15 SOOVITUST

SISETURISMI ARENDAMISEKS
SUVEL 2020

Marko Saue

Goal
social media marketing

Turismisektor on eriolukorra tõttu väga raskes seisus ja välisturistile sel suvel või aastal ilmselt eriti loota ei saa. Siseturismi jaoks tuleb aga erakordselt hea aasta, sest välismaale ei saa või taha meie veel minna.

Konkurents kohaliku puhkaja saamiseks läheb seetõttu tihedaks ja selle jaoks peab end just praegu ette valmistama.

Inimesed tahavad puhata – nad on tüdinud kodus istumisest, kodus töö tegemisest, kodus söömisest ja laste lõbustamisest. Piirangud leevenevad ja nad hakkavad otsima võimalust aeg maha võtta, nautida spad, randa, restorani, aktiivset puhkust, adrenaliini, romantikat jne.

Aga kuidas inimesed otsivad puhkuse ideid?

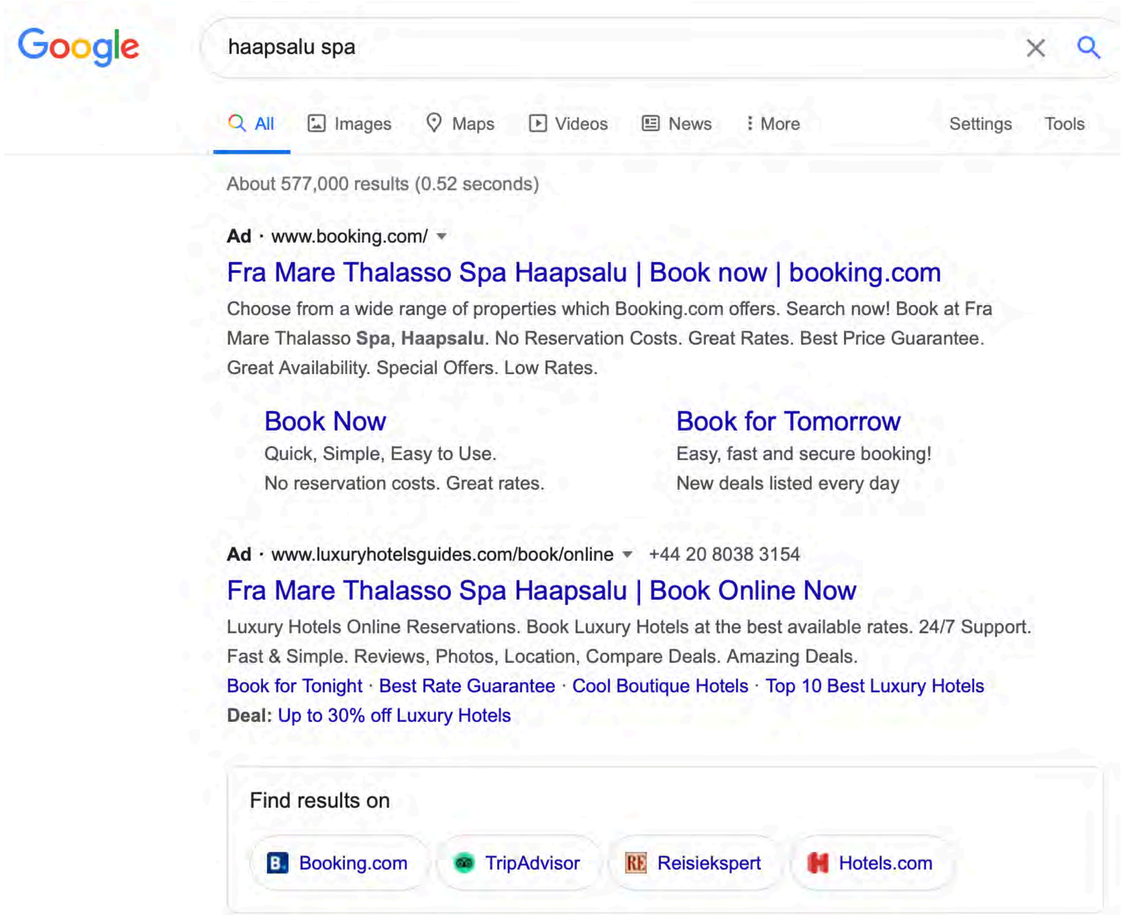
Oleme ka ise potentsiaalsed siseturistid ja seega analüüsisime, kust ja kuidas me infot otsiks ja kuidas meie tähelepanu köita nii online'is kui offline'is.

Järgnevalt pakume välja kiirelt kasutusele võetavad, efektiivsed ja tasuta või väikese eelarvega turunduslahendused:

1. GOOGLE ADWORDS

Suure tõenäosusega nii meie, kui ka teised Eesti inimesed, alustavad oma otsingut Google'ist.

