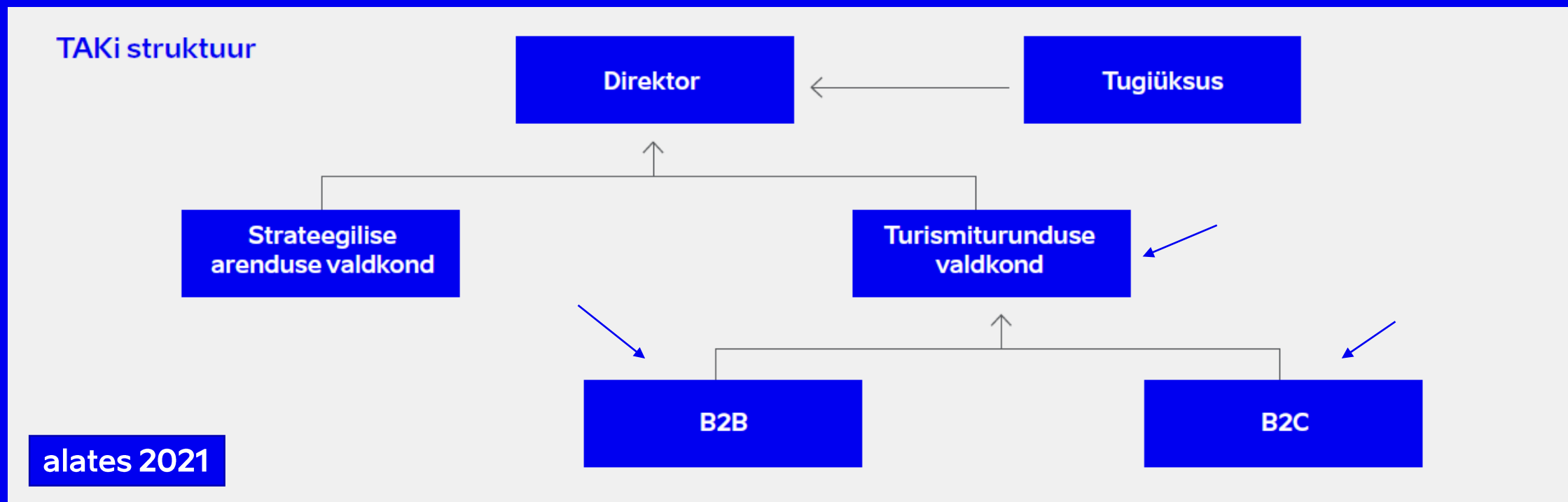


Turismiarenduskeskuse turismiturundus



EASi turismiarenduskeskus
14.04.2021

TAKi struktuur



Turismiturunduse valdkond – valdkonnajuht Heili Klandorf-Järvsoo

B2B – äriturundus – tiimijuht Kristiina Kästik

B2C – lõpptarbija turundus – tiimijuht Heili Klandorf-Järvsoo

B2C sihtrühmad – puhkus

- + *Free Independent Traveller (FIT)* — eelistavad reisida omal käel, väikestes rühmades, sageli paarina. Piirangute puudumine ja vabadus on olulised
- + reisikorraldaja klient — puhketurist, kelle reisieenused on kas täies mahus või osaliselt korraldatud reisiettevõtte poolt



B2C sihtrühmad – *bleisure*

- + MICE osaleja – äriturist, kes ei tule Eestisse puhkusereisile vaid töö pärast, aga võib vajada lõpptarbijale sarnast lisainfot enne reisi või Eestis viibimise ajal, leida tegevust kaasasolevatele pereliikmetele, pikendada oma külastust puhkusega
- + *Digital Nomad* – Üldjuhul *freelance* töötaja, kes teeb oma tööd digitaalselt ja tihti ka mitmele tööandjale. Talle on vajalik nii meeldiv reisikogemus kui ka riigi suutlikkus pakkuda sujuvaid ja mugavaid digitaalseid teenuseid

B2B sihttrühmad

- + hulgimüüjad (*wholesalers*)
- + reisikorraldajad (*tour operators*)
- + DMC'd (*Destination Management Companies*)
- + reisiagendid
- + OTA'd (*online travel agencies*)
- + MICE (*meetings, incentives, conferences, events*)



