



visit PÄRNU



Lootus
AiT
studio

Pärnu turismisihtkoha strateegia 2025-2029 koostamine

Strateegia vahekokkuvõtte peale 10. juuni kohtumist

2029 peaeesmärk on madalhooaja* lühendamine!

Mai ja septembri ööbimiste
arvu kasv $X \rightarrow Y$.

Madalhooaja osakaalu kasv
aasta ööbimistes $X \rightarrow Y$

Madalhooajal toimuvate
rahvusvaheliste sündmuste
arv $X \rightarrow Y$.

Millised on
numbrid?

* - madalhooaeg: september - mai

Strateegia elluviimise mõõdikud

- Strateegia koostamise üks lähtekoht on olnud, et **eesmärgid peavad olema mõõdetavad**.
- Turismisektori suur probleem on **sobiva mõõdiku puudumine** – laialt kasutusel olev ööbijate arv on ajale jalgu jäänud, sest ei hõlma kõiki ööbijad (Airbnb, Booking.com kaudu broneeritavad külaliskorterid) ega kõiki turiste (karavanituristid jmt).
- Käesolevas strateegias näeme siiski ühe olulise mõõdikuna **ööbijate arvu**. Samas on ühe eesmärgi all toodud välja koostöös kolledžiga uue **mõõdiku loomise pilootprojekt**.
- Iga eesmärgi juurde on sõnastatud nõ **suur mõõdik** (väljakutse lahendamise mõõtmiseks) ja **tegevusmõõdikud** (iga alamteema juures).

Rollid strateegia elluviimisel

- **Pärnu DMO** ehk turismisihtkoha juhtimis- ja turundusorganisatsioonina tegutsevad koostöös **Pärnu Linnavalitsus** ja **MTÜ Destination Pärnu**.
- **Visit Pärnu** on DMO bränd, mille all turundatakse terve Pärnu piirkonna turismisektorit (kogu maakond, sh rahvuspargid).
- DMO partneriteks on kõik **Pärnumaa omavalitsused** ja **LEADER-tegevusgrupid**, kes on esindatud läbi **Pärnu turisminõukoja**.

Järgnevatel lehekülgedel on eesmärgid seotud erinevate osapooltega, selleks on eesmärkide juures järgmised lühendid:

AT

AT ehk arendustiim – Pärnu Linnavalitsuse turismitiim.

TT

TT ehk turundustiim – Destination Pärnu tiim.

LV

LV liikmed – valdkonda juhtivad Pärnu Linnavalitsuse tippjuhid.

HOOAJALISUSE
VÄHENDAMINE

PEAMINE VÄLJAKUTSE. Voodikohtade arvult oleme nr 2 piirkond Eestis (vaid Tallinnas on rohkem). Ööbimiste arv ning tipphooaja osakaal on kahe kümnendi jooksul püsinud „platool“. Arenguks vajame rahvusvahelisele küllastajale suunatud **suure potentsiaaliga sündmusi, tippasemel restorane ja suurt turismimagnetit.**

TÄNASTE
TURGUDE
ARENDAMINE

VÄLJAKUTSE. Olukord on riskantne – suurim välisturg on langustrendis ning kaks peamist välisturgu moodustavad välisturistidest 76%. Peame targalt turundama, et neid turge arendada ning hoida. Turunduseelarve on piiratud ning selle suunamine uute turgude loomiseks killustaks liigselt.

KOGUKONNA
KAASAMINE JA
VALDKONNA
MAINE
KUJUNDAMINE

VÄLJAKUTSE. Turism on suure kaudse majandusliku mõjuga sektor, mis samal ajal peab arvestama ka kohalikele elanikele tekkivaid negatiivseid mõjusid. Panustame positiivse mõju selgitamisesse ning negatiivse mõju vähendamisesse.

PIIRKONNA
ÜHTLANE
ARENG

VÄLJAKUTSE. Kuurort linna ja suvepealinnana oleme tuntud, aga looduspargid, UNESCO pärlid ja Romantiline Rannatee aitaks meil rohkem eristuda ja pakkuda laiemat valikut elamusi.

STRATEEGILINE
JUHTIMINE

VÄLJAKUTSE. Strateegia suurim väljakutse on järjepidev ja süsteemne elluviimine. Loome maksimaalsed eeldused elluviimise järjepidevuse jaoks. Hoiame fookuses ka tegevused, mis täna ei too kasu, aga on pikas perspektiivis olulised.