SEO tööde jaoks sul enam aega ei ole, nii et pane kiiresti käima esimesed otsingu / märksõnareklaamid, et tuleksid välja esimeste seas, kui keegi otsib nt "suitsusaun", "turismitalu" või "fatbike matk"



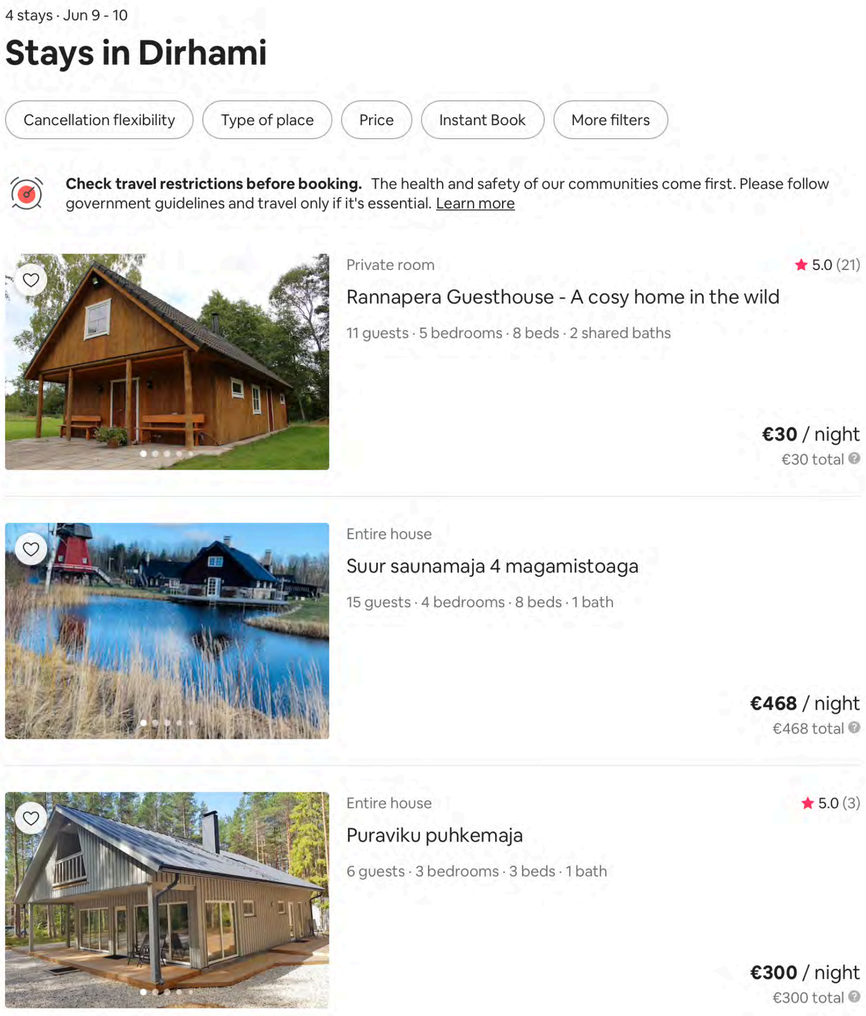
2. AIRBNB, BOOKING ...

Majutuse otsingut ilmselt alustaksin siit.

Kui sa pakud majutust või elamusi, siis sa ilmselt juba oled selle keskkonna kasutaja.

Vaata üle, et su fotod oleks seal viimasepeal, et otsijale silma jääda.

Sama kehtib ka TripAdvisori kohta, ning lisaks on meile veel www.puhkaeestis.ee, mida inimesed raudselt külastama hakkavad ja ka maakondlikud lehed, nt www.visithaapsalu.com, kus sa võiksid olla esinduslikult esindatud.



