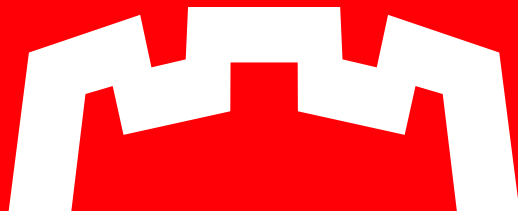


VILNIUS

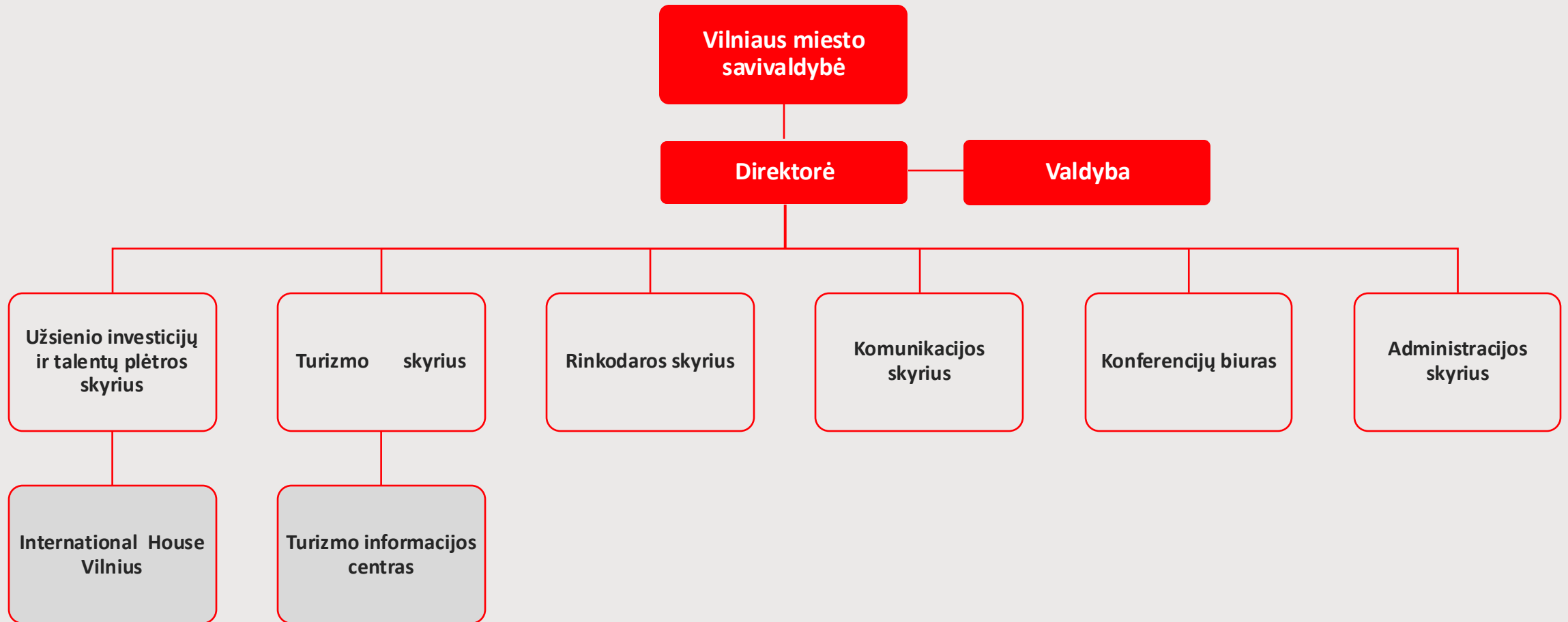
[Unexpectedly amazing]



VIEŠOSIOS ĮSTAIGOS „GO VILNIUS“
2025-2030 metų
VEIKLOS STRATEGIJA



GO VILNIUS STRUKTŪRA



GO VILNIUS VEIKLOS SRITYS

UŽSIENIO INVESTICIJOS IR TALENTAI

Užsienio investicijų ir talentų plėtros skyrius yra atsakingas už Vilniaus, kaip geriausios tiesioginių užsienio investicijų krypties, patrauklumo didinimą, o jame esantis padalinys „International House Vilnius“ padeda persikraustyti gyventi užsieniečiams. Naujas dėmesys strategijoje – tarptautinių talentų pritraukimui bei vietos talentų (ir studentų) išlaikymui, verslo perkėlimui aktualių paslaugų plėtrai. Skyrius taip pat skatina mieste esančios dinamiškos inovacijų verslo ekosistemos vystymąsi, bendradarbiavimą su akademine bendruomene, tvarius miesto projektus. Tai leidžia pozicionuoti Vilnių kaip inovacijų ir ekonominio augimo lyderį.

TURIZMAS

Turizmo skyrius didina turizmo generuojamą ekonominę naudą Vilniui. Veiklos tikslas – pritraukti kuo daugiau turistų ir užtikrinti jų pasitenkinimą miestu kuriant inovatyvius turizmo produktus, skatinant unikalias vietos patirtis, išnaudojant esamą Vilniaus potencialą ir stiprinant turizmo ekosistemą. Daugiausia dėmesio veikloje skiriama skrydžių skatinimui, bendradarbiavimui su tarptautinėmis kelionių platformomis ir užsienio kelionių organizatoriais.

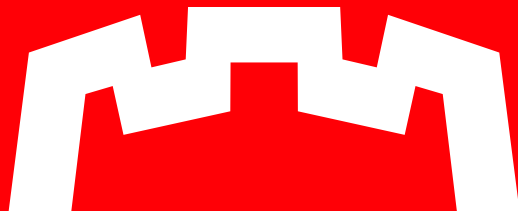
KONFERENCIJOS

Konferencijų biuras didina tarptautinių konferencijų generuojamą ekonominę naudą Vilniui. Biuras ruošia specializuotus pasiūlymus ir dalyvauja konferencijų vietų konkursuose, padeda ekosistemai pristatyti miestą, tinkamai pasirinkti konferencijos vietą ir susijusias paslaugas, teikia kitas reikiamas ekspertines konsultacijas. Pritraukdamas aukšto lygio mokslo bei verslo konferencijas, kongresus ir kitus renginius, biuras gerina Vilniaus reputaciją pasaulyje. Taip pat teikia tarptautinėms konferencijoms skirtą finansinę pagalbą.

RINKODARA IR KOMUNIKACIJA

Rinkodaros ir komunikacijos skyriai didina tarptautinį miesto žinomumą ir patrauklumą tikslinėse rinkose bei tikslinėse auditorijose, formuojant miesto kaip drąsios, inovatyvios, meniškos ir patogios lankytojams, talentams ir investicijoms krypties, įvaizdį. Rinkodaros ir viešųjų ryšių kampanijų pagalba skatina turizmą ir užsienio investicijas, pritraukia aukštą pridėtinę vertę kuriančius talentus bei tarptautines konferencijas į Vilnių.

2030 M. VIZIJA



MŪSŲ POŽIŪRIS

Tarptautinės miesto plėtros agentūros veikloje taikome į klientus (customer-centric) orientuotą modelį, kai pagrindinis dėmesys yra skiriamas tikslinei auditorijai bei jos kelionei į Vilnių ir Vilniuje nuo pradžios iki pabaigos.

VILNIUS 2030

Intuityvūs miestas



VIZIJA

Intuityvus miestas

Į klientus orientuoto modelio taikymas
miesto plėtros agentūros veiklai

Kurti ir užtikrinti geriausias
tikslinių auditorijų patirtis jų
kelionėje: nuo sužinojimo iki
sprendimo priėmimo

Kurti produktus, paslaugas ir
iniciatyvas, kurios paliktų pačius
geriausias įspūdžius apie Vilniaus
miestą

Įgalinti ir palaikyti partnerius, kad
jie galėtų suteikti geriausias
patirtis tikslinėms auditorijoms

PRINCIPAI

INFORMUOTAS

Duomenų ir išmaniųjų
technologijų iniciatyvos

NUOSEKLUS IR VIENINGAS

Vieningi ekosistemos
dalyviai

NEREIKALAUJANTIS PASTANGŲ

Vieno kontaktinio taško,
integruoti, vieno
susitikimo sprendimai

ĮGALINANTIS

Veiksmingos naudų
programos ir priemonės

ATSEKAMAS

Gebėjimas stebėti ir
išmatuoti rezultatą

SVARBIAUSIŲ KELIONĖS DALIŲ IŠPILDYMAS

Norint skirti dėmesį visoms kritiškai svarbioms kelionės dalims, būtina:



Sužinoti apie
galimą
destinaciją



Išsamiau
išnagrinėti
destinaciją



Palyginti su
alternatyviomis
destinacijomis ir
atsirinkti kaip vieną iš
kelių svarstomų



Gauti nuoseklią
patirtį kontaktuojant
visuose sąlyčio
taškuose



Gauti geriausias
priemones ir pagalbą,
reikalingą planuojant



Gauti geriausią patirtį
lankantis, pradedant
kelionę ar įsikuriant



GO VILNIUS VIZIJA

AUDITORIJA:

UŽSIENIEČIAI

VIZIJA:

Intuityvus miestas

DĖMESYS:

Intuityvios miesto patirties nuo sprendimų priėmimo iki miesto išbandymo užtikrinimas.

VMS VIZIJA

MIESTIEČIAI IR VIETINIAI

Sklandus miestas

Nuolatinis miestiečių gyvenimo kokybės gerinimas užtikrinant aukštą laimės lygį, ilgą gyvenimo trukmę ir trumpą keliavimo nuo taško A iki B laiką.

INTUITYVUS SPRENDIMŲ PRIĖMIMAS

INTUITYVUS PASIRINKIMAS

SKLANDUS MIESTAS

SUŽINOJIMAS

SUSIDOMĖJIMAS

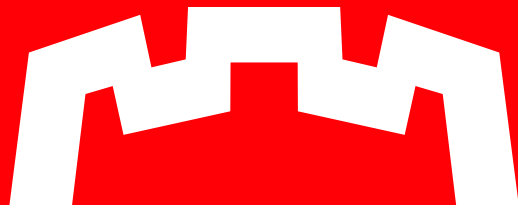
SVARSTYMAS

VEIKSMAS

PASITENKINIMAS

ILGALAIKĖ PERSPEKTYVA

TIKSLŲ IR METRIKŲ KONCEPCIJA



PAGRINDINĖS METRIKOS

+ Ginčytinos metrikos

kartu su kitais partneriais bei institucijomis gaunami rezultatai, kurių poveikis „Go Vilnius“ gali būti ginčijamas arba sunkiai apčiuopiamas.

+ Neginčytinos metrikos

rezultatai, kurie visiškai priklauso nuo tiesioginės „Go Vilnius“ veiklos.

Norint įvertinti veiklos pažangą ir kuriamą vertę, reikėtų kuo dažniau remtis neginčytinomis metrikomis.

