

Hiiumaa kohaturundusstrateegia

Hiiumaa

Sisukord

Sissejuhatus	3
Hiiumaa visioon ja väärtused	4
TEAM Hiiumaa	5
Hiiumaa identiteet	6
Elukeskkond	9
Kitsaskohad ja eesmärgid	9
Elanike arvu kasvu toetavad eeldused	10
Elukeskkonna projektid	11
Projekt 3 – Noored Hiiumaale	11
Projekt 4 – Suvehiidlasest uuelanikuks	12
Ettevõtluskeskkond	15
Kitsaskohad ja eesmärgid	15
Ettevõtluskeskkonna projektid	16
Projekt 5 – Hiiumaale tööle	16
Projekt 6 – Noor Hiiumaa ettevõtja	17
Projekt 7 – Hinda Hiiumaist!	17
Külastuskeskkond	19
Kitsaskohad ja eesmärgid	19
Külastuskeskkonna eesmärkide täitmist toetavad eeldused	20
Külastuskeskkonna projektid	21
Projekt 8 – Rohkem välituriste	21
Projekt 9 – Pikem turismihooaeg	24
Projekt 10 – Sündmused nähtavaks	25
Lisad	26

Sissejuhatus

Hiiumaa kohaturundusstrateegia ja tegevuskava koostamise alus on Hiiumaa valla arengukava 2035+ (edaspidi arengukava). Strateegia koostamise käigus analüüsiti Hiiumaa elu-, ettevõtlus- ja külastuskeskkonnaga seotud andmeid ja dokumente. Strateegia koostamisel on arvestatud kaasamisseminaridel osalenud Hiiumaa võtmeisikute arvamuste ja seisukohtadega.

Hiiumaa kohaturundusstrateegia:

- sõnastab eeldused strateegia rakendamiseks
- loob seosed arengukavas toodud eesmärkidega
- kirjeldab tegevuspõhimõtteid, sihtrühmi ja ressursse tegevuste elluviimiseks

Hiiumaa kohaturundusstrateegia tegevuskava annab suunised turundus- ja kommunikatsioonitegevusteks ning asjakohaste e-kanalite arendamiseks aastatel 2019, 2020 ja 2021.

Hiiumaa visioon ja väärtused

Hiiumaa arengukava sõnastab Hiiumaa visiooni järgmiselt:

Hiiumaa on unikaalne kooslus puhta looduse keskel toimivast tänapäevasest elukeskkonnast, mis on tänu kvaliteetselt toimivatele tehnilistele lahendustele suurepärases ühenduses välismaailmaga.

Hiiumaa arengukava käsitleb kesksete võtmesõnadena järgmisi väärtusi:

- Inimkesksus
- Hoolivus
- Avatus
- Tasakaalustatus
- Jätkusuutlikkus
- Teadmispõhisus
- Uuendusmeelsus
- Kvaliteet
- Piirkondlikke eripärasid arvestav

Hiiumaa arengukava käsitleb alusväärtustena:

- Inimesi
- Kvaliteetsed ja turvalist elukeskkonda
- Konkurentsivõimelist ja jätkusuutlikku ettevõtluskeskkonda
- Külalislahket, mitmekesist ja looduslähedast külastuskeskkonda
- Väärtustatud kohalikku kultuuripärandit
- Avatust maailmale

Kaasamisseminaridel rõhutati oluliste hiidlase identiteeti kujundavate väärtusena **turvalist, puhast ja rahulikku elukeskkonda**, hästi hoitud **elurikkust, saarelist elustiili** ja omanäolist **kultuuriruumi**. Nimetatud väärtused on aluseks strateegia ja tegevuskava koostamisel.

Turvaline Hiiumaa – Hiiumaal on väga vähe kuritegevust. Lastel on Hiiumaal turvaline elada ja kasvada.

Puhas Hiiumaa – Hiiumaal on palju puhast ja puutumatut loodust. Hiiumaa metsad on marja- ja seenerikkad. Hiiumaal väärtustatakse naturaalseid toiduaineid ja puhast toitu.

Rahulik Hiiumaa – Hiiumaal on rahulik. Iga hiidlane oskab hinnata rahu ja vaikust, endaga olemist ja endasse vaatamist. Seda tunnet tullakse Hiiumaale otsima. Hiiumaal on meelerahukodu.

Elurikas Hiiumaa – Hiiumaa loodus on mitmekesine ja liigirikas. Hiiumaal on palju erinevaid eluvorme. Hiiumaa elurikkust kinnitab kuulumine UNESCO poolt tunnustatud Lääne-Eesti biosfääri kaitseala koosseisu.

Saareline elustiil – Meri määrab Hiiumaal kõik, hommikused, päevased ja õhtused tegemised. Kui meri midagi tahab, siis ta lubab, ja kui ei taha, siis takistab. Merega peab arvestama iga hiidlane nii heas kui ka halvas.

Omanäoline kultuuriruum – Hiiu kultuur on omanäoline ja äratuntav nii lähedalt kui ka kaugelt. Hiiu naljast saab päriselt aru vaid teine hiidlane – nii kummaline võib olla see huumor. Hiidlaseks saab vaid Hiiumaale sündides.

Strateegia eesmärgid ja elluviimine

Hiiumaa kohaturundusstrateegia eesmärk on leida toimivad lahendused:

- Hiiumaa elukeskkonna tutvustamiseks
- Hiiumaa ettevõtluskeskkonna mitmekesistamiseks
- Hiiumaa külastuskeskkonna tutvustamiseks

Hiiumaa kohaturundusstrateegiat viiakse ellu projektipõhiselt. Iga projekti puhul on kirjeldatud olulised eeldused, eesmärgid, sihtrühmad, sõnumid, sekkumisloogika, vajalikud oskused ja koostööpartnerid. Tegevuskavas on lisaks kirjeldatud projekti ajakava ja eelarve. Perioodi 2019–2021 turundusprojektid on alljärgnevad:

- Projekt 1 – Bränd
- Projekt 2 – Kodulehekülg
- Projekt 3 – Noored Hiiumaale
- Projekt 4 – Suvehiidlastest uuselanikuks
- Projekt 5 – Hiiumaale tööle
- Projekt 6 – Noor Hiiumaa ettevõtja
- Projekt 7 – Hinda Hiiumaist!
- Projekt 8 – Rohkem välituriste
- Projekt 9 – Turismihooaeg pikemaks
- Projekti 10 – Sündmused nähtavaks

TEAM Hiiumaa

Hiiumaa kohaturundusstrateegia keskne väärtuspakkumine on TEAM Hiiumaa käivitamine. TEAM Hiiumaa koondab kokku Hiiumaa tulevikust ja heast käekäigust huvitatud **hiidlased, suvehiidlased** ja kõik **Hiiumaa sõbrad**. TEAM Hiiumaaga liitunud isikud saavad panustada oma oskuste ja ajaga erinevates turundusprojektides enda soovi, oskuste ja isiklike võimaluste kohaselt. Heade professionaalsete oskuste ja ka suure kontaktvõrgustikuga TEAM Hiiumaa liikmeid turundusprojektidesse kaasates on võimalik võimendada turunduseelarvet ning anda tegevustele suurem kandejõud ja ulatus. Koostöövorme on erinevaid: panustada saab nii hobi korras kui ka tegevuse eest tasu saades. Iga liikme tegevus on vabatahtlik ning edukus seotud peamiselt isikliku motivatsiooniga panustada Hiiumaa tulevikku.

Hiiumaa kohaturundusstrateegia rakendamisel on vaja kaasata TEAM Hiiumaa projektidesse järgmiste ametite inimesi:

- Projektijuhid
- Disainerid
- Sisuturundajad
- Loovjuhid
- Tekstikirjutajad
- Veebidisainerid
- Veebiturundajad
- Sotsiaalmeedia spetsialistid
- Loovjuhid
- Fotograafid
- Tõlkijad
- Videotegijad
- Programmeerijad
- Kommunikatsioonijuhid
- PR-spetsialistid
- Ajakirjanikud
- Blogijad/vlogijad



Hiiumaa identiteet

Projekt 1 – Bränd

Projekti „Bränd“ eesmärk on sõnastada Hiiumaa identiteet turundussõnumite ja jutupunktide kogumina ning luua uus või ajakohastada mõni olemasolev visuaalne tähistaja:

- mis kannaks edasi Hiiumaa väärtusi ja identiteeti
- mida saaks hästi kasutada tänapäevaste turundusmaterjalide väljatöötamisel eri valdkondades ja meediumites

Projekti sihtrühmad on praegused Hiiumaa elanikud ja võimalikud uushiidlased, Hiiumaa külastajad ning Hiiumaa ettevõtjad ja hiiumaist päritolu toodete tarbijad.

