

Äri- ja konverentsikliendile teenuste arendamine ja turundamine

10. juuni 2020



ICCA

Best Marketing Award

Estonian
Convention Bureau

Winner
2019

ecb

Estonian Convention Bureau

MTÜ Eesti Konverentsibüroo

Eesti KONVERENTSIVALDKONNA KATUSORGANISATSIOON –
ühendab riiki, omavalitsusi ja ettevõtjaid (PPP)

EESMÄRGID:

- Eesti kui konverentsimaa rahvusvahelise tuntuse suurendamine;
- Eestis toimuvate rahvusvaheliste konverentside ja delegaatide arvu suurendamine;
- EKB liikmete teenuste/toodete tutvustamine, neile turundus- ja ärivõimaluste loomine;
- Konverentsisektori edendamine – lobby- ja koolitustegevused

37 LIIGET: 3 linna, 15 hotelli, 5 keskust/unikaalset kohta, 2 ülikooli, 9 DMC & PCO'd, lennujaam, 2 catering ettevõtet

MTÜ Eesti Konverentsibüroo

Proud to Be
**TEAM
ESTONIA**



Äriturism

International Congress & Convention Association (ICCA):

“Business tourism is the provision of facilities and services to the millions of delegates who annually attend meetings, congresses, exhibitions, business events, incentive travel and corporate hospitality”

MEETINGS INDUSTRY – Meetings, Incentives, Conferences, Events (MICE)

- **ERIALA- ja TEADUSKONVERENTSID**
 - *European Employment Lawyers Annual Conference*
 - *European Association for the Study of Religions Annual Conference*
- **AVALIKU SEKTORI KOOSOLEKUD**
 - *Eesti EU eesistumise konverentsid*
 - *Kolme Mere konverents*
- **KORPORATIIVKONVERENTSID**
 - *Bolt Hakathon*
 - *Coca-Cola All-Hands Meeting*
- **INCENTIVE- e. MOTIVATSIOONIÜRITUSED**
 - *Preemiareisid*
 - *Team-building üritused*



Ärikliendi ootused ja vajadused

ÄRIKLIENT:

- sündmuse peakorraldaja (ja vahendaja: korraldusagentuur vmt.)
- sündmuse osalejad, esinejad, toetajad

ÄRIÜRITUSTE EESMÄRGID:

- Info ja teadmiste jagamine, kogemuste vahetamine, teenuste/toodete/teadustöö tutvustamine. Trendiks nn. *social learning*.
- Kontaktide hoidmine, uute leidmine ja koostöösidemete sõlmimine
- Motiveerimine, tunnustamine, tänamine
- Tulu teenimine jne. jne. jne.

Eesmärgist lähtuvalt valitakse sündmuse formaat, toimumiskoht ja teenused

Ärikliendi ootused ja vajadused

- VÄGA NÕUDLIK KLIENT, maksimaalne kvaliteet kõigis detailides
- “Unikaalse looga” toimumiskoht/ruum/elamus
- Eksklusiivus. Üllatus!
- *Value for money* nii korraldajale kui delegaadile
- Heatasemeline majutus, ühesed toad, lisavõimalused toas
- Kiire Internet, laitmatud tehnilised lahendused sh. apid
- Nn “hügieenifaktor”: Covid-19 tõkestamise nõuete täitmine, WC, kätepesuvõimalus, turvalisus, keskkonnasäästlikus (sh. Green Key)

Erilised ürituste paigad ärikliendile



Erilised ürituste paigad äriklientidele



Ärikliendi ootused ja vajadused

- Suurepärase (kohalik) toit ja jook, erimenüüde võimalus, *brain food, grab & go* lahendused. NB! Toitlustus jääb meelde!
- Võimalus lisateenuste kasutamiseks sama katuse all või lähedal on lisaväärtuseks – restoran, spahoolitsused jmt.
- Lisateenuste kättesaadavus: hommikusöök & spa varem/hiljem kui puhkusekülastaja; hiline või varane check-in/out; pagasihoid
- Elamustegevused lisaks konverentsi põhiprogrammile:
 - Liikumine / Wellness: Morning Run, Sunrise Yoga, City Tour by Bike
 - “*Corporate Social Responsibility*” ja heategevusprogrammid
 - Kontaktivabad elamusprogrammid: orienteerumismängud, tegevused grupiti

