



1/2016

EESTI TURISMIMAJANDUSE UUDISKIRI

Uudiskirja koostas

Eesti turismisektori katusorganisatsioonide infomaterjalidest
Haaga-Helia Hospitality Competence Centre in Estonia

11.02.2016

Tallinn

Haaga-Helia
Hospitality
Competence
Center
in Estonia

Haaga-Helia Hospitality Competence Centre in Estonia
www.haaga-helia.fi/ee



EESTI TURISMIFIRMADE LIIT/ETFL

Tutvume liidu uue tegevjuhiga

Eesti Turismifirmade Liidu peasekretärina asus jaanuaris tööle endine Tallinna Tehnikaülikooli rahvusvaheliste suhete osakonna juht Mariann Lugus.

“2016. aasta tuleb Eesti Turismifirmade Liidule tõine, sest globaalses tihedas konkurentsivõitluses avaldab majutusasutuste käibemaksu tõus 2017. aastast kogu Eesti turismisektorile kindlasti mõju,” ütles Lugus. “Seoses uue turismi puudutava direktiiviga tuleb muuta ka võlaõigusseadust ja turismiseadust, mistõttu on ETFLi panus vastavasse seadusloomesse kaaluka tähtsusega.”

“Lisaks majutusasutuste käibemaksu tõusule mängitakse taas aktiivselt turismimaksu mõttega, ent Eestile lisaraha sisse toomise asemel võib see tekitada hoopis vastupidise efekti ning nõrgendada Eesti konkurentsivõimet,” lisas Lugus.

“Mul on hea meel tõdeda, et Eesti reisibürood on kaugete ja keeruliste reiside planeerimisel väga võimekad,” märkis Lugus. “Reisibürood pole enam ammu pelgalt lennukipiletite ostmise kohad, vaid nende kaudu saab asjatundlikku abi nii sobivaima majutuse, transpordi kui ka muuseumipiletite broneerimisel, lisaks väärtuslikku nõu reisisihtkoha kohta, mis võib kliendile säästa raha ja lisada reisielamusi.”

Mariann Lugus on lõpetanud 1992. aastal Tallinna Pedagoogikaülikooli (võrdne MSc) üldtehniliste distsipliinide ja käsitöö õpetajana ning saanud magistriraadi EBSis 2003. aastal rahvusvahelise finantsjuhtimise erialal. Ta on töötanud Audentese rahvusvahelises ülikoolis vastuvõtu- ja turundusosakonna juhatajana ja olnud aastatel 2008-2013 SA Archimedes kõrghariduse väliturunduse juht. Mariann Lugus on olnud ka Brand Estonia ekspertgrupi liige.

TOUREST'25 (1991-2016)

Rahvuslik sündmustoode

Tourest on Tourest. Rahvusvahelises ja turismitegevusest sellest “touri” ja rahvuslik sündmus “esti”. Ilmselt on vähemalt teoorias võimalik üldse Eesti turismiga kokku puutumata Eestis elada, aga ka sellisel juhul on üsna tõenäoline, et ollakse ikkagi kuulnud Tourestist või vähemalt on linnapildis Touresti reklaamid silma hakanud – aastast aastasse ja nii juba veerandsada aastat järjepanuna.

Seega - rahvusvaheline turismimess Tourest on rohkem kui mess – see on rahvuslik sündmustoode.

Bränd ja meediamagnet

Ja sellisena - rahvusliku sündmustoote ja meelelahutus- ja meediamaastritu püsibrändina – esindab Tourest ka nii turismi kui valdkonda ja nähtust ning meie turismi kui majandust vähemalt meile kõigile endile siin maal ja riigis, kuid ilmselt kõnetab Tourest ka väljaspool Eestit muude meie oma valdkonna brändide nagu Tallinna Vanalinn, Tallink, Viru, Pärnu ja Estonian Air (ups!) kõrval vähemalt valdkonnas töötavat rahvast.

Tourest on ka omalaadne siseriiklik kuvandivõitlus, sest mitmed omavalitsused – eesotsas pealinnaga - ja maakonnad on oma uute logodega esmakordselt välja tulnud just Tourestil.

Majanduse poliitiline püünepealne

Messi riigipoliitilisest ning ühis- ja kogukondlikust staatusest annab mingi vihje kindlasti fakt, et seda on alati avanud ministrid – kui mitte lausa pea-, siis kas majandus- ja kommunikatsioon (viimastel aastatel taristu)- või välisminister või koguni paar ministrit koos ning ka President.

Tänaste turismimajanduse ja majanduspoliitika ülekuumenenud kokkupuutepunktide valguses tuleb aga meelde, et 2011. aastal messi avades ütles President mitte ainult, et turism on oluline osa majandusest, vaid ka et siseturism annab suure panuse eksporti.

Veerandsajandine - vanim Baltimaades

Tourest on vanim mess Eestis ja vanim turismimess Balti riikides. Kui 1990. aastal loodud ETFL tuli 1991. aasta alguses välja mõttega korraldada Tallinnas rahvusvaheline turismimess, polnud palju neid, kes uskusid lisaks entusiastlikele korraldajatele sellise ettevõtmise võimalikkusesse ning 1991. aasta kevade ja suve sündmused Baltimaades ja Venemaal vähendasid seda usku veelgi.

Vastukaaluna sellele pessimismile mõjusid aga aasta teises pooles muutunud poliitiline olukord ja sealhulgas iseseisva Eesti Vabariigi taastamine ning nii Eesti kui meie naabrite turismiasjaliste vääraratu usk turismi arenguvõimalustesse Baltimaades Raudse Eesriide langedes.

Nii toimuski esimene Tourest ehk Tourest'91 1.-3.novembril 82 eksponendiga 8-st riigist 911 m² suurusel näitusepinnal. 6500 külastajaga mess ei olnud mõistagi tänaste mõõdupuude järgi suur, kuid võttes arvesse esimeseks olemist Balti riikides ja ka osalejate rahuolu nii messi kui tulemustega oli pandud jätkusuutlik alus edasisele traditsioonile, mis on tähendanud pidevat tõusujoont, mille teises ehk eelses otsas on eelmise aasta näitajatena 478 eksponenti 22-st riigist ja 30 464 külastajat. Vastavate kategooriate rekordid on olnud aga koguni 482 eksponenti, 38 riiki, 36 316 külastajat ja 6736 m².

Kogu tõest reisimisest puhkuseeni, mis algab siit

Touresti sisuline ja vormiline arengulugu jaguneb kaheks – esimene kümnend ehk '91-'01 “Kogu tõde reisimisest” deviisi all ja seejärel “Puhkus algab siit!” sloganiga.

Esimesel etapil oli peamiseks fookuseks profifoorum, kuhu külastajad ja neile suunatud reklaam töid kaasa teatud lisaväärtuse.

2003. aastaga alates muutus mess senisest rohkem Eesti reisihuvilisele lõpptarbijale suunatud müügi- ja meelelahutusürituseks uue hüüdlause “Puhkus algab siit!” all. Siis algas ka koostöö uue partneri EAS-iga, et messil oleks nende egiidi ja korralduse all eraldi siseturismi teemaosa, mis alates 2008. aastast on olnud lahendatud juba eraldi “Puhka Eestis” hallina.

