



Virtualūs gerųjų kaimo plėtros pavyzdžių turai

Dr. Vilija Malinauskaitė

# Apie mane

Šalies ar regiono prekės ženklo kūrimo ekspertė

20+ metų patirtis parduodant turizmo produktus užsienio rinkose

10+ metų patirtis dėstant rinkodarą universitete

3+ metų patirtis konsultuojant Lietuvos regionų viešąsias ir verslo įmones

3+ metų patirtis kuriant video ir audio turinį



guide  
24/7

Apie audiogidą Guide 24/7

Įmanieji audiogidai

Lietuvių



### Madeira - unikali gamtos sala

Portugalija

Kaina 8,99 € 340 km 3,5 d.

Audiogidas Guide24/7 kviečia pakeliauti po Portugalijos salą Madeirą, kuri pasižymi unikalia gamta. Maršrutą sudaro daugiau nei 40 pačių įvairių lankytinų objektų: autentiški miesteliai, paplūdimiai, apšvaigos...



### Rygos senamiesčio paslaptys

Latvija

Kaina 9,99 € 2,6 km 4,5 val.

Kartu su audiogidu Guide 24/7 kviečiame pasivaikščioti po Rygą. Greičiausiai daugelis lankėtes Rygoje, tačiau ar žinote, kad niekuo neįsiskiriančioje Alberto aikštėje už dabartinio...

Šalis

FRANCŪZIJA (1)

LATVIJA (0)

PORTUGALIJA (1)

ESTIJA (0)

balticway   
DESTINATION MANAGEMENT

VIRTUAL TOURS

REAL TOURS

CONTACTS

Login



## BALTIC CAPITALS



Ever considered visiting the Baltic States? Escape on a virtual vacation to bring a little piece of the Baltics to your living room! This tour is for your quick glance to the Baltic capitals: Vilnius, Riga and Tallinn. We invite you to join on this one-hour virtual tour from a comfort of your home!

MORE DETAILS

## DELICIOUS RIGA



Ever thought about Latvia's capital Riga as a Gourmet destination?





NUO 2021-01-27 02:00 IKI 2021-01-27 03:30 UTC+02

## Virtual Guided Tour of the Baltics

Internetinis renginys

[Apie](#) [Diskusija](#)

[Dalyvausiu](#)

### Išsami informacija

1 val. 30 min.

983 people responded



Renginys, kurį sukūrė [ThingstodoDC.com](#) ir [Embassy Experiences](#)

### Guests

[Žr. v](#)

**71**  
Dalyvavo

**912**  
SUSIDOMĖJO



Renata ir dar 27 draugai



MacBook Air





# Kodėl svarbu kurti įdomią informaciją?

---

Kas dieną vienas pasaulio gyventojas vidutiniškai pamato nuo 6 iki 10 tūkst. reklaminių žinučių. Vienos tuoj pat dingsta iš atminties, kitas pamatome akies krašteliu, o kai kurios užkabina mūsų dėmesį taip, jog paverčia mus lojaliais įmonės klientais ar prekės ženklo gerbėjais.



# Mitai

---

- KUKLUMAS ŽMOGŲ PUOŠIA.
- KALBĖTI TURI NE ŽODŽIAI, O DARBAI.

Kinų patarlė:

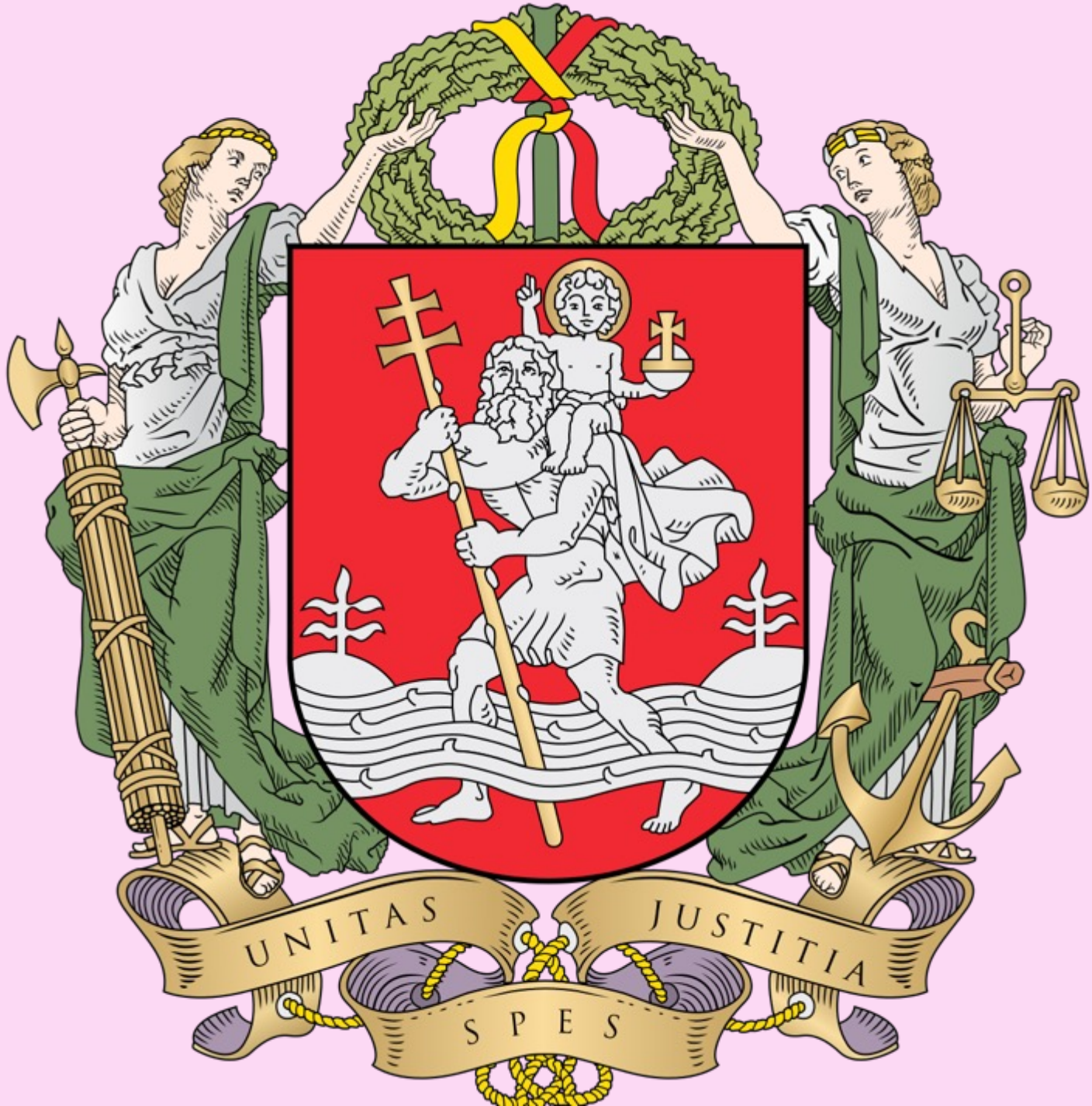
Per didelis nuolankumas slepia puikybę.

# Turinio svarba

„**Iškilumo**“ šalininkai (angl. brand salience). Tai gana naujas požiūris, susijęs su pastarojo laikotarpio Byrōno Sharpo ir kitų mokslininkų iš Ehrenbergo-Basso instituto darbais. Šios teorijos šalininkai tiki, kad yra didesnė tikimybė, jog vartotojas pasirinks tą prekės ženklą, kuris atliepia ne kažkokį vieną vartotojo poreikį, bet daugelį jų. Todėl prekės ženklo sėkmė pirmiausia priklauso ne nuo kažkokios vienos išskirtinės asociacijos sukūrimo (prekės ženklo išskirtinumo), bet nuo jo sugebėjimo sukurti daugybę asociacijų, būti tapatinamu su galimybe patenkinti daugelį vartotojų poreikių. Kitais žodžiais tariant, vartotojas pasirinks ne tą prekės ženklą, kuris yra „išskirtinai gražus“, bet tą, kuris bus ir gražus, ir patogus, ir prieinamas kainos prasme ir dar labai gerai žinomas.