Mida pakkuda ärikliendile – erilise konverentsi näide

Baltic VCA Summit - August 2019 Pärnu

1. päev: Konverents, *Rannahotell*

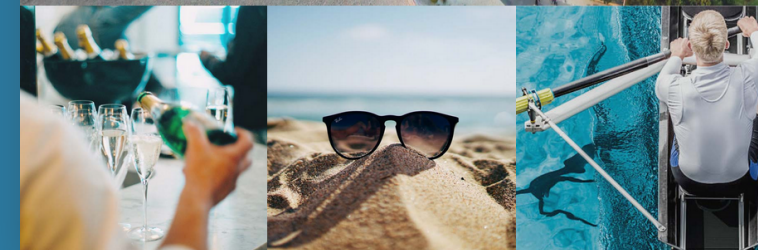
2. päev: 07.30 – 8.30 KARMA RUN

10.30 -12.00 CYCLING

10.30 -12.30 TENNIS

10.30 – 12.30 GOLF

13.00 Barbeque kokteilipidu Sõudeklubis –
Enn Tobreluts grillimas, sõudmine
instrukturite käe all,
tiimidevaheline sõudevõistlus



Erilised Eesti elamused ärikliendile



Elamuste näiteid maailmast

- Drive a Porche Experience
- Build a Danish Open Sandwich
- The Art of Apple Strudel baking
- Moosikeetmise workshop Serbias



Äriturismi tulevik?



Äriturismi tulevik

- Uued formaadid ja lahendused, mis võimaldavad rohkem interaktiivsust, kaasamist ja suhtlust, paremat eesmärkide saavutamist (*5 senses*)
- Hübriidürituste osakaal suureneb: kombinatsioon *live* üritusest ja virtuaalkonverentsist - osalejad / esinejad nii kohapeal kui online's
- Kontaktivabad lahendused, hologrammid, näotuvastuse lahendused jmt tehnoloogiad
- Üritused muutuvad väiksemaks: piiratud osalejate arv ja rohkem ruumi osaleja kohta, kohapeal osalemine kallim
- *Emotions versus intelligence*: kohapeal osalejad tulevad veelgi kõrgemate ootustega live üritusele - vau-elamused, „making live experiences“, show
- Mängulisus, personaliseeritud teenused (andmed!)

Kontaktivabad lahendused



Kontaktivabad lahendused



OrangeLive[•]





KONTAKTIVABAD MÄNGUD

BLUE APPLE PAKUB KA KONTAKTIVABASID MÄNGE, MIDA ON VÕIMALIK LÄBIVIIA KODUST/KONTORIST LAHKUMATA.

- **ONLINE KONVERENTSID**
- **KONTAKTIVABAD MEESKONNAÜRITUSED**
- **KOOLITUSED**
- **ONLINE SÜNDMUSED**

Ärikliendi ootused ja vajadused

- Unikaalsed “rätsepatöö” lahendused
- Võimalus tellida kõik teenused ühest kohast – ruum, tehnika, toit jne.
- Süvenemine sündmuse eesmärgi ja kliendi ootustesse/vajadustesse, vastavalt sellele pakkumise kujundamine
- Proaktiivne ideede, soovitude ja lahenduste pakkumine, konsultatsioon, strateegiline partnerlus kliendi ja teenusepakkuja vahel
- Vastamise ja infovahetuse kiirus: pakkumisi oodatakse 1-2 päevaga
- Detailsed (lühikesed) pakkumised: mis on hinnas ja mis ei ole, menüüd
- Virtuaalsed lahendused tootega tutvumiseks – virtuaaltuurid, videod, 3D
- Paindlikud lepingutingimused
- Valmisolek maksta agentuurile vahendustasu