Eesti turismi sihtturud 2021-2024

Riik	Eesmärk	Sihtgrupp I	Sihtgrupp II	Sihtgrupp III	Kust tuleb kasv või hoidmine?	Prognosi- tav rahaline maht 2023 (stsen.2)
 Soome	Hoia	Üksikuturist	Reisikorraldaja	Äriturist	Esmakülatuse, külastab sagedamini, viibib pikemalt, kulutab senisest rohkem, läheb Tallinnast välja, võtab kedagi kaasa	580
 Venemaa	Hoia	Üksikuturist	Reisikorraldaja		Külastab sagedamini	178
 Saksamaa	Hoia	Üksikuturist	Reisikorraldaja	Äriturist	Esmakülastus, läheb Tallinnast välja	110,2
 Läti	Kasv	Üksikuturist	Äriturist		Külastab sagedamini	77
 Rootsi	Kasv	Üksikuturist	Äriturist		Esmakülastus	69

Eesti turismi sihtturud 2021-2024

Riik	Eesmärk	Sihtgrupp I	Sihtgrupp II	Sihtgrupp III	Kust tuleb kasv või hoidmine?	Proгноosi- tav rahaline maht 2023 (stsen.2)
 Suurbritannia	Kasv	Üksikuturist	Reisikorraldaja		Esmakülastus, viibib pikemalt	47,8
 USA	Hoia	Reisikorraldaja	Üksikuturist		Esmakülastus, viibib pikemalt	80
 Leedu	Kasv	Üksikuturist			Külastab sagedamini	24,7
 Poola	Kasv	Üksikuturist			Esmakülastus	33,5
 Norra	Kasv	Äriturist	Reisikorraldaja	Üksikuturist	Esmakülastus, külastab sagedamini, läheb Tallinnast välja	22,9
 Benelux	Kasv	Äriturist	Reisikorraldaja	Üksikuturist	Esmakülastus	29,1

Eesti turismi sihtturud 2021-2024

Riik	Eesmärk	Sihtgrupp I	Sihtgrupp II	Sihtgrupp III	Kust tuleb kasv või hoidmine?	Prognoositav rahaline maht 2023 (stsen.2)
 Jaapan	Kasv	Reisikorraldaja	Üksikurist		Esmakülastus, viibib pikemalt	17
 Hiina	Kasv	Üksikurist	Reisikorraldaja		Esmakülastus, viibib pikemalt	16
 Austria & Shveits	Kasv	Üksikurist	Reisikorraldaja	Äriturist	Esmakülastus	20,5
 Hispaania	Hoia	Üksikurist			Esmakülastus	24
 Itaalia	Hoia	Üksikurist			Esmakülastus	21
 Prantsusmaa	Hoia	Üksikurist			Esmakülastus	23

Nõudluse taastamine

2020. aasta märtsist Eestit mõjutama hakanud üleilmne pandeemia tõi esile need Eesti turismi tugevused ja nõrkused, millele peame lähiaastail keskenduma.

- + ülikiire reageerimine
- + paindlikkus
- + koostöö
- + oskus riske hajutada
- + digis tugev

