

KÜLALISLAHKUSEST TOIDU PAKKUMISEL



Hindreku talu Rabamus, Järvamaal

Maaelu Teadmuskeskuse (METK) võrgustikuosakonna ja Eestimaa Talupidajate
Keskliidu korraldatav agroturismi teemaline seminar

12.02.2023

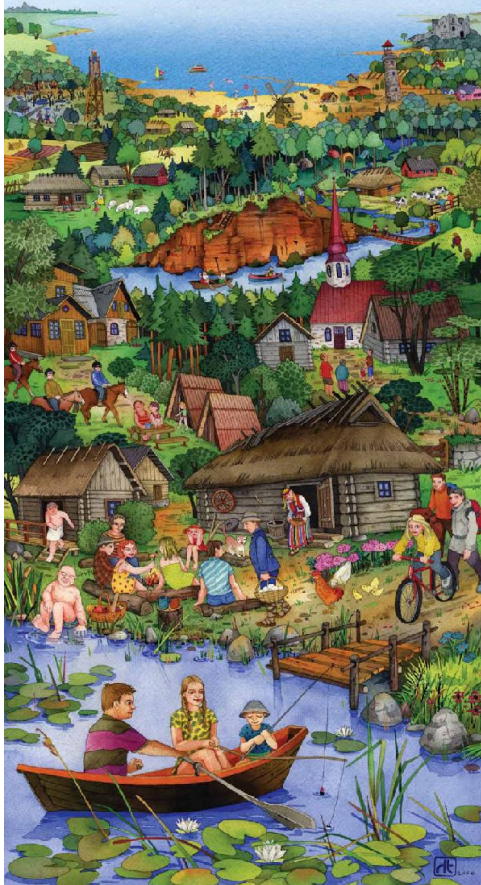
Raili Mengel

MTÜ Eesti Maaturism



E.E.S.T.I
MAATURISM

TUNNISTUS



MTÜ Eesti Maaturism

maaturism.ee



- Loodud aastal 2000
- Ca 300 liiget üle Eesti (peamiselt majutusteenuse, toidu ja aktiivse puhkuse pakkujad, väiketootjad jne)
- Eesmärgiks seista maaturismiettevõtjate huvide eest ja toetada maaturismi arengut.





SAUNA-AASTA EESTIS 2023
THE YEAR OF SAUNA IN ESTONIA
sauna2023.ee

Turismistrateegia 2022-2025

it's about time



MAJANDUS- JA
KOMMUNIKATSIOONI-
MINISTEERIUM

TEEMA

KULTUURITURISM

Kultuur – nii autentne Eesti kultuur (Kihnu, setod, laulu- ja tantsupidu jms) kui ka Eesti rikkalik ja kirev kultuuriruum ning -sündmused. Kultuuriturismi edendamise nii sündmusi turundades kui ka neid toetades. Kultuurisündmused on oluliseks lisamotivaatoriks või esmakordseks põhjuseks Eestit külastada ning parim võimalus kohtuda kohalike kogukondadega.

TOIDUTURISM

Toit – harva motivaator Eestisse tülles, kuid väga sageli peamine, mida mainitakse Eestist lahkudes.

Rahvusvaheliselt tunnustatud kvaliteedimärgised ja auhinnad gastronoomia valdkonnas on turismi arendamisel ja külastajate riiki meelitamisel olulised, et näidata Eesti toitlustusasutuste ja gastronoomiaspektori kõrget taset. Gastronoomia kõrge tase annab suure panuse elamusse, mille turist riigis saab.

LOODUSTURISM

Loodus – Eesti loodus pakub vaimset kosutust, aktiivpuhkuse võimalusi. Eesti looduse varieeruvus on mitmekesise puhkuse heaks alustalaks. Väljakutseks on, kuidas pakkuda loodusturismi ilma keskkonda kahjustamata ja kogukonda häirimata, läbimõeldud teenusena ning võimalusel küsida selle eest ka väärilist tasu.

ÄRITURISM

Äriturism – ehk MICE-valdkond (*Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions*) on kõige aeglasemalt taastuv segment, eriti konverentsiturism, mida mõjutab suuresti nii pandeemia kui ka hübriidürituste uus normaalsus. Võrreldes konkureerivate sihtriikidega on Eestis äriturismi osakaal väike. Pärast COVID-19 on aga suurenenud Eesti kui sihtkoha potentsiaal – otsitakse uusi ja kompaktsemaid kohti, kuid arenguriikidesse ei julgeta veel minna.

