

Vapramäe-Vellavere-Vitipalu Sihtasutuse turunduskava ja teenuste kommunikatsioonistrateegia 2019-2022



SISEMINISTEERIUM



KÜSK Kodanikuühiskonna
Sihtkapital

KODANIKUÜHISKONNA TOETUSEKS

Projekti rahastab siseministeerium ja Kodanikuühiskonna Sihtkapital

MTÜ Elva Koolituskeskus

Elvas 2019

Sisukord

Sissejuhatus	3
Strateegia valmimise protsess.....	3
Ülevaade organisatsioonist: eesmärgid, juhtimine, senine tegevus.....	3
Sihtasutuse eesmärgid	3
Tegevused eesmärgi saavutamiseks	3
Tugevused	4
Nõrkused	4
VVV SA juhtimine.....	4
Senine tegevus	4
VVV SA strateegilised eesmärgid 2020.....	5
VVV SA pakutavad teenused ja teenuste sihtgrupid.....	6
Teenused	6
Teenuste otsesed sihtgrupid	7
Teenuste kaudsed (potentsiaalsed) sihtgrupid	7
Senine kommunikatsioonitegevus ja -kanalid.....	7
Praegused kommunikatsioonikanalid:	7
Kommunikatsiooni eesmärgid ja põhimõtted.....	9
Edasised tegevused kommunikatsiooni ja turundustegevuse parandamiseks ja sihistamiseks aastatel 2019-2022	9
Veebilehega seotud tegevused	9
Sotsiaalmeediaga seotud tegevused	9
Sisuturundusega seotud tegevused	9
E-maili turundusega seotud tegevused.....	10
Makstud meediaga seotud tegevused	10
Turundustegevuste mõõtmine ja analüüs.....	10
Tootearenduse ja teenusdisainiga seotud tegevused.....	10
Turunduskava 2019	11
Teenuste kommunikatsioonikava 2019	15
LISA 3 Sündmuste kajastamise kommunikatsioonisoovitused	18
LISA 4 Nõuanded meediaga suhtlemiseks.....	19
Pressiteated.....	19
Kasutatud allikad	20
Strateegia aruteludes osalejad.....	20
Arutelukoosolekute protokollid	20

Sissejuhatus

Vapramäe-Vellavere-Vitipalu Sihtasutuse (VVV SA) kommunikatsioonistrateegia tugineb sihtasutuse põhikirjale, Vapramäe-Vellavere-Vitipalu SA strateegiale 2020 ning projekti „Arenguhüpe matkaradade digitaliseerimise ja teenuste turundamisega“ käigus toimunud aruteludel ning ekspertide soovitusel.

Kommunikatsioonistrateegia toetab Vapramäe-Vellavere-Vitipalu Sihtasutuse meeskonna tegevusvõimekuse suurendamist ja organisatsiooni tõhusat toimimist oma põhikirjaliste eesmärkide saavutamisel. Kommunikatsioonistrateegia fookuses on nii olemasolevad kui ka potentsiaalsed sihtgrupid ning teenused.

Strateegia valmimise protsess

Kommunikatsioonistrateegia valmimisele eelnesid mitmed töökoosolekud ja kohtumised, mille käigus täpsustati strateegia ja tegevuskava fookust. Projekti aktiivgrupi ühisarutelu projekti tegevuste teemadel toimus 10. aprillil 2018. Esimene kohtumine strateegia koostamise väliskonsultantidega (OÜ Pluk) toimus 16. aprillil 2018, sellele järgnes kommunikatsioonikoolitus ning strateegiliste tegevuste kaardistamine 13. juunil 2018.

Jooksvad arutelud ja mõttevahetused ekspertidega toimusid Skype vahendusel pidevalt, väliskonsultantide ettepanekud esitati 6. novembril 2019. Strateegia ettevalmistusprotsessis toimusid projekti aktiivi ning juhatuse liikmete arutelu 12. märtsil märtsis 2019. Kommunikatsioonistrateegia anti kooskõlastuseks üle 2. aprillil 2019. Strateegiat tutvustati VVV SA juhatusele, nõukogule ja projekti aktiivgrupile. Strateegia loeti kooskõlastatuks 26. aprillil 2019. Lingid koosolekute protokollidele on toodud strateegia viimasel lehel.

Ülevaade organisatsioonist: eesmärgid, juhtimine, senine tegevus

Vapramäe-Vellavere-Vitipalu Sihtasutus on loodud avalikes huvides vahendite kogumiseks, vara valitsemiseks ja kasutamiseks oma põhikirjaliste eesmärkide saavutamiseks.

Sihtasutuse eesmärgid

Vapramäe, Vellavere ja Elva-Vitipalu maastikukaitsealade baasil komplekse ja säästliku majandamisviisi kaudu avalikkusele suunatud puhkamis-, sportimis- ja õppimisvõimaluste loomine, arvestades iga kaitseala omapära ja võimalusi, eesmärgiga toetada Elva puhkepiirkonna terviklikku arengut.