Ärikliendile teenuse kujundamine

- Kas ja miks on ärikliendi segment huvipakkuv?
- Millised on kliendi vajadused ja väljakutsed, mida minu toode/teenus saaks rahuldada? Millist (eristuvat) lisaväärtust saaksin pakkuda?
- Kes võiksid olla minu koostööpartnerid? Ühine väärtuspakkumine?
- Kas mul on valmisolek, aeg jm. ressursid pakkumaks teenust, mis nõuab rohkem rätsepatööd sh. koostööd teiste teenusepakkujatega terviklahenduste osutamiseks?
- Kas mul on olemas vajalikud teadmised ja oskused, kellelt võiksin vajadusel õppida?

TURUNDUS JA KOMMUNIKATSIOON ÄRITURISMI SEGMENDILE

-Sisuturundus, Story-telling ja
sõnumid

-Peamised turunduskanalid

Foto: Kaupo Kalda

TEKITA ISU OMA TOODET TARBIDA!

Erilised, meeldejäädavad, silmahakkavad elamused, sündmused

Kasuta *AIDA meetodit* tekstikirjutamiseks: *Attention-Interest-Desire- Action*

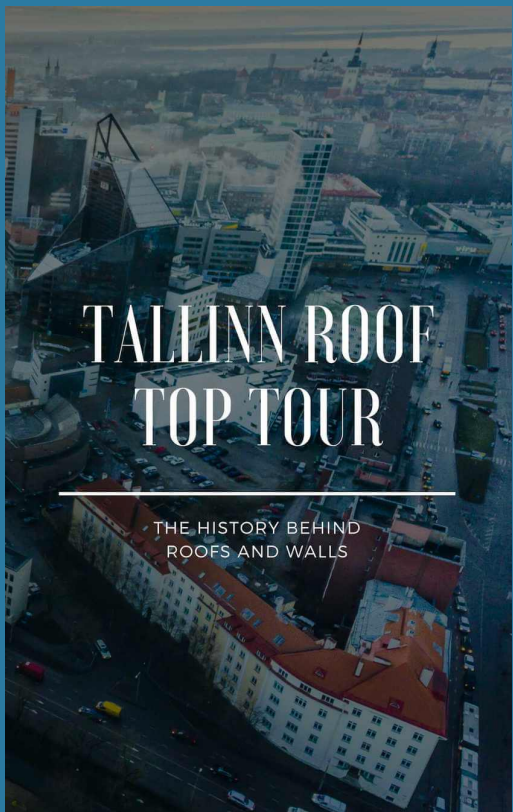


STORY-TELLING

Lugude jutustamine aitab eristuda, tähelepanu tõmmata,
innustada

*People do not buy goods. They buy relations, stories and
magic (Seth Godin)*

JCI Maailmakongress 2019 tuurid





SISUTURUNDUS

Stop selling, start helping!

Effective copy connects all the logical and emotional dots to sell a successful experience to your prospect. One way to communicate this experience is to use the “**so what?**” hack.

Simply read through the features and benefits in your copy, pause when you talk about your product or service, and then ask yourself, “so what?” This forces you to articulate the desirable experience that your product delivers.


SISUTURUNDUSE NÄITED

 **Jolos**
Yesterday at 11:31 AM · 🌐

Suvepäevad ei ole tühistatud! 😊
Kuidas uutes tingimustes suvepäevi korraldada? 🧑‍🎓
Meie teame!... [See More](#)



JOLOS.EU
Kuidas uutes tingimustes suvepäevi korraldada – Jolos
Käes on juuni algus ja ehk oled sinagi mõelnud võimalikele...