Miesto ar kitos gyvenvietės įvaizdis šiuolaikiniame pasaulyje svarbus daugeliu aspektų – siekiant pritraukti naujų investicijų, gyventojų ir turistų ar tiesiog plečiant miesto infrastruktūrą. Geras įvaizdis nesusikuria savaime. Didmiesčių, miestelių ar kaimų įvaizdžio formavimas – daug pastangų reikalaujantis kūrybinis darbas, kuris turi atspindėti vietos žmonių veiklą, jų savivoką, vertybes ir padėti vietovės išskirtinumą paversti pasakojimu bei konkurenciniu pranašumu. Deja, bet taip būna ne visada. **Kodėl vienos vietovės traukia turistų ir investuotojų žvilgsnius, o kitoms savo identitetą perteikti sekasi sunkiai?**



Dažniausia, seniausia ir plačiausiai matoma vizualinė vietovės identiteto išraiška – herbas. Juos turi net ir patys mažiausi miesteliai. Herbai puošia oficialius dokumentus, jais žymimos rajonų ar seniūnijų ribos. Ir nors tai puikus skiriamasis ženklas, tačiau herbai yra tik istorinis reliktas, su kuriuo šiuolaikiniam žmogui sunku rasti asmeninį ryšį.

Todėl atsiranda poreikis šiuolaikinėmis priemonėmis išreikšti vietovės identitetą.



## **Herbas – praeitis, pasakojimas – ateitis**

Vietovės prekės ženklo kūrimas (angl. *place branding*) apima bet kokio geografinio vieneto tapatybės kūrimą – šalies, regiono, miesto ar net mikrorajono, kaip Užupio respublika. Dažniausiai prekės ženklus kuria miestai, kurie sparčiai plečiasi, yra labai koncentruoti ir turi tam resursų.

Spartus urbanizacijos procesas lemia tai, kad vis daugiau vietovių, ne tik miestų, renkasi kurti savo identitetą. Tai sukuria poreikį kurti vietovės įvaizdį – pasakojimą, kuris suvienytų kartu gyvenančius skirtingus žmones.

Vietovės prekės ženklas kuria **pasakojimą** apie geografinę vietą ir suderina jos praeitį, dabartį ir ateitį. Jį kuriant ieškoma bendrų socialinių vardiklių – kas jungia ten gyvenančius žmones, kokios yra bendruomenės vertybės, kokia išskirtinė veikla puoselėjama tame krašte. Vertinant vietovės prekės ženklą iš komunikacijos perspektyvos, pagrindinis jo pranašumas – galimybė valdyti įvaizdį, formuoti nuomonę ir atskleisti ilgalaikius strateginius vietovės tikslus.





Virtualūs turai – kas tai?

Jūsų potencialus klientas 3D turo metu virtualiai vaikšto po erdvę, žvalgydamasis į visas puses. Virtualus turas talpinamas internete, todėl juo naudotis galima esant bet kurioje pasaulio vietoje, visais įrenginiais. Turą lengva integruoti į Jūsų puslapį, tereikia įterpti mūsų suteiktą kodą. Intuityvi vartotojo sąsaja virtualaus turo teikiamais privalumais leidžia mėgautis net ir neturintiems artimo sąlyčio su technologijomis. Vadinasi, „virtuali kelionė“ pasiekama visiems, visur ir visada.





### **Nekilnojamojo turto projektams**

3D turai padeda interaktyviai pristatyti NT objektą internete. 3D turas sudomina ir sukelia klientui pasitikėjimą.



### **HORECA sektoriui**

Padarysime Jūsų potencialiam klientui įspūdį pirmo susipažinimo metu su Jūsų verslu internete ir padidinsime apsilankymo tikimybę.



### **Statybų sektoriui**

360 patalpų skenavimas itin pravartus stebėti statybos proceso eigą. Projektu suinteresuoti asmenys galės lengvai matyti progresą būdami bet kurioje pasaulio vietoje.



### **Pramogų erdvėms**

Rinkdamiesi, kur pramogauti, žmonės dažnai ieško informacijos internete. Pasirūpinsime Jūsų pramogų erdvės pristatymu skaitmeninėje erdvėje.



### **Kultūros projektams**

Įamžinsime Jūsų parodą ar ekspoziciją į 3D turą, kad ji būtų pasiekama iš viso pasaulio, bet kuriuo paros metu.



### **Parduotuvėms ir salonams**

360 turai suteikia galimybę virtualiai vaikščioti po parduotuvę ir išsirinkti prekes iš prekių lentynų, taip pat, kaip fizinėje parduotuvėje.



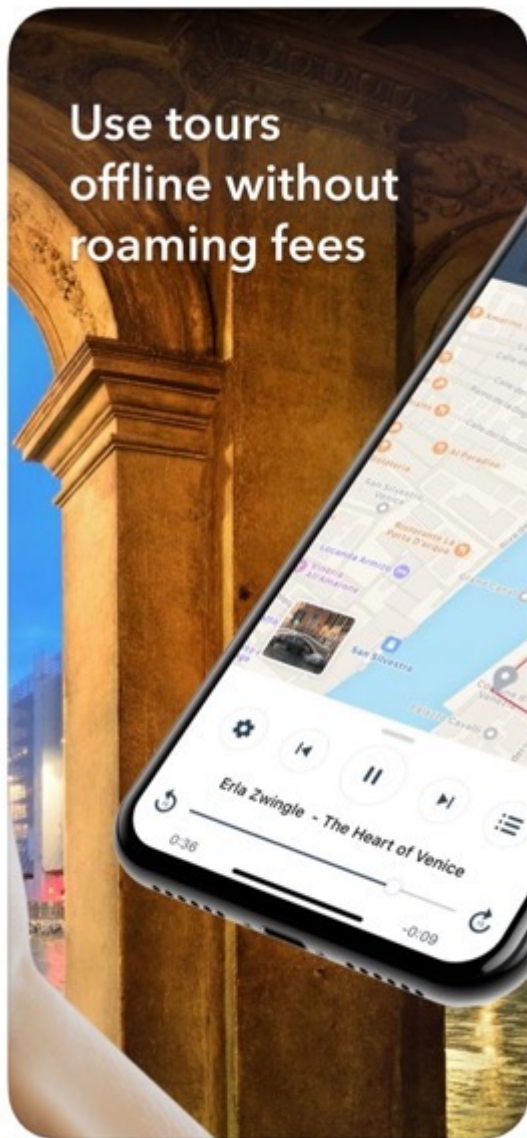
Virtualių turų technologinės  
galimybės ir paskirtis



Go on immersive audio tours

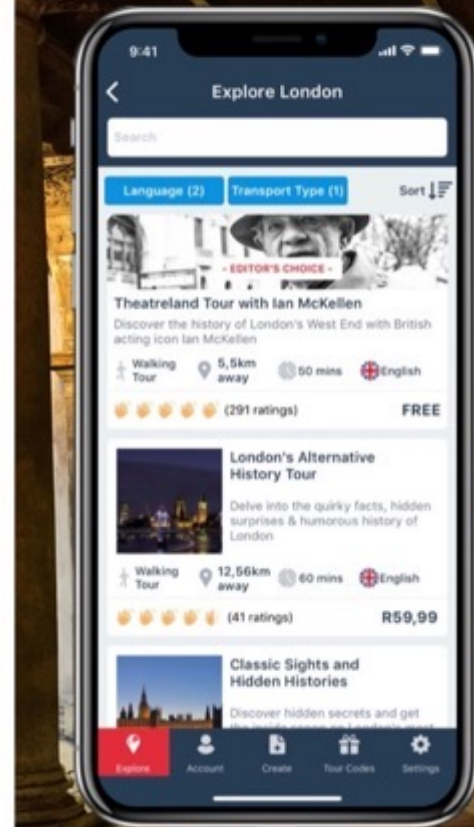


Use tours offline without roaming fees



Explore at your own pace with GPS autoplay

Choose tours that match your interests







Virtuali realybė



Point to landmark to explore city history

## Colosseum



The Colosseum or Coliseum is an amphitheatre in the city centre of Rome, Italy. It is largest amphitheatre ever built and can hold between 50 000 and 80 000 visitors. It was used for gladiator contests and re-enactments of famous battles. It is one of the most popular tourist landmarks in Rome. Construction began in 72-73 AD and completed in 79 AD. Massive workforce was used mainly from Jewish prisoners. The Colosseum was badly damaged in 217 AD by fire which destroyed upper levels.