Samas lisandus suunamuutusega võrreldes varasemaga rohkem välisriikide turismiesindajaid, kes püüavad Eestist välismaale reisijaid enda juurde meelitada – viimastega liitusid näiteks eelmisel aastal eksoteemilised Filipiinid, Malaisia ja Etioopia.



Sisuformaadi muutusega kaasnes ka märgatav ehk lausa poole aastaringiga mõõdetav nnihe toimumisajajas – seni sügisel ehk reeglina septembri lõpus toimunud mess kolis üle varakevadesse, kus toimub põhilise turismihooaja ehk suve plaanide tegemine. Suuremat külastajate voogu otsides võeti siis kasutusele ka internetikutsed.

Suur Pirita tee väljanäitus ja laot = A + B + C + D

Alustati Eesti Näituste tuttuues messikeskuses, millel siis oli kaks halli – A ja B. 25 aastaga on jõutud nii kaugele, et nüüd toimub messitegevus paralleelselt neljas hallis.

Peahallis (C) on eksponentidena esindatud reiskorraldajad, reisibürood, transpordiettevõtted, kindlustusfirmad, haridusasutused, hotellid, spaad, restoranid, meelelahutusteenuste ja vaba aja tegevuste pakkujad, välismaised sihtkohad ja palju muud. Peahallis olenud messi pealaval toimus kolme päeva jooksul (inter)aktiivne programm pakkuhes rohkem meelelahutust - erinevad etteasted, esitlused, oksjonid, viktoriinid, mängud jne. 2015. aastal kolis pealava C-hallist D-halli.

Eraldi "Puhka Eestis" hallis (D) on esindatud Eesti turismipiirkonnad, andes ülevaate siseturismi võimalustest. Lisaks on messil laste- ja laadahall (B), mis pakub väiksematele turismisõpradele erinevaid lõbusaid ja harivaid tegevusi ning müügilalt leiab igaüks endale kindlasti midagi meelepärast. Eelmisest aastast on ka messi pealava Eesti hallis. Konverentsid, seminarid, töötoad ja esitlused toimuvad aga endiselt A-hallis.

Come On, Everybody - meri on, meri jääb, meri olema peab !

Messi kultuuriprogramm on oma värvikirevuses ja esinejate tasemes juba omaette festival staatust vääriv, sest lisaks oma etnopärandile pakuvad alati külakosti ka eksootiliste maade esindajad ning meie oma popmuusikastaarid on pea vist kõik messilavalt läbi käinud.

Ja vähemasti Eesti oma eksponendid on alati katnud kodust kaasa toodud heast ja paremast ütle mata pika ja hästi mekkiva laua ...

Pjedestaal parimatele

Mess on lisaks kogu meie turismirahva peole ja rahva turismipeole ka nagu omaette pidulik poodium või väikest viisi olümpiapjedestaal, kus auhinnatakse neid, keda ETFL on hinnanud parimaks turismiobjektiks ja parimaks turismiedendajaks (meedias on neid kutsutud turismi-Oscariteks), sest just messi avamistseremoonia ühe osana kuulutatakse ametlikult välja ja auhinnatakse need parimad.

Edust rääkides on alates 2011. aastast auhinnatud ka parimaid stende - – Rahva lemmik messistend peahallis ja Rahva lemmik messistend Puhka Eesti hallis - koostöös Turismiwebiga messikülastajate seas hääletust läbi viies.

Raha mulle, reisid Sulle

Et mess on aga oma praeguses formaadis ka virtuaalse kauplemise ajastul üks tõsine näost-näku müügisooritus, kus

rahvas otsib ja ostab peamiselt messipakkumise tõttu tavahinnast odavamaid (väidetavalt lausa kuni 50% soodustusega vastava päeva eripakkumiste puhul ?!) soojamaareise ja lennupileteid, siis seda kinnitavad näiteks mõned asjakohased nopped meediast:

Möödunud nädalavahetusel Eesti Näituste messikeskuses toimunud turismimesil Tourest 2008 püstitas --- lennupiletite läbimüük kodulehel juba esimesel päeval kõigi aegade rekordi, ületades tavapärasest tulemust enam kui kolmekordselt. (Postimees)

--- büroojuht --- lisas, et firma müüs 2010. aasta messil 630 paketti, keskmise hinnaga 8900 krooni inimese kohta. (Postimees)

--- tegevjuht ja juhatuse liige --- ütles, et reiskorraldaja müüs Tourestil 2011 reisipakette ja lennupileteid ligi 1400 inimesele. (Postimees)

Külastaja: turismimesis aitab paarsada eurot reisiraha säästa. (Postimees)

Lisaks kohapealsele turismimesisile on tänavu (2012) hüppeliselt suurenenud ka klientide huvi messipakkumiste vastu internetis.

«Näiteks meie kodulehekülgi tegi eile kõigi aegade külastatavuse rekordi, mis on tingitud klientide huvist turismimesis vastu. Kokku käis meie virtuaalses messiboksis ligi poolsada tuhat inimest,» rääkis --- turundusdirektor ---. (Postimees)

«Kolme päeva jooksul tegi meie juures broneeringuid enam kui 1500 inimest, mis on rohkem kui eelmisel 2011. aastal,» lisas reiskorraldaja --- tegevjuht ---. Tema sõnul jäi nädalaste reiside puhul keskmine ostetud reisipaketi hind 700-800 euro vahele. (Postimees)

Tark see targu tarvitab

Lisaks müügifoorumiks ehk suureks turuks olemisele on mess viimastel aastatel olnud ka nõustamistandriks, kus nii Tarbijakaitseamet kui Välisministeerium on reisihiivilistele tarka nõu andnud ja ka konsulteerinud erinevates küsimustes, millega tarbijana reisi ostes või reisiijana välismaal olles kokku võidakse puutuda. Tarbijakaitseameti käest uuritakse messil kõige enam lennureisiija õiguste ja ka konkreetsete reisi ettevõtete tegevuse ja tagatiste kohta.

Välisministeeriumi nõu on aga reeglina puudutanud viisitingimusi ja välismaal reisi misse ja viibimise turvalisust.

Pidu meis kõigis enestes

Pidu on eelkõige aga meis kõigis enestes. Üks korralik mess kui rahvuslik sündmustoode toodab erinevaid minisündmuseid ka väljaspool messikeskust. Seda nii messi korraldajate kui kohalike omavalitsete ja riigi poolt korraldatud vastuvõttudena kui ka messil osalejate poolt spontaanselt tekitatud after-fair'idega.

TOUREST 2016 MESSIAJAKIRI

12.–14. veebruaril tasub sammud taas seada Eesti Näituste messikeskusesse, kus toimub Tourest, järjekorras juba kahekümne viiendat aastat tegus turismimesis.