Mistahes kohaidentiteet põhineb peamiselt väärtustel, hoiakutel ja elustiilil, mis on tähtsad nii kohalikele elanikele kui ka sihtkoha külastajale. Enim väärtustatakse Hiiumaal turvalist, puhast ja rahulikku elukeskkonda, hästi hoitud elurikkust, saarelist elustiili ja omanäolist kultuuriruumi. Nimetatud väärtustele tuginedes luuakse sõnumid ja lood Hiiumaa tutvustamiseks.

Hiiumaa kohaidentiteet on küll tajutav, kuid mitte alati üheselt mõistetud. Puudub ühine kokkulepe, milliseid lugusid ja kuidas Hiiumaa turundamisel rääkida ning milliseid sõnumeid kasutada.

Eri aegadel on turunduslikel eesmärkidel välja töötatud erinevaid visuaalseid tähistajaid. Enimkasutatud on Hiiumaa kontuurina päikeseloojangut kujutav logo. Ühtne, kõikides valdkondades tunnustatud ja kasutatud visuaalne tähistaja Hiiumaal puudub.



HIIUMAA VALD



Projekti tegevustena analüüsitakse olemasolevaid Hiiumaa lugusid, sõnumeid ja visuaalseid tähistajaid ning leetakse parim lahendus Hiiumaa loo rääkimiseks ja tähistamiseks erinevatel kandjatel ja eri kanalites.

Projekti tegevuste elluviimisel kaasatavad TEAM Hiiumaa spetsialistid on projektijuht, loovjuht, disainer ja tekstikirjutaja.

Soovituslik lähteülesanne Hiiumaa identiteedi sõnastamiseks ja visuaalse kontseptsiooni loomiseks on toodud strateegia lisas 2.

Hiiumaa brändi arendamise soovituslik tegevuskava ja eelarve on toodud lisas 1 nimetusega Projekt 1 – Bränd.

Projekt 2 – Kodulehekülg

Projekti „Kodulehekülg“ eesmärk on luua Hiiumaa.ee kodulehele tänapäevastele nõuetele vastav tehniline lahendus ning asjakohane sisu.

Kodulehekülje loomisel arvestatakse nii Hiiumaa praeguste elanike, võimalike uuelanike (hiiumaaeelama.ee) kui ka külastajate (visithiiumaa.com) infovajadusi. Samale tehnilisele platvormile arendatakse lisaks Hiiumaa päritolu toodete veebikataloog hindahiiumaist.ee. Kõikide veebilehtede info peab olema kättesaadav ka mobiilse seadme abil.

Võimalik lahendus hiiumaa.ee kodulehekülje arendamiseks:



Projekti tegevuste elluviimisel kaasatavad TEAM Hiiumaa spetsialistid on projektijuht, veebidisainer, veebiarendaja, tekstikirjutaja, sisuturundaja ja blogijad/vlogijad.

Soovituslik lähteülesanne Hiiumaa.ee kodulehe ajakohastamiseks on toodud strateegia lisas 3.

Hiiumaa.ee arendamise tegevuskava on toodud lisas 1 nimetusega Projekt 2 – Kodulehekülg.

Elukeskkond

Hiiumaa elukeskkonna strateegia ja tegevuskava eesmärk on toetada ja võimendada elukeskkonna arendamisega seotud positiivseid sõnumeid.

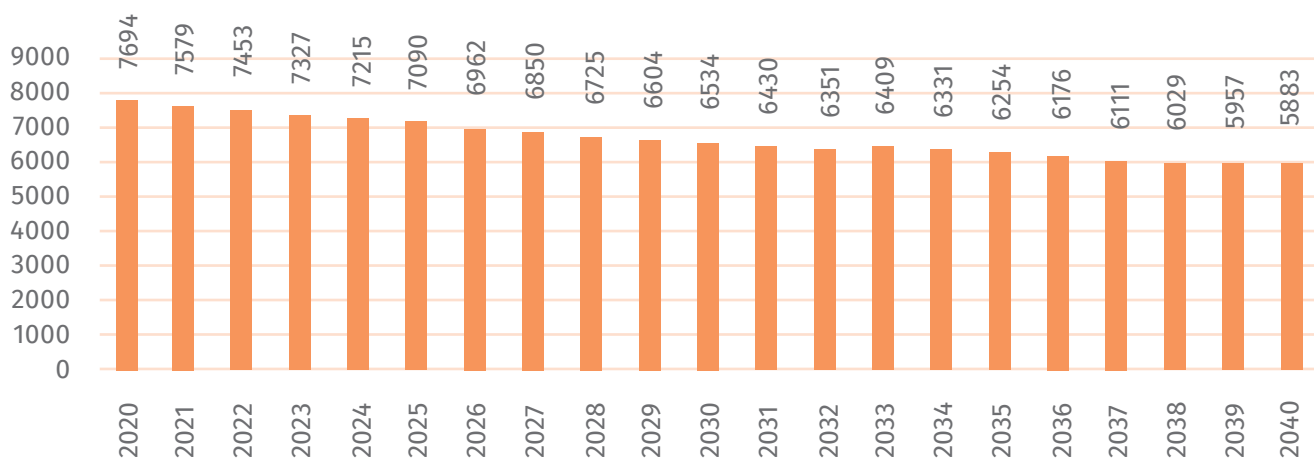
Kitsaskohad ja eesmärgid

Hiiumaa püsiv probleem on elanikkonna vähenemine ja püsielanike arvu aeglane kasv. Nii arengukavas kui ka kaasamiseminaridel on viidatud suvehiidlaste vähesele kaasatusele Hiiumaa kogukonda. Aastaks 2022 on arengukavas seatud järgmised eesmärgid elanikkonnaga seotud kitsaskohtade lahendamiseks:

- **Hiiumaal on vähemalt 10 000 registreeritud elanikku.**
- **Laste (0–14 a) osatähtsus elanikkonnast on suurenev.**
- **10% suvehiidlastest on saanud püsielanikud.**

Statistikaameti pikaajalise rahvastikuproгноosi järgi elab aastal 2020 Hiiumaal 7694 inimest, 2025. aastal 7090 elanikku, 2030. aastal 6534 inimest ja 2040. aastaks 5883 inimest.

Statistikaameti rahvaarvu kahanemise prognoosi täitumisel väheneb saarel järk-järgult nii avalike kui ka erateenuste kättesaadavus ning toimub märgatav elukvaliteedi halvenemine.



