidu un viedokļa noskaidrošana aptaujās, interaktīvu spēļu formātā.</li> <li>2. Videoizaicinājums (<i>challenge</i>) sociālajos tīklos, kurā jaunieši dalās ar iespaidiem, vēlmēm un idejām attiecībā uz Smiltenes novadu.</li> <li>3. Aktīvo sporta veidu festivāls ar paraugdemonstrējumiem. Iedvesmai: <a href="http://www.playgroundfestival.eu/fotovideo/">http://www.playgroundfestival.eu/fotovideo/</a></li> </ol>
<p><b>Dzīve Smiltenes novadā sniedz priekšrocības un rada harmoniskus un izdevīgus dzīves apstākļus (veselīga dzīves vide, zemākas dzīvošanas izmaksas, mazāka konkurence darba tirgū u.c.) dažādos dzīves posmos: gan jauniešiem, kas mācās un vēlas kvalitatīvi atpūsties, gan ekonomiski aktīviem cilvēkiem, kuriem ir svarīgi karjeras jautājumi, gan ģimenēm, gan senioriem.</b></p> <p><u>Mērķauditorija:</u> esošie iedzīvotāji, potenciālie iedzīvotāji</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Smilteniešu e-gadagrāmata/almanahs "Sanāk Smiltenes novadā!" ar emocionāliem stāstiem par cilvēkiem, kas pārcēlušies uz dzīvi Smiltenes novadā, tiek atklāti daudzveidīgi motivatori un ieguvumi – gan pārceļoties no lielpilsētas, gan no mazāk ekonomiski aktīvas teritorijas, gan vēloties dzīvot savām vērtībām un pārliecībai atbilstošā vietā u.c.</li> <li>2. Smiltenes novada priekšrocību salīdzinājums ar lielpilsētu infografikas formā, ko komunicēt Smiltenes novada mājaslapā un soc. tīklos.</li> </ol>
<p><b>Smiltenes novads vēlas kļūt par vēl labāku vietu ģimenēm un attīsta daudzveidīgus</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Smiltenes novada bērnu ballīšu programma dažādos gadalaikos un laikapstākļos –</li> </ol>

<p><b>piedāvājumus, kā ģimene var pavadīt laiku kopā.</b></p> <p><u>Mērķauditorija:</u> esošie iedzīvotāji, uzņēmēji un potenciālie uzņēmēji</p>	<p>novads atver savu iestāžu durvis bērnu ballītēm un (piesaistot pašnodarbinātos, uzņēmējus) realizē programmas bērnu svinībām Mēru muižā, kultūras namā, kinoteātrī, Tepera kartinga trasē, orientēšanās trasītē, pie uzņēmējiem, mājražotājiem u.tml.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Ģimenes foto diena, kad Smiltenes novada fotogrāfi fotografē novada ģimenes par brīvu. Fotogrāfijas pēc tam saņem ģimenes, bet tās arī tiek izmantotas Smiltenes novada komunikācijā.</li> <li>3. Pastaigu maratona (vai maratona cikla) "Pastaigās ģimenes sanāc!" rīkošana, kas labvēlīga ģimenēm ar bērniem. Tiek piedāvātas dažādas distances atbilstoši garuma un grūtības pakāpei. Katrā distancē apbalvo trīs ātrākās ģimenes. Soļu skaitītāju un nūjotāju nūju tirdzniecības veicināšanas produktu izstrāde.</li> <li>4. Smiltenes novada makšķerēšanas kartes izstrāde ar norādēm uz pieejamajiem ezeriem un tajās mītošajām zivīm.</li> </ol>
<p><b>Skat, kā Smiltenes novadā bērniem/ļaudīm sanāc!</b></p> <p><u>Mērķauditorija:</u> esošie iedzīvotāji, t. sk. bērni līdz 11 g.v.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bērnu talantu konkurss "Smiltenes Gēns". Uz X faktora koncepta balstīti novada talantu konkursi, kur labākais saņem naudas balvu sava talanta attīstīšanai. Žūrijā piedalās novada eksperti – mūziķi, šovmeņi.</li> <li>2. Bērnu pulciņu darinātu lietu izstāde " Skaties, man sanāc!" Smiltenes novada kultūras centrā.</li> </ol>

#### 4.4 Vieta, kur piedzīvot latvisko, izbaudīt kustību prieku un atjaunoties

Smiltenes novads ir vieta, kur piedzīvot latvisko ar visām maņām – izgaršojot, līdzī darbojoties un iejūtoties. Te var izbaudīt līdzī jušanas azartu un iesaistīšanās prieku, dzīvojot vienā ritmā ar izciliem sportistiem, lieliskiem dejotājiem un aizrautīgiem mūziķiem. Smiltenes novads ir vieta, kur atjaunoties un atgūt spēkus no dabas.

Vēstījumi	Rīcības
<p><b>Uzliec Smiltenes novadu uz savas kartes.</b></p> <p><u>Mērķauditorija:</u> viesi</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Auto/velo fotoorientēšanās maršruts, kas ved uz Smiltenes novadu no Valmieras, Cēsīm, Siguldas jeb populārākajiem Vidzemes galamērķiem.</li> <li>2. "Smiltenes novadā sanāc!" Google punkta izveide Smiltenes pilsētas laukumā. Uz vietas fiziski tiktu izstrādāta skulptūra, kas sastāvētu no burtiem "Smiltenes novadā sanāc!" un liela jaunizstrādātā rudzupuķes simbola. Simbola/rudzupuķes vidū varētu apstāties un nofotografēties.</li> <li>3. Vietējās dzīves atspoguļošana latviešu ceļotāju blogos, kas sastāvētu no Smiltenes</li> </ol>