80%

20%

TURIZMAS

KONFERENCIJOS

TALENTAI

INVESTICIJOS

KLIENTO KELIONĖ

SUŽINOJIMAS

SUSIDOMĖJIMAS

SVARSTYMAS
(ĮSITRAUKIMAS)

VEIKSMAI / VEIKLA

PASITENKINIMAS

+

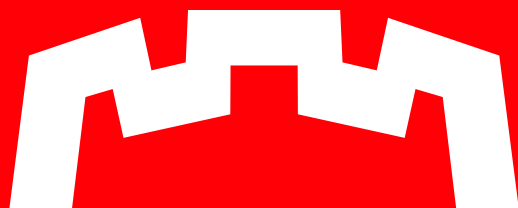
Bendras poveikis



UNIVERSALI LOGIKA TAIKOMA VISOMS VEIKLOMS

SUŽINOJIMAS	SUSIDOMĖJIMAS	SVARSTYMAS (įsitraukimas)	VEIKSMAS	PASITENKINIMAS
+ Auditorija, pasiekta spaudos publikacijomis Potencialių skaitytojų skaičius + Auditorija, pasiekta kampanijų metu Auditorija, impresijos + Spaudos kelionių (press trip) įtaka Pasiekta auditorija + Auditorija, pasiekta pasitelkiant nuomonės formuotojus Pasiekta auditorija + Vilniaus pozicionavimas tarptautiniuose renginiuose Pasiekta auditorija	+ Socialinėse medijose pasiekta auditorija Sekėjai, impresijos, įsitraukimas + Naujienlaiškio kūrimas ir sklaida Prenumeratoriai ir atsisiuntimai + govilnius.lt puslapio ir polapių palaikymas ir pritrauktos auditorijos didinimas Apsilankymai, skaitymo trukmė + Vilniaus pristatymas kelionių / konferencijų organizatoriams Susitikimų, naujų kontaktų skaičius	+ Gautos užklauskos siekiant kurti verslą, aplankyti Vilnių, rengti konferenciją Užklauskų skaičius + Turinio interakcijų kūrimas Puslapio peržiūros, atsisiuntimai + One-stop-shop principo diegimas Įvykdytos konsultacijos + B2B susitikimai ir leadų generavimas Susitikimų, naujų kontaktų skaičius + Vizitų organizavimas Vilniuje siekiant pritraukti turistą / konferenciją / investicijas Surengti vizitai, jų sėkmės rodiklis	+ Paslaugų paketų sklaida (pvz. Meet & Greet) Paramos krepšelių dydis ir skaičius + Paraiškų (bid) ruošimas konferencijos vietos konkursuose Bendras paraiškų skaičius, sėkmingumo rodiklis + Turistai, pritraukti skrydžių kampanijų ir Go Vilnius renginių dėka Turistų skaičius iš užsienio arba tikslinių rinkų, metinis pokytis + Turistų apsilankymai TIC Užsienio turistų skaičius, metinis pokytis	+ Rekomendavimo vertinimas (NPS) Apklausa + Pasitenkinimo (paslaugomis) vertinimas Apklausa POVEIKIS + Sukurta ekonominė nauda Vilniaus miestui Pokytis % + Augantis rekomendavimo indeksas (NPS) Pokytis %

STRATEGINIAI PRIORITETA



„Go Vilnius“

TURIZMAS



Išorinis kontekstas

SKAITMENINIMAS

Miestai ir šalys tobulina skaitmenines turizmo paslaugas suteikdamos galimybes naudotis internetinėmis rezervacijomis, skaitmeniniais gidais ir išmaniosiomis technologijomis.

SUSISIEKIMO IŠŠŪKIAI

Vilniaus oro uosto plėtra lemia susisiekimo oru gerėjimą. Tačiau oro uosto tiesioginių skrydžių pasiūla dar vis yra ribota, be to, jame dominuoja pigių skrydžių bendrovės, kurios yra mažiau patrauklios didesnės vertės turistams. Taip pat didėja tvarių kelionių galimybių, pavyzdžiui, traukinių vietoj lėktuvų, paklausa.

PERTEKLINIO TURIZMO PAVOJAI IR TVARUMO TENDENCIJOS

Miestai akcentuoja perteklinio turizmo poveikį vietos bendruomenėms, vengia pritraukti pigių kelionių ieškančius turistus ir teikia pirmenybę tvariam turizmui įgyvendindami žaliąją politiką. Turizmas Lietuvoje išlieka labai sezoniškas, nes trūksta žiemos įspūdžių ir visus metus veikiančių pramogų, pavyzdžiui, kultūros festivalių arba pramogų parkų.

TURISTŲ UNIKALIŲ PATIRČIŲ IR VIETŲ PAIEŠKOS

Besikeičiantys nišinio turizmo poreikiai formuoja daro įtaką turizmo strategijų kūrimui, pvz., vis daugiau turistų ieško LGBTQ+ draugiškų krypčių, įvairiems maitinimo tipams pritaikytų vietų, stiprėja „workation“ tendencija, didėja susidomėjimas žydų kultūra ir istorija, piligrimų ir filmų turizmu. Taip pat dėl „Michelin“ atvykimo į Lietuvą auga susidomėjimas gastronominiu turizmu. Kiti miestai taip pat siekia pritraukti lankytojų akcentuodami renginių turizmą, įskaitant sporto renginius.

KLIMATO KAITA

Klimato kaita keičia turizmo tendencijas, o dėl karščio bangų Pietų Europoje Vilnius tampa patrauklesne kryptimi. Pietų Europai patiriant ekstremalią kaitrą, Vilnius siūlo vėsesnę ir komfortiškesnę alternatyvą, pritraukiančią atokvėpio nuo karščio ieškančius turistus.

GEOPOLITINĖS GRĖSMĖS

Geopolitinės grėsmės daro įtaką Vilniaus turizmui, nes regioninė įtampa ir susirūpinimas dėl saugumo keliautojams kelia dvejonų. Reaguodamas į tai, Vilnius turi pabrėžti savo saugumą ir stabilumą, kad pritrauktų turistų.

VILNIUS – INTUITYVUS MIESTAS TURISTAMS

01

VILNIAUS PATIRTIES PASIŪLYMŲ STIPRINIMAS

Vilniaus patrauklumo užsienio turistams didinimas įgyvendinant strategines iniciatyvas, kuriomis miesto renginiai pritaikomi užsieniečiams, užsienyje pristatomas kultūrinis ir gastronomicinis potencialas, o vietinių patirčių integravimas į turizmo produktus padeda pritraukti lankytojus ir užtikrinti jų pasitenkinimą.

02

NIŠINIO TURIZMO GALIMYBIŲ KŪRIMAS IR POPULIARINIMAS

2–3 nišinių turizmo sričių potencialo įvertinimas, nagrinėjant įvairias nišinio turizmo galimybes ir specializuotų produktų kūrimas bendradarbiaujant su partneriais.

03

TURISTŲ PATIRTIES SKAITMENINIMAS

Vilniaus turizmo paslaugų plėtimas panaudojant skaitmenines priemones, pvz. ekranus ir pokalbių robotus, naudotojų patirties pagrindinėse turizmo svetainėse ir programėlėse gerinimas, pažangių virtualių ir dirbtiniu intelektu pagrįstų turizmo produktų populiarinimas.

04

VILNIAUS TURIZMO EKOSISTEMOS STIPRINIMAS

Vilniaus turizmo ekosistemos stiprinimas organizuojant tvarumo, skaitmeninimo ir svetingumo mokymus, jaunųjų talentų ugdymas per švietimo partnerystes ir veiksmingas turizmo naujienų ir renginių komunikacijos užtikrinimas.

VILNIAUS PATIRTIES PASIŪLYMŲ STIPRINIMAS

Vilniaus patrauklumo užsienio turistams didinimas įgyvendinant strategines iniciatyvas, kuriomis miesto renginiai pritaikomi užsieniečiams, užsienyje pristatomas kultūrinis ir gastronomicinis potencialas, o vietinių patirčių integravimas į turizmo produktus padeda pritraukti lankytojus ir užtikrinti jų pasitenkinimą.

KULTŪRINIAI RENGINIAI

Pritaikymas, komunikacija ir pritraukimas

Vilniaus patrauklumo tarptautinei auditorijai didinimas pritaikant vietos renginius užsieniečiams ir pristatant miesto turizmo potencialą per kultūrinę patirtį užsienyje. Daugiausia dėmesio skiriama miesto renginių panaudojimui turistams pritraukti, kultūros renginių matomumo užtikrinimui Turizmo informacijos centre (TIC). Šia iniciatyva siekiama pozicionuoti Vilnių kaip ištisus metus gyvybingą kultūrinę kelionių kryptį.

„KAIP VIETINIS“ PATIRTYS

„Kaip vietinis“ („Like a Local“) patirties kūrimas

Turistai dažnai nori pamatyti lankomą miestą vietinių gyventojų akimis. Kuriamos iniciatyvos „Kaip vietinis“ („Like a local“) tematika padės suteikti įsimintinus įspūdžius į Vilnių atvykusiems turistams, parodys miesto svetingumą. Turistų patirtis gerinama ir skatinant ieškoti įvairių problemų sprendimų, kurie pagerintų turistų patirtį, ir kartu plečiant „Like a local“ temos produktus ir paslaugas, pvz., plėtojant programą „Sutik vietinį“ („Meet a Local“). Tokio pobūdžio projektai įtraukia gyventojus į turizmo procesą, kurie prisideda prie miesto patrauklumo didinimo.

GASTRONOMIJA

Vilniaus gastronomijos scena

Vilniaus gastronomijos scenos stiprinimas ir populiarinimas keliant vietos virtuvės šefų meistriskumą, pritraukiant į miestą aukšto lygio gastronomicinius renginius bei konkursus ir integruojant Vilniaus kulinarinę patirtį į tarptautinius renginius. Siekiama užtikrinti savalaikį gastronomicinės informacijos ir leidinių atnaujinimą, bendradarbiauti su gastronomijos nuomonės formuotojais ir per juos pristatyti unikalius gastronomicinius produktus ir paslaugas. Šiomis iniciatyvomis siekiama, kad Vilnius taptų pirmaujančia gastronomicinio meistriskumo ir naujovių kryptimi.

„WOW VILNIUS“ PATIRTYS

Unikalių Vilniaus patirčių žemėlapis

Unikalios Vilniaus patirtys atskleidžiamos per interaktyvaus internetinio žemėlapio sukūrimą, kuriame būtų pažymėti unikalios lankytinos vietos ir pramogos, kurias būtina patirti mieste. Ši priemonė leis turistams tyrinėti miestą pagal savo asmeninius interesus ir pateiks specialiai pritaikytus pasiūlymus, kad apsilankymas būtų įsimintinesnis ir asmeniškesnis.

NIŠINIO TURIZMO GALIMYBIŲ KŪRIMAS IR POPULIARINIMAS

2–3 nišinių turizmo sričių potencialo įvertinimas ir specializuotų produktų kūrimas bendradarbiaujant su partneriais.

NIŠINIO TURIZMO SRIČIŲ GALIMYBĖS

Atradimai ir pasiūlymų kūrimas

Nišinio turizmo projektas orientuotas į specializuotų turizmo sričių identifikavimą ir plėtrą Vilniuje, siekiant pritraukti įvairius lankytojų segmentus. Kasmet analizuojamas 2–3 pasirinktų nišinio turizmo sričių potencialas, pvz., skaitmeninės detoksikacijos, medicinos, piligrimystės, sveikatingumo, LGBTQ+ ir kt. Bendradarbiaujant su partneriais, siekiama sukurti unikalius, šioms nišoms pritaikytus produktus. Planuojama aktyviai dalyvauti tiksliniuose tarptautiniuose nišinio turizmo renginiuose, siekiant pristatyti Vilnių kaip gyvybingą ir įvairialypę specializuoto turizmo patirčių kryptį.

