



Postitee turunduskontseptsioon

Autor

Pärtel-Peeter Pere

partner ja COO

Future Place Leadership

5664 0610

ppp@futureplaceleadership.com

:

Mai 2020 - juuni 2021. Stockholm-Tallinn



Sisukord

Sissejuhatus: kohtade turundamine ja brändimine

Peamised soovitused

Sihtgrupid

Persoonad

Strateegilised soovitused Postitee arendamiseks

ÜLDISED SOOVITUSED

TEGEVUSED POSTITEEL KOHALIKELE JA KÜLALISTELE

VÕIMALIKUD ELANIKUD JA PIKEMAAJALISED KÜLALISED

POSTITEE VEEBIS

INNOVATSIOON: KUIDAS UUENDADA POSTITEED?

Sissejuhatus: kohtade turundamine ja brändimine

Nimest tulenevalt annab Postitee turunduskontseptsioon kontseptuaalse nägemuse Postitee arengutest kuni 2023. aastani. Tuleviku kirjeldamise muudab keeruliseks olukord maailmas, kus suure mõjuga sündmused kujundavad keskkonda juba päevade ja tundidega. Seetõttu on paljudes majandusharudes, eeskätt turismis, loobunud pikaajalistest prognoosidest ja *forecating* on asendunud *nowcasting*-uga.

Postitee võib saada palju tuntumaks ja külastatavamaks kohaks Eestis. Selle jaoks on vaja arendada nii toodet (Postitee teenuseid, pakette, majutus-toitlustusasutusi jne) kui ka turundust. Siinkohal on oluline teha kaks eristust. Kohtade turundamine (*place marketing*) on turundus nagu turundus ikka: kasutatakse erinevaid sõnumeid ja meediumeid, et jõuda sihtgruppideni, et nad ostaksid või külastaksid kohta. Siia alla liigituvad nt pressiteated, sotsiaalmeedia, audiovideo ja muu.

Teine oluline aspekt on kohtade arendamine, majanduse arendamine. Seda nimetatakse ka kohtade brändimiseks (*place branding*) - see on laiem ja pikemaajalisem mõiste. Siia alla saab liigitada näiteks teehituse, osapoolte koostöö arendamise, mitmete teenuseosutajatega kuni turismipakettide koostamise, turunduseni välja. Kohtade brändimine tähendab asjade tegemist, inimeste juhtimist ning muudatuste esile kutsumist. Seda saab ja tuleks soovitatavalt teha strateegiliselt ehk läbimõeldud, ühtse visiooni ning eesmärgi poole püüeldes.

Kohtade brändimine kutsub parimal juhul esile positiivse muutuse, mis omakorda võimaldab sihtkohal välja teenida (soovitud) maine. Sihtkohad ei saa endale mainet luua mitte mingi turundusnipi või -kampaniaga. Kohad saavad maine luua oma tegude, reaalse muudatustega.

Lähiaastate kohta saab siiski ka midagi kindlat öelda. Kõigepealt, 2022. aastal täitub 20 aastat Postitee idee sünnist. Kuigi tuttav teejoon on juba sajanditevanune, siis tema ajaloolisele ja esteetilisele väärtusele hakati puhkemajanduslikust aspektist tähelepanu pöörama uue aastatuhande hakul, kui 2002. aastal valmis Kaare Metsa uurimus "Postitee piirkonna turundusvõimalused". Postiteed juba lähiajal ja tõenäoliselt soodsalt mõjutav suundumus on "[Road trips will rule](#)" ([MMGY Global](#)), mis hakkas maailmas kasvama mõned aastad tagasi, kuid sai kõvasti hoogu juurde pärast lennureisimise kokkukukkumist koroonapandeemia ajal. Seega võib Postitee - kui erinevaid ökoloogilisi ja ökonoomilisi trende õnnestub oma kasuks rakendada - atraktiivsus ja külastatavus lähiajal hoopis suurendada. Lähiaastate tegevus kandub otsaga 2024. aastasse kui Tartust saab Euroopa kultuuripealinn. Siis on näha, kuidas postiteelistel on õnnestunud oma piirkonda kaardile tuua.