	<p>novada amatnieku intervijām, dabas taku "review" tipa materiāliem u.tml. Bloga tēmu piemēri: soļotājiem un sportotājiem, ģimenēm ar maziem bērniem, Smiltenes novada "garšīgākās" vietas, Smiltenes novada atzītākās viesu mājas.</p>
<p><b>Smiltenes novadā izbaudi kustību prieku un atjaunojies visos gadalaikos!</b></p> <p><u>Mērķauditorija:</u> esošie iedzīvotāji, t.sk. jaunieši, potenciālie iedzīvotāji, viesi</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Smiltenes novada mājaslapā un TIC izvietots kalendārs ar visām pieejamajām aktivitātēm (ne tikai pasākumiem), t.sk. takām.</li> <li>2. Velomaršruts ar slepenām vietām romantiskiem piknikiem.</li> <li>3. Vēsturiska/interesanto stāstu/unikālo vietu ekskursija ar busiņu no pagasta uz pagastu.</li> <li>4. Smiltenes novada geokašings vai uz tā pamata veidota pašiem sava spēle, kur jāmeklē objekti brīvā dabā.</li> <li>5. Aktivitāte labdarībai/cēlam mērķim Smiltenes novada iedzīvotāji skaita noietos, noskrietos, ar riteni nobrauktos kilometrus. Kilometri krājas un beigās, piemēram, kopā ar Smiltenes pienu, kas atbalsta šo labdarības aktivitāti, kilometrus pārvērš naudā un to izmanto kādam visam novadam svarīgam mērķim.</li> <li>6. Pārgājiena "Smiltenes novada goda aplis" organizēšana pa posmiem, kur cilvēki var nostaigāt pa Smiltenes novada robežu jeb apiet apkārt novadam.</li> </ol>
<p><b>Piedzīvo latvisko Smiltenes novadā!</b></p> <p><u>Mērķauditorija:</u> esošie iedzīvotāji, potenciālie iedzīvotāji, viesi</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vienas izteikti latviskas lietas integrēšana katrā pasākumā, piemēram, 1 izteikti latvisks ēdiens katras kafejnīcas ēdienkartē, 1 tautiski izgrebts ķirbis Halovīnā, 1 džingls vai plakāts ar latviešu spēka vārdiem rallija sacensībās u. tml.</li> <li>2. Humoristiskā veidā apkopoti novadnieku raksturīgākie ieradumi "Smiltenieša stils": kā ģērbjas smiltenietis, ko teiktu smiltenietis, ja ierautu pirkstā skabargu, ko smiltenietis dara svētdienas rītā, kā mežā orientējas un ko saka bērniem u. tml.</li> </ol>
<p><b>Apzinies Smiltenes novada unikalitāti "sports" – paši esam sportiski un pulcējam sportistus no visas pasaules!</b></p> <p><u>Mērķauditorija:</u> esošie iedzīvotāji, viesi</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Smiltenes novada dzelzs vīru/sievu sacensības dažādās kategorijās – regulārs notikums ar mērķi noskaidrot un godināt stiprākos.</li> <li>2. Vides objekts/instalācija, kas raksturo novada enerģiju un spārīgumu. <u>Plemērs:</u> Velosipēda minamais statīvs, kas ražo elektrību, lai varētu degt spuldzīte. Ja iespējams, tad varētu uzskaitīt, cik daudz enerģijas ir uzlādēts un cik ilgu laiku šī spuldze varētu degt. Ikviens var apsēsties, uzmīt pedāļus un nofotografēties.</li> </ol>
<p><b>Apzinies Smiltenes novada unikalitāti "daba" – mūsu daba ir skaista, atjauno spēkus un ir harmonijas avots.</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pastāvīgas orientēšanās trases pagastos dažādiem līmeņiem (t.sk. bērniem).</li> <li>2. Ar ko Smiltenes novads lepojas dabā? Dabas objektu, unikālo vērtību, infrastruktūras karte.</li> </ol>

<p><u>Mērķauditorija</u>: esošie iedzīvotāji, viesi</p>	
<p><b>Apzinies Smiltenes novada unikalitāti "uzņēmējdarbība/vietējie ražojumi" - iepazīsti mūsu īpašos mājražotājus un pasaules līmeņa uzņēmumus!</b></p> <p><u>Mērķauditorija</u>: esošie iedzīvotāji, uzņēmēji, viesi</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ekskursiju maršruts ar novada mājražotājiem un lielajiem uzņēmējiem.</li> <li>2. "Sanāk pastrādāt!" darba terapija Smiltenes novadā. Uzņēmēji uzņem palīgus, kas gatavi pastrādāt.</li> <li>3. "Smiltenes novada monopols" spēles izveide, kas ietver Smiltenes novada uzņēmumus, tādus kā Smiltenes piens, 8 CBR, AmberFarm u.c.</li> <li>4. Radīt Smiltenes piena tēlu jeb govi, kas humoristiskā veidā iepazīstina ar Smiltenes novadu caur piena, siera, biezpiena prizmu. Tēls var būt uz iepakojuma ar uzmundrinošiem tekstiem "Tu savā virtuvē neesi viens – ar Tevi ir Smiltenes piens" un tikt iedzīvināts TIC interneta komunikācijas kanālos. Papildus var tikt izvietoti QR kodi uz Smiltenes piena produkcijas, kas ved uz dažāda veida materiāliem par Smiltenes novada apskates vietām u.tml. Tāpat iespējama sadarbība/PR ar Rīgas Kadagi un Piens naktsklubu. Piemēram, klubā Piens tā īpašnieki Renārs Kaupers un Dainis Grūbe dzer Smiltenes pienu un viņiem sanāk.</li> <li>5. Zem saukļa "Ar Smiltenes pienu sanāk!" ar Smiltenes piena produktiem sponsorēt/atbalstīt valstiski nozīmīgus pasākumus; pasniegt produktu kastes cilvēkiem, kuriem sanāk gan Smiltenē, gan Latvijas mērogā, t.sk. mediķiem, māksliniekiem utt.</li> <li>6. Kopumā ieteicams visu Smiltenes novadā ražoto produktu iepakojumā integrēt jauno zīmola identitāti atbilstoši zīmola grāmatai, bet minimāli būtu nepieciešams atspoguļot Smiltenes novada logotipu.</li> <li>7. Apakšzīmola SMILTENE EXPORT (nav minēts vārds "novads", jo tas nav starptautisks) izveide Smiltenes novada eksportspējīgiem uzņēmumiem un produktiem, piemēram, Stora Enso un InGo, kas tajos ļautu integrēt Smiltenes vārdu un pasvītrotu Smiltenes novada eksportspēju.</li> </ol>