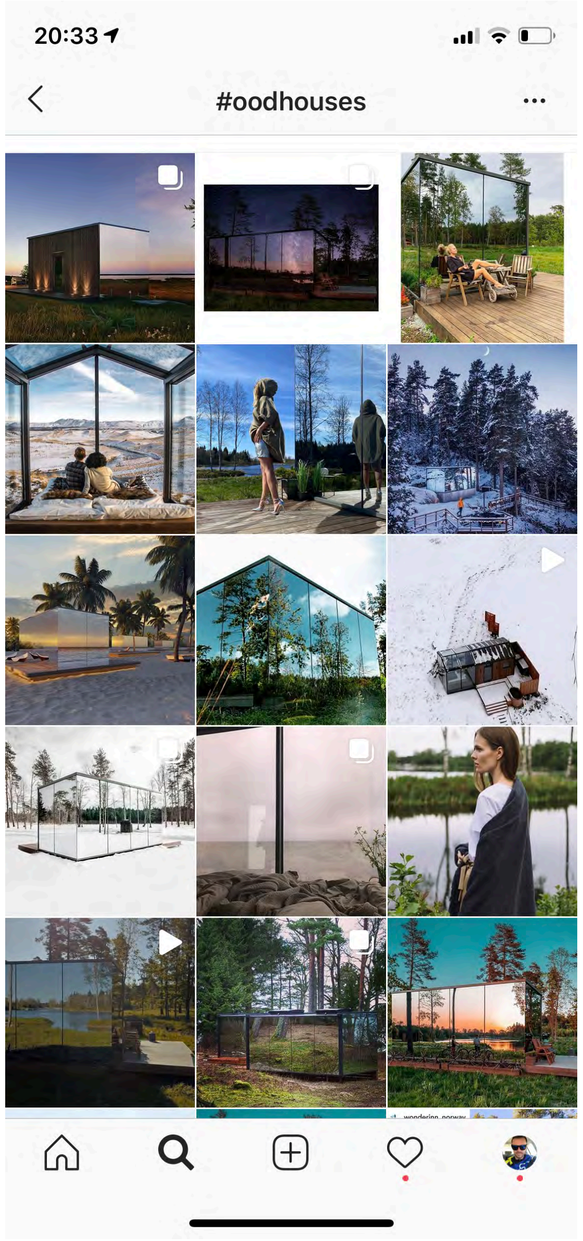
3. INSTAGRAM

LOO OMA #HASHTAG

Kui ma just aktiivselt ei otsi, siis saan kindlasti igapäevaselt puhkuseks inspiratsiooni Instagramist – oma sõprade postitustest. Mingi äge majutus, restoran, vaatamisväärsus jne.

Kui sinna on kenasti asukoht lisatud või ettevõtte hashtag, siis leian kiiresti selle kohta rohkem infot ja tean kuhu minna.

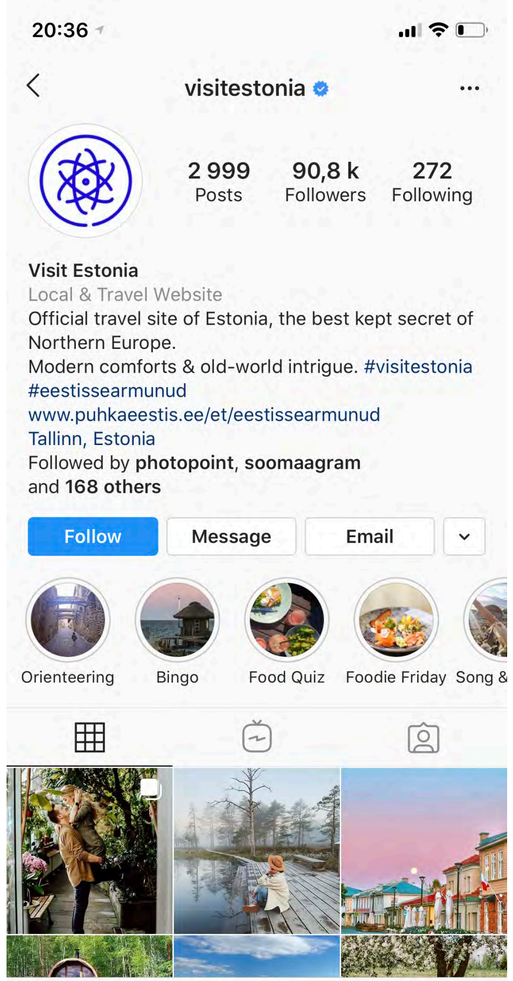
Ole Instagramis olemas, pane kusagile (seinale, uksele, sildile) füüsiliselt oma hashtag nähtavale, et inimesed sinu juures pilte tehes seda kasutaks ja nii leiavad sind ka sinu klientide sõbrad. Mina näiteks leidsin nii #oodhouses ja tahan seal väga ööbida.

