

#EstonianWay

IDEE

2018. aastal kutsus Visit Estonia 45 maailmakuulsat või oma koduriigis tuntud influencerit, ajakirjanikku ja kuulsust Eestisse, et pakkuda neile juba teada-tuntud kogemusi kohalikus võtmes.

AGA MIKS?

Eesti on turistidele seni peamiselt tuntud oma keskaegse Tallinna vanalinna poolest ja siia reisitakse eelkõige suvekuudel. Eesmärk oli suurendada inimeste teadlikkust Eesti kui reisisihi eripäradest ja unikaalsusest, tuues fookusesse Eestile ainuomased kohad ja tegevused igast Eestimaa nurgast. Nagu inglased ütlevad: **“do it the Estonian way”**. Olgu selleks *“island hopping”* mööda jääteed, Rummu majade vahel sukeldumine või muusikaelamus keset metsa. Kõigele leiti kodumaine kiiks.

KAMPAANIA

Loodud emotsioonide põhjal pani Visit Estonia kokku hulga mini-kampaniaid. Selleks kasutati kuulsuste reisidel loodud video- ja pildimaterjali, mis muudeti Eestit tutvustavateks reklaamideks. Eesti promos kuulsusi ja kuulsused promosid Eestit. Vastastikune turundustegevus toimus nagu kellavärk, kus võidud olid suured ja kaotada polnud midagi.

TULEMUSED

Aasta lõpuks oli korraldatud **45 üle-eestilist reisi** ja näidatud maailmale lausa **243 erinevat kohalikku turismiattraktsiooni ja ettevõtet**. *#EstonianWay* teemaviide jõudis rahva argipäeva ja on tänaseks muutunud üheks ausamaks Eestit reklaamivaks teemaviiteks, mis kajastab nii kohalike kui ka turistide elamusi.

Kuigi kampaania on alles poolel maal, on see juba jõudnud **90 miljoni inimeseni 102 riigis**, saanud **2,1 miljonit videovaatamist** ja **419 000 reaktsiooni** potentsiaalsetelt külastajatelt. Lisaks oli 2018. aasta Eesti turismis tõeliselt erakordne, sest prognoosid ennustavad rekordilist turismitulu.