

# Valga maakonna turismi turundusplaan aastateks 2020-2023



# SISUKORD

<b>SISUKORD</b> .....	2
<b>KOKKUVÕTE</b> .....	3
<b>SISSEJUHATUS</b> .....	4
<b>HETKE OLUKORRA KIRJELDUS JA ANALÜÜS</b> .....	5
<b>SIHTGRUPID</b> .....	10
<b>VALGAMAA TURISMI TURUNDUSE EESMÄRGID JA STRATEEGIA</b> .....	11
<b>TURUNDUSE MEETMESTIK</b> .....	12
<b>TURUNDUSE ORGANISATSIOON</b> .....	15

## KOKKUVÕTE

Turundusplaani koostamisel seati eesmärgiks leida läbi seniste edukate turundustegevuste maakonna turundamiseks kõige efektiivsemaid tegevusi.

Turundusplaani on koostatud selleks, et aidata kaasa Valgamaa turistide arvu kasvule ja külastuskestvuse suurendamisele, seda saab kasutada edasiste turundustegevuste planeerimisel, koostöö- ja ühisturundustegevuste ning ühisprojektide planeerimisel,

Antud turundusplaani on koostatud Valgamaa kui atraktiivse ja hea mainega külastuskeskkonna turundamiseks Eestimaa elanikele ning naaberriikidest saabuvatele turistidele. Külastuskeskkonnana ei ole Eesti maapiirkonnad ja sealhulgas Valgamaa ning Lõuna-Eesti Euroopas veel väga tuntud.

Koostöös EAS-iga ja Lõuna- Eesti maakondadega on vajalik jätkata turundustegevusi naaberriikides ja ka kaugemal. Valgamaa on atraktiivne loodusturistidele, jalgrattaturistidele, pereturistidele, jahituristidele, seiklusturistidele (suusamäed, safari).

Valga maakonna turundamiseks on vajalik asjatundlik turundusmeeskond ja turunduseelarve, mis katab nii personalikulud kui läbiviidavate turundustegevuste kulud. Rahaliste vahendite leidmisele peavad kaasa aitama Valgamaa turundamisest huvitatud osapooled: omavalitsused, ettevõtjad.

Turundusplaani rakendatakse läbi konkreetse tegevuskava ja eelarve. Turundusplaani tegevuskava seis vaadatakse üle üks kord aastas. Tegevuskava uuendatakse vastavalt vajadusele ja koostöös partneritega. Partneriteks on SVA, Valgamaa Partnerluskogu, turismiettevõtjad, kohalikud omavalitsused ja teised turismiteenuste pakkujad.

Käesolev turundusplaani on valminud SA Valgamaa Arenguagentuuri tellimisel Leader projekti „Valgamaa tuntuks” raames.

## SISSEJUHATUS

### **Valga maakonna turundamise vajadus:**

Maakonna tuntus turismivaldkonnas on veel väike, mis ei võimalda kasvatada turismivaldkonna müügikäivet ning turismivaldkonna ettevõtjate vaheline ristturundamine vajab arendamist.

Maakonna turismi turundusplaani on vajalik Valgamaa arengustrateegia eesmärkide täitmiseks ([Valgamaa Arengustrateegia](#)). Valga maakonna suurepärasest keskkonnast on veel ruumi kümnetele ettevõtetele ja sadadele peredele. Valgamaad külastatavate turistide arv võiks olla kordades suurem ja turistide kohapeal viibimise aeg palju pikem.

Turundusplaani elluviimine eeldab tegijaid, kes on Valgamaa turundamisest huvitatud, ja enamuste tegevuste osas ka rahaliste vahendite olemasolu. Turunduse puhul ei ole võimalik anda garantiisid, et tegevused toovad alati tehtud kulutused kuhjaga tagasi, aga päris ilma turundustegevusteta toimu maakonna arengut soovitud eesmärkide suunas.

### **Valga maakonna turismiarengu kitsaskohad:**

- Maakonna turismipotentsiaal on mitmekesine, mis raskendab ühtsete turundussõnumite leidmist;
- Maakonnas on puudu turismi atraksioonidest, mida saab külastada ka hooaja välisel ajal;
- Maakonna turismivaldkonna ettevõtjate koostöö vajab arendamist

Turundusplaanis antakse hinnang senistele turundustegevustele ja tuuakse välja tegevused, mida ellu viia kitsaskohtade leevendamiseks.

