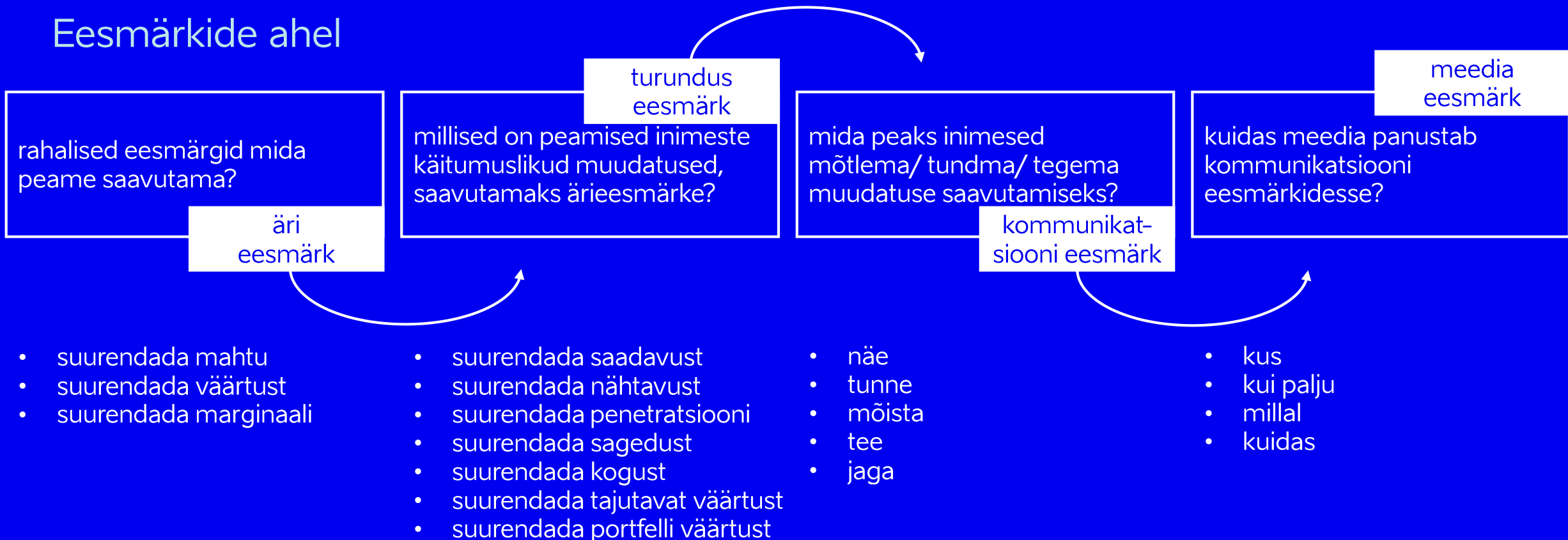


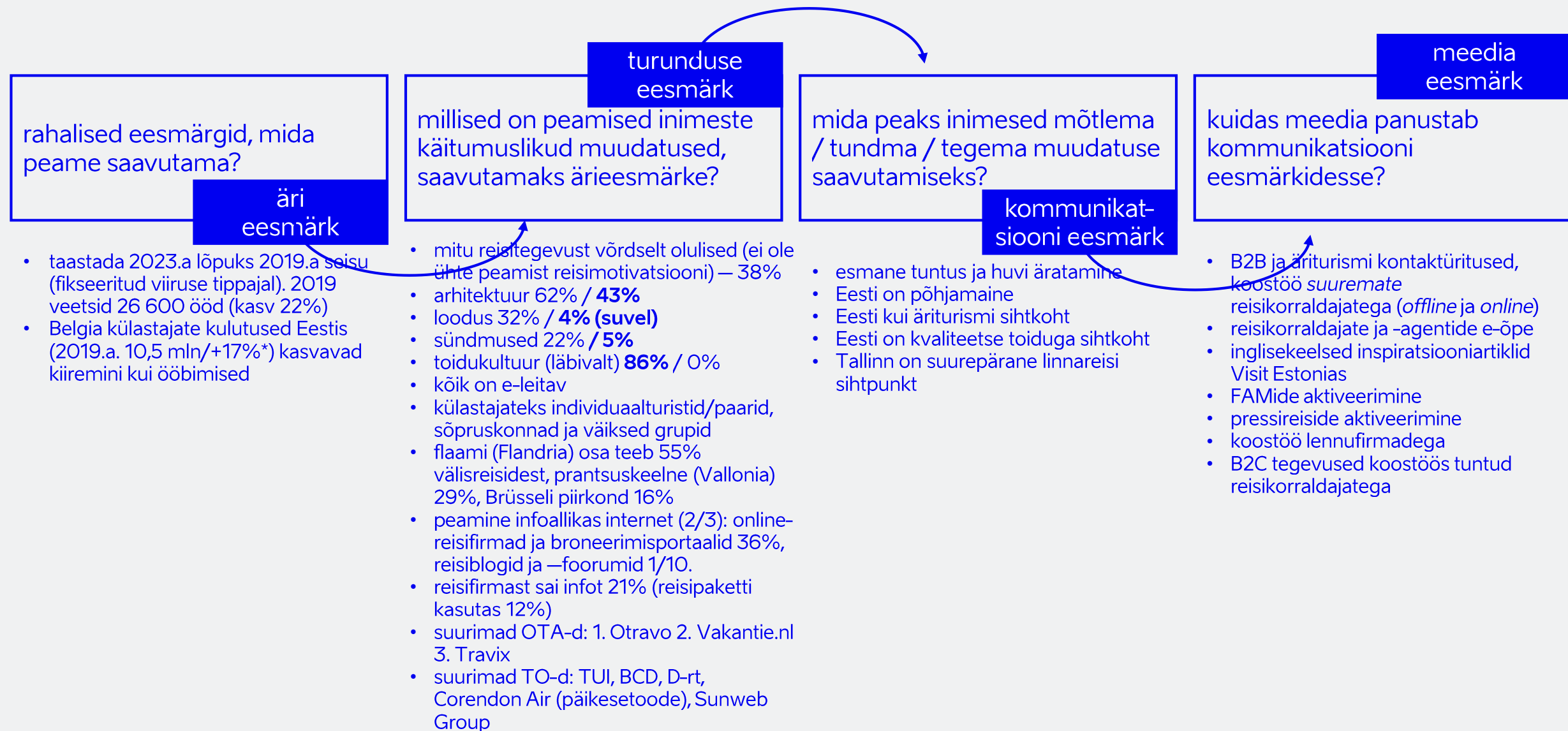
ekskurss teooriasse

Eesmärkide ahel



Ökosüsteem – tarbija teekond/ ostetud-, omatud-, teenitud- ja jagatud meedia; teenusdisain; IKT ja andmestrategie, CRM strateegia jne

eesmärgid Belgia suunal 1-2 a



rahalised eesmärgid, mida peame saavutama?

ära eesmärk

- taastada 2023.a lõpuks 2019.a seisu (fikseeritud viiruse tippajal). 2019 veetsid 26 600 ööd (kasv 22%)
- Belgia külastajate kulutused Eestis (2019.a. 10,5 mln/+17%*) kasvavad kiiremini kui ööbimised

millised on peamised inimeste käitumuslikud muutused, saavutamaks ärieesmärke?

turunduse eesmärk

- mitu reisitegevust võrdselt olulised (ei ole ühte peamist reisimotivatsiooni) – 38%
- arhitektuur 62% / **43%**
- loodus 32% / **4% (suvel)**
- sündmused 22% / **5%**
- toidukultuur (läbivalt) **86%** / 0%
- kõik on e-leitav
- külastajateks individuaalturistid/paarid, sõpruskonnad ja väiksed grupid
- flaami (Flandria) osa teeb 55% välisreisidest, prantsuskeelne (Vallonia) 29%, Brüsseli piirkond 16%
