



# Koostööpõhimõtted ja prioriteedid riiklikul ning regionaalsel tasandil turismis

***Tarmo Mutso  
Direktor  
EAS Turismiarenduskeskus***

## TAKi strateegilised nurgakivid

- Eesti kui reisisihi turundamine „Vana maa säravas pakendis“ väärtustest lähtuvalt.
- Kõrge kvaliteediga ja jätkusuutlike toodete arendamise koordineerimine Linnapuhkuse, Kultuuripuhkuse, Tervisepuhkuse, Looduspuhkuse valdkonnas.
- Turismiinfo kättesaadavuse tagamine. Lähtume sellest, et Turismiarenduskeskuse tegevuste väljundid on kasutajasõbralikud ning klientidele kättesaadavad.



# TAK peamised väljakutsed

- ❑ Turismiarenduskeskuse tegevuse strateegiline planeerimine.
- ❑ Oluliste sotsiaalsete partneritega koostöö tõhustamine.
  - sihtturgude töötubade süsteem
  - teemapõhised ümarlauad
  - **regionaalsed turismiorganisatsioonid.**
- ❑ Eesti turismiettevõtete kvaliteediprogrammi „Märk Kindlast Arengust“ arendustegevused.
- ❑ Eesti Külastuskeskuse loomine.



# TAK tegevusstrateegia

- TAK tegevusstrateegia 2011-2013
  - Eesti kui reisisihi tuntuse suurendamise strateegia
  - Tootearenduse strateegia
  - Turismiinfosüsteemi strateegia

