ekskurss teooriasse

Eesmärkide ahel

rahalised eesmärgid mida peame saavutama?

äri eesmärk

- suurendada mahtu
- suurendada väärtust
- suurendada marginaali

millised on peamised inimeste käitumuslikud muudatused, saavutamaks ärieesmärke?

turundus eesmärk

- suurendada saadavust
- suurendada nähtavust
- suurendada penetratsiooni
- suurendada sagedust
- suurendada kogust
- suurendada tajutavat väärtust
- suurendada portfelli väärtust

mida peaks inimesed mõtlema/ tundma/ tegema muudatuse saavutamiseks?

kommunikat-siooni eesmärk

- näe
- tunne
- mõista
- tee
- jaga

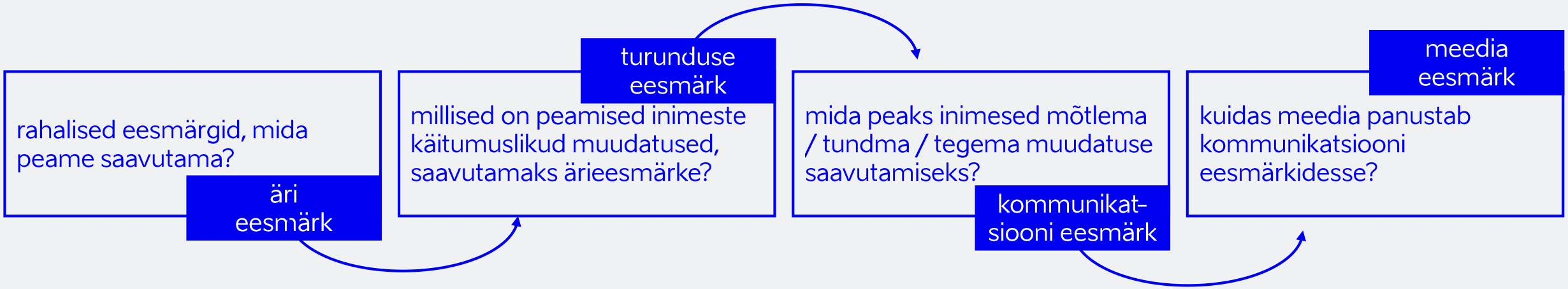
kuidas meedia panustab kommunikatsiooni eesmärkidesse?

meedia eesmärk

- kus
- kui palju
- millal
- kuidas

Ökosüsteem — tarbija teekond/ ostetud-, omatud-, teenitud- ja jagatud meedia; teenusdisain; IKT ja andmestrateegia, *CRM* strateegia jne

eesmärgid Poola suunal 1-2 a



- hoida orgaanilist kasvu
- 2019 veetsid 69 667 ööd (kasv 13%)
- Poola külastajate kulutused Eestis (2018.a. 30,8 mln/+12%*) kasvavad kiiremini kui ööbimised

- mitu reisitegevust võrdselt olulised (ei ole ühte peamist reisimotivatsiooni) — 51%
- arhitektuur 62% / **25%**
- loodus 19% / **7%**
- kultuuri- või spordiüritused 9% / **7%**
- toidukultuur (läbivalt) **65%** / 0%
- 3/4 kombineerib Eesti külastuse muude riikidega (Baltikum, Soome, Rootsi)
- Lennuliinide hoidmine
- Liitude tegevustesse kaaspanustamine

- esmane tuntus ja huvi äratamine

- päringud *case by case*

* 2018, ei sisalda rahvusvahelist transporti

Reaalne seis 2016-2017 / mis motiveerib Eestisse reisima

B2B küsitlus + Meltwater

Allikas: EAS Turismiarenduskeskus