**TOOTE PÜSIANDMED**

|  |  |
| --- | --- |
| **Kood** | **Toote nimetus** |
| 2481205000 | Sihtkoha tuntus |
| **Kood** | **Tootegrupi nimetus** |
| 2481200000 | Turismi arendamine |
| **Kood** | **Tootevaldkonna nimetus** |
| 2480000000 | Ettevõtluskeskkond |
| **Ametiasutus** | **Tootevastutaja (ametikoht)** |
| Tallinna Strateegiakeskus | Linna ettevõtlusteenistuse turismiosakonna turundusjuht ja turismiosakonna äriturismi juht  |
| **Toote eesmärk** |
| Toote üldeesmärgiks on Tallinna kui puhke- ja konverentsiturismisihtkoha tuntuse suurendamine, positiivse kuvandi loomine ja külastussoovi tekitamine. |
| **Toote üldine kirjeldus** |
| Tallinna kui puhke- ja konverentsiturismisihtkoha tuntuse suurendamine, positiivse kuvandi loomine ja külastussoovi tekitamine toimub läbi rahvusvahelise kommunikatsiooni ja turundustegevuste strateegiliselt olulistel sihtturgudel ja olulistele sihtgruppidele.Tallinna tutvustakse atraktiivset kultuuri- ja toiduelamuse pakkujat, rohelise mõtteviisi edendajat ning innovatiivset kohtumispaika. Tallinna turismiturundus on suunatud ennekõike naaberriikidesse (Soome, Läti, Rootsi) ning Euroopa suurtele turismiturgudele, millega meil on hea lennuühendus (Saksamaa, Suurbritannia, Itaalia). Konverentside Tallinnasse võitmiseks tehakse tegevusi seal, kusTallinna hoitakse rahvusvaheliste reisikorraldajate, rahvusvaheliste transpordiettevõtete, rahvusvaheliste ürituskorraldajate jt müügiportfellis. Osaletakse turundusüritustel, korraldatakse tutvumisreise, pakutakse tuge info ja turundusmaterjalide näol.* Rahvusvahelised turundus- ja kommunikatsioonitegevused sihtkoha tuntuse suurendamiseks, positiivse kuvandi loomiseks ja külastussoovi tekitamiseks -

Tallinna kui reisisihtkohta tutvustatakse 6 erinevas sotsiaalmeedia kanalis: *Facebook*, *Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest*, *YouTube*. Tehakse postitusi, võimendatakse neid, tehakse ka suunatud reklaami ja *remarketingi* ning koostööd rahvusvaheliste mõjutajatega ja teiste kanalitega (nt *Visit Estonia*, Tallinna 24 jmt). Sihtkoha tutvustamiseks tehakse koostööd erinevate rahvusvaheliste meediaväljaannete ja nende esindajatega, korraldatakse pressireise, vastatakse rahvusvahelistele meediapäringutele, edastatakse pro-aktiivselt sihtkoha uudiseid jmt. Viiakse läbi turunduskampaaniad Tallinnasse reisimise innustamiseks. * Rahvusvahelistele turismiprofessionaalidele suunatud turundustegevused –

Osaletakse turundusüritustel, korraldatakse tutvumisreise, pakutakse tuge info ja turundusmaterjalide näol.* Konverentsiprofessionaalidele suunatud turundustegevused –

Osaletakse turundusüritustel, korraldatakse tutvumisreise, pakutakse tuge info ja turundusmaterjalide näol. Innustatakse Tallinna konverentsisaadikuid – oma valdkonna professionaale, kes kuuluvad rahvusvahelistesse erialaliitudesse – korraldama oma erialaliidu rahvusvahelisi konverentse Tallinnas. Nendega hoitakse järjepidevat kontakti läbi jooksva infovahetuse ja infoseminaride. Tallinna rahvusvahelise konverentsitoetuse menetlemine.* Siseriiklikud turundus- ja kommunikatsioonitegevused Tallinna kui põneva puhkamise ja vaba aja veetmise koha tutvustamiseks –

Tallinna tutvustamiseks kasutatakse kahte sotsiaalmeedia kanalit: *Facebook* Avasta Tallinna, FB *Visit Tallinn porusski*, kus tehakse sisuturunduslikke postitusi ja võimendatakse neid. |
| **Toote kvaliteeti või kvantiteeti sätestavad õigusaktid ja standardid** |
| Riiklikud õigusaktid | Paragrahv |
|  |  |
| Linnavolikogu õigusaktidTallinna Linnavolikogu 10.12.2020 määrus nr 25 „[Tallinna Strateegiakeskuse põhimäärus](https://www.riigiteataja.ee/akt/422122020001)“Tallinna Linnavolikogu 17.12.2020 määrus nr 26 „[Tallinna arengustrateegia „Tallinn 2035“](https://www.riigiteataja.ee/akt/429122020009?leiaKehtiv)“ | Paragrahv |
| Linnavalitsuse õigusaktid | Paragrahv |
|  |  |
| **Toote sihtgrupi nimetus** | Lõpptarbija (B2C): linnakülaline (väliskülaline ja eestimaalane) ja tallinlane.Äriklient (B2B): linnakülalistele mõeldud toodete ja teenuste pakkujad, kohalikud ja rahvusvahelised vahendajad. |
| **Mõõdiku nimetus** |
| *VisitTallinn* sotsiaalmeediakanalite jälgijate arv *VisitTallinn* sotsiaalmeediakanalite postituste leviKonverentside toetamise meetme abil Tallinnas toimunud rahvusvaheliste konverentsiürituste arv |
| Ametiasutuse juht (nimi, allkiri) Kairi Vaher | Tootevastutaja (nimi, allkiri)Helena Tšistova-Pohlak ja Meeli Jaaksoo | Kuupäev10.01.2023 |