Tegevused eesmärgi saavutamiseks

- Keskkonnahariduse arendamine ja arendustegevuse koordineerimine Elva puhkepiirkonnas;
- turismi arendamine ja arendustegevuse koordineerimine Elva puhkepiirkonnas eelistades kultuuri-, aktiivse- ja perepuhkuse tooteid;
- kaitsealade baasil komplekssete avalikkusele suunatud loodus- ja spordikeskuste rajamine;
- avalikkusele suunatud keskkonna- ja terviseteemaliste ürituste korraldamine ja läbiviimine, uute temaatiliste tervist, loodust ja looduskasutust käsitlevate ürituste ja projektide planeerimine ja elluviimine;
- elanike ja organisatsioonide keskkonnateadlikkuse parandamine;
- looduskoolituse korraldamine piirkonnas;

- keskkonnakaitseliste tegevuste koordineerimine piirkonnas, maastikukaitselade arengusuundade ja loodust säästvate majandamisviiside väljatöötamine;
- maastikukaitseladel teadusuuringute ning piirkonnas turu- ja külastatavusuuringute organiseerimine;
- piirkonna arengustrateegiate koostamine ja elluviimine;
- piirkonna mittetulundusühingute, omavalitsuste ja ettevõtete nõustamine turismi ja arendustegevuse, investeerimisvajaduste ja prioriteetide osas;
- aidata kaasa riskigruppide sulandumisse ühiskonda looduse kaudu;
- sihtotstarbeliste annetuste kogumine Elva puhkepiirkonna arendamiseks avalikes huvides.

Tugevused

- Organisatsiooni tunnus ja usaldusväärsus kogukonnas. Kohalik kogukond on VVV SA erinevate teenuste aktiivne tarbija, seega läheb kohalikele inimestele organisatsiooni hea käekäik ning hallatav infrastruktuur korda.
- Toimiv matkajuhtide võrgustik, kogukondlik aktiiv ja vabatahtlik toetajaskond.
- Regulaarne infovahetus lähipiirkonna haridusasutuste töötajatega tagab selle, et teenustega kaetakse järjepidevalt ära väga suur osa kohalikust kogukonnast.
- Sihtasutuse pühendunud töötajaid, kes vaatamata ülinappidele vahenditele ja võimalustele suudavad pakkuda laia teenuste valikut väga erinevatele sihtgruppidele.
- Olemasolev teenuspakettide valik on lai ja hea kvaliteediga. Täiendava müügitegevuse puhul peaks see aitama ka omatulu teenimist suurendada.

Nõrkused

- Sõltuvus projektitoetustest ja Keskkonna Investeeringute Keskuse loodusmatkade rahastamismudelitest.
- Arendustegevuseks vajaliku ressursi puudus.

VVV SA juhtimine

Sihtasutuse nõukogu kavandab sihtasutuse tegevust, korraldab juhtimist ja teostab järelevalvet sihtasutuse tegevuse üle. Sihtasutuse nõukogus on kuus liiget. Sihtasutuse tegevust juhib ja esindab neljaliikmeline juhatuse esimees ja projektijuht.

Senine tegevus

VVV SA tegevus on senini keskendunud laias laastus eelkõige kahele valdkonnale:

- Avalikkusele suunatud matkaradade hooldamine, majandamine, haldamine ja uuendamine.
- Lastele, noortele ning täiskasvanutele suunatud loodus- ja keskkonnaharidus, mille käigus viiakse läbi loodusõppeprogramme ja matku, käivitatakse uusi tegevusi ja projekte keskkonnateadlikkuse tõstmiseks. Keskkonnateadlikkuse suurendamiseks on loodud vabahariduslikud loodusakadeemiad õpilastele ja täiskasvanud vanemaealiste inimestele.

VVV SA strateegilised eesmärgid 2020

VVV SA strateegilised eesmärgid lähtuvad Vapramäe, Vellavere ja Elva-Vitipalu matkaradade kompleksest ja keskkonnasäästlikust majandamisviisist, mis toetab Elva puhkepiirkonna kogukondade elujõulisust ja jätkusuutlikkust.

Strateegilisi eesmärke on neli ja need tulenevad VVV SA põhikirjast ja visioonist 2020:

1. Teenused on kvaliteetseid, mitmekesised ja kättesaadavad. Turismi- ja puhkusetooted põhinevad looduse austamisel, on inspireerivad ja arvestavad erinevate sihtrühmade vajadusi.
2. Keskkonna- ja loodushariduskeskus, mille töö põhineb asjatundlikel juhendajatel ja reisijuhitudel, kvaliteetsetel õppekavadel ja -materjalidel ning mitmekesistel praktikavõimalustel.
3. Loodust säästev kaitsealade majandamine, organisatsioon on jätkusuutlik, tööd on koordineeritud ja põhinevad pikaajalisel partnerlusel.
4. Elva puhkepiirkond on tuntud külastuse sihtkoht, tal on hea maine ja rahvusvaheline tuntus.

