

# Informācijas pieprasījumiem Valmieras TICā 2015.gadā

# Valmieras Tūrisma informācijas centrs 01.-09.2015.

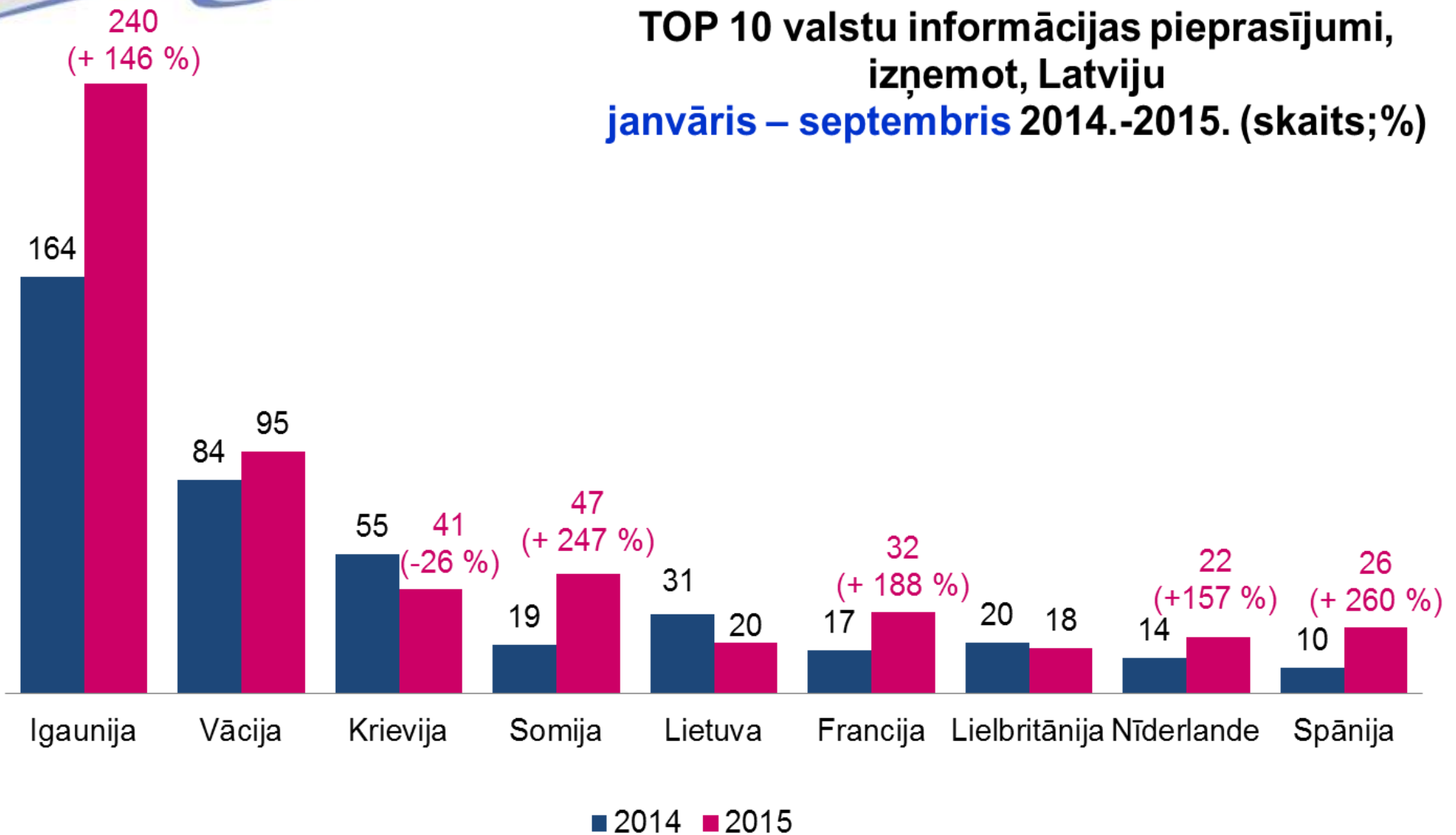
Informācijas pieprasījumi un to dalījums pēc veida **janvāris - septembris** 2014.-2015.  
(skaits; %)

	2014	2015	izmaiņas (%)
klātienē	3797	4197	<b>10,53</b>
pa tālruni	384	418	0,85
rakstiski	124	75	<b>-39,51</b>
kopā:	<b>4305</b>	<b>4690</b>	<b>8,94</b>
vidēji dienā:	15,8	17,2	