4-astmeline turundusplaan

jooksvad turupõhised tegevused

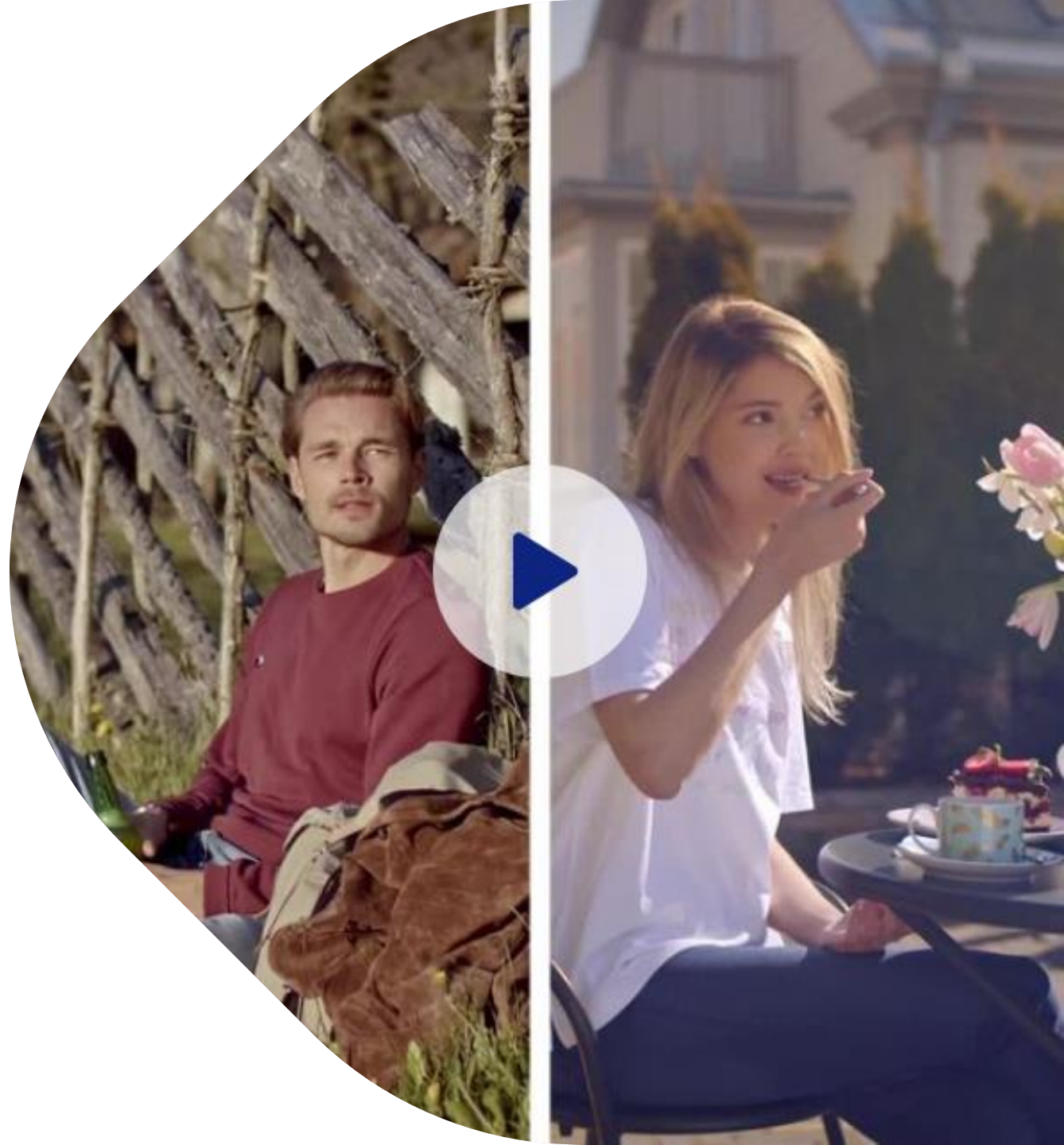
väiksemad
eriprojektid

tegevused,
mida saab kiiresti
aktiveerida ja
maha võtta

suuremad
tegevused

Siseturism

- + tuleb jätkata siseturismi tegevuste mahukama **rahastamisega**
- + tuleb jätkata tegevustega, mis on seotud **nõudluse taastamise** ja **suurendamisega**
- + **turundus- ja kommunikatsioonitegevuste** tulemusena saab kiirelt aktiveerida siseturismi



Siseturism – jooksvad tegevused

- + eestikeelne puhkaeestis.ee (B2B, B2C)
- + eestikeelne Facebook (VE blogi, Puhka Eestis)
- + uudiskirjad (B2B, B2C)
- + eestikeelne digiturundus
- + pidev meediasuhtlus
- + multimeedia tootmine ja levitus
- + Puhka Eestis brändi nähtavus
- + sektoripõhised webinarid ja koolitused
- + koostöötegevused sihtkohtadega, liitudega, EASi eri üksustega, ministeeriumidega, riigiasutustega



Murakas



Jõhvikas

Õige vastus!

Jõhvikas on ohtralt antioksidante ja happed, mis on põletikuvastase toimega. Tehislik antibiootikum hävitab nii halvad head baktereid, jõhvikas aga takistab kahjulikel bakteritel kudede külge kinnitumast ja uhub need kehast välja, jättes likud ilusti alles. Soolte mikrofloora ei saa kahjustada ja inimese vastupanuvõime haigustele paraneb. Ja muidugi on jõhvikates rohkelt C-vitamiini. Vaata parimaid marja- ja seenekorjamise kohti!

JÄRGMINE KÜSIMUS

Siseturism – muud tegevused

- + Eesti Laul 2021 (kevad)
- + kevadviktoriin tervendamisest (kevad)
- + **Spaatamisväärne Eesti** (asap)
- + **On aeg... siseturismi kampaania Vol 1 (asap)**
- + sügisviktoriin (sügis)
- + **Kingi aega... siseturismi kampaania Vol 2 (sügis-talv)**
- + advendikalender (talv)
- + väiksemad turunduse eriprojektid
- + tegevused, mida saab kiiresti aktiveerida ja maha võtta



Välisturism

- + „Viiruskriis pani mõistma **naaberriikide** inimestele teenuste müümise olulisust” — Arenguseire Keskus 2020
- + tavapäraselt 60% välituristide ööbimistest – **Soome, Venemaa, Läti ja Saksamaa**
- + head suhted naaberriikidega **kiirete lahenduste** leidmiseks (nt Balti mull)
- + väga hea ligipääsetavus **maismaad või merd** mööda (nt Rootsi)
- + fookuses kohad, kust **lennuühendused** on kiiresti taastumas



Mikael, seikkailut odottavat.
uusiin maisemiin.