Ka seekordses messiajakirjas saavad sõna Eesti suurimad reisibürood ja -korraldajad: lisaks praktilistele soovitudele leiab ajakirjast põnevat lugemist erinevate maade kommetest ja toidukultuurist – kõigest sellest, mis on õnnestunud reisi aluseks. Loe, milliseid kohti ja üritusi tasub väisata aastal 2016 erinevates Eesti paikades, piilume ka maailma eri paikadesse Kagu-Aasiast, Lõuna-Aafrikast Vahemereni ning tutvustame karnevalipidustusi Roheneemesaartel, Brasiilias ja Kariibi saartel. Samuti jagame soovitusi, kuhu võiks lastega reisida ning kuidas internetist otsida välja info, mis reisil olles elu kergemaks muudab.

Põnevat uudistamist ja kohtumiseni Tourestil!
http://issuu.com/meediapilt/docs/tourest_2016

2015. aasta parimate nominendid

ETFL korraldab turismi aastapreemiate väljaandmist alates 1990. aastast <http://etfl.ee/est/etfl/aastapreemiad/> ja vastava aunimetuse on pälvinud mitmed nimekad Eesti inimesed ja objektid/ sündmused.

Seekordsed nominendid on:

Turismiobjekt 2015

1. Solo Sokos Hotel Estoria, raamat „Üle 100 põneva põhjuse, et tulla Eestisse“
2. Eesti Vabaõhumuuseum
3. Saaremaa Ooperipäevad
4. Laevaühistu Sunlines ehk laevad Kajsamoor&Katharina

Turismiedendaja 2015

1. Peter Hunt
2. Urmas Sukles
3. Anton Pärn

Võitjad kuulutatakse välja ETFLi poolt korraldataval messi Tourest 2016 avamisel.

EESTI HOTELLIDE JA RESTORANIDE LIIT/EHRL

Tutvume liidu uue tegevjuhiga – Maarika Liivamägi

Ligi neli aastat EHRL tegevjuhina töötanud Raigo Triik suundus sügisel Metropol hotelli tegevjuhiks ja alates novembri algusest asus Eesti Hotellide ja Restoranide Liidu (EHRL) tegevjuhina tööle Maarika Liivamägi.

Liivamäe sõnul näeb ta EHRL tegevjuhi tööd põneva väljakutsena: “EHRL liikmebaasi kasvatamine ja liikmete huvide eest seismine on minu põhikirjaline ülesanne. Oluline on majutusasutuste kui olulise ekspordile orienteeritud tööstusharu positsiooni tugevdamine Eesti ühiskonnas ja koostöös teiste turismisektori organisatsioonidega turismisektori huvide kaitse laiemalt.”

Uue tegevjuhi poolt veebruari alguses liidu juhatuse ette viidud ja kinnituse saanud 2016. aasta tegevussuunad on järgmised:

- Jätkatakse majutusasutuste käibemaksu 50% tõusu edasi lükkamist taotleva kommunikatsiooniga Vabariigi Valitsuse ja Riigikogu suunal koostöös oma partneritega
- Keskendutakse enam liikmetele väärtuse loomisele läbi kommunikatsiooni ja rahvusvahelise teabe vahendamise (s.h. air b&b ning elektrooniliste jaotuskanalite arengutest)
- Tegeletakse kutsekvalifikatsiooni andmisega vastavalt kokkulepetele ning arendatakse eksamite läbi viimise süsteemi ja kutsete andmist vastavalt arenguvajadustele (alates septembris 2016 on kutse eksamid muutumas kohustuslikuks)
- Analüüsitakse ja kaasajastatakse kvaliteedi kontrollisüsteemi tulenevalt sellest, et algamas on uus järgu andmise periood alates käesolev aasta mai kuust (hotellide tärnisüsteem peab sammu pidama muude arengute ja hindamiskriteeriumite kanalitega, mida kliendid on kasutama hakanud, samas mitte makstes lõivu kvaliteedi nõuete alandamise läbi)
- Algatatakse koostöös oma partneritega mitmeid uusi projekte tööjõu arendamiseks ja sektori jaoks vajaliku tööjõu olemasolu tagamiseks (s.h. töö seadusandluse kommenteerimisega)
- Tõstetakse üldist teadlikkust „külalislahkuse“ sektori kohta, mis on sektori panus majandusse, tööhõivesse, ekspordi jne.

Maarika Liivamägi on töötanud 1992. aastast alates rahvusvahelistes korporatsioonides (Statoil, Reval Hotels, Baltika Grupp, SEB Bank, ERGO Insurance Grupp) müügi- ja turundusvaldkonna juhina ning juhatuse liikmena. Ta on lansseerinud ja juhtinud brände ning müügikontseptsioonide arendusi lisaks Eestile ka teistes Baltimaades, Poolas, Ukrainas ja Venemaal, samuti teinud koostööd erinevate rahvusvaheliste müügi- ja turundusmeeskondadega USAst, Rootsist, Soomest ja Norrast. Viimased pea 10 aastat on Maarika olnud tegev finants- ja kindlustusesektoris, kus on juhtinud riigiüleseid müügimeeskondi. Oma suurimaks saavutuseks peab ta 1000-liikmelise müügiorganisatsiooni restruktureerimist kolmes Balti riigis. Maarika on lõpetanud Tallinna Tehnikaülikooli ökonomika ja ärijuhtimise magistrina ning lisaks täiendanud ennast ülikoolides USA's (Cornell Hospitality Management) ning Rootsist (Umea University) ja Rotterdam School of Management'is (Holland) juhtimise alal.

EESTI SPAALIIT

Eesti Spaaliidul juubeliaasta

Eesti Spaaliidul täitub 2016. aasta sügisel 20 tegutsemisaastat. 1996.a. sõlmiti liidu asutamisleping tollaste sanatooriumide ja taastusraviettevõtte ning teadusasutuste vahel ning algselt oli liidu nimetus oli Eesti Kuurort- ja Taastusravi Liit. Alates 2006. aastast Eesti Spaaliidu nime kandvas liidus on täna 19 spaahotelli.

Liidul valmis uus koduleht

2015. aasta lõpus valmis liidu uus koduleht. Vt. www.estonianspas.eu



Uuel lehel on võimalik valida erinevate spaa-pakettide vahel ning teha otse tellimusi valikus olevale rohkem kui 40-le erinevale spaapaketile.

Samast leiab infot ka erinevate protseduuride ja hoolitsuste mõju ja kasulikkuse kohta ning soovitusi mida spaapuhkuse planeerimisel silmas pidades.

Spaaliidu ühised turundustegevused

Spaaliit jätkab ka alanud aastal aktiivselt ühiseid turundustegevusi oma lähiturudel – Soomes, Venemaal, Rootsis ja Lätis. Ühiselt osaletakse messidel kus messipinna suurus ja oma liikmetest eksponentide arv kasvab igal aastal.

Just lõppenud messilt Balttour 2016 Riiast on meenutus siin. Lõppenud aastal viisime esmakordselt läbi koostöös EAS Turismiarenduskeskusega veebikampaaniad Soomes www.visionkylpylat.fi ja Lätis www.spaigaunija.lv.

Spaad uuenevad ja täienevad

Hoolimata sellest, et viimane aasta on turismis olnud keeruline - külastajaid tuleb varasematest aastatest vähem nii Venemaalt kui Soomest - arenevad ja uuenevad Eesti spaad jõudsalt.