Praeguse turunduskontseptsiooni üheks võrdluspunktiks on kümme aastat tagasi valminud "[Postitee koostöövõrgustiku tegevuskava aastateks 2011-2013](#)". Detsembris 2020 (5.-11.12.20) toimunud [küsitluses](#) paluti postiteelistel hinnata tänase Postitee vastavust toonastele tegevuskava eesmärkidele. Kõige enam vastas Postitee praegune olukord eesmärgile "mitmekesisuse säilitamine" ja kõige vähem eesmärgile "tuntus lähivälismaal". Kõige suuremalt lahknesid hinnad katusorganisatsiooni tegevusele ja piirkonna

tuntusele Eestis. Küsitlus tõi välja, et Postitee võrgustiku ootused on tegevustele suunatud (sündmused, külaliikumine, ettevõtlus) ja ollakse muutustele avatud (uued algatused).

Tuleviku kohta saame kindlalt väita veel seda, et see on teistsugune, kui me praegu suudame ette kujutada. Piisab ainuüksi tagasivaatamisest viimasele dekaadile, et mõista muutuste ulatust: avati Tartu lennujaama uus reisiterminal (2009), startis Rally Estonia (2010), raudteele ilmusid Stadleri “porgandid” (2012), käivitati tasuta ühistransport (2014), avati ERM (2016), toimus haldusreform (2017), nutiseadmetest sai laiatarbekaup jne.

Kui 2002. aastal oli Postitee üks esimesi omasuguseid, siis nüüdseks on Eestis erinevaid teemateid ligemale paarkümmend. Lõuna-Eesti turismistrateegias on nimetatud nelja – [Kultuuritee](#), [Seto Külavüü](#), [Sibulatee](#) ja Postitee. Meil on omavahelisest koostööst palju võita ja teemateede võrgustiku toetamine on üks vajalik strateegiline tegevussuund. Pealegi avab koostamisel olev riiklik [transpordi ja liikuvuse arengukava 2021-2035](#) ka matkateedele hoopis uued perspektiivid. MaaS XT (Mobility as a service) lahenduste turuletoomine paneb turistid liikuma Tallinnast väljapoole. Jälgigem EASi ja Transpordiameti tegemisi selles vallas ja võimalusel panustagem nendesse. Postitee positsioneerib end miljöoteena ja Postitee kui miljöotee arendamine ning 15.02.2019 sõlmitud ühiste kavatsuste protokolli eesmärgiks on **kujundada Postiteest Eesti esimene miljöotee.**

Miljöoteed kasutatakse sageli hodonüümi ehk tänava või tee nime laiendina, nt miljöotee Postitee.

Erinevates keeltes on käibel mõisted nagu *Scenic Route*, *Scenic Byway* (inglise keeles); *Ferienstraße* (saksa keeles); *Route touristique* (prantsuse keeles) jne. Võttes tõlke aluseks ingliskeelse kui kõige laiemalt levinud mõiste, saame teada, et – *a scenic route or scenic byway is a specially designated road that travels through an area of natural or cultural beauty*. Tõlkes võiks see kõlada nii – **määratletud maaliline marsruut või maaliline maantee, mis kulgeb ilusas loodus- ja kultuurikeskkonnas**. Saame järeltada, et sõnale “scenic” vastab eesti keeles kõige paremini sõna “miljöo”.

Eesti keele kontekstis tähendab miljöo keskkonda ehk ümbruskonda, aga ka õhkkonda. Miljöo tähendab materiaalsel ja vaimset ümbrust, meeleolu, atmosfääri, ümbritsevat kliimat, loodus- ja kultuurikeskkonda jms. Miljöo on nii materiaalne kui tunnetatav keskkond.

Postitee vastab miljöotee tunnustele suurepäraselt. Keskkonnaameti tellitud eksperthinnangus on Artes Terrae andnud kõrged hinded Postitee tee kultuuriloolise, esteetilise ja puhkemajandusliku väärtusele (2011. aastal koostatud eksperthinnang „Liiva-Varbuse maanteelõigu kaitsestaatus määratlemine”). Lisaks on Postitee võrgustiku liikmed käsitlenud teed elava tuiksoonena, millega seotud ruumi ning maastiku, eriti kultuurmaastiku kujundamisel tuleb lähtuda lisaks eelnimetatud aspektidele ka keskkonnapsühholoogiast, mille oluline osa on loodus ja loodushoid. Postitee on I väärtusklassi maastik, teega külgnevad või ristuvad Ihamaru ja Tilleoru looduskaitsealad ning siin asuvad mitmed puhkemetsad (kokku on Postiteel seitse KAH-ala piirkonda). Säilinud on vana, ajalooline teejoon koos postijaamade ja

kõrtsikohtadega. Postiteelt leiab mõisa-, talu- ja tööstuspärandit (Põlgaste, Vana-Kuuste, Varbuse ja Väimela mõisad; Karilatsi Vabaõhumuuseum, Eesti Maanteemuuseum, aktiivsed külad jne), siin on mitmeid ajalooliste sündmuste (Intsipalu ja Erastvere lahing) ja isikutega seotud (Heinrich Mark, Richard Roht, Anna Haava jne) kohti.