Küsimus “Miks Valgamaa” võiks olla piirkonna turundajatele kontrollküsimus, mida piirkonna turundust planeerides endalt küsida tasub.

## HETKE OLUKORRA KIRJELDUS JA ANALÜÜS

Valgamaal vastutab turismi turunduse ja arendamise eest SA Valgamaa Arenguagentuur, mille tegevusi rahastavad kolm kohalikku omavalitsust: Valga vald, Otepää vald, Tõrva vald. Need kolm valda/ piirkonda on väga erinevad, pole ühist sümbolit ega ühist sõnumit, millega maakonda turundada.

Hetkel Valgamaal puudub eraldi turundusplaan ning sellele tuginev turunduseelarve, sest varasematel aastatel vastavalt Lõuna-Eesti maakondade kokkuleppele lähtuti turundamisel Lõuna-Eesti Turismistrateegiast 2020 (koostatud 2009). Strateegia oli tootepõhise lähenemisega, mis tähendab, et pakuti erinevaid turismi liike: aktiivne puhkus, ajaloo- ja kultuuriturism, loodusturism, tervise- ja lõõgastusturism, äriturism. Peale haldusreformi, mis toimus 2017. aastal likvideeriti SA Lõuna- Eesti Turism 2018. aasta esimeses pooles ning LE Turismi ülesanded jäid SA Valgamaa Arenguagentuuri kanda.

Valga maakonda on turundatud aastaid nii sise- kui ka välismessidel – Riias, Leedus, Venemaal jne ning seda on peetud üheks olulisemaks maakonna turundamise võimaluseks. Osaletud on mitmetes rahvusvahelistes projektides, millega on Valgamaa teenuseid tutvustatud väliskülalistele, erinevatele reisikorraldajatele, ettevõtjatele, blogijatele.

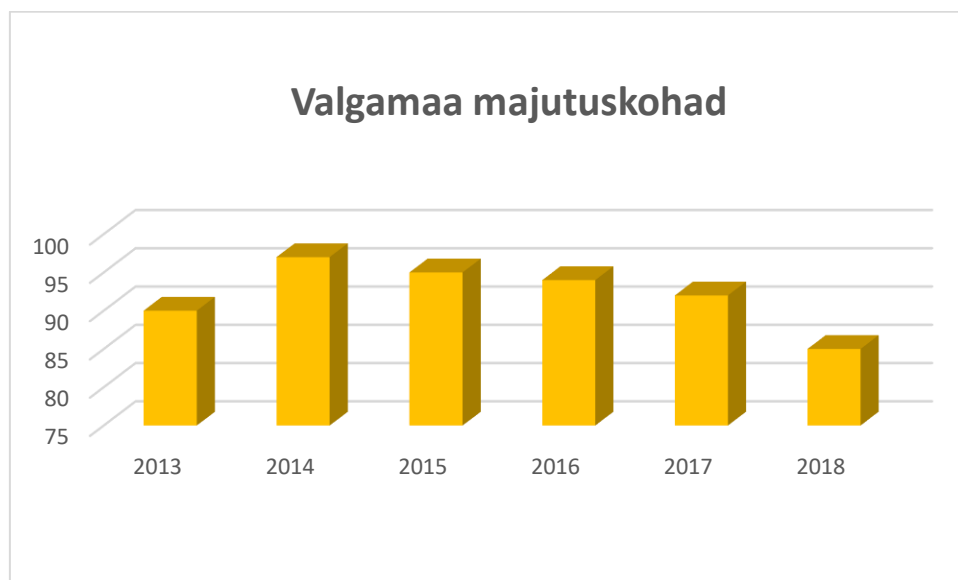
Aastate jooksul on koostatud erinevaid turundusmaterjale- Valgamaad tutvustav trükis, sündmuste kalendrid, avaldatud pressiteated, osaletud erinevate ajakirjade ja ajalehtede väljaannetes. Valminud on Valgamaa pereturismi tutvustavad fotod ning klipid, nii talvistest- kui ka suvistest tegevustest, mida on turundatud sotsiaalmeedias. Valgamaa sündmusi on turundatud sotsiaalmeedias läbi turunduskampaania, reklaamhaagistel ja ajakirjades.