Mikael, seikkailut
odottavat. Tutustu
uusiin maisemiin.



Löydä Viro,
Visit Estonia

Tule kylään!

4-astmeline turundusplaan

jooksvad turupõhised tegevused

väiksemad
eriprojektid

tegevused,
mida saab kiiresti
aktiveerida ja
maha võtta

suuremad
tegevused

Välisturism – jooksvad B2C turupõhised tegevused

- + keelepõhine visitestonia.com (FIN, ENG, RUS, GER, LAT, CN, SWE)
- + keelepõhine sotsiaalmeeia: Facebook; Vkontakte (RUS); Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn, TikTok; Weibo, WeChat, Douyin, Video hub (CH)
- + lõpptarbija uudiskiri (FIN, GER, RUS, ENG)
- + jooksvad SEO (ja muud tehnilised) tegevused Eesti kohta käiva info paremaks leidmiseks
- + Google'i võrgustiku otsingureklaamid, taasturundus ja muu digiturundus
- + kommunikatsioon, meediasuhtlus ning pressireisid
- + multimeedia materjalide (videod, fotod) tootmine ja levitamine
- + Visit Estonia väljapaistvus- ja infomaterjalid

Välisturism – jooksvad B2B turupõhised tegevused

- + B2B uued turupõhised profiveebid (ENG, FIN, GER ja RUS)
- + müügivisiidid ja kliendikohtumised (ka virtuaalsena)
- + turgudepõhise info koondamine ja ülevaated
- + igakuised B2B profi-uudiskirjad (FIN, GER, RUS) ja blogi
- + FAM-reisid ja reisikorraldajate endi poolt initsieeritud õppereisid Eestisse
- + virtuaalsed post-tour'id
- + sektoripõhised webinarid, koolitused, infotunnid sihtturgudel
- + koostöö rahvusvahelistes võrgustikes – SMAL, ANTOR, ETOA, USTOA, VFF jne
- + sihtturgude reisikorraldajate nõustamine tootepakettide teemadel ja jooksev infovahetus Eestisse reisimise võimalustest
- + turupõhised süvaintervjuud olulisimate välispartneritega
- + koostöö transpordiettevõtetega

Välisturism - väiksemad B2C turupõhised eriprojektid

- + lennusihtkohtadest digikampaaniad (asap)
- + *Remote work* digikampaania (asap)
- + Eesti spaakeskkond 7 keeles
- + Visit Estonia viktoriin tervendamisest (kevad)
- + sügisviktoriin
- + advendikalender
- + ... olenevalt reisivõimalustest



Välisturism – väiksemad B2B turupõhised eriprojektid

Osalemine partnerite poolt korraldatavatel esitlustel, workshop'idel ja messidel:

- + FVW Travel Talk Counter days Saksamaal ja Austrias (veebruar ja aprill)
- + Nordic Market Place (turgudeülene, 25.02)
- + Travelmatch Norras (29.04)
- + USTOA Let's Get Travel Started (11.05)
- + MATKA Workshop Day Digital (20.05)
- + ANTOR workshop Venemaal (26.05)
- + City Fair (8.06)
- + Pohjolan Matkat – reisikorraldaja kliendiüritus Soomes (6.-8.09)
- + SMAL workshop ja road show Soomes (september)
- + Viie riigi workshop koostöös VisitFinland'i, Islandi, Fääri saarte ja Gröönimaaga UK, BEL, NED (sügis)
- + Global European Marketplace (30.10)
- + BT Expo Belgias (15-16.11)
- + Virtuoso B2B e-turunduse kampaania, kaks webinarit, Virtuoso TravelWeek

Väiksemad B2B turupõhised eriprojektid

ÄRITURISMI kontaktüritused:

- + Destination Circle Saksamaal (25.02)
- + Meeting Matters Belgias (21.06)
- + M&I Forum Europe Autumn turgudeülene (26-29.09)
- + Kongressimessut Soomes (25.-26.08)
- + MICE by Melody Saksamaal (31.08-02.09)
- + BTMF Hollandis (13.09)
- + BBT Online Belgias (04.10)
- + Större Möten & Events (10.11)
- + M&I Winter Forum turgudeülene (5.-9.12)