Lõppenud aastal avas ukсед 3 uut veekeskust Pärnus ja Viimsis. Pärnus avati juulis Estonia Resort Spa & Hotel kust leiab 9 sauna, suure basseini ja 4 mullivanni ning Viiking Spa ehitas juuorde vee- ja saunakeskuse „Viiking Saaga“ 6 sauna, basseini ja mullivannidega.

Viimsis avati uus veepark Atlantis H20 ning ainult täiskasvanutele mõeldud Spa 18+ kust leiab 6 sauna, Türgi hamami ja Jaapani onsen-kuumaveebasseini

Oktoobris sai täiesti uue näo Laulasmaa vee- ja saunakeskus 6 täiesti uue ja suurema saunaga.

Uue saunakeskuse „Paradiisi saunad“ 5 erinevat saunaga sai detsembris Tervise Paradiis ning Tervis Ravispaas uue kuue saanud vabaaja keskuses saab kasutada uut avarat Soome sauna. Seega läheb 2015. aasta spaa-ajalukku rohkem kui 30 uut saunaga.

EESTI KONVERENTSIBÜROO/EKB

Aasta Konverentsid Auhinnatud

Aasta Konverentsiteo tiitlit annab Eesti Konverentsibüroo välja viiendat korda. 2015. aasta parimaks sai 22 kandidaadi seast ehk Aasta Konverentsiteoauhinna sai 13.jaanuaril toimunud vastaval gaalal juunikuus Eestis toimunud kardioloogide tippkongress - enam kui kuuesaja osalejaga 25. Põhjamaade-Balti Kardioloogide Kongress külastajatega enam kui kahekümnest riigist.

Aasta Konverentsiteo tiitel antakse välja vähemalt 100 osalejaga Eestis toimunud mõjukale konverentsile.

Esmakordselt välja antud innovatiivseima konverentsi eripremia sai JCI Põhjamaade inspiratsioonikonverents, kus traditsiooniliste töötubade kõrval viidi 600 konverentsil osalenut ellujäämiskursusele Eesti metsadesse. Innovatiivseima Konverentsi

tiitli saab konverents, mille korraldamisel on kasutatud uudseid tehnoloogiaid, erilisi konverentsikohti, formaate või muid uuenduslikke, loovaid ja leidlikke lahendusi.

Eduka taotleja tiitli sai Priit Halberg Niplispitsi Seltsist, kes sai õigused Rahvusvahelise niplis- ja nõelptsiti organisatsiooni 19. kongressi ja peaaassamblee korraldamiseks Eestis 2020. aastal. Eduka Taotleja kategoorias tunnustatakse organisatsiooni või isikut, kes saanud õiguse vähemalt 100 osalejaga konverentsi korraldamiseks Eestis 2016. aastal või pärast seda.

Lisaks auhindadele anti gaalal üle tunnistused seitsmele uuele Tallinna konverentsisaadikule.

Konverentsiteo konkursi korraldava MTÜ Eesti Konverentsibüroo juhi Kadri Karu sõnul on Eestis toimuvad rahvusvahelised suurkonverentsid riigi oluliseks sissetulekuallikaks. „Eestis toimub palju olulisi erialasündmusi. Tiitlitele kandideerivad konverentsid on kokku toonud keskmiselt 200-300 osalejat, kellest valdav osa välisriikidest. See on hea võimalus tutvustada Eestit korraga suurele hulgale inimestele, rääkimata vahetust kasust, mida väliskülaliste siin viibimine meie ettevõtetele tähendab,“ kommenteeris Karu konverentsivaldkonna olulisust riigile. Kokku toimub Eestis igal aastal enam kui 500 rahvusvahelist konverentsi, mis toovad tulu orienteeruvalt 40 miljonit eurot. Maailma konverentsisihikohtade edetabelis on Eesti 44. positsioonil kokku 168 riigi seast.

Tartu linn tunnustas edukaid konverentsikorraldajaid

Möödunud aastal toimus Tartus ligi sada rahvusvahelist konverentsi, mis on 25% rohkem kui aastal enne seda. Kokku osales rahvusvahelistel konverentsidel veidi üle 8 500 delegaadi, kellest pooled olid välismaalased.

20.jaanuaril toimunud tänuüritusel anti kuuendat korda välja Tartu Konverentsisaadiku programmi tunnustused kolmele möödunud aastal Tartus toimunud konverentsile ning kümnele valdkonda panustanud Tartu konverentsikorraldajale.

Tartu linna tunnustuse said kolm 2015. aastal Tartus toimunud silmapaistvat konverentsi: IX Rahvusvaheline Balti Spordimeditsiini konverents, IUFRO maastikuökoloogia konverents ning rahvusvaheline filosoofiaolümpiaad (IPO2015).

Tartu konverentsiturismi edendamise eest said konverentsisaadiku tiitli Aile Tamm (Tartu Ülikool), Andra Siibak (Tartu Ülikool), Kristi Viiding (Tartu Ülikool), Maili Vilson (Tartu Ülikool), Marco Kirm (Tartu Ülikool), Tiia Lillemaa (Tartu Observatoorium), Urmas Peterson (Eesti Maaülikool/Tartu Observatoorium), Vello Pettai (Tartu Ülikool) ja Ülle Jaakma (Eesti Maaülikool). Lisaks sellele tunnustati ka üleriikliku konkursi “Aasta Konverentsitegu 2015” võitjat kategoorias “Edukas Taotleja” – Priit Halbergi, kelle eestvedamisel võideti 2020. aastaks Niplis- ja Nõelptsiti Organisatsiooni 19. Kongress ja Peaaassamblee korraldusõigus Tartus.



EESTI MAATURISM

Avatakse üle-Eestiline Eesti Toidutee

Eesti Maaturismi Ühing arendab jätkuvalt Läänemere Toiduteed sh Eesti Toiduteed ja Eesti Saunateed. Eesti Toidutee trükist tutvustatakse Tourestil ja tee avamine toimub 1.mail.

Eesti Toidutee – südamega valmistatud eestimaised maitseed - ühine väärtus on, et pakutav toit oleks värsked, maitsev, kohalikust toorainest ning kohapeal valmistatud.

Eesti Toidutee koduleheküljelt toidutee.ee, mille ellukutsujaks on EV Maaeluministerium, leiab teavet Eesti rahvustoitude kohta, samas on kättesaadavad ka traditsioonilised retseptid. Eesti Toidutee kaardilt leiab tublid ettevõtjad, kes üle-Eesti pakuvad külastajatele piirkonnale omast menüüd ja meie rahvusköögile omaseid toite, mis tihti on ka põnevalt kaasajastatud. Samuti annab leht ülevaate erinevatest toiduga seotud sündmustest, mida eriti rohkearvuliselt toimub suvel. Eesti Toidutee edasiarendamine toimub suunas, mis lubaks sellel olla Läänemere riikide toidutee (Baltic Sea Culinary Routes) väärkas osa.