1323 m. sausio 25 d. Lietuvos didžiojo kunigaikščio Gedimino laiškas. Pergamentas, 29x15 cm



Lietuvos parlamento pastatas



Lietuvos parlamento pastato grindys. Pastatas iš paukščio skrydžio



Parlamento pastatas. Vilniaus senųjų pastatų rekonstrukcija, 1894 m.

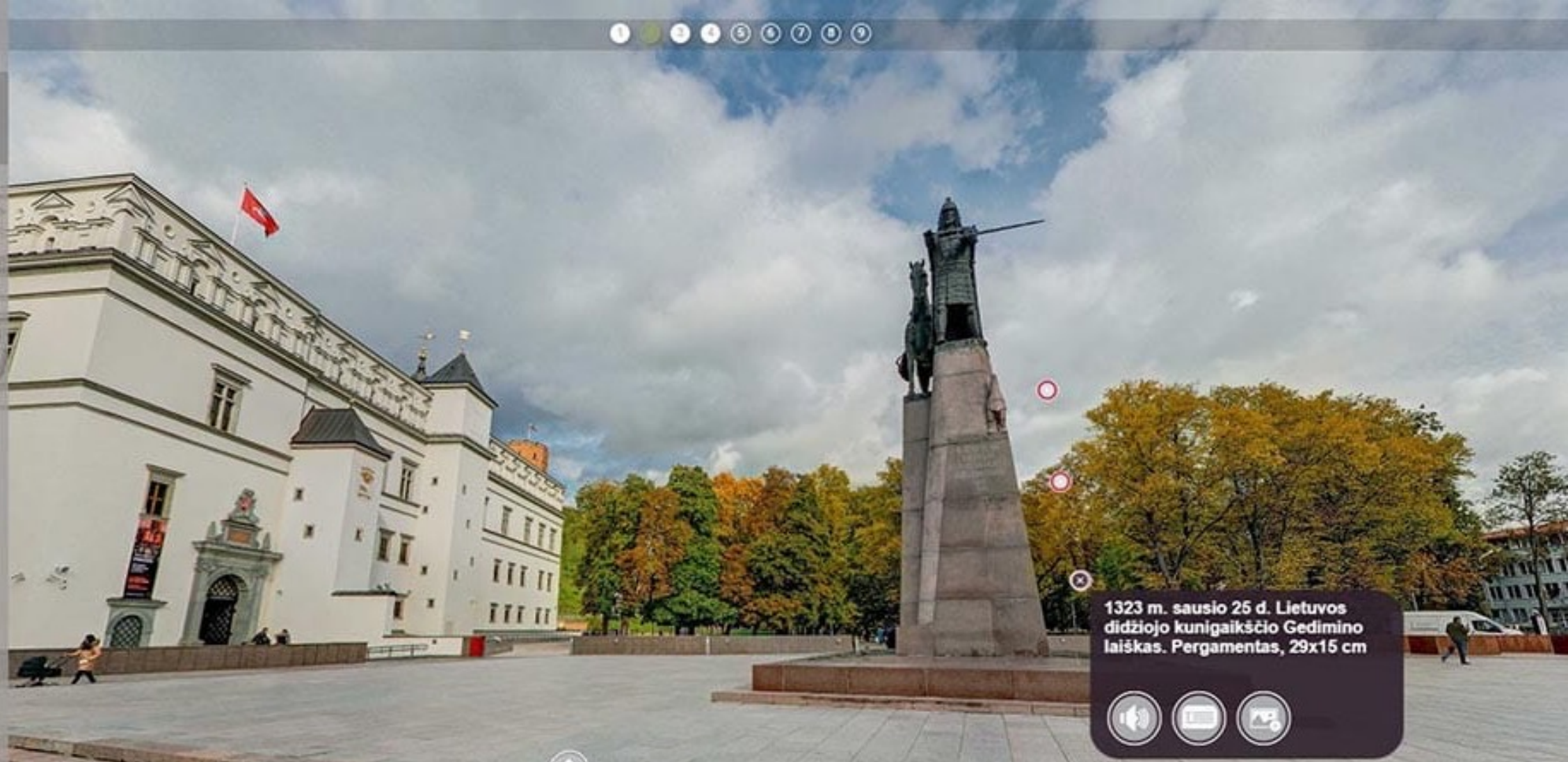


Parlamento pastatas. Vilniaus senųjų pastatų rekonstrukcija, 1894 m.



<<

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9



1323 m. sausio 25 d. Lietuvos didžiojo kunigaikščio Gedimino laiškas. Pergamentas, 29x15 cm



# Video turai

- < > ↑ ↓ + -





## Rygos senamiesčio paslaptys

Latvija

Kartu su audiogidu Guide 24/7 kviečiame pasivaikščioti po Rygą. Greičiausiai daugelis lankėtės Rygoje, tačiau ar žinote, kad niekuo neišsiskiriančioje Alberto aikštėje už dabartinio „Avalon“ viešbučio, daugiau nei prieš 800 metų buvo įsikūręs lyvių kaimas. Čia gyvavo ir senovinis uostas, kur išsilaipino Rygos įkūrėjo – vyskupo Alberto kariuomenė. Manoma, kad būtent nuo šios vietos ir prasidėjo Rygos miestas. Pasiklausykite patikėtų istorijų, kodėl

### Rygos senamiesčio paslaptys

 2.6 km  4.5 val.