Käesolev töö koostati ajaperioodil 2020 juuni kuni 2021 juuni. Protsessi olid kaasatud kohalikud elanikud, avaliku ja kolmanda sektori esindajad, MTÜ Postitee liikmed, Kasvulava OÜ ja Future Place Leadership AB.

Tegevused viidi ellu projekti “Postitee koostöövõrgustiku sise- ja väliskommunikatsiooni kontseptsiooni väljatöötamine ja rakendamine” raames, mida toetas Aktiivsete Kodanike Fond. Eestis on Aktiivsete Kodanike Fondi fondioperaatoriks Avatud Eesti Fond koostöös Vabaühenduste Liiduga.

Turunduskontseptsiooni fookus

Käesoleva turunduskontseptsiooni keskne lähenemine seisneb põhimõttes muuta Postitee atraktiivseks esmajärjekorras kohalikele inimestele. See eesmärk täidetakse läbi parema ligipääsetavuse ning mitmekesisemate tegevuste. Luues Postitee paremaks ja põnevamaks paigaks kohalikele, suureneb ka külaliste huvi ja soov siia tulla ning siin olla.

Muudame Postitee kohalikele inimestele paremaks kohaks – selle abil meelitame kohale ka rohkem külalisi!

Soovituste läbivad põhimõtted on kohalikkus, tegevusrikkus ning ligipääsetavus.

Postitee visioon:

Postitee on rahulikult läbitav ja nauditav teekond

Postitee arenduse eesmärk:

Postiteel on aastaringselt tegevusi igas vanuses inimestele, nii kohalikele ja kui ka külalistele.

Käesolev Postitee strateegilise turunduse kontseptsiooni lähtub sissejuhatuses kirjeldatud tõsiasiast, et parim viis üht kohta turundada on seda uueks luua ning lasta sel töö endale ise soovitud maine välja teenida.

Selle puhul on oluline teine põhimõte: kohalikkus. 21. sajandi esimeseks veerandiks on ülemaailmses turismitööstuses selgelt eristuvad kaks trendi. Üks on jätkusuutlik turism ehk looduse ning keskkonna säästmine. Teine on niiöelda kohalikkus: külalised nii kodust kui võõrsilt soovivad saada *kohalikku* kogemust. Nad tahavad käia ja kogeda asju, mida kohalikudki. Selle jaoks on tarvis kohalikke kaasata nii giidideks, võõrustajateks, teejuhtideks olemisse. Olulisemgi veel on aga muuta Postiteed kui kohta paremaks - huvitavamaks, võimalusterikkamaks, turvalisemaks - kohalikele. Sest seal, kus elu käib, sinna tuleb ka teisi inimesi juurde uudistama.

Põhimõtteliselt on Eestist näiteid võtta nii Kalamajast, Uuest Maailmast Tallinnas kui ka Tartust: kõigis kolmes kohas loodi midagi uut kohapeal (sh muudeti avalikku ruumi), mis muutis inimeste igapäevast elukogemust, olgu selleks Telliskivi linnak, Uue Maailma Selts ning tema tegevused (Tallinnas), või rattaringlus ning Autovabaduse puiestee (Tartus). Need on asjad, mis pakuvad kohalikele uut kvaliteeti ning meelitavad kohale külalisi.

Postitee kontekstis tuleb eeltoodud näidetesse suhtuda muidugi mõõnduste ja reservatsioonidega - kuna Postitee üks tuumväärtusi on esteetiline looduskeskkond, siis peavad avalikku ruumi muutvad lisandused olema tehtud delikaatselt ning lähtuma põhimõttest - nii vähe kui võimalik ja nii palju kui vajalik. Lisaks tingib maapiirkonna haja-asustus hoopis teistsuguseid kommunikatsioonitehnikaid kui linnaasumis.

Lõuna-Eesti näidetest võib tuua Setomaa, aga ka Rõuge või Karula piirkonnad. Või Mooste, mis töötab samuti omaette brändina ja kuhu on viimastel aastatel eelkõige lastega peresid juurde tulnud - üheks

tõmbenumbriks mõisakool, rahvamuusikakool jm tegevused; uusi inimesi on tulnud tegutsema ka Mooste mõisa kodadesse.