## 4.5 Smiltenes novada stāstu rekomendācijas

Smiltenes novada lepnuma stāstus ieteicams veidot nevis pa vietām, bet atbilstoši 7 Smiltenes novada jomām: uzņēmējdarbība, sports, daba, kultūra, izglītība, tūrisms, ģimene.

Katra stāsta varonim nav jābūt vienam konkrētam cilvēkam. Stāsta centrā ir paveiktais, kas sniedz ieguvumu iedzīvotājiem vai uzņēmējiem, vai viesiem un ko paveikušas cilvēku grupas iniciatīvas un sadarbības rezultātā. Cilvēku grupas var būt domubiedri, ģimenes, komandas, kolēģi, kaimiņi. Smiltenes novada panākumi rodami cilvēku spējā sadarboties un paveikt lietas. Ieteicams iekļaut arī jauniešus un iebraucējus novadā (kas šeit mācās vai pārcēlušies uz dzīvi).

### Kritēriji

1. Izvēloties stāsta tēmas un varoņus, svarīgi tos veidot, lai parādītu plašo Smiltenes novadu un tā daudzveidību – gan ģeogrāfiski (vietas), gan vērtību ziņā (dzīves stils, attieksme).
2. Stāstu saturā izcelt zīmola pamatus, vīziju, pozicionējumu un unikālās identitātes jomas.
3. Stāstus zīmolojot ar “Smiltenes novadā sanāk!”.

### Kanāli

Ikviens lepnuma stāsts rada materiālu pēc iespējas plašākam komunikācijas kanālu lokam, piemēram:

1. Facebook kontam – vairāki ieraksti, kas izpaužas kā īss apraksts ar 3 min garu video, atziņa/citāts ar bildi, aicinājums izteikt viedokli komentāros vai balsojot;
2. Instagram kontam – vizuāli interesantu attēlu sērija/karuselis par stāsta tēmu, stāsta fotosesija, īsi videokadri *storijos*. Instagram kontā aktuāli izcelt tieši jauniešu stāstus;
3. YouTube – videointervijas pilnais sižets, TV sižets. Jo īpaši aktuāli, ja stāsts saistīts ar kādu pasākumu, jauniešu aktīvo atpūtu, tūristiem saistošām novada vietām;
4. novada mājaslapai – “Smiltenes novadā sanāk!” sadaļa ar pilno rakstu/interviju ar bildēm un video. Publicējot stāstus, svarīgi atcerēties par SEO un atslēgvārdiem, lai saturu var atrast, piemēram, meklējot par iespējām mācīties/investēt/dzīvot ārpus Rīgas;
5. reģionālajiem medijiem – raksts/intervija ar bildēm un video;
6. spēcīgākie stāsti var ieinteresēt nacionālos medijus, dzīves stila medijus vai tikt pozicionēti tematiskās konferencēs.

Veidojot video sociālajiem medijiem, nepieciešams rādīt ne tikai tuvplāna interviju, bet galvenokārt cilvēkus un lietas darbībā, pievērst uzmanību vizuāli interesantām detaļām, sniegt piesātinātu priekšstatu par novada vidi, aktivitātēm, enerģiskiem cilvēkiem, kā šeit dara lietas, kultūras un vēstures liecībām. Cilvēku vai cilvēku grupu aicinājums rādīt pēc iespējas dažādos kontekstos, kas izceļ novada priekšrocības: gan darbā, gan mājas vidē, gan hobiju līmenī, gan sasniegumu kontekstā, gan vēsturiskos aspektus.

### Radošā atsauce

1. Korkas reģiona (Īrija) zīmola stāsti: <https://www.wearecork.ie/corkcan/>
2. Videostāsta piemēri:
  - a) <https://www.wearecork.ie/stories/taking-on-the-world/>
  - b) <https://www.wearecork.ie/stories/a-family-affair/>
3. Piemērs, kā var vienu iniciatīvu atspoguļot dažādos kanālos – video Facebook, bildes Instagram: <https://madaboutcork.com/>

#### 4.6 Zīmola atbilstības rīks pasākumiem un notikumiem novadā

Plānotais pasākums, notikums vai jebkura cita rīcība ir atbilstoša Smiltenes novada zīmola stratēģijai, ja tā atbilst vismaz 3 no 4 kritērijiem:

1. veido priekšstatu par novadu kā "aktīvu un enerģijas pilnu vietu";
2. iekļauj kādu no novada unikālās identitātes jomām: sports, daba, uzņēmējdarbība/vietējie ražojumi;
3. sauklī vai/un tekstā izmanto "Sanāk" ideju;
4. grafiskajā noformējumā izmanto jauno Smiltenes novada logo, burtveidolu, krāsas, dizaina vadlīnijas.