Pirkti audiogidą 9.99 €



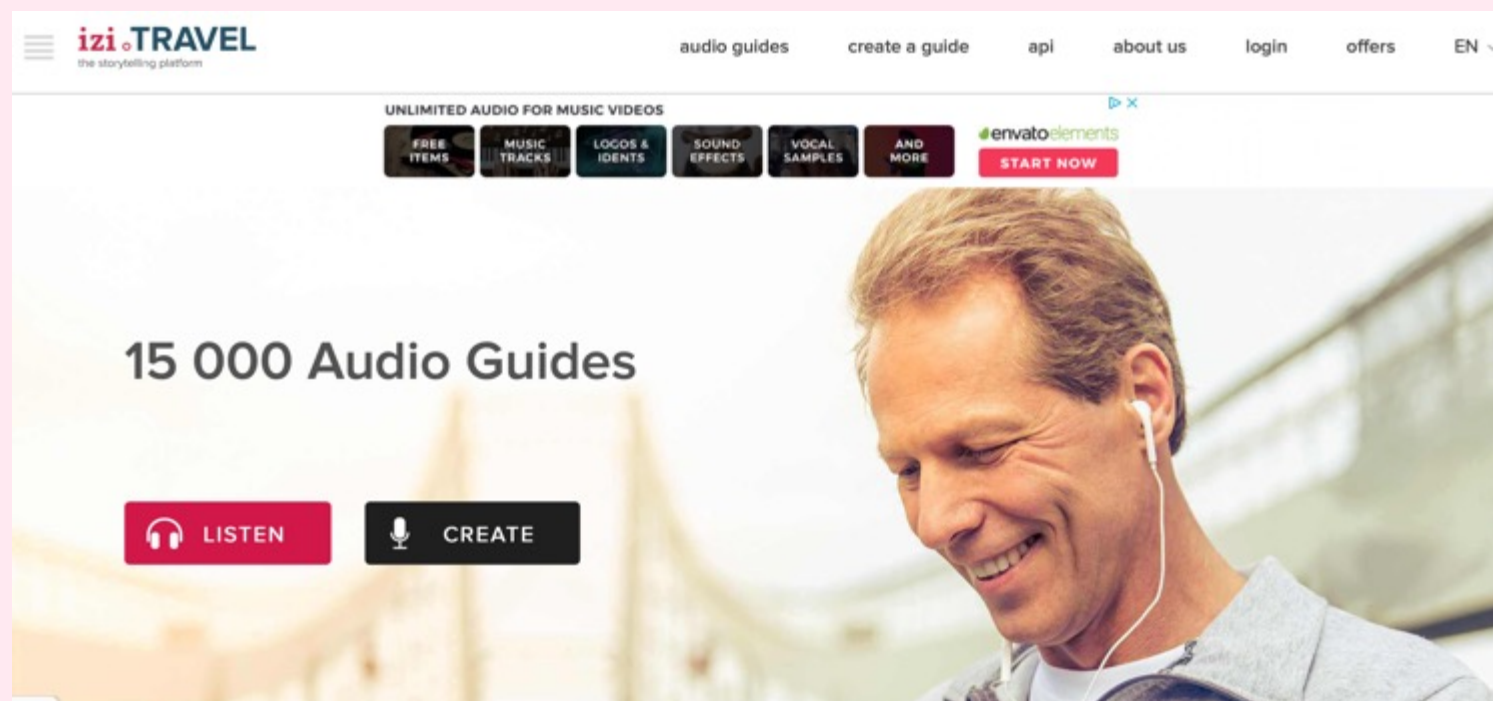
# Audio turai ir žaidimai

<https://www.guide24-7.lt/audiogidai/rygos-senamiescio-paslaptys/>



Žaidimai

# Ar visada reikia savo aplikacijos?





# Virtualių turų panaudojimo galimybės gerųjų projektų pavyzdžių viešinimui



## Palangoje naujos interaktyvios pramogos

☆ 0,00 (0) ☆ ☆ ☆ ☆ ☆

Turite būti prisijungę, jei norite įvertinti.

by We love Lithuania © 2022-08-11



1



Palangos turizmo informacijos centras rugpjūčio 9 d. sukvietė kurorto svečius į Palangos kurorto muziejų, kuriame surengė Projekto „Kultūrinis turizmas“ (2020-08-13 paramos sutarties Nr. 1S-279, įgyvendinamo pagal 2014-2020 m. Europos kaimynystės priemonę pristatymą. Renginio metu Palangos TIC direktorė Rasa Kmitienė pristatė naują turistinį maršrutą „Istorinė Palanga vakar ir šiandien“, kuriuo kviesime keliauti mūsų svečius po Palangos istorinius laikotarpius atrandant lankomus objektus, interaktyvią parodą. Renginio svečiai galėjo išbandyti kelionę laikų po istorinę Palangą žiūrint 3D filmą „Palangos istorijos“ bei sudalyvauti virtualios realybės mini turuose.

Fotografijų parodos tikslas – reprezentatyviai perteikti Palangos kurorto istorinio ir kultūrinio paveldo unikalumą, atskleidžiant svarbiausius kurorto raidos laikotarpius: iki XIX a. pr., Grafų Tiškevičių valdymo laikotarpis, tarpukaris, sovietmetis ir dabartis.

## Virtualus turas



Naujienos Pamatyk! Šiaulių rajonas

### Virtualus pasivaikščiojimas po Kuršėnus L.Ivinskio pėdomis

by We love Lithuania © 2022-09-27

Tauta be istorinės atminties neegzistuoja. Atmintyje išlieka ryškiausios asmenybės, nulėmusios įvykių raidą, turėjo poveikį žmonių gyvenimams. Istorinė atmintis ugdo meilę savajam kraštui, prisirišimą, primena, kas...



Joniškis Naujienos Pamatyk!

### Joniškis kviečia virtualiam vizitui: virtualus turas

by We love Lithuania © 2022-09-13

Daunoravos dvaras Joniškio Nepriklausomybės paminklas Joniškio piešinys Joniškio vasaros estrada Joniškio parkas Joniškio Istorinių asmenybių freska Craftsmen on the road Kaliausių fabrikėlis Joniškio Sinagogų...



Kryžių kalnas Naujienos Pamatyk! Šiaulių rajonas

### Virtualus Kryžių kalno turas – jau 6 užsienio kalbomis

by We love Lithuania © 2022-07-12



# Gerieji pavyzdžiai

<https://welovelithuania.com/joniskis-kviecia-virtualiam-vizitui-virtualus-turas/>



Vietovas® E3  
info@vietovas.it





- <http://turas.siauliurajonas.lt/kryziukalnas/?lang=en>

# 10 įdomiausių virtualių turų po Lietuvos muziejus

☆ 0,00 (0) ☆ ☆ ☆ ☆ ☆

Turite būti prisijungę, jei norite įvertinti.

by Kelionės su vaikais © 2022-01-11

👍 0



Kai už lango beprasidedančios šalnos, o pasaulis sukaustytas viruso baimės, „[Kelionės su vaikais](#)“ Jūsų jaukiems vakarams su šeima atrinko įdomiausius muziejus virtualiems apsilankymams.

Taigi pasidarome skanios arbatos, jaukiai susėdame prie kompiuterio ir pirmyn į virtualius turus, kurie tikrai yra ne tik įtraukiantys bei įdomūs, bet ir naudingi mūsų žinių багаžui. O gyvenantiems ar žiemojantiems ne Lietuvoje, puikus būdas su vaikais apsilankyti Lietuvos muziejuose, domėtis Lietuvos istorija ir geografija.

<https://www.litfood.lt/turas/Pienas/>

<https://welovelithuania.com/10-idomiausiu-virtualiu-turu-po-lietuvos-muziejus/>





LITHUANIA &  
LATVIA JEWISH  
TOUR

# Kaip sukurti video turą?

## **Nustatykite tikslus**

Tai gali labai skirtis įvairiuose sektoriuose, tačiau vienas dalykas išlieka tas pats visose pramonės šakose. Žinodami, koks yra jūsų konkretus tikslas, galėsite jį pasiekti efektyviau. Kai žinote savo planą, galite nukreipti savo vaizdo įrašus geriausia kryptimi, kad jį pasiektumėte.

Pavyzdžiui, nekilnojamojo turto agentai gali norėti parodyti kuo daugiau turto objektų ir sutaupyti laiko. Jiems būtų naudinga sutelkti dėmesį į tai, kad būtų galima pasirinkti įrankius, atitinkančius šį tikslą, kad jie būtų efektyvūs su turimu laiku.



## **Pirmenybę teikite kokybei**

Jei turite pasirinkti tarp to, kiek laiko gali būti vaizdo įrašas, ir vaizdo įrašo kokybės, teisingas pasirinkimas paprastai bus kokybės gerinimas.

Nesvarbu, kokia ilga ar išsami yra vaizdo įrašų kelionė, ji nepadės vartotojams nieko nuspręsti apie jūsų verslą, jei jo nebus galima peržiūrėti didelės raiškos. Aukštos kokybės vaizdai yra akį traukiantys, įtraukiantys ir įsimintini. Investicijos į šią kategoriją tikrai yra svarbiausios.

## **Ribokite netvarką**

Netvarka būna įvairių formų ir formų. Nuo foninio triukšmo iki perpildytų šiukšlių dėžių – visų tipų netvarka blaško žiūrovą. Rengiant virtualias vaizdo ekskursijas, skirtas parodyti nekilnojamojo turto sąrašą ar supažindinti investuotoją su biuro planais, visa netvarka turėtų būti pašalinta. Vienas puikus būdas tai padaryti yra ištraukti telefoną ir jame nufilmuoti bandomąjį virtualų turą. Paleiskite vaizdo įrašą sulėtintai ir sužinokite, ar kas nors atkreipia jūsų dėmesį nuo pagrindinio tikslo.