Välisturism – turundustegevused, mida saab kiiresti aktiveerida ja maha võtta – B2B ja B2C

- + Visit Estonia... now – kommunikatsioon
- + temaatilised digireklaamid sotsiaalmeedias ja Google display võrgustikus
- + olemasolevate inspiratsioonivideote mahukam levitus/suurem meediaost
- + jälgijate kasvatamise reklaamid sotsiaalmeedias
- + sotsiaalmeedia UGC inspireerivate postituste võimendamine
- + kiired müügiedenduse tegevused piiride avamisel

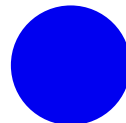
Välisturism - suuremad B2C tegevused Vol 1

- + Visit Estonia. It's about time
- + Visit Estonia. The safest way
- + Soome üldimagokampaania
- + Läti üldimagokampaania
- + Läti, Leedu, Poola turundustegevused
- + Venemaa mõjuisikud ja ajakirjanikud
- + rahvusvahelised suursündmused
- + Destination Estonia Onlive Vol 2
(29.04) B2B+B2C



Välisturism - suuremad B2C tegevused Vol 2

- + spaa kampaania Soome turule
- + spaa kampaania Läti turule
- + Eesti kui toiduturismi sihtkoha kommunikatsioonikampaania Rootsi turule
- + Eesti kui toiduturismi õhtusöökide ürituste sari meediale sihtturgudel
- + Soome citybreak + toit kampaania
- + Rootsi citybreak + toit kampaania
- + Dubai Expo (oktoober 2021-märts 2022)



Välisturism – suuremad B2B tegevused

MESSID

- + ITB now (9.-12.03) – osales 27 Eesti ettevõtet ja regiooni
 - + ITB Asia mess (27.-29.10) toimumise formaat lahtine
 - + Helsingi Mardilaat (20.-21.11) – ürituse formaat/toimumine selgub
 - + Äriturismimes IBTM world (turgudeülene, 30.11-02.12)
 - + Destination Estonia Onlive Vol 2 (29.04) – kõikide sihtturgude reisikorraldajatele, – agentidele ja meediale suunatud presentatsioon ja virtuaaltuurid.
 - + Coffee with Estonia Virtually (15.06)
 - + MEET ESTONIA Virtually Vol 2 (sügisel)
- Äriturismi turgudeülene temaatiline tutvustus: Eesti kui konverentsimaa teadus- ja erialakonverentsi korraldajatele; Eesti kui motivatsioonireisi sihtkoht üritusturunduse agentuuridele ja korporatiivsündmuste korraldajatele.

Suuremad B2B tegevused – workshopid

registreeru kuni 15.04 www.puhkaeestis.ee profiveebis

Sihtturg	Toimumise aeg	Teema ja Eesti ettevõtete arv
Soome	15., 20. ja 22. aprill	Visit Estonia webinarid koostöös regioonide ja laevafirmadega
Soome	oktoober	vastutustundlik turism, aktiivsed tegevused, sündmused / 20
Saksamaa	november	virtuaalne, kogu DACH regioonile või füüsiline ühes Saksa linnas / 20
Venemaa (Moskva ja Peterburg)	oktoober/november	18 / 26
USA (NYC, Chicago, LA)	5.-09. oktoober	kultuuripuhkus
Jaapan (Tokyo, Osaka, Fukuoka)	24.-26. november	

Suuremad B2B tegevused – e-learning keskkonnad

Sihtturg	Toimumise aeg	Õppe seni läbinute arv
Saksamaa	mai 2020-mai 2021	832
Suurbritannia	okt 2020-sept 2021	139
Holland	sept 2020-sept 2021	991
USA	juuni-nov 2021	
Venemaa	märts-august 2021	108

Liinifondi programm

- + eesmärgiks suurendada reisijate ja transpordiühenduste arvu ning seeläbi turismiteenuste eksporti
- + suunatud nii lennu- kui laevaliinidele
- + tegevuse sisuks on ühised turundusprojektid transpordifirmadega, eesmärgiks suurendada Eesti kui reisisihi tuntust ja tuua Eestisse rohkem turiste läbi liinide taastamise, hoidmise ja kasvatamise:
 - kampaaniad
 - meedia- ja kommunikatsioonitegevused
 - kontaktüritused jne
- + sihtturgudeks strateegilised turud (Soome, Saksamaa, Norra, Suurbritannia, Holland jne)

Aitäh!

Heili Klandorf-Järvsoo
heili.klandorf@eas.ee

Kristiina Kästik
kristiina.kastik@eas.ee