## 5 Smiltenes novada reputācija

Smiltenes novada reputācija ir dažādu sabiedrības grupu (iedzīvotāji, uzņēmēji, plašsaziņas līdzekļi, viesi un nacionālās institūcijas) vispārējais racionālais un emocionālais novada vērtējums. To rada priekšstati par dažādām komponentēm. Tai pašā laikā reputācija ir dinamiska, jo, no vienas puses, tā mainās, ejot laikam, no otras puses, satur kopā dažādas vērtības un laika perspektīvas. Reputācija apvieno pagātnes iezīmes, tagadnes novērojumus un nākotnes izredzes, un to, kā šo kopumu uztver katra no sabiedrības grupām.

### Reputācijas veidošanas komponentu komunikācija

Nr.	Komponente	Ziņojumu saturiskie virzieni	Metodes
1.	Pašvaldības darbs	Pašvaldības darbība un tās ieguldījums: a) uzņēmējdarbības veicināšanā; b) novada infrastruktūras attīstībā, apkārtējās vides sakopšanā un dabas aizsardzībā, tūrisma vietu attīstībā; c) sociālās, kultūras un sporta dzīves pilnveidē; d) i izglītībā un sistēmas attīstībā; e) veselības aizsardzības un medicīnisko pakalpojumu, kā arī sociālā nodrošinājuma un palīdzības nodrošināšanā.	1. Publikācijas 2. Informatīvie materiāli (tekstuāli, vizuāli, multimedijāli) 3. Reklāmas materiāli 4. Tikšanās 5. Pasākumi
2.	Nodarbinātība	Darbavietu struktūra un dinamika, nodarbinātības veicināšanas pasākumi un novada iedzīvotājiem pieejamās mūžizglītības programmas. Bezdarbnieku skaita dinamika, darba tirgus attīstība un tendences.	1. Publikācijas 2. Informatīvie materiāli 3. Tikšanās
3.	Izglītība	1. Izglītības iespējas un kvalitāte pamatskolas un vidējās izglītības jomā. 2. Profesionālas izglītības iespējas, tradīcijas un attīstības plāni. 3. Jauniešu un pedagogu sasniegumi izglītības, tehnoloģiju un radošajā jomā. 4. Mūžizglītības iespējas. 5. Interese izglītības iespējas.	1. Publikācijas 2. Informatīvie materiāli 3. Pasākumi
4.	Uzņēmējdarbība	1. Novada uzņēmējdarbības nozares un apjoms, uzņēmējdarbības struktūra un tās dinamika. 2. Ieguldījums novada attīstībā (samaksātie nodokļi, ziedojumi utt.), uzņēmumu īstenotā sociālā atbildība (prakse un projekti, sponsorēšanas aktivitātes utt.). 3. Uzņēmējdarbība/vietējie ražojumi kā novada identitātes elements. 4. Uzņēmējdarbības vēsture novadā. 5. Uzņēmumu radītās inovācijas, tehnoloģiskie sasniegumi u.c. 6. Pētniecība kā uzņēmējdarbības veicinātāja – smiltenieši, kas veic pētniecību.	1. Publikācijas 2. Informatīvie materiāli 3. Pasākumi
3.	Kultūra	1. Kultūrvēsturiskās vērtības. 2. Kultūras pasākumi/tradīcijas un inovatīvas idejas. 3. Jaunrade/cilvēki. 4. Amatniecība.	1. Publikācijas 2. Informatīvie materiāli 3. Pasākumi
4.	Sports	1. Tradīcijas – kalnu ritenbraukšana un autosports, u.c.. 2. Sporta pasākumi. 3. Sporta sasniegumi/cilvēki. 4. Sporta infrastruktūras pieejamība. 5. Tautas sporta aktivitātes.	1. Publikācijas 2. Informatīvie materiāli 3. Pasākumi
5.	Cilvēki, ģimenes	1. Cilvēku stāsti, dzimtu leģendas. 2. Novada iedzīvotāju sasniegumi un hobiji. 3. Pasākumi vietējai sabiedrībai/ģimenēm.	1. Publikācijas 2. Informatīvie materiāli

			3. Pasākumi
4.	Sabiedrības līderi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formālo vadītāju darbs, sasniegumi un personības stāsti.</li> <li>2. Neformālo līderu, NVO ieguldījums novada attīstībā, personību stāsti.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Publikācijas</li> <li>2. Pasākumi</li> </ol>
5.	Daba	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dabas objektu unikalitāte un būtība.</li> <li>2. Dabas objektu atrašanās vieta.</li> <li>3. Atsauksmes.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Publikācijas</li> <li>2. Informatīvie materiāli (tekstuāli, vizuāli, multimedāli)</li> <li>3. Reklāmas materiāli</li> <li>4. Pasākumi</li> </ol>
6.	Tūrisms	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tūrisma produkti.</li> <li>2. Tūristu pieredze.</li> <li>3. Tūrisma nozares devums novadam (nodokļi, cilvēku aprīte u.c.).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Publikācijas</li> <li>2. Informatīvie materiāli (tekstuāli, vizuāli, multimedāli)</li> <li>3. Reklāmas materiāli</li> <li>4. Pasākumi</li> </ol>
	Starpnozaru risinājumi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Starpdisciplinārie risinājumi kā sadarbības veicinātāji.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pasākumi</li> <li>2. Publikācijas</li> </ol>

## 6 Sadarbība ar partneriem, organizācijām un iesaistītajām pusēm

Sadarbība ar partneriem tiek īstenota vairākos virzienos – attīstot un uzturot infrastruktūru, veicinot un īstenojot sporta aktivitātes, iesaistoties uzņēmējdarbības veicināšanā, iesaistoties reģionālajā sadarbībā un attīstībā, veicinot nodarbinātību, piesaistot jaunus speciālistus un ģimenes, tūrisma attīstībā, veidojot sadarbību ar plašsaziņas līdzekļiem.