VVV SA pakutavad teenused ja teenuste sihtgrupid

Teenused

Teenused	Kirjeldus
I Õppeprogrammid	
	loodusõppeprogrammid lasteaialastele
	loodusõppeprogrammid I-XII kl õpilastele
	loodusakadeemia noortele
II Matkad ja ekskursioonid koos retkejuhiga	
	loodusmatkad
	sünnipäevamatkad
	seiklusmatkad
	kanuumatkad Elva jõel
	matkad – midagi teistmoodi
	jalgrattamatkad
	ekskursioonid piirkonnas
III Ruumide rent	
	seminarid
	sünnipäevad
	töötoad
	koolitused
IV Keskkonna- ja tervise teemaliste ürituste korraldamine ja läbiviimine	
	loodusõhtud
	perepäevad
	lastelaagrid
	fotokonkurss
	koolivaheaja eriprojektid
	loodusakadeemia senioritele
	täienduskoolitused retkejuhtidele
V Loodus- ja ökoturism	
	märgistatud ja hooldatud matkarajad ja puhkekohad
	matkaradade kaardid (paberil ja digitaalselt)

Teenuste otsesed sihtgrupid

Piirkonna elanikud – (Nõo vald, Elva vald koos Elva linnaga).

Piirkonna lasteaedade lapsed ja piirkonna koolide õpilased – (Nõo vald, Konguta, Rannu, Valguta, Palupera, Rõngu, Elva linn).

Piirkonna lasteaedade ja koolide lastevanemad.

Piirkonna lasteaedade ja piirkonna koolide õpetajad.

Sihtasutuse teenuseid kasutavad inimesed.

Loodusakadeemias osalevad lapsed.

Loodusakadeemias osalevad seeniorid.

Retkejuhid.

Strateegilised partnerid (ajakirjanikud, poliitikud, Lõuna-Eesti turismiregiooni ettevõtjad, Elva puhkepiirkonna ettevõtjad, koostööpartnerid nt RMK, Elva, Nõo ja Otepää KOV jt).

Teenuste kaudsed (potentsiaalsed) sihtgrupid

Tartumaa ja Lõuna-Eesti lasteaedade ja koolide lapsed, õpilased, õpetajad ja lapsevanemad.

Väljaspool piirkonda olevad koolide ja lasteaedade lapsed, õpetajad ja lapsevanemad.

Tartumaa ja Lõuna-Eesti elanikud.

Põhja-Läti elanikud.

Sihtasutuse matkaradu kasutavad inimesed (~20 000 inimest).

Senine kommunikatsioonitegevus ja -kanalid

Senine kommunikatsioonitegevus on suunatud ennekõike VVV SA sündmuste ja teenuste tutvustamiseks ning sündmustest osavõtjate ja teenuse tellijate arvukuse suurendamiseks.

Sündmuste eel levitatakse pressiteateid, tehakse otsepostitusi e-posti listidesse ja postitusi Facebooki lehele, saadetakse personaalseid kutseid. Sündmus on nähtav VVV SA veebis ja leiab reeglina kajastust elektroonilises kuukirjas „VVV Veerud“.

Organisatsiooni teadvustamiseks ja pakutavate teenuste tutvustamiseks avalikkusele või konkreetsetele sihtgruppidele osaletakse regulaarselt messidel, korraldatakse infotunde, koostatakse reklaamtrükiseid, kujundatakse meeneid jm.

Praegused kommunikatsioonikanalid:

VVV SA veebileht (1 565045 külastajat alates 22.08.06).

Vapramäe loodumaja veebileht.

VVV SA Facebooki konto 1078 fänni (seisuga 2019 jaan).

Vapramäe loodusmaja YouTube kanal.

E-postiloendid siht- ja huvigrupiti (õpetajad, koostööpartnerid, ajakirjanikud ja meediaväljaanded) – 200 liiget.

E-kuukiri VVV Veerud, pdf vormis- tellijaid 150.

Messid: Tourest, Maamess.

Koosolekud: arenduskoosolekud kontaktvõrgustiku liikmetega.

Koolitused, sh õppereisid.

Trükised:

flaier – info aasta olulisematest sündmustest,

lauakalender – igas kuus on välja toodud olulised sündmused,

kataloogid – turismiinfo.

Kommunikatsiooni eesmärgid ja põhimõtted

Kommunikatsioonistrateegia on seotud VVV SA tegevuse strateegilise eesmärgiga nr 1: teenused on kvaliteetsed, mitmekesised ja kättesaadavad. Turismi- ja puhkusetooted põhinevad looduse austamisel, on inspireerivad ja arvestavad erinevate sihtrühmade vajadusi.

Strateegias on fookuses nii **olemasolevad kui ka potentsiaalsed** sihtgrupid ning peamiselt **olemasolevatest teenustest info kättesaadavuse parandamine**. Turuanalüüs olemasolevate ja potentsiaalsete sihtrühmade vajaduste osas viiakse läbi aastal 2020.

VVV SA kommunikatsioon on suunatud Vapramäe-Vellavere-Vitipalu SA strateegias 2020 toodud otsestele ja kaudsetele sihtgruppidele.

Põhisõnumid: sisukad õppeprogrammid ja koolitused igale vanusele koos asjatundlike juhendajatega; tervise- ja keskkonnateadlikule inimesele kontor looduses ja hästikorraldatud vaba aeg pere, sõprade ning kolleegide seltsis.