NIŠINIO TURIZMO POPULIARINIMAS

Veiksminga komunikacija ir populiarinimas

Nišinio turizmo populiarinimas orientuotas į specializuotų turizmo pasiūlymų, pritaikytų pasirinktoms nišinėms Vilniaus sritims, pristatymą. Šie unikalūs pasiūlymai kuriami ir atnaujinami bei pristatomi įvairiais kanalais, kad pasiektų tikslinę auditoriją. Be to, tokie nišinio turizmo pasiūlymai integruojami į Turizmo informacijos centrą (TIC), taip suteikiant vertingos informacijos į miestą jau atvykusiems turistams, pagerinant jų patirtį ir skatinant juos tyrinėti įvairius Vilniaus pasiūlymus.

TURISTŲ PATIRTIES SKAITMENINIMAS

Vilniaus turizmo paslaugų plėtimas panaudojant skaitmenines priemones, pvz. ekranus ir pokalbių robotus, naudotojų patirties pagrindinėse turizmo sferose ir programėlėse gerinimas, pažangių virtualių ir dirbtinio intelekto pagrįstų turizmo produktų populiarinimas.

SKAITMENINIŲ TURIZMO PRODUKTŲ KŪRIMAS

Skaitmeniniai produktai turistų patirčiai

Skaitmeninių paslaugų turistams Vilniuje plėtimas ir gerinimas. Šia iniciatyva siekiama kurti pažangius skaitmeninius produktus, įskaitant virtualias ekskursijas, vaizdo įrašus ir VR / AI patirtis, leidžiančias pažinti miestą įdomesniais būdais. Esami turizmo produktai ir pasiūlymai pritaikomi šiuolaikiniam keliautojui, kuris informaciją lengvai randa ir ja naudojasi internete. Skaitmeninės priemonės padės susipažinti su Vilniumi dar iki kelionės bei kelionės metu, taip pat atskleis turistų poreikius taip užtikrindamas nuolatinį Vilniaus turizmo pasiūlymų tobulinimą.

INOVACIJŲ GALIMYBĖS

Skaitmeninių galimybių kūrimas

Buvimas turizmo technologijų tendencijų priešakyje ir jų taikymo skatinimas kuriant inovatyvius produktus, skirtus turistams Vilniuje. Šiuo projektu skatinamas miesto turizmo išteklių ir paslaugų integravimas įvairiose skaitmeninėse platformose, pvz., „GetYourGuide“ ir „Google Maps“, siekiant padidinti matomumą ir pritraukti turistų. Pasinaudojant naujausiais kelionių technologijų pasiekimais ir esamais kanalais, siekiama pozicionuoti Vilnių kaip modernią ir prieinamą kryptį keliautojams.

VILNIAUS TURIZMO EKOSISTEMOS STIPRINIMAS

Vilniaus turizmo ekosistemos stiprinimas organizuojant tvarumo, skaitmeninimo ir svetingumo mokymus, jaunųjų talentų ugdymas per švietimo partnerystes ir veiksmingas turizmo naujienų ir renginių komunikacijos užtikrinimas.

KOMPETENCIJŲ STIPRINIMAS

Mokymai ir plėtra

Vilniaus turizmo ekosistemos įgūdžių ir kompetencijos stiprinimas. Šiame projekte daugiausia dėmesio skiriama mokymams tokiomis svarbiomis temomis kaip tvarumas, skaitmeninimas, svetingumas ir kūrybiškumas siekiant užtikrinti, kad sektoriaus specialistai turėtų galimybes tobulinti savo kompetencijas. Be to, iniciatyva remia jaunųjų talentų ugdymą bendradarbiaujant su švietimo įstaigomis, taip ugdant naująją turizmo lyderių kartą. Siekiant, kad ekosistema išliktų gerai informuota, aktyviai naudotų informacijos dalijimosi kanalus. Be to, šia iniciatyva skatinama sertifikuoti turizmo paslaugas, taip užtikrinant aukštus standartus ir kokybę visame sektoriuje.

EKOSISTEMOS ĮTRAUKIMAS

Bendradarbiavimas ir dalyvavimas

Vilniaus turizmo sektoriaus plėtrą negalėtų sėkmingai vykdyti be pagrindinių turizmo ekosistemos partnerių įtraukimo. Šis projektas skatina atviras diskusijas apie turizmo plėtrą ir naujų idėjų generavimą, taip puoselėjant bendradarbiavimą ir inovacijas. Įtraukdama turizmo ekosistemą į įvairius projektus ir renginius, iniciatyva užtikrina, kad suinteresuotosios šalys aktyviai prisidės prie besikeičiančio miesto turizmo sektoriaus.

„Go Vilnius“

KONFERENCIJOS



Išorinis kontekstas

SEKTORIAUS ATSIGAVIMO IŠŠŪKIAI

Ko industrijai visiškai atsistatyti po COVID-19 trukdo regione vyraujantis geopolitinis nestabilumas, karo baimė. Konferencijų organizavimu užsiimančios agentūros, viešbučiai, kongresų centrai pirmenybę teikia trumpalaikiam pelnui, o ne ilgalaikiams ryšiams. Jie nesiryžta investuoti į tarptautinę rinkodarą dėl didelių išlaidų ir ilgų sprendimų priėmimo procesų.

KONFERENCIJŲ INDUSTRIJOS KURIAMA VERTĖ

Miestai daug investuoja į aukštai vertinamų prestižinių konferencijų ir kongresų pritraukimą siūlydami finansines paskatas ir megzdami ilgalaikius ryšius su tarptautinėmis organizacijomis, asociacijomis. Taip miestai siekia ne tik gauti tiesioginės finansinės naudos iš pritrauktų konferencijų, bet ir daryti ilgalaikį poveikį per sukurtą pridėtinę vertę miestui, mokslui, bendruomenei.

NAUJOS TECHNOLOGIJOS

Naujos technologijos keičia visą konferencijų ir kitų renginių organizavimo procesą. DI itin gerina procesų optimizavimą, didina planavimo veiksmingumą ir užtikrina asmenišką bei įtraukusnę patirtį tiek planuotojams, tiek dalyviams.

INFRASTRUKTŪROS APRIBOJIMAI

Nors Vilnius plečia naujų vietų pasiūlą, vis dar susiduriama su reikšmingais infrastruktūros apribojimais, įskaitant poreikį turėti didesnes konferencijoms tinkamas erdves, daugiau tiesioginių skrydžių ir verslo klasės viešbučių. Miestui taip pat trūksta specializuotų sėkmingam konferencijų organizavimui būtinų paslaugų, tokių kaip konferencijų asistentai, pranešėjų paieškos agentūros, mokslo/verslo srities profesionalūs pranešėjai, unikalios pramogos, techninių sprendimų tiekėjai ir pan.

TVARIŲ KONFERENCIJŲ TENDENCIJOS

Tvarumas jau tapo svarbia konferencijų industrijos dalimi, konferencijų organizatoriai ieško aplinką tausojančių, energiją taupančių, specialias eko programas vykdančių konferencijų vietų, paslaugų tiekėjų. Nemažai pasaulinių organizacijų miestus savo renginiams renkasi pagal juose vykdomą "žalią" politiką ir visiškai nesirenka tokių, kurie savo ilgalaikėse strategijose nėra nusimatę aiškių tvarumo tikslų.

KONFERENCIJOS

VILNIUS – INTUITYVUS MIESTAS KONFERENCIJŲ ORGANIZATORIAMS

01

TVARIŲ KONFERENCIJŲ SKATINIMAS

Tvarių ir socialiai atsakingų konferencijų skatinimas pasiūlant tvarius sprendimus skirtinguose renginio organizavimo etapuose. Vilniaus, kaip tvaraus miesto, įvaizdžio stiprinimas, atsakingo konferencijų organizavimo standartų diegimas.

02

INTUITYVIOS KONFERENCIJŲ ORGANIZATORIAUS PATIRTIES KŪRIMAS

Pažangių technologinių sprendimų taikymas didinant Vilniaus, kaip konferencijų miesto patrauklumą, supaprastinant renginių planavimo procesus ir gerinant organizatorių patirtį.

03

ASOCIACIJŲ SEKTORIUS: STRATEGIJŲ IR PARTNERYSČIŲ STIPRINIMAS

Lyderystė asociacijų sektoriuje, sutelkiant dėmesį į pardavimų strategijų tobulinimą ir partnerysčių kūrimą, siekiant pritraukti aukšto lygio prestižines konferencijas.

TVARIŲ KONFERENCIJŲ SKATINIMAS

Tvarių ir socialiai atsakingų konferencijų skatinimas pasiūlant tvarius sprendimus skirtinguose renginio organizavimo etapuose. Vilniaus, kaip tvaraus miesto, įvaizdžio stiprinimas, atsakingo konferencijų organizavimo standartų diegimas.

TVARIŲ KONFERENCIJŲ PLANAVIMO PLATFORMA

Speciali skaitmeninė platforma

Internetinės platformos, skirtos akcentuoti tvarias vietas, paslaugas ir praktikas Vilniuje, sukūrimas. Ši platforma suteiks organizatoriams greitą ir patogią prieigą prie įvairių aplinkai draugiškų galimybių ir sprendimų.

TVARIŲ KONFERENCIJŲ SKATINIMO PROGRAMA

Finansinė paskata

Tvarių konferencijų skatinimo programa leis mažinti konferencijų organizavimo kaštus ir motyvuos organizatorius taikyti tvarius sprendimus organizuojant renginius. Taip bus skatinamos tvarios praktikos ir mažinamas renginių poveikis aplinkai. Kartu tai stiprins Vilniaus, kaip tvaraus miesto, įvaizdį.

ŽALIŲ KONFERENCIJŲ VIETŲ SERTIFIKAVIMAS

Edukacija ir konsultacijos

Projektu siekiama edukuoti ekosistemą apie tarptautinių pasaulyje pripažintų "žalių" sertifikatų svarbą ir jų aktualumą tarp konferencijų organizatorių destinacijos pasirinkimo etape. Iniciatyva didins Vilniaus aplinkosaugos standartus ir stiprins Vilniaus konkurencinį pranašumą.

TVARIŲ KONFERENCIJŲ VIETŲ VADOVAS

Tvarių erdvių paieška

Aplinkai draugiškų vietų katalogas ("Green Venue Finder") padės konferencijų organizatoriams atrasti tvarias jų renginiams tinkamas erdves ir paslaugų teikėjus Vilniuje. Šis vadovas leis organizatoriams priimti apgalvotus sprendimus ir prisidėti prie miesto diegiamų tvarumo standartų.

LYGINAMOJI VILNIAUS TVARUMO ANALIZĖ

Parengimas ir reitingavimas

Projektu bus siekiama įvertinti ir gerinti Vilniaus tvarumo lygį tarptautiniame kontekste. Dalyvaudami pasauliniame miestų tvarumo indekse ("Global Destination Sustainability Index"), galėsime įvertinti Vilniaus darnaus vystymosi pastangas, pasilyginti su kitais Europos ir pasaulio miestais. Šiuo projektu siekiama didinti Vilniaus, kaip tvaraus miesto reputaciją ir pritraukti daugiau aplinką tausojančių konferencijų.

INTUITYVIOS KONFERENCIJŲ ORGANIZATORIAUS PATIRTIES KŪRIMAS

Pažangių technologinių sprendimų pritaikymas didinant Vilniaus, kaip konferencijų miesto patrauklumą, supaprastinant renginių planavimo procesus ir gerinant organizatorių patirtį.