## **Platforma ir suderinamumas**

Galiausiai įsitikinkite, kad jūsų sukurtus virtualius vaizdo įrašus gali peržiūrėti jūsų numatyta auditorija. Pasirinkite tinkamą vaizdo įrašų platformą ir įsitikinkite, kad vaizdo įrašas bus tinkamas skirtingų tipų įrenginiams.





# Virtualių turų objektų pasirinkimas

- Išskirkite vieną pagrindinį privalumą, kurį norite parodyti, vieną idėją, vieną vedančią mintį.
- Laikas – geriausias nuo 15 s iki 1 min.
- Jausmas – žiūrovas turi įsitraukti.
  
- Nereikia daug objektų – svarbu parodyti pačius geriausius, kurie turi jungiančią mintį.

# Virtualaus turo turinio planavimas

- Viena žinutė;
- Detalus planas - scenarijus;
- Akcentai – geriausiai vienas.



# 6 Thinking Hats

*Edward de Bono*



**Process driven**



**Facts driven**



**Feelings,  
intuition**

**6 mental attitudes  
that we all have**



**New ideas,  
creative attitude**



**Optimism : examine  
benefits, feasibility**



**Careful examination  
of negative aspects**

# 6 skrybėlių metodas

## **1. BALTA SKRYBĖLĖ.**

“Užsidėję” baltą skrybėlę dėmesį koncentruojame į objektyvią informaciją: faktus ir skaičius. Taip pat, be tos informacijos, kurią jau turime, galime pasvarstyti ir apie tai, kokios informacijos mums trūksta ir kaip galime ją gauti.

## **2. RAUDONA SKRYBĖLĖ.**

Tai – jausmų, emocijų ir intuicijos skrybėlė. Šiame etape nesigiliname į smulkmenas ir svarstymus, o išsakome visas intuityvias prielaidas. Kalbame apie emocijas (baimė, džiaugsmas, susižavėjimas, nerimas ir t.t.), kurios kyla galvojant apie vieną ar kitą sprendimą. Čia labai svarbu būti sąžiningu tiek su savimi, tiek su kitais (jeigu procese dalyvauja kiti žmonės).

### **3. GELTONA SKRYBĖLĖ.**

“Užsidėję” geltoną skrybėlę, mes galvojame apie spėjamus privalumus, kuriuos gausime pasirinkę vieną ar kitą sprendimo variantą. Galvojame apie naudą ir galimas perspektyvas. Net tada, jeigu idėja iš pirmo žvilgsnio atrodo neturinti nieko teigiamo, svarbu atidžiai išanalizuoti ir atrasti būtent teigiamą pusę bei joje slypinčius teigiamus resursus.

### **4. JUODA SKRYBĖLĖ.**

Su juoda skrybėle situaciją (užduotį, pasiūlymą) vertiname kritiškai: “įjungiamo” atsargumą ir nagrinėjame galimas grėsmes, tikėtiną riziką ir pavojus, svarbius ir tariamus trūkumus. Tampame tais, kurie ieško “akmenų po vandeniu”, na, ir pabūkime šiek tiek pasimistais.



## **5. ŽALIA SKRYBĖLĖ.**

Tai kūrybos, alternatyvų paieškos ir pokyčių skrybėlė. Žiūrime į pačius įvairiausius variantus, kuriame naujas idėjas, keičiame jau esančias ir nagrinėjame tai, kas jau padaryta. Čia labai svarbu į situaciją (užduotį, pasiūlymą) pasižiūrėti nestandartiškai ir neriboti vaizduotės. Šiame etape galimos viso alternatyvos, net ir tos, kurios iš pirmo žvilgsnio gali atrodyti beprotiškos.

## **6. MĖLYNA SKRYBĖLĖ.**

Šeštoji mąstymo skrybėlė yra skirta apibendrinti idėjos realizavimo procesus. Naudodami mėlyną skrybėlę prieš visas kitas, mes nustatome tai, ką mums reikės padaryti, tikslus, kurių sieksime procese. O pabaigoje naudodami mėlyną skrybėlę, aptariame vykusį procesą, įvertiname jo naudą, efektyvumą ir darome išvadas.

# MINDMAP SUMMARY OF SIX THINKING HATS

Another great worksheet from [fuzz2buzz.com](http://fuzz2buzz.com)





Žemė – tarsi kaimas, kuriame gyvena 100 žmonių.

Jei 7 milijardus žmonių, gyvenančių žemėje, įsivaizduotume kaip 100 žmonių kaimą, jame būtų:

61 iš Azijos (tarp jų: 19 iš Kinijos, 18 – Indijos), 15 – Afrikos, 10 – Europos, apie 9 – Pietų Amerikos, 5 – Šiaurės Amerikos;

12 kalbėtų kinų (mandarinų) kalba, 5 – ispanų, 5 – anglų, 5 – hindi arba bengalų, 3 – arabų, daugiau nei po 2 – portugalų, rusų ir japonų, 1 – vokiečių, o kiti galėtų pasirinkti vieną iš 6 tūkst. mūsų planetos kalbų;

33 būtų krikščionys, 22 – islamo išpažinėjai, 14 – induistų, 7 budistai ir 2 ateistai (ir tikriausiai įvairių kitų tikėjimų);

82 būtų iš mažiau išsivysčiusių šalių, 51 – miestietis;

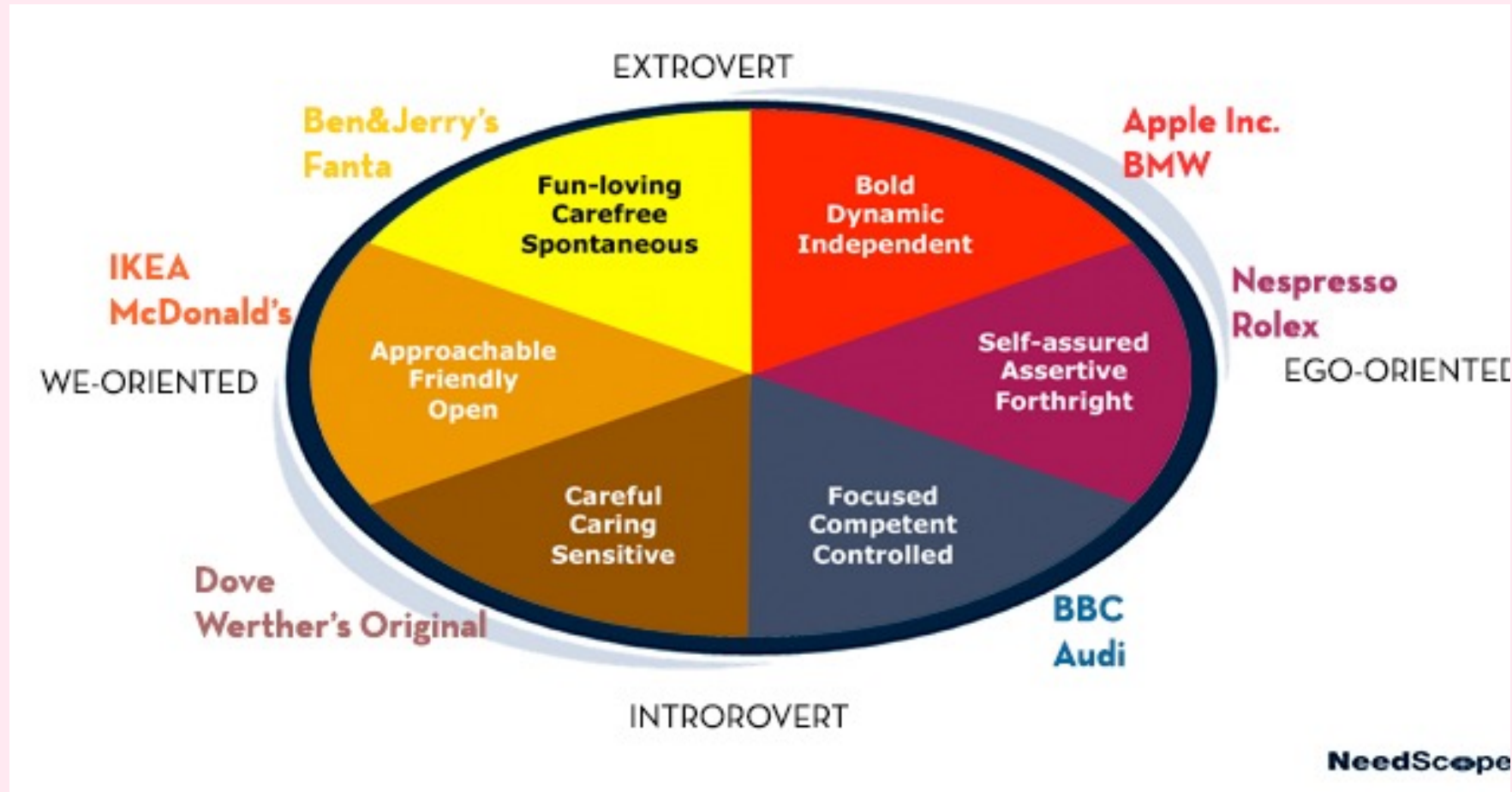
77 kaimiečiai naudotų mobiliuosius telefonus. 33 būtų interneto vartotojai,