 **Radisson Blu Sky Hotel, Tallinn**
June 4 at 10:00 AM · 🌐

It is possible to organize successful meetings according to new rules as well. Our largest conference room Hansa can easily fit 70 people, when the new 2+2 or even 1+2 rule is applied and we will serve a private and totally safe coffee break directly to your table.

In addition, we follow all the requirements from the 10-step meetings and events safety protocol developed by the Radisson Hotel Group:

1. Ensure the safe handling of personal belongings in the coatroom...

[See More](#)



KES ON SU SIHTRÜHM / SOOVITUD KLIENT?

Eesti-sisesed seminarid, konverentsid?

Suvepäevad?

Motivatsiooniüritused?

Baltikumi / Põhjamaade konverentsid?

Rahvusvahelised konverentsid?

Eraüritused?

**MIS ON PROBLEEM, MILLELE SA
LAHENDUST PAKUD?**

MIS ON SINU TOOTES ERILIST / SPETSIIFILIST / UNIKAALSET?

- Räägi oma lugu:
 - Konverentsikeskus endises katlamajas, vene tsaari allveelaevatehases, vesilennukite angaaris
 - Parim ajalooline hotell Euroopas
 - Puhas ja puutumata loodus: Eraldatud puhkemaja männimetsas järve kaldal
 - Erilised lisategevused: sukeldumine, suitsusaun, kokaga koos õhtusöögi valmistamine

MILLES SA OLED PAREM, VÕRRELDES KONKURENTIDEGA?

Mis on lisandväärtus, mis sa pakud?

- Tasuta spaa sissepääs konverentsikülalistele
- Konverentsimööbel kuulub rendi hinna sisse
- Vesi tasuta
- Aitan korraldada ekskursioone lähiümbrusesse
- Ettevalmistuspäev poole hinnaga / tasuta
- Konverentsiruumi kõrged laed, Päevalgusega avar saal
- Istumisega lõunasöök 300 inimesele
- Tasuta parkimine 100 autole
- Peakorraldajale tasuta ööbimine

**KAS NEED MÄRKSÕNAD ON SU
KODULEHEL /
TURUNDUSMATERJALIDES
KIRJAS?**

KODULEHT

- TEKITA ISU OMA TOODET TARBIDA
- KODULEHE TEKSTID
 - Märksõnad, millega tahad olla leitav – orgaaniline liiklus sinu kodulehele ehk sinu tegevusega seotud märksõnade välja tulemine Google otsingutulemuste esilehel
 - Eestis kasutab 90% internetikasutajatest informatsiooni hankimiseks otsingumootorit, kusjuures 95% kasutajatest vaatab vaid esimese lehe tulemusi
 - Lühikesed tekstid: ütle peamine ära esimestes lausetes – paljud kliendid loevad mobiilis
 - Heas inglise keeles, kui suunatud rahvusvahelisele kliendile
 - Ajakohane, värskendatud info, järjepidev sisuloome: Blogipostitused, Uudised

KODULEHT

- Atraktiivsed FOTOD, VIDEOD
- Näited TOIMUNUD ÜRITUSTEST – isutekitamiseks, ideede saamiseks
- REGIONAALNE PAKKUMUS, nõ LAIEM PILT: mida veel saab teha Sinu kandis (millest sinu kliendile võiks kasu olla)?
- MOBIILISÕBRALIKKUS
- VIITED (LINGID) TEISTELT LEHTEDELT / KOOSTÖÖPARTNERITELT