Erinevad trükised ja flaierid ning ajalehe reklaamid ei pruugi olla efektiivsed, sest nende tulemuslikust ei saa mõõta ning nendele kulub palju ressursse. Kõige kiireim viis jõuda kliendini on aga sotsiaalmeedia.

Elluviidud on mõned turunduskampaaniad, 2013. aastal Valgamaa veekogude facebooki-kampaania „Valgamaa otsib superpuhkajat – ”Avasta meie aarded“ ning 2017.-2019. aastatel ”Valgamaa tuntuks” instagrami ja facebooki mainekampaania. Need on olnud ühed suuremad kampaaniad, mis on viimase 7 aasta jooksul elluviidud ning mida võib tulemuste alusel pidada ka edukateks turundustegevusteks.

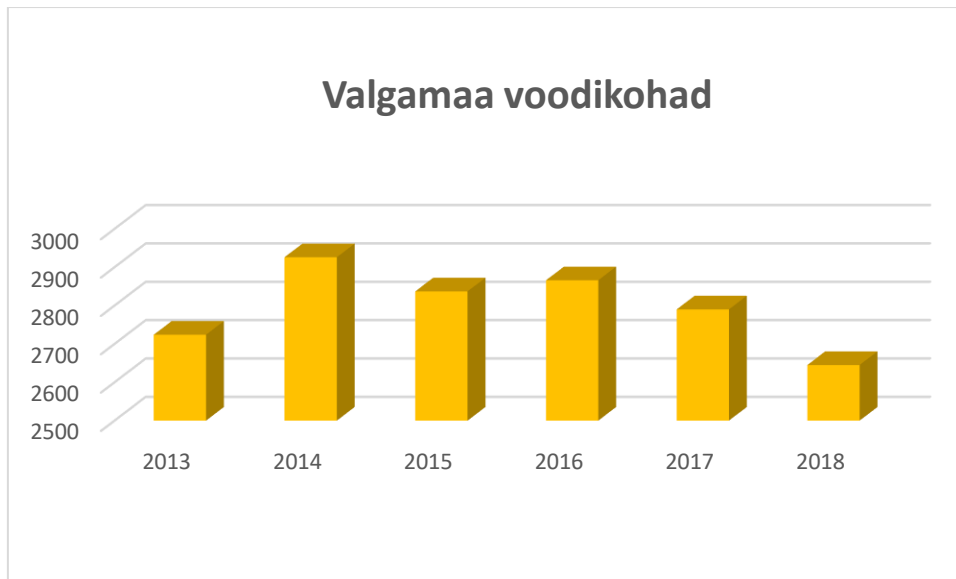
”Valgamaa tuntuks” kampaania tulemused näitavad, et Valgamaa Facebooki lehel on **3329** meeldimist (jälgijat/*laiki*). Kampaania alguses 1727. Muutus **+1602**. Sai loodud vistivalgamaa instagrami konto ning hashtagi **#visitvalgamaa** kasutatud Instagramis 1905 korda. Kampaania alguses 1. Muutus: **+1904**. Valgamaa pildimängu galeriisse on kogu kampaania jooksul üles laetud **2292** pilti. Kokku on pildimängu rakendust kampaania jooksul **külastatud üle 23 000** korra.

Mais 2017, mil kampaaniategevusi ellu viima hakati, seati üheks eesmärgiks jõuda inimeste teadvusesse siinsete tegelike väärtustega (sündmustele ja turismiattraksioonidele) mitte üksnes Alko1000 ja sealsete soodsate hindadega. Tuleb tunnistada, et see on ka õnnestunud. On näha, et ellu kutsutud teemaviited (*hashtagid*, toim.) *#visitvalgamaa* ja *#valgamaa* on kenasti oma elu elama hakanud ning neid kasutab igapäevaselt suur hulk inimesi.



**Joonis 1. Valgamaa majutuskohad.** Allikas: (koostatud Statistikaameti andmetel)

Analüüsitud on ka Valgamaa majutuskohade statistika ning on näha, et aastate jooksul on märgata kõikumist, mis tähendab, et osad majutuskohad on suletud või läbinud uuenduskuuri ning sama kehtib ka voodikohtade puhul. Valga maakonnas ei ole puudu majutus- ja voodikohtadest (Joonis 1. ja 2.). Üldjuhul majutuskohade ja voodikohtade puudus võib tekkida just hooajal suurimate ürituste ajal, mil piirkonnas on suurem hulk külastajaid.