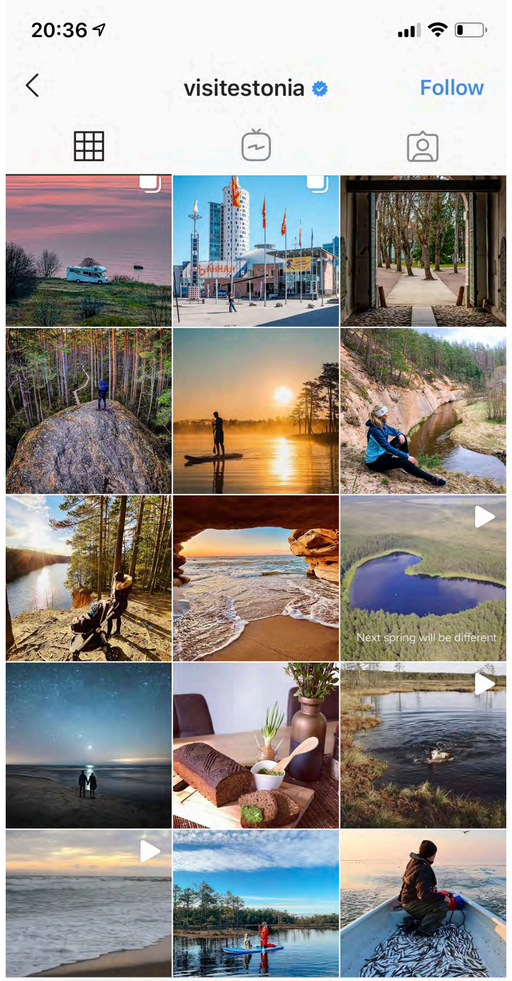


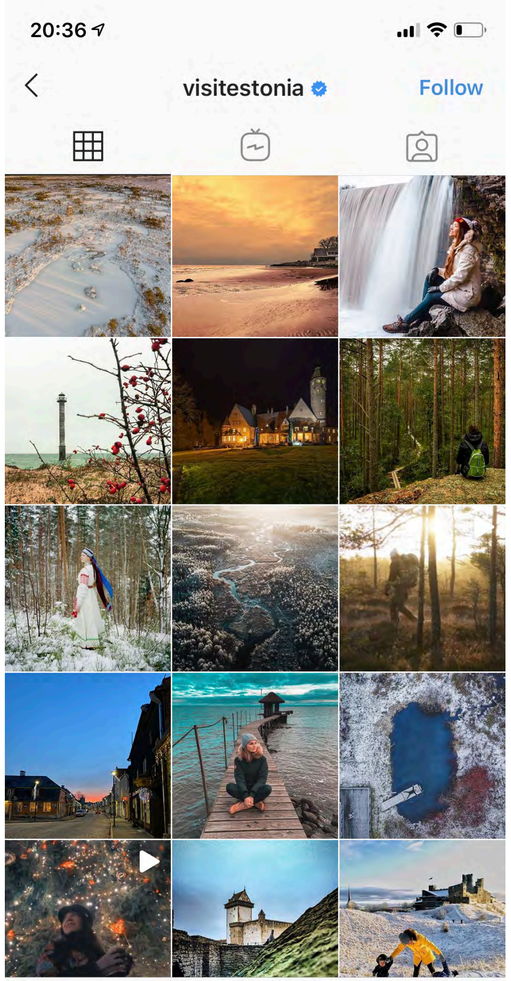
4. INSTAGRAM

VISIT ESTONIA

Kui teed ise ägedaid pilte, siis kasuta hashtagi #visitestonia ja võibolla jääb see Visit Estonia Instagrami sisuhaldurile silma ja ta repostib sinu pildi oma 90 000 jälgijale!