Infrastrukturā attīstībā iesaistītie	Sporta dzīves organizēšanā iesaistītie	Uzņēmējdarbības un nodarbinātības veicināšanā iesaistītie
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Smiltenes novada pašvaldības nodaļa</li> <li>2. Saimnieciskās darbības nodaļa</li> <li>3. Attīstības un plānošanas nodaļa</li> <li>4. Pagastu pārvaldes</li> <li>5. Uzņēmumi un pieguļošo teritoriju īpašnieki</li> <li>6. TIC</li> <li>7. Latvijas Valsts meži</li> <li>8. Valsts meža dienests</li> <li>9. Latvijas Valsts ceļi</li> <li>10. Novada nevalstiskās organizācijas gan pilsētās, gan pagastos</li> <li>11. Dabas pārvalde</li> <li>12. Pašvaldības policija</li> <li>13. Sabiedrība kopumā</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Smiltenes novada Sporta centrs</li> <li>2. Sporta organizatori pagastos</li> <li>3. Sporta attīstības padome</li> <li>4. Smiltenes novada Bērnu un jaunatnes sporta skola</li> <li>5. Sporta biedrības</li> <li>6. Citas Latvijas sporta organizācijas, federācijas (riteņbraukšanas, futbola, vieglatlētikas)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. TIC</li> <li>2. Attīstības un plānošanas nodaļa</li> <li>3. Lauku attīstības speciālisti</li> <li>4. Klientu apkalpošanas centrs</li> <li>5. LIAA</li> <li>6. Valmieras biznesa inkubators</li> <li>7. Vidzemes plānošanas reģions</li> <li>8. Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera</li> <li>9. Latvijas darba devēju konfederācija</li> <li>10. Nodarbinātības valsts aģentūra</li> <li>11. Vidzemes ekonomiskais trijstūris – Valmiera, Cēsis, Smiltene</li> <li>12. ALTUM</li> <li>13. Smiltenes vidusskola</li> <li>14. Smiltenes tehnikums</li> <li>15. Smiltenes novada speciālā pamatskola</li> <li>16. Bilskas pamatskola</li> <li>17. Blomes pamatskola</li> <li>18. Grundzāles pamatskola</li> <li>19. Launkalnes sākumskola</li> <li>20. Palsmanes pamatskola</li> <li>21. Variņu pamatskola</li> <li>22. Projekta “Coop local” sadarbības partneri Setomaa lauku pašvaldību apvienība, Inkubācijas centrs Repina, Vastselīnas pašvaldības dome, Apes novada dome</li> <li>23. Sadraudzības pilsētas</li> </ol>
Sadarbība jauno speciālistu un ģimeņu piesaistei	Pašvaldības darba nodrošinājumā	Tūrisma attīstības veicināšana
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reģiona augstskola – Vidzemes augstskola:               <ol style="list-style-type: none"> <li>a) prakses vietu piedāvāšana;</li> <li>b) granti studentiem un mācību spēkiem;</li> <li>c) tūrisma un dabas objektu vēstures izpētei uzņēmējdarbības attīstības jomā;</li> <li>d) sabiedrības informētības, viedokļu izpētes jomā.</li> </ol> </li> <li>2. Augstākās mācību iestādes – Rīgas Stradiņa universitāte, Latvijas universitāte, Augstskola Turība, Rīgas Tehniskā universitāte, Latvijas Lauksaimniecības universitāte</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ministrijas</li> <li>2. Latvijas Pašvaldību savienība</li> <li>3. Vidzemes plānošanas reģions</li> <li>4. LDDK</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sadraudzības pilsētas</li> <li>2. Vidzemes pilsētas Rauna, Ape, Alūksne, Gulbene,</li> <li>3. Vidzemes tūrisma asociācija Visi tūrisma uzņēmēji</li> <li>4. Smiltenes tehnikums</li> <li>5. Tūrisma aģentūras “BaltGo”, Impro, Lauku ceļotājs</li> <li>6. Projektā “Gaismas ceļš” – Alūksne</li> <li>7. Tour de LatEst, Eiropas</li> </ol>

<p>Jauno speciālistu un potenciālo uzņēmēju mediķu, mārketinga speciālistu, juristu, viesmīlības speciālistu, inženieru, IT speciālistu, lauksaimniecības nozaru profesionāļu piesaiste, informējot par novada sniegtajām darba un dzīvesvietas iespējām (piemēram, plakāti)</p> <p>3. Profesionāli tehnikās skolas – Daugavpils Būvniecības tehnikums, Daugavpils Dizaina un mākslas vidusskola "Sauls skola", Daugavpils tehnikums, Jelgavas tehnikums, Ogres tehnikums, Priekuļu tehnikums, Rīgas Tehniskā koledža, Rīgas Valsts tehnikums, Rēzeknes tehnikums, Smiltenes tehnikums, Valmieras tehnikums, Rīgas Tūrisma un radošās industrijas tehnikums:</p> <p>a) prakses vietu piedāvāšana pašvaldības iestādēs un novada uzņēmumos, aicinot uzņēmējus pieteikt iespējamās prakses vietas;</p> <p>b) informācija par novada sniegtajām darba, uzņēmējdarbības un dzīvesvietas iespējām, piemēram, plakāti, vieslekcijas utt.</p> <p>4. LDDK: sadarbība ar prakses.lv praktikantu piesaistē</p>		<p>veloceļu tīkls</p>
--	--	-----------------------



