rahvusvahelise turismibrändi reaktsioon globaalsele pandeemiale Twitteris

## visit estonia

Visit Estonia tutvustab Eestit kui reisisihti välismaal.

See tähendab lõputult pressireise ajakirjanikele ja influenceritele, osalemist messidel, suuri kampaaniaid peamistel sihtturgudel, pidevat suhtlust välismaiste reisikorraldajatega, igapäevast sisuloomet nii veebis kui sotsiaalmeedias.

Kas ja kuidas aga reageerida olukorras, kus turism keeratakse täiesti kinni?

Valikuid oli mitmeid. Üldse mitte midagi öelda? Jätkata inspireerimist? Visit Estonia otsustas turismibrändi loogikale vastuoluliselt hoopis võimendada sõnumit, et inimesed püsiksid kodus ja külastaksid Eestit...

kunagi hiljem.



Postituse tegemise hetkel oli üks levinumaid hashtage koju jäämise teemal #staythefuckhome.

Tuli teha kiire otsus, kas minna brändi reeglite vastu ja minna selle sõnumiga kaasa. Erakorraline aeg nõuab erakorralisi meetmeid.

Hashtagi kasutamine kahtlemata võimendas oluliselt postituse levikut, tuues siiski tähtsaimana välja selle, et Eestile on inimeste tervis tähtsam kui turismitulu. Püsige kodus ja püsige terved. Reisida saab alati hiljem.

Tweet sai tohutult vastukaja nii travel influencerite kui arvamusliidrite seas.

Otsustasime teadlikult sinna alla raha mitte panna, et postitus mõjuks siiralt ja autentselt.

Ka ei kasutanud me ühtki turismivisuaali, vaid ainult puhast sõnumit ennast. Tule Eestisse... hiljem.

Postitus hakkas levima esimestest sekunditest peale.

Ühena esimestest jagas seda ka Eesti president Kersti Kaljulaid.

Intervjuud palus Washington Post.

Eraldi kajastusena jõudis see ka World Bank blogisse.

Postitust kajastasid positiivselt paljud reisimisele spetsialiseerunud rahvusvahelised väljaanded a turismibrändi lehed, nagu Skift ja IBTM blog.

Tweet jõudis ka Redditi esilehele.

Visit Estonia ...later sõnumiga Eesti kevadvideo jõudis Lonely Planeti lemmikute hulka.

## 100% orgaaniline postitus

(Twitteri statistika, ei sisalda earned meedia kajastusi)









retweets



## Published on Voices

We can't travel, but we can take measures to preserve jobs in the tourism industry

CAROLINE FREUND | MARCH 20, 2020

This page in: English V











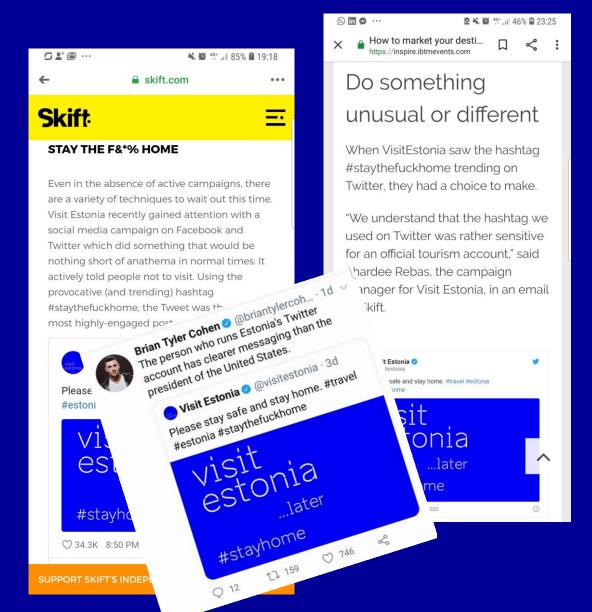


Estonia tourism has also made a hairpin turn and adapted "Visit Estonia" to "Visit Estonia ... later," with a corresponding hashtag.

"It's such a sensitive topic. You think maybe it's better not to say anything because it can go wrong, but from all I've seen, you can't go wrong if you tell people you care about them," said Shardee Rebas, campaign manager for Visit Estonia. "That's true in any relationship, even destinations and brands. People care more if you show that you don't just talk about yourself, that you think about them in the long term. If you can make them feel good today, they're more likely to think about you in the future."

In addition to using the universally popular #stayhome consistently, in one of the tweets Rebas included a modified trending version of the hashtag that drives





## "Estonia just shot on the top of my travel list... for 2021."

"Marketing at its finest. Makes me want to visit Estonia."

"Because of this tweet, putting Estonia on top of my travel list when this is all over."

"Attention everyone working in the travel industry - this is brilliant and you should copy it. Now. Actually 5 minutes ago, but now is fine too."