- peamine infoallikas internet (2/3): online-reisifirmad ja broneerimisportaalid 36%, reisiblogid ja –foorumid 1/10.
- reisifirmast sai infot 21% (reisipaketti kasutas 12%)
- suurimad OTA-d: 1. Otravo 2. Vakantie.nl 3. Travix
- suurimad TO-d: TUI, BCD, D-rt, Corendon Air (päikesetoode), Sunweb Group

Reaalne seis 2016-2017 / mis motiveerib Eestisse reisima. Aviareps 2020

mida peaks inimesed mõtlema / tundma / tegema muutatuse saavutamiseks?

kommunikatsiooni eesmärk

- esmane tunnus ja huvi äratamine
- Eesti on põhjamaine
- Eesti kui äriturismi sihtkoht
- Eesti on kvaliteetse toiduga sihtkoht
- Tallinn on suurepärase linnareisi sihtpunkt

B2B küsitlus + Meltwater

kuidas meedia panustab kommunikatsiooni eesmärkidesse?

meedia eesmärk

- B2B ja äriturismi kontaktüritused, koostöö suuremate reisikorraldajatega (*offline ja online*)
- reisikorraldajate ja -agentide e-õpe
- inglisekeelsed inspiratsiooniartiklid Visit Estonias
- FAMide aktiveerimine
- pressireiside aktiveerimine
- koostöö lennufirmadega
- B2C tegevused koostöös tuntud reisikorraldajatega

Allikas: EAS Turismiarenduskeskus

* 2019, ei sisalda rahvusvahelist transporti