HIIU MAAKONNA PROGNOOSITAV RAHVAARV

Elanike arvu kasvu toetavad eeldused

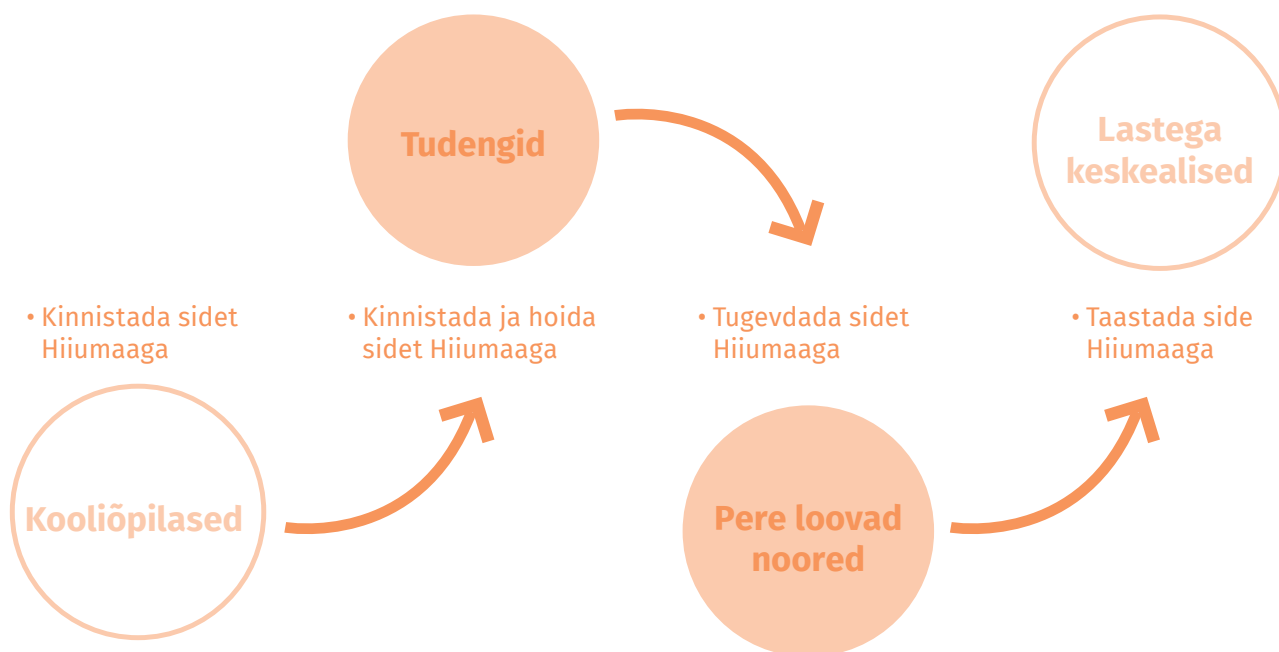
- Mitmekesisem tööpakkumiste valik.
- Praegune tööpakkumiste valik saarel on ühekülgne, pakkumine on piisav vaid tootmissektoris. Kõrgema lisandväärtusi tööpakkumisi on saarel vähe. Info (eriti erasektori) vabade töökohtade kohta liigub üldjuhul vaid kogukonna suhtluse kaudu. Puudub terviklik ülevaade saare vabadest töökohtadest.
- Kaugtööks vajalikud tingimused.
- Kaugtööd toetava taristu loomine tõmbekeskustesse loob eeldused töökohtade lisandumiseks Hiiumaale.
- Piisavalt elukondliku kinnisvara pakkumisi.
- Erinevas hinnaklassis ja piirkonnas elukondliku kinnisvara pakkumuste piisavus ja kättesaadavus. Noorele perele kättesaadaval, mõistlikul hinnatasemel pakkumiste hulk on praegu väga piiratud.
- Eluasemelaenu kättesaadavus (eriti noortele peredele).
- Kinnisvara hindade ja pankade pakutavate laenude tagatise väärtuse vahe erineb märgatavalt. Noortele peredele ei ole laenud pakutud tingimustel tihti kättesaadavad.
- Lasteaiakohtade, hea hariduse ja huviringide kättesaadavus.
- Tagamaks lastega perede jäämise ja tulemise Hiiumaale peab koolihariduse tase olema üle Eesti keskmise. Huviringidest osavõtt peab soovi korral olema tagatud kõikidele lastele. Kvaliteetse arstiabi kättesaadavus.
- Arstiabi kättesaadavus peab olema korraldatud professionaalselt ning elanikele turvalisust pakkuval moel.
- Avalike- ja erateenuste kättesaadavus aasta ringi.
- Avalike- ja erateenuste kättesaadavus ja mitmekesisus peab olema tagatud nii suvisel kõrghooajal kui ka madalhooajal. Toetada tuleks madalhooajal teenusepakujate initsiatiivi.
- Laeva- ja lennuühenduse tõrgeteta toimimine ja piisav tihedus.
- Piisava tihedusega ja tõrgeteta ühendus mandriga võimaldab tööalast mobiilsust ning pakub vabadust ja turvatunnet vajalike reise korraldamiseks mandrile.
- „Hiiumaale elama!“ tugiisikute võrgustiku loomine.
- Uuselanike tugivõrgustiku loomine inimestele, kes vajavad tuge elukoha, töökoha, laste jm teemadega seotud probleemide lahendamiseks.

Elukeskkonna projektid

Projekt 3 – Noored Hiiumaale

Projekti „Noored Hiiumaale“ eesmärk on hoida ja kinnistada noorte hiidlaste väärtuspõhist sidet Hiiumaaga. Sihtrühmad on:

1. Tudengid (tulevased lapsevanemad)
2. Lastega noored



Projekti käigus kaasatakse Hiiumaa juurtega tudengeid ja mujal elavaid noori aktiivselt panustama Hiiumaaga seotud arendus- ja turundusprojektides vastavalt nende õpitavale või juba omandatud erialale. Noored saavad Hiiumaa turundamisel teha kaugtöövormis kaas- ja koostööd sotsiaalmeedia, sisuturunduse, *tõlkimise*, blogide/ vlogide, fotograafia, video, disaini ja loovkirjutamise alal.

Toimunud koostöö pinnalt saavad noored kinnistada oma sidet Hiiumaaga. Edukate koostöönaidete põhjal on võimalik leida töökoht või alustada oma ettevõtlust ning naasta pärast õpingute lõppu Hiiumaale.

Projekti veavad ja liikmeid kaasavad noored, ning seda Hiiumaa asjakohaste ametkondade toel.

Peamine kommunikatsiooni vorm projekti tegevuste elluviimisel on võrgustikul põhinev sotsiaalmeediasuhtlus noorte endi valitud asjakohastes kanalites ja sobival ajal.

Projektiiga seotud kommunikatsiooni kaasatakse aktiivsed Hiiumaaga seotud noored mõjutajad (*influencer*'id), blogijad/vlogijad, kelle loodud sisu ja väärtused kattuvad Hiiumaa elukeskkonna soovitud kuvandiga ning kes saavad seega toetada soovitud sõnumi edastamist. Võimalusel kasutatakse ka ajakirjanike/ajakirjandustudengite kaasabi.

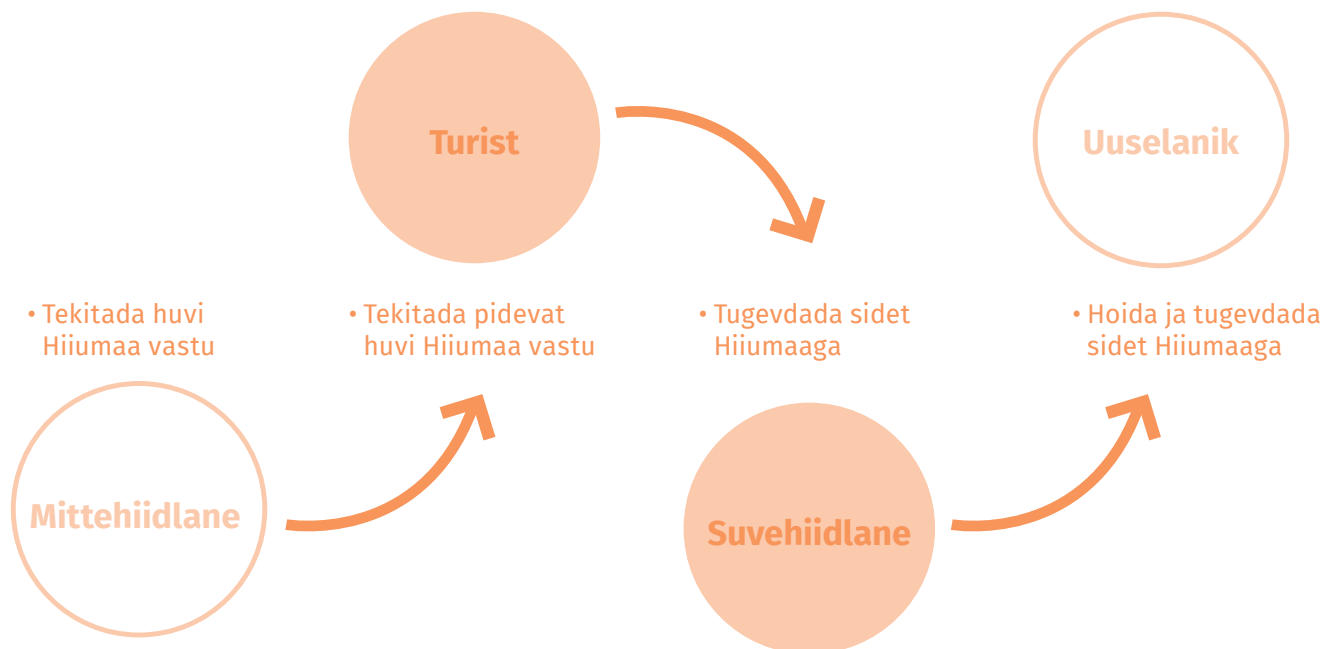
Tudengite sihtrühm on aktiivselt seotud oma juurperekonna infoväljaga Hiiumaal ning saab Hiiumaaga seotud infot perekonnaliikmete ja kohaliku kogukonna kaudu. Seega on tähtis viia projektiga seotud info ka Hiiumaa kogukondade informuumi.