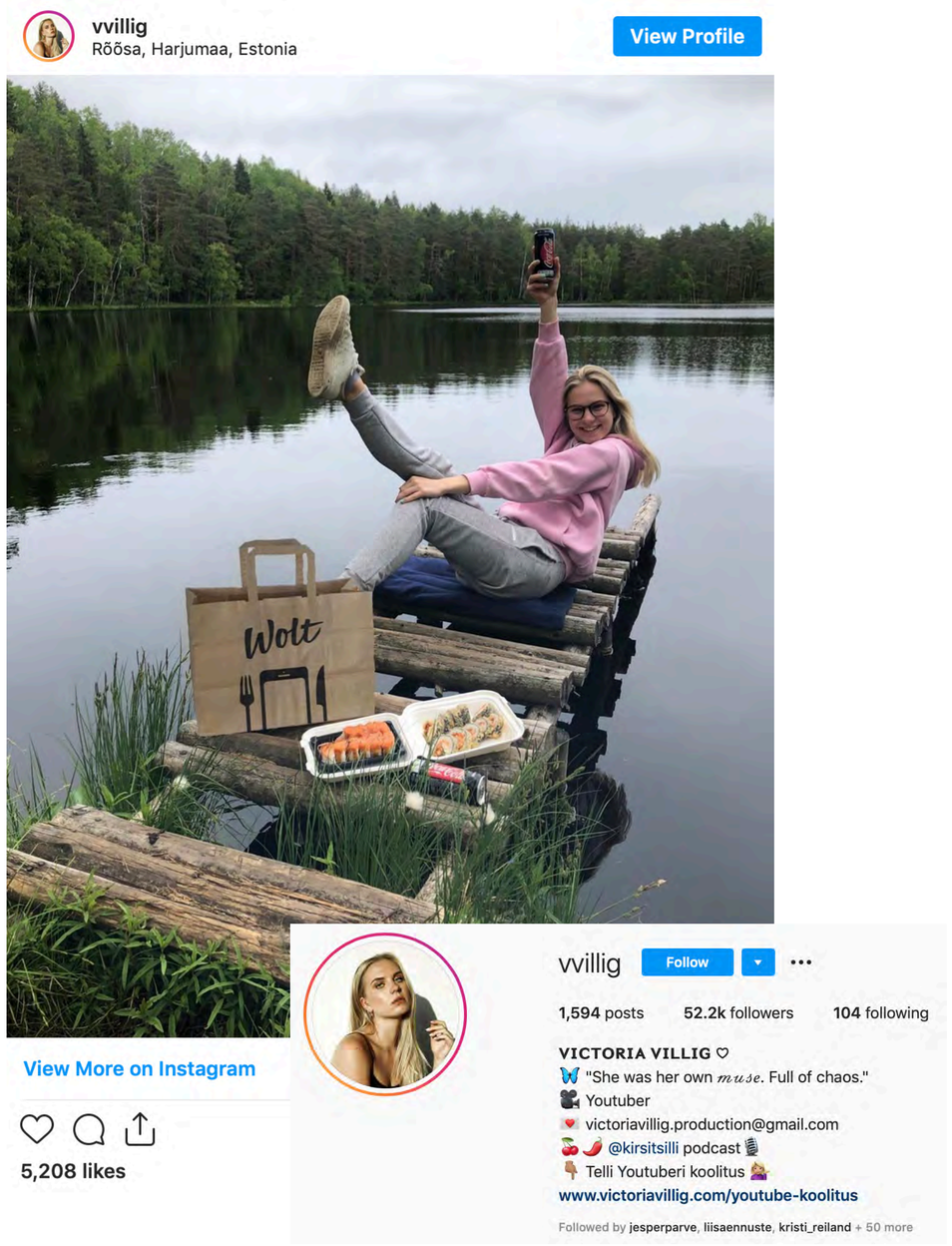


5. INSTAGRAM

INFLUENCERID

Väga paljud restoranid, aktiivse puhkuse pakkujad ja majutusasutused kasutavad oma turunduses suunamudijaid.

Kiire viis jõuda väga suure auditooriumini läbi vahetu ja elulise sisu ja kellegi soovituse. Influencer on jälgijate jaoks nagu “sõber steroididel”. Tema arvamust usutakse ja suures mastaabis. Pane kokku äge personaalne pakett ja kutsu sobiv influencer endale külla. Kui sul veab, siis tuleb ta ja teeb sulle reklaami ka ainult sinu teenuse või toote eest, kuid enamikul juhul tuleb arvestada ka rahalise töötasuga (enamasti vahemikus 100 – 2000€). Ja kui sul näiteks pole veel väga ägedaid fotosid või videot oma ettevõttest, siis pane samasugune äge pakett kokku mõnele heale fotograafile või Youtuberile.



6. FACEBOOK

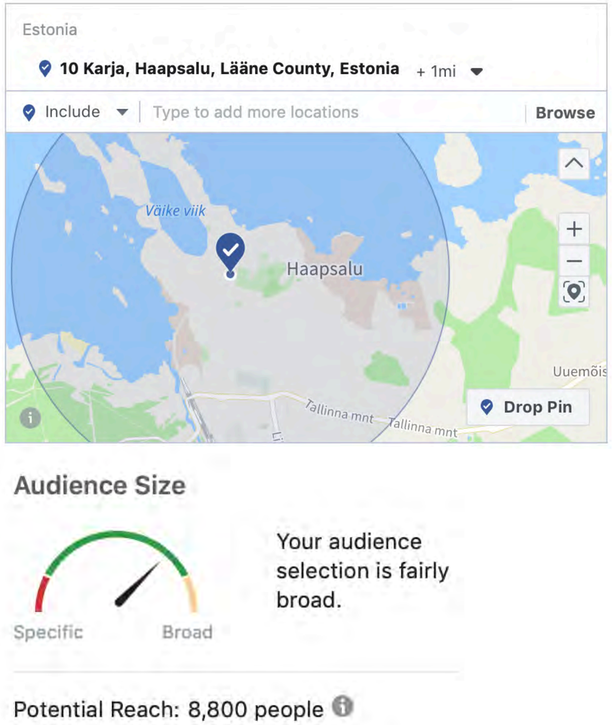
ASUKOHAPÕHISED REKLAAMID

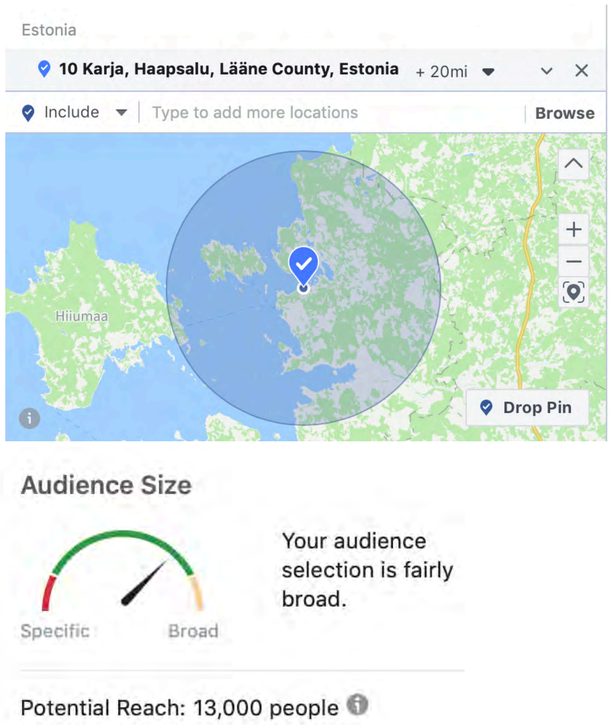
Sul on kohvik Haapsalus, kellele Facebookis reklaami näidata?