PAŽANGŪS PLANAVIMO ĮRANKIAI

Vietų paieška ir įvaizdinė medžiaga

Pagrindinių įrankių bei įvaizdinės medžiagos atnaujinimas, siekiant supaprastinti ir efektyvinti konferencijų planavimo procesą. Modernizuota vietų paieškos sistema („Venue Finder“) su išplėstinėmis filtravimo galimybėmis bei interaktyviomis funkcijomis padės lengviau rasti tinkamą renginiui vietą. Atnaujintas specializuotas renginių planavimo įrankių rinkinys („Event Planner Toolkit“) suteiks dar daugiau galimybių konferencijos planavimui ir įgyvendinimui.

KONFERENCIJŲ PLANAVIMO DI ASISTENTAS

Inovatyvus renginių planavimas

Konferencijų planavimo DI asistentas – tai pažangus skaitmeninis įrankis, kuris bus sukurtas siekiant pagerinti konferencijų planavimo patirtį Vilniuje. Pasitelkdamas dirbtinį intelektą, šis įrankis teiks vietų, paslaugų tiekėjų, restoranų, lankytinų vietų, transporto ir maršruto planavimo rekomendacijas. Asistentas palengvins visą konferencijos planavimo procesą ir užtikrins, kad kiekvienas renginys Vilniuje būtų lengvai ir efektyviai įgyvendinamas.

3D RENGINIŲ VIETŲ MODELIAI

Virtualūs interaktyvūs turai

Projektu siekiama sukurti įtraukius pagrindinių Vilniaus konferencijoms ir kitiems renginiams skirtų vietų 3D modelius, kurių dėka organizatoriai matys realistiškas interaktyvias vietų vizualizacijas. Tai leis efektyviau ir lengviau išsirinkti konferencijos vietą ir suplanuoti techninį renginio išdėstymą. Interaktyvūs modeliai leis užsienio konferencijų organizatoriams pasitvirtinti norimas vietas nebūnant Vilniuje, o miestui tai suteiks išskirtinio konkurencinio pranašumo tarptautinių konferencijų bei kongresų pritraukimo procese.

IŠMANŪS SPRENDIMAI VILNIAUS PRISTATYMAMS

DI pardavimų priemonių rinkinys

Tai inovatyvus programinės įrangos ir skaitmeninių priemonių rinkinys miesto rinkodarai ir konferencijų pardavimams skatinti. Šis projektas apims rinkoje pažangius sprendimus, tokius kaip DI įgarsintos prezentacijos ar interaktyvios video stimuliacijos. Tokios priemonės padės lengviau kurti įtraukiančias prezentacijas, patraukliai pristatyti destinacijos privalumus ir didinti užsienio konferencijų organizatorių susidomėjimą Vilniumi.

ASOCIACIJŲ SEKTORIUS: STRATEGIJŲ IR PARTNERYSČIŲ STIPRINIMAS

Lyderystė asociacijų sektoriuje, sutelkiant dėmesį į pardavimų strategijų tobulinimą ir partnerysčių kūrimą, siekiant pritraukti aukšto lygio prestižines konferencijas.

PARAIŠKŲ TEIKIMO STRATEGIJOS

Personalizuotos strategijos

Individualiai pritaikytos Vilniaus paraiškų/pasiūlymų ("Bid Proposal") teikimo strategijos padės laimėti Vilniui daugiau tarptautinių mokslo bei verslo asociacijų konferencijų. Pritaikydami kiekvieną pasiūlymą pagal konkrečius asociacijų tikslus, stiprinsime savo konkurencinį pranašumą ir pozicionuosime Vilnių kaip prestižinių asociacijų konferencijų bei kongresų miestą.

ILGALAIKIŲ RYŠIŲ KŪRIMAS

Ryšiai su sprendimų priėmėjais

Tvirtų ir ilgalaikių santykių su įvairių industrijų bei asociacijų lyderiais kūrimas ir palaikymas aktyviai dalyvaujant jų renginiuose, mezgant tikslinius ryšius ir taikant individualius bendravimo metodus. Ši iniciatyva paskatins sprendimų priėmėjų tarptautinį aktyvumą kviečiant konferencijas į Vilnių, padės stiprinti Vilniaus įvaizdį ir atverti naujas galimybes vertingoms konferencijoms.

KONFERENCIJŲ PALAIKYMAS

Konferencijų palaikymo programa

Konferencijų palaikymo programa ("Conference Aftercare Support") užtikrins organizatorių pasitenkinimą skirtinguose konferencijos etapuose. Dėmesys ir pagalba organizatoriams, kai konferencija jau yra patvirtinta Vilniuje, ne tik generuos teigiamus atsiliepimus, bet ir prisidės prie sėkmingo renginio įgyvendinimo, ilgalaikių santykių su klientais kūrimo, naujų užsakymų generavimo.

DALYVAVIMAS PARODOSE

Vilniaus pristatymas industrijos renginiuose

Vilniaus matomumo didinimas dalyvaujant svarbiausiose konferencijų turizmo parodose, B2B renginiuose, specializuotose konferencijose. Aktyvus prisistatymas ir tinklaveikla padės pritraukti potencialius klientus, generuoti vertingus kontaktus ir užmegzti stiprius ryšius su sektoriaus ir asociacijų lyderiais. Tokiu būdu bus stiprinamas Vilniaus įvaizdis ir užtikrintos aukštos vertės konferencijos.

„Go Vilnius“

**INVESTICIJOS
IR TALENTAI**



Išorinis kontekstas

GEOPOLITINĖS GRĖSMĖS

Vilniaus augantis ir besiplečiantis verslas susiduria su vis didėjančiu darbo jėgos poreikiu. Geopolitinės rizikos kelia papildomų iššūkių pritraukiant talentus ir investicijas. Vilniui itin svarbu parengti strategijas, kurios užtikrintų investuotojų bei talentų saugumą ir tolimesnį miesto patrauklumo augimą.

BENDRADARBIAUJANČIOS INOVACIJŲ EKOSISTEMOS

Dinamiški ir pirmaujantys miestai išsiskiria gebėjimu kurti tinklaveikos galimybes startuoliams, teikti aiškius vertės pasiūlymus technologijų verslo ekosistemoms ir skatinti verslo, universitetų ir viešojo sektoriaus bendradarbiavimą.

DUOMENŲ CENTRALIZAVIMAS IR SKAITMENINIMAS, ĮGALINANTIS SPRENDIMŲ PRIĖMIMĄ

Investicijų arba talentų pritraukimui ypač svarbus centralizuotas informacijos rinkimas, analizė ir pateikimas, tam, kad klientai galėtų greitai priimti gerai informuotus, duomenimis grįstus sprendimus. Įmonės ir investuotojai teikia pirmenybę miestams, kuriose informacija yra pateikiama susisteminta, veikianti vieno langelio principu. Tai didina sprendimų priėmimo greitį ir suteikia konkurencinį pranašumą miestams rinkoje. Perėjimas prie skaitmeninių sprendimų investuotojams pabrėžia efektyvių ir prieinamų įrankių poreikį.

BENDRAS NACIONALINIS IR SAVIVALDYBIŲ POŽIŪRIS Į TUI

Konkurencija dėl aukštųjų technologijų, gyvybės mokslų įmonių arba paslaugų centrų perėjo iš nacionalinio intereso, link jungtinio, nacionalinio ir savivaldybių, intereso. Miestai steigia fondus, skirtingas finansavimo priemones bei aktyviai įsitraukia į investicijų ir talentų pritraukimą.

PADRIKOS TALENTŲ TELKIMO PASTANGOS

Konkuruojantys miestai (Berlynas, Liubliana, Varšuva, Helsinkis, Stokholmas, Kopenhaga, Amsterdamas ir t.t.) turi centralizuotas organizacijas, kurios valdo visą talentų ir studentų gyvavimo ciklą (pritraukimą, integraciją ir išlaikymą), teikdamos sklandžią paramą tarptautiniams ir vietos talentams bei studentams. Organizacijos taiko aiškius vertės pasiūlymus, pabrėžiančius unikalų gyvenimo būdą, karjeros pranašumus, taip suteikdamos daugiau patrauklumo savo miestams. Dauguma jų siūlo greitus vizos sprendimus, padedančius užtikrinti greitą reikiamų leidimų gavimą. Jos taip pat teikia centralizuotą persikraustymo paramą, pavyzdžiui, būsto, kalbos mokymo ir šeimų persikėlimo pagalbą, taip skatindamos ilgalaikį tarptautinių talentų išlaikymą. Jos taip pat skiria daug dėmesio aukštąjį mokslą baigiančių studentų išlaikymui ir sklandžiam jų įsiliejimui į darbo rinką.

„SHOWEL – READY“ ARBA „BUILD TO SUIT“ TERITORIJOS IR PRAMONINIŲ ZONŲ TRANSFORMAVIMAS

Dėl tiesioginių užsienio investicijų (TUI) konkuruojantys Europos miestai vis dažniau sutelkia dėmesį į statyboms paruoštų teritorijų prieinamumą ir buvusių pramoninių zonų transformavimą į inovacijų centrus. Užuoat siūlę neišplėtotas teritorijas, miestai keičia esamų pramoninių erdvių paskirtį, su prieinama būtiniausia infrastruktūra ir leidimais, kad pritrauktų įmones, siekiančias nedelsiant pradėti veiklą. Šis pokytis atspindi tendenciją siekti tvarios ir sparčios miestų aplinkos plėtros, prisidedančios prie aukštųjų technologijų ir ekologiškų pramonės šakų augimo.

DIRBTINIS INTELEKTAS TOLIAU TRANSFORMUOJA MŪSŲ DARBO METODUS

Miestai visame pasaulyje siekia pritraukti aukščiausio lygio technologijų įmones, startuolius ir dirbtinio intelekto talentus, taip kurdami gyvybingą bendruomenę, pagrįstą dirbtiniu intelektu ir susijusiomis technologijomis. Kurdami dirbtiniu intelektu grindžiamas paslaugas ir sprendimus jie taip pat siekia sudaryti sąlygas pritaikyti dirbtinį intelektą kasdieniame gyvenime.

UŽSIENIO INVESTICIJOS IR TALENTŲ PLĖTRA

VILNIUS – INTUITYVUS MIESTAS TALENTAMS IR INVESTUOTOJAMS

01

INTUITYVIOS INVESTUOTOJŲ PATIRTIES KŪRIMAS

Intuityvios investuotojų patirties kūrimas centralizuojant, skaitmeninant duomenis ir automatizuojant jų pateikimą; personalizuotų paslaugų bei vertės kūrimas orientuotas į investuotojų kelionę nuo pritraukimo iki tolimesnės priežiūros.

02

INTUITYVIOS TALENTŲ PATIRTIES KŪRIMAS

Intuityvios talentų patirties kūrimas centralizuojant ir automatizuojant procesus, teikiant specialiai sukurtas paslaugas bei aiškų vertės pasiūlymą ir konsoliduojant informaciją, apimančią visą talentų kelionę nuo pritraukimo iki tolimesnės priežiūros.

03

VILNIAUS KAIP INOVACIJŲ CENTRO STIPRINIMAS

Dinamiškos inovacijų ekosistemos Vilniuje puoselėjimas per tikslinę paramą technologijų ekosistemai, plėtojant verslo ir akademinės bendruomenės bendradarbiavimą, tvarią miesto regeneraciją, pozicionuojant miestą kaip pasaulinį inovacijų, kūrybiškumo ir ekonominio augimo lyderį.

