

Visit Estonia kampaaniad



Orvika Reilend
Turismiturunduse B2C tiimijuht
Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus
orvika.reilend@eis.ee



Turismistrateegia 2021-2025

Riikliku turismistrateegia visioon:
Eesti turismisektor on elujõuline ja kohanemisvõimeline

Turismivaldkonna arendamise põhimõtted

Kliendikesksus

Uuendusmeelsus

Kestlikkus

Peamised tulemusnäitajad

Turismiteenuste
eksport aastal 2025
on 2,3 mld eurot

Sise- ja välisturistide
arv aastal 2025
on 7 miljonit

Välisturistide viibimise
kestvus on aastal 2025
keskmiselt 4 ööd

Osapooled turismi väärtusahelas

Ministeeriumid

Ministeerium

- Seadusandlus
- Rahastamine
- Investeeringud
- Haridus

Turismiorganisatsioonid

Ettevõtluse ja Innovatsiooni SA Turismiosakond

- Eesti kuvand
- Andmed ja uuringud
- Kompetentsid
- Turundus ja kommunikatsioon

DMO-d

- Piirkondade arendus
- Piirkondade turundus ja kommunikatsioon

Teenusepakkujad

Organisatsioonid, erialaliidud, ettevõtted

- Tootearendus ja sisuloom
- Müügiedendus ja müük
- Teenuse ja tootepakkumine
- Tagasiside

Sihtturgude valiku kriteeriumid

Reisiteenuste eksport

Ööbimiste arv kokku

Transpordi-
ühendused

Ööbimiste arv
madalhooajal ja suvel

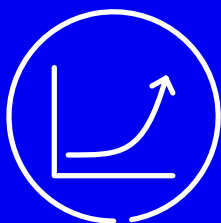
Ööbimiste arv
väljaspool Tallinna

Turundustegevuste
hinnatase vrd
oodatav tulemus

Turismiturunduse sihtturud



Küpsed turud
Soome, Läti
(B2C,
kommunikatsioon,
B2B FIN only)



Skaleeritavad turud
Saksamaa, UK
(B2C,
kommunikatsioon,
B2B)



Valideeritavad turud
**Rootsi, Norra,
Itaalia, Hispaania**
(B2C SWE/NOR only,
kommunikatsioon,
B2B)



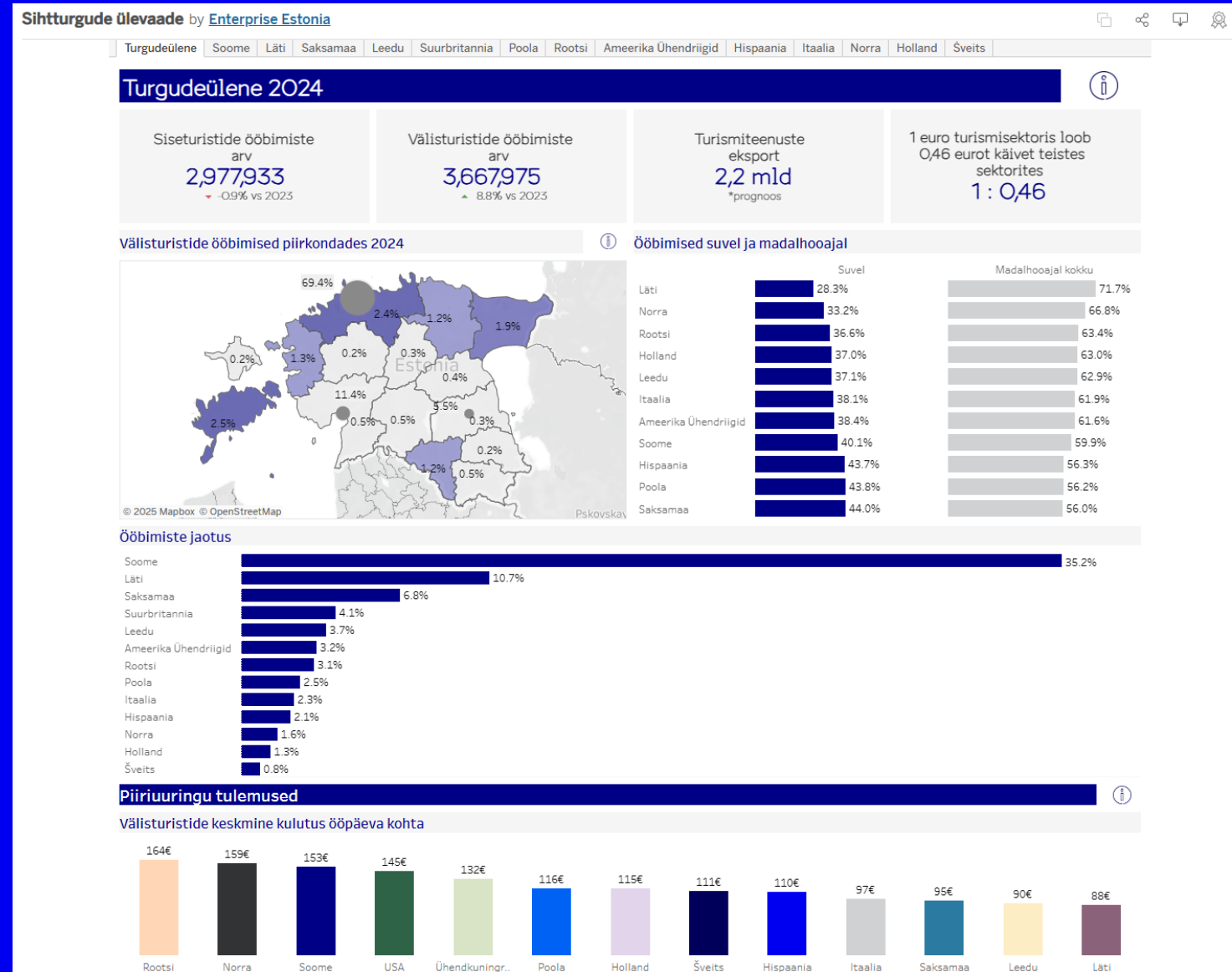
Minimaalse panusega
turud
**Leedu, Poola,
Šveits**
(kommunikatsioon,
B2B, B2C LIT/POL
min only)



Globaalne turg
**USA, Jaapan,
turgude ülene**
(B2B fookustatud
tugi)

Sihtturgude ülevaated

Ülevaated asuvad Puhka Eestis
professionaali lehel
[Sihtturgude ülevaade | Tableau Public](#)



Teemad ja sõnumid

- + **Visit Estonia brändi turundussõnumid**

[Visit Estonia brändi turundussõnumid | Puhka Eestis](#)

- + **Teemad:** kultuur, loodus, toit, äriturism

- + **Fookussõnum:** Visit Estonia – It's about time – we are providing travellers with all the time in the world.

- + **Aeg on meie kalleim vara** — me kõik soovime seda tähendusrikkalt kasutada. Eesti on sihtkoht, mis pakub mitmekesist ja vaheldusrikast reisielamust väikesel pinnal. Siin kulgeb aeg külastaja valitud tempos. “Estonia. It's about time” kontseptsiooni toetab Eesti väiksus, kompaktsus ja eriilmelisus — **small in size but big in experience** — võimalus lühikese ajaga kogeda palju või nautida aja kulgemist aeglaselt reisis (slow travel)



Sihtrühmad

- + **Sihtrühmad:** Kuigi piirid sihtrühmade vahel hägustuvad, siis põhifookusena hoia sihil 3+1 (**loodus, kultuur, toit + äriturism**) sihtrühmi, kellele läheneme ennekõike nende kire (passion) kaudu, kuid leiame ka ühisosi teiste teemadega.
- + **FIT ehk Free Independent Traveller** – reisijad, kes eelistavad reisida omal käel. Üldjuhul reisivad väikestes rühmades, sageli paarina. Pigem on tegu kõrgema sissetulekuga reisijatega. Piirangute puudumine ja vabadus on olulised väärtused selle segmendi jaoks.