Postiteega saab hooajalisuse ja territooriumi kompaktsuse mõttes võrrelda ka Matsalut. Ka Sibulatee liikmeskond moodustub peamiselt kohalikest, kellest enamus teenib oma elatise Sibulateel. Väga hea näide oli omal ajal Hurmioru perering.

Teemateedest Eestis võib lisaks Sibulateele tuua ka eeskujuks Seto külavüü; mujalt ilmast Talimena, Margueritruten ja suur osa maaelu elavdamiseks ellu kutsutud ELi kultuurimarsruutidest (30+).

Päris üks-ühele näiteid kahjuks või õnneks siiski tuua ei olegi - see annab Postiteele võimaluse luua päris oma, unikaalne edulugu.

Peamised soovitud:

1. Leida arendusjuht (alternatiiv: leida projektijuht KOV või maakonna arendusorganisatsioonist.)
2. Keskenduda aktiivsetele tegevustele
3. Arendada kohalikele mõeldud tegevusi

Sihtgrupp: külastajad

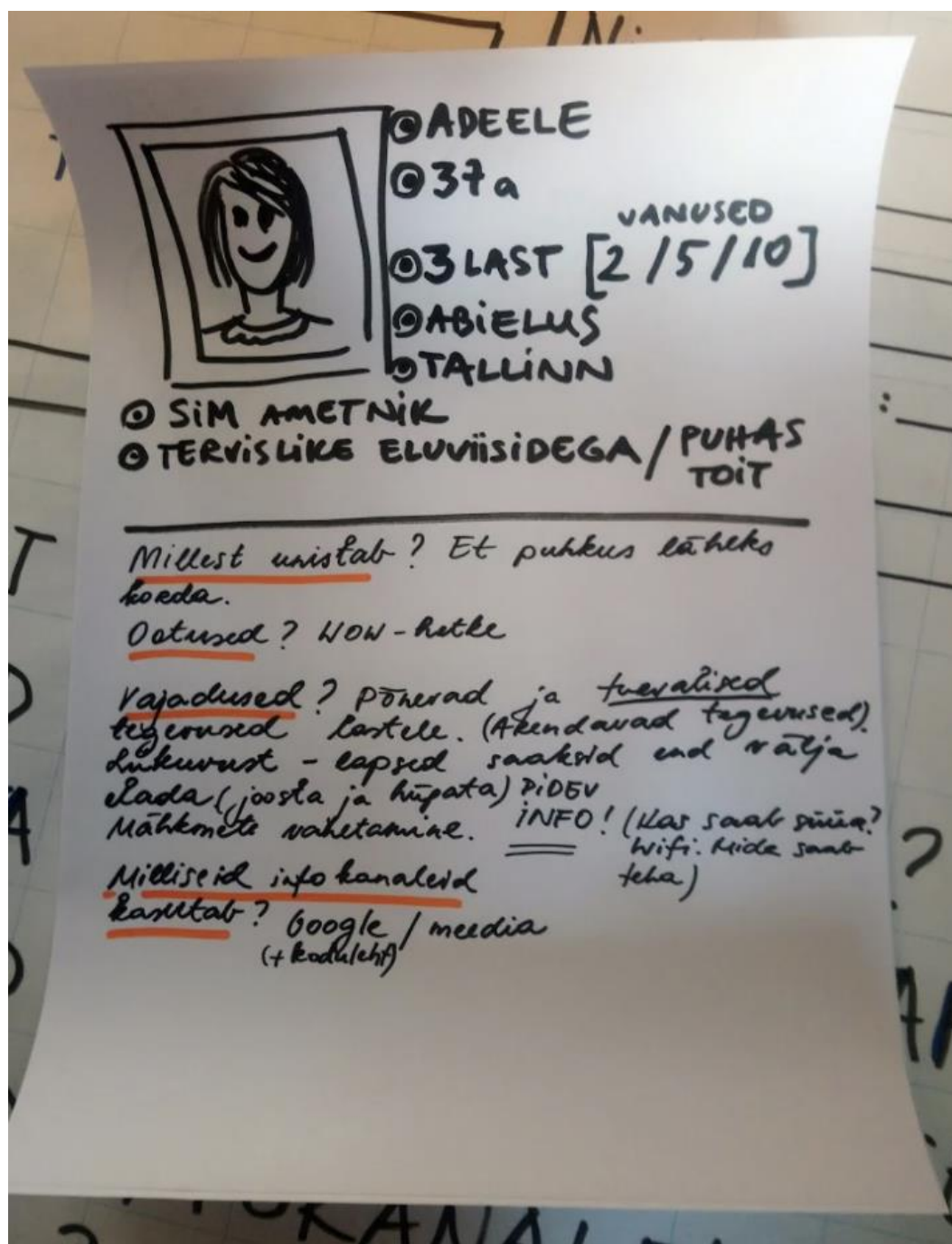
80% väliskülastajaid jõuab piirkonda Tallinnast. (Riia lennujaamast, mis asub sama lähedal kui Tallinn, siia praktiliselt turistid ei jõua. See võib olla ambitsioon tulevikuks.) Siseturismi seisukohalt elab Postiteest ühetunnise autosõidu raadiuses hinnanguliselt 220 000 lõunaestlast, kes moodustavad esmase ja stabiilset sissetulekut võimaldava sihtgrupi, kui nendega sihipäraselt tegeleda. Näiteks 2019. a külastas Põlvamaad 23638 turisti, kellest 20 511 (87%) olid siseturistid ja 3 127 (13%) välisturistid. Välisriikide TOP6 (ca 80%) oli Läti (30%); Venemaa (18%); Soome (17%); Saksamaa (8%); Leedu (5%); Ukraina (5%). Võrumaad külastas 87 988 turisti, kellest 73 960 olid siseturistid ja 14 028 välisturistid. Välisriikide TOP6 (ca 85%) oli Läti (29%); Venemaa (26%); Soome (20%); Saksamaa (5%); Leedu (3%); Ukraina (1,5%).¹

