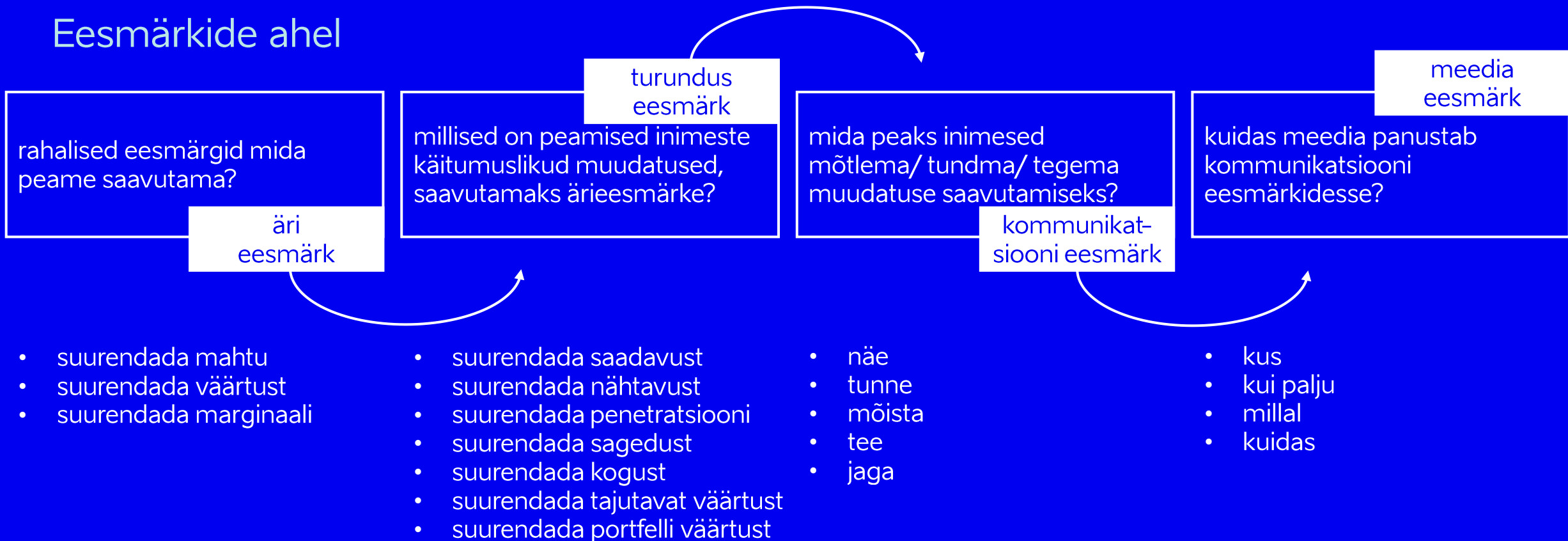


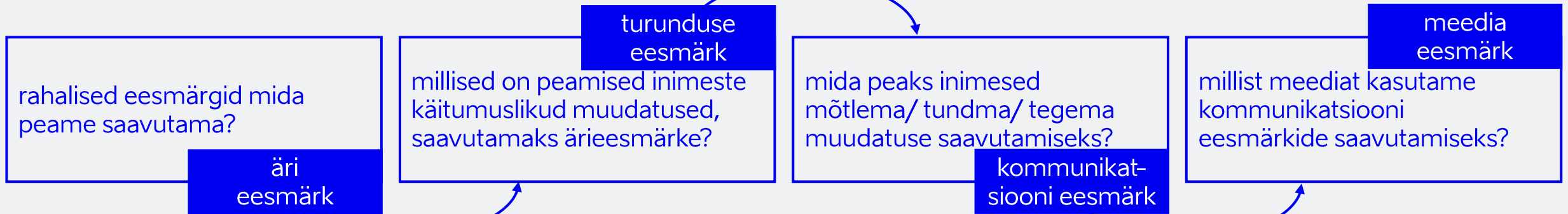
# ekskurss teooriasse

## Eesmärkide ahel



Ökosüsteem – tarbija teekond/ ostetud-, omatud-, teenitud- ja jagatud meedia; teenusdisain; IKT ja andmestrategie, CRM strateegia jne

# eesmärgid Soomes 2022+



- kasvatada Soome külastajate kulutused Eestis 2024. aastaks 575 mln euronit (2019. a 562 mln, 2020. a 228 mln\*)
- kasvatada Soome turistide ööbimised Eesti majutustevõttes 2024. aastaks 1,2 miljonini (2019. a 1,51 mln, 2020. a 529 000, 2021. a 281 000)

- Vastavalt uuringule külastas 45% vastanutest Eestit viimati 1-2a tagasi, 30% 3-5a tagasi (põhjus covid); **34% kavatseb Eestisse reisida aastal 2022.**
- **Eestisse reisimise motivaatorid:** soodne hinnatase (30%), toit ja restoranid (17%), kultuur ja ajalugu (17%), lähedus/mugavus (15%).
- **Reisi kestvuse eelistus:** 28% päevareis, 37% üks öö, 42% 2-3 ööd.
- **Transpordi eelistus:** 45% oma autoga, 44% ühistranspordiga. 58% valmis reisima väljaspoole Tallinna.
- **Kulutus per külastaja:** 285 eur / reisi kohta
- **Sihtgrupid:** 45+ korduvkülastaja, 60+ korduvkülastaja, pereturist, noored 18+, harrastusturist; B2B partnerid/meedia esindajad.
- **Potentsiaal:** vastutustundlik turism, toit, käsitöö, mõisad, loodus, aiandus, meri, golf, MICE. Soomlane, kes väärtustab kvaliteeti/elamusi nõudlikumale kliendile.
- **Sõnum:** +1 Tallinn ja/või muu Eesti; madalhooajal; Eestisse on lihtne tulla,
- **Reisikorraldajate olulisus:** 26% individuaalturistidest kasutab reisifirma teenuseid, 8% reisib reisifirmade grupireisidega.

Väliskülastajate uuring 2017; Soome elanikkonna küsitlus 2021.

- Eesti on turvaline sihtkoht sh. covid, usaldusväärsed teenusepakkujad, liiklus
- soomlased on Eestis oodatud ja väärtustatud külastajad
- eestlased on avatud ja külalishked
- Eesti on Soome siseturg
- hea hinna ja kvaliteedi suhe
- soomlasele mugav tarbijateekond, sh avalik transport ja oma autoga reisimine
- Keskendume teenustele/toodetele, mis on suunatud Soome külastajale uue, relevantse ja detailse info pidev edastamine
- +1 reisi Eestisse

B2B küsitlus + Meltwater

- infokirjad B2C ja B2B
- soomek. visitestonia.com (sh. eraldi B2B leht, pressiklubi)
- FB-grupp Löydä Viro, Visit Estonia
- soomesuunaline strateegiline kommunikatsioon
- pressi- & FAM-reisid
- seminarid, veebiseminarid, kontaktüritused
- B2B workshopid
- Matka mess jt. lõpptarbijaüritused
- sadamate ja laevade meediakanalid
- sihtkohtade infovahetus
- ühiskampaaniad
- partnerite tegevused

Keskmiselt kasutab reisija 3-4 infokanalit: kõigile vanusegruppidele on olulised laevafirmade kanalid, lisaks 18-34a sotsiaalmeedia, 35-54a broneerimisportaalid, 45+ visitestonia.com ja regioonide / linnade kodulehed.

EASi turismiarenduskeskus; Soome elanikkonna küsitlus 2021