Edasised tegevused kommunikatsiooni ja turundustegevuse parandamiseks ja sihistamiseks aastatel 2019-2022

Veebilehega seotud tegevused

1. Käivitatakse **uus mitmekeelne (eesti-läti-vene-inglise) kodulehekülg**, mille fookus on teenustel ning sihtgruppidel. Kuna mobiilikasutajate arv veebisaitide külastajate hulgas kasvab, on veebi sisu mobiilis kiirelt ja loogiliselt kasutajale kättesaadav.
2. **Veebilehel rakendatakse SEO-d** (*search engine optimization*). SEO eesmärk on otsingumootorite loogika mõistmine ja selle läbi otsingumootoritele sobiva kvaliteetse sisuga otsingutulemuste esimestele lehtedele jõudmine .
3. **Analüüsitakse veebikülastajat** ning külastusi: mida kliendid veebist otsivad (abiks nt AdWords KeywordPlanner) ja kuidas käib otsuse ja valiku tegemise protsess, et hõivata potentsiaalsete huviliste tähelepanu.

Sotsiaalmeediaga seotud tegevused

1. **Analüüsitakse sotsiaalmeedia jälgijaid sihtgrupiti ja luuakse sotsiaalmeedia** (veebi, FB, YouTube ja Instagrami) **strateegia**, milles fikseeritakse ka eelarvemahd sotsiaalmeedia tasuliseks reklaamiks.
2. **Aktiviseeritakse olemasolev YouTube Vapramäe Loodusmaja kanal uute videopostitustega**. Hästi läbimõeldud sisuga toob selline kanal, aga ka **Instagrami konto** jälgijaid juurde, kuna sotsiaalmeedias on keskkond jätkuvalt populaarsust kogumas.

Sisuturundusega seotud tegevused

1. **Alustatakse läbirääkimisi ERR loodussaadete ja maaelusaadete toimetustega saadete-ülekanne ettevalmistamiseks**. Vajadusel taotleda koostööks lisarahastust.
2. Analüüsitakse efektiivsuse seisukohalt ning valmistatakse ette **temaatiliste püsirubriikide avamine kohalikus ajalehes ja/või üleriigilises lehes** (Õpetajate Lehes, Maalehes, Maaelus)

ja/või kuukirjades nagu Eesti Loodus, Loodus, Eesti Mets, Loodusesõber, Pere ja Kodu, 60+, TervisPluss, Director jt.

3. **Kuukiri „VVV Veerud“** käivitatakse uuel uudiskirja platvormil (nt MailChimp vmt).
4. **Luuakse uus**, laiemale sihtgrupile mõeldud, **reklaamile ja müügile orienteeritud (veebi) väljaanne**, nõ hooaja erinumbrid, mida levitatakse prioriteetses piirkondades.

E-maili turundusega seotud tegevused

1. **Kliendikontaktide korrastamine ja uute kontaktide kogumine** nii kohalikust piirkonnast kui prioriteetsetest (Harjumaa, Valga, Põhja-Läti) piirkondadest (koolid, ettevõtted, organisatsioonid).

Makstud meediaga seotud tegevused

1. **Suurendatakse matkapakettide ja õppeprogrammide pakkumist Harju- ja Valgamaal** Algatatakse kampaaniaid digimeedias nii väliekraanidel kui portaalides, eelkõige sihtpiirkondades Harjumaa, Lõuna-Eesti, Põhja-Läti.
2. VVV SA nähtavuse parandamiseks **paigaldatakse Tartu-Valga maanteele atraktiivse visuaaliga reklaamplakatid.**
3. VVV SA **visuaali võimendamiseks välisümbmustel tellitakse lisavahendeid** (lipud, roll-upid, plagud jne).
4. **Lätikeelsete trükiste koostamine ja väljaandmine**, reklaami kavandamine Läti väljaannetes.

Turundustegevuste mõõtmine ja analüüs

1. Parema kommunikatsioonikorralduse huvides **viiakse läbi turu- ja teenuste portfelli analüüs**. Kes on olemasolevad ja potentsiaalsed kliendid ning kus on kõige optimaalsemad raha sisse toovad fookuspunktid. Kuidas potentsiaalselt maksvad kliendid infot leiavad ja otsuseid teevad - veebilehe külastatavuse analüüs; mida kliendid veebist otsivad ja kuidas käib otsuse ja valiku tegemise protsess.
2. **Küsitletakse regulaarselt VVV SA teenuste kasutajad** (kust nad infot said jmt), et suunata infot potentsiaalsetele tasulist teenust tarbivatele klientidele.

