

# #EstonianWay

## TAUST

Eesti on turistidele seni peamiselt tuntud oma keskaegse Tallinna vanalinna poolest, aga vähem teatakse, mida erilist meil veel pakkuda on. Sellest ajendatuna tekkis soov tutvustada riiki läbi esmapilgul tavapärase tegevuste, millele on lisatud kohalik kiiks.

## IDEE

Kui tavaliselt kaasatakse influencersid kampaaniasse vaid episoodiliselt, siis Visit Estonia lõi 100% influencer-kampaania, et pakkuda kümnetele välismaa Instagrammeritele, ajakirjanikele, YouTuberitele, blogijatele, muusikutele jt mõjukatele inimestele juba teada-tuntud reisikogemusi kohalikus võtmes.

Kampaania teemaviitel #EstonianWay on kandev roll ning seda on rõhutatud igas levitatud videos ja postituses. Selle tulemusel on sotsiaalmeediasse tekkinud aus ja vahetu aken Eestisse kui põnevasse ja mitmekülgsesse turismisihtkohta.

## EESMÄRK

Kampaania eesmärgiks oli suurendada tavaturisti teadlikkust Eesti kui reisisihi eripäradest ja unikaalsusest läbi influencerite loodud sõnumite ning meelelahutusliku ja informatiivse multimeedia.

## KAMPAANIA

Sotsiaalmeedia kandis kampaanias võtmerolli ja sealne strateegia oli rõhutada #EstonianWay hashtagi iga unikaalse kogemuse juures, et teemaviide hakkaks läbi meie enda ja mõjuliidrite kasutuse elama ka kohalike ja turistide hulgas.

## TULEMUSED

Kampaania algas 2018. aasta jaanuaris ja jätkub tänaseni. Influencerite Eestis kogetud elamused on saanud sotsiaalmeedias üle 380 000 reaktsiooni ja #EstonianWay teemaviidet on kasutatud üle 1600 korra.