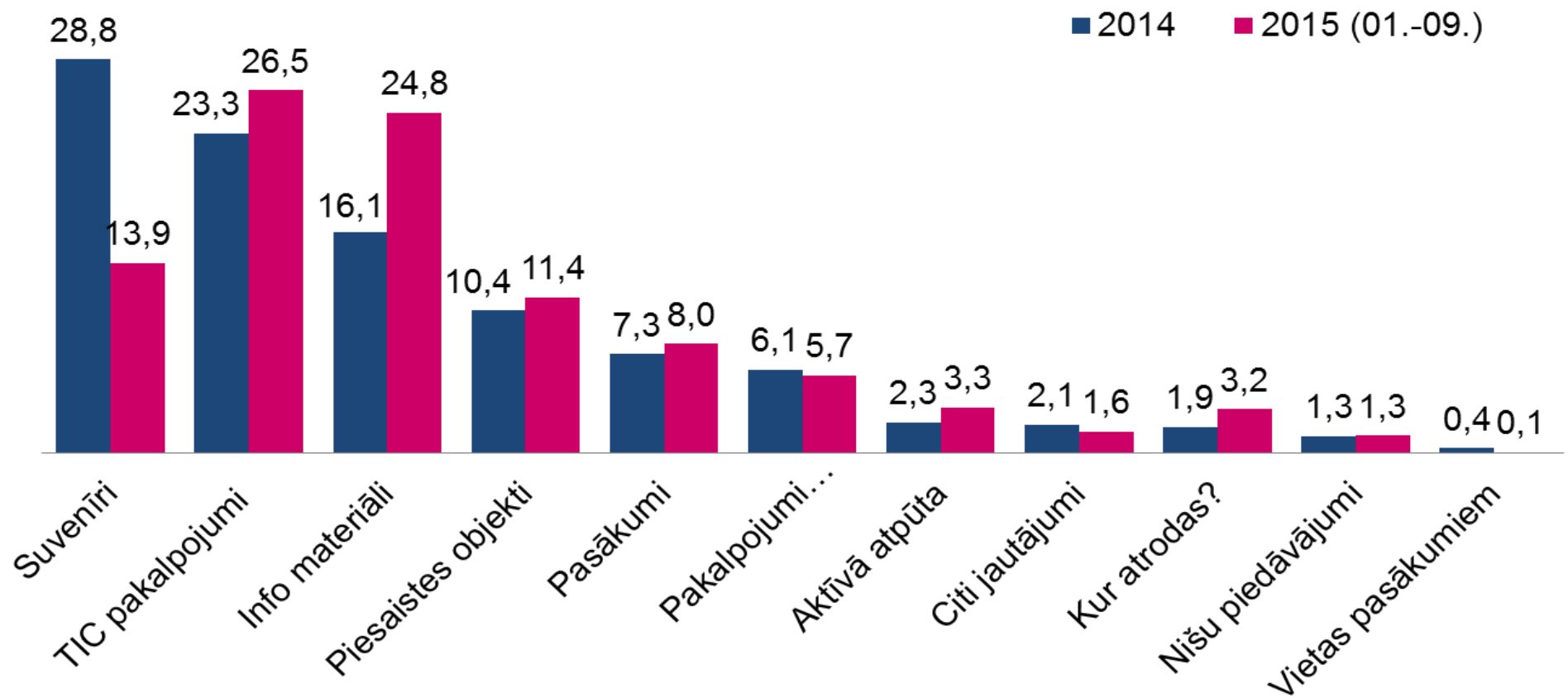
**Informācijas pieprasījumu dalījums pēc apkalpoto personu rezidences  
janvāris - septembris 2014.-2015. (skaits; %)**

	<b>2014 (skaits)</b>	<b>2014 (%)</b>	<b>2015 (skaits)</b>	<b>2015 (%)</b>	<b>izmaiņas kopējā īpatsvarā (%)</b>
Latvijas rezidenti	3780	87,80	3810	81,24	<b>-0,79</b>
t.sk valmierieši	2182	50,69	2683	57,21	22,96
Ārvalstu rezidenti	525	12,20	880	18,76	<b>67,61</b>
Kopā:	<b>4305</b>		<b>4690</b>		<b>8,94</b>

**TOP 10 valstu informācijas pieprasījumi,  
izņemot, Latviju  
janvāris – septembris 2014.-2015. (skaits;%)**



## Informācijas pieprasījumi pēc interesēm (%) 2014. - janvāris - septembris 2015.



**visit.valmiera.lv statistika**  
**jūnijs – augusts 2014. / 2015**

	<b>2014</b> <b>(jūnijs – augusts)</b>	<b>2015</b> <b>(jūnijs – augusts)</b>
Apmeklētāju skaits	...	26 099
Lapā vidēji pavadītais laiks (min.)	2	4
Ameklētāko sadaļu skaits vienā lapas apmeklējuma reizē	1 – 3	5 - 6
Biežāk skatītākās sadaļas	Pasākumi Apskates objekti (daba, kultūra) Ēdināšana Skaistumam un veselībai	Interešu objekti (t.sk. skaistumam un veselībai) Tūristu mītnes Ēdināšana Pasākumi
Ārvalstu apmeklētāji	Igaunija Lielbritānija Vācija Somija ASV	<b>Igaunija</b> <b>Lielbritānija</b> <b>Lietuva</b> <b>Vācija</b> <b>Krievija</b>
Lapā ienāk caur	Google Facebook Twitter	... 650 901
		12952 1815 1074

Iluta Bērziņa:

*““Enter Gauja” klasteris, protams, ir ļoti ietekmīgs un vērā ņemams mārketinga instruments, un ne tikai. Tā aktivitāšu dēļ jūtami pieaug ceļotāju interese par Gaujas Nacionālo parku un tūrisma piedāvājumu tajā. Patīk tas, ka tajā notiek **kompleksa mārketinga aktivitāšu virzīšana**, un tikai tā var dabūt tik efektīvu "izrāvienu" kāds parādījies tieši šogad.*

*Šķiet, ka ir pagājis laiks, kad mārketingā var aprobežoties vienīgi ar ceļvežiem vai pieredzes apmaiņas braucieniem. Mans personīgais viedoklis ir tāds, ka tieši kooperēšanās loma tūrisma aktivitātē klastera teritorijā ir augusi, kas arī devusi labus rezultātus ceļotāju intereses vairošanā.”*