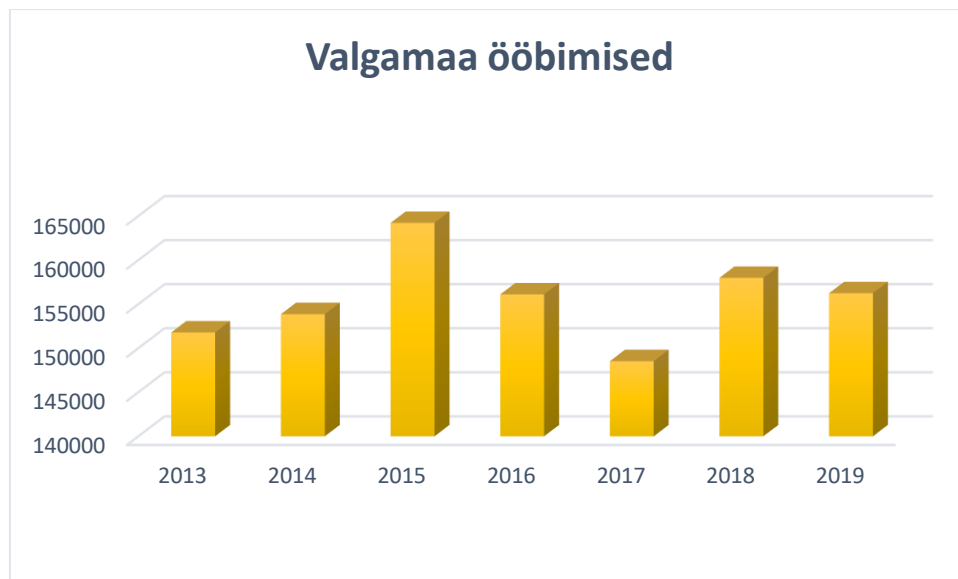


**Joonis 2.** Valgamaa voodikohad. Allikas: (koostatud Statistikaameti andmetel)

Kui vaadata Statistikaameti andmeid on näha, et Valgamaa ööbimiste arv on aastate jooksul kõikunud. Positiivsena võis turistide arvu Valgamaal mõjutada 2013-2014 läbiviidud suured väliturunduskampaaniad projektide abil, negatiivsena aga nii turunduskampaaniate puudumine 2014 II poolaastal ja 2015 aastal kui ka Venemaa turistide arvu vähenemine poliitilistel ja majanduslikel põhjustel. Samuti on näha, et 2017-2019 võis turistide arvu mõjutada elluviidud mainekampaania ning kampaaniat toetavad turundustegevused. 2019. aasta ööbimiste arvu andmed ei ole täielikud, hetke seisuga puuduvad veel kolme kuu andmed ning seetõttu ei saa anda täieliku hinnangu.

Olulise osa majutusstatistikast annab Otepää piirkonna info - sageli on see aktiivse ja talvepuhkuse „pealinn“ just siseturistide sihtkohaks nii suvel kui talvel ning küllastuste vähenemine on sageli võrdeline lume hulgaga.

Need külastajad, kes Valgamaale tulevad, peatuvad siin enamasti pikemalt – ööbimiste arv on kasvamas. (vt joonis 3). Seda võib seostada kasvanud teadlikkusega maakonna kohta – puhkama tullakse pikemalt mitte ei olda juhuslikult läbisõidul.



**Joonis 3. Valgamaa ööbimiste arv** Allikas: (koostatud Statistikaameti andmetel)

Statistikaameti andmed näitasid, et Valgamaal majutunud sise- ja välis turistide arv aastate lõikes on kõikunud. Siseturistide arvu tõusu ja langust Valgamaal võib seostada nii siseturunduskampaniate puudumisega kui halva ilmaga.

Valga piirkonda sattunud külastaja on pigem läbisõidul, põhjuseks võib olla nt Valga puhul, et tullakse Lätist ning läbi Valgamaa suundutakse hoopis Tartu või Tartumaale.