Tootearenduse ja teenusdisainiga seotud tegevused

1. Turu- ja teenuste analüüsi järel **optimeeritakse VVV SA teenuspakett** vastavalt võimekusele ja potentsiaalse kliendi huvile.
2. Otsitakse uute toodete väljaarendamise võimalusi – **milline oleks VVV SA oma, nõ märgiline toode** (nt kinkekaart vmt).
3. **Matkaradade juurde luuakse uusi atraktsioone ning täiendavad tasulisi teenuseid.**
4. Turunduse- ja kommunikatsioonitegevuse, **sh otse müügitegevuse tugevdamiseks ostetakse vastav teenus sisse või võetakse tööle spetsialist.**

Turunduskava 2019

Aeg ja tegevused				
	Jaanuar-märts	Aprill-juuni	Juuli-september	Oktoober-detsember
Veebilehega seotud tegevused	<p>Uue kodulehe ettevalmistamise kohta eelinfo ja viited selle sisule saadetakse kõikidele kohalikele otsestele sihtgruppidele (vahendajaks kohalikud lehed, uudisteportaalid, listid, VVV SA kuukiri).</p> <p>Uue mitmekeelse (eesti-läti-vene-inglise) kodulehekülje loomine ja avamine.</p> <p>Loodusmaja veebi ja uue VVV SA veebi ühendamine.</p>	<p>Koduleht on avalik ja esimesed testid tehtud. Järgmisel tööpäeval saadetakse pressiteade uue kodulehe avanemisest eelkõige kohalikele otsestele sihtgruppidele ja turismivaldkonna strateegilistele partneritele (vahendajaks kohalikud lehed, uudisteportaalid, listid, VVV SA FB, veeb, kuukiri).</p> <p>Mai alguses ostetakse uue veebi reklaami Elva Elu portaali, Tartu Postimehes, L-E Postimehes, Valga Linnalehes.</p> <p>Kodulehel kutsutakse järgnevate kuude (mai-august) jooksul andma tagasisidet lehe kasutatavuse kohta. FBs tehakse uue veebi hindamiseks suunavaid mänge või üleskutseid</p>	<p>Juuli Veebiadministraatorite koolitamine efektiivseks SEO rakendamiseks VVV SA veebis. Märk- ja otsisõnade korje. SEO toimib vastavalt plaanile.</p> <p>August Koduleht on vastavalt tagasisidele korrigeeritud. Augusti lõpus, sept alguses antakse otsestele sihtgruppidele teada, kuidas läks ja mida tehti, muudeti jne. Vahendajaks kohalikud lehed, uudisteportaalid, listid, VVV SA FB, veeb, kuukiri).</p> <p>Kontrollitakse üle kõik VVV SA veebilingid, mida vahendavad teiste asutuste veebilehed, infoportaalid jmt</p>	<p>Analüüsitakse ja tüpiseeritakse senist ning potentsiaalset veebikülastaja, külastusi, suundi jne.</p>
Teiste		Analüüsitakse põhjalikult	Vastavalt veebi ja FB	VVV SA YouTube'i

Turunduskava 2019

Aeg ja tegevused				
	Jaanuar-märts	Aprill-juuni	Juuli-september	Oktoober-detsember
sotsiaalmeediakanalite korrastamine		sotsiaalmeedia jälgijaid, kasutades olemasolevaid mõõdikuid.	analüüsile koostatakse sotsiaalmeedia (veebi, FB, YouTube ja Instagrami) strateegia.	Vapramäe Loodusmaja kanali võimendamine uute videopostitustega ja reklaamimine FB-s
Sisuturundusega seotud tegevused		<p>Kuukirja „VVV Veerud“ ettevalmistamine uuele platvormile viimiseks.</p> <p>Analüüsitakse efektiivsuse seisukohalt ning valmistatakse ette temaatiliste püsirubriikide avamine kohalikus ajalehes ja/või üleriigilises lehes (Maalehes, Maaelus); ja/või kuukirjades nagu Eesti Loodus, Loodus, Eesti Mets, Loodusesõber, Pere ja Kodu, TervispLuss, Director jt</p> <p>NB! Eelistatud on tasuta eksponeerimisvõimalused, mis reeglina eeldavad kvaliteetset ettevalmistustööd VVV SA poolt.</p>	<p>Eelinfo kuukirja uuenemisest ning kavandatavast sisust edastatakse nädal enne ilmumist otsestele sihtgruppidele, FBs, veebis ja samas kutustakse kuukirja tellima</p> <p>Kuukiri „VVV Veerud“ käivitatakse uuel uudiskirja platvormil.</p> <p>Uue, laiemale sihtgrupile mõeldud, reklaamile ja müügile orienteeritud veebiväljaande, nõ hooaja erinumbrite väljatötamine</p>	<p>Alustatakse läbirääkimisi ERR loodussaadete ja maaelusaadete toimetustega saadete-ülekannete ettevalmistamiseks järgneva kahe hooaja jooksul.</p> <p>Uue, laiemale sihtgrupile mõeldud, reklaamile ja müügile orienteeritud veebiväljaande väljaandmine, sellest teavitamine ja levitamine prioriteetses piirkondades. Alates 2020.aastast</p>
E-maili turundusega seotud tegevused		Olemasolevate e-postilistide korrastamine ja täiendamine lähtudes olulisematest otsestest sihtgruppidest.	Uute kliendikontaktide kogumine nii kohalikust piirkonnast kui prioriteetsest (Harjumaa, Valgamaa, Põhja-Läti)	Prioriteetsetest piirkondadest leida ja kinnitada infot vahendavad isikud, organisatsioonid.

