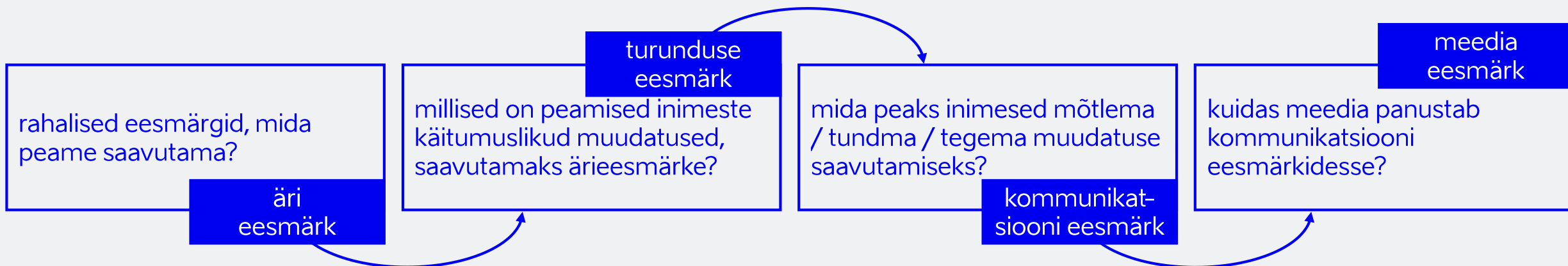


## eesmärgid Venemaa suunal 2020+



- kasvatada ööbimised 2019. a tasemele (521 158) aastaks 2022
- kasvatada Vene külastajate kulutused Eestis 2019. a tasemeni (167 mln\*) aastaks 2022

- kultuuriturism (arhitektuur) **55% / 22%**
- pereturism (kuurort, loodus) **27%**
- toidukultuur 73% / 1%
- sündmused Eestis 22% / **11%**
- ilu- ja raviteenused, spaa 24% / 17%
- vaba aja veetmine 40%
- erinevad huvigrupid (VFR, pilgrim)
- **reisiootsus**: 70% saab infot eelmistelt reisidelt, 40% internetist (sh 15% broneerimisportaalidest/ online-reisifirmadest), 3% reisifirmast
- uued linnad (Pärnu, Kuressaare, Haapsalu, Tartu)
- veeteemad (saared, rand)
- tootearendus (pere, elamus- ja looduspuhkus)
- **tarbijateekond** (logistika)
- madalhooaeg (mahu kasvatamine)
- **noorema sihtgrupi** osakaalu suurendamine

- venelased on Eestis oodatud
- Eesti on turvaline (vastutustundlik reisimine) - „safESTway“
- Eesti on lähedal
- autoturistidele sobiv sihtkoht
- ideaalne koht pere- ja looduspuhuseks
- nõuka nostalgia
- Eestis saab suhelda vene keeles
- hea hinna ja kvaliteedi suhe
- ma saan pidevalt minule relevantset detailset infot
- uued sihtkohad Eestis, mida avastada
- Eesti on väärt korduskülastust
- *upsell* arendus

- infokirjad B2C ja B2B
- B2B seminarid ja webinarid (Visit Estonia ja Eesti ettevõtjad)
- sihtkohtade infovahetus
- venekeelne visitestonia.com (+mobiilis)
- digimeedia võimendamine
- online meedia võimendamine noorema sihtgrupi haaramiseks
- Vene suunaline strateegiline ja taktikaline kommunikatsioon k.a. regioonides
- pressi- ja FAM-reiside aktiveerimine
- lõpptarbimängud sotsiaal- ja digimeedias
- partnerite tegevuste võimendamine

\* 2019, ei sisalda rahvusvahelist transporti

Reaalne seis 2016-2017 / mis motiveerib Eestisse reisima

B2B küsitlus + Meltwater

EASi turismiarenduskeskus