Kui vaadata kogu Eessti statistika andmeid, siis 2019. aasta esimene poolaasta näitab, et ööbis Eesti majututusettevõtetes kokku 1,65 mln sise- ja välis turisti, mis on 4% rohkem, kui 2018. aasta samal ajal. Samuti näitab statistika, et kogu Eesti siseturistide ööbimised jõudsid uue rekordini juba seitsmendat aastat järjest. Arvuliselt kõige rohkem lisandus siseturistide ööbimisi Pärnumaal ja Valgamaal, seejärel Ida- Virumaal ja Tallinnas. Veedetud ööde arv kasvas aga kõige rohkem Pärnu maakonnas, Ida-Virumaal ja Valgamaal. Valga maakonnas andis valdava osa kasvust siseturism, kuigi mõnevõrra toetasid kasvu ka lisandunud ööbimised Venemaalt, Leedust ja Saksamaalt.

Erinevate Valga maakonna suurürituste külastajate statistikast saab järeldada, et senised turundustegevused on olnud efektiivsed, kuna külastatavus on kas püsinud enamvähem sama või on tõusnud, sama tendents on olnud ka Valgamaa suurimate turismiobjektide külastustega. Põhjendada saab seda ka sellega, et need üritused on iga-aastased ja juba tuntud ning sama kehtib ka objektide puhul. Sellest ka järeldus, et maakond on tuntud just erinevate ürituste ja huvitavate objektide poolest



Üritused meelitavad sihtkohta turiste ka hooajavälisel perioodil. Samuti saab sündmusi kasutada turismihooaja pikendajatena, sel juhul toimub sündmus vahetult enne hooaja algust või pärast selle lõppu. Näiteks suusakeskused kasutavad tihtipeale sündmusi, et meelitada külastajaid ka väljaspool talveperioodi. Selline sündmuste kasutus muudab ka külastajate arvamust hooajalisest sihtkohast kohaks, mida saab aasta ringi külastada. Sündmused on sihtkoha jaoks väga olulised, kuna vähendavad hooajalisust ning kujundavad sihtkoha mainet.

Lisaks sellele toovad sündmused majandusliku kasumi, eriti kui sündmus on mitmepäevane ja inimesed saavad seetõttu sihtkohas majutus- ja toitlustusteenuseid kasutada ning ka teiste teenuspakkujate teenuseid. Kuna Valgamaal toimub nii suvel kui ka talvel väga palju sündmusi, siis tuleks seda maakonna turundamises rohkem ära kasutada, kuna õnnestunud sündmus mõjutab sihtkoha mainet ning aitab külastaja silmis kaasa kuvandi loomisele.

Selleks, et maakonna turismindust veelgi edendada ja jätkusuutlikumaks muuta tuleks jätkata turunduskampaaniatega ja toetada algatusi, mis vähendavad hooajalisust ning leida vahendeid nende elluviimiseks.

## SIHTGRUPID

### **Valgamaa turundamise sihtgruppidesse kuuluvad turistid,**

kellel on vajadus kogeda elamust toidust, saada osa põnevast ajaloost, kaunist loodusest, seiklustest ja huvipakkuvatest Valgamaa üritustest. **Peamised sihtturud on Eesti, Läti, Soome, Venemaa.**

Mainekampaaniate ja teiste turundustegevuste tulemuste põhjal võib järeldada, et Valga maakonna peamisteks turunduskommunikatsiooni sammasteks on:

- Ajakirjanike ja blogijate külaskäigud
- Oma kanalitesse regulaarne sisu tootmine
- Erinevad sotsiaalmeedia kampaaniad

### **Kampaaniad Eesti turule**

Kuna siseturule suunatud mainekampaania tõi häid tulemusi, siis on oluline jätkata perioodil 2020-2023 erinevate kampaaniate loogikaga. Ajastada kampaaniad ka madalhooajale, näiteks lastega peredele teha koolivaheaja kampaaniat ja mitte ainult Eeesti turule, vaid ka Läti turule, kuna Läti ja Eesti koolivaheajad tihti peale ei ühti, siis on võimalus kahel järjestikul nädalal meelitada maakonda külastajaid ning täita majutusasutusi. Samuti kasutada TV reklaam.

### **Kampaaniad Läti turule**

Tuleb jätkata ka tegevusi Läti turule. Kuna tulevikus pole plaanis Riia messile minna, siis tuleb leida alternatiive. On mõistlik siseneda Läti turule sotsiaalmeedia kampaaniatega, mida varasemalt ei ole tehtud ning samuti osaleda TV reklaamis, kaasata influencerid ning korraldada ajakirjanikele ja blogijatele pressireise.