- Madalhooaja osakaalu kasv aasta ööbimistes $X \rightarrow Y$
- Mai ja septembri ööbimiste arvu kasv $X \rightarrow Y$.

PEAMINE VÄLJAKUTSE. Voodikohtade arvult oleme nr 2 piirkond Eestis (vaid Tallinnas on rohkem). Ööbimiste arv ning tipphooaja osakaal on kahe kümnendi jooksul püsinud „platool“. Arenguks vajame rahvusvahelisele külastajale suunatud suure potentsiaaliga sündmusi, tipptasemel restorane ja suurt turismimagnetit.

HOOAJALISUSE VÄHENDAMINE

STIMULEERIMINE
HOOAJALE EELNEVAT JA
JÄRGNEVAT PERIOODI

LV

1. Analüüsime ja leiame viisi kuidas madalhooaja renditasude ja parkimistariifide juhtimise kaudu stimuleerida rannaala madalhooaja teenuste tekkimist ja/või pikendada lahtiolekut.
2. Mais ja septembris toimuvate sündmuste toetamine.

Tegevusmöödik:

1. Mais ja septembris avatud hooajaliste ettevõtete arv.
2. Mais ja septembris toimuvate sündmuste arv.

SOODUSTAME
RAHVUSVAHELISTE
SÜNDMUSTE
TOIMUMIST

TT

AT

1. Välituristile suunatud kultuurisündmus(t)e vajaduse täpne defineerimine ja nende algatamise toetamine.
2. Rahvusvaheliste spordisündmuste ning tuntud rahvusvaheliste sündmuste (alam)sündmuste Pärnusse toomine (PÖFF, Latitude59 vmt).

Tegevusmöödik:

1. Mais ja septembris toimuvate rahvusvaheliste sündmuste arv.

ARENDAME
RESTORANIKULTUURI

AT

1. Michelini potentsiaaliga restoranide peakokkadega kohtumise korraldamine eesmärgiga luua tegevuskava Michelini soovituste nimekirja pääsemiseks.

Tegevusmöödik:

1. X soovitusnimekirja restorani
2. Restoranikülastajate rahulolu kasv (GRI indeks ReviewPros).

MEELITAME PIIRKONDA
UUSI TURISMI-
INVESTEERINGUID

LV

1. Initsiatiivgrupi moodustamine.
2. Tegevuskava koostamine.

Tegevusmöödik:

1. Algatatud uute projektide arv.

VÄLJAKUTSE

MIDA JA KES
ARENDAVAD?

ESIMESED
TEGEVUSED

TÄNASTE
TURGUDE
ARENDAMINE

VÄLJAKUTSE. Olukord on riskantne – suurim välisurg on langustrendis ning kaks peamist välisurgu moodustavad välituristidest 76%. Peame targalt turundama, et neid turge arendada ning hoida. Turunduseelarve on piiratud ning selle suunamine uute turgude loomiseks killustaks liigselt.



1. Ööbijate arv.
2. Küllastajate rahulolu Pärnu turismiteenustega (GRI indeks) on ...%

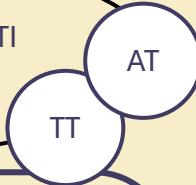
PÖÖRAME SOOME
TURISTIDE ARVU
KASVULE

1. Kaardistame huvitavad segmendid ning nende tänase olulisuse pakkujatele.
2. *Wellness* ja *medical* kliendisegmentidele suunatud kampaaniad.
3. Kultuuri- ja pärandihuvilise segmendi kasvatamine.



- Tegevusmöödik:**
1. Kampaaniate nähtavus ja kaasatus.
 2. SEO tulemused (olulise mahuga märksõnade kaardistamine ning meie positsioon otsingutulemustes).

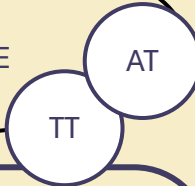
SUURENDAME LÄTI
TURISTIDE ARVU



1. Kaardistame huvitavad segmendid ning nende tänase olulisuse pakkujatele.
2. Pereturistidele suunatud kampaaniad.
3. MICE klientide segmendi testimine - pilootprojekt augustis 2024 (koostöös ECB-ga).