INTUITYVIOS INVESTUOTOJŲ PATIRTIES KŪRIMAS

Intuityvios investuotojų patirties kūrimas centralizuojant, skaitmeninant duomenis ir automatizuojant jų pateikimą; personalizuotų paslaugų bei vertės kūrimas orientuotas į investuotojų kelionę nuo pritraukimo iki tolimesnės priežiūros.

INFORMACIJOS PORTALAS

Vilniaus investicijų vartai

Išsamios, patogios naudoti internetinės platformos, kurioje būtų surinkta visa investuotojams svarbi informacija, sukūrimas integruojant pramonės duomenis, įmonių profilius, finansavimo galimybes, informaciją apie nekilnojamąjį turtą arba objektus ir administracines procedūras. Ši platforma pagerins investuotojų patirtį apibendrinama duomenis iš įvairių šaltinių, pavyzdžiui, ekonominių ataskaitų, rinkos tyrimų, klientų atsiliepimų ir savivaldybių registru, bei integruodama dirbtinio intelekto įrankius, skirtus ekonominėms ir investicinėms įžvalgoms. Platforma užtikrina sklandžią integraciją, griežtą duomenų saugumą ir privatumo reikalavimų atitiktį taikant standartizuotus duomenų formatus ir protokolus, todėl informacija yra prieinama ir patikima, kad būtų galima priimti tikslesnius ir savalaikius investicinius sprendimus.

„VIENO LANGELIO“ PASLAUGŲ CENTRAS

Administracinis konsjeržas

Paslaugos, kuri padėtų investuotojams ne tik susigaudyti visose administracinėse procedūrose, bet ir paspartinti strateginius tikslus atitinkančių įmonių įsisteigimą bei verslo veiklos pradžią, sukūrimas. Ją siūloma individualizuota pagalba per vieną kontaktinį centrą, automatinės dokumentų rengimo ir pateikimo priemonės ir žingsnis po žingsnio teikiamos rekomendacijos dėl leidimų, licencijų, teisės aktų reikalavimų atitikties, bankininkystės ir imigracijos. Ši paslauga, prieinama tiek fiziškai, tiek skaitmeniniu būdu, turėtų užtikrinti sklandų ir veiksmingą verslo steigimo procesą.

TOLIMESNĖ PAGALBA

Investuotojų sėkmės programa

Ilgalaikės investuotojų sėkmės Vilniuje užtikrinimas teikiant visapusišką nuolatinę paramą, įskaitant reguliarias veiklos rezultatų apžvalgas, individualų dėmesį pagrindiniams klientams ir prieigą prie svarbiausių vietos verslo paslaugų bei renginių. Aktyviai renkant atsiliepimus ir skatinant bendradarbiavimą per Patarėjų tarybą, šia iniciatyva siekiama nuolat tobulinti miesto verslo ekosistemą atsižvelgiant ir į svarbiausių bei perspektyviausių investuotojų poreikius.

DISCOVER VILNIUS INICIATYVOS

„Atrask Vilnių“

„Atrask Vilnių“ yra strateginė iniciatyva, kuria siekiama pozicionuoti Vilnių kaip svarbiausią investavimo kryptį, tikslingai įtraukiant investuotojus ir teikiant jiems paramą įvairiuose etapuose. Pirmiausia, sutelkiame dėmesį tam, kad pakviestume pasirinktus pasaulinius teritorijų atrankos ekspertus, ypač dar nesusipažinusius su Vilniumi, ištirti miesto potencialą jų klientams. Kuriojamų vizitų metu pristatome unikalios Vilniaus investavimo galimybes ir konkurencinius pranašumus. Stengiamės sustiprinti apie Vilnių jau svarstančių investuotojų patirtį siūlydami visapusišką paramą ir paslaugas, užtikrindami, kad kiekvienas vizitas veiksmingai atskleistų Vilniaus, kaip geriausios verslo vietos, potencialą. Galiausiai tiems, kurie pasirinko Vilnių ir steigia savo verslą, teikiame svarbiausius išteklius ir rekomendacijas, kad padėtume sklandžiai pradėti verslą ir sustiprintume miesto, kaip augimui palankios aplinkos, reputaciją. Šiomis kryptingomis pastangomis „Atrask Vilnių“ siekia, kad miestas taptų pirmaujančiu įvairių investicijų ir tvarios plėtros centru.

KONKURENCINIŲ ĮŽVALGŲ INICIATYVA

Vilniaus konkurencingumo indeksas

Objektyvios sistemos, pagal kurią būtų galima įvertinti Vilniaus konkurencingumą palyginti su kitais Europos miestais, sukūrimas. Tai apima atitinkamų metrikų nustatymą, metodikos pasirinkimą konkretaus sektoriaus konkurencingumo indeksui apskaičiuoti ir duomenų analizę, siekiant išryškinti Vilniaus stiprybes ir tobulintinas sritis. Tyrimo metu bus pateiktas aiškus Vilniaus reitingas, palyginti su konkurentais, taip pat bus pateiktos rekomendacijos, padedančios strategiškai tobulėti.

KONKURENCINGAS CENTRAS

Vilnius kaip konkurencingas centras

Siekdami pritraukti kapitalo investicijų į nekilnojamąjį turtą, energetiką ir infrastruktūrą, kartu su Vilniaus miesto savivaldybe, kitomis suinteresuotomis šalimis, siekiame inicijuoti įvairius projektus, kuriais būtų didinamas jau paruoštų veiklai teritorijų prieinamumas arba į inovacijų centrus transformuojamos buvusios pramoninės teritorijos.

INTUITYVIOS TALENTŲ PATIRTIES KŪRIMAS

Intuityvios talentų patirties kūrimas centralizuojant ir automatizuojant procesus, teikiant specialiai sukurtas paslaugas bei aiškų vertės pasiūlymą ir konsoliduojant informaciją, apimančią visą talentų kelionę nuo pritraukimo iki tolimesnės priežiūros.

„VIENO LANGELIO“ PASLAUGŲ CENTRAS

Asmeninis vadybininkas

„Vieno langelio“ principu veikiantis centras užtikrina sklandžią persikėlimo patirtį ir organizuoja integracijos veiklą, užtikrindamas tiek naujai pritrauktų, tiek esamų talentų išlaikymą. Ši iniciatyva suteikia galimybę gauti išsamias, žingsnis po žingsnio teikiamas konsultacijas įvairiais svarbiais klausimais, įskaitant leidimus, mokesčių reikalavimų laikymąsi, bankininkystę ir imigraciją. Paslaugos teikiamos gyvai ir skaitmeniniu būdu, todėl užtikrinama sklandi persikėlimo į Vilnių patirtis. IHV centras yra specialus „vieno langelio“ centras, kuriame teikiama individuali pagalba atliekant visas administracines procedūras, susijusias su studijomis, gyvenimu ir darbu mieste. Į šią paslaugą integruoti DI sprendimai ir pasitenkinimo analizės įrankiai, kuriais siekiama užtikrinti, kad talentai efektyviai gautų reikiamą pagalbą, taip paverčiant Vilnių patrauklia vieta pasauliniams talentams.

SUTUOKTINIŲ PALAIKYMŲ IR INTEGRACIJOS PROGRAMA

„Sutuoktinių karjeros centras“ („Spouse Career Hub“)

„Sutuoktinių karjeros centras“ – speciali iniciatyva, kuria siekiama teikti visapusišką karjeros paramą ir įdarbinimo paslaugas persikeliančių talentingų darbuotojų sutuoktiniams. Šia programa siūloma pagalba ieškant darbo, personalizuotos darbo paieškos paslaugos ir profesinis orientavimas, įskaitant pasirengimą pokalbiui dėl darbo. Be to, sutuoktiniai galės naudotis specializuotu, jų poreikiams pritaikytu darbo portalu, užtikrinančiu sklandų įsiliejimą ir sėkmingą karjeros integraciją Vilniuje.

(PER)KVALIFIKAVIMAS IR KVALIFIKACIJOS KĖLIMAS

(Per)kvalifikavimo skatinimas

Sutelkti dėmesį į išankstinės kvalifikacijos kėlimo ir talentų kvalifikacijos kėlimo iniciatyvas Vilniuje, kad jos atitiktų dabartinius kompetencijų poreikius. Tai užtikrins kvalifikuotą darbo jėgą, atitinkančią Vilniaus technologijų verslo ekosistemos poreikius, ir skatins tvarų augimą.

PROGRAMA „IŠBANDYK VILNIŲ“ („VILNIUS TRIAL“)

Galimybė išbandyti Vilnių

Ši programa suteikia talentams, studentams ir mokslininkams galimybę strategiškai įvertinti gyvenimo ir darbo perspektyvas Vilniuje. Programos dalyviams siūlomas iš anksto suformuotas paslaugų paketas, pritaikytas skirtingiems poreikiams. Jame integruotos apgyvendinimo ir darbo paieškos paslaugos, verslo konsultacijos bei prieiga prie modernių bendradarbystės erdvių. Be to, dalyviai turės galimybę prisijungti prie profesionalių tinklaveikos renginių, įsitraukti į kultūrines veiklas ir naudotis tarptautinės bendruomenės palaikymu. Ši visapusiška programa užtikrins produktyvų ir vertingą bandomąjį laikotarpį Vilniuje, sudarydama palankias sąlygas asmeniniam ir profesiniam augimui.

VILNIAUS TALENTAI

„Vilniaus talentų juntis“ („Vilnius Talent Nexus“)

„Vilniaus talentai“ („Vilnius Talent Hub“) yra strateginė iniciatyva skirta sukurti tvarią ir dinamišką talentų ekosistemą, kuri pagerintų tiek vietinių, tiek tarptautinių talentų pritraukimą, integraciją ir išlaikymą Vilniuje. Centralizuota persikėlimo ir integracijos parama supaprastins tarptautinių talentų procesus, siūlydama pagalbą gaunant būstą, kalbos ir sutuoktinių karjeros pagalbos paslaugas. Programa taip pat skirs daug dėmesio Vilniaus absolventų, ypač kritiškai svarbių sričių specialistų, išlaikymui, siūlydamas jiems įvairias mentorystės programas ir užtikrindamas sklandų jų įsiliejimą į vietos darbo rinką.

VILNIAUS KAIP INOVACIJŲ CENTRO STIPRINIMAS

Dinamiškos inovacijų ekosistemos Vilniuje puoselėjimas per tikslinę paramą technologijų ekosistemai, plėtojant verslo ir akademinės bendruomenės bendradarbiavimą, tvarią miesto regeneraciją, pozicionuojant miestą kaip pasaulinį inovacijų, kūrybiškumo ir ekonominio augimo lyderį.

INKUBATORIAUS IR AKCELERATORIAUS PROGRAMA

„Vilnius Growth“

Specialiai pritaikytos, orientuotos į strateginių verslo sektorių vystymą, inkubatoriaus ir akceleratoriaus programos Vilniuje, sukūrimas. Šios iniciatyvos dalyviams siūlomi pagrindiniai ištekliai, įskaitant, mokymus, mentorystę, apgyvendinimą, darbo vietas ir prieigą prie bendradarbiavimo erdvių. Iniciatyva apima visą kompetencijų rinkinį, padedantį startuoliams pradėti, vykdyti ir efektyviai plėsti savo verslą. Programa taip pat puoselėja gyvybingą bendruomenę per tinklaveikos ir bendradarbiavimo renginius, kultūrinę veiklą ir tarpusavio paramą, kartu siūlydama mentorystę ir reguliarius susitikimus, kad padėtų startuoliams jų kelyje į sėkmę.