Väga lihtne, asukohapõhiselt kõigile inimestele, kes on kohviku läheduses või Läänemaal.

Sisuliselt võid sihtimist nii sättida, et juba Tallinnast välja sõitvad inimesed seda juba näevad.

Tallinnas nt soovitaks 1 km raadiuses ümber kohviku reklaami jooksutada, siis on piisavalt väike auditoorium ja kõik reklaami näinud inimesed saavad sisuliselt ümber nurga sisse astuda.





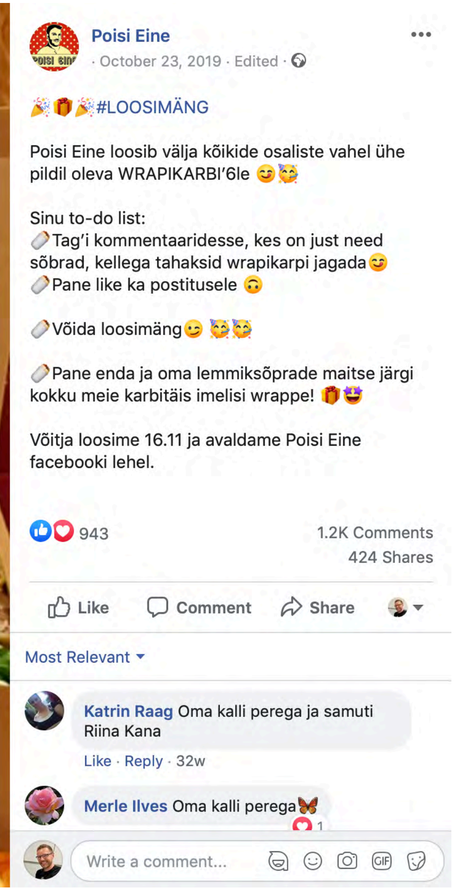
7. FACEBOOK

AUHINNAMÄNG

See on üks lihtsamaid ja levinumaid viise, kuidas väiksed ettevõtted enda tooteid või teenuseid reklaamivad.

Nad annavad selle Facebooki giveaways auhinnaks ja heal juhul toetavad seda postitust ka nt 100€-ga ja inimeste osalemine ja jagamine viib selle suure auditooriumini.

Võida kanuumatk 4-le, võida 2 tundi jetiga Haapsalu lahel, võida fatbike'i matk jne.



8. REVIEW'D

KÜSI TAGASISIDET

Küsi review'd **oma rahulolevatelt klientidelt** ja seda nendele sobivasse või sinu jaoks oluliseimasse keskkonda.

Restorane valime üsna tihti Tripadvisori, Google'i või Facebooki tagasisidede (review) põhjal.

Keskmine hinne, sinu kohta kirjutanud jutt ja nt positsioon Tripadvisoris mõjutab oluliselt sinu juurde jõudvate külastajate arvu.

Facebook
4.7/5
158 votes

DinnerBooking
5.5/6
360 votes

4.6 ★★★★★ 383 Google reviews
€€ · Cafe

Ratings and reviews
4.0 19 reviews
#1 of 1 Seafood in Dirhami
#1 of 1 Restaurants in Dirhami

RATINGS
Food
Service
Value

Liisa Addi recommends Dirhami Kalakohvik.
7 hrs ·
Supermõnus atmosfäär, fantastiline toit ja meeldiv teenindus! Sattusime kogematta mööda minnes Kalakohvikusse, kindlasti tuleme tagasi 🙂
Annely Einmann
Like Comment Share
Write a comment...

Marika Praakle recommends Dirhami Kalakohvik.
May 30 at 11:48 AM ·
Esimene söögikoha külastus perega peale nn. kinnist perioodi. Päike, meri, mõnus tuuleke mere ääres. 😍Laua broneerisime ette kuna pelgasime, et kindlasti tahtjaid rohkem ja laudu ei jätku. Oligi õige tegu, sest õige pea tekkis laua soovijatest väike ootejärjekord. Toidu tellimine edenes edukalt. Kohe toodi ka joogid. Koka poolt oli ka väike üllatus külastajatele: krõbedad ja äärmiselt maitsvad kalapallikesed. Põhiroa ooteaeg veidike kestis kuid söök oli aus ning vääris ootami... See More
Relaxing atmosphere · Cosy atmosphere
2

9. TEEÄÄRSED “REKLAAMID”

Kui su turismitalu või meelelahutusteenus asub maantee ääres, siis on sul võimalus väga lihtsalt ja nutikalt inimestele silma jääda.

Tallinnast Haapsallu sõites on ilmselt enamus märganud kiikingu reklaamiga piimatsisterni või Laitse Rallyparki suurt reklaami, milles ripub auto.