- Tegevusmöödik:**
1. MICE sündmuste arv
 2. Kampaaniate nähtavus ja kaasatus.
 3. SEO tulemused (olulise mahuga märksõnade kaardistamine ning meie positsioon otsingutulemustes).

SISETURISMI
KASVATAMINE



1. Orgaaniline digiturundus (+ tasuline võimendus).
2. PR tegevused.
3. Ettevõtjate eelarvetest finantseeritavate ühiskampaaniate koordineerimine.

- Tegevusmöödik:**
1. Turunduseelarvest kuni 10%.
 2. Orgaanilise sisu nähtavus ja kaasatus.

NIŠITURISMI
SÜSTEEMNE
ARENDAMINE

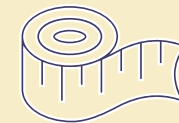
1. Kaardistame loodusturismi ja karavaniturismi segmendid ning nende tänase olulisuse pakkujatele.
2. Loodusturism: koostööprojektid VisitEstoni Loodusturismiühinguga.
3. Karavaniturism: koostööprojektid Saarte DMO-ga.
4. Kõik: orgaaniline digiturundus.



- Tegevusmöödik:**
1. Ühiskampaaniate arv, nähtavus ja kaasatus.
 2. Orgaanilise sisu nähtavus ja kaasatus.
 3. SEO tulemused (olulise mahuga märksõnade kaardistamine ning meie positsioon otsingutulemustes).

PIIRKONNA ÜHTLANE ARENG

VÄLJAKUTSE. Kuurort linna ja suvepealinnana oleme tuntud, aga looduspargid, UNESCO pärlid ja Romantiline Rannatee aitaks meil rohkem eristuda ja pakkuda laiemat valikut elamusi.



- Teenuseostjate arv ja ööbijate arv maakonnas ja linnas.

SUURENDAME ÜHTSUSTUNNET PIIRKONNA ETTEVÖTJATE SEAS

AT

TT

1. Loome kaasamise hea tava.
2. Piirkondade kaasamise tegevusplaani koostamine.

Tegevusmöödik:

1. Ettevõtjate rahulolu DMO toimimismudeliga
2. Ettevõtjate rahulolu DMO korraldatud arendustegevustega.

SUURENDAME RAHVUSVAHELIST DIGINÄHTAVUST

AT

TT

1. Digiturunduse (Google My Business, SEO, digibroneerimine) jätkuv toetamine (nt väikeste nõustamisprogrammide loomine).
2. Teeme ingliskeelsete kirjelduste „spurdi“ – nügime välisturupotentsiaaliga ettevõtete mitmekeelseks muutmist ning kvaliteetsete fotomaterjalide loomist.

AT

TT

Tegevusmöödik:

1. Nõustatud ettevõtete arv ja nende tulemuste paranemine.
2. Veebikülastuste kasv.
3. Management Response paranemine (ReviewPro alusel).

PARANDAME TEENUSTE JA TURISMIINFO KÄTTESAADAVUST

AT

TT

AT

1. „Täna Pärnus“ ekraanide paigaldamine saabumispunktidest + enim külastatavatesse kohtadesse.
2. Turismiinfovõrgustiku kasvatamine.
3. Teenuste juurdepääsetavuse arendamine.

Tegevusmöödik:

1. Ekraanide kasutajate arv.
2. Turismiinfovõrgustiku liikmete arv.
3. Paranenud juurdepääsetavusega objektide arv

ARENDAME DIGIOSTETAVAIK MARSRUUTE

AT

TT

1. Nn „Kuldse ringi“ loomine koos logistikalahendusega (hop on / hop off, teenusepakkuja transfer, rendiauto).
2. „Täna Pärnus 2.0“ – marsruutide koostamine ja ostmine (esimene samm: teostatavuse ja ROI hindamine).