SOTSIAALMEEDIA

- EESMÄRGID: Olla nähtaval, brändi tunnus, müük
- Vali KANALID, kus on su kliendid (ja mille haldamisega tuled toime)
- ÄRATA UUDISHIMU, TEKITA ISU, INFORMEERI
- Huvitavad, silmatorkevad, erilised fotod
- Vaheldusrikkad, järjepidevad postitused – näitab, et oled olemas ja tegutsed
 - Lühikesed, personaalsed, emotsiooniga tekstid
 - Üritused, mida oled korraldanud, nn „Event Showcases“
 - Meeskond / Persoonid
 - Midagi on toimumas – ärata uudishimu, tekita isu
- Call for Action – mida klient peab tegema, et saada osa pakkumisest?
- Ostetud reklaam uute klientide leidmiseks
- NB! Ristturundus: kuva infot kindlasti ka kodulehel, sotsiaalmeedia postitused ei kajastu Google otsingus

SOTSIAALMEEDIA

Hilton Tallinn Park Hotel
December 9, 2019 · 🌐

Our #gingerbreadhouse is almost ready 🍪🍪🍪 Spend that magical time with Hilton Tallinn Park and book your special evening for Christmas or New Year's @theablebutcher restaurant.

For bookings contact tallinn.ablebutcher@hilton.com or call +372 630 5462



HYPE is with Kristiina Pruul.
December 23, 2019 · 🌐

Ürituse korraldamine on nagu maja ehitamine 🧑‍🔧🏠 Kõik algab püsivast, tugevast, korralikust vundamendist - BRIIFIST!

Microsoft Eesti briif tänavusele jõulupeole oli lihtne ja arusaadav: Teeme väikeses Eestis maailmatasemel asja! 🌍👏🤔

Just täpselt nii sai kokku üks väga ambitsioonika vundamendiga Eestis ennenägematu ja absoluutselt mitmekülgseid maitsemeeli erutav unistuste häärber! ... [See More](#)



Estonian Convention Bureau
Published by Riine Tiigi [?] · August 30, 2019 · 🌐

Yesterday we had a fantastic chance to test one of the wildest teambuilding / incentive activities available near Tallinn – OFFROAD ORIENTEERING WITH SOVIET- STYLE RETRO JEEPS in the middle of wilderness, at Kõrvemaa Matka- Ja Suusakeskus!

Simple as that - Your team will get a map, GPS device, a retro military vehicle and off you go, to search for checkpoints in the middle of forest. The tracks are wild and adventurous - reminded us a rollercoaster ride, so it is fun even fro... [See More](#)



SOTSIAALMEEDIA

Swipe ja *scroll* maailmas on meie tähelepanu sotsiaalmeedia postitustel ainult 3 sekundit.

Vali üks emotsioon või sõnum, millele tahad fookust hoida ning kui see inimest kõnetab, oledki tema tähelepanu võitnud

SOTSIAALMEEDIA



SOOVITUSTURUNDUS

„WORD- OF-MOUTH“ MARKETING

- Anna inimestele põhjust oma ettevõttest positiivselt rääkida – levima hakkab tavaliselt **suur üllatus, üliposiitivne kogemus, põnev või dramaatiline vaatenurk, sõnumi vastuolulisus või huumor**
- Suusõnalise turunduse puhul eelistavad inimesed tihti rääkida **praktilistest, olulistest funktsionaalsetest toote/teenuse omadustest.**
- Vali oma sihtgrupis hoolikalt välja need inimesed, kelle puhul võiks oodata head tulemust positiivse sõnumi levitamisel. Paku neile midagi erilist – rohkem informatsiooni, head koolitust, osalust mõne uue toote/teenuse väljatöötamisel, esimesena ligipääsu sellele vmt. Anna neile põhjus sellest „erilisest kohtlemisest“ teistele rääkida.

PR KULDREEGEL:

TEE HÄSTI JA RÄÄGI ENDAST HÄSTI

CONTENT IS THE KING!

Focus on creating unique, high-quality and utterly authentic content

*that is entertaining,
useful and interesting
for clients*

will get you the crown!



JÄLGI MEID - EESTI KONVERENTSIBÜROO

www.ecb.ee



Estonian Convention Bureau



Estonian Convention Bureau



Estonian Convention Bureau