## 7 Sadarbība ar plašsaziņas līdzekļiem

### 7.1 Sadarbības principi

1. Tiek nodrošināta proaktīva komunikācija, pozicionējot novada vadības viedokli par valsts reģionālās un sociālās politikas jautājumiem, novada stratēģisko attīstību, uzņēmējdarbības rezultātiem, nodarbinātību, sasniegumiem izglītības, kultūras un sporta jomā.
2. Tiek reaģēts uz plašsaziņas līdzekļos pausto kritiku, viedokļiem, respektējot preses brīvības principus un tiesības katram paust savu viedokli.
3. Ar žurnālistiem tiek veidotas un uzturētas cieņpilnas attiecības, respektējot viņu darba specifiku un ar to saistītās vajadzības.
4. Tiek ievēroti komunikācijas ētiskie un tiesiskie principi, tai skatā personas datu aizsardzības prasības.
5. Tiek veikti nacionālo un/vai reģionālo mediju kanālu iepirkumi, lai tajos pozicionētu novada sasniegumus uzņēmējdarbībā, inovācijās, popularizētu tūrisma iespējas un dabas objektus, kultūras un izklaides, kā arī sporta notikumu kalendāru.

### 7.2 Sadarbība ar reģionālajiem plašsaziņas līdzekļiem

1. Tiek nodrošināta proaktīva komunikācija, informējot par pašvaldības darbu, lēmumiem, darbības rezultātiem, aktualitātēm pašvaldības kompetences jomā.
2. Tiek sniegtas atbildes uz žurnālistu jautājumiem.

### 7.3 Pašvaldības komunikācijas kanāli

1. Mājaslapa [www.smiltene.lv](http://www.smiltene.lv), kas ietver ne vien informāciju par pašvaldību un tās darbu, bet arī novadu kopumā un tajā notiekošo. Papildu informāciju lūgums skatīt mediju stratēģijā.
2. Bezmaksas informatīvais izdevums "Smiltenes novada Domes Vēstis", kas informē par pašvaldības, iestāžu, struktūrvienību un kapitālsabiedrību lēmumiem, darbību, sasniegtajiem rezultātiem. Sniedz atbildes uz iesūtītajiem jautājumiem. Informē par pašvaldību, iestāžu, struktūrvienību un kapitālsabiedrību rīkotajiem pasākumiem.
3. Sociālie tīkli – Facebook.com, twitter.com, instagram.com, youtube.com – ietver ziņojumus par norisēm, jaunumiem, aktualitātēm. Detalizētāku sociālo tīklu komunikāciju lūgums skatīt sociālo mediju stratēģijā.

### 7.4 Komunikācijas koordinācija starp novada pašvaldību, iestādēm, struktūrvienībām un kapitālsabiedrībām

1. Katrai no institūcijām var būt savi sociālo mediju konti un mājaslapa. Var tik realizētas komunikācijas stratēģijas atsevišķi, taču tām jāņem vērā kopējā novada mārketinga stratēģija. Tās ir aicinātas iesaistīties rīcībās, lai realizētu novada mārketinga komunikācijas vēstījumus, kas ir saistoši un atbilstoši attiecīgās iestādes, struktūrvienības vai kapitālsabiedrības darbībai.
2. Novada iestādēm un struktūrvienībām reizi mēnesī jāiesniedz Smiltenes novada domes sabiedrisko attiecību speciālistam vai citai atbilstošai personai un/vai nodaļai, kas atbild par mārketingu un sabiedriskajām attiecībām, informācija par gaidāmajiem pasākumiem un aktualitātēm. Nepieciešamības gadījumā plāni tiek apspriesti savstarpēji vai arī iesaistot papildus speciālistus.
3. Pašvaldības mājaslapā publicējama pamatinformācija par iestādēm, struktūrvienībām un kapitālsabiedrībām un galvenajiem to rīkotajiem pasākumiem, kas ir domāti visai kopienai vai plašākai sabiedrībai.

4. Iestādes, struktūrvienības un kapitālsabiedrības mājaslapā publicē savas iekšējas aktualitātes un informāciju, kas domāta to mērķa grupām un ir saistītas ar iestādes, struktūrvienības un kapitālsabiedrības darbības profilu.
5. Iestāžu, struktūrvienību un kapitālsabiedrību sociālajos kontos tiek publicēta informācija, kas skar šo institūciju darbības profilu.
6. Pašvaldības sociālajos medijos jāsniedz plaša informācija par pašvaldību, tās darbu, kā arī jānodrošina visaptveroša informācija par novadu kopumā un norisēm tajā.

## 8 Smiltenes novada komunikācijas principi

1. Smiltenes novada pašvaldība, tās nodaļas, kā arī pašvaldības iestādes, struktūrvienības un kapitālsabiedrības īsteno stratēģisko komunikāciju, kas paredz izpēti, reaģējošu un proaktīvu lēmumu pieņemšanu, rīcību, kas ir sabiedrības interesēs, kā arī informēšanu un dialoga veidošanu. Komunikācija kā sabiedrības interešu attiecību (PIR – *Public interest relationship*) veidošanas instruments nodrošina novada attīstību.
2. Sabiedrības intereses, vajadzības, viedokļi tiek izziņāti, regulāri veicot mediju un sociālo tīklu satura analīzi, iesniegtās sūdzības, priekšlikumus, sabiedriskās domas pētījumus, novērojumus.
3. Pašvaldība nodrošina regulāru informāciju par pašvaldības lēmumiem, darbu, rīkotajiem pasākumiem utt.
4. Pašvaldības uzdevums ir veidot un veicināt atgriezenisko saikni ar sabiedrības grupām un sabiedrību kopumā, rīkojot diskusijas par sabiedrības grupu vai visas kopienas problēmām, priekšlikumiem un pašvaldības plānoto darbību.
5. Pašvaldība iesaista sabiedrību, lemjot par novada attīstības jautājumiem, sabiedrisku un sociālu problēmu risināšanu.
6. Pašvaldības uzdevums ir reaģēt uz sabiedrības informatīvajām vajadzībām un sniegt atbildes uz sabiedrības definētajām aktualitātēm.
7. Sabiedrībai nozīmīgu informāciju pašvaldība cenšas sniegt proaktīvi, pēc pašas iniciatīvas, negaidot sabiedrības un/vai plašsaziņas līdzekļu jautājumus.
8. Komunikācijai jābūt ētiskai, atbilstoši starptautiskajai un Latvijas likumdošanai – jāievēro cilvēku tiesības uz brīvu savu viedokļu paušanu un tiesībām saņemt informāciju, komunikācijai jābūt pieklājīgai, tolerantai un empātiskai, jāievēro datu aizsardzības prasības.