Turunduskava 2019

Aeg ja tegevused				
	Jaauar-märts	Aprill-juuni	Juuli-september	Oktoober-detsember
			<p>piirkondadest loodusmatka huviliste suunal (koolid, ettevõtted, organisatsioonid)</p> <p>Suurendatakse matkapakettide ja õppeprogrammide pakkumist Harju- ja Valgamaal otsestele sihtgruppidele.</p>	<p>Uute kontaktide lülitamine olemasolevatesse listidesse ja uute listide testimine.</p>
Makstud meedia kasutus		<p>VVV SA visuaali võimendamiseks välisünnmustel tellitakse lisavahendeid (lipud, roll-upid, plagud jne).</p> <p>Suurendatakse matkapakettide ja õppeprogrammide pakkumist Harju- ja Valgamaal otsestele sihtgruppidele (kohalikud lehed, KOV lehed, veebiportaalid.)</p> <p>Otsustatakse, kuhu Tartu-Valga maanteele paigaldada loodusmaja reklaamplakatid. Vajadusel alustatakse läbirääkimisi maaomanikega</p>	<p>Juulis paigaldatakse Tartu-Valga maanteele võtmepunktidesse (atraktiivse visuaaliga reklaamplakatid (1-2)</p>	<p>Ettevalmistus Läti turule minekuks; lätikeelsete retkejuhtide ettevalmistamine; lätikeelsete trükiste koostamine ja väljaandmine suunaga loodusmatkadele –ja õppeprogrammidele.</p>

Turunduskava 2019

Aeg ja tegevused				
	Jaauar-märts	Aprill-juuni	Juuli-september	Oktoober-detsember
		Juuni lõpuks on plakatite kujundus tellitud.		
Turundustegevuste mõõtmine ja analüüs		<p>Valmistatakse ette küsimustik ja küsitletakse regulaarselt VVV SA teenuste kasutajad (kust nad infot said, milliseid teenuseid ja infokanaleid eelistavad jmt).</p> <p>Küsitlused toimuvad nii sündmuste käigus kui FB-s ja veebis</p>	Küsitletakse regulaarselt VVV SA teenuste kasutajad (kust nad infot said, milliseid teenuseid ja infokanaleid eelistavad jmt).	<p>Küsitletakse regulaarselt VVV SA teenuste kasutajad (kust nad infot said jmt), et suunata infot potentsiaalsetele tasulist teenust tarvitavatele klientidele.</p> <p>Turu- ja teenuste portfelli analüüsi ettevalmistamine koostöös turundusspetsialistidega.</p>

Teenuste kommunikatsioonikava 2019

Teenus	Sihtgrupp	Kanal	tegevused
Loodusõppeprogrammid lastele ja õpilastele	Piirkonna lasteaedade ja koolide õpetajad ning lapsevanemad	e-posti listid VVV SA veebileht VVV SA kuukiri Facebooki leht YouTube'i kanal Õpetajate Leht kohalikud lehed ja ajalehed kliendipäevad uus hooajaline veebäljaanne teadetahvlid	Uue kodulehe tutvustamine (vt turunduskava) Kutsed ja jooksev info listides. Kuulutused, tutvustavad artiklid, uudised. Kuulutused teadete tahvritel (töötab autustes, lasteaedades). Sündmused ja teated ning video jagamised FB lehel. Toimunud või toimuvate programmide kajastused või/ ja videokajastused reaalajas.
	Strateegilised partnerid	otsekontaktid kliendipäevad koosolekud tunnustusüritused VVV SA kuukiri e-posti listid VVV SA veeb üleriigilised meediaväljaanded	Kohtumised koolide, lasteaedade juhtkonnaga. Kokkulepped õppeprogrammide toetamiseks omavalitsuste haridusvaldkonna esindajatega Informeerida võimalustest kõneisikuid, eksperte, kes tunnustavad programmide sisu ja tugevdavad/kinnitavad usaldusväärset. Tellida võtmeisikutelt arvamused ja artikleid, mis kajastuvad meedias ja kaasata arvamusiõppeprogrammidesse.
	Põhikooli ja gümnaasiumi õpilased	Facebooki leht YouTube Instagram veebileht	Huviäratavad postitused, mängud. Videokonkursid. Toimunud või toimuvate programmide kajastused või/ ja videokajastused reaalajas.
	Õpetajad ja lapsevanemad, koolide, lasteaedade juhid prioriteetses piirkonnades - Harjumaa, Valgamaa.	e-posti listid VVV SA veebileht Facebooki leht Õpetajate Leht maakondlikud õpetajate aineseksioonid	Hea ligipääsetavus kodulehel. Kutsed ja jooksev info listides. Kuulutused, tutvustavad artiklid, uudised. Sündmused ja teated jagamised FB lehel – jagatakse sihtgrupi FB-seinale.

