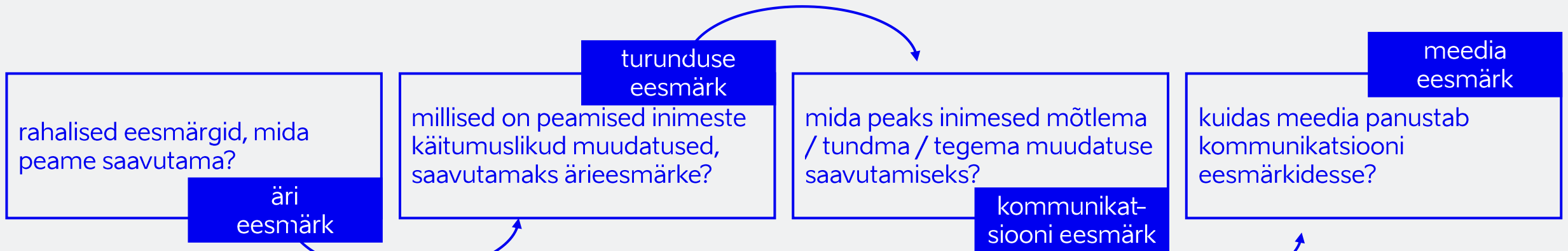


# eesmärgid USAs 2022+



rahalsed eesmärgid, mida peame saavutama?

**äri eesmärk**

- kasvatada USA külastajate kulutused Eestis 2024. aastaks 80 mln euronit (2019. a 90 mln, 2020. a 12 mln\*)
- kasvatada USA turistide ööbimised Eesti majutusettevõtetes 2024. aastaks 75 000-ni (2019. a 108 000, 2020. a 18 000, 2021. a 31 000)
- ööbivate esmakülastajate arvu suurendamine

Eeldus: USA välisesindaja ametikoha loomine.

\* ei sisalda rahvusvahelist transporti

millised on peamised inimeste käitumuslikud muutused, saavutamaks ärieesmärke?

**turunduse eesmärk**

- mitme riigi/pealinna **ringreis** 75% (45% Soome, 27% Läti, 23% Rootsi, 16% Venemaa)
- kultuuriturism (UNESCO, **arhitektuur**, pärandkultuur jne) 95% / **≈2/3**
- soov üldiselt Eestiga tutvuda/ mitme erineva tegevuse kombinatsioon **≈1/3**
- toidukultuur (läbivalt) 91% / 0%
- hooaja pikendamine (apr-okt)
- **tarbijateekond (logistika)**
- toode kombineerides Skandinaavia riike, eriti Soome ja Rootsi
- tootearendus **säästva turismi infras** ja selle kasutamine
- mitmekesine ja külastajat arvestav köök (*New Nordic with Russian touch*)
- **sobivad majutused** (4+/5\* hotellid – eriline ja *boutique*)
- kvaliteet, klienditeenindus ja **personaalne mugavus**

Reaalne seis 2016-2017 / mis motiveerib Eestisse reisima

mida peaks inimesed mõtlema / tundma / tegema muutatuse saavutamiseks?

**kommunikatsiooni eesmärk**

- hea kvaliteet, personaalne ja ehe kogemus
- Eesti on põhjamaine
- Eesti on väljast väike, kuid sisult suur – kompaktne ja mitmekesine
- Eestis on hästi säilinud ja kestav kultuuri- ja arhitektuuripärand
- Eesti on väärt korduskülastust (kruiis, ringreis)
- kruisituristi korduvkülastuse soovi tekkimine
- Eesti on keskkonnateadlik riik
- Eesti on privaatsust hindav
- kõik on 5 minuti kaugusel

B2B küsitlus + Meltwater

**meedia eesmärk**

kuidas meedia panustab kommunikatsiooni eesmärkidesse?

- infokirjad B2C
- *offline* ja *online* meedia võimendamine
- pressireisid / FAMide aktiveerimine
- seminarid, workshopid B2B koostöös assotsiatsioonide ja teiste riikidega (New York, Los Angeles ja Chicago piirkonnad)
- meediaüritused
- partnerite tegevused

Allikas: EAS Turismiarenduskeskus