Eesti Saunatee (saunatee.ee) on aga Eesti Maaturismi Ühingu tootebränd, mis teeb oma järjekindlaid samme. Saunatee missiooniks on Eesti saunakultuuri edendamine ja hoidmine nii, et ka meie järeltulevad põlvkonnad oskaksid hinnata sauna ja väärtustada saunatavasid. Saunatee ei ole nõ saunade kogum vaid Saunateele kuuluvad ettevõtted pakuvad lisaväärtusega saunateenust. Olgu selleks siis saunamees/saunanaine, jutuvestmine koos saunakommete ja leilivõtmise tutvustamisega, vihtade tegemine ja palju muud, mis kokkuvõttes saunatraditsiooni tutvustab ja elamust pakub. Põnevuse lisamiseks on saunafännidele ka Saunatee pass, mis mõeldud Saunateele kuuluvatest ettevõtetest templite kogumiseks ja ka saunateemaliste auhindade saamiseks. Soovijad saavad passi soetada messil Tourest 2016 (Eesti Maaturismi Ühingu messiboksist – tasuta!), Saunateele kuuluvast ettevõttest või hiljem ka kodulehe vahendusel postiga koju tellida.

Üle-Euroopaline toidumärgis Culinary Heritage nüüd ka Eestis

MTÜ Eesti Maaturism sai õiguse alates 2016 jaanuarist välja anda üle-Euroopalist märgist Culinary Heritage, mille eesti keelne nimetus saab olema Kohalik Toidupärand. Esimesed märgiste taotlused esitavad Hiiumaa ettevõtjad ja seda põhjusega – olla jätkuvalt avastamata aare! Märgise kohta enam infot leiate http://www.maainfo.ee/index.php?article_id=5346&page=3265&action=article&

EHE (Ehtne ja Huvitav Eesti) märgis uuesti ellu

Eesti Maaturismi Ühing on koostöös EASI turismiarenduskeskusega uuesti „ellu kutsunud“ EHE (Ehtne ja Huvitav Eesti) märgise.

EHE on ökoturismi kvaliteedimärgis, millega tunnustatakse loodussõbralikke ja keskkonnasäästlikke turismitooteid/teenuseid, mis pakuvad ehedat elamust ja väärtustavad kultuuripärandit. EHE-märgis kinnitatakse ettevõtte teenusele või teenuste paketi kolmeks aastaks. Märgist saab taotleda erinevatele aktiivse puhkuse ja/või pärandkultuuriga seotud teenustele. Täna on EHE-märgisega tunnustatud 28 ettevõtte 37 toodet/teenust. Messil Tourest 2016 antakse EHE-märgised üle järjekordsetele toodetele/teenustele.

EESTI TURISMIHARIDUSE LIIT/ETHL

Turismiharidus ja tööturu ootused maaturismi võtmes

Enam kui pooled intervjueritud maaturismi sektori ja turismihariduse esindajatest arvasid, et Eestis pakutav turismiharidus pigem ei vasta maaturismi sektori vajadustele, ülejäänud vastajad ei osanud hinnangut anda.

Põhjus turismihariduse mittevastavuses tööjõuturu nõuetele võib osaliselt olla seotud paradoksaalsete ootustega. Näiteks sooviksid maaturismi ettevõtjad palgata multifunktsionaalseid töötajaid. 40% vastajatest leidis, et need töötajad peaksid olema valmis täitma kaht kuni nelja, 27,5% vastajatest, et viit kuni seitset ja 12,5% vastajatest, et isegi kaheksat kuni üheksat erinevat funktsiooni etteantud valikust: turundus ja müük, administraator/klienditeenindaja, toateenindaja, kokk, ettekandja/kelner, retkejuht/matkajuht, giid, köögiabitöölaine, üld-abitöölaine, nõudepesija. Samas ei vasta pakutav palgatase nii kõrgetele ootustele.

Veel sooviksid mikro- ja väikeettevõtjad, et koolipingist tulnutel oleks ametikooli tasemel oskused ja kõrghariduse taseme hoiakud. Samas ei peeta vajalikuks nii pikka õpinguperioodi ja ei mõisteta, milleks on vaja laiapõhjalist õppekava. Ettevõtjad heidavad haridusele ette, et õpilasi koolitatakse hotellimajanduse keskselt, mis ei vasta maaturismi sektori vajadustele. Ühed ettevõtjad arvavad, et pakutav haridus on liiga üldine ja laialivalguv, teised jällegi, et lõpetajad on kitsa suunitlusega ja valmis vaid kindlat tööloiku tegema. Omandatavat haridust peetakse ettevõtjate arvates liiga formaalseks ja loovat mõtlemist mittetoetavaks. Paljud ettevõtjad ja õpetajad arvasid, et koolid peaksid paremini määratlema, kelle jaoks mingi õppekava on mõeldud, näiteks, kas ettevõtjatele või palgatöötajatele, mikro- või väikeettevõtetele jne.

Turismialast haridust peetakse siiski oluliseks teguriks uute töötajate palkamisel. Kõige suuremat tööjõuvajadust nägid vastajad turunduse ja müügi (43%), klienditeeninduse (40%) ja toateeninduse (39%) valdkondades, kusjuures kõrgharidusega töötajaid oodatakse ainult turunduse ja müügi valdkonda (14% vastanute), ülejäänutes piisab kutseharidusest või täienduskursustest.



Siinkohal julgeme tõdeda, et tugev koostöö maaturismi sektori katusorganisatsiooni MTÜ Eesti Maaturism (maaturism.ee) ja Eesti Turismihariduse Liidu (ethl.ee) vahel võimaldab edaspidi paremini leida sektori jaoks olulisi lahendusi tõstatatud probleemidele. Üheskoos oleme asunud ellu viima „Maaturismi sektori ja turismihariduse valdkonna koostöö- strateegiat 2015–2020“, mis töötati välja Lifelong Learning Programmi projekti Connect-VET (connectvet.eu) raames, toetudes 2014. aastal läbi viidud rakendusuuringu ja mitmetele ümarlaudadele.

Käesolev artikkel toetub 2014. aastal MTÜ Eesti Maaturism liikmete ja eestvedajate ning Eesti Turismihariduse Liidu õppejõudude seas läbiviidud uuringu tulemustele (lähemalt maaturism.ee, liikmeinfo alamlehel).

TALLINN

Visittallinn.ee

Uuenenud on Tallinna turismiveeb visittallinn.ee. Kogu linna turismiinfo on võtnud tänapäevase kuju olles loetav nii arvutiekraanilt, tahvelarvutist kui nutitelefoni – ja seda kaheksas (eesti, vene, soome, rootsi, saksa, inglise, prantsuse, jaapani). Rahvusvahelistele konverentsikorraldajatele vajalik info on leitav aadressilt visittallinn.ee/convention, eesti keelse konverentsileht on veel ehitamisel. Turismiprofessionaalide jaoks on avatud profiveeb, kus on infot Tallinna turismistatistikast ja uuringutulemustest, giidide atesteerimisest, turismiosakonna tegevustest ning link ka Tallinna turismiturunduse meediapanka, kust saab alla laadida fotosid, videoklippe, trükiseid.