### **Kampaaniad Vene turule**

Vene turule jätkata ajakirjanike ja blogijate pressireissidega kaks korda aastas ning osaleda ühel messil Pihkvas ja kontaktüritusel Peterburis.

## Kampaaniad Soome turule

Kuna Soome turg on üks kallimaid loetletud turgudest, siis suuremaid tegevusi Soome turule planeeritud ei ole. Plaanis on jätkata koostöös EAS-iga ajakirjanike ja blogijate pressireisidega.

## VALGAMAA TURISMI TURUNDUSE EESMÄRGID JA STRATEEGIA

**Turunduse eesmärgid** tulenevad Valga maakonna arengustrateegia eesmärkidest ja arvestavad maakonna võimalusi, üldisi sihte, turusituatsiooni ja tulevikutrende.

Vastavalt arengustrateegiale turismi valdkonna strateegiline eesmärk: **Valgamaa on atraktiivne ja hea mainega külastuskeskkond.** Valgamaa on külastajatele tuntud ja hea mainega turismisihtkoht, mis pakub meeldejäädavat reisielamust, info turismivõimaluste kohta on kergesti kättesaadav nii reisi planeerimisel kui ka reisiril viibimisel.

Maakonna turismiettevõtjad ja organisatsioonid teevad koostööd, et arendada välja erinevatele piirkondadele iseloomulikud turismitooted, et siia tuua ja pikendada nii sise- kui ka väliskülastajate kohapeal viibimist. Valgamaal on kaks turismi kõrghooaega- suvi ja talv, aga loodus, turismialane infrastruktuur ning sündmused loovad suurepärase võimaluse nautida Valgamaal kõiki nelja aastaaga igavust tundmata.

Toetudes viimase kolme aasta (2017-2019) kogemusele, mil viidi ellu mainekampaaniad ning lisandusid uued majutuskohad ja atraktsioonid võib seada eesmärgiks +30 000 ööd aastas, mis on realistlik eesmärk ning viib 2023. aastaks 300 000 ööbimiseni.

### Mõõdetavad eesmärgid:

	Tase 2018	Eesmärk 2023	Kommentaar
Ööbimised	157987	300 000	+30 000 ööbimist aastas on jätkusuutlik

Ööbimiste kestvus	2,07	3	Ööbimiste kestvus pikeneb 3 öö peale
Uute ettevõtete arv	.....	20	Igal aastal tekib maakonda 5 uut ettevõtet

## TURUNDUSE MEETMESTIK

### Toote või teenusega seotud turundusmeetmed

Toode või teenus peab rahuldama turistide või üldiselt maakonda külastanud inimeste vajadusi ning tekitama positiivseid tundeid/ emotsioone. Efektiivne turundusmeetmestik tugineb ka turundatava keskkonna unikaalsetele müügiargumentidele, ehk sellele, mis teeb Valgamaa külastuskeskkonna eriliseks meie sihtgruppide jaoks. Mis on meie toode? Valgamaa turismitoode koosneb erinevate teenustepakkujate teenustest.

Valgamaale saabunud turistile/külastajale on oluline saada elamust ja head külastuskogemust. See toob tähelepanu keskpunkti meie häid toidukohti, üritusi, loodust, peredele suunatud tegevusi, SPA-d, ujumiskohti, sportimisvõimalusi jne. Kuna Valgamaa on veekogude maakond, siis see tähendab ka seda, et ka ujumiskohad/rannad peaksid olema puhtad ja korrastatud.

Turismiteenuste lahutamatuks osadeks on majutus ja toitlustus. Nende teenuste pakkumisel on oluline teeninduse kvaliteet. Selleks, et Valgamaa oleks hinnatud reisisiht, saavad turismiettevõtjad väga palju ära teha, sest just heal tasemel soe ja sõbralik teenindus saab olla nendepoolne panus Valgamaa maine kujundamisel. Eriti oluline on siinjuures kohalik toit, mis on kindlalt üks külastajate vajadus. Kohalik toit kui meie eriline toode ei ole veel teada ega tuntud. Toote väljaarendamine vajab toiduvalmistajate koolitamist ja loovusele innustamist.

## **Kohaga seotud turundusmeetmed**

Kohaturunduse puhul peaks arvetsama sellega, et see kuvand, mida me oleme küllastajatele loonud ja turundame, ei erineks tegelikust olukorrast. Valgamaa kaunis loodus, matkarajad, rannad jne. See kuvand ei lähe kokku hooldamata matkaradadega, rannas vedelevate jäätmetega.