VILNIAUS TECHNOLOGIJŲ VERSLO EKOSISTEMOS PUOSELĖJIMAS IR AUGINIMAS

„Vilnius Techfusion“

GO VILNIUS siekia strategiškai stiprinti Vilniaus technologijų verslo ekosistemą, skatindami tarpsektorinius ryšius, gerosios praktikos mainus, specializuotų mokymų organizavimą bei universitetų ir verslo bendradarbiavimą. Ši iniciatyva užtikrins sistemingą verslo partnerių ir investuotojų tinklaveikos plėtrą, sudarydama įmonėms galimybes užmegzti strateginius ryšius. Per temines mokymų programas ir interaktyvius seminarus Go Vilnius padės technologijų įmonėms kurti tvarų bendradarbiavimą, stiprinti tarpusavio paramos mechanizmus ir integruoti geriausias pasaulines praktikas. „Vilnius Techfusion“ skatina inovacijų, investicijų ir tvaraus technologijų sektoriaus augimą, siekdami pozicionuoti Vilnių kaip regioninį technologijų ir inovacijų centrą.

UNIVERSITETŲ IR VERSLO BENDRADARBIAVIMO PLATFORMA

Universitetų ir verslo jungčių portalas

Programos tikslas – sukurti bendradarbiavimo platformą, skirtą skatinti mokslinius tyrimus gyvybės mokslų sektoriuje, sujungiant Vilniaus universitetus ir verslo įmones. Platforma ne tik interaktyviai sujungia mokslininkus su verslo partneriais, bet ir teikia informaciją apie specializuotas paslaugas bei partnerius, reikalingus moksliniam tyrimui atlikti, telkia vykdomų mokslinių tyrimų projektų bei bendradarbiavimo galimybių duomenų bazę. Siekiant pritraukti talentingiausius specialistus, platformoje mokslininkams ir doktorantams siūlomi paketai, įskaitant stipendijas, paramą būstui ir pagalba relokuojantis.

„Go Vilnius“

RINKODARA IR
KOMUNIKACIJA



Išorinis kontekstas

GEOPOLITINĖS GRĖSMĖS

Karas Ukrainoje ir Lietuvos geografinė bei geopolitinė situacija formuoja ne visiškai saugų Vilniaus ir visos šalies įvaizdį tarptautinėje erdvėje. Ši situacija reikalauja nuolatinio dėmesio, nuoseklios komunikacijos, krizių valdymo ir įvaizdžio naratyvo formavimo.

VILNIUS JAU NEBĖRA TIK PIGI KRYPTIS

Infliacija daro įtaką Vilniaus, kaip kelionių, verslo, renginių ir darbo krypties, įvaizdžiui. Didėjantys kaštai gali atbaidyti turistus ir padaryti miestą mažiau patrauklų investuotojams bei renginių organizatoriams. Vis dėlto, ši situacija suteikia galimybę išryškinti Vilniaus konkurencinius pranašumus ir pakeisti naratyvą – nuo dėmesio įperkamumui prie kokybės ir kuriamos vertės akcentavimo.

VILNIAUS POPULIARINIMO GALIMYBĖS

Keturių „Michelin“ žvaigždučių įvertinimas sustiprina augančią Vilniaus gastronomijos sceną, pritraukdamas maisto entuziastus, kurie kelionių kryptis renkasi pagal išskirtines kulinarines patirtis. Be to, Vilniui tapus naująja žaliaja sostine ir įgyvendinant infrastruktūros patobulinimus, pavyzdžiui, gerinant pėsčiųjų judėjimo sąlygas bei mažinant eismo spūstis, miestas pozicionuojamas kaip tvari ir gyvybinga vieta. Šie veiksniai kartu pristato Vilnių kaip dinamišką kryptį, kurioje vertinama kultūra, gastronomija ir atsakomybė už aplinką.

TURINIO VARTOJIMO POKYČIAI

Socialinių tinklų nuomonės formuotojai daro vis didesnę įtaką vartotojams, kurie vis dažniau ieško informacijos tokiose platformose kaip „TikTok“, o ne tradicinėse „Google“ paieškos sistemose. Ryškėja interaktyvių socialinių tinklų kampanijų ir lankstaus, greitai prisitaikančio rinkodaros požiūrio svarba. Prisitaikydamas prie šių pokyčių, Vilnius gali efektyviau pritraukti potencialių lankytojų dėmesį, atliepiant šiuolaikinės auditorijos lūkesčius.

GYVENTOJŲ ĮSITRAUKIMAS

Šiuolaikinėje miestų rinkodaroje vis daugiau dėmesio skiriama gyventojų įtraukimui į tarptautinį savo miesto pristatymą. Vilniečiai aktyviai domisi miesto populiarinimu, dalijasi įžvalgomis ir idėjomis, kaip patraukliai pristatyti Vilnių. Pasitelkus jų entuziazmą ir kūrybiškumą, galima kurti aktualesnes, autentiškas ir įtaigias rinkodaros strategijas, kurios sudomins tiek vietos gyventojus, tiek potencialius miesto lankytojus.

DRAŠIOS KOMUNIKACIJOS TENDENCIJA

Vis daugiau mažesnių miestų renkasi drąsias komunikacijos strategijas ir kūrybiškus rinkodaros sprendimus, siekdami patraukti dėmesį ir padidinti savo žinomumą. Tokie metodai gali sukelti didelį susidomėjimą ir įsitraukimą, tačiau juos būtina taikyti apgalvotai, kad būtų išvengta galimos neigiamos reakcijos ar nesusipratimų vietos bendruomenėje ir tarptautinėje erdvėje.

VILNIUS – INTUITYVAUS MIESTO KOMUNIKACIJA

01

VILNIAUS SKAITMENINIO ĮVAIZDŽIO IR PREKĖS ŽENKLO SUVIENODINIMAS BEI STIPRINIMAS

Šia strategine kryptimi siekiama sustiprinti Vilniaus skaitmeninį matomumą ir suvienodinti prekės ženklo identitetą. Pagrindinės pastangos apima išsamų GV interneto svetainių UI / UX auditą siekiant pagerinti dizainą ir funkcionalumą bei taip sukurti patogesnę vartotojo patirtį. Strategijoje taip pat skiriama daug dėmesio prekės ženklo architektūros atnaujinimui ir prekės ženklo gairių tobulinimui siekiant užtikrinti darnų ir nuoseklų identitetą visose platformose. „Go Vilnius“ siekia suderinti savo skaitmenines ir prekės ženklo kūrimo pastangas su šiuolaikiniais standartais ir taip nustatyti naują meistriškumo etaloną.

02

EKOSISTEMOS ĮGALINIMAS VILNIAUS POPULIARINIMUI

Šia strategine kryptimi siekiama sukurti darnų ir paveikų Vilniaus reprezentavimą aprūpinant ekosistemą standartizuota vizualine medžiaga ir palaikymu. Išsamus priemonių rinkinys užtikrins nuoseklų įvaizdį visose platformose, o ekosistemos nariams ir Vilniaus ambasadoriams suteiks galimybę veiksmingai populiarinti Vilnių visame pasaulyje. Centralizuota partnerystės sistema padės optimizuoti bendradarbiavimą, sustiprinti bendras pastangas ir padidinti Vilniaus tarptautinį matomumą.

03

TIKSLINIŲ KAMPANIJŲ KŪRIMAS VILNIAUS POPULIARINIMUI

Šia strategine kryptimi siekiama didinti Vilniaus žinomumą pasaulyje vykdant kampanijas tikslinėms rinkoms. Sutelkus dėmesį į skrydžių populiarinimą, miesto žinomumą ir panaudojant partnerystes bei specialius renginius, šiomis iniciatyvomis bus didinamas Vilniaus, kaip prioritetinės turizmo, verslo ir talentų pritraukimo krypties, žinomumas ir patrauklumas.

04

NAUJŲ KANALŲ PAIEŠKA IR ESAMŲ KANALŲ STIPRINIMAS

Ši strateginė kryptis siekia plėsti Vilniaus žinomumą tarptautinėje arenoje, tyrinėjant naujas komunikacijos galimybes ir stiprinant jau esamas iniciatyvas. Pritraukdami didžiuosius renginius, stiprindami festivalių tarptautinę komunikaciją, bendradarbiaudami su svarbiausiais žurnalistais ir įtraukdami visuomenę į kūrybiškas kampanijas, pristatysime Vilnių kaip gyvybingą, dinamišką ir tarptautinį miestą, kuris įkvepia tiek gyventojus, tiek lankytojus.

VILNIAUS SKAITMENINIO ĮVAIZDŽIO IR PREKĖS ŽENKLO SUVIENODINIMAS BEI STIPRINIMAS

Šia strategine kryptimi siekiama sustiprinti Vilniaus skaitmeninį matomumą ir suvienodinti prekės ženklo identitetą. Pagrindinės pastangos apima išsamų GV interneto svetainių UI / UX auditą siekiant pagerinti dizainą ir funkcionalumą bei taip sukurti patogesnę vartotojo patirtį. Strategijoje taip pat skiriama daug dėmesio prekės ženklo architektūros atnaujinimui ir prekės ženklo gairių tobulinimui siekiant užtikrinti darnų ir nuoseklų identitetą visose platformose. „Go Vilnius“ siekia suderinti savo skaitmenines ir prekės ženklo kūrimo pastangas su šiuolaikiniais standartais ir taip nustatyti naują meistriškumo etaloną.

„Go Vilnius“: rinkodara ir komunikacija

SKAITMENINIŲ KANALŲ APŽVALGA

UX, UI ir valdymas

Šis projektas apima išsamų visų GV svetainių UI/UX auditą, kurio tikslas – nustatyti tobulintinas dizaino, naudojimo patogumo ir naudotojų patirties sritis. Įgyvendinant projektą bus iširtos ir įgyvendintos naujos veiklos strategijos svetainės funkcionalumui ir naudotojų įsitraukimui pagerinti. Be to, bus atlikti visi būtini atnaujinimai ir optimizavimai, kad svetainės atitiktų šiuolaikinius prieinamumo, našumo ir naudotojų pasitenkinimo standartus.

PREKĖS ŽENKLO ARCHITEKTŪRA

Peržiūra ir atnaujinimas

Šiuo projektu siekiama sukurti darnų ir nuoseklų visų GV prekės ženklų identitetą, sutvarkant ir suvienodinant prekės ženklo architektūrą. Inicijatyva apims struktūrizuotos prekės ženklo sistemos kūrimą ir įgyvendinimą, kuri suderins visus GV prekės ženklus pagal vieningą identitetą. Taip bus užtikrintas vizualinių elementų, pranešimų ir prekės ženklo pozicionavimo nuoseklumas, sustiprintas bendras prekės ženklo matomumas ir palengvintas GV vertybių ir misijos perteikimas visose platformose ir aptarnavimo taškuose.

VILNIAUS PREKĖS ŽENKLAS

Prekės ženklo gairės Vilniaus savivaldybei

Vilniaus miesto prekės ženklo gairių suteikimas Vilniaus miesto savivaldybei, siekiant užtikrinti nuoseklų ir darnų identitetą, kuris derėtų su „Go Vilnius“ tarptautinės komunikacijos pastangomis.

VIZUALINIO IDENTITETO ATNAUJINIMAS

Atnaujintas prekės ženklo vadovas

Šiuo projektu siekiama atnaujinti GV prekės ženklo vadovą, kad būtų užtikrintas nuoseklus prekės ženklo identitetas. Jis apima dabartinį prekės ženklo vadovą, būtinų atnaujinimų integravimą ir pakeitimų patvirtinimą kartu su suinteresuotosiomis šalimis. Po to atnaujintas prekės ženklo vadovas bus išplatintas, o surengus mokymus bus užtikrintas veiksmingas įgyvendinimas visose komunikacijos priemonėse.