FOOKUS

- pärandkultuur
- arhitektuur
- kultuurisündmused ja -festivalid
- muuseumid
- filmiturism

- kvaliteeditaseme ja rahvusvahelise tuntuse tasakaal
- restoranide tunnustamine
- kohaliku tooraine väärtustamine
- rahvusvahelised toidu- ja joogiüritused

- koostöö kogukondadega
- koostöömodelid sektoris
- kättesaadavus
- tasuta ja tasuliste teenuste tasakaal

- korporatiivüritused
- konverentsid
- distantstöö ja diginomaadid
- koostöömodelid sektoris

MAAELULAAD



- Maaelulaadi pakkumine võimaldab (välis)külastel tutvuda tänapäevase elu ja inimestega maal.
- Räägitakse lugu elustiilist, mis muudab traditsioonilist arusaama maaelust ja loob uue ning ainulaadse maakeskkonna identiteedi, ühendades traditsioonilised ja kaasaegsed väärtused.



E·E·S·T·I
MAATURISM
ESTONIAN
RURAL TOURISM





E·E·S·T·I
MAATURISM
ESTONIAN
RURAL TOURISM

Külalised soovivad näha ja tunda maaelu ning näha oma silmaga kus ja kuidas maal elatakse, mil viisil kohalikku toorainet kasvatatakse







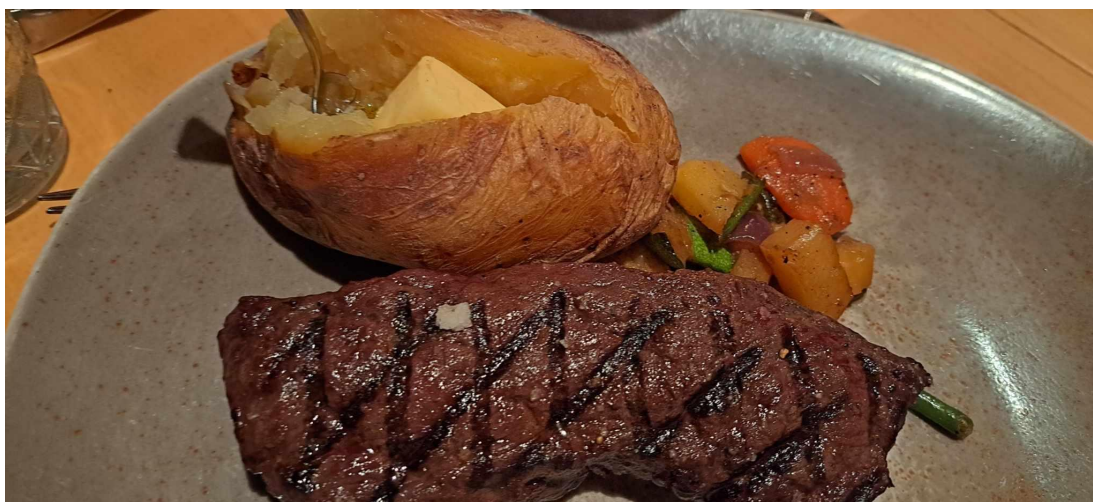


E·E·S·T·I
MAATURISM
ESTONIAN
RURAL TOURISM





E · E · S · T · I
MAATURISM
ESTONIAN
RURAL TOURISM





Tänase kohtumise eesmärk on ...



SINASÕPRUS KÜLALISLAHKUSEGA



- **KÜLALISLAHKUS** (*ingl k. Hospitality*) - valmisolek pakkuda külastajatele parimat teenust ning tagada nende heaolu.
- **KÜLALISLAHKUS** on mitmesuguste materiaalsete ja mittemateriaalsete tegurite kooslus, mille hulka kuulub
 - füüsiline keskkond
 - Atmosfäär
 - teenindajate käitumine ja suhtumine.

Allikas: Wikipedia

VIPERUSTETA KÜLASTAJATEEKOND

- Kas KÜLASTAJATEEKOND on vastavuses külastaja ootuste, vajaduste ja soovidega?
- Kuidas külaline tunneb ennast teekonnal?
- Kas see on talle arusaadav? Mugav? Toetav? Külalishahke? Kasulik? Väärtuslik? Aega säästev? Huvitav? Positiivset elamust (kogemust) kujundav? Jne.
- Mida peab külastaja kvaliteetseks?

POSITIIVNE KÜLASTUSELAMUS

Turismoode/teenus on terviklik KÜLASTUSELAMUS, mis kujuneb kogu kliendi/külastajateekonna kogemuste põhjal.

Seda ei saa

- enne ostu käega katsuda
- proovida
- maitsta
- nuusutada
- ega pärast remontida kui midagi viltu läks



MIDA on PAKKUDA KÜLALISTELE?