Valgamaa turundamisel on oluline välja tuua Valgamaa erilisus, mis teeb Valgamaad küllastaja jaoks eriliseks. Tullakse tihti peale oma initsiatiivil, kuid turundustegevustena on siin oluline koht erinevatel üritustel, tutvumisreisidel ajakirjanikele, blogijatele, ettevõtjatele ehk FAM-reisidel, mis sihtkoha tutvustamisel on üsna levinud meetod.

Oluline on suunata turundustegevusi ka maakonnast välja ehk minna ise sihtgrupi juurde, osaleda kontaktseminaridel ning teha ühsiturundust teiste Lõuna-Eesti maakondadega messidel või muudel üritustel.

## **Alljärgnevalt mõned võimalikud turundustooted, mis aitavad meie eesmäärke saavutada ja sihtrühmade vajadusi rahuldada:**

Toode 1: Turunduskampaania **”Talveks lõunasse”**. Kogu kampaania vältel kasutada sõnumit **”Talveks lõunasse”**, meelitada Tallinna inimesi **”maale.”** Tuua välja kõige põnevamad talvised atraktsioonid- suusamäed, tõukekelk, saunad, seminariruumid, sündmused (saunamaraton, spordiüritused jne) Müügikanal: Sotsiaalmeedia

Toode 2: Turunduskampaania **”Suveks lõunasse”** Kogu kampaania vältel kasutada sõnumit **”Suveks lõunasse”**. Tuua jällegi välja kõige põnevamad sündmused Valgamaal (Retrobest, Rally, Leigo jne), erinevaid vabaaja veetmise võimalusi, toitlustus- ja majutuskohad. Müügikanal: Sotsiaalmeedia

Toode 3: **Valgamaa pereturistile. (koolivaheaja kampaaniad madalhooajal)** Tuuakse välja perega puhkamise võimalusi- lastele atraktsioonid, lastesõbralikud toitlustskohad, majutus, mida saavad lastega pered Valgamaal külastada ja avastada. (Sangaste mõisa ringtall, Lossispa Wagenküll, Militaarteemapark jne) Pereturismi turundamiseks on valminud vastavad videod,

nii talvistest- kui ka suvistest tegevustest ning mis kannavad sõnumit "Võta pere kaasa ja tule talveks lõunasse" ja "Võta pere kaasa ja tule suveks lõunasse. Müügikanal: Sotsiaalmeedia

Toode 4: **Valgamaa loodusturistile.** Pakutakse välja kõige kaunimad ja huvitavamad kohad Valgamaal- Harimäe vaatetorn, Otepää looduspark, Pühajärv, Sangaste loss ja park jne). Müügikanal: Sotsiaalmeedia.

Toode 5: **Ajalooline Valgamaa.** Ajaloo turistide jaoks pakutakse põnevaid objekte ja lugusid lossid, kirikud, muuseumid, piirilinn Valga/Valka. Müügikanal: Sotsiaalmeedia, blogijad, ajakirjanikud.

Toode 6: **Lõunaks lõunasse.** Valgamaa toidutootjad- ja pakkujad. Kohalik toodang. Läbi erinevate sotsiaalmeedia postituste tuua esile Valgamaa toidutootjad – ja pakkujad. Müügikanal: Sotsiaalmeedia, blogijad, influencerid.

Toode 7: **Seikluslik Valgamaa.** Militaarteemapargi korraldatud laserrelva lahingud kaevikutes, Otepää Seikluspark, Ringtall, Tõukekelk ja tõukeratas. Müügikanal: Sotsiaalmeedia, blogijad, influencerid.

## **TURUNDUSE ORGANISATSIOON**

Selleks, et kogu turundus korralikult toimiks, tehakse koostööd mõne turundusorganisatsiooniga (turundusteenust ostetakse sisse), kes kaasab lahenduste väljatöötamisel Eesti ja välisriikide eksperte. Turunduse edukus sõltub suuresti organisatsioonist enesest ja selle liikmetest. Turunduse ja arenduse meeskond töötab SA Valgamaa Arenguagentuuris ning kes kaasab eesmärkide elluviimisesse ettevõtjad, MTÜ-d ja omavalitsused.