Visit Estonia veebileht

- + **Tutvu võimalustega:** [Visitestonia.com](https://visitestonia.com) ja [Puhkaeestis.ee](https://puhkaeestis.ee) võimalused ettevõttele | [Puhka Eestis](#)
- + **Registreeru kasutajaks:** [Sign in to visit](#)
- + Turundustegevuste koostööluseks on turismiettevõtja toote-teenuse-ürituse olemasolu Puhka Eestis / Visit Estonia lehel tõlgituna võõrkeeltesse.
- + Tegemist on Eesti suurima turismiveebiga, mis kogus 2024. aastal üle 7,8 miljoni külastuse.
- + Turismiveebis on üle 5000 ettevõtja, 9650 erinevat toodet ja teenust ning üle 2500 ürituse. Sisu on eesti, inglise, läti, saksa ja soome keeles.



Veebilehe tulemused 2024

344,3 M

näitamist
turunduskanalites, s.o
655 näitamist minutis

Veebilehe külastusi
2024.a

7,8 milj.

195
riigist

Aktiivne lugemise
aeg oli

1 m 05 s

Kodulehel viibimise
aeg keskm. 4m 9s

Eestiga tutvub

10

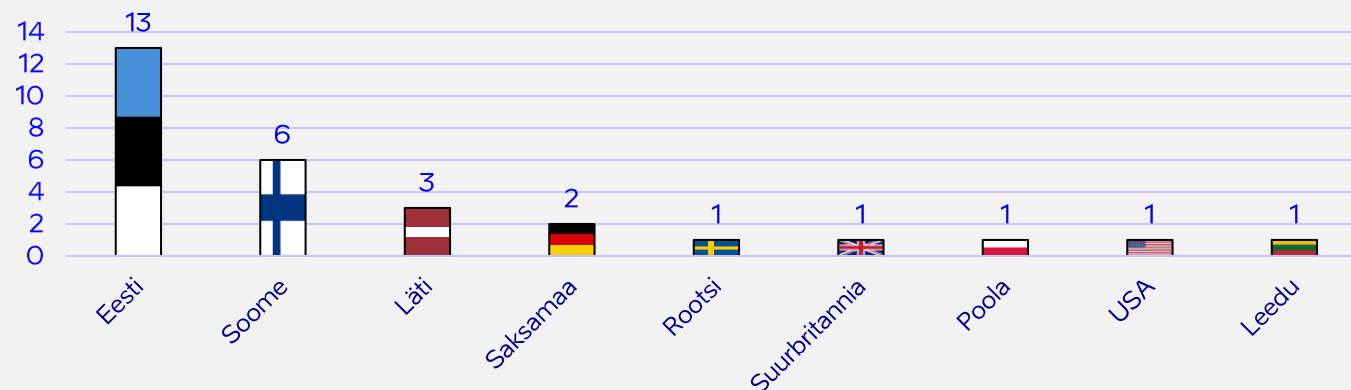
inimest minutis

Seessiooni jooksul avastatakse
keskm.

1,34

teenusepakkujat

Kasutajaid viie minuti jooksul



Topp 10 artikleid loeti
keskmiselt

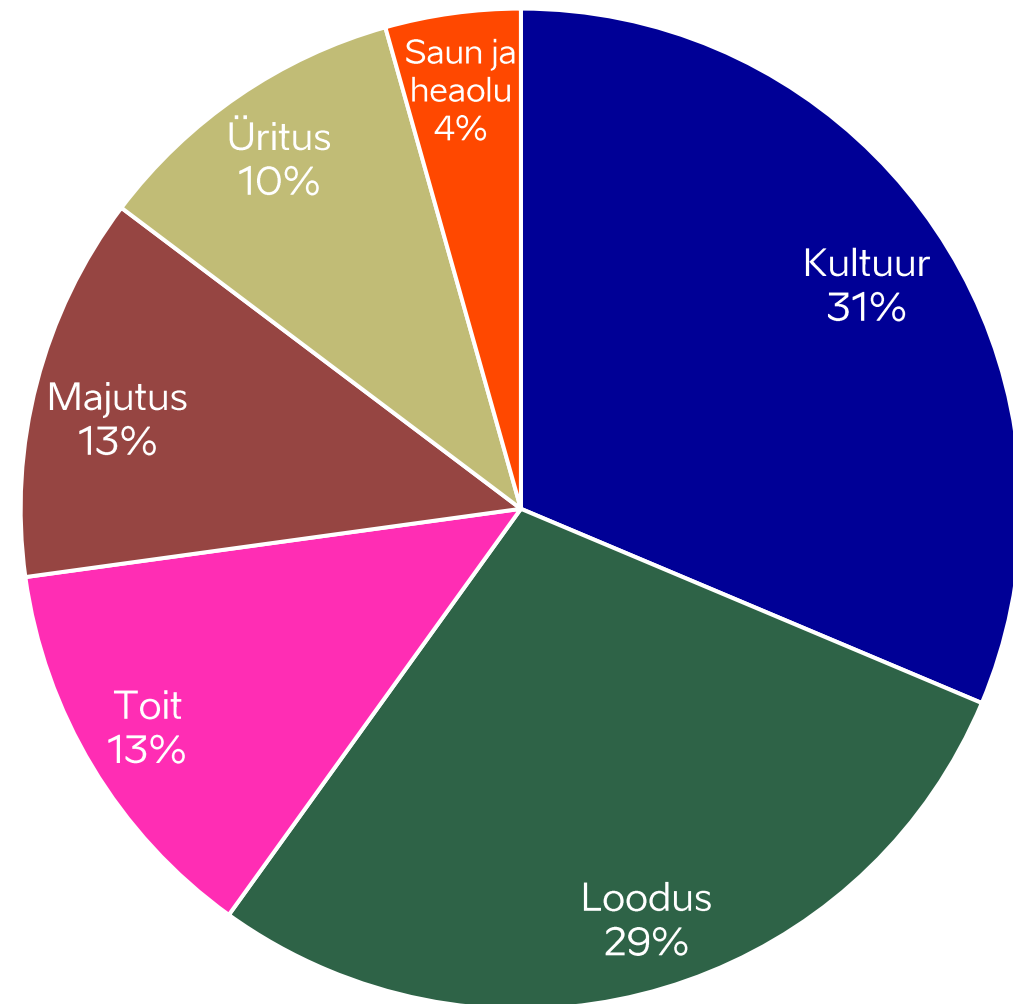
3,25

korda

kultuuri,
looduse ja toidu
teenused on
visiti lehel
tähtsal kohal

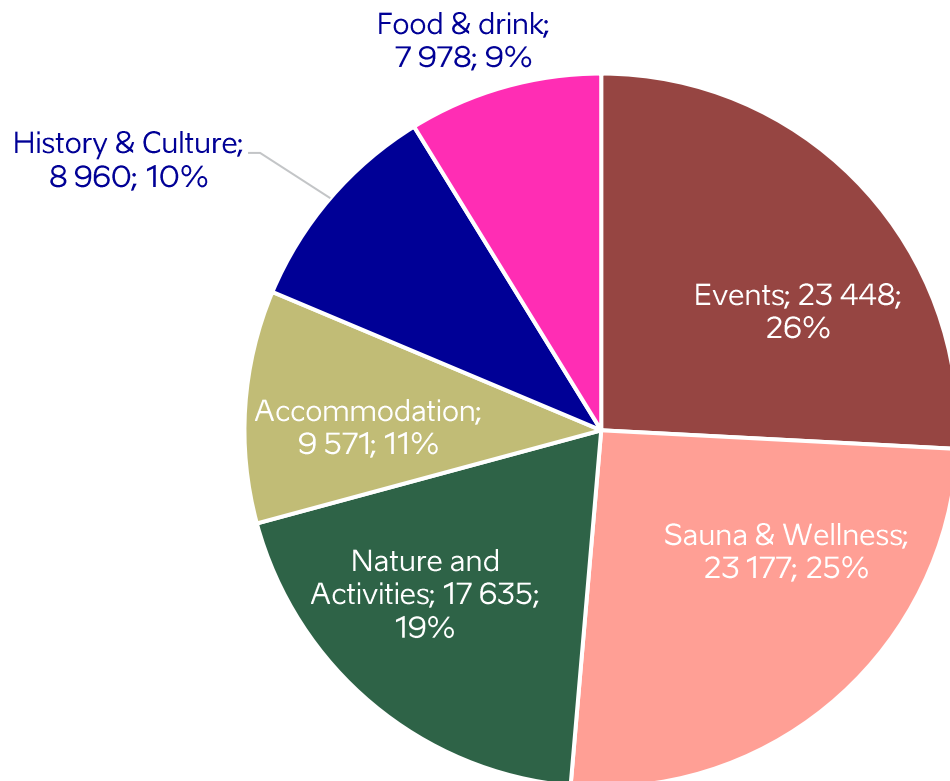
- + Uue lehe tulekuga kadusid 7 kategooriat: sport ja seiklus, tuurid, ostud, seminariruumid, väikesadamad, rattateed, turismiinfokeskused.