Projekti tegevuste elluviimisel soovitame kaasata järgmisi sihtrühma kuuluvaid noori ja TEAM Hiiumaa spetsialiste: projektijuht, sisuturundaja, sotsiaalmeedia spetsialist, blogijad/vlogijad ja ajakirjanikud.

Projekti „Noored Hiiumaale“ arendamise tegevuskava on toodud lisa 1 nimetusega Projekt 3 – Noored Hiiumaale.

Projekt 4 – Suvehiidlasest uuelanikuks

Projekti „Suvehiidlasest uuelanikuks“ eesmärk on tugevdada suvehiidlaste sidet Hiiumaaga ja luua eeldused selleks, et nad saaksid Hiiumaa uuelanikeks.



Projekti kaudu pakutakse Hiiumaale püsivalt elama asuvatele suvehiidlastele asjakohast nõustamist ja praktilist abi elukoha vahetusega seotud küsimustes: töökoht, elukoht, laste haridus, huviringid jne. Uuelanike murede lahendamiseks luuakse võrgustik tugisikutest, kes on abiks ja toeks uuelaniku elukoha vahetusega seotud probleemide lahendamisel.

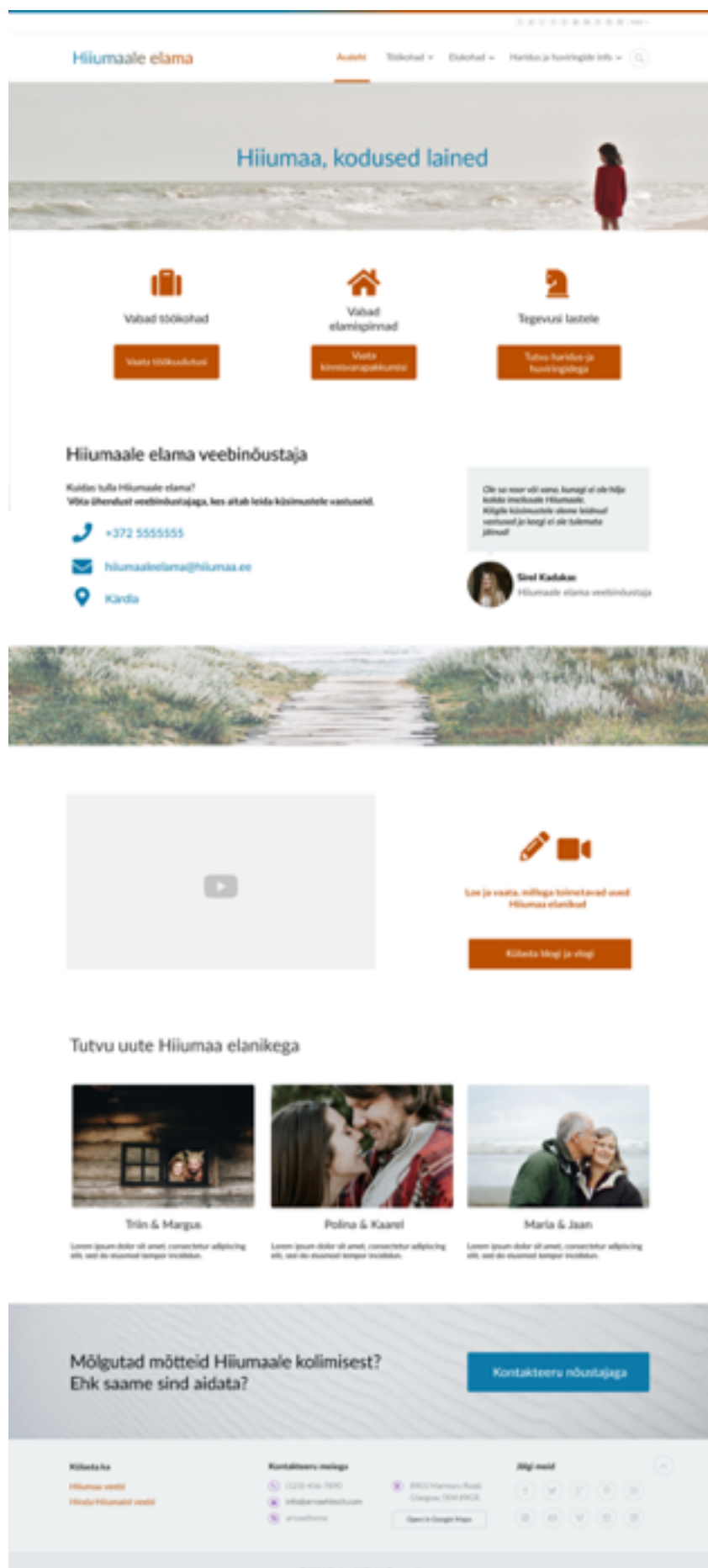
Projekti tulemusena on suvehiidlastest uuelanikel olemas abi ja tugi enda ja oma perekonna elu korraldamisel ning saarele sisseelamine kujuneb ladusamalt.

Kuna iga suvehiidlane on oma elukorraldusega väga erinevas faasis, on otsusele suunava info vajadus neil erinev. Väärtuspõhise sideme kinnistamiseks Hiiumaaga saab kasutada kaasavat sekkumist. Elukoha vahetust tõsiselt kaaluvale suvehiidlasele tuleks anda pigem praktilise sisuga teavitava ja abistava sisuga infot (nt info või tegevus elukoha, töökohta, lasteaiakoha, sobiva kooli või huviringi leidmiseks).

Suvehiidlaste osas, kelle juured ei ole Hiiumaal, võib kogukonna mõju olla väiksem ning nende vajadus abistava info järele on suurem. Kuna suur osa infot Hiiumaal liigub otsesuhtluses inimeselt inimesele, on tähtis tagada vajaliku info kättesaadavus kohalikes suhtlusvõrgustikes ja kogukondades.

Potentsiaalsetele uuelanikele asjakohase info jagamiseks luuakse hiiumaa.ee platvormile alamleht hiiumaaaleelama.ee. Lehele koondatakse elukohavahetusega seotud vajalik info: elukohad, töökohad, kooli- ja huviharidus jne. Atraktiivsuse suurendamiseks kajastatakse kodulehel Hiiumaa uuelanike edulugusid Hiiumaal elamisest. Kodulehel pakutakse ka tugisiku veebipõhist nõustamist.

Hiiumaaleelama.ee näidis:



Projektiga seotud sõnumid meedias toetavad kogu Hiiumaaga seotud väärtuste spektrit. Hiiu omanäoline kultuuriruum, saareline elustiil ja hästi hoiatud elurikkus on sõnumiallikad soovitud fooni kujundamiseks. Turvalise, puhta ja rahuliku elukeskkonna väärtustega seotud sõnumid toetavad saarele püsivalt elama asumist.

Projekti tegevuste elluviimisel kaasatavad TEAM Hiiumaa spetsialistid on projektijuht, veebidisainer, veebiarendaja, sisuturundaja, sotsiaalmeedia spetsialist, fotograaf, videotootja, PR-spetsialistid, ajakirjanikud.

Projekti „Suvehiidlasest uueselanikuks“ arendamise tegevuskava on toodud lisas 1 nimetusega Projekt 4 – Suvehiidlasest uueselanikuks.

Ettevõtluskeskkond

Hiiumaa ettevõtluskeskkonna strateegia eesmärk on toetada ja võimendada Hiiumaa majandus- ja ettevõtluskeskkonnaga seotud positiivseid sõnumeid.