		kohalikud lehed kliendipäevad	Toimunud või toimuvate programmide kajastused või/ ja videokajastused reaajas jagatakse sihtgrupi FB-seinal
Teenus	Sihtgrupp	Kanal	tegevused
Matkad ja ekskursioonid koos retkejuhiga	Tartumaa ja Lõuna-Eesti elanikud	e-posti listid VVV SA veebileht Facebooki leht kohalikud lehed uus hooajaline veebiväljaanne üleriigilised temaatilised infoportaalid	Regulaarne eelinfo sündmustest, FB sündmuste loomine ja võimendamine; Eelinfo, reklaam ja kajastused kohalikes lehtedes.
	Sihtasutuse teenuseid kasutavad inimesed	e-posti listid VVV SA veebileht Facebooki leht kohalikud lehed VVV SA kuukiri YouTube kanal	Meeldetuletused, uuendused, täiendused otsepostitused listidesse, erikohtlemine.
	Strateegilised partnerid	Otsekontaktid VVV SA veebileht Facebooki leht	Pakkuda valdadele jt partneritele mitmesuguste tunnustamiste jaoks tasuta matku, õppeprogramme, sündmustel osalemist jne
	Tartumaa ja Lõuna-Eesti ettevõtted ja organisatsioonide personalijuhid	Personalijuhtide-posti list VVV SA veeb	Tutvustada võimalusi ja pakette koos hooajalise eriväljaandega.
Ruumide rent Vapramäe ja Vellavere loodusmajas	Piirkonna elanikud	e-posti listid VVV SA veebileht Facebooki leht Hooajaline eriväljaanne	Jooksev info ja meeldetuletused kasutamisevõimaluste kohta. Eripakkumised hooaja iseloomu ja võimalusi arvestades.
	Sihtasutuse teenuseid kasutavad inimesed	e-posti listid VVV SA veebileht Facebooki leht VVV SA kuukiri	Jooksev info ja meeldetuletused. Eripakkumised hooaja iseloomu ja võimalusi arvestades. – koostada sooduspaketid neile, kes on matkadel ja sündmustel osalenud.
	Tartumaa ja Lõuna-Eesti	Personalijuhtide e-posti list	Tutvustused ja pakkumised vastavalt hooaja

	ettevõtted ja organisatsioonide (personali)juhid	VVV SA veeb Hooajaline eriväljaanne	võimalustele.
Teenus	Sihtgrupp	Kanal	tegevused
Keskkonna- ja tervise teemaliste ürituste korraldamine	Piirkonna elanikud	e-posti listid VVV SA veebileht Facebooki leht Kohalikud ajalehed ja veebiväljaanded Kultuurikalendrid VVV SA kuukiri Tunnustusüritused Flaierid Instagram YouTube	Auhinnamängud FB sündmuste jagamise ja osalemise eest. Reklaam ja kajastus kohalikes ajalehtedes. Tellida tekste osalejatelt. Pakkuda valdadele jt partneritele mitmesuguste tunnustamiste jaoks tasuta sündmustel osalemist jne. Instagrami jälgijate hulga kasvatamine noorte hulgas. Sündmuste kava flaiereid levitatakse kohalikes asutustes ja organisatsioonides.
	Tartumaa ja Lõuna-Eesti elanikud	Sündmuste kalendrid (Tartu kultuuriaken, Kultuur.Info; Elva ja Nõo valdade sündmuste kalender) YouTube'i kanal Flaierid	Sündmuste eelinfo kalendrites ja kohalikes lehtedes, ringhäälingus (Tartu KUKU). Kajastused Instagramis, YouTube-s jagatakse FB-s.
	Strateegilised partnerid	e-posti listid meenekingid (kalender)	Personaalsed kutsed; Kaasata sündmuste juhtimisse, esinejate hulka jne.
	Sihtasutuse teenuseid kasutavad inimesed	e-posti listid VVV SA kuukiri Facebooki leht YouTube'i kanal Kohalikud lehed Instagram Flaierid	Regulaarne infovoog sündmustest ja aastaplaanidest. FB sündmuste sihtgrupp. Flaierid üritustel.

LISA 3 Sündmuste kajastamise kommunikatsioonisoovitused

Sõltuvalt sündmuse olulisusest ja traditsioonidest kajastub sündmus:

Aeg	Reklaam ja trükised	Veeb ja FB	Meedia	Kutsed ja e-posti listid
Aasta ja hooaja algus	VVV SA aastakalender Hooajakalender paberil, flaiiril.	SA veebikalender Kohalike KOV kodulehtede ja paberlehtede kalendrid	Hooaja info kohalikes lehtedes	Hooaja info klientidele-kontaktidele e-posti teel
Kuu aega enne		FB sündmuse loomine ja kutsete levitamine	Kutsed suunatud väljaannetele; info kohalikesse lehtedesse vastavalt nende ilmumissagedusele	Kutsed strateegilistele partneritele, sihtgruppide kõneisikutele
Nädal aega enne		Veebis uudise, kuulutuse; plakati loomine	Pressiteade ja pressikutse meediaväljaannetele soovitatavalt nädala alguses ja hommikul kell 8-10. Õhtupoolikul (kuni kl 15ni) vajadusel üle helistada. Kuulutus kohalikus lehes, veebiportaalis	Korduskutse partneritele ja uudise levitamine e-posti listide kaudu
Päev enne		FB postitus koos pildi ja viitega sündmusele	Hommikul kell 6 edastada pressiteade ja vajadusel helistada üle toimetused.	
Sündmuse päev	Jagatakse flaiereid, eriväljaandeid, meeneid; Välja on pandud plagud, roll-upid, plakatid vmt.	FB postitused (2) koos pildi või videoga otse sündmuselt haarava sisuga Või laetakse üles ja jagatakse peamiselt fotosid. Kui tegu on nt konkursi tulemustega, siis teade kohe pärast sündmust FB-sse, veebi.	Arvestades online meedia huve, on soovitatav saata uudis (kui on uudisväärtust) koos fotoga pärast sündmuse algust online väljaannetele. Kui tegu on nt konkursiga, siis teade tulemustest kohe pärast sündmust meediale koos pildiga.	Kõikide külaliste kontaktide kogumine.
Päev pärast sündmust		FB postitus, kui on emotsioone, mida jagada.	Vajadusel järelteade online meediale.	Tänu osalejatele e-posti teel. Instagrami, FB konto lingiga (näeb fotosid)