15 turėtų interneto prieigą namuose;

33 tikėtų raganavimu, ufonautais, dvasiomis ir pan., 7 būtų beraščiai, 7 turėtų universitetinį išsilavinimą, 5 būtų homoseksualūs.



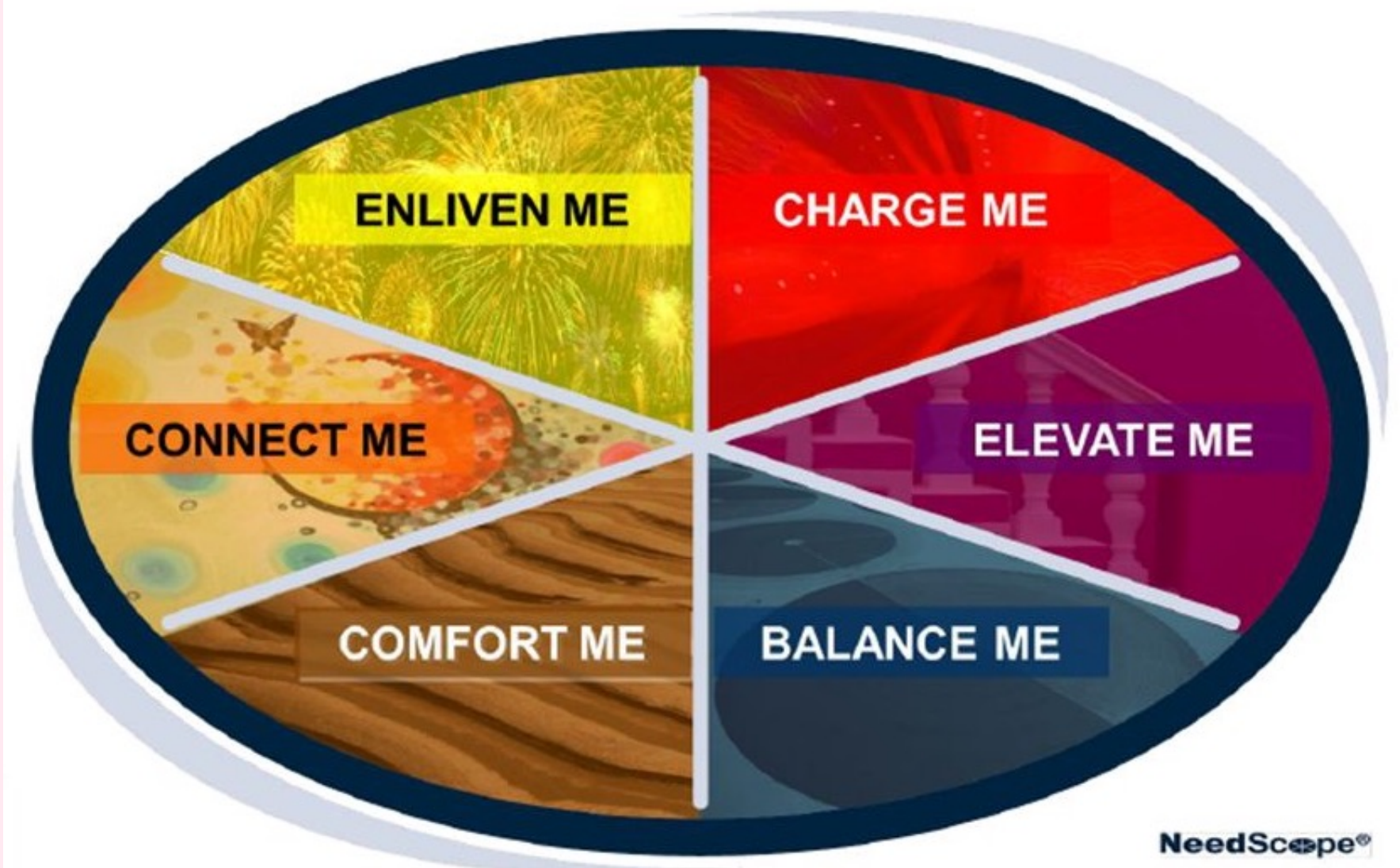
# Vartotojo pasirinkimas



These dynamics are expressed in a range of courageous strategies.