Kitsaskohad ja eesmärgid

Hiiumaa ettevõtluskeskkond on mitmekesine ning lahendamist vajavaid kitsaskohti on palju. Arengukavale ja kaasamisseminaride tagasisidele tuginedes on strateegia fookusesse valitud järgmiste kitsaskohtade lahendamine:

- Tööjõu probleemid, sh üürituru puudulikkusest tulenev probleem vajaliku tööjõu valdatoomiseks.
- Vähene (noorte) ettevõtlikkus, vähe noorte alustatud ettevõtteid.
- Vähene Hiiumaa turundamine, mis aitaks kaasa toodete ja teenuste müügile Eestis ja välisriikides.

Arengukavas sõnastatakse aastaks 2022 järgmised eesmärgid:

- Tegevust on alustanud vähemalt kaks uut (tootmis)ettevõtet.
- Üürimajade programmiga on tulnud Hiiumaale kaheksa noort peret.

Tuginedes eelnevale on põhjust ettevõtluskeskkonna kitsaskohtade lahendamisse sekkuda järgmiste tegevuste kaudu:

- Hiiumaa ettevõtete toetamine väljastpoolt Hiiumaad töötajate värbamisel.
- Hiiumaa noorte ettevõtlikkuse toetamine ja motiveerimine.
- Hiiumaa päritolu toodete tähistamine ja turundamine väljaspool Hiiumaad.

Ettevõtluskeskkonna projektid

Projekt 5 – Hiiumaale tööle

Projekti „Hiiumaale tööle“ eesmärk on toetada Hiiumaa ettevõtjaid töötajate värbamisel väljastpoolt Hiiumaad ning omakorda motiveerida inimesi Hiiumaale tööle tulema.

Projekti tegevused on otseselt seotud projektidega 3 ja 4. Projekti fookuses on abistada ettevõtjaid uute töötajate toomisel saarele. Tähtis on pakkuda Hiiumaale elama ja tööle asuvatele inimestele asjakohast nõustamist ja praktilist abi elukoha vahetusega seotud küsimustes.

Projekti elluviimise eeldus on uuselanikke abistava tugiisikute võrgustiku loomine.

Projekti sihtrühmad on sarnased projektide 3 ja 4 sihtrühmadega: Hiiumaal elavad noored, Hiiumaa juurtega mujal elavad õppurid ja noored, suvehiidlased.

Lisaks tuleb luua eeldused Hiiumaa ettevõtete töökeskkonna tutvustamiseks spetsiifilist oskusteavet valdavatele valdkonna spetsialistidele väljaspool Hiiumaad.

Projektiga seotud info on sihtrühmade lõikes erinev. Sõnumite sisu ja vorm on ühelt poolt informeeriv, et tagada otsustamiseks vajalik info, ning teiselt poolt julgustav, et võimaldada langetada otsus. Saareline elustiil ja omanäoline kultuuriruum on toetavad väärtused, mis loovad üldise positiivse fooni elukeskkonna muutusega seotud sõnumite taustal.



Hiiumaal liigub väga suur osa tähtsast infost, mis on seotud töökohtade, kinnisvarapakkumiste jm eluks oluliste teemadega, n-ö suust-suhu ning avalikku informuuri ei jõua. Seetõttu on sihtrühmadeni jõudmiseks vajalik kaasata kohalik kogukond ühe infokanalina. Hiiumaa juurtega noorte perede osas on juurperekonna ja kohaliku kogukonna mõju infokanalina väga suur. Kohaliku kogukonna positiivseid võimalusi infokanalina on mõistlik arvestada ja kasutada.

Projekti positiivsete edulugudega seotud teemasid kajastatakse ka kohalikus meedias. Üleriigilises meedias luuakse positiivne foon Hiiumaal töötamise võimaluste kohta reportaažide, uudis- ja persoonilugude kaudu.

Töökeskkonna turundus ühildatakse Hiiumaa elukeskkonna turundustegevustega ning viiakse ellu ühise tegevuskavana.

Projekti tegevuste elluviimisel kaasatavad TEAM Hiiumaa spetsialistid on projektijuht, fotograaf, videotootja, blogijad/vlogijad, PR-spetsialistid, ajakirjanikud.

Projekti „Hiiumaale tööle“ arendamise tegevuskava on toodud lisa 1 nimetusega Projekt 5 – Hiiumaale tööle.

Projekt 6 – Noor Hiiumaa ettevõtja

Projekti eesmärk on motiveerida (noori) hiidlasi ettevõtlusega alustama.

Projekti sekkumise põhimõte on kaasata ettevõtluspotentsiaaliga Hiiumaa noori osalema programmis “Noor Hiiumaa ettevõtja”. Aastase pilootprojekti kandidaadid valitakse projekti “Noored Hiiumaale” aktiivsemate liikmete seast. Programmi mentorid on edukad ja motiveeritud hiidlased ja suvehiidlased, kes on valmis oma ettevõtluskogemust noortega jagama.

Projekti eduka koostöö ja omandatud teadmiste pinnalt saavad noored laiendada oma klientide/tellijate ringi ning alustada enda ettevõtlust Hiiumaal.

Pilootprojekti faasis on sihtrühmad eelkõige loomemajanduse kallakuga, peamiselt turunduse, reklaami, disaini ja kommunikatsiooni valdkonnas ettevõtlusest huvitatud noored hiidlased. Pilootprojekti edukuse korral sihtrühmi laiendatakse.

Projekti positiivsete edulugudega seotud teemasid kajastatakse ka kohalikus meedias. Üleriigilises meedias luuakse positiivne foon Hiiumaa ettevõtlikest noortest reportaažide, uudis- ja persoonilugude kaudu.

Projekti tegevuste elluviimisel kaasatavad TEAM Hiiumaa spetsialistid on projektijuht, siseturundaja, sotsiaalmeedia spetsialist, PR-spetsialistid ja ajakirjanikud.

Projekti „Noor Hiiumaa ettevõtja“ arendamise tegevuskava on toodud lisas 1 nimetusega Projekt 6 – Noor Hiiumaa ettevõtja.



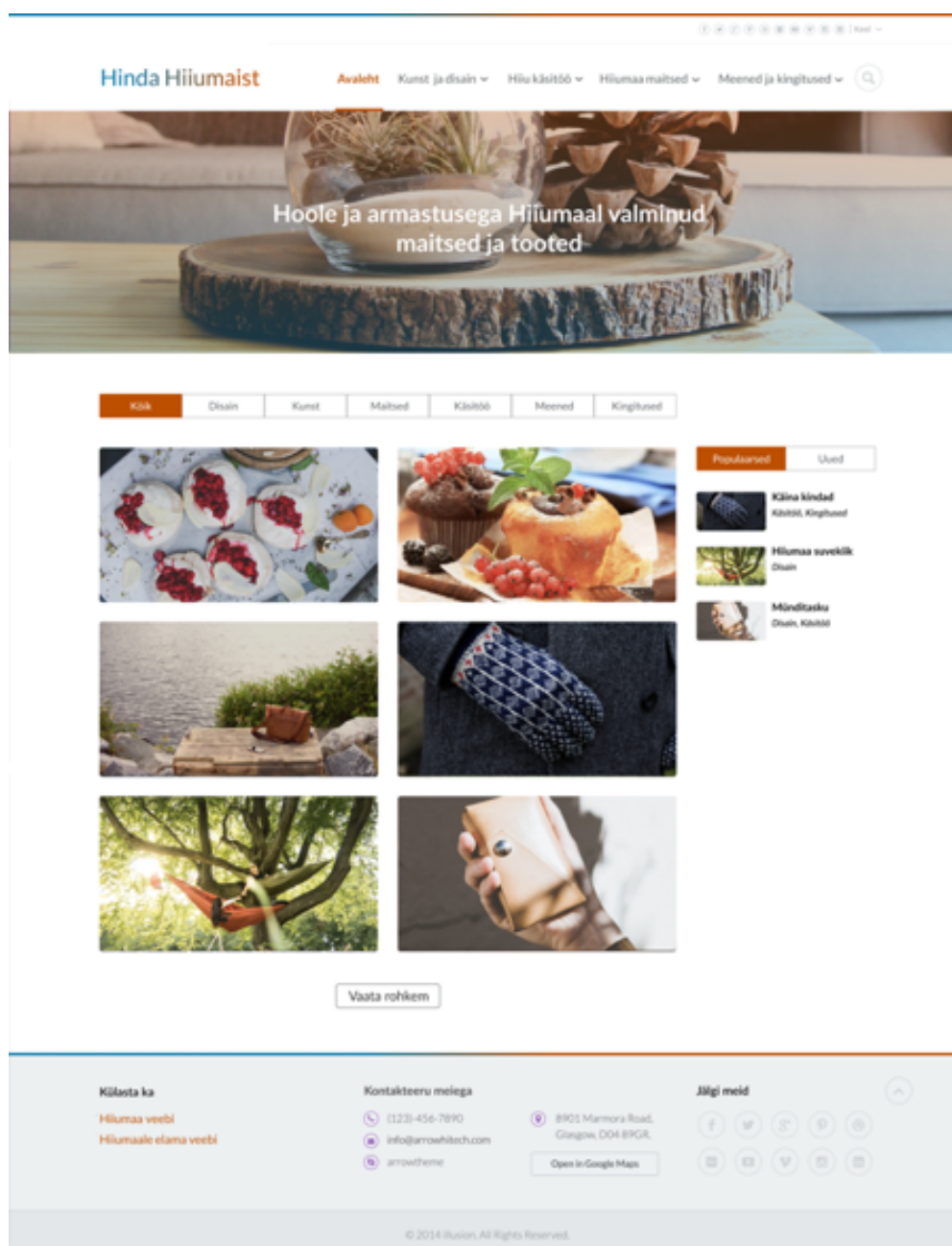
Projekt 7 – Hinda Hiiumaist!