Tallinna turismikampaaniad 2016

Kevadeks on planeeritud perepuhkuse teemalised online-kampaaniad Soome ning Vene turul. Aasta lõpetavad restoranimaastikku tutvustav digikampaania Soome turul ning lõõgastavat linnapuhkust pakkuv digikampaania Vene turul kanalites. Rootsi turul on sügisel tulemas toiduteemaline kampaania koostöös blogijatega. Suurbritannia turul jätkub koostöö Trip Advisoriga. Sihtkoha digikampaaniad planeeritud ka Suurbritannia ja Saksa turule. Sotsiaalmeediakanalites tehakse erinevaid Tallinna-teemaliste fotode kogumise kampaaniad.

Reklaamivõimalus Tallinna Turismiinfokeskuses

Turismiinfokeskust vanalinnas külastab aastas üle 250 000 inimese. Pakume infokeskuses piirkondadele (piirkonda tutvustav kompaktnel trükis) ja kultuurisündmustele tasuta ning ettevõtjatele tasu eest võimalust enda tutvustamiseks. Turismiinfokeskusest saab tellida ka giidi.

Tallinna turismiinfokeskuse lahtiolekuajad (suletud 25. ja 26. detsembril ning 1. jaanuaril):

02.01.-31.03. E-L 9:00-17:00; P 10:00-15:00
01.04.-31.05. E-L 9:00-18:00; P 9:00-16:00
01.06.-31.08. E-L 9:00-19:00; P 9:00-18:00
01.09.-30.09. E-L 9:00-18:00; P 9:00-16:00
01.10.-31.12. E-L 9:00-17:00; P 10:00-15:00

Tallinna giidide atesteerimisele registreerimine on alanud

Tallinna giidide atesteerimisele registreerimine kestab 1.märtsini. Registreeruda saab nii veebil kui ka Tallinna Turismiinfokeskuses Niguliste 2.

Tallinn Cardi uued partnerid

Alanud aastal on Tallinn Card paketi täiendavalt liitunud Energia Avastuskeskus, Teatri- ja Muusikamuseum, Loomaaia tegutsev Zoo Seikluspark, Tallinna Raekoda, Maiasmoka 2. korruse kohvik ning venekeelne linnaekskursioon.

Tallinn Cardi hinnad: 24h – 32 eurot, 48h – 42 eurot, 72h - 52 eurot. Lastepiletite maksumus on 50% täiskasvanu pileti hinnast. Lõuna-Eesti Turism

„EHE LÕUNA-EESTI“ VÕITJAD

Möödunud aasta lõpus toimunud Lõuna-Eesti Turismikonverentsil kuulutati välja konkursi „EHE Lõuna-Eesti“ võitjad. Parimaks turismiobjektiks 2015 nimetati 7 nominendi seast **EELK Tartu Pauluse kirik** ja **parimaks turismisündmuseks** 7 nominendi seast sel suvel **Viljandis toimunud XV Rahvusvahelised Hansapäevad**.

SA Lõuna-Eesti Turism tänab kõiki konkursi „EHE Lõuna-Eesti“ nominente ning võitjaid. Konverentsi ettekannetega ja konkursi nominentidega on võimalik tutvuda <http://www.southeastonia.ee/est/uudised.n/louna-eesti-turismikonverentsil-2015-tunnustati-parimaid>.

Lõuna-Eestis koolitatakse üheskoos tugevaks ja tuntuks

28. jaanuaril algas **Lõuna-Eesti ühine koolitusprogramm „Üheskoos Lõuna-Eesti tugevaks ja tuntuks!“**, mis keskendub uutele ideedele ja algatustele. Koolituskava leiad [www.southeastonia.ee/uploads/ckeditor/files/Lõuna-Eesti%20koolitusprogramm%202015-2016\(2\).pdf](http://www.southeastonia.ee/uploads/ckeditor/files/Lõuna-Eesti%20koolitusprogramm%202015-2016(2).pdf).

Lõuna-Eesti turismiettevõtjatele, Lõuna-Eesti innovatsioonimarsruudis olevatele ettevõtetele ja organisatsioonidele (vt lähemalt: <http://visitsoutheastonia.com/marsruudid/>) ning „Maale elama“ algatuse kaudu Lõuna-Eestis elama asunud ettevõtlikele inimestele, kellel on soov tegeleda ettevõtlusega või võrgustike loomisega, mõeldud programmi eesmärkideks on:

1. uute toodete ja teenuste arendamine;
2. olemasolevate toodete ja teenuste kvaliteedi tõstmine;
3. koostööst ja võrgustumisest täiendava lisandväärtuse saamine oma ettevõtte/organisatsioonile;
4. uute oskuste omandamine toodete ja teenuste müügiks Eestis ja rahvusvahelisel turul.

Programmi raames toimuvad: tootearenduse, turunduse ja koostööalased koolitused, seminarid ja ajurünnakud, nõustamise ja õppereisid.



Elamuslik raamat Lõuna-Eestist

Raamat „Elamused Lõuna-Eestis 2016-2017“ on ilmunud. Raamatust leiad põnevaid lugusid ja hulganisti sooduspakkumiste kuponge. Teist korda ilmunud raamatusse on koondatud kuue maakonna turismiteenuste head pakkumised järgneva kaheks aastaks. **Rohkem kui 300-leheküljeline raamat sisaldab üle 300 sooduskupongi majutusele, toitlustusele, aktiivsele puhkusele ja kultuurisündmustele.** Samuti on raamatus kajastatud ajakirjas National Geographic ilmunud lood Lõuna-Eesti kohta.

Raamat sobib hästi kingiks nii perele, sõpruskondadele kui ka koostööpartneritele ja töökaaslastele. Raamat on saadaval Apollos, Rahva Raamatus ja Selveris.

LÄÄNE-EESTI TURISM

Lääne-Eesti 2015. aasta parimad

Lääne-Eesti 2015. aasta turismiarendaja on Heli Müristaja, aasta turismitegu on Saaremaa Ooperipäevad.

25. novembril Lääne-Eesti turismikonverentsi raames Haapsalus andis MTÜ Lääne-Eesti Turism üle auhinnad regiooni parimatele turismiasjalistele. Tunnustamise konkursile esitati sel aastal 31 kandidaati, neist 16 kategooriasse Aasta Turismitegu ja 15 kategooriasse Lääne-Eesti Turismiarendaja. Mõlemas kategoorias anti välja kaks auhinda.

Lääne-Eesti turismiarendaja 2015:

I koht – Heli Müristaja (Tartu Ülikooli Pärnu kolledži Turismikompetsentsikeskuse juhataja, pikaajaline lektor);
II koht – bluusifestival “Augustibluus” (Live Agency Group OÜ).

Aasta Turismitegu 2015:

I koht – Saaremaa Ooperipäevad (maailmakuulus Milano Ooper, Eesti Kontsert);
II koht – Weekend Festival Baltic (Weekend Festival Baltic OÜ).