### 8.1 Atbildība par komunikācijas nodrošināšanu

1. Komunikācija ir pašvaldības, to nodaļu, kā arī pašvaldības iestāžu, struktūrvienību un kapitālsabiedrību vadības neatņemama darba sastāvdaļa.
2. Pašvaldībā komunikāciju vada un nodrošina Smiltenes novada domes sabiedrisko attiecību speciālists vai cita atbilstoša persona un/vai nodaļa, kas atbild par mārketingu un sabiedriskajām attiecībām. Tās pienākumos ir:
  - a) nodrošināt sabiedrības vajadzību un viedokļu izpēti, ar rezultātiem iepazīstināt vadību, un uz tiem balstīt turpmāko komunikācijas plānu izstrādi, organizēt plānu apstiprināšanu un īstenošanu;
  - b) izstrādāt ikgadējos komunikācijas plānus, kas izriet no pašvaldības attīstības stratēģijas un definētajām politikām, organizēt to apspriešanu, pieņemšanu un īstenošanu;
  - c) nodrošināt komunikācijas plāna aktivitāšu īstenošanu ikdienā (sociālo tīklu komunikācija, interneta mājaslapas uzturēšana, pasākumu rīkošana, dažādu informatīvo materiālu sagatavošana, darbs ar masu medijiem un sabiedrības grupām u.c.);

- d) veidot un uzturēt sadarbību ar nacionālajiem un reģionālajiem medijiem, kā arī nepieciešamības gadījumā ar ārvalstu žurnālistiem;
  - e) konsultēt pašvaldības vadību par stratēģiskiem un taktiskiem jautājumiem, kas skar attiecību veidošanu ar sabiedrības grupām un sabiedrību kopumā.;
  - f) sniegt konsultācijas komunikācijas pašvaldību iestāžu vadībai un/vai par komunikāciju atbildīgajām personām stratēģiskajos, taktiskajos risinājumos un citos saistītajos jautājumos;
  - g) nepieciešamības gadījumā veidot sadarbību ar nacionālā līmeņa izpildvaru un tās institūcijām informācijas ieguvē, apkopošanā un izplatīšanā, koordinācijā;
  - h) reizi gadā organizēt vai nodrošināt komunikācijas apmācības runas personām un par komunikāciju atbildīgajiem darbiniekiem;
  - i) organizēt iepirkumus informācijas izvietojumam plašsaziņas līdzekļos un citiem nepieciešamajiem pakalpojumiem;
  - j) krīzes situācijā vadīt krīzes komunikāciju, koordinējot visu iesaistīto iestāžu, aģentūru, kapitālsabiedrību, organizāciju u.c. darbu;
  - k) reaģēt uz pašvaldības, iestāžu, struktūrvienību un kapitālsabiedrību reputāciju negatīvi ietekmējošu informāciju, sniedzot papildu informāciju vai skaidrojošu komentāru vai koordinējiet šādas informācijas sagatavošanu un izplatīšanu;
  - l) uzraudzīt vienoto komunikācijas principu un vadlīniju, zīmola pareizas lietošanas ievērošanu pašvaldības iestādēs, to struktūrvienībās un kapitālsabiedrībās. Nepieciešamības gadījumā ir tiesības pieprasīt nepieciešamo informāciju, sniegt ieteikumus;
  - m) identificēt pašvaldības darbinieku rīcību, kas rada reputācijas apdraudējumu, un nodrošināt šādu gadījumu izskatīšanu pašvaldības u.c. institūcijās normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā, par lēmumiem informējot sabiedrību;
  - n) konsultēt pašvaldības iestādes, struktūrvienības un kapitālsabiedrības par komunikāciju atbildīgos darbiniekus krīzes un komunikācijas krīzes gadījumos vai vadīt šīs situācijas risinājumu.;
  - o) pilnveidot savas profesionālas iemaņas, kompetenci, sekot līdzi norisēm pasaulē, Latvijā un novadā un orientēties politiskos, sabiedriskos un sociālos jautājumos.
3. Katrā pašvaldības iestādē, struktūrvienībā un kapitālsabiedrībā tās vadītājs nosaka atbildīgo par komunikāciju, kurš:
- a) sagatavo, sniedz vai organizē atbilžu sniegšanu plašsaziņas līdzekļiem vai sabiedrības grupu pārstāvjiem vai indivīdiem (piemēram, pētnieki, blogeri u.c.);
  - b) nodrošina sociālo tīklu komunikāciju, informācijas aktualizēšanu mājaslapā, sagatavo informatīvos materiālus, rīko pasākumus u.c.;
  - c) ziņojumi, kas skar pašvaldības stratēģisko attīstību, politiku un darbību, ir jāsaskaņo/jākoordinē ar pašvaldības sabiedrisko attiecību vadītāju. Jautājumi, kas attiecas tikai uz iestādes, struktūrvienības vai kapitālsabiedrības darbu, ar pašvaldības pārstāvi nav jāsaskaņo.
4. Ja plašsaziņas līdzekļi vai sabiedrības grupas pārstāvis vēršas pie pašvaldības, iestādes, struktūrvienības vai kapitālsabiedrības darbinieka, kurš nav atbildīgs par komunikāciju, viņam ir jāsazinās ar vadību vai sabiedrisko attiecību speciālistu, lai nodrošinātu, ka uz uzdotajiem jautājumiem tiek sniegta kompetenta atbilde un to nodrošina atbildīgā persona.
5. Atbildes uz iedzīvotāju jautājumiem tiek sniegtas pēc iespējas ātrāk (ne ilgāk par 30 dienām), savukārt ziņu plašsaziņas līdzekļiem tajā dienā, kad informācija tiek pieprasīta, pārējiem žurnālistiem informācija nododama, savstarpēji vienojoties par tās nodošanas laiku.