Teenuste-toodete vaatamiste jaotumine kategooriate järgi
2024

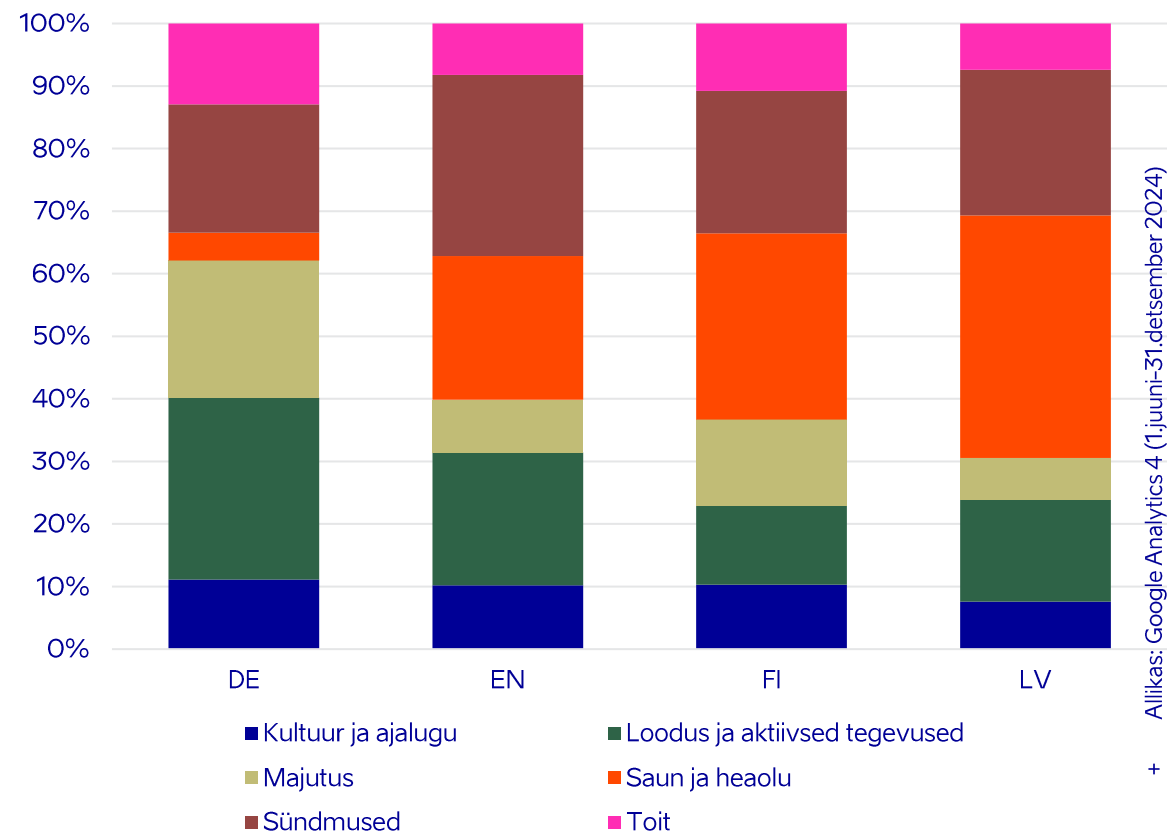


kasutajate eelistatud teemad otsingus

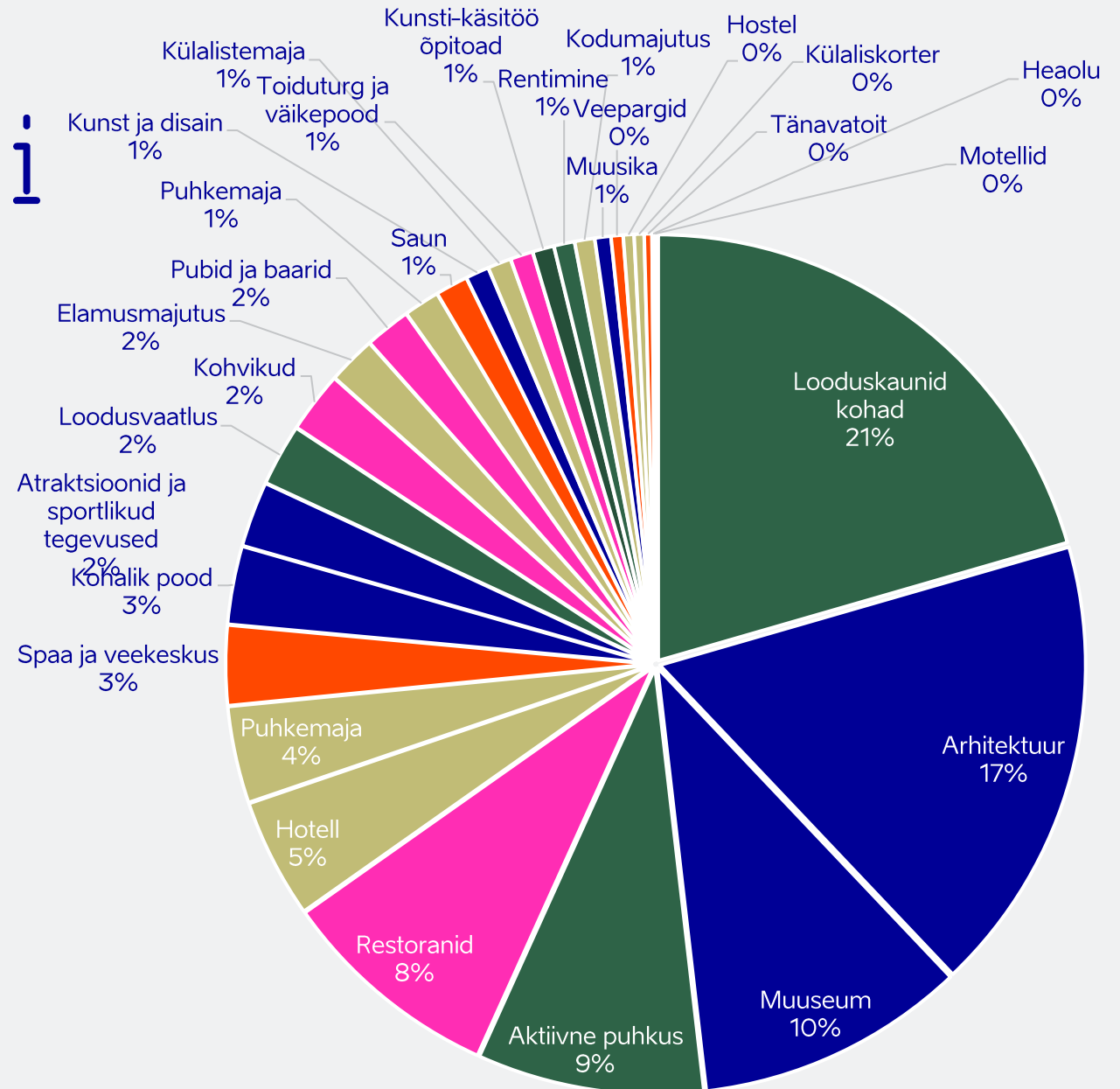
Kategooria filtrite üldine kasutus otsingus



