

visit estonia

# Turismiettevõtete ärimudelite arendamine

## Toetuse olemus, eesmärk ja tegevused

Jane.Jakobson@eas.ee

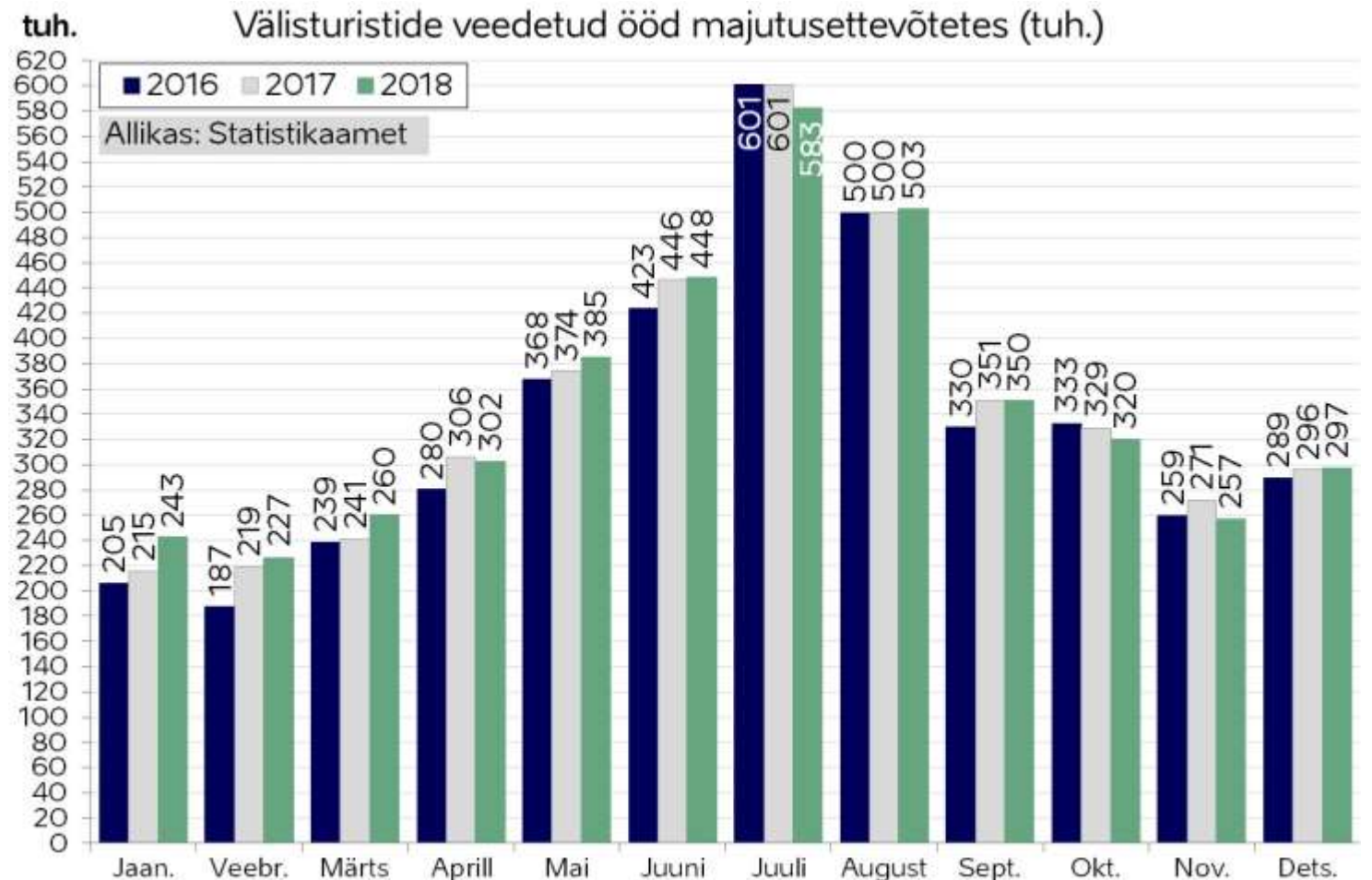
Turismoetuste koordinaator

EAS turismiarenduskeskus



# Turismitoetused 2014-2021

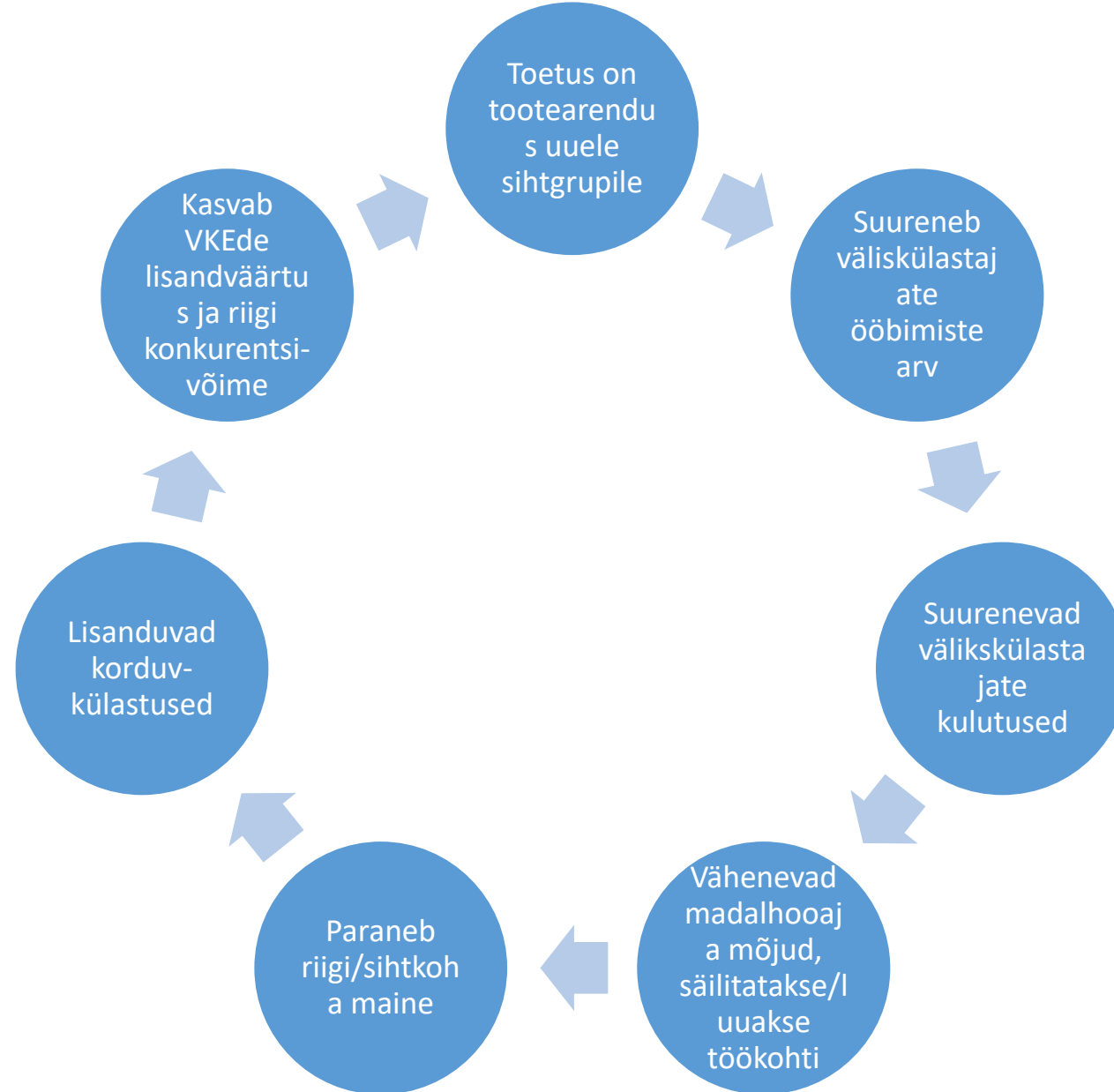
- Kasvatada väliskülastajate ööbimisi Eestis
- Suurendada turismiteenuste eksporti (väliskülastajate kulutused Eestis)
- Vähendada madalhooaja mõjusid
- Vähendada regionaalsust ja suunata turiste Tallinnast välja
- Edendada väikese ja keskmise suurusega turismiettevõtlust



# Turismisektori eripärad

- kõrge tööjõuvajadus, madalad palgad (600 eurot keskmine),
- pikk investearu tasuvusaeg (20-25 a), keeruline laenu saada
- kõrge amortisatsioonikulu, kuna huvitavad külastuskeskused asuvad pigem ajaloolistes ja muinsuskaitsealustes hoonetes
- pidev täiendavate investeeringute vajadus korduvkülastuste loomiseks
- kopeerivad lahendused, traditsioonilises mõtlemises kinni
- keerulised omandivormid (avaliku sektori allasutused, ei või konkureerida eraettevõtlike teenuste turul ja seega madal võimekus ise tulu teenida, kõrge sõltuvus toetustest)
- madal lisandväärtus (2015 a majutussektor 2 x madalam Euroopa keskmisest)

# Turismitoetuste mõjuahel



# Turismiettevõtete ärimudelite toetus

Kokku 6 milj. eurot

- Grupikoolitused ja ettevõttepõhine mentorlus ärimudelite arendamiseks
- [Toetus](#) uuendatud ärimudelite rakendamiseks  
5 061 000 eurot (ca 30 projekti, sh 2 rahatatud)
- Toetuse suurus 20 000-200 000, ei ole seotud varasema käibega
  - Siiski hinnatakse ettevõtte võimekust ise katta projekti kulud (millest toetus makstakse välja tavapäraselt tagasiulatuvalt peale kulude katmist) ja jätkata oma igapäevast tegevust raskustesse sattumata
- Toetus 60% ja omafinantseering 40%
  - näide: kui toetus 200 000 eurot, siis 133 333 OF
- Taotlemine jääb avatuks kuni 2022 või kuni vahendeid jätkub
- Projekti kestvus 3-18 kuud
- Enne toetuse taotlust on võimalik läbida ettevõttepõhine mentorlus

# Toetust saanud projektid

(7 esitatud, 2 rahastatud, 1 menetluses)

## Loodus BioSpa Diatorium toetus 150 000

- Loodus BioSpa on 20 a jooksul Tartu külje all edukalt korraldanud ravipaastu- ja dieedikuure täiskasvanutele.
- Kiirtoidu tarbimise kasvu trend tekitab rasvumise probleemi ka laste seas.
- Projekt rakendab uut teenust, mis võimaldab luua tervislike toitumisharjumusi 2 põlvkonnal läbi koolituse ja praktiliste toiduvalmistamise oskuste omandamise.
- Projekt loob tervislikud toitumisharjumused perekonnas, mille tulemusena väheneb ülekaal ja sellega kaasnevad terviseriskid ning haigestumised peredes.
- Tootearendus (peretoad ja seminariruum toidukoolitusteks) uue segmendi toomiseks välisturgudel ja olemasoleva segmendi pikemaks viibimiseks ning teenuse kõrgemaks hinnastamiseks.
- Välisturul toimivad kanalid, kõrge isiklik panus teeb sama lahenduse kopeerimise teistel ettevõtetel keeruliseks, säilib ja areneb konkurentsieelis, luuakse reisimotivatsiooni välisturgudel.

## Spaahotell Laine uue ärimudeli rakendamine — uute Eesti ravimudatoodete-teenustega tervise- ja heaoluspaa väljaarendamine, toetus 195 000 eurot

- Projekti tulemusena rakendatakse spaahotell Laine uus ärimudel - kaasaegses tervise- ja heaoluspaa pakutakse laia valikut uudseid Eesti ravimuda jt loodustoodetega tervise- ja heaoluteenuseid, mida tarbivad vanuses 40+ turistid naaberriikidest Soome, Läti ja Venemaa.
- Oluline segmendi muudatus ja tootearendus läbi wellness teenuste ala juurdeehituse, tulemuseks käibe kaotuse vältimine ja uue käibe tekitamine.
- Arendatav mudaraviteenus wellness segmendile on iseloomulik sellele piirkonnale ja toetab Haapsalu turundussõnumeid välisturgudel, samas ärimudeli kopeerimine ei ole keeruline ka teistel ettevõtetel.

# Toetus on teenuse arendamiseks ja turundamiseks välisuru klientidele

Teenust võidakse müüa ka Eestis ja saada suurem osa müügitulust Eestist, kuid taotleja näitab projektis oma võimekust iseseisvalt välisurule reisimotivatsiooni luua, teenust osutada ja turismiteenuste ekspordist tulu teenida

- vastavale keelele ja sihtgrupile sobilikud infokanalid (nt Hiina turu eripärad)
- turundustegevuste täpne sihtimine valitud segmentidele (võrgustikud, otsekontaktid)
- tootearendus ja meeskonna koolitus uute klientide teenindamiseks
- teenindus ja klienditeekond teenuse tarbimiseks kohapeal

Lisaks sellele valida 1 tegevus alljärgnevast kolmest valikust, mis on välisuru fookusega kõikides projekti alljärgnevalt toodud 3 tegevuses

# Jazzkaare soovitused

O1.10 sündmuste toetuse infopäeval: ole seal, kus on sinu kliendid

Suurte rahadega festivalidega konkureerida ei suuda, kõiki turge vallutada ei saa

Tunne oma publikut: kui vana, mees/naine, kust tuleb, millele on valmis kulutama

Mõtle läbi, mida on võimalik saavutada piiratud eelarve vahenditega

Eristu teistest festivalidest

Igale suuremale sihtgrupile erinevad sõnumid ja kanalid (sotsiaalmeedias noorem publik, piletimüük teistel festivalidel vanemale publikule), sõnumiteks nii festival ise, sihtkoht kui Eesti

- Estonia - full of inspiration!
- Nature - full of improvisation!
- Tallinn - full of jazz!





## Toetatavad tegevused:

### 1) Teenuse arendamine uuele välisturu kliendisegmendile (huvi või reisikäitumise alusel)

- Turg võib olla selline, kus ettevõtte juba aktiivselt turundust teeb, sel juhul tuleb valida uus ja piisavalt senisest eristuv segment, kellele ka toodet arendatakse
- Segment: näiteks äri-, pereturist, grupp, individuaalreisija, süvahuvidega loodusturist või üldhuvidega loodusturism jne
- Pigem vähem segmente/turge, aga terviklikult läbi mõeldud klienditeekond ja senisesse ärimudeli tervikusse sobiv lisandus
- NB Ainult turgudeülene turundus või üldine teavitustegevus välisturgudel (näiteks võrgustikuga koos messile minek, üldistes voldikutes informatsiooni jagamine) ei ole piisav, et projekt hinnataks positiivseks

# Soome pereturistid

Soome elanikkonna küsitlus Eesti maine puhkusesihtkohana (2019)

visit  
estonia

- 57% küsitletutest, kelle peredes on lapsi, ütlevad, et Eesti on atraktiivne sihtkoht lastega peredele.
- 14% kõikidest vastanutest leiavad, et Eesti ei ole atraktiivne pereturismi sihtkoht
- Kõikide küsitletute hinnang sellele, kas Eesti on atraktiivne sihtkoht lastega peredele, on 5-palli süsteemis on **kokku 3,59**.
- Üle poole nendest, kes ei kavatse Eestisse lähemal ajal reisida, toovad välja kõige negatiivsemana, et Eesti ei ole atraktiivne lastega peredele

Põhjused, miks soovitakse tulla Eestisse

- 21% vastanutest: kultuur, muuseumid, arhitektuur, vaatamisväärsused. Väga teadlikud külastajad, kes ootavad konkreetseid uudiseid uute näituste ja teenuste kohta
- 16% kvaliteetne toit, head restoranid
- Eestisse saab reisida keskkonnateadlikult – ilma lennukita  
NB! Ühistranspordiga saabumise juhised teie juurde alates Tallinna sadamast

Lastega reisijatest alla 6-12 aastaste lastega eelistatakse peale ostude ja restoranide käia ka pereatraktsioonidel (57% vastanutest) 13-17-aastaste lastega eelistatakse pigem muuseume, näituseid, arhitektuuri, looduses viibimist ja seejärel või muuhulgas ka pereatraktsioone.

# ReviewPro 14 majutusettevõttele tagasisidet andnud rahulolu hinnang rahvuste kaupa (2019 vs 2018)

## Countries/Areas

Countries/Areas	Index		Reviews			Mentions			
 Global Review Index™	89.7%	+0.5	3,548	+621		77%		23%	-0.2
 Estonia	87.7%	-0.6	1,032	+273		73%		27%	-7.9
 Finland	86.2%	+1.5	259	+82		54%		46%	-23.4
 Latvia	89.1%	+0.6	151	+39		80%		20%	+7.4
 Russia	92.0%	+0.4	118	-20		80%		20%	+3.5
 Germany	88.0%	-0.5	49	+15		73%		27%	+2.7
 France	-	-	14	+6		82%		18%	+13.9
 Poland	-	-	12	+8		60%		40%	-6.7
 Sweden	-	-	11	+4		100%		0%	-
 Italy	-	-	10	-		58%		42%	-13.5
 Norway	-	-	9	+4		20%		80%	-70.0

# Valgamaad külastanud online tagasiside andjate segmendid (ReviewPro 14 majutusettevõtte andmetel)

## Trip Type

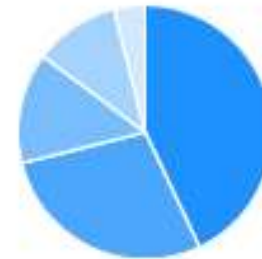
Largest Group

43.0%  
Couple

-0.7

Reviews

784 +63



Couple	43.0%
Family	28.1%
Group	14.1%

Group	Index		Reviews			% Responses	
♥ Couple	88.7%	+1.7	784	+63	<div style="width: 100%;"><div style="width: 90%;"></div></div>	43.0%	<div style="width: 100%;"><div style="width: 90%;"></div></div> -0.7
👨👩👧 Family	88.5%	+0.4	513	+105	<div style="width: 100%;"><div style="width: 90%;"></div></div>	28.1%	<div style="width: 100%;"><div style="width: 75%;"></div></div> +3.4
👨👩👧 Group	89.7%	+0.9	257	+11	<div style="width: 100%;"><div style="width: 90%;"></div></div>	14.1%	<div style="width: 100%;"><div style="width: 20%;"></div></div> -0.8
👤 Solo	88.5%	-0.0	198	+32	<div style="width: 100%;"><div style="width: 90%;"></div></div>	10.9%	<div style="width: 100%;"><div style="width: 15%;"></div></div> +0.8
👨 Business	86.2%	-3.6	71	-35	<div style="width: 100%;"><div style="width: 90%;"></div></div>	3.9%	<div style="width: 100%;"><div style="width: 5%;"></div></div> -2.5
🌐 Other	-	-	1	-4	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>	0.1%	<div style="width: 100%;"><div style="width: 0%;"></div></div> -0.2

# Toetatavad tegevused:

## 2) Teenuse protsesside arendamine

- Personali, turunduse, tootmise ja teeninduskvaliteedi arendamiseks
- Tootearendus: premium ehk personaalsemat väärtust pakkuvad teenused, teenused elamust pakkuvad teenused, teenused pikemaks viibimiseks
- Klienditeekonna kitsaskohtade lahendamine, energiasääst ja säästva turismi lahendused, kulude kokkuhoiuvõimalused ja seeläbi uus tulu jne
- Lahendus peab olema terviklik kliendikogemus ja väliskliendi vaates huvipakkuv
- Lahendusega kaasneb müügitulu kasv ja/või kulude kokkuhoid
- Toetatakse elamuste väärtuspakkumise arendamist ja hinnatakse, kas ettevõttel on olemas kompetents ja oskused turismiteenuste pakkumiseks välisturu klientidele

# Teenuste disain: väärtuspüramiid

Muuseumi näitel:

Functional — koguda, säilitada, tutvustada —  
ühekordne muuseumipäese

Emotional — elamusgiidid, workshopid, muuseumipoe  
müük — kõrgemalt hinnastatud ja personaalsem  
teenus

Life changing — muuseumi sõprade seltsi temaatilised  
ühisreisid, aastapääsmed

Social impact - kogukonna uhkustunne,  
reisimotivatsiooni looja

## The Elements of Value Pyramid

Products and services deliver fundamental elements of value that address four kinds of needs: functional, emotional, life changing, and social impact. In general, the more elements provided, the greater customers' loyalty and the higher the company's sustained revenue growth.

### SOCIAL IMPACT



Self-transcendence

### LIFE CHANGING



Provides hope



Self-actualization



Motivation



Heirloom



Affiliation/  
belonging

### EMOTIONAL



Reduces anxiety



Rewards me



Nostalgia



Design/  
aesthetics



Badge value



Wellness



Therapeutic value



Fun/  
entertainment



Attractiveness



Provides access

### FUNCTIONAL



Saves time



Simplifies



Makes money



Reduces risk



Organizes



Integrates



Connects



Reduces effort



Avoids hassles



Reduces cost



Quality



Variety



Sensory appeal



Informs

# Ikoonimuuseum

- Eramuseum, väga vähe töötajaid, avatud vaid ettetellimisel
- Ärimudel tugineb kogukonnale pakutavatele teenustele: raamatud, reisirid, ekskursioonid, vestlusõhtud ja väljapeetud pidulikud üritused temaatilistes ruumides, vene köögi catering ja muusikud kasvõi Moskva teatrist



THE MUSEUM OF RUSSIAN ICONS

PEALEHT

EKSKURSIONID

RAAMATUD

REISID

GALERII

HINNAKIRI

KONTAKT



## AKEN IGAVIKKU

Muuseumi ikoonide kollektsioon võib vabalt konkureerida suuremate Euroopa ja paljude Venemaa kogudega. Ekspositsiooni kuulub üle 500 vene ikooni, mis on pärit alates 16. sajandist kuni 20. sajandi alguseni. Tulge ja avastage enda jaoks tsaariperekonnale valmistatud meistriteoseid ning kohalike vanausuliste ikoonikirjutajate töid.

Muuseum on avatud vaid ettetellimisel. Täiusliku elamuse muuseumi kogust saab tellides ekskursiooni kogunud giidi juhendamisel.

Ikoonimuuseumis toimuvad avalikud ekskursioonid, millest saavad osa võtta ka üksikkülastajad. **Tulevaste ekskursioonide nimekiri.** Lisaks korraldab muuseum ikoonihuviliste reise Venemaale. **Kultuurireiside nimekiri.**

# Valdkondlikud trendid – muuseumid 2019

## Top 10 Museum Trends in 2019

#10 — Foodies Invade the Museum

#9 — Museum Meetups Become Common

#8 — Museums Finally Take a Stand

#7 — Trusted Places and Safe Spaces

#6 — Augmented Reality / Virtual Reality Goes Mainstream

#5 — More Shared Histories

#4 — Expect New Leadership Models

#3 — Making Data-Driven Museum Decisions

#2 — Everyone Museum Should Have an Instagram Moment

#1 — Museums Embrace the Startup Mindset



# Toetatavad tegevused:

## 3) Unikaalne tehnoloogiline lahendus

- Oma valdkonnas, turismisektoris või Eestis uus tehnoloogiline lahendus
- Millel võiks olla tõenäosus saada edasimüügiartiklikaks ka lahendusena teiste sama valdkonna ettevõtete jaoks
- Projekti tulemusel kasvavad kas ettevõtte väliskülastajate poolt tehtud kulutused või suudetakse mudelit eksportida välisturu ettevõtetele ja tulud kasvavad mudeli edasimüügi kaudu

NB unikaalne tehnoloogiline lahendus ei ole majutusettevõtte automatiseerimine, milleks on vabaturul mitmeid lahendusi saadaval. Automatiseerimine võib olla protsessi arendus (eelmine slaid), kui selle juurde tekib ka eristuv ärimudel

# Täpsustused toetatavatele tegevustele

- Väliskülastajate vahendusteenus, nt koostöö sadamasse tulnud turistide teenindamiseks või konverentsile saabunud turistide teenindamiseks ei täida iseseisvalt välisturule mineku kriteeriumit
- Toetus ei ole alustava turismiettevõtte starditoetus ega olemasoleva ettevõtte teenuste uuenduskuuri läbimine, vaid arenguhüppe toetus
- Ei toetata jahiturismi (küttemisega seotud teenuste arendust), meditsiiniturismi, kasiinoturismi jmt, mis ei vasta Eesti brändi väärtusele
- Üksikute arenduste planeerimine, nt lobby uuendamine või juurdeehituse ulatuses energiasäästu rakendamine ei ole piisav, et uut ärimudelit saaks kommunikeerida müügiargumendina välisturgudel
- Standardteenuste loomine ja ettevõtte tavapärase arendustegevuse teostamine (*facelift*) ei ole piisav. Iga ettevõtte peab uuendama oma tegevusi, et konkurentsisis püsida ja klientides huvi säilitada.
- Toetuse andmine ja ühele ettevõttele teiste ees konkurentsieelise pakkumine peab olema põhjendatud eristuvate lahenduste ja segmendile disainitud teenuste kaudu

# Kes saavad taotleda?

- KOV, riigiasutus ja nende allasutused
- Vähemalt 36 kuud tegutsenud Eestis registreeritud juriidiline isik
  - piirangut taotleja senisele tegevuse sisule ei ole, vaid projekte hinnatakse tekkiva ärimudeli sisu järgi
  - näiteks majutustevõtja (va üüriteenus), atraktsioon, muuseum, sündmus, äriturismi teenuste pakkuja, aktiivse puhkuse pakkuja, sadam, sihtkoha arendusorganisatsioon jm

# Kaasatud VKE

- Kui taotleja ei ole väikese või keskmise suurusega ettevõtte (VKE), tuleb kaasata projekti arendusest tulu saav VKE
  - Kaasamine toimub VKE kaaskirja kinnitusega, et ta on teadlik ja soovib osaleda projekti arendustes võimalusega teenindada uusi saabuvald väliskülalastajaid
  - Kaasatud ettevõtte arveldab külalastajatega otse, st need teenused ei ole tasuta ega sisaldu taotleja pakkumises
  - VKE tulemusi küsitakse projekti lõppedes taotleja käest
  - VKE ei ole avaliku sektori allasutus, hoolimata töötajate arvust või käibest ja ka juhul, kui eraettevõtte juhtimises või finantsides üle 25% tuleb avaliku sektori kaudu
  - Ettevõtted üle 250 töötaja või 50 miljoni käibega on suureettevõtted, sh kontsernide puhul liidetakse allasutuste näitajad kokku
  - Projekti hindamisel arvestatakse mõjusid taotleja, kaasatud VKE ja sihtkoha turismituludele

# Taotlemise tingimus

Toetus on vähese tähtsusega abi ehk VTA.

VTA 3 aasta kohta kuni 200 000 eurot. Taotlemise tingimus on, et taotlejal on taotletava toetuse suuruse ulatuses vähese tähtsusega abi jääki.

Kontrolli vaba jääki siit [www.fin.ee/riigiabi](http://www.fin.ee/riigiabi)

NB! Kui taotleja soovib kaasata omafinantseeringusse avaliku sektori vahendeid, siis omafinantseeringu võib küll kogu 40% ulatuses katta ka avaliku sektori vahenditest, kuid sel juhul peab meetmest antava toetuse summa ja muu avaliku sektori finantseering kokku mahtuma VTA vaba jäägi sisse (kokku maksimaalselt 200 000 eurot).

Kui taotleja on avaliku sektori asutus, aga katab omafinantseeringu omatulude arvelt (piletitulu, renditulu, muu müügitulu, aga ka pangalaen või muu erasektori panus), siis võib meetmest antav toetus olla kogu VTA vaba jäägi ulatuses (maksimaalselt 200 000 eurot).

# Toetatavad ehk abikõlblikud kulud (1)

## Soetus- ja arenduskulud

- teenuse, toote või lahenduse arendamise, testimise ja juurutamise kulud;
- ehitamise kulud (sh projekti perioodis teostatud projekteerimine);
- ressursitõhususe saavutamiseks vajalikud kulud;
- teenuse või toote arendamiseks vajalikud materiaalse ja immateriaalse vara ning litsentsi soetamise ja kapitalirendi kulud;
- patendi ja muu immateriaalse vara valideerimise ja kaitsmise kulud;

Eelnimetatud kulud on abikõlblikud vastavalt proportsioonile, mis on seotud klienditeekonnaga.

# Toetatavad ehk abikõlplikud kulud (2)

## Turunduskulud

- välisriigis projekti raames loodud teenuse e-turundusega ning ühekordse ja kampaaniapõhise turundustegevuse läbiviimisega seotud kulud;
- VisitEstonia turismiportaali nähtavuse tagamise kulud toetuse saaja turunduskanalites ja teenuse osutamise kohas;
- välismessil ja -näitusel osalemisega seotud väljapanekukoha üürimise ning väljapaneku ülesseadmise ja haldamise kulud;
- välisriigis turundustegevuse läbiviimisega seotud transpordi- ja majutuskulud;
- toote või teenuse tutvustamiseks vajaminevate tootenäidiste ja turundusmaterjalide valmistamisega seotud ühekordsed materjali ja sisseostetava teenuse kulud;

## Mitteabikõlblikud turunduskulud

- Eestis läbi viidavaid turundustegevusi ja eestikeelsete turundusmaterjalide valmistamist;
- meenete ja kingituste soetamist;
- reklaami levitamise tasusid (telereklaamid, sotsiaalmeedia boostimised, artiklite ostmist jne);
- pressireiside ja reisikorraldajate võõrustamine atraktsioonil (Eestisse transport, majutus, vastuvõtukulu);
- toitlustuskulu.



# Abikõlblikud kulud (3)

- toetuse struktuurifondi teavituskulud;
- projektimeeskonna personalikulud proportsionaalselt projekti heaks töötatud ajaga, välja arvatud projektijuhtimise tasu.

NB! Projekti nõustamisteenuse ja personalikulud võivad kokku moodustada **kuni 20%** projekti abikõlblike kulude maksumusest.

# Mitteabikõlblikud kulud (1)

- tehinguid seotud isikute vahel (tulumaksuseaduse § 8 lõikes 1), välja arvatud personalikulud, mis on vältimatud projekti elluviimise seisukohast;
- kinnisasja soetamise kulud;
- liiklusvahendi või mootorsõiduki soetamise kulud;
- olmeelektroonika soetamise kulud, välja arvatud otseselt teenuse osutamiseks vajaliku seadme soetamine;
- kontorimööbli ja kontoratehnika soetamise kulud, välja arvatud ainult ärimudeli teenuse osutamiseks kasutatava arvuti soetamine;
- müügisüsteemi loomise, arendamise ja soetamise kulud müügiks välisturul ning müügijuhi töötasu (abikõlblik on ainult ettevalmistus müügiks);

## Mitteabikõlblikud kulud (2)

- äriühingu tugifunktsioone toetava kontoritarkvara soetamise ja arendamise kulud;
- kliendi teenindamisega või klienditeekonnaga mitteseotud tehnosüsteemi rekonstrueerimistöödega seotud vee-, kanalisatsiooni-, elektri-, valgus- ja küttesüsteemi tööde kulud;
- jaotusvõrguga liitumise ja liitumiseks vajalike seadmete soetamise ja paigaldamise kulud;
- muu kulu, mis ei ole seotud abikõlblike tegevustega või on projekti elluviimise seisukohast põhjendamatu ja ebaoluline;
- sularahas tasutud kulud.

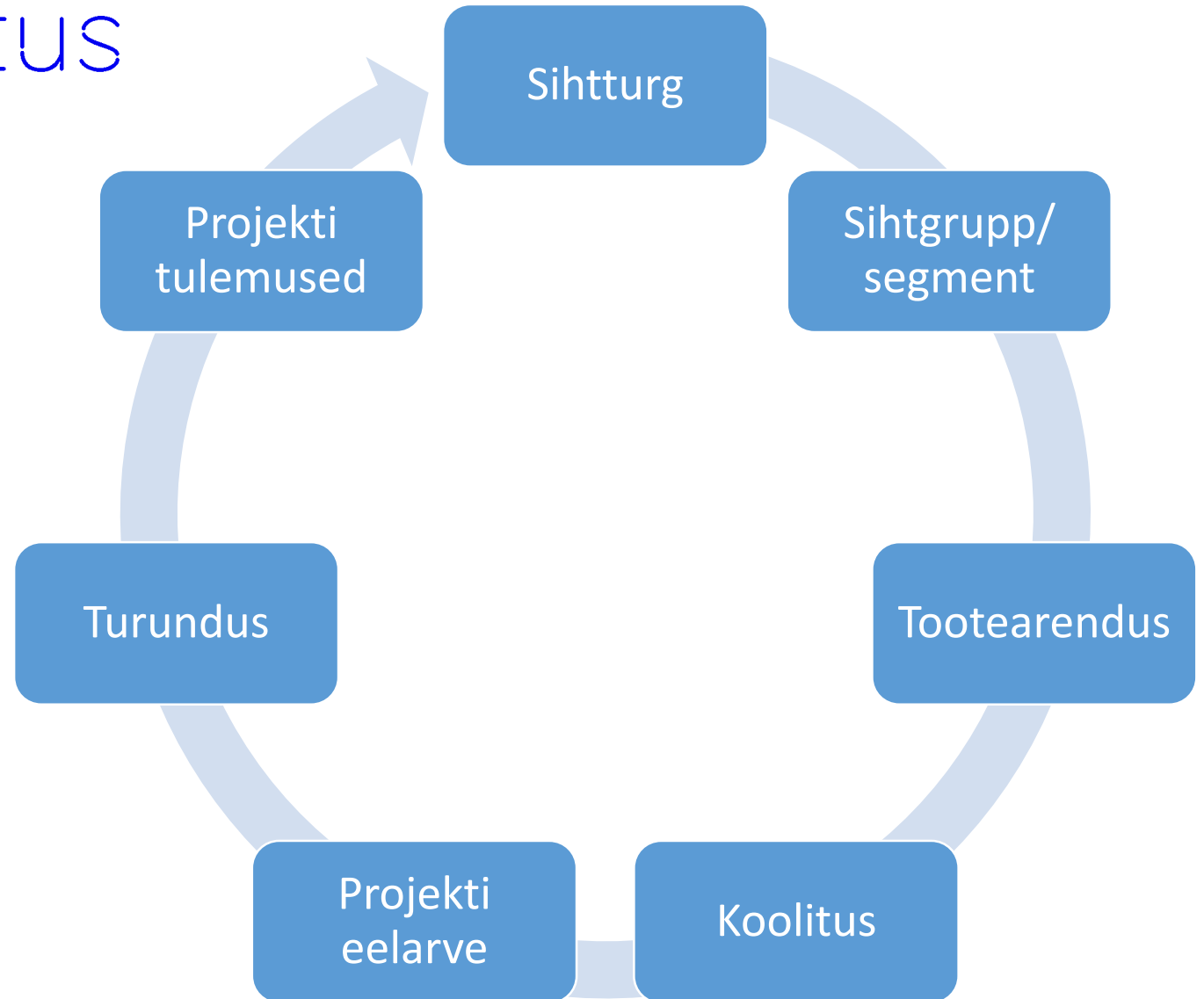
NB! Kuludokumendi abikõlblike kulude summa peab olema vähemalt 35 eurot.

Detailsem nimekiri toetuse määruse §8 lg 6.

# Projekti ülesehitus

Jälgi, et kogu esitatav informatsioon taotluses oleks omavahel kooskõlas

Projekti eelarve saab sisaldada vaid neid kulusid, mis on suunatud konkreetse sihtriigi segmendile tootearenduseks ja kuludeks ning peab olema suunatud projekti eesmärkide täitmisele



# Projektide hindamine:

## 1.1 Projekti mõju Eesti turismisektori rahvusvahelise konkurentsivõime kasvule

- Rahastuseni jõuavad projektid, kelle keskmine koondhinne on vähemalt 2,75/4, st enamus kriteeriumeid peaks olema hinnatud vähemalt hindegaga 3
- 1.1 hinnatakse arendatava ärimudeli mõju, realistlikkust, konkurentsieelise olemasolu ja vastavust meetme eesmärgile.

Hinde 4 kirjeldus (lühendatud kujul):

- Eesmärgid on ambitsioonikad nii tulude kui kliendisegmentide kasvuks aga ka realistlikud
- Müügikäivete prognooside saavutamine on tõenäoline
- Mõju ettevõtja (sh kaasatud ettevõtja kui tegemist suurettevõtjaga) majandustegevusele ning valdkonna võrgustiku (nt erialaliit) või sihtkoha arengule on suur
- Turismitulude maht piirkonnas on märkimisväärne (selleks pakutakse eraldi eeltäidetud töölehte väliskülastajate kulutustega riikide ja segmentide lõikes)
- Ärimudel on eristuv ja see mitmekesistab oluliselt väliskülastajatele Eesti turismitoodete valikut
- Ärimudeli rahvusvaheline konkurentsivõime on kõrge, konkurentsieelised on selgelt välja toodud
- Ärimudeli rahvusvaheline konkurentsieelis väljendub teenuse funktsionaalsuses, hinna ja kvaliteedi suhtes ja/või muudes olulistest eelistes

# Projektide hindamine:

## 1.2 Ärimudeli nõudluse analüüs

- Hinnatakse vastavust rahvusvahelise turu trendidele ja nõudluse olemasolu sihtturgudel, turundustegevuste vastavust valitud sihtrühmadele.

Hinde 4 kirjeldus (lühendatud kujul):

- Ärimudel vastab turismitrendidele, on kooskõlas sihtgruppide ootustega teenuste kvaliteedile ning tekitab täiendava nõudluse.
- Väliskülastaja jaoks on toode või teenus väga hästi tarbitav ja ärimudel moodustab ühe tervikliku väärtuspakkumise.
- Nõudlus on olemas ka pikemas perspektiivis.
- Valitud sihtturg või kliendisegment väliseturul on olemas ja kättesaadav ka pikemas perspektiivis peale projekti tegevuste elluviimist.
- Väliseturundus- ja müügiedendustegevused aitavad parimal moel saavutada planeeritud tulemusi.
- Ärimudel tekitab reisimotivatsiooni Eestisse nii esma- kui korduvkülastusteks.

# Toetuse mõjude hindamise näide

Projektidele väljaspool Tallinna antakse väike asukohaeelis (läbi hindepunktide 3.kriteeriumis), kuna Tallinnast väljas on keerulisem uusi lahendusi juurutada

- 4 Projekti läbiviimise koht asub väljaspool Tallinna, Tartu ja Pärnu linna
- 3 Projekti läbiviimise koht on Tartu või Pärnu
- 2 Projekti läbiviimise koht on Tallinn

Projekti lõpuks:

- Uue ärimudeli arendused peab olema teostatud
- Projekti tulemuseks on uue ärimudeli rakendamine ja selle **müügivalmiduse loomine** välisurul, kuid mitte müügi teostamine (müügijuhi palka ja müügivahendusplatvormidega seotud tegevusi ei toetata)
- Arendatud teenused on koheses müügivalmiduses, ei saa olla sõltuvad jätkuarendustest
- Tuleb tõendada uued loodud täistööajale taandatud töökohad, kui neid projektis lubati luua (vastavalt projektis toodud lubadustele)

2 aastat pärast projekti lõppu monitoorime järelaruande käigus projektiga loodud mõjusid ehk ettevõtja lisandväärtuse ja turismitulude kasvu:

- Turismitulu projektis arendatavast tootest, teenusest või tehnoloogilisest lahendusest (nii toetuse saaja kui kaasatud VKE tulused arvestades), s.h eraldi turismitulu välisküllastajate teenindamisest (ekspordist)

# Kokkuvõtteks



- Õpi tundma oma kliente ja nende väärtushinnanguid.
- Sõnasta väärtused, mida klientidele pakud - sõnasta oma missioon klientide seisukohast - miks?
- Ole kohal seal inforuumis, kus on sinu klient, võta nende tagasiside arvesse
- Kui sinu ärimudel on kliendile loodava väärtuse seisukohast katkine, siis paranda esmalt see
- Tutvu trendidega. Suhestu trendidega läbi klienditeekonna tootearenduse ja turunduse
- Disaini teenuseid kaasaegsete tööriistade abiga
- Testi ideid personade peal
- Hinnasta toode erinevates kategooriates ja arenda lisaks tavakülastustele ka personaalsemaid ehk Premium teenuseid
- Pea meeles, et muudatusi juhib klient (mitte EAS)
- Jälgi, et klient kogeks lubadusi oma külastuse ajal – personal ja interjäär peaksid olulist peegeldama (mitte ainult veebileht)



visit estonia

Aitäh!



Euroopa Liit  
Euroopa  
Regionaalarengu Fond



Eesti  
tuleviku heaks