NEEDSCOPE®



**ENLIVEN ME**

**CHARGE ME**

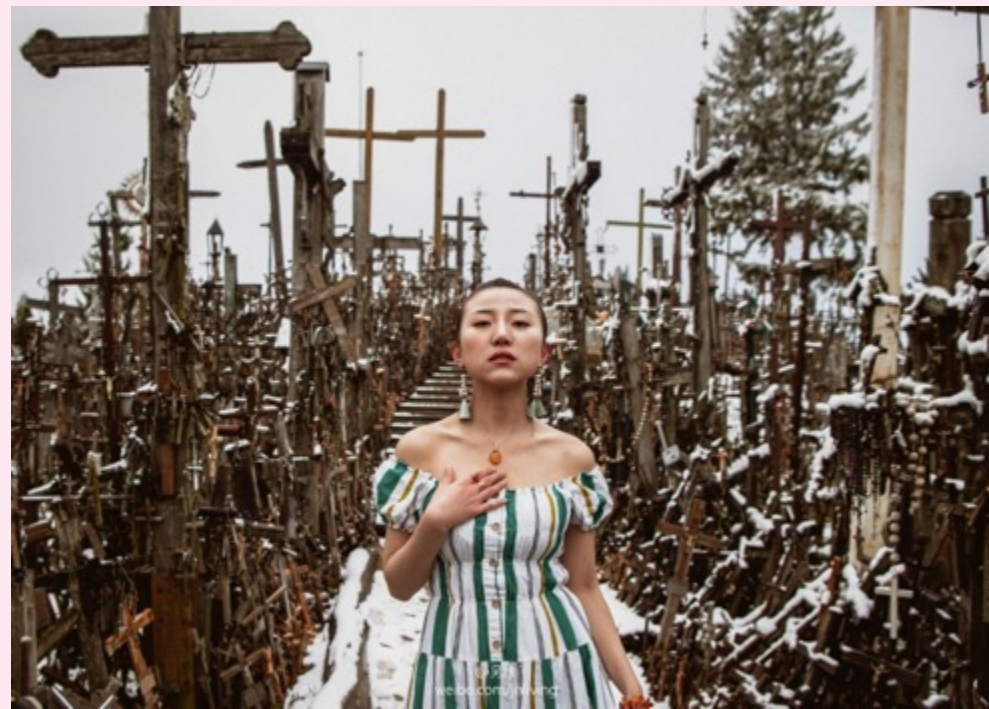
**ELEVATE ME**

**BALANCE ME**

**COMFORT ME**

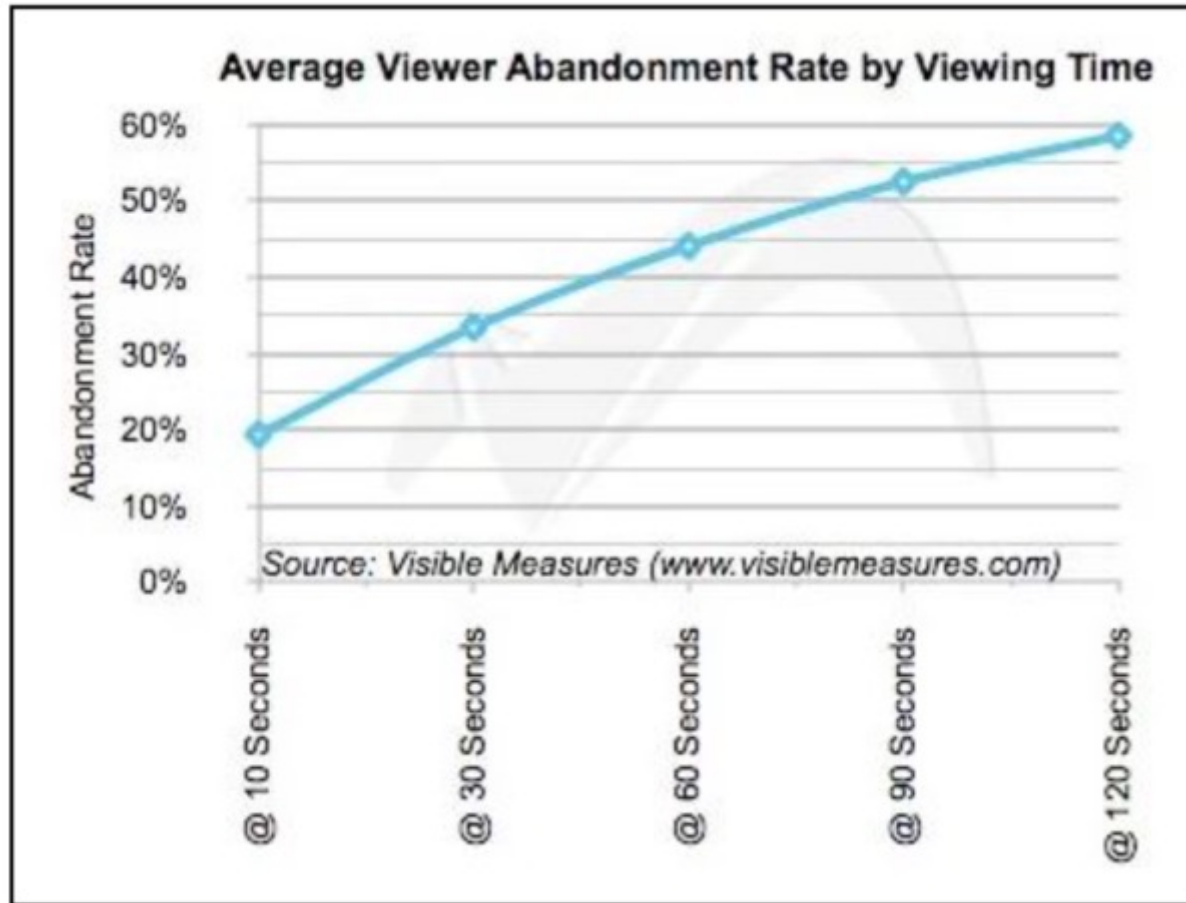
**CONNECT ME**



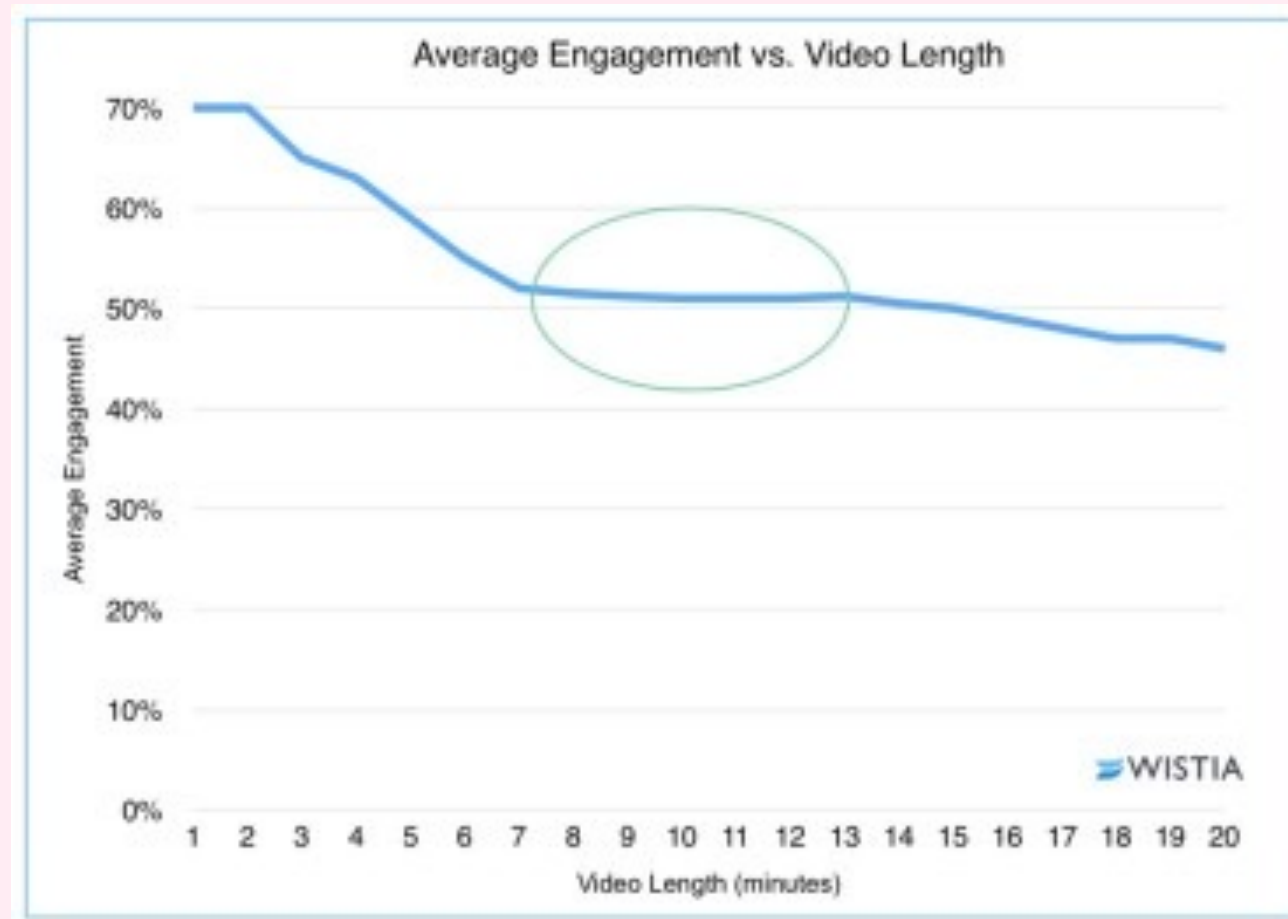




# Kiek laiko truks?

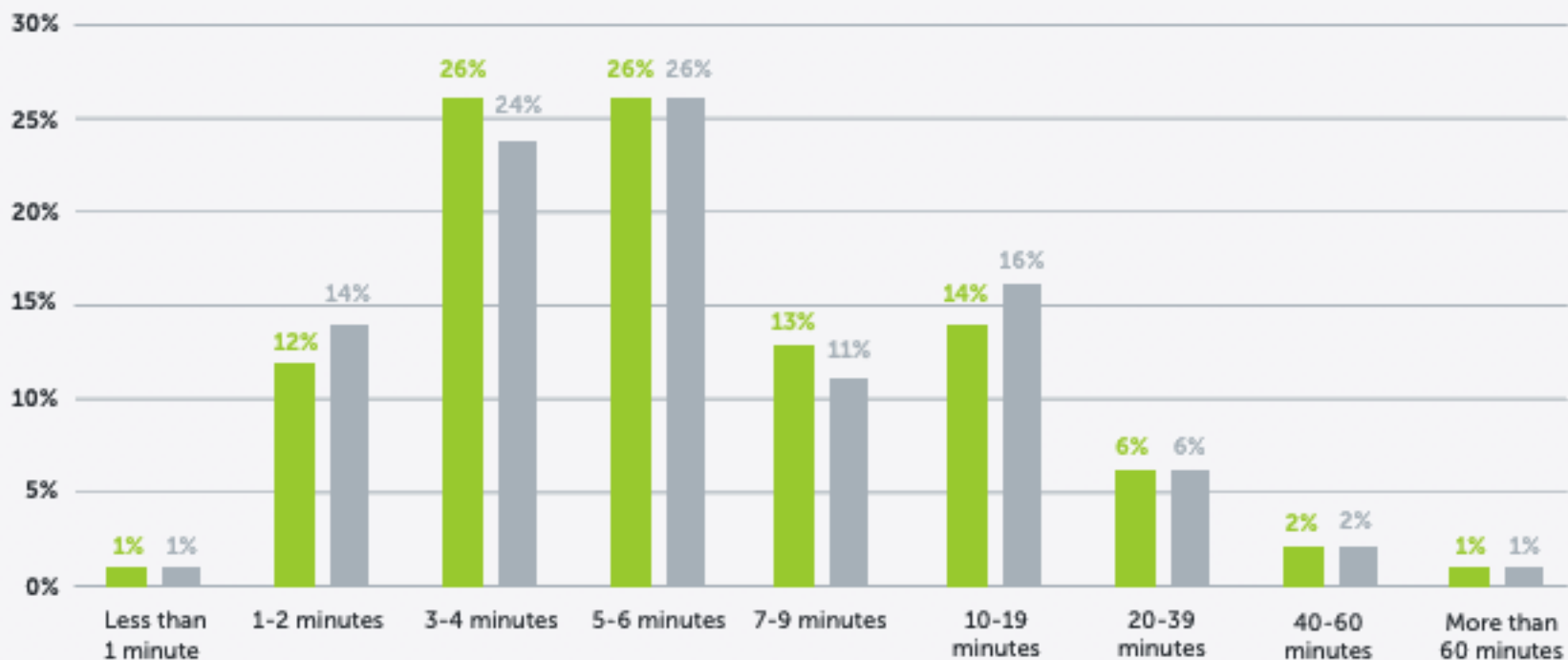


# Kokia trukmė yra tinkama?





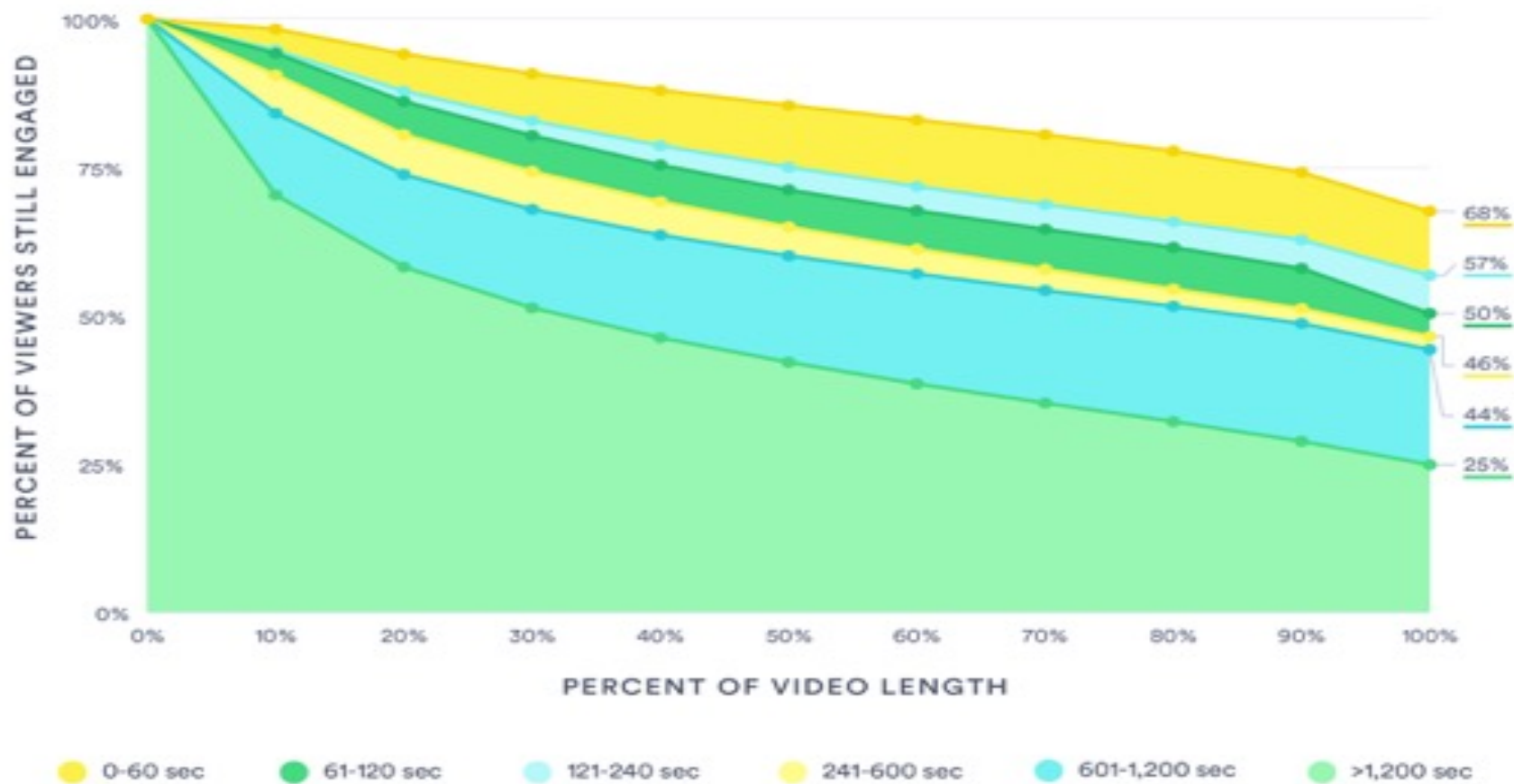
## THE PREFERRED LENGTH OF VIDEOS



■ Instructional ■ Informational

2018 N=924

## Average Engagement for Different Lengths of Video



# Virtualaus turinio panaudojimo galimybės

- Your website;
- Google my business;
- Trip advisor; Viator, AirBnb & booking experiences;
- Social media;
- Media attention;
- Online travel agents;
- Direct offline bookings;
- Tour operators and activity providers;
- DMO, TIC;
- AirBnB hosts;
- Restaurants.



# Gen Z Service Expectations





9:41 AM 100%  
Tonight

Los Angeles



8 mins 1.8 miles



**VENICE ON THE BEACH H.**  
★★  
Very good, 8.3

\$189  
1 night stay

97%  
match for you



Think about it. **People remember...**



**20%**

20% of what  
they hear



**30%**

30% of what  
they see



**70%**

70% of what they  
hear and see





**DON'T LIMIT**

**YOUR CHALLENGES,**

**CHALLENGE**

**YOUR LIMITS.**