Hiiumaa tootemärgis on osa loodavast Hiiumaa *brändi* kontseptsioonist. Hiiumaa tootemärgis tugineb brändiga samale väärtusraamistikule, kandes Hiiumaa päritolupiirkonna tootele ja teenusele üle samad üldised tunnused ja väärtuspõhja.

Projekti eesmärk on suurendada Hiiumaa päritolu toodete tuntust, mitmekesistada turunduskanaleid ja võimendada sõnumeid nii Hiiumaal, Eestis kui ka välisriikides.

Projekti käigus töötatakse välja kontseptsioon ja luuakse ühine visuaalne tähistaja (tootemärk) Hiiumaa päritolu kaupade tähistamiseks. Ühisturunduseks luuakse veebipõhine atraktiivne ja hästi turundatud tootekataloog Hiiumaa päritolu märgisega toodete turundamiseks.

Hindahiiumaist.ee veebipõhise tootekataloogi näide:



Projekti tulemusena saavad Hiiumaa päritolu tootemärgisega tooted tugevama e-kanalitel põhineva turundusvõimenduse ja suurema nähtavuse veebis.

Projekti tegevuste elluviimisel soovitame kaasata järgmisi TEAM Hiiumaa spetsialiste: projektijuht, veebidisainer, veebiarendaja, sisuturundaja, sotsiaalmeedia spetsialist, fotograaf, videotootja, PR-spetsialistid, ajakirjanikud.

Projekti „Hinda Hiiumaist“ arendamise tegevuskava on toodud lisas 1 nimetusega Projekt 7 – Hinda Hiiumaist. Lähteülesanne tootemärgise kontseptsiooni väljatöötamiseks on esitatud käesoleva dokumendi lisas 2.

Külastuskeskkond

Hiiumaa külastuskeskkonna turundusstrateegia eesmärk on toetada ja võimendada külastuskeskkonnaga seotud positiivseid sõnumeid.

Kitsaskohad ja eesmärgid

Hiiumaa probleemid ja kitsaskohad külastuskeskkonna arendamisel on järgmised:

- Puudub süsteemne ja koordineeritud info jagamine väljapoole Hiiumaad.
- Puudub selgelt äratuntav Hiiumaa bränd.
- Hiiumaa külastuskeskkonna arendus- ja turundustegevus on alarahastatud.
- Välisturistide väike osakaal.
- Madalhooajal on vähe külastajatele avatud külastusobjekte. Väike valik siseruumides pakutavaid turistidele sobivaid teenuseid. Ei ole jõutud külastajateni, kellele meeldib meie külmem hooaeg.

Võttes aluseks arengukava ja kaasamisseminaride tagasiside, keskendutakse külastuskeskkonna strateegias ja tegevuskavas järgmiste eesmärkide saavutamisele:

- Hiiumaal on kergesti leitav atraktiivne operatiivset infot jagav veebileht.
- Hiiumaal on oma, äratuntav ja tuntud bränd.
- Hiiumaad külastab igal aastal 5% võrra rohkem külastajaid, kes veedavad saarel minimaalselt ühe öö.
- Kultuuri- ja spordiürituste toetamisel eelistatakse selliseid, mis toimuvad väljaspool külastuste kõrghooaega.
- Hiiumaa on külaliste hulgas tuntud ja väärtustatud rikka rahva- ja kõrgkultuuri, ajaloo- ja loodusväärtuste ning saarte iseloomulike maastike kaudu.

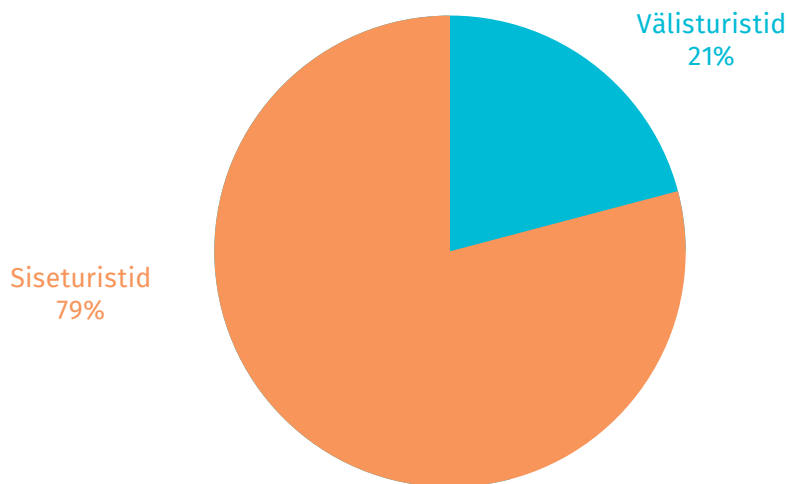
Külastuskeskkonna eesmärkide täitmist toetavad eeldused

- *Bränd.* Kirjeldatakse Hiiumaa külastuskeskkonna väärtuseid ja kohaidentiteeti.
- Luuakse uus või ajakohastatakse mõni olemasolev Hiiumaa visuaalne tähistaja. Hiiumaa kohaidentiteet on tajutav, kuid selgelt sõnastamata. Visuaalseid tähistajaid on mitu ning need on stiililt vananenud. Turundusstrateegia tegevuste toetamiseks on vaja sõnastada turundussõnumid ning luua visuaalne tähistaja.
- Transpordiühenduste stabiilsus ja ka paindlikkus (eriti kõrghooajal).
- Turismitoodete arendamise tähtis osa on paindlikud transpordiühendused sihtkohta ning transpordile kuluv aeg. Transpordiühenduste stabiilsus ja ka paindlikkus (lennud) võimaldavad ettevõtjatel riskivabamalt tootearendusse investeerida.
- Turismitoodete kvaliteedi parandamine/ühtlustamine.
- Halb külastuselamus levib suust suhu infona edasi paljudele inimestele. Halb kogemus ei kahjusta mitte vaid ühte ettevõtet, vaid võib mõju avaldada kogu sihtkohale, eriti välituristide puhul. Tuleb luua võimalused ettevõtjate teadlikkuse suurendamiseks kvaliteetsema külastuselamuse pakkumisel.
- Madalhooajal turismitoodete pakkumise suurendamine.
- Turismihoodaja nii sügisese kui ka kevadesse pikendamise eeldus on vajalik kriitilise hulga teenuste kättesaadavus (majutus, toidlustus, sihtrühmale sobivad tegevused). Tagamaks turistide jõudmine Hiiumaale madalhooajal, tuleb välja arendada madalhooaja tootepakkumine.
- Koostöövalmidus Tallinna/Harjumaa ja Lääne-Eesti maakondade (Lääne-, Saare-, Pärnumaa) turismiturunduse organisatsioonidega ning EASiga.
- Piiratud ressursside tingimustes on vaja teha koostööd. Turundus välissihthurgudel on kallid, mistõttu on tähtis teha koostööd naabritega ning turundada ühiselt liites nii ressursid kui ka oskused.
- Ettevõtlike (suve)hiidlaste kaasamine.
- (Suve)hiidlaste seas on palju väga häid spetsialiste, keda oleks mõistlik kaasata strateegia rakendamisse. Tähtis on läbi rääkida ja kaardistada motiveeritud (suve)hiidlaste huvi ja võimalused olla tegevuste elluviimisel kaasatud.