“Lisaks auhinnasaajatele sooviks esile tõsta kindlasti ka teisi nominente, kelle panust regiooni turismiarendusse on märgatud ja kõrgelt hinnatud: näiteks Estonia Resort Hotel & Spa keskust täiesti uue näo ja kontseptsiooni saanud kuurorthotelli avamise eest, värvikat ja meeleolukat Saaremaa Toidufestivali, mille tipp-sündmuseks oli Kuressaare tänavapiknik, samuti tasuta linnaekskursioone Pärnus, millest said innustust ka Haapsalu ja Kuressaare. Tubli konkurentsi pakkusid teistele Saaremaa juurtega Rootsist sündinud äriees Peeter Hunt – visionäär, kes unistab suurelt ja sammub järjekindlalt oma ideede elluviimise eest, Saaremaa Ralli, mille majanduslik mõju ja maine kujundus regioonile on kahtlemata oluliselt suurem, kui esmapilgul osatakse hinnata. Märgiks ära veel SA Haapsalu ja Läänemaa Muuseumid ilma milleta poleks Haapsalu ja Läänemaa poolt kiitav nii atraktiivne sihtkoht, ja mereturismi ning merekultuuri populariseerimise eest väärib tunnustust MTÜ Halulaev Hiiumaalt,” toonitas MTÜ Lääne-Eesti Turism juhataja Kaja Karlson.

PÕHJA-EESTI TURISM

Sihtasutus Põhja-Eesti Turism sai uue juhataja

Jaauari lõpus kinnitas SA Põhja-Eesti Turism nõukogu uueks juhatuse liikmeks viimased paarkümmend aastat Kuressaare linna ja Saare maakonna turismivankrit vedanud Karmen Paju, kes astus ametisse 1. veebruarist.

Senine juhatuse liige Janek Šafranovski lahkus ametist uute väljakutsete avanemise tõttu.

Sihtasutus Põhja-Eesti Turism on Harjumaa, Lääne-Virumaa, Ida-Virumaa, Järvamaa ja Raplamaa omavalitsuste liitude ning mittetulundusühing Eesti Maaturism poolt asutatud turismiorganisatsioon.

Regionaalse turismiorganisatsiooni eesmärk on koordineerida ning arendada turismialast tegevust ja turismiettevõtluse vajalikku keskkonda Põhja-Eestis. Tegevuste kaasfinantseerija on Ettevõtluse

Arendamise Sihtasutus. Regionaalse koostöö edendamisel keskendub EAS Turismiarenduskeskus piirkondlikke turismiorganisatsioone koondavate ühenduste tugevdamisele ja koostöövõimekuse tõstmisele. Eesmärgiks on kohalikule initsiatiivile tuginev ning piirkonna ressursse koondav koordineeritud turundus- ja tootearendustegevus ning turismiinfosüsteem regioonides.

Põhja-Eesti edukaimad 2015

Põhja-Eesti X turismikonverentsil eelmise aasta novembris kuulutati edukaimaks turismiprojektiks **Kohtla Kaevanduspargi uus külustuskeskus.**

Teise koha saavutas **Toosikannu puhkekeskuse loomapark** ja kolmandaks kuulutati **Alpakakasvatustalu Wile Farm.** Edukamaiks väikeettevõtjaks kuulutati sel aastal **Jäägri Villa** Järvamaalt. **Järgnesid Purtse loss ja Kuusiku Turismitalu.**

HAAGA-HELIA

Teenuste disain = rahuolev klient + kasvav käive

80% reegel

80% ettevõtetest arvab pakkuvat klientidele suurepärasest teenust, kuid tegelikkuses on ainult 8% klientidest sama meelt. „Lõhe on tohutu,” kommenteerib Haaga-Helia lektor Teemu Moilanen jänkifirma Bain & Company 2005. aastal tehtud vastava uuringu tulemusi.

Westminsteri Ülikooli (London) uuringus selgus, et pooled ettevõtetest arendavaid teenuseid klientidelt küsimata, mis nende arvates teenuses oluline on. Uued ideed ja lahendused sünnivad valdavalt konkurentide kopeerides ning sugugi mitte klientidelt nende vajadusi küsides.

Teenuste disain on kliendikeskne ja tulevikku suunatud



arendusprotsess. Pearõhk on kliendi ootuste hankimisel ja mõistmisel isegi enne arendusprotsessidega alustamist ning protsessi käigus tekkivate ideede ja lahenduste testimisel klientide poolt. Nii on võimalik luua kliendile tulemina lisaväärtust, mille lähtekohaks on olnud sama kliendi ootused. Kasvav teenust tarbiva kliendi rahuolu kasvatab pikemas perspektiivis aga ka vastavat teenust pakkuva ettevõtte käivet.

Edumeelseid näiteid teenuste disainist leiab ka Soomest. Näiteks Kaisaniemi raamatukogu Helsingis võeti arenduse lähtekohaks tulevaste laenutajate ja lugejate vajadused ja ootused ning hakati koos nendega mõtlema, et milline tulevikuraamatukogu peaks olema. Tulemuseks on harjumuspärase ja traditsioonilise raamatukoguga võrreldes täiesti eripärane ja futuristlik lahendus, mis samas on kasutaja jaoks ütlema funktsionaalne.

HOK Elanto tootlustuskontsern on võtnud ette uute võimalike teenuste ja toodete arendamise ja testimise koostöös klientidega Food Labis. Klientid osalevad nii uute teenuste ja toodete ideetamises, väljatöötamises ning lõpuks testivad neid ka reaalsuses.

Küsimus on kliendi sügavamas mõistmises

Olgu siis tegemist toote või teenusega, klienti huvitab ennekõike just selle tarbimise hetkel talle tekkiv mugavus ja kasu. „Klient ostab kasu. Näiteks talvetossusid ostes ei ole kliendil tingimata selliseid erilisi jalavarje nii väga otseselt vajagi, aga tal on vaja näha hea välja ka talvel väljas liikudes. Kui keegi teine pakub kasulikuma mooduse näha hea välja ja sama ka talvel väljas liikuda, jääksid talvetossud ostmata,“ selgitab Moilanen. Milline vajadus toob kliendi hotelli või restorani? Selle mõistmiseks peab teenuste pakkuja analüüsima kliendi sügavamaid motiveid ning looma ja pakkuma siis vastavaid lahendusi.

Nii elementaarsete vajaduste nagu nälja kustutamine või välja puhkamine asemel võib osutada hoopis olulisemaks vajadus lihtsalt argimuredest lõõgastuda või sotsialiseeruda midagi tähistada.

Kui õpitakse tundma klientide teekonda teenuse tarbimisel ja mõistetakse, miks üldse vastav teekond on ette võetud, on eeldused pakkuda ka sellist teenust, mida klient tegelikult vajab ja mille eest ta on valmis ka maksuma.