LISA 4 Nõuanded meediaga suhtlemiseks

Kohtle kõiki ajakirjandusväljaandeid võrdset. Jaga ajakirjanikele ausalt ja igakülgset objektiivset infot oma vastutuse piires.

Meediapäringutest ja teavitustest informeeri ka teisi meeskonna liikmeid ning küsi vajaduse korral abi vastuse koostamiseks.

Kiirema info andmiseks valmista ajakirjanikele ette infomaterjalid, faktilehed.

Kõiki fakte kontrolli ja täpsusta. Jaga infot, mis on kooskõlas Avaliku teabe seaduse ja Isikuandmete kaitse seadusega.

Võimaluse korral eelista silmast-silma intervjuud, sest ajakirjanikud on oma ala professionaalid ja oskavad teid oma küsimustega huvitava looni aidata.

Välgi kantseliiti ja slängi, räägi lihtsas keeles. Eelda, et kõike mida sa ütled, võidakse tsiteerida.

Anna ajakirjanikele viisakalt teada, kui nad on avaldanud ebatäpse uudise.

Konkurentide ega ajakirjandust halvustada ei ole hea toon. Keerulises olukorras too välja oma asutuse tugevused ja paku välja positiivseid lahendusi.

Säilita huumorimeel.

Pressiteated

Pressiteade on uudise vorm, millega soovitakse tagada uudise laiem levik ajakirjanduse vahendusel. Uudise kriteeriumid on värskus, päevakajalisus, konfliktsus, prominentsus, emotsionaalne ja geograafiline lähedus, mõju ja erakordsus. Kui pressiteade vastab vaid paarile uudiskriteeriumile, tuleb meediakanalid, kellele pressiteade saata, sihtrühmast lähtuvalt veelgi täpsemalt selekteerida, sest teema võib meedia huviorbiidist välja jääda.

Loe ka: Pressiteatest: http://www.ajakirjanikud.ee/et/article_1.php

Ülesehitusest

- Sõnum võiks olla juba pealkirjas (millist probleemi või teemat arutatakse, lahendatakse uuritakse jne)
- Liid (maksimaalselt kolmerealine esilõik) kannab sisulist sõnumit, võtab kokku põhilise: Kes? Mida? Millal? Kus?
- Uudisväärne peab olema konkreetne ja fokuseeritud – mitte üle 2-3 mõtte
- Kompositsioon peab olema struktureeritud ja pilguga hoomatav (pika teksti korral nt lõikude vahepealkirjad jne).
- Tsitaadid peavad andma lisaväärtust ja mitte kordama sisuteksti.

Levitamisel arvesta kanalite eripära ja uudiste edastamise soovitavaid aegu

- **Televisioon** ning **paberlehed** vajavad kajastuse saamiseks eraldi lisatööd, (pressiteatest ei piisa kajastuse saamiseks, tuleb üle helistada, saata lisamaterjale, informeerida toimetusi piisavalt vara, et kajastust jõuaks ette valmistada ja leheruumi/kaameraid broneerida)
- **Paberlehtedele** on soovitatav teateid edastada ennelõunal.
- **Raadiouudistele** hommikul või ennelõunal.
- **Maakonnalehed** (vt paberväljaandeid) kohalikul tasandil tähtis infokanal.
- **Online** – veerand kuni kolmveerand uudistest tehakse pressiuudiste põhjal. Väga kiires uudistevoos tuleb pikemalt nõ pildil olemiseks leida laiemaid auditooriume kõnetav fookus.

Kasutatud allikad

[Projekt: Elva puhkepiirkonna retkejuhtide koolitused ja arendustegevused](#)

[Vapramäe-Vellavere-Vitipalu Sihtasutus ARENGUVAJADUSED. TEGEVUSKAVA ARENGUVAJADUSTE ELLUVIIMISEKS](#)

[VAPRAMÄE-VELLAVEREVITIPALU SA STRATEEGIA 2020](#)

Strateegia aruteludes osalejad

Töökoosolekutel osalesid Lauri Toim, Eevi Volmer, Siiri Kaarna, Mats Hansen, Külli Kevväi, Külli Kalamees, Madis Ess, Gea Järvela, Triinu Pertels, Rein Kiiman, Annereet Paatsi, Heldur Raave, Eeva Kumberg.

Arutelukoosolekute protokollid

[10.04.2018](#)

[13.06.2018](#)

[12.03.2019](#)