Külastuskeskkonna projektid

Projekt 8 – Rohkem välituriste

Hiiumaa on turismisihtkohana väga siseturistikeskne. Aastal 2017 moodustas välituristide ööbimiste arv Hiiumaal vaid 21%, ametlikes majutusettevõtetes ööbiti 7839 ööd.



**SISE- JA VÄLISTURISTIDE ÖÖBIMISTE OSAKAAL HIIUMAAL
AASTAL 2017**

Projekti eesmärk on kasvatada välituristide ööbimiste arvu Hiiumaal 5%. Võttes aluseks olemasoleva Hiiumaa külastajate statistika on peamised sihtturud Soome, Läti, Saksamaa, Rootsi ja Venemaa.

Projekti eesmärgi saavutamiseks ajakohastatakse nii sisult kui ka vormilt kõik Hiiumaa külastuskeskkonda tutvustavad e-kanalid. Koos hiiumaa.ee koduleheküljega luuakse visithiiumaa.com lehele uus tänapäevane lahendus ning tagatakse selle hea leitavus ja nähtavus eelkõige Soomes, Lätis, Saksamaal, Rootsis ja Venemaal.

Uus visithiiumaa.com on visuaalselt inspireeriv, pakkudes võimalusi atraktiivse foto- ja videomaterjali esitamiseks. Tihe seotus sotsiaalmeediakeskkondadega Instagram, YouTube, Tripadvisor ja Facebook võimaldab hoida lehe pidevalt aktuaalse ja asjakohasena. Hiiumaa turismitoodete info avaldamiseks luuakse veebiliides visitestonia.com andmebaasiga. Visitestonia.com vahendusel saadud turismiobjektide info on eeltoimetatud ja tõlgitud kõikidesse vajalikesse keeltesse.

Visithiiumaa.com uus tehniline lahendus võimaldab tagada lehe hea nähtavuse otsingumootorites. Külastajate huvi suurendamiseks panustatakse enne turismi kõrghooaega lisaks internetiturundusse ja märksõnareklaami. Soome ja Rootsi sihturgude puhul tuleb reklaamide sisu loomisel arvestada, et tõlkes Hiiumaa nimekuju muutub.

Välituristide seas on väga populaarsed rahvusvahelised reisi tagasiside portaalid (nt TripAdvisor), mille põhjal tehakse tihti otsus majutuskoha, toidlustuskoha ning vaatamisväärtuste ja atraktsioonide külastamise osas. Tagatakse sobivate portaalide sisu asjakohasus ning analüüsitakse regulaarselt ka külastajate tagasisidet.

Projekti raames keskendutakse järgmistele sihtrühmadele:



Aktiivsed seiklejad. Peamiselt tulevad kas Soomest või Saksamaalt. Eelistavad ringreisitüüpi reisi, mille puhul veedetakse igas sihtkohas kuni 1–2 ööd. Aktiivsed seiklejad reisivad kas autokaravani või tavalise autoga. Toidu suhtes ei ole nõudlikud, söögikoha võivad valida nii hinnataseme kui ka kvaliteedi järgi. Küllastavad saare peamisi vaatamisväärsusi, automatkajad (va karavaniga) öövivad tasulises majutustevõttes.

Aktiivsetele seiklejatele turundamisel tehakse koostööd teiste Lääne-Eesti maakondadega nii Saaremaa ja Pärnu suunal kui ka Läänemaa ja Tallinna suunal. Tagatakse praktilise info kättesaadavus automatkajatele suunatud väljaannetes ja veebikeskkondades nii Soome kui ka Saksa turul. Reisikajastuste saamiseks meedias tehakse koostööd meediaväljaannete, ajakirjanike ja/või blogijatega.

Eesti, Läti ja Leedu koostööd koordineerib EASI turismiarenduskeskus. Oluline on tagada EASI informeeritus automatkajatele atraktiivse Hiiumaa ringreisi toodete osas (vaatamisväärsused, kämpingud, peatuskohad jne).



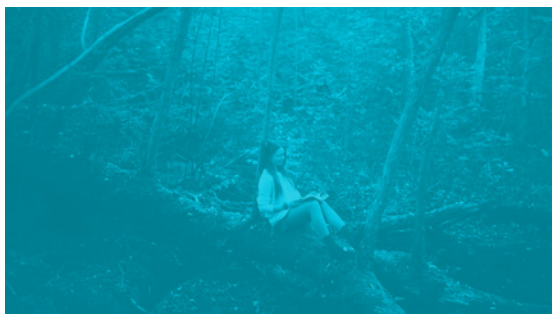
Küpsed kulgejad. Peamiselt tulevad kas Soomest või Saksamaalt. Reisivad kaaslasega. Eelistavad mitmepäevast kuni nädalast puhkust suvisel ajal. Veedavad palju aega looduses omapead, hindavad Hiiumaa rahu ja vaikust. Nautivad head toitu, valmistavad seda ise ja küllastavad kvaliteetrestorane. Kasutavad puhkemaja tüüpi tasulist majutust.

Küpsete kulgejate sihtrühmani jõudmiseks tuleks kasutada traditsioonilise meedia väljaandeid. Tehakse koostööd ajakirjandusväljaannete ja ajakirjanikega Hiiumaa-teemaliste kajastuste saamiseks, mis on suunatud lugejatele vanuses 50+.



Lastega pered. Peamiselt tulevad Lätist, aga ka Soomest ja Venemaalt. Eelistavad mitmepäevast puhkust suvisel ajal, veedavad palju aega omapead looduses (meri, mets), küllastavad vaatamisväärsusi. Toit valmistatakse üldjuhul ise, kuid üks söögikord päevas süüakse üldjuhul toitlustustevõttes. Sõltuvalt majanduslikest võimalustest valitakse söögikohad kas hinna või kvaliteeditaseme järgi. Kasutatakse puhkemaja tüüpi tasulist majutust. Läti turistidele meeldib kasutada ka RMK telkimisplatse.

Lastega perede tähelepanu saamiseks on tähtis ajastada sõnumid perioodidele, kus lastega reisimine on ajaliselt võimalik. Arvestama peab koolivaheaegade ja riigipühadega. Nii Soomes kui ka Lätis kasutatakse aktiivselt võimalusi koostööks asjakohaste meediaväljaannete, ajakirjanike ja/või blogijate ja vlogijatega, kes lastega reisimise teemasid kajastavad. Kajastuse eeltingimuseks on tavapäraselt pressireis Hiiumaale. Sihtkoha atraktiivsuse suurendamiseks tasub pressireisi korraldamisel teha koostööd teiste saareliste sihtkohtadega Eestis.



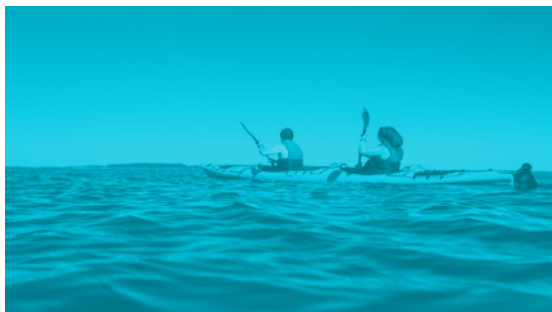
Loomingulised eneseotsijad. Peamiselt tulevad Soomest, potentsiaalsed sihtturud on Saksamaa ja Rootsi. Eelistavad rahulikku mõnepäevast kulgemist Hiiumaal koos mediteerimise, kunstiprojekti või mõne muu loomingulise tegevusega, mis võimaldab ennast arendada ja avastada. Reisivad ilma lasteta. Hindavad aega omaette olemiseks. Ööbivad tasulises majutuses. Heast toiduelamusest ära ei ütle.

Loominguliste eneseotsijate infoväli on üsna lai ja haarab erinevaid meediume. Kuna selle sihtrühma reisimine on seotud tihti ka grupiviisilise tegevusega – nt jooga-, tantsu- või maalilaagris –, siis kasutatakse huvialavõrgustike kanaleid nii Soomes kui ka Rootsis ja Saksamaal. Kasutatakse võimalusi koostööks asjakohaste meediaväljaannete ja ajakirjanikega.