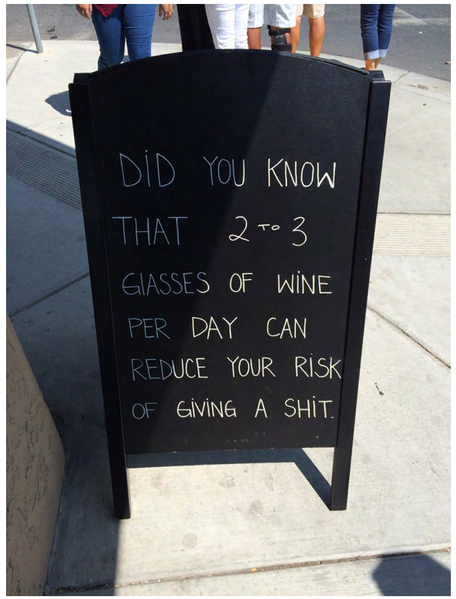
Mõtle nutikalt, kuidas tee pealt silma jääda. Äkki tulevad sel suvel tagasi ka reklaamiga heinapallid?

10. SISSEVISKAJAD

Välisreisidel oleme kohtanud sageli eeslaste jaoks tüütuid restoranide sisseviskajaid. Meile aga meeldivad rohkem nutikad staatilised sisseviskajad.

Nimelt need vahvad kriittahvlid kohvikute ja restoranide ukse juures tänaval, kus tavaliselt päevapakkumine või osa menüüst peal.

Kirjuta sinna midagi naljakat ja ägedat nii, et inimesed seda nähes naerma hakkaks ja kui isegi kohe sööma ei tule, siis vähemalt pilti teeks ja sõpradele jagaks.



11. SOOVITUSTURUNDUS

Me usaldame oma sõprade soovitusi. Aga kas me ettevõtjatena ka usaldame oma kliente, et nad ise tulevad selle peale, et meid oma sõpradele soovitada. Istume ja agressiivselt ootame, et klient sisse astuks?

Soovitusturundus on väga võimas vahend pidevalt uute klientide saamiseks.

Näiteks sinu turismitalus on romantikapaketi hind 150€. Sinu juures käis kena paarike, kes jäi kõigega väga rahule. Enne lahkumist annad neile kolm 20€-se sooduskupongi / kinkekaardi, mida palud edasi anda kolmele väga ägedate sõprade paarile.

Sõbrad saavad 20€ soodustust + kiidulaulu, kui äge koht see oli ja on väga suure tõenäosusega sinu teenuse ostjad.

12. BRÄNDITUD MEENE

Käisin enduromatkal. **Korraldaja kinkis kõigile osalejatele** oma logo ja veebiaadressiga buff (see kaelasall). Käin sellega igapäevaselt ringi, kui Adventures.ee reklaam postament. Ise veel õnnelik ka, et tuul ei puhu kaela peale – praktiline asi ja mul pole midagi selle vastu, et selle kandmisega neile natuke reklaami teen.

Mõtle välja, mida sina saad oma klientidele sellist kinkida. On see siis võtmehoidja, müts, pudeliavaja, pastakas, käsitööküpsised vmt. Et inimene saaks midagi kaasa, mis talle pidevalt sind meelde tuletaks ja ideaalis mida ka tema sõbrad näeks ja uuriks.

