

eesmärgid Jaapanis 2022+



rahalsed eesmärgid, mida peame saavutama?

äri eesmärk

- kasvatada Jaapani küllastajate kulutused Eestis 2024. aastaks 17 mln euronit (2019. a 19,5 mln, 2020. a 2,2 mln*)
- kasvatada Jaapani turistide ööbimised Eesti majutustevõtetes 2024. aastaks 31 000-ni (2019. a 52 200, 2020. a 6200, 2021. a 2100)

NB! kasvu eelduseks on lennuühenduste olemasolu naaberriikidesse

millised on peamised inimeste käitumuslikud muutused, saavutamaks ärieesmärke?

turunduse eesmärk

- mitme riigi ringreis **95%** (eelkõige Soome 2/3 ja Läti 50%)
- arhitektuur 93%/**60%** (k.a. UNESCO)
- giidiga ekskursioon/ringreis 34%/9%
- mitu tegevust võrdselt olulised **27%**
- looduses viibimine 27%/**3%**
- toidukultuur (lääbivalt) 81%/**1%**
- tarbijateekond (Jaapani standard)
- Eesti osa kasvatamine Baltikumi ringreisides
- tootepakkumine koostöös Soome (eri piirkonnad) ja Skandinaavia riikide ning Peterburiga
- madalhooaja tootepakkumine (pikk nädalavahetus, eriti mai ja sept.)
- Tallinn, Pärnu, Kihnu + uued sihtkohad sh sobivad majutused (Tartu, Seto, Muhu/Saaremaa(?))
- kvaliteet, hügieen ja personaalne mugavus

Reaalne seis 2016-2017 / mis motiveerib Eestisse reisima

mida peaks inimesed mõtlema / tundma / tegema muutuse saavutamiseks?

kommunikatsiooni eesmärk

- Eesti on põhjamaaine, rikkaliku kultuuriga riik
- Eesti ja Jaapan on sõbrad
- Eesti toit on puhas maitsev ja valmistatud orgaanilisest toorainest
- Eesti kultuuri on võimalik kogeda (Setod, Kihnu jne)
- Eesti hotellid ja restoranid on väga kõrgelt tasemel
- Eesti on turvaline
- Eesti on digiriik ja e-teenused on maailma kõrgeimal tasemel
- Eesti haridus on väga hea
- Eesti sobib ka monosihtkohaks
- Eestisse on lihtne reisida

B2B küsitlus + Meltwater

kuidas meedia panustab kommunikatsiooni eesmärkidesse?

meedia eesmärk

- *offline ja online* kanalid ja tegevuste võimendamine
- Jaapanikeelse informatsiooni kättesaadavus erinevates kanalites (ve.com; SoMe kanalid)
- pressireiside / FAM-reiside aktiveerimine
- B2B tegevused ja kliendihaldus
- F2F kohtumised ja suhete hoidmine
- B2C tegevused koostöös reisikorraldajatega
- partnerite tegevused
- Uute toodete tutvustamine (City break plus 1; sauna; light technical visit, educational tourism)

Allikas: EAS Turismiarenduskeskus

* ei sisalda rahvusvahelist transporti