Lisaks tuleb eristada põlvkondlikke jaotusi ning mileenialite ning Z-põlvkonna eelistusi. Ühtlasi on käesolva projekti käigus kasutatud persoonade metoodikat. Persoonade mõte on luua prototüüp oma soovide ja vajadustega ning töötada välja vastavaid teenuseid ja infot. Persoonadest on üks esile toodud allpool. Persoonade valik tugineb 23. juulil Ihamaru seltsimajas peetud seminarile. Seal hakati looma fiktiivseid persoonasid, kes peegeldaksid tüüpilist sihtruppi, kes Postiteed külastaks.

Turunduskava koostamisel tuleks selliseid persoona-lugusid juurde luua – kuni 4 võiks olla piisav.

¹ Need andmed on 2019. aasta kohta ja nagu ametlik turismistatistika ikka, siis silmas on peetud maakonnas ööbijaid. Allikas:

<http://andmebaas.stat.ee/Index.aspx?lang=et&DataSetCode=TU131#>



Persoona 1 näide

PERSOONA



PILT

Nimi: _____
Vanus: _____
Sugu: _____
Elukoht: _____
Perekondlik seis: _____
Haridus / töökoht: _____
Huvid / hobiad: _____

- ◉ MILLEST TA UNISTAB?
- ◉ MILLISED ON TEMA OOTUSED?
- ◉ MIDA TA POSTITEEL TEHA TAHAB?
- ◉ MILLISED ON TEMA VAJADUSED?
- ◉ MILLISEID INFOKANALEID TA KASUTAB? MILLIST INFOT USALDAB?

Nordic OFFICE 

Persoona alus

Sihtgrupp: kohalikud elanikud

Rahvastik:

Postitee läbib 13 küla

2011. a elas piirkonnas kokku 1575 inimest (764 meest ja 811 naist)

Keskmine vanus: 40-64 aastat

Näiteid ettevõtetest ja ettevõtjatest:

Mesikamäe puhkemaja, Karilatsi Kalamajand, Karilatsi Vabaõhumuuseum, RMK puhkekohad, Metsa talu, Postitee Gurmee, Ala Juusa puhkemaja, Viia-Jaani labürinditalu, Ihamaru meemaja, Kopli taluköök, Varbuse muusikamõis, Eesti Maanteemuuseum, Savi talu, Ridali lennuklubi, August Teppo kodukoht, Parksepa-Väimela potentsiaal. Muu ettevõtlus piirkonnas: Krootuse Agro AS, Cista AS, Paloma Papp, Külmsoo talu, Tamme Pagar jt

Google, Booking.com, Airbnb ja puhkaeesti.ee kaardirakenduste põhisel on POSTITEE võrgustik seisuga 29.01.2021 laias laