

# Kuidas turundada Lääne-Virumaad?



*15.11.2007, Haljala*

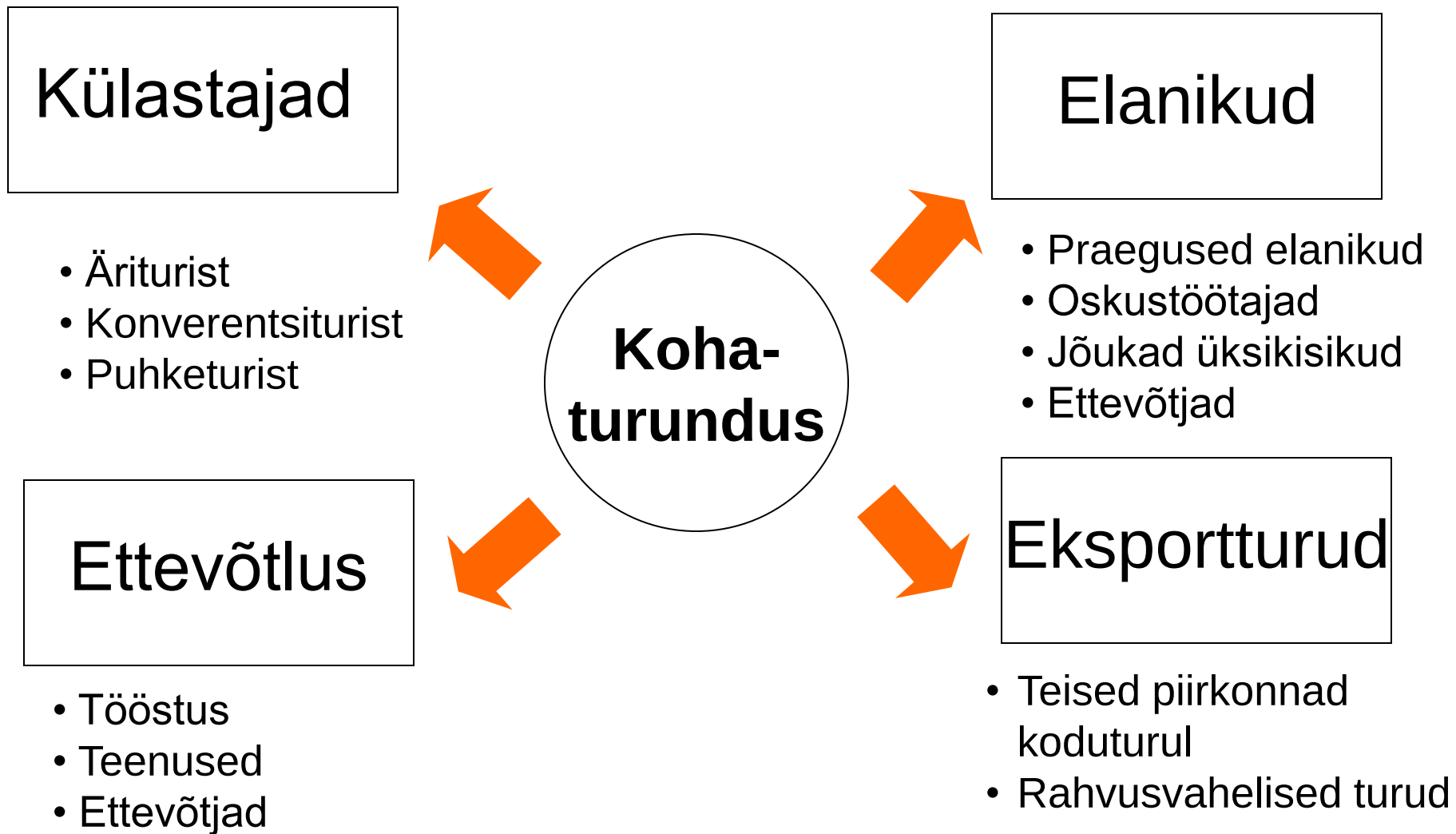
# Mis on kohaturundus?

---

- ◆ Kohaturundus tähendab koha kujundamist selliseks, et see täidaks oma sihtturgude vajadusi.

*Philip Kotler (Marketing Places, 2002)*

# Kohaturunduse sihtgrupid



# Bränd kui kohaturunduse instrument

---

- ◆ Kohabränd – märk kohast sihtgruppide teadvuses
- ◆ ‘Ostuotsuseid’ tehakse sageli brändi, mitte (vaid) objektiivse tegelikkuse põhjal, nt
  - Reisisihtkoha valik
  - Investeeringu asukoha (eel)valik
  - Elukohavalik (sh valik mitte elada kohas)
- ◆ Hea kohabränd tugineb siiski tegelikkusel (ainesel)

# Identiteedist kuvandini: tavatooted

---

## Brändi identiteet

Brändi  
kommunikatsioon



## Brändi kuvand

Kuidas toote arendajad  
tahavad, et toodet  
tunnetataks

Kuidas toodet tegelikkuses  
tunnetatakse

# Identiteedist kuvandini: kohad

**Koha 'vaim'**

Ajalugu, traditsioonid,  
väärtused, hoiakud jm



**Brändi identiteet**

Kuidas koha elanikud /  
juhid tahavad, et kohta  
tunnetataks



Brändi  
kommunikatsioon

**Brändi kuvand**

Kuidas kohta tegelikkuses  
tunnetatakse



# Miks turundada maakonda?

---

- ◆ Kohaturundust teostatakse üha rohkem piirkondlikul tasandil



# Kohaturunduse piirkondlik raskuskese



# Miks turundada maakonda?

---

- ◆ Kohaturundust teostatakse üha rohkem piirkondlikul tasandil
- ◆ Mitmed Eesti maakonnad moodustavad loomuliku terviku, iseseisvad kohabrändid (nt Saaremaa)
- ◆ Maakond võib täita koondavat / konsolideerivat rolli
  - Katusbränd KOV-idele

# Miks MITTE turundada maakonda?

---

- ◆ Kaasaegne maakond ei pruugi moodustada orgaanilist, iseseisva identiteediga tervikut
  - Tehislikud/kunstlikud piirid
  - Administratiivne iseloom
- ◆ Maakonna turundamine ei lähtu sihtgruppide vajadustest / kategooriatest
  - Näide: Põhja-Eesti maakondlikud turismiteed



# Põhja-Eesti turismiteed



# Miks MITTE turundada maakonda?

---

- ◆ Kaasaegne maakond ei pruugi moodustada orgaanilist, iseseisva identiteediga tervikut
  - Tehislikud/kunstlikud piirid
  - Administratiivne iseloom
- ◆ Maakonna turundamine ei lähtu sihtgruppide vajadustest / kategooriatest
  - Näide: Põhja-Eesti maakondlikud turismiteed
- ◆ Võimaldab ära kasutada laiemal piirkonna turundamisest tulenevaid sünergiaid
  - Võimendab sõnumit
  - Alandab kulusid

# Lääne-Virumaa: identiteedi allikad

---

Üldine



- ◆ **Piirkond:** Põhja-Eesti
- ◆ **Ajalooline maakond:** Virumaa
- ◆ **Tänane maakond:** Lääne-Virumaa
- ◆ **Maakonnasisesed piirkonnad:** Lahemaa, Pandivere
- ◆ **Linnad:** Rakvere, Tapa, Kunda, Tamsalu
- ◆ **Üksikobjektid:** Palmse mõis, Rakvere Linnus jt

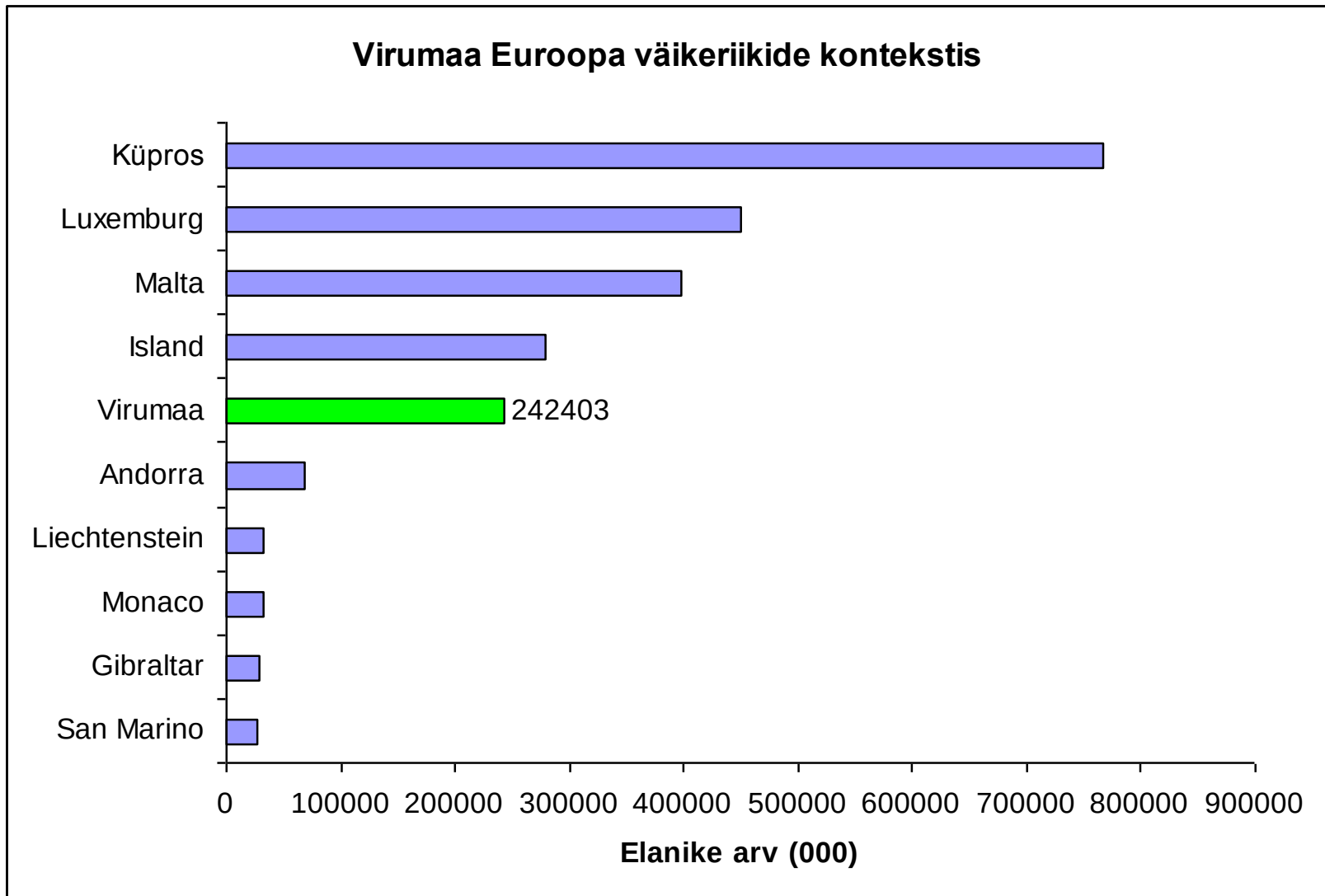
Üksik

# Virumaa katusbränd: põhjendused

---

- ◆ Piisavalt suur regionaalbrändi jaoks

# Virumaa: mitte kõige väiksem!





# Virumaa katusbränd: põhjendused

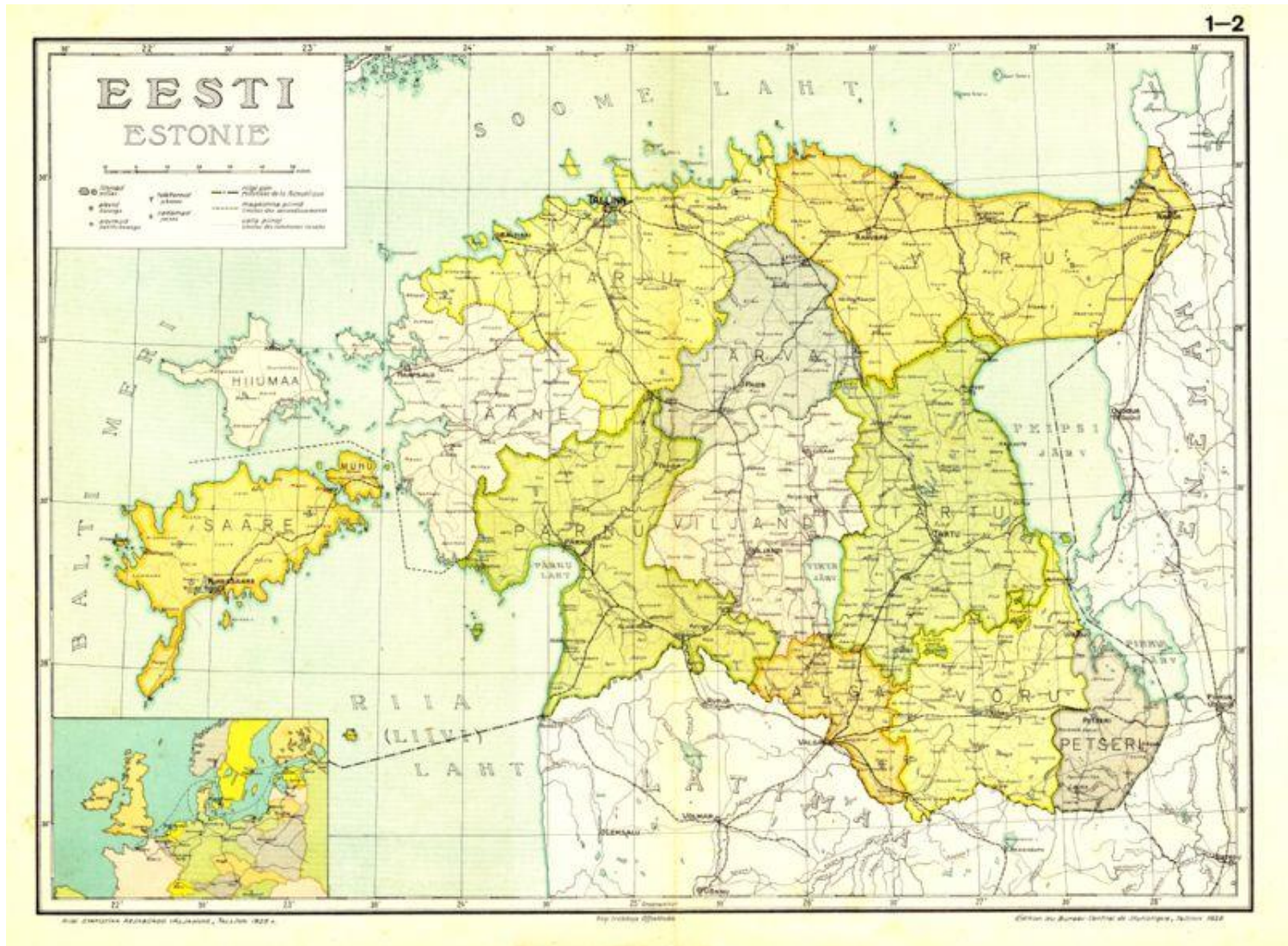
---

- ◆ Piisavalt suur regionaalbrändi jaoks
- ◆ Eesti järjepidevamaid maakondi – kuni 1940

# Virumaa: Muinasaegne maakond



# Virumaa: 1920-1940



# Virumaa katusbränd: põhjendused

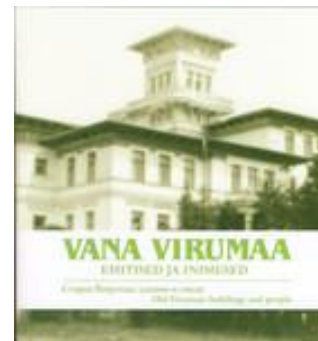
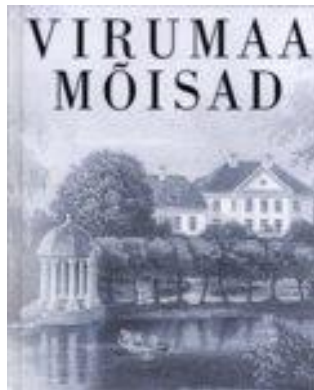
---

- ◆ Piisavalt suur regionaalbrändi jaoks
- ◆ Eesti järjepidevamaid maakondi – kuni 1940
- ◆ Rikkaliku märgilise tähendusega
- ◆ Vastastikuselt täiendavad ressursid Lääne-, Ida-Virumaal
- ◆ Võimaldab koondada ressursse, alandada turunduskulusid maakonna kohta
- ◆ Juba spontaanselt ja laialdaselt kasutuses



# Virumaa katusbränd: näited

**Virumaa**  **Teataja**



- ◆ Veel: Virumaa Kirjandusauhind, Viru Rally, Viru Maraton, Viru Laul, Viru Vägilane, Virumaa Lõõtsapäevad jpm

# Virumaa katusbränd: kuidas edasi?

---

- ◆ Eesmärkide täpsustamine, sihtgruppide prioritseerimine
- ◆ Poliitilise tahte tekitamine/tõstmine koostööks (Lääne + Ida-Viru)
- ◆ Ühise kohabrändi strateegia arendamine (brändi väärtused, iseloom, visuaalne identiteet)
- ◆ Kohabrändi väärtusi toetavate tegevuste algatamine, nt
  - Elanikud: Virumaa Päev(ad), Virumaa (Ränd)Pealinn
  - Ettevõtted: InvestInViru.eu
  - Turistid: Virumaa Rännutee

# Lõpetuseks

---

- ◆ Lääne-Virumaal on piisavalt ainet, mida turundada
- ◆ Hea kohaturundus algab koha sügavama identiteedi e. 'Koha Vaimu' avastamisest ja tunnetamisest
- ◆ Lääne-Virumaa identiteet ei lähtu maakonna piiridest – seega tuleks panustada alternatiivsetele brändidele
- ◆ Lääne-Virumaa kohaturunduse esmane eesmärk peaks olema elanike lojaalsuse kasvatamine kodumaakonna vastu
  - Alustada tuleks kõige väiksematest (lääne)virumaalastest