Kategooriafiltrite kasutus keelte lõikes otsingus



teenuste vaatamised liigi järgi

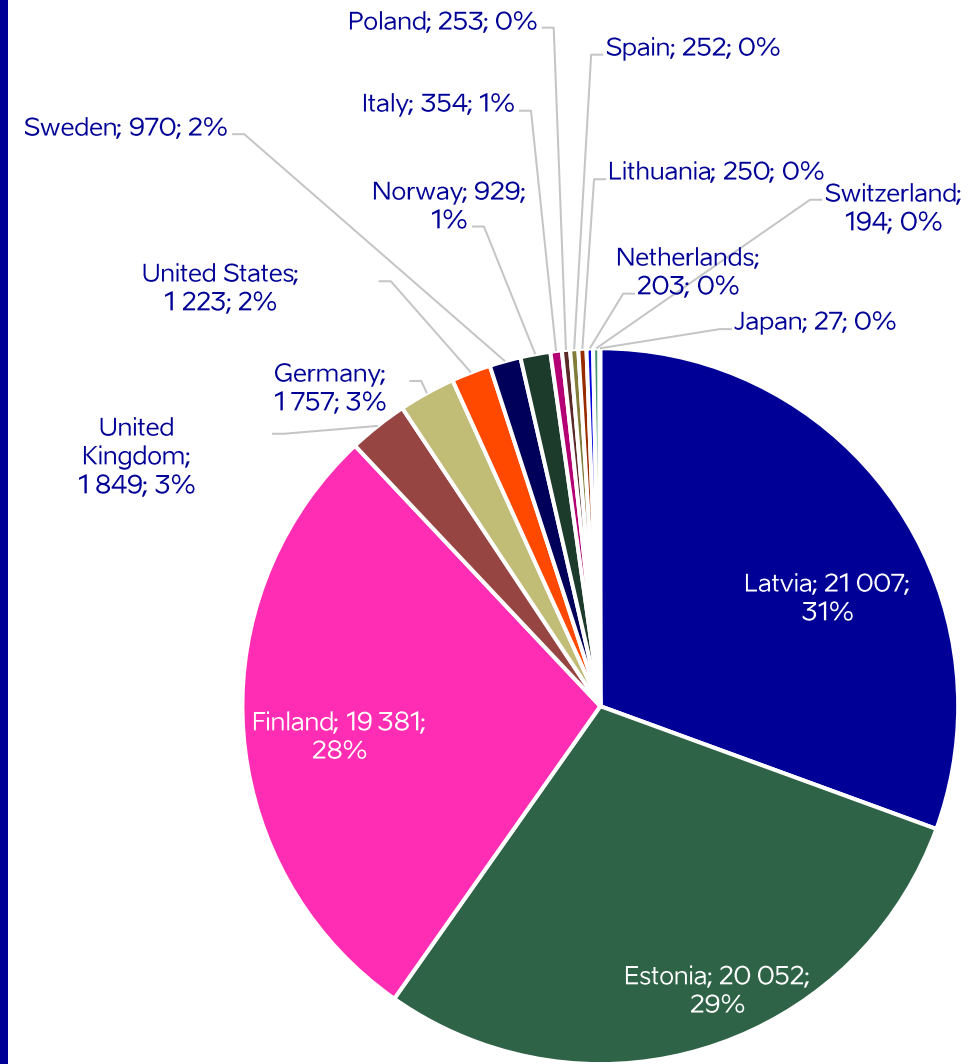


+ Visitis on 33 teenuse liiki, millest 7 suurima liiklusega kategooriat moodustavad 69% kõikidest objekti vaatamistest.

kõrgeim huvi
lähiturgudel —
potentsiaal
kasvada
kaugemal

- + Läti (31%), Soome (28%) ja Eesti (29%) näitavad tugevat huvi
- + Saksamaa, UK ja Rootsi jäävad alla 3%
- + Mitmetel fookusturgudel on huvi alles tekkimas

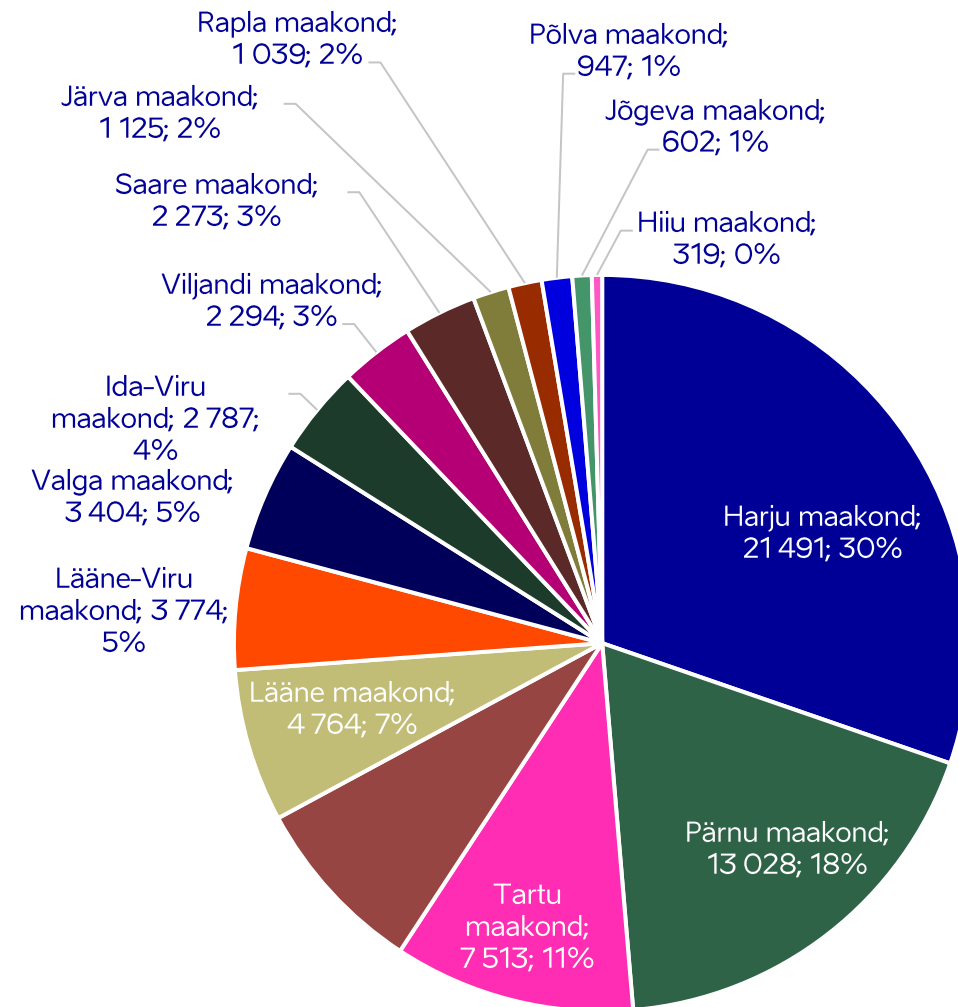
Sauna ja heaolu kategooria objektide vaatamised riigiti



huvi koondub suurematesse keskustesse

- + Harjumaa on selge liider (30% vaatamistest, 38 teenust)
- + Pärnumaa (18%) ja Tartu (11%) on samuti tugevalt pildis
- + Väiksemad maakonnad jäävad 1–5% vahemikku.
- + Hiiumaa osakaal marginaalne (<1%), kokku 8 teenust.