Tegevusmöödik:

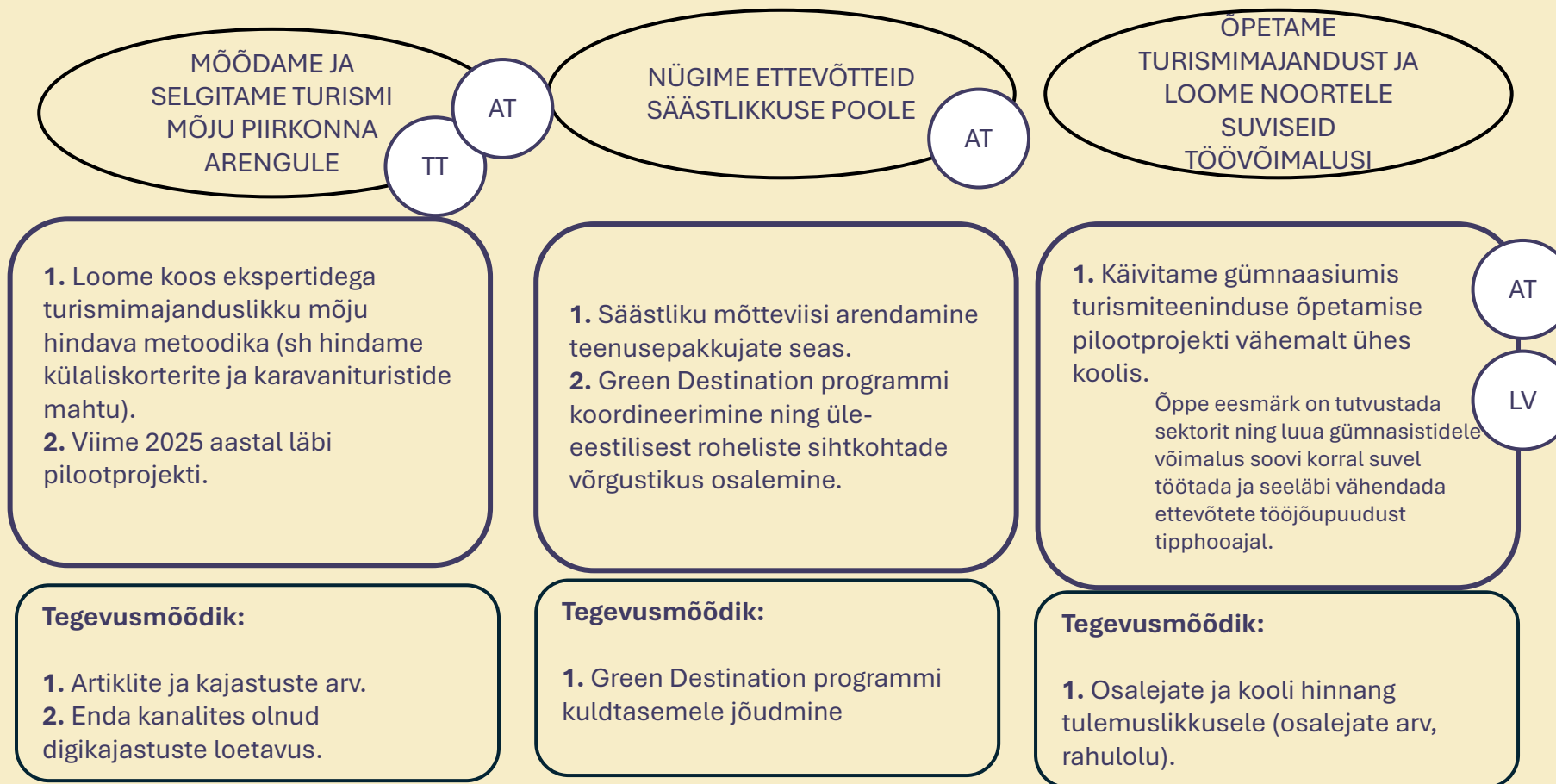
1. Ostjate arv.

KOGUKONNA
KAASAMINE JA
VALDKONNA
MAINE
KUJUNDAMINE

VÄLJAKUTSE. Turism on suure kaudse majandusliku mõjuga sektor, mis samal ajal peab arvestama ka kohalikele elanikele tekkivaid negatiivseid mõjusid. Panustame positiivse mõju selgitamisesse ning negatiivse mõju vähendamisesse.

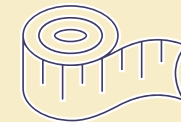


- Mõju pere ja kogukonna heaolule.
- Mõju kohalikele identiteedile.



STRATEEGILINE
JUHTIMINE

VÄLJAKUTSE. Strateegia suurim väljakutse on järjepidev ja süsteemne elluviimine. Loome maksimaalsed eeldused elluviimise järjepidevuse jaoks. Hoiame fookuses ka tegevused, mis täna ei too kasu, aga on pikas perspektiivis olulised.



- Mõõdetakse läbi tegevusmöödikute.