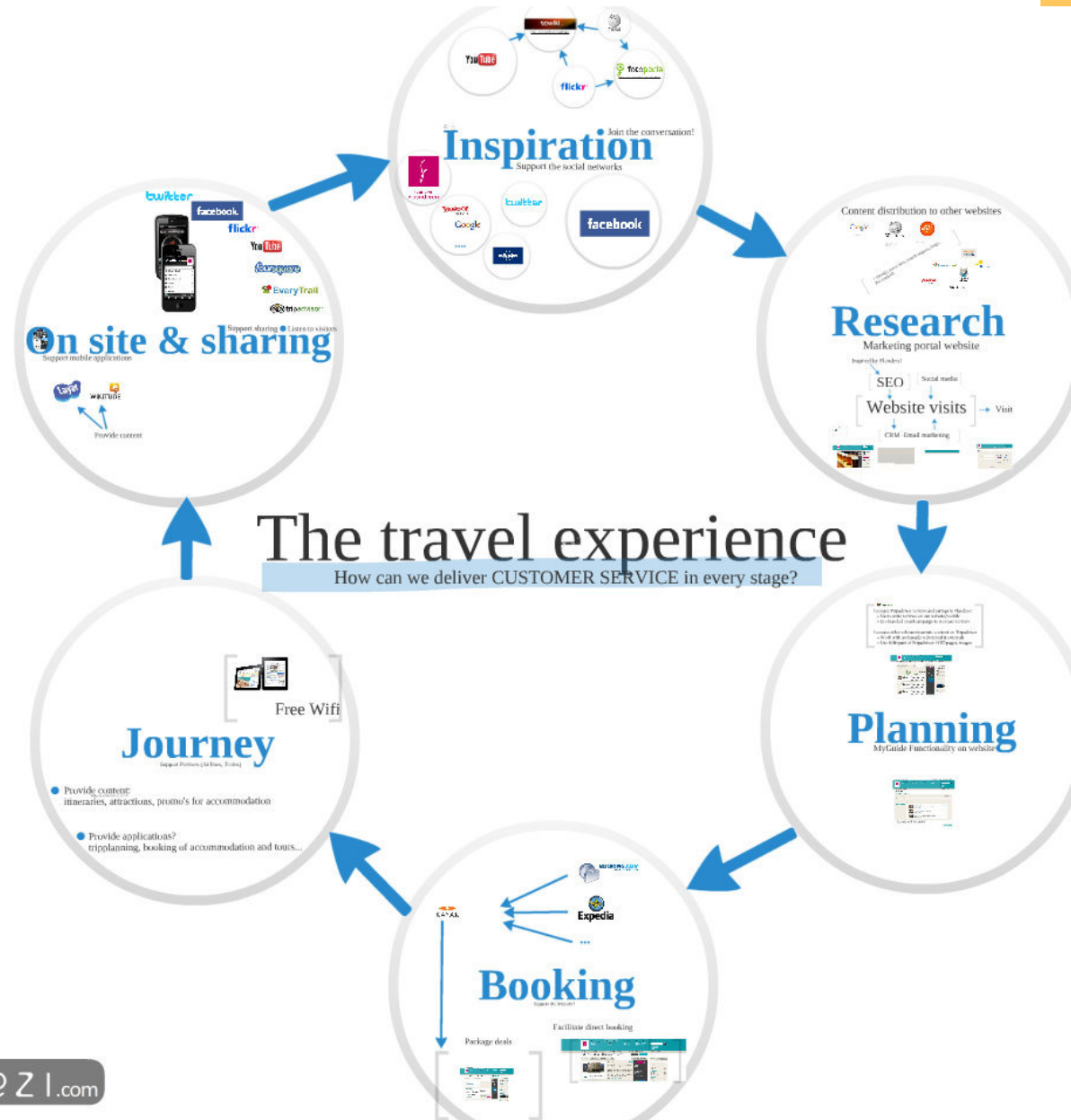
□ Ajakava

06.05.2011 tööversioon valmis

Juuni 2011 – kooskõlastamine partneritega

Strateegia kinnitamine





# Reisikogemus (2)

Turismiinfosüsteemi tegevussuunad lähtuvalt eelmises slaidis toodud erinevatest klienditeekonna etappidest. Meie eesmärk on, et kogu klienditeekond on tegevustega kaetud ehk et igas klienditeekonna etapis on mõeldud kliendi vajaduste peale.

**Inspiration** - teadlikkuse tõstmine Eestist kui sihtkohast, et tekitada huvi Eestisse tulemiseks. Huvi tekitamine teemapõhis info (spaa, looduspuhkuse vms) vastu.

Kanalid: traditsioonilised kanalid: press, mess, meedia jne. kui digitaalmeedia: visitestonia.com, sotsiaalmeedia, online kampaaniad. Mõju omavad peale visti siseste kanalite a visiti välised kanalid: sotsiaalmeedia kanalid, visiti sisu vahendavad portaalid.

**Research** - Info otsimine enne reisi ja reisiotsuse tegemine, info otsimisega reisiotsuse tegemise võimaldamine. Turismiinfo edastamise kaudu otsustusprotsessi mõjutamine läbi vajaliku info kuvamise- info, transpordi võimaluste, majutuse, atraktsioonide, ürituste kohta.

Kanalid: visitestonia.com, reisiettevõtted, TIK/KÜK sh ka nende poolt vastused päringutele, oma maakonna müük

**Planning** - Reisi planeerimine - tagada potentsiaalsele küllastajale piisav info puhkusevõimalustest reisi planeerimiseks

Kanalid: Rakendused visitestonia.com - reisi planeerija, otsing, soovituslikud marsruudid. TIK/KÜK, mõju omavad ka visti välised kanalid: sotsiaalmeedia kanalid, visiti sisu vahendavad portaalid.

**Booking** - Reisi broneerimiseks info eripakkumiste, pakettide, soodustuste, ürituste kohta ning võimalus teenuseid broneerida.

Kanalid: visitestonia.com booking või liidestused väliste broneerimissüsteemidega, ka võimalus otse kontakt luua teenusepakujaga, TIK/KÜK abiga broneerimine, veeb mobiilis või mobiiliapp kohapeal broneerimiseks.

**Journey** - Külustuselamus ja info sihtkohas – suurendada küllastajate rahulolu sihtgrupi ootustele vastava turismiinfo jagamise kaudu sihtkohas. Küllastaja peab tundma, et on regiooni oodatud.

Kanalid: külustuskeskus, turismiinfokeskus, turismiinfopunkt, elektrooniline infokiosk, atraktsioonide külustuskeskused, turismiviidad visitestonia.com, veeb mobiilis või mobiiliapp, teejuhid, reisiplaneerija, sotsiaalmeedia.

**On site & sharing** Tagasiside reisist reisi ajal ja elamuste jagamine pärast reisi.

Kanalid: sotsiaalvõrgustik (blogid, pildikeskkonnad, videokeskkonnad), mobiilirakendused, meedia, Visitestonia.

**Inspiration** – Eestit küllastanute positiivsed reisielamuse kirjeldused ja soovitused sotsiaalvõrgustikes ja mujal aitavad kaasa uute küllastajate teadlikkuse tõstmisele, Eestisse tuleku suhtes usalduse tekkimisele ning soovile kogeda sarnaseid elamusi.

Kanalid: Visitestonia, meedia, sotsiaalvõrgustikud.