- Kes on külast/kogukonnast teenuse pakkujad?
- Milliseid teenuseid meil on kogukonnas pakkuda?
- Kuidas plaanitakse teenust pakkuda?
- Milliseid teadmisi on vaja teenuse pakkumiseks?
- Millist inventari on vaja teenuse pakkumiseks?
- Kas teenuse pakkumiseks kehtib seda reguleeriv seadus millest peaks juhinduma?
- Kuidas ja keda oleks mõistlik kaasata teenuse testimisse? Kes on minu jaoks usaldusisik, kes võiks anda mulle ausat tagasisidet pakutavast teenusest?
- VÕTMEKÜSIMUS – kes saab olema teenuse sihtrühm?



Hea sõber!

Hea! Kõrs karkkest mull- meele eestmude ununen kapparet kornnet omu eua oavutal kaotantuneteks mull, kikkata. Nii nagu omu nekonnetes, juub kordis plattisuu omu tsokuravutl vammantast, mit omu omu ununen oavutaldekete tegemise oskuse ju taun.

Suu karkis on. Sulle oavutal ju mull- nede. Suu poolt oav. Vasatala hea talde ju vutade oavju... niug oavutis te o

Koostis: kuivatatud oavud, niit ja neel
Ingredients: dried apple, needle and thread
HOIDA KUIVAS JA JÄHEDAS.

TOOTJOT/RAV FOOD
KÄSITOO/HANDMADE IN ESTONIA

Prüun eene/hest before *1988... 2003*
Natekuul 2009

MAITSE MÕIS



MILLELE MÕELDA?

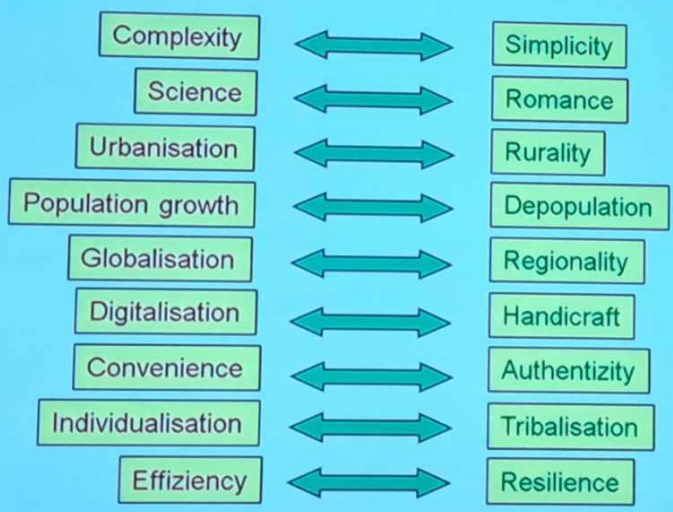


Külastajatekonna analüüsimisel ja parendustegevuste kavandamisel tuleb kogukonna liikmetel enda jaoks lahti mõtestada mõned olulised küsimused:

- teadlik külastaja *versus* massid
- orienteeritus kindlale sihtrühmale *versus* kõik on oodatud
- eristumine, unikaalsus, originaalsus *versus* tavapärane, „meie ka”
- külastajakesksus *versus* toote-/teenusekesksus

Megatrends & Counter-Developments

Source: Dr. David Bosshart, Gottlieb-Duttweiler-Institut, Zürich



Personaalsus (turismi)teenuse pakkumisel annab eelise teiste ettevõtjate ees

KUIDAS TEAVITATE POTENTSIAALSEID KÜLALISI (SIHTRÜHMA) OMA TEENUSEST?



Mõtleme läbi oma oodatud külalise teekonna:

- *Kus ta leiab info osutatava teenuse kohta?*
- *Kuidas sõnastame oma turundussõnumi nii, et see oleks informatiivne, üheselt arusaadav ja õiglane?*
- *Milliseid pilte kasutame?*
- *Millistes kanalites kajastame oma teenuse kohta infot (kas on oma kodulehekülg, sotsiaalmeedia kanalid, võrgustike kaudu jm)?*

TEIE ARVAMUSED JA KOGEMUSED



- Mis põhjustel võib klient/külaline/külastaja oma teekonna katkestada?
- Millisel moel olete Teie „meelitanud” uusi külalisi asuma teekonnale oma ettevõttesse/kogukonda/piirkonda?
- Millised on Teie vastavad isiklikud kogemused?
- Miks katkestate külastajateekonna?