Tõlgenda ja ennusta

Klient ei oska alati ka ise oma vajadusi selgelt väljendada. Seetõttu on nii tõlgendamine kui prognoosimine olulised vajalikud oskused, kui kliendi kohta infot kogutakse. „Klienti tuleb mõista eriti tundetasandil, kuna pooled ostuotsustest langetatakse just tunnete põhjal“, rõhutab Moilanen. Kliendi mõistmiseks vajaliku info kogumisel tuleb kasutada samaaegselt erinevaid meetodeid nagu temaga vestlemine, tema käitumise jälgimine ja varjus olevate vajaduste tõlgendamine. Kliendi varjus olevate vajaduste tõlgendamine on võimalik näiteks koos temaga piltkaartide vaatlemine, kus klient peab kommenteerima erinevatel kaartidel olevate piltide põhjal, kuidas need kuvandid kuvavad tema enda olemust.

Kliendi tema käitumise jälgimine annab samuti hulgaliselt olulist ja rakenduslikku informatsiooni, kuna nii saab vahetult teada, mida klient tegelikult teeb selle asemel, et sõltuda tema arvamusel mida ta arvab tegevat. Näiteks klienti restoranis kogu

tema vastava külastuse ajal jälgides märkame tema reaktsioone erinevatele külastuse aspektidele ja sinna hulka kuulub ka selline käitumine, mida klient ise ei teadvusta või tunnista.

Kliendi mõistmiseks kasutatakse ka teatud kliendiprofiile, mis on omalaadsed karikatuurid erinevate kliendirühmade käitumismudelitest. Nii et jagata kliente rühmadesse mitte sotsiaaldemograafiliste näitajate, vaid hoopis kliendina käitumise eripärade põhjal.

Innovatsioon käsikäes kliendiga

Uurijal-arendajal peab olema ka empaatiavõimet, et vaadata tulevikku, sest ainult kliendirahuolu mõõtmisest ei piisa, kuna tegemist on minevikku ja olevikku käsitleva infoga. Seega peaks senise ja praeguse kliendikäitumise pealt ka ennustama, et mida klient tegelikult vajab ja kompenseerib antud teenusega ning mida see võib tähendada nende tulevikukäitumises. Peab leidma aega lisaks kliendiinfoga tutvumisele ka klientidega tutvuda, et mõista, milliseid lahendusi ja miks nad vajavad lähtudes sellest, kuidas nemad nii elu, ennast kui vastavat teenust näevad. Mida nad on seni kasutanud? Milline oleks ideaallahendus, et teenus oleks maksimaalselt ja täpselt elamuslik? Innovatsiooni- ja arendusprotsessi eel kogutud kliendiinfo põhjal peaks ka ennustama, kuidas klientide eluolu võiks muutuda väljaarendatavaid teenuseid kasutades ja millised uued väljakutsed sellega omakorda kaasnevad. Mida klient võiks veel meist ja meilt tahta? Kuidas teda ka tulevikus tugida? Kust leida uusi kliendisegmente?

Kogu arenduse kese on kliendi poolt tajutav väärtus. Klient huvitab ikkagi ainult tema enda vajadused ja kasu ning väärtus, mida ta leiab saavat. Seega väärtus omab võtmetähtsust läbi kogu arendusprotsessi.

Arendaja näeb ainult mingit piiratud osa kliendi elust, mistõttu on risk, et tõlgendamise ja arvamisega võib üle pingutada. Meeles peab ka pidama, et kliendi käitumist, ootusi ja vajadusi mõjutavad ka seltskond ja olukord. Igaühel meist on palju erinevaid rolle, milles olles varieeruvad ka meie vajadused.

Moilanen soovib kindlasti kaasata ideetamise ja arendamise kliente, sest nii kasvab ka kliendi sidusus antud teenuse ja selle pakkujaga. Näiteks HOK Elanto Food Lab'is on klient protsessis arendustiimi kaasatud ja nii võtab mingis mõttes klient kanda ka osa vastutusest antud teenuse arendamise edukuse suhtes.

„Oleme märganud, et tiimis osalev klient suhtub nii arenduses olevasse ideesse, kontseptsiooni kui teenusesse hoopis uuel moel ehk süvenenumalt ja peab lausa kohustuseks ka uue teenuse turundusse panustada oma suhte- ja kontaktvõrgustiku kaudu. Paljudele pakub huvi kiigata ka toiduvalmistamise köögi poolele. Muud kaasalöömisemotiveid on võimalus midagi mõjutada, sotsiaalsus, soov õppida ja saada uusi ideesid“, selgitab Marita Parkkari HOK Elantost.

„Meid kui arendajad motiveerib võimalus arendada ja pakkuda just selliseid teenuseid, mida klient tegelikult vajab ja ka kasutab. Selline protsess õpetab ka meile endile palju uut. Me ei pea kogu protsessi viimane päris kindla lõpuni ehk teenusekontseptsioonil peab olema võimalus „elada“ kogu protsessi ja ka loodus lahendus testiperioodi ajal. Kui oleme ise uurimisse kaasatud, on kliendi vajadused ja tunded meile ka vahetumalt käes ja saame neid hoopis sügavamalt ja efektiivsemalt oma protsessides ära kaasata,“ jätkab Parkkari.



Olemasoleva teenuse (p)arendamine

Juba olemas oleva teenuse hindamine kliendi vaatenurgast võib avada nii teenuse pakkujat kui arendaja silmad hoopis uutele võimalustele.

„Teenuse tervikkvaliteet ja selle hindamine ei ole iseenesestmõistetavus, aga kahjuks jääb kliendi kogemuste sügavam käsitlemine tihti argikiiretele jalgu.

Eriti väiksemas ettevõttes võib olla teenuse pakkumise ja tarbimise tervikprotsessi nägemine arendusmõtte nurga alt problemaatiline,“ arwab Haaga-Helias hariduse omandanud ja nüüd Tumlare Corporation'is töötav Heidi Forss-Anila. Tema on koostanud Story Based Service Design (SBSD) Evaluation meetodi, mille abil on võimalik hinnata teenuse ja selle erinevate elementide elamuslikkust kliendi vaatenurgast. Meetod seisneb teenuse kui terviku jälgimist kliendi reageeringute vaatlemises nii teenusekeskkonna kui –protsessi osas. Erinevaid lookesi kokku pannes saab kätte nii erinevate kliendirühmade suhtumise teenuse tervikkvaliteeti kui ka sellest lähtuvad (p) arendusvajadused. Meetod rakendub küsimustiku abil nii teenusekeskkonna kui –protsessi elementidele hinnanguid andes ja on eriti sobiv ettevõtetele, kelle toote või teenuse pakkumine on seotud lugude rääkimisega, kusjuures sellise ettevõtte jaoks võib antud meetod osutada lisaks toote- ja teenusearendusele ka kliendile räägitavate lugude arendamise vahendiks.

Haaga-Helia Hospitality Competence Centre in Estonia käsitleb teenuste disaini antud kevadel Eestis lausa kolmel korral – esmalt 16.02 Hospitality Insider's Club'is, seejärel 23.märtsil ja 6.aprillil toimuval lühikursusel. Kahte mainitud korda korda seob aga üks tegija ehk Tegija – Dr. Teemu Moilanen kui rahvusvaheliselt tunnustatud teenuste disainija Haaga-Helia Rakenduskõrgkoolist.

Täpsem info Haaga-Helia Hospitality Competence Centre in Estonia kodulehelt www.haaga-helia.ee.