Windproof jacket
€199.00

"adventure is calling " hoodie /...
€99.00

Beanie / Müts
€19.00

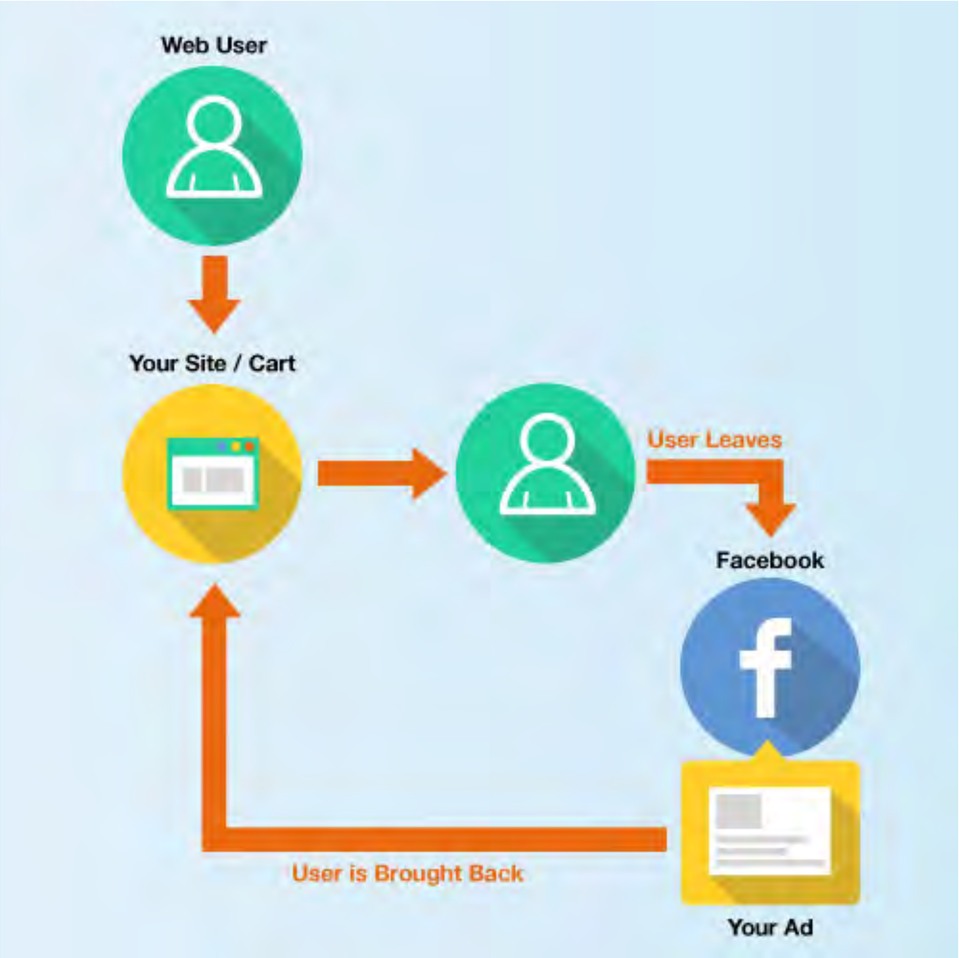
"enjoy the braaap" buff
€10.00

13. REMARKETING

SINU VEEBILEHELE KÜLASTAJATELE

Kui inimesed otsivad mingit konkreetset asja, siis enamasti vaatavad nad läbi päris mitu sama valdkonna ettevõtte veebi. Ilmselt ostuotsust ei teha kohe ja lahkutakse.

Kui sul on aga veebis Facebooki pixel ja sa kasutad remarketing reklaame oma veebi külastanud inimestele, siis saad sa nad lisaargumentidega tagasi tuua oma veebi, kasvatada usaldust, pakkuda sooduskoodi vmt ja saada muidu igaveseks kadunud olnud veebikülastaja kliendiks.



14. EMAILIBAAS

EMAILIDE KOGUMINE VEEBIS / FACEBOOKIS

Paljudel ettevõtetel on veebis vorm “liitu meie uudiskirjaga”.

Suure tõenäosusega ei soovi inimesed rohkem “uudiseid" ja ei liitu sellega.

Kui sa aga mängustad (gamification) selle ja loosid iga kuu kõigi emailistiga liitunute vahel välja oma teenuse, siis on märksa suurem tõenäosus, et inimesed selle listiga liituvad ja sul on võimalus neile oma turundusõnumit edaspidi regulaarselt edastada.

15. RISTTURUNDUS

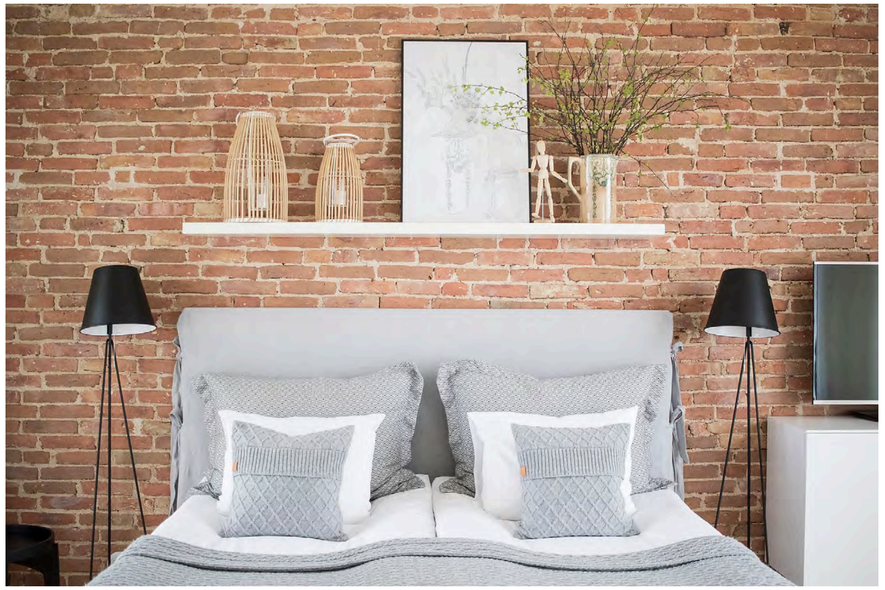
Leia üles lähikonnas paar teise valdkonna ettevõtet ja tehke omavaheline vastastikune soovitussüsteem.

Majutusasutus soovitab oma klientidele ühte restorani ja ühte atraktsiooni ja vastupidi. Eriti mugav on seda teha koos sooduskupongiga.

Näiteks:

“Meie külaliskorteri külastajatele on all restoranis kõik hinnad -15%”

“Näen, et olete perega puhkusel, kui ratsutama soovite minna, siis meie restorani külastajad saavad 2 ühe hinnaga!”



TÄNAN!

MARKO SAUE - marko@goal.ee - 552 5757