VILNIAUS POZICIONAVIMO ATNAUJINIMAS

Atnaujinta koncepcija

Šiuo projektu siekiama atnaujinti Vilniaus pozicionavimą, suderinant jį su naujausiais miesto pokyčiais ir kintančiais auditorijos lūkesčiais, kad jis taptų patrauklesnis visoms tikslinėms auditorijoms.

EKOSISTEMOS ĮGALINIMAS VILNIAUS POPULIARINIMUI

Šia strategine kryptimi siekiama sukurti darnų ir paveikų Vilniaus reprezentavimą aprūpinant ekosistemą standartizuota vizualine medžiaga ir palaikymu. Išsamus priemonių rinkinys užtikrins nuoseklų įvaizdį visose platformose, o ekosistemos nariams ir Vilniaus ambasadoriams suteiks galimybę veiksmingai populiarinti Vilnių visame pasaulyje. Centralizuota partnerystės sistema padės optimizuoti bendradarbiavimą, sustiprinti bendras pastangas ir padidinti Vilniaus tarptautinį matomumą.

VIZUALINĖS MEDŽIAGOS PRIEMONIŲ RINKINYS

Ekosistemos dalyviams

Šiuo projektu siekiama sukurti išsamų priemonių rinkinį, kuriame būtų pateikta standartizuota vizualinė medžiaga ir gairės. Projekto tikslas – užtikrinti nuoseklų ir veiksmingą Vilniaus vaizdavimą visose ekosistemos dalyse. Aprūpinamas suinteresuotąsias šalis šiais ištekliais, projektas leis sukurti vieningą ir darnų miesto įvaizdį, padidins jo atpažįstamumą ir patrauklumą.

AMBASADORIŲ KLUBAS

Nuomonės formuotojų ir populiarintojų tinklas

Ambasadorių klubo iniciatyva siekiama sukurti įtakingų asmenų ir organizacijų, kurios užsienyje galėtų būti Vilniaus ambasadoriais, tinklą. Suteikdamas tokiems ambasadoriams reikalingus išteklius, įžvalgas ir palaikymą, projektas suteiks jiems galimybę efektyviai populiarinti miestą, plėsti jo pasiekiamumą ir įtaką tarptautinėse rinkose.

EKOSISTEMOS ĮGALINIMAS

Vieningas naratyvas

Projektu siekiama įgalinti ekosistemos narius veiksmingai integruoti Vilniaus populiarinimą į savo tarptautinę veiklą. Teikdama reikiamus išteklius, gaires ir palaikymą, ši iniciatyva sustiprins ekosistemos potencialą atstovauti ir reklamuoti miestą pasaulinėje arenoje, taip užtikrindama nuoseklesnį jo matomumą.

PARTNERYSTĖS SISTEMA

Veiksmingas partnerysčių valdymas

Šiame projekte daugiausia dėmesio skiriama Go Vilnius partnerysčių optimizavimui, sukuriant centralizuotą sistemą. Ši sistema užtikrins partnerysčių skaidrumą ir aiškumą, leisdamas strategiškiau ir koordinuočiau naudoti išteklius visoje organizacijoje ir veiksmingiau valdyti abipusius vertės pasiūlymus. Užtikrindamas veiksmingesnį partnerysčių valdymą, projektas sustiprins bendradarbiavimą ir maksimaliai padidins bendrų pastangų poveikį.

TIKSLINIŲ KAMPANIJŲ KŪRIMAS VILNIAUS POPULIARINIMUI

Šia strategine kryptimi siekiama didinti Vilniaus žinomumą pasaulyje vykdant kampanijas tikslinėms rinkoms. Sutelkus dėmesį į skrydžių populiarinimą, miesto žinomumą ir panaudojant partnerystes bei specialius renginius, šiomis iniciatyvomis bus didinamas Vilniaus, kaip prioritetinės turizmo, verslo ir talentų pritraukimo krypties, žinomumas ir patrauklumas.

VILNIUS GASTRO

Gastronomijos temos pozicionavimas Vilniuje

Šiuo projektu siekiama įtvirtinti Vilnių kaip išskirtinę gastronomijos kryptį, apibrėžiant ir populiarinant miesto unikalų kulinarinį identitetą. Ši iniciatyva skirs dėmesį išskirtinių Vilniaus maisto kultūros elementų nustatymui ir išryškinimui, taip kurdama įtikinamą pasakojimą apie Vilniaus gastronomiją.

SKRYDŽIŲ POPULIARINIMAS

Skrydžių populiarinimo kampanijos

Šiame projekte daugiausia dėmesio skiriama tikslinių skrydžių populiarinimo kampanijų vystymui ir kūrimui siekiant padidinti susidomėjimą kelionėmis. Išryškinant skrydžių galimybes ir parodant, kaip patogų ir patrauklų keliauti į Vilnių ir iš jo, siekiama pritraukti daugiau keleivių ir paskatinti paklausą. Kampanijos bus strategiškai sukurtos taip, kad pasiektų pagrindines tikslines auditorijas, o galiausiai pagerintų Vilniaus susisiekimą ir padarytų Vilnių patrauklesne kryptimi tiek laisvalaikio, tiek verslo keliautojams.

KAMPANIJOS TIKSLINĖMS RINKOMS

Žinomumo didinimo ir pritraukimo kampanijos tikslinėms auditorijoms

Šiuo projektu siekiama išplėsti ir patobulinti kampanijas tikslinėms rinkoms, atkreipiant jų dėmesį ne tik į turizmą. Siekdama visapusiškai pristatyti įvairius regiono pranašumus, iniciatyva apims papildomas temas, pavyzdžiui, investavimo galimybes, talentų pritraukimą ir konferencijas. Stiprinant kampanijas siekiama pritraukti įvairesnes auditorijas ir plėsti Vilniaus miesto įvaizdį.

MIESTO ŽINOMUMO KAMPANIJOS

Bendradarbiavimas su platesne bendruomene

Šiuo projektu siekiama padidinti miesto žinomumą ir išskirtinumą įtraukiant BOLD elementą į keletą tikslinių kampanijų. Pasitelkiant strategines partnerystes ir organizuojant paveikius specialius renginius, bus pradėtos 3–6 atskiros kampanijos, renginiai arba kitokios akcijos pagrindiniams miesto akcentams išryškinti. Bus dedamos pastangos į bendradarbiavimą su ekspertais, bendruomenės įsitraukimą, kursų padės didinti Vilniaus žinomumą ir galiausiai pagerins jo, kaip gyvybingo ir dinamiško miesto, įvaizdį.

NAUJŲ KANALŲ PAIEŠKA IR ESAMŲ KANALŲ STIPRINIMAS

Ši strateginė kryptis siekia plėsti Vilniaus žinomumą tarptautinėje arenoje, tyrinėjant naujas komunikacijos galimybes ir stiprinant jau esamas iniciatyvas. Pritraukdami didžiuosius renginius, stiprindami festivalių tarptautinę komunikaciją, bendradarbiaudami su svarbiausiais žurnalistais ir įtraukdami visuomenę į kūrybiškas kampanijas, pristatysime Vilnių kaip gyvybingą, dinamišką ir tarptautinį miestą, kuris įkvepia tiek gyventojus, tiek lankytojus.

ŽURNALISTŲ TINKLAS

Tinklaveika su žurnalistais kontaktų mugėse

Šiuo projektu siekiama užmegzti naujus ir sustiprinti ryšius su svarbiausiais žurnalistais aktyviai dalyvaujant specializuotuose žiniasklaidos renginiuose. Skatinant tiesioginį ir prasmingą bendravimą su žiniasklaida, šia iniciatyva siekiama gerinti Vilniaus žinomumą. Tokia strateginė tinklaveika užtikrins, kad Vilnius ir toliau išliks įtakingų žurnalistų dėmesio centre, plės miesto žinomumą ir patrauklumą tarptautinėje žiniasklaidoje.

BENDRUOMENĖS ĮSITRAUKIMAS

Visuomenės įtraukimas į rinkodaros kampanijas

Šis projektas skirtas nustatyti, sukurti ir įgyvendinti būdus, kaip aktyviau įtraukti visuomenę į Vilniaus rinkodaros ir komunikacijos kampanijas. Eksperimentuojant su įvairiais metodais, siekiama atrasti efektyviausias strategijas, kurios paskatintų bendruomenės įsitraukimą. Tikslas – suteikti miestiečiams galimybę dalyvauti populiarinant Vilnių ir didinant miesto tarptautinį žinomumą bei patrauklumą.

TARPTAUTINĖ RENGINIŲ KOMUNIKACIJA

Vilniuje vykstančių renginių ir festivalių tarptautinės komunikacijos stiprinimas

Šiame projekte daugiausia dėmesio skiriama Vilniaus žinomumui pasaulyje didinti, stiprinant mieste vykstančių renginių ir festivalių tarptautinę komunikaciją. Bendradarbiaujant su savivaldybe, renginių organizatoriais ir kitais partneriais, siekiama identifikuoti galimybes ir maksimaliai išnaudoti turimų išteklių potencialą. Bus siekiama populiarinti potencialiausius miesto renginius, pozicionuojant Vilnių kaip patrauklią kultūros kryptį ir pritraukiant įvairią auditoriją iš viso pasaulio.

„Go Vilnius“

**NAUJOS
POTENCIALIOS
PLĖTROS SRITYS**



NAUJOS POTENCIALIOS PLĖTROS SRITYS

REIKŠMINGŲ TARPTAUTINIŲ RENGINIŲ PRITRAUKIMAS Į MIESTĄ

Vilniaus transformavimas į reikšmingos svarbos renginių vietą pritraukiant aukšto lygio tarptautinius kultūros festivalius, žymius sporto, kino ar kitus renginius, kurie įprastai rotuoja tarp miestų. Siekiant sukurti gyvybingą Vilnių ir išstisus metus apimantį reikšmingų renginių kalendorių. Toks požiūris padidintų miesto žinomumą, matomumą, pasaulinę reputaciją bei paskatintų ekonominį augimą.