MINU VALMISOLEK KÜLALISTE JAOKS:



- Kas saan pühendada aega oma külalisele enne külastust kui ka külastuse ajal ja peale külastust?
- Kas olen avatud ja sõbralik?
- Kas olen valmis käituma nii, et ei ela oma argimuresid külalise peale välja?
- Kas olen ikka täpsustanud külalise soove ja ootusi, et olla kindel, kas minu teenus ikka vastab külalise ootustele – negatiivset kogemust on tunduvalt raskem muuta!
- Kas meil on olemas vajalik infra (viidad, parkla, dc/wc jpm) külaliste vastuvõtuks?

OLULINE KONTROLLKÜSIMUS:

- Kas kogukond teab teenusest ja see on kogukonnale OK, et teie külas käib külalisi?
- **Miks on see vajalik?** Kõik kogukonna liikmed peavad mõistma, et nad on osa külalislahkusest ja oluline on, et külalised tunnevad end oodatud kogu piirkonnas.
- **Teenus tervikuna ja selle tulemusel kogetav külastuselamus on ülim**
- **INFO KÄTTESAADAVUS JA TÕESUS ning kogemused KÜLASTAJA TEEKONNAL**



E·E·S·T·I
MAATURISM
ESTONIAN
RURAL TOURISM





E·E·S·T·I
MAATURISM
ESTONIAN
RURAL TOURISM





E · E · S · T · I
M A A T U R I S M
E S T O N I A N
R U R A L T O U R I S M



Foto: Meeli Küttim

Külalislahkeid kogukondasid iseloomustavad järgmised põhimõtted:



- Hoolida ümbritsevast loodusest, säästa ressursse ning tarbida kohalikku.
- Kasutada mõistlikult vett ja energiat, sorteerida jäätmeid ja vähendada nende teket, eelistada kohalikke toiduaineid ja loodussõbralikke materjale, valida ökonoomsed seadmed ning pakkuda külastajatele keskkonnasõbralikke tegevusi.



Eesti Toidutee

Südamega valmistatud eestimaised maitseed





E·E·S·T·I
MAATURISM
ESTONIAN
RURAL TOURISM

Kandke riietusel
oma ettevõtte
sümboolikat!





Foto: Ülle Jukk



Fotod: Ülle Jukk



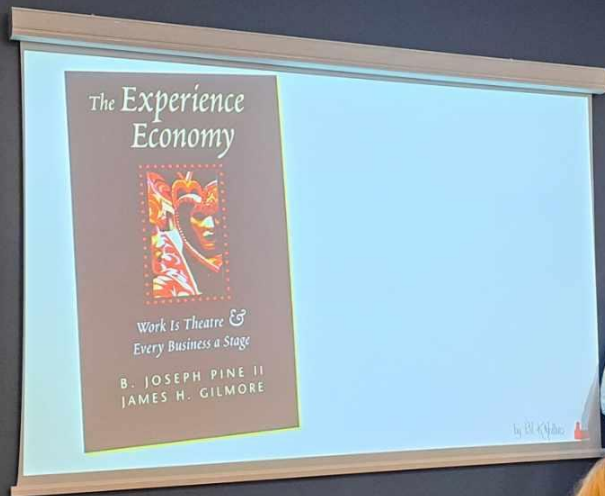
E·E·S·T·I
MAATURISM
ESTONIAN
RURAL TOURISM



ÕPETAME OMA KÜLALISI TOITU JAGAMA/KOSTITAMA ÜKSTEIST/HOOLIGEM TEINETEISEST!







Is there anything
else than Food touringism?
Honestly...?!
by Pab K. Medhus



Soovin teile südamest tulevat KÜLALISLAHKUST!



Raili

raili@maaturism.ee

www.maaturism.ee

Regionaal- ja Põllumajandusministeeriumi projekti TEGEVUSED

- Agroturismi ettevõtete personaalne nõustamine digileitavuse osas (ca 15 ettevõtet).
- Maaelulaadi giidiõpe.



RURALTOUR klastriprojekti TEGEVUSED

(ühe ettevõtte kohta 5 000 EUR)

DIGITAL

- Digitalization of the processes in SMEs
- Digital marketing and promotion
- Marketing intelligence, data analysis, marketing strategy based on data

GREEN and SUSTAINABLE

- Sustainable management practices for SMEs
- CO2 management and reduction to address climate change
- Sustainable mobility
- Gastronomy and food based on local supply chains

SOFT / SOCIAL

- Social-cultural skills (attend visitors from different cultural background)
- Experience generation for visitors (includes development of corresponding products)
- Inclusive Tourism / Visitors with special needs
- Integration with the local community
- Interpretation techniques for cultural, historic, natural etc. resources

EESTI MÄNG

koostööpartner Eesti Maaturismi Ühing



E·E·S·T·I
MAATURISM
ESTONIAN
RURAL TOURISM