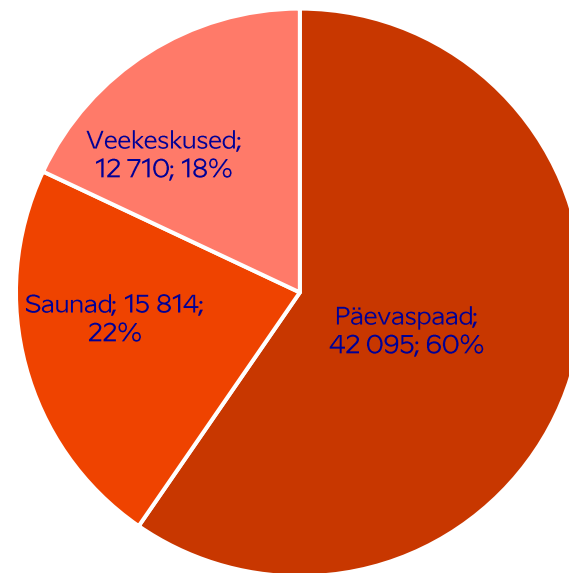
Sauna ja heaolu kategooria objektide vaatamiste
jaotus nende asukoha maakonna järgi



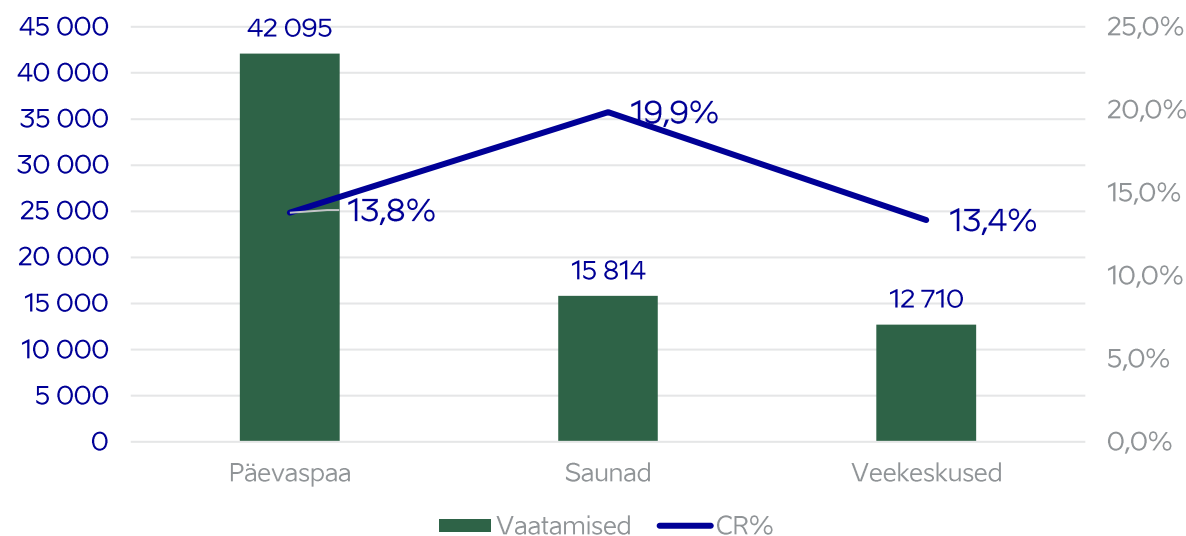
sauna ja heaolu teenused kõnetavad

- + Päevaspaad domineerivad lehevaatamistes — loogiline, sest neid leidub palju ja nad on tuntud oma laia teenusevaliku poolest.
- + Saunad saavad küll vähem vaatamisi, kuid huvilised on oluliselt otsustusvalmivad. Konversioonimäär on siin **ligi 20%**, mis teeb neist kõige tõhusama alamkategoria ettevõtjatega ühenduse loomisel.
- + Veekeskused jäävad konversiooni osas tagasihoidlikumaks, kuigi huvi pole sugugi väike

Vaatamiste jagunemine sauna ja heaolu
alamkategoria objektide vahel



Vaatamised ja ettevõtja kanalitesse liikumise
efektiivsus



suuname ettevõtete ühenduse loomisele

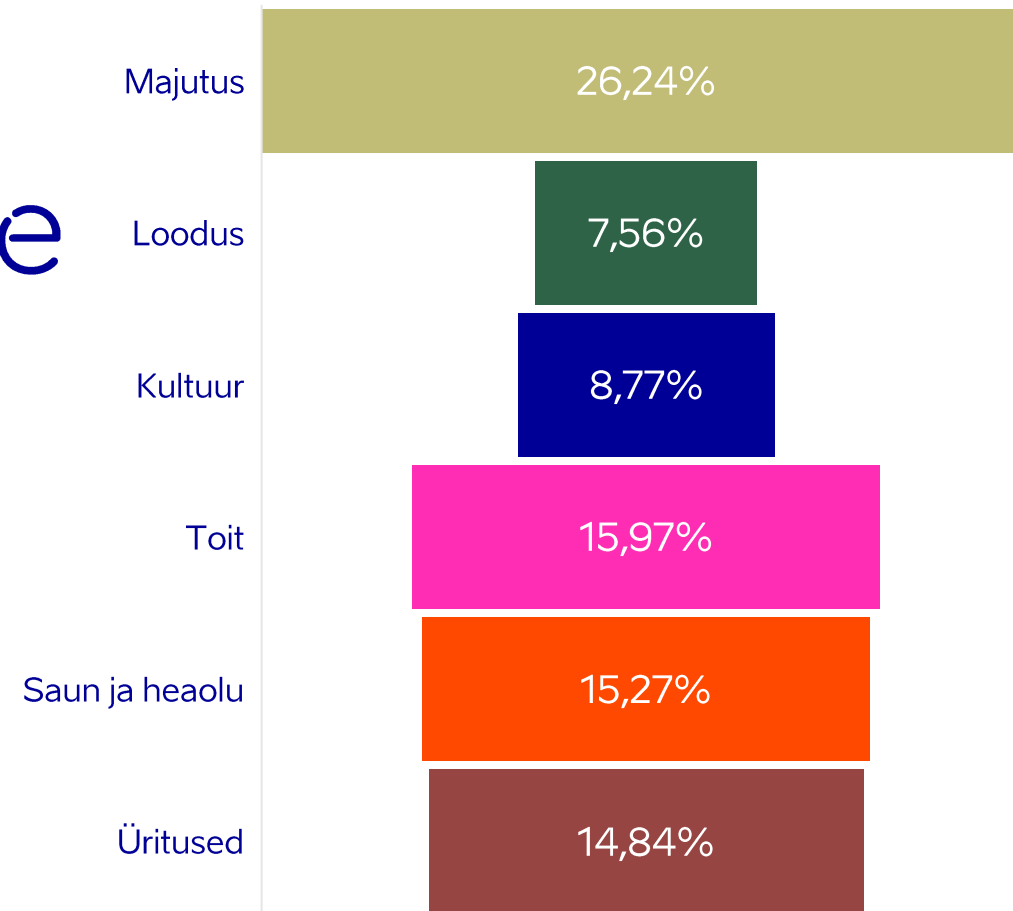
Saun ja heaolu vääril
suuremat tähelepanu, kuna
selle konversioonimäär on
kõrge, kuid nähtavus madal.

61% otse
kodulehele

30% ettevõtja
broneerimiskeskonda

6,5% ettevõtja sotsiaalmeedia-
kanalitesse

Vaatamisest edasi ettevõtja kanalitesse liikumise
efektiivsus



pool turust on piiratud

- + Üle 2/3 sauna- ja heaolu objektidest ei paku broneerimisvõimalust veebis.
- + 44% objektidest on avatud hooajaliselt ja 56% on kättesaadavad vaid ettetellimisel.
- + See seab kasutajakogemusele piirid ja vähendab hetkeotsuse võimalust.

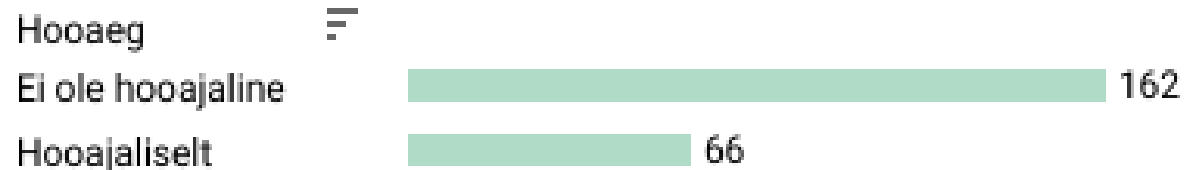
Arvestades kõrget huvi ja konversioonivalmidust, on need olulised arendusteemad.

Broneerimise link



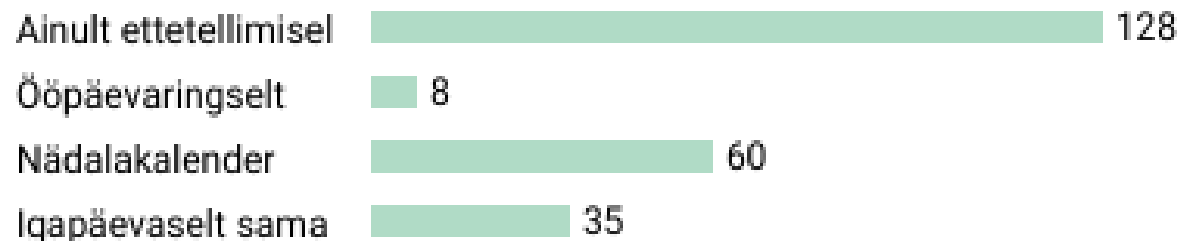
Objekte

Avatud hooajaliselt



Objekte

Avatud



Objekte

Kuidas ettevõtjad saavad Visit Estonia tegevustes osaleda?