POTENCIALIOS TEMOS:

muzika

sportas

mada

kinas

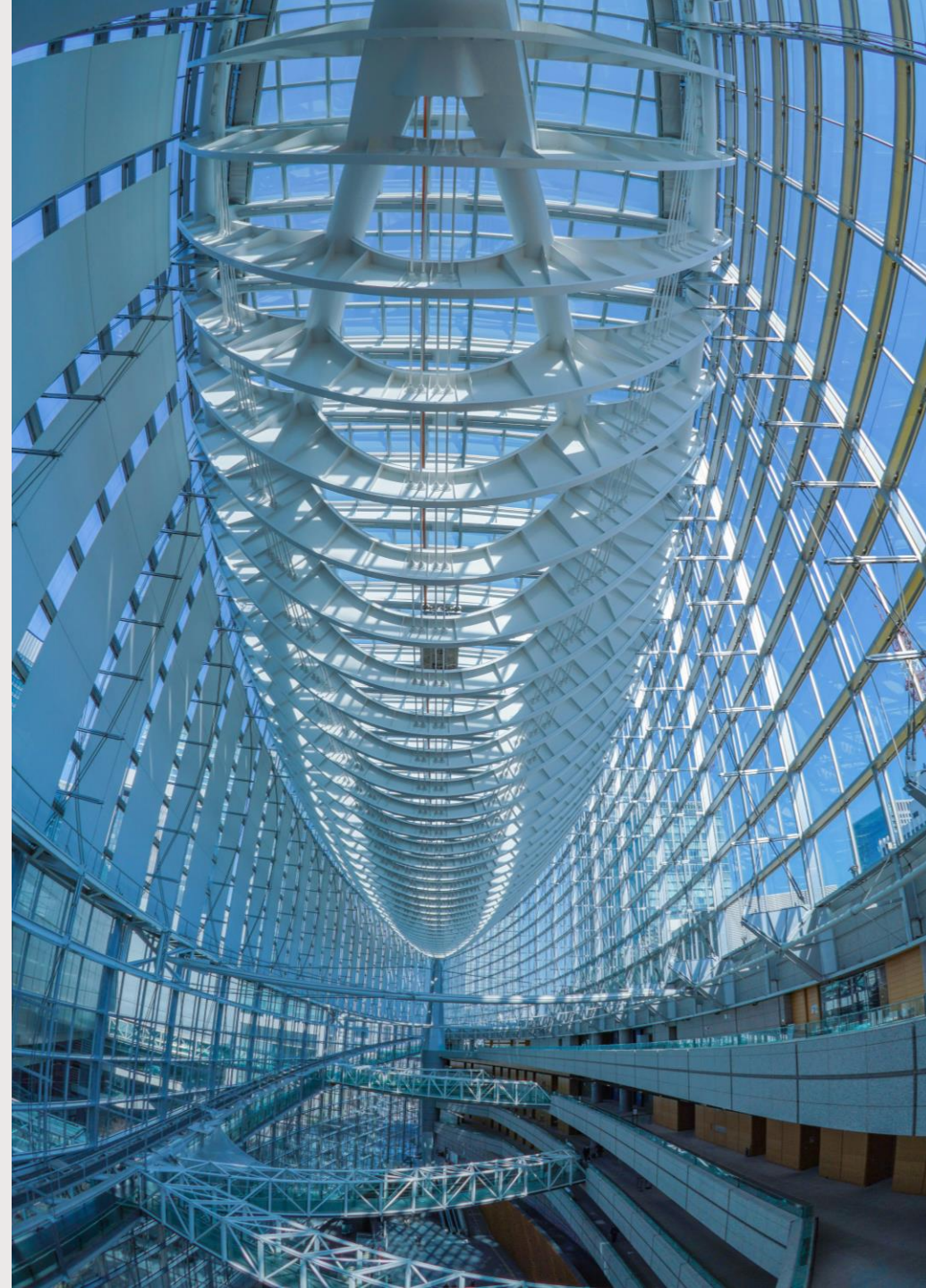
NAUJOS POTENCIALIOS PLĖTROS SRITYS

VILNIAUS KONGRESŲ CENTRAS

Naujas Vilniaus kongresų centras leistų miestui konkuruoti su miestais, turinčiais tarptautinių konferencijų ir kongresų centrus. Ši strateginė investicija padidintų miesto galimybes rengti prestižines aukšto lygio konferencijas, pritraukti pasaulinius klientus ir skatinti vietos ekonomiką, suteikiant moderniausias patalpas ir paslaugas.

„Go Vilnius“ atsakomybės:

- Ekonominės studijos organizavimas
- Ekspertinis įsitraukimas
- Tarptautinis miesto ir kongresų centro populiarinimas



NAUJOS POTENCIALIOS PLĖTROS SRITYS

PROJEKTAS „UPĖ“

Krantinės ekonomika ir pakrančių plėtra

Verslo skatinimas pakrantėse (pavyzdžiui, restoranų, rankdarbių parduotuvių), pritaikant tokias paskatas kaip mažos taršos zonos.

Laivyba ir viešojo transporto infrastruktūra

Vandens transporto maršrutų plėtojimas ir potencialus turizmo ir miesto bei uosto jungčių informacinis centras.

Miestų tiltai ir susisiekimas mieste

Tiltų jungčių skaičiaus didinimas siekiant pagerinti susisiekimą tarp miesto ir pakrančių.

Upės gatvės atgaivinimas

Upės gatvės ir jos pievos transformavimas į nuolatinį pramogų ir aktyvios veiklos centrą.

Miesto ir gamtos harmonija

Upės pozicionavimas kaip vientisos jungties tarp miesto gyvenimo ir gamtos.

Vandens sporto centras ir varžybos

Žirmūnų irklavimo bazės išplėtimas į vandens sporto ir tarptautinių varžybų centrą.

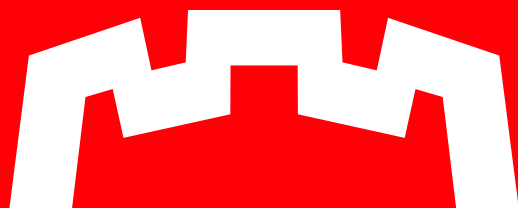
Neris miesto rinkodaroje

Neries upės panaudojimas kaip pagrindinio miesto rinkodaros simbolio įrengiant specialų informacinį centrą.

Navigacija ir istorinė reikšmė

Navigacijos sistemos įdiegimas ir Neries istorinio konteksto akcentavimas svečiams ir vietiniams gyventojams.

STRATEGIJĄ ĮGALINANČIOS SRITYS



ORGANIZACIJOS VYSTYMAS

Siekiant kurti intuityvią miesto patirtį tikslinėms auditorijoms, darbuotojų patirtis organizacijoje taip pat turi būti intuityvi.

Intuityvi darbo patirtis

EFEKTYVŲS VIDINIAI PROCESAI

- **Efektvus veiklos stebėjimas**
Strategiškai su įmonės tikslais suderintų KPI diegimas ir jų įgyvendinimas. Motyvacinės sistemos kūrimas, siekiant užtikrinti, kad tiek asmeniniai, tiek komandos pasiekimai tiesiogiai prisidėtų prie organizacijos sėkmės.
- **Efektvus planavimas**
Vienos projektų valdymo sistemos modernizavimas, procesų pritaikymas skyriams.
- **Efektvus išteklių valdymas**
Veiklos planavimo tobulinimas sujungiant sutarčių, biudžeto ir viešųjų pirkimų planavimą į vieną įrankį.

- **Veiklos tęstinumo užtikrinimas**
Rizikos plano rengimas, verslo veiklos tęstinumo proceso kūrimas ir užtikrinimas.
- **Viešųjų pirkimų procedūrų efektyvumas**
Viešųjų pirkimų procedūrų optimizavimas siekiant užtikrinti skaidrumą, greitį ir kaštų efektyvumą.
- **Efektvus sutarčių valdymas**
Užtikrinti centralizuota sutarčių priežiūra, naudojant standartizuotus procesus ir skaitmenines sistemas.

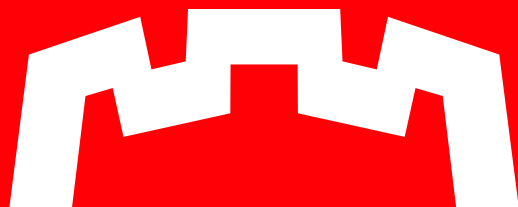
INTUITYVUS IR DUOMENIMIS GRĮSTAS SPRENDIMŲ PRIĖMIMAS

- **Centralizuotas duomenų valdymas**
Centralizuotos, nuolat atnaujinamos duomenų platformos, kurioje kaupiama visa aktuali informacija apie turizmą, konferencijas, verslo galimybes ir ekonominius rodiklius Vilniuje, sukūrimas ir palaikymas.
- **Dalijimasis informacija su suinteresuotosiomis šalimis**
Sistemoje svarbių duomenų rinkimo, kaupimo ir dalijimosi su suinteresuotosiomis šalimis ir ekosistemos dalyviais sistemos sukūrimas.

KULTŪROS KŪRIMO IR PALAIKymo INICIATYVOS

- **Darbuotojų įsitraukimas**
Kultūros, kurioje pirmenybė teikiama darbuotojų įsitraukimui ir pasitenkinimui, puoselėjimas, taip užtikrinant didesnę produktyvumą ir bendrą veiklos rezultatų siekimą.
- **Bendravimas ir skaidrumas**
Atvirų ir skaidrių bendravimo kanalų, kurie stiprina pasitikėjimą ir palengvina bendradarbiavimą visoje organizacijoje, kūrimas ir skatinimas.
- **Suderinamumas su vizija ir vertybėmis**
Užtikrinimas, kad darbuotojai gerai supranta, priima ir atitinka organizacijos viziją ir vertybes.

SANTRAUKA



VILNIUS – INTUITYVUS MIESTAS

Į klientus orientuoto modelio taikymas
tarptautinės miesto plėtros agentūros veiklai

INVESTICIJOS IR TALENTAI	TURIZMAS	KONFERENCIJOS	RINKODARA IR KOMUNIKACIJA
Intuityvios investuotojų patirties kūrimas	Vilniaus patirties pasiūlymų stiprinimas	Tvarių konferencijų skatinimas	Vilniaus skaitmeninio įsitraukimo ir prekės ženklo identiteto suvienijimas
Intuityvios talentų patirties kūrimas	Nišinio turizmo galimybių išnaudojimas	Intuityvios konferencijų organizatoriaus patirties kūrimas	Vilniaus populiarinimo suvienijimas per ekosistemos įgalinimą
Vilniaus inovacijų centrų stiprinimas	Turistų patirties skaitmeninimas	Asociacijų sektorius: strategijų ir partnerysčių stiprinimas	Tikslinių Vilniaus populiarinimo strategijų kūrimas
	Vilniaus turizmo ekosistemos stiprinimas		Naujų kanalų paieška ir esamų kanalų stiprinimas

	2023	2026		2023	2026		2023	2026		2023	2026
SUKURTA VERTĖ. Į Vilniaus biudžetą sumokėti Gyventojų pajamų mokesčio pinigai		255 M €	DIDĖJANTIS TURISTŲ SKAIČIUS VILNIUJE	1 191 345	1 265 000	DIDĖJANTIS TARPTAUTINIŲ KONFERENCIJŲ VILNIUJE SKAIČIUS	471	736	VILNIAUS ŽINOMUMO DIDĖJIMAS TIKSLINĖSE RINKOSE		+4 p.p.
VILNIAUS TECHNOLOGIJŲ VERSLO REKOMENDAVIMO INDEKSAS		+ 5 p.p.	TURISTŲ REKOMENDAVIMO RODIKLIS (NPS)	47 (2019)	+7 p.p.	KONFERENCIJŲ TURIZMO EKONOMINĖS VERTĖS DIDĖJIMAS	55 M €	65 M €	VILNIAUS PATRAUKLUMO DIDĖJIMAS TIKSLINĖSE RINKOSE		*
TALENTŲ REKOMENDAVIMO INDEKSAS		*	TURIZMO EKONOMINĖS VERTĖS DIDĖJIMAS	379 M €	403 M €	TURIZMO EKONOMINĖS VERTĖS DIDĖJIMAS		*			

DARBUOTOJŲ PASITIKĖJIMAS, ĮSITRAUKIMAS IR PRODUKTYVUS VEIKIMAS	Biudžeto plano vs fakto laikymasis	>95%	Suplanuotų pirkimų įgyvendinimas	>70%	Priskirtų užduočių įgyvendinimas laiku	>90%	Darbuotojų įsitraukimas	>83%
--	---------------------------------------	------	-------------------------------------	------	---	------	----------------------------	------