## 8.2 Komunikācijas satura kvalitāte

1. Sabiedrībai un plašsaziņas līdzekļiem sniegtā informācija ir precīza, patiesa, pilnīga un savlaicīga.
2. Informācijas sagatavošana un izplatīšanā jāņem vērā likumos un normatīvajos aktos noteiktie ierobežojumi.
3. Informācija tiek sniegta konkrētajām mērķauditorijām, ievērojot to vajadzības un priekšzināšanas un informācijas uztveres specifiku.

## 8.3 Ziņojumu sagatavošanas principi

Ziņas nodošanu un tas uztveri ietekmē ne tikai katras puses interpretācija (ziņas kodēšana un atkodēšana), bet arī trokšņi, kas ir jebkāda iekšēja vai ārēja faktora iejaukšanās komunikācijas procesā – fiziski trokšņi; fizioloģiskais stāvoklis, semantiskās barjeras – atšķirīgu vārdu un zīmju nozīmes, valoda, vārdu dažādās nozīmes; sintaktiskās problēmas – vārdu secība teikumā; organizatoriskais juceklis – nav strukturēta ziņa; sociālais troksnis – viedokļa ietekmēšana no apkārt esošās sabiedrības puses; psiholoģiskās problēmas – dusmas, stress, apjukums u.c. Tāpēc, lai komunikācija būtu iedarbīga, ziņojuma sagatavošanā ir jāievēro septiņi principi:

- a) pilnīgums – komunikācijai ir jābūt pilnīgai, tai jāietver visi fakti, kas būtiski auditorijai;
- b) kodolīgums – ziņai jābūt īsai un koncentrētai, saprotamai. Jāsamazina iespējamība, ka ziņu var pārprast;
- c) empātija – ziņojuma sūtītājam jāmēģina iejusties saņēmēja lomā, ņemot vērā tā izglītības līmeni, emocijas, uzskatus, pieredzi utt.;
- d) skaidrība – jānodod viena konkrēta ziņa, nevis vienlaicīgi vairākas;
- e) konkrētība – vēstījumam jābūt skaidram un saprotamam, pamatotam ar faktiem un skaitļiem. Tas nedrīkst būt izplūdis un vispārīgs, neminot nekādus pierādījumus;
- f) pieklājība – sūtītāja attieksmei jābūt pozitīvai un vērstai uz ziņas saņēmēju;
- g) korektums – ziņojumam jābūt ir precīzam, pareizam, komunicētam pareizajā laikā.

## 8.4 Krīze un komunikācija krīzē

1. Par krīzi uzskatāma situācija, ja:
  - a) radusies situācija, kas apdraud vai negatīvi ietekmē pašvaldības iedzīvotāju grupu, grupas, kopienu vai plašāku sabiedrību;
  - b) radīts kaitējums indivīdam, sabiedrības grupai vai kopienai pašvaldības, tās iestāžu, aģentūru vai kapitālsabiedrību vadības un/vai darbinieku darbības vai bezdarbības dēļ;
  - c) iedragāta pašvaldības, tās iestāžu, aģentūru vai kapitālsabiedrību vadības reputācija, ko izraisījusi šo personu darbība vai bezdarbība, un tāpēc tiek apgrūtināta šo institūciju darbība un tās efektivitāte;
  - d) sabiedrības grupas vai to pārstāvji pieprasa noteiktu lēmumu pieņemšanu vai darbības, kas ir pretrunā ar pašvaldības iespējām vai citu sabiedrības grupu interesēm.
2. Par komunikācijas krīzi atzīstamas situācijas, ja:
  - a) publiskajā telpā un/vai plašsaziņas līdzekļos, sociālajos tīklos izskanējusi nepatiesa, sagrozīta informācija par pašvaldības vai to iestāžu, struktūrvienību un kapitālsabiedrību darbu vai to vadību;
  - b) sabiedrībā radusies neizpratne, kā iemesls ir pašvaldības un tās iestāžu vai struktūrvienību vai kapitālsabiedrību pretrunīgā komunikācija.

3. Krīzes centru veido pašvaldības vadība, piesaistot atbildīgās iestādes, struktūrvienību, kā arī Smiltenes novada domes sabiedrisko attiecību speciālists vai cita atbilstoša persona un/vai nodaļa, kas atbild par mārketingu un sabiedriskajām attiecībām.
4. Krīzes komunikācijas vadības centrs ir pašvaldības vadītājs, nepieciešamības gadījumā iesaistot citas atbildīgās personas, un Smiltenes novada domes sabiedrisko attiecību speciālists vai cita atbilstoša persona un/vai nodaļa, kas atbild par mārketingu un sabiedriskajām attiecībām, kas izstrādā krīzes komunikācijas plānu, definējot vēstījumus, mērķa grupas, komunikācijas kanālus un metodes. Krīzes komunikācijā runas persona ir pašvaldības vadītājs vai viņa nominēta persona.