Noored maailmaparandajad. Peamiselt tulevad Soomest, potentsiaalsed sihtturud on Saksamaa ja Rootsi. Eelistavad reisimisel säästvaid ja keskkonnateadlikke valikuid. Jälgivad reisimisega kaasnevat ökoloogilise jalajälje suurust ning väldivad keskkonda saastavaid ja kohalikku kogukonda hävitavaid reisivalikuid kogu reisi ajal. Majutuse valivad „rohelise“ märgise järgi, eelistavad kohalikust toorainest valmistatud toitu.

Noorte rohelisteni jõudmiseks kasutatakse eelkõige roheliste teemade mõjutajaid/*influencer*'eid, kes loovad teemakohast sisu blogide ja vlogide kujul. Koostöö eelduseks on piisaval hulgal „rohelise“ tootepakkumuse olemasolu Hiiumaal.



Eriliste elamuste otsijad. Soovitame koostöös teenusepakkujatega välja arendada vesiharrastustega seotud pakkumised Rootsi turule (vrakisukeldumine, surfamine jne). Kombineerides elamust pakkuva sportliku tegevuse, hea toidu ning kvaliteetse majutuse, saame Rootsi turule sobiva paketi.

Elamuste otsijateni jõudmiseks kasutatakse eelkõige harrastustega seotud suhtlusvõrgustikke. Tehakse koostööd valdkonna meediaväljaannete, ajakirjanike ja blogijate/vlogijatega, võimalusel ka kohalike mõjutajate/*influencer*'itega.



Purjetajad. Peamiselt tulevad Soomest, potentsiaalne sihtturg Rootsi ja Saksamaa. Hiiumaale jõuavad valdavalt väikesadamate kaudu, eelistavad külastada sadama lähipiirkonda jäävaid toitlustuskohti ja/või vaatamisväärsusi/atraktsioone. Ööbivad laevas ja tasuta majutust ei kasuta.

Purjetajate sihtrühmal on igal sihtturul olemas n-ö põhiväljaanded, mille kaudu infot saadakse ja jagatakse. Oluline on olla infoga põhikanalites nähtav, regulaarselt avaldada infot lisandunud võimaluste ja teenuste kohta nii sadamates kui ka sihtkohas. Pakutakse võimalusi FAM-reisideks Soome ja Rootsi purjetajate eestkõnelejatele.

Soovitused meediaväljaannete kasutamiseks sihtturgudepõhiselt on toodud lisas 6.

Koostöö reisikorraldajatega

Märkimisväärne osa Saksa ja Soome turistidest kasutab reisi planeerimiseks reisikorraldaja teenuseid. Tagatakse reisikorraldajate informeeritus Hiiumaa jaoks oluliste sõnumite ja toodete osas. Vajaduspõhiselt luuakse sihtkohta tutvustavad müügitmaterjalid nii veebis kui ka paberil.

Messid

Turismimesssidel osalemise ajalugu ulatub aastakümnete taha. Tänapäeval on messide mõju müügiotsusele turismis märgatavalt vähenenud. Asjakohaste sihtturgude puhul messil osalemist siiski kaalutakse. Messil osalemisel on tähtis tegevuste eesmärgistamine ja tulemuste hindamine. Juhul kui messiformaat võimaldab B2B suhtlust, korraldatakse kontaktkohtumisi ka reisikorraldajatega.

Messidel tehase aktiivset ühisturundust teiste Lääne-Eesti ja saarte sihtkohtadega.

Projekti tegevuste elluviimisel kaasatavad TEAM Hiiumaa spetsialistid on projektijuht, veebidisainer, veebiarendaja, sisuturundaja, sotsiaalmeedia spetsialist, tõlkijad (soome, läti, saksa, rootsi), PR-spetsialistid, ajakirjanikud.

Projekti arendamise tegevuskava on toodud lisas 1 nimetusega Projekt 8 – Rohkem välisturiste.

Projekt 9 – Pikem turismihooaeg

Projekti eesmärk on pikendada turismihooaega ning motiveerida eelkõige (sise)turiste külastama Hiiumaad ka kevadel (mai) ja sügisel (september–oktoober).

Projekti kaasatakse motiveeritud Hiiumaa turismiettevõtjaid, kes on huvitatud kampaanias osalema ning pakkuma oma teenuseid kevadel mais ning sügisel septembris ja oktoobris. Koostöös ettevõtjatega arendatakse välja kevad- ja sügishooaja turismitooted Hiiumaal (valikus peab olema majutusteenus, toitlustus ja tasuline atraktsiooni külastus või muu toode/teenus).

Esimene pilootkampaania toimub septembris ja oktoobris ning on suunatud noorele puhkajale. Peamine kanal on sotsiaalmeediakanal Instagram. Kampaaniat toetab sotsiaalmeediapõhine mäng Hiiumaa parima sügisfoto leidmiseks. Parima foto tegijat premeeritakse puhkusepaketi sügisel Hiiumaal.

Teine pilootkampaania toimub kevadel maikuu ning on suunatud keskealistele puhkajatele. Kampaania stardib juba veebruaris Tourestis messil, kus kutsutakse üles avastama varasuvist Hiiumaad, messil loositakse välja varasuvine puhkusepakett Hiiumaal. Kampaaniat toetatakse kevadel PR-tegevuste kaudu. Hiiumaa turismihooaeg avatakse mai alguses maaturismi avatud talude päeval.

Projekti tulemusena suureneb turistide arv madalhooajal ning ettevõtted teenivad lisatulu.

Projekti tegevuste elluviimisel kaasatavad TEAM Hiiumaa spetsialistid on projektijuht, sisuturundaja, tekstikirjutaja, fotograaf, sotsiaalmeedia spetsialist, PR-spetsialistid, ajakirjanikud, blogijad/vlogijad.

Projekti arendamise tegevuskava on toodud lisas 1 nimetusega Projekt 9 – Turismihooaeg pikemaks.

Projekt 10 – Sündmused nähtavaks

Projekti eesmärk on suurendada Hiiumaa tuntust Hiiumaal toimuvate sündmuste tutvustamise kaudu. Hiiumaa aastaringne sündmuste kalender on (eriti suvel) väga mitmekesine. Kultuurisündmused on tihti peamised reisimotivatsiooni tekitajad ning loovad kombineerituna muude tegevustega meeleoluka reisielamuse.

Kultuurisündmused võimaldavad toota Hiiumaa turundamiseks atraktiivset foto- ja videomaterjali, mida saab kasutada inspiratsiooni tekitamiseks kõikidele sihtrühmadele ja sihtturgudele.

Turismimesside esitluste elavdamiseks luuakse ekraanidel ja/või projektsioonil põhinevad interaktiivsed lahendused kultuurisündmuste vahetuks esitamiseks messikeskkonnas. Võimalusel tuleks kasutada suuri ekraane, miks mitte pakkuda külastajatele ka võimalust kogeda 360-kraadist kultuurielamust 3D-prillidega.

Sündmusinfo kättesaadavuse parandamiseks luuakse mobiilipõhine sündmuste kalender „Hiiumaa kultuurimajakas“, mille kaudu saab leida toimuvaid sündmusi reaajas. Kultuurimajaka reklaamiks toodetakse paberkandjal sündmuste voldik, mida saab messidel ja turismiinfokeskustes külastajatele jagada.

Toodetud elektroonilisi materjale saab avaldada ka visithiiumaa sotsiaalmeediakanalites.

Projekti tegevuste elluviimisel kaasatavad TEAM Hiiumaa spetsialistid on projektijuht, fotograaf, videotootja, disainer, sotsiaalmeedia spetsialist.

Projekti arendamise tegevuskava on toodud lisas 1 nimetusega Projekt 10 – Sündmused nähtavaks.



Lisad

- Lisa 1 Tegevuskava
- Lisa 2 Hiiumaa brändi ajakohastamise lähteülesanne
- Lisa 3 Hiiumaa.ee lähteülesanne
- Lisa 4 Elukeskkonna analüüs
- Lisa 5 Külustuskeskkonna analüüs
- Lisa 6 Välissihthturgude meediakanalid



LEADER
EESTI