Otsene kontakt kohalik DMO, sest sisend Visit Estoniale tuleb DMOdelt (turundusjuhid, andmehaldurid).

Tegevused, kus osaleda:

- + FAM ja pressireisid reisirid
- + Messid, kontaktüritused ja workshopid
- + Artiklid
- + Kampaniad
- + Sotsiaalmeedia



Läti

- + **Periood:** 16.09.-27.10.2024
- + **Teema:** „Kultuurihoolitused“ — spaapuhkus ja kultuurielamused.
- + **Eesmärk:** Tutvustada Eestit kui mitmekülgseid puhkusevõimalusi pakkuvat reisisihtkohta ning siduda spaa- ja kultuuripuhkus ühiseks reisielamuseks.
- + **Sihtrühm:** Kõrgema sissetulekuga 25-55-aastased Riia ja selle lähiümbruse elanikud, kes on huvitatud nii üksi, sõpradega, kaaslasega kui ka lastega reisimisest.
- + **Kanalid:** Digi (META, Google, Youtube), DOOH, raadio, TV, online TV.
- + **VIDEO:** <https://youtu.be/k8ylg7krCyE>



visit
estonia



Kampaania eesmärgid ja tulemused

Planeeritud eesmärgid:

- Näitamiste arv: 22 000 000
- Klikkide arv: 154 000
- Keskmise klikimäär (CTR): 0,7%
- Kampaanialehe sessioonide arv: 115 000
- Kvaliteetsete sessioonide arv: 11 500
- Kvaliteetsete sessioonide % külastustest: 10%
- Konversioonide arv: 8 000
- Keskmise konversioonimäär (CTA) kampaanialehel: 5%

Saavutatud tulemused:

- Näitamiste arv: **27 172 316**
- Klikkide arv: **269 753**
- Keskmise klikimäär (CTR): **0,99%**
- Kampaanialehe sessioonide arv: **22 420** (indikatiivsed minimaalselt **181 110**)
- Kvaliteetsete sessioonide arv: **11 381** (indikatiivsed minimaalselt **90 936**)
- Kvaliteetsete sessioonide % külastustest: **50,8%**
- Konversioonide arv: **19 120**
- Keskmise konversioonimäär (CTA) kampaanialehel: **85,2%** (indikatiivne **10,5%**)

KOKKUVÕTE

- + Saavutasime kõik planeeritud eesmärgid.
- + Kokku said videod 6,6 miljonit näitamist.
- + Keskmine maandumislehel viibimise aeg oli 3 min ja 27 sekundit.
- + Kampaania keskmine pörkemäär oli 39,23%
- + Kõige enam vaadati/klikiti lehel regioone.
- + Kõige suurem huvi reklaamide vastu oli 35-54 vanusegrupis.
- + Kampaania perioodil kasvas Visit Estonia lehel SAUN ja HEAOLU (kasv 50%) ning MAJUTUS (kasv 66%) kategooriate vaatamised. Teemadena kasvas kõige enam VEEPARK (721%).
- + TOPP objektid, mida vaadati, olid Tervise Paradiis. Aura Keskus. Lossispaa Wagenküll ja Hestia Hotel Strand.
- + TOPP majutusobjektid, mida vaadatai, olid Kubja hotell-loodusspaa, Viimsi Spaa Hotell, Wagenküll Hotell ja Estonia Medical Spa & Hotel.

visit
estonia



ajakmens
procedūra

2025. aasta kampaaniad

KEVAD 2025



- + **LÄTI** — koolivaheaja kampaania (hanke proovitöö), periood 27.01.-09.03.2025 (koolivaheaeg 10.03-16.03.2025).
- + **SAKSAMAA** — looduse ja aktiivse puhkuse teemaline kampaania. Koostöö TripAdvisoriga, periood 04.03.-15.04.2025
- + **SOOME** — heaolu- ja kultuuriteemaline kampaania, periood 10.03.-27.04.2025
- + **LÄTI** — kultuuri ja sündmuste teemaline kampaania, periood 18.03.-27.04.2025
- + **SAKSAMAA, ŠVEITS, HISPANIA, ITAALIA** - koostöökampaania Amadeus platvormiga, fookus loodus ja aktiivne puhkus, periood 24.03.-24.05.2025
- + **ROOTSI** — fookus linnapuhkus ja elustiil (linnafestivali, eriprojekt), periood 22.04.-30.05.2025
- + **USA** - US Billboards, videoreklaam NY Times Square'il, Washington DC ja Torontos Atrium on Bay reklaamtahvlitel, terve aasta.
- + **Turgude ülene** — Liinifond (airBaltic, LOT, Wizzair, Transavia, Swiss), terve aasta.



Kampaaniate info: <https://puhkaeestis.ee/et/traveltrade/visit-estonia-kampaaniad>

2025. aasta kampaaniad



SÜGIS 2025

- + **SOOME** — toit ja toidusündmused (International travel destination of the year 2024), periood sept-okt.
- + **LÄTI** — fookus spaa ja heaolu, periood sept-okt.
- + **ROOTSI** — fookus kultuur (mõisad, muuseumid, kunst), UNESCO, periood sept-okt.
- + **LEEDU** — fookus loodus või kultuur, periood sept-okt.
- + **POOLA** — fookus loodus või kultuur, periood sept-okt.
- + **NORRA** — fookus kultuur ja heaolu, periood sept-okt.
- + **SOOME, LÄTI, SAKSAMAA, UK** - Talvekampaania (jõuluturud, talvised tegevused), periood nov-dets.
- + **USA** - US Billboards, videoreklaam NY Times Square'il, Washington DC ja Torontos Atrium on Bay reklaamtahvlitel, terve aasta.
- + **Turgude ülene** — Liinifond (airBaltic, LOT, Wizzair, Transavia, Swiss), terve aasta.

Kampaaniate info: <https://puhkaeestis.ee/et/traveltrade/visit-estonia-kampaaniad>