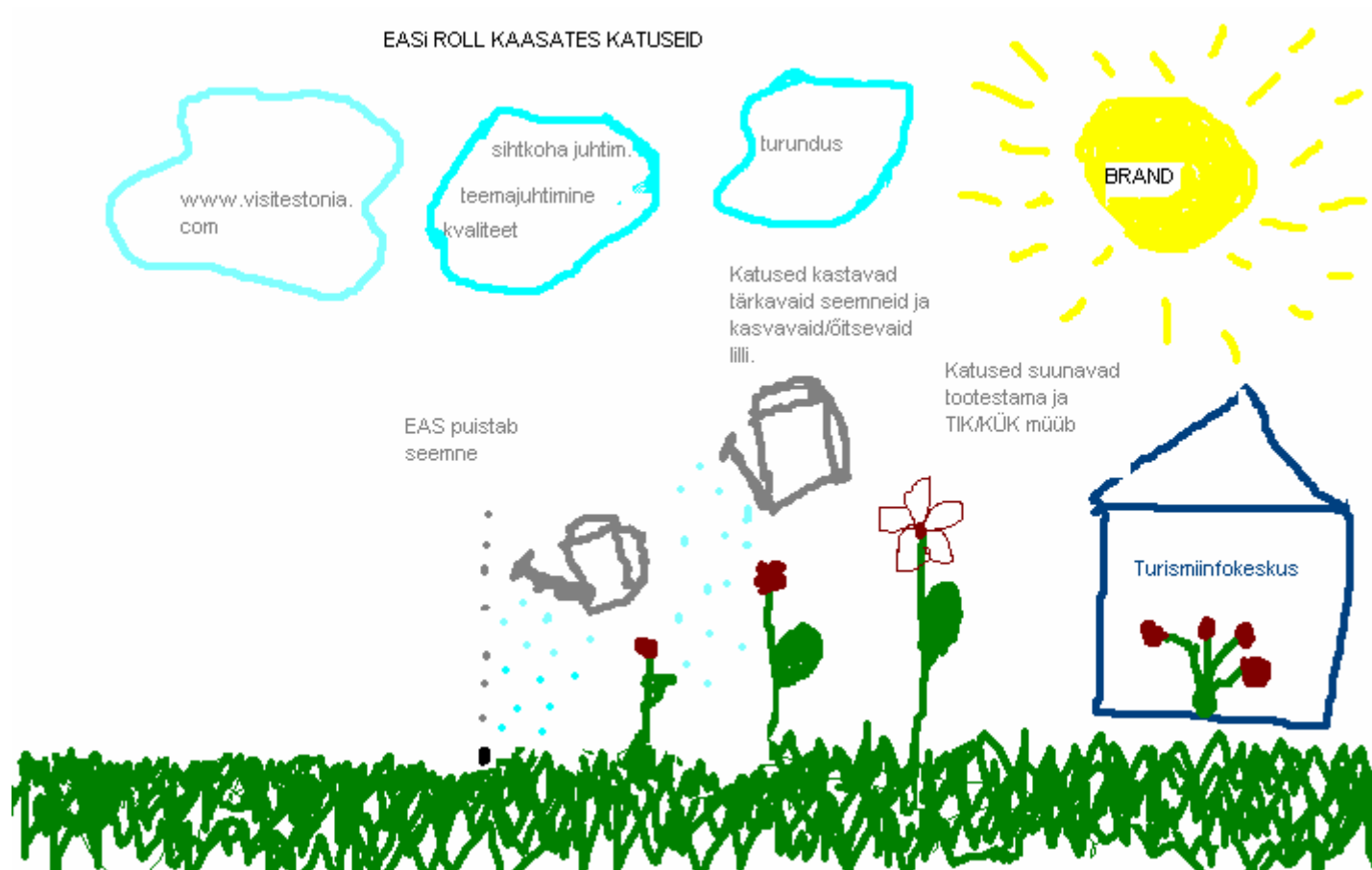


# Sihtkoha juhtimine

- Sihtkoha turundus, bränding
- Info kättesaadavuse tagamine
- Teadlikkuse tõstmine ja nõustamine
- Uute toodete initsieerimine
- Toodete kvaliteedikontroll
- Strateegiline planeerimine, uuringud
- Arendustegevused ja koostööprojektid



# Katuste roll



# TAK ootused REG-idele

## Tootearendus

- Koordineeritud tootearendus, piirkonna toodete pakettimine ( 5 loodustoodet, 5 pereturismi toodet, 5-kultuuritoodet- **EAS ANNAB SISENDI**
- Regionaalsed temaatilised marsruudid ja reisijuhid [www.visitestonia.com](http://www.visitestonia.com) - **EAS ANNAB SISENDI**
- Sihtkoha kvaliteedi kitsaskohtade kaardistamine, edaspidi sihtkoha kvaliteedi tagamine- **EAS ANNAB SISENDI**
- Koolituste organiseerimisel koostöö (nii organiseerimisel, sisu koostamisel, sihtrühma selgitamisel);

## Turundus

- Regiooni iseseisvad turundustegevused (konkreetsed tooted/teemad, mitte maakonniti);
- Eesti turunduskontseptsiooni märksõnade ja brändingu kasutamine kõikidel infokandjatel- **EAS KOOLITAB**
- Riikliku brändi teadlikkuse tõstmine ja kasutamine - **EAS KOOLITAB**
- EAS /TAK turundustegevustes osalemine, regiooni sisend ja regiooni esindamine;- **EAS KAASAB**

## Turismiinfosüsteem

- Teadlikkuse tõstmine Visitestonia.com võimalustest regioonis - **EAS KOOLITAB**
- Regioonile olulise info kuvamise jälgimine (sh objektid, üritused nb! oluliste uudiste kohene edastamine TAK-i );
- Vanemkasutaja funktsioon - **EAS KOOLITAB JA JUHENDAB**
- Külalastuskeskuste varustamine atraktiivsete reisijuhtidega ning konkreetsete turismiinfo materjalidega, et oleks tagatud turistile turismiinfo kättesaadavus kogu Eesti kohta;



# TÄNUD!

[tutvustaeestit.eas.ee](http://tutvustaeestit.eas.ee)

[puhkaeestis.ee](http://puhkaeestis.ee)

[visitestonia.com](http://visitestonia.com)