LÄTI

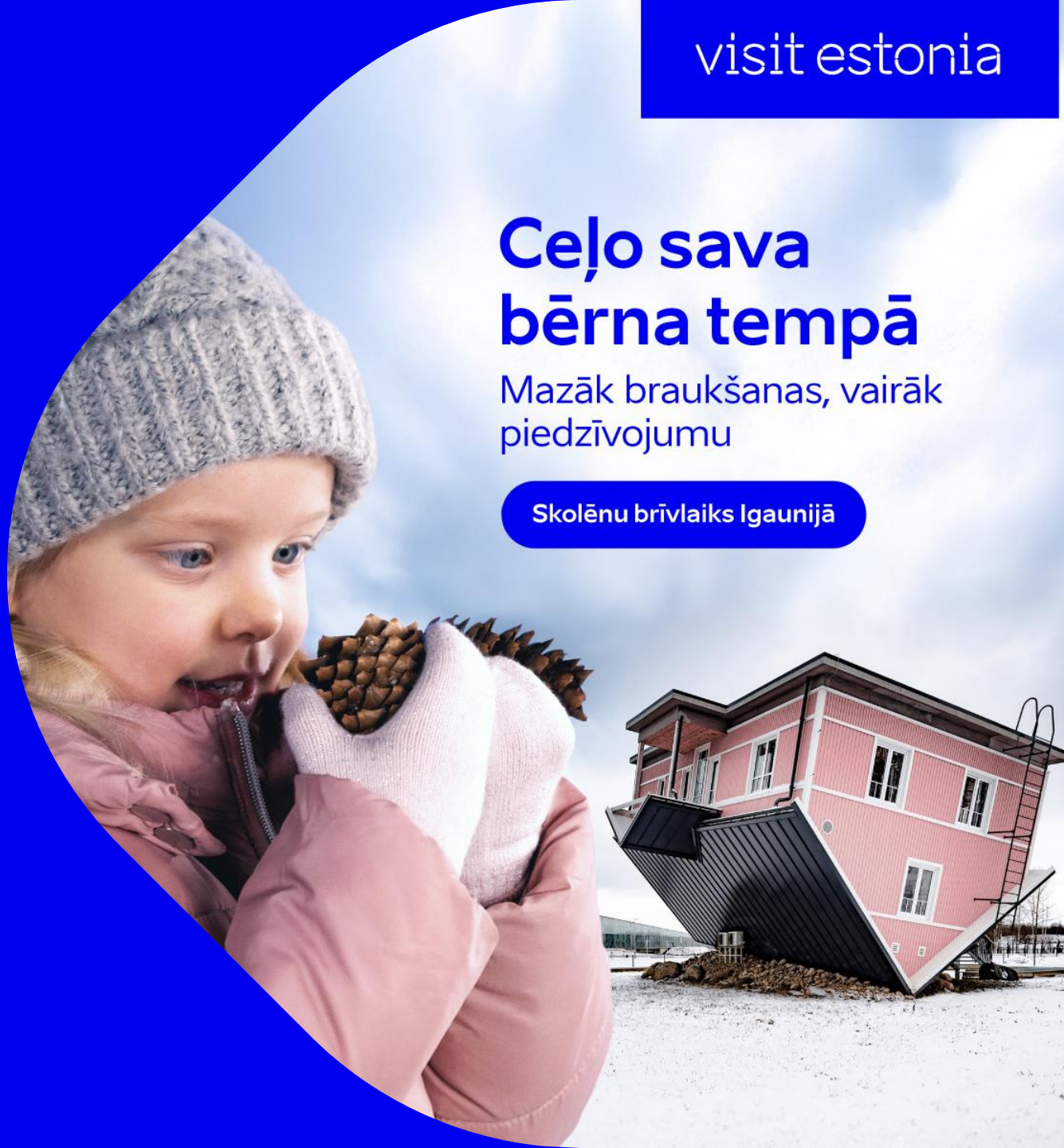
visit estonia

- + **Periood:** 27.01.-09.03.2025
- + **Teema:** koolivaheaja kampaania Lätis
- + **Eesmärk:** tutvustada Eesti perepuhkuse võimalusi Läti peredele, tuua külastajad kampaania maandumislehele ja inspireerida neid seeläbi Eestisse reisima, suurendada väliskülastajate ööbimiste arvu madalhooajal, hoida Eestit ja Eestis puhkamisvõimalusi lähiturgudel pidevalt meeles (kinnistada).
- + **Sihtrühm:** 30-50-aastased lapsevanemad Riist ja lähiümbrusest, kellel on lapsed vanuses 4-14.
- + **Kanalid:** digi (META, Google, Youtube, E-kool, Inbox.lv), raadio (Star FM ja Skonto raadiogrupp)

Ceļo sava bērna tempā

Mazāk braukšanas, vairāk
piedzīvojumu

Skolēnu brīvlaiks Igaunijā



visit estonia



visit estonia



visit estonia



visit estonia



Kampaania eesmärgid ja tulemused

Planeeritud eesmärgid:

- Näitamiste arv: 20 000 000
- Klikkide arv: 140 000
- Keskmise klikimäär (CTR): 0,7%
- Kampaanialehe sessioonide arv: 105 000
- Kvaliteetsete sessioonide % külastustest: 10%
- Keskmise konversioonimäär (CTA) kampaanialehel: 5%

Saavutatud tulemused:

- Näitamiste arv: 18 498 230
- Klikkide arv: 170 504
- Keskmise klikimäär (CTR): 0,92%
- Kampaanialehe sessioonide arv: 27 732 (indikatiivsed 118 800)
- Kvaliteetsete sessioonide % külastustest: 45,43%
- Kvaliteetsete sessioonide arv: 12 598
- Keskmise konversioonimäär (CTA) kampaanialehel: 83%

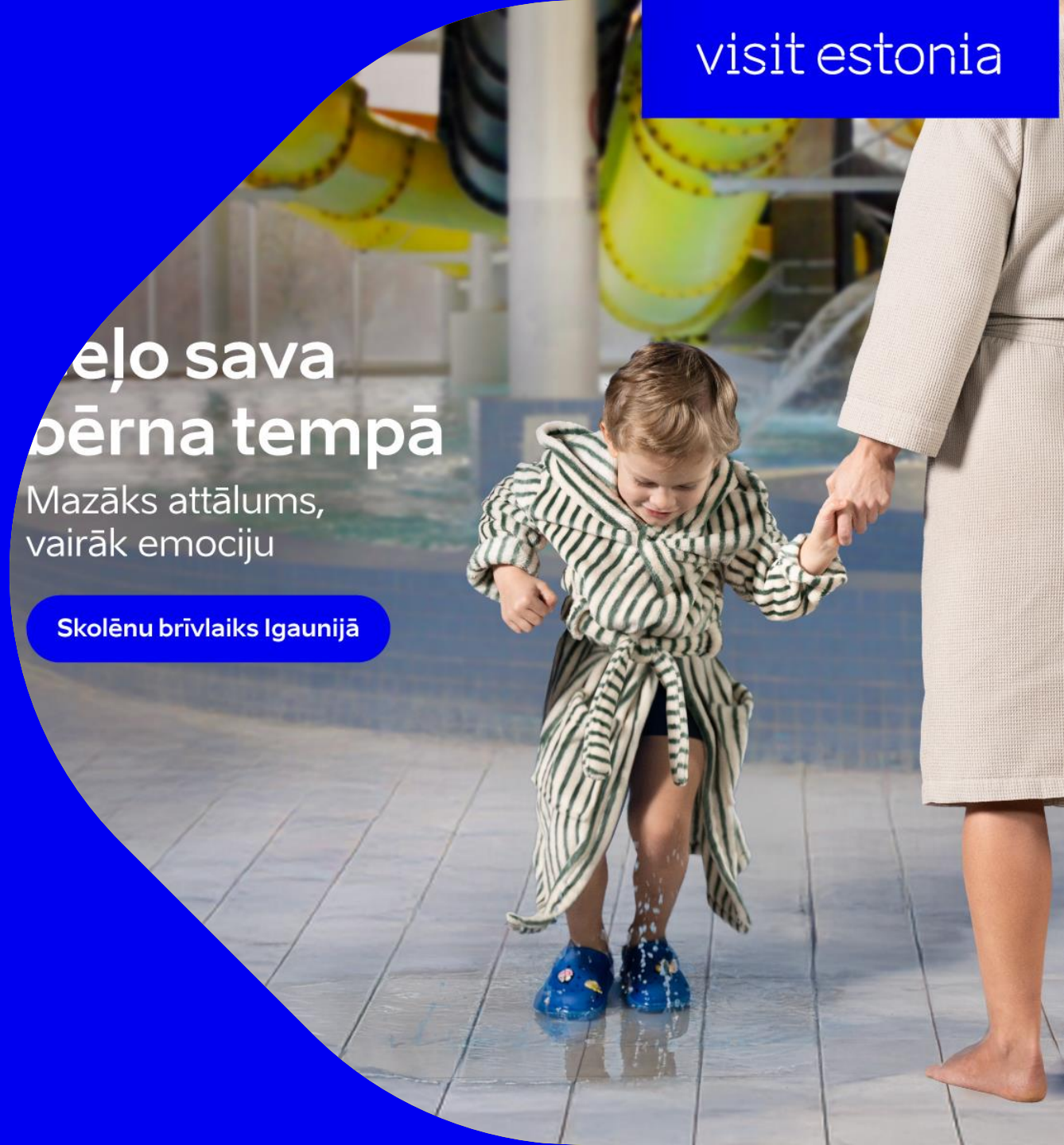
KOKKUVÕTE

- + Saavutasime kõik seatud eesmärgis, peale näitamiste arvu.
- + Väga hästi toimis E-klasse kanal, kindlasti soovitatav ka edaspidi sarnastes kampaaniates kasutada.
- + Keskmine lehel viibimise aeg oli väga pikk — 5 min ja 38 sek, kõige enam veetsid lehel aega läbi META tulnud kasutajad — 17 min ja 50 sek.
- + Kampaania keskmine kaasatusmäär oli kõrge — 72% ning pörkemäär madal -27,99%.
- + Väga hästi kõnetas „muuseumi“ teema.
- + Võrreldes eelneva perioodiga kasvas Visit Estonia lehekülastuste arv +32%, kaasatuse määr oli 78% ja kesk. kaasatud aeg 1 min 7 sek. Toimus üle 60 tuh lehekülastuse, millest 46% tehti kampaanialehtede kaudu. Lehetüüpidest kasvas huvi lemmikute +133%, artiklid +61% ja kaardi +10% sektsiooni vastu. **Kasvas huvi saun ja heaolu +45%**, majutus +37%, kultuur +20% kategooria objektide lehtede vaatamise vastu.
- + TOPP saun ja heaolu objektid, mida Visit Estonia lehelt vaadati, olid Tervise Paradiis, Aura Keskus, Atlantis H2O Aquapark, V Spaa- ja Konverentsihotell, Tõrva Veemõnula.
- + TOPP majutusobjektid, mida Visit Estonia lehelt vaadati, olid Viimsi Spa Hotell & Aquapark, Kalev Spa Hotell & Veekeskus, Estonia Medical Spa & Hotel, Estonia Resort Hotel & Spa, Hedon SPA & Hotel

Meie sava lapse tempa

Mazāks attālums,
vairāk emociju

Skolēnu brīvlaiks Igaunijā



SOOME

- + **Periood:** 10.03.-27.04.2025
- + **Teema:** heaolu- ja kultuuriteemaline kevadkampaania Soomes
- + **Eesmärk:** tutvustada soomlastele Eesti kultuuri ja heaolu (rõhk nii vaimsel, kui füüsilisel heaolul). Tuua läbi reklaami soomlased kampaanialehele ja inspireerida neid seeläbi Eestit külastama. Suurendada madalhooajal soomlaste ööbimiste arvu Eestis.
- + **Sihtgrupp:** 25-55 aastased Helsingis ja lähiümbruses elavad reisi- ja kultuurihuvilised ning heaolu hindavad mehed ja naised.
- + **Kanalid:** digi (META, Youtube, TikTok, Google, Tripadvisor, Airbaltic) ja OOH
- + **VIDEO:** <https://youtu.be/3fOa5CbhwCo>



ulaakin voi

50 000 muun kanssa

maan Viroon

Kannattaako
Viroon
matkustaa?

Asteikolla yhdestä kymmeneen,

Toetused digitaliseerimise ks

Kui digitaliseerimine jääb rahapuuduse taha
kinni

- + Turismiettevõtetele tarkvara liitumis- ja liidestamistoetus
- + Ettevõtete digipöörde toetus

Küsimused ja mõtted:

e-post ave.pill@eis.ee, tel 372 523 2295



Turismiettevõtete tarkvarade liitumis- ja liidestamistoetus 2024, 2025

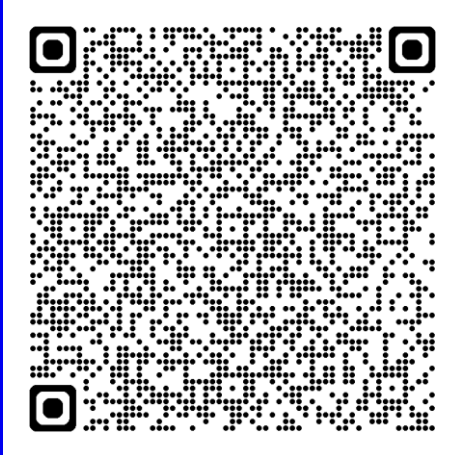
- + uue **tarkvara** kasutuselevõtuks
JA/VÕI olemasoleva(te) liidestamiseks
- + suurim toetus 20 000 €
- + toetus kuni 70%
- + eelarve 2025-2027 on 2 milj €
- + taotlemine kuni eelarve täitumiseni



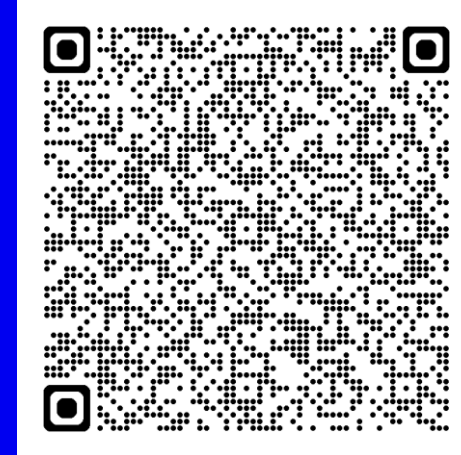
<https://puhkaeestis.ee/et/traveltrade/turismisektori-tarkvarade-liitumis-ja-liidestamistoetus>

Turismiettevõtete tarkvarade liitumis- ja liidestamistoetus toetatud projektid:

61 toetatud projekti 2024



40+ toetatud projekti 2025



EIS digipöörde toetus

- + toetust saab nii **tarkvarale** kui **riistvarale**
- + kohustuslik **digitaliseerimise teekaart**
- + suurim toetus 400 000 €
- + toetus kuni 70%
- + taotlemine kuni 2025 sügiseni (selgub lähikuudel)

<https://eis.ee/toetused/digipoorde-toetus/>

Toetatud projektid:

https://eis.ee/toetatud-projektid/?sort=project_recipient%3Aasc&recipient=&grant_size_from=0&grant_size_to=30000000&s%5Bprogram%5D=ettev-tete-digip-rde-toetus&s%5Byear%5D=all

EIS digipöörde toetust taotlenud turismiga seotud ettevõtted



AS GoBus	10085032	Tellimusvedude halduse digitaliseerimine
AS HANSABUSS	10230847	Hansabuss AS põhiprotsesside digitaliseerimine ja digitaliseerimise tegevuskava elluviimine.
Proto OÜ	14158153	Proto OÜ digitaliseerimise teekaardi elluviimine
OÜ Robinsoni Restoranid	10166279	Robinsoni Restoranid äriprotsesside digitaliseerimine
OÜ SPA Tours	11693733	Spa Tours OÜ digitaliseerimine
ÖÖD HOTEL OÜ	14727208	ÖÖD Hotel OÜ digitaliseerimise teekaardi elluviimine

Kentmanni Hotell OÜ	14046916	Ettevõtte digitaliseerimine
My City Hotel OÜ	11984040	Hotelli ukسلukkude moderniseerimine
OÜ Hotell Teleg-raaf	11033876	Digivõtme ja külaliste infoplatvormi implementeerimine
OÜ KOIDULAPARK HOTELL	10793786	Koidulapark Hotell digipöörde projekt
OÜ GoHotels	11082171	GoHotels OÜ digitaliseerimise teekaardi elluviimine
Osaühing Travel Balt	10972649	Travel Balt OÜ hotelli töö digitaliseerimiseks vajalike tarkvarade kasutuselevõtt ja arendus

8 digiraiskamist Sinu elus

Kuula ja vaata:

<https://youtu.be/1bTfi4LHe1M?si=2yu6pYOjcpdRZ3yp>

või loe:

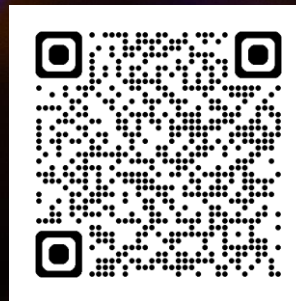
<https://puhkaeestis.ee/et/traveltrade/need-on-8-peamist-digiraiskamist-kas-tuleb-tuttav-ette>

„Kui teeme midagi vaid kord aastas, pole oluline, et me seda väga tõhusalt teeme. Keskenduma peaks protsessidele, mida teeme pidevalt ja korduvalt – need tuleb sooritada võimalikult efektiivselt”

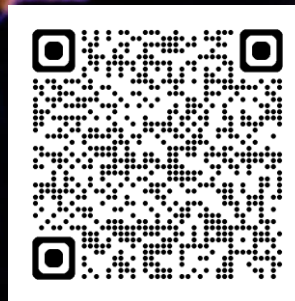
Lauri Antalainen
Digiwise



kuula ja vaata:



loe:



Aitäh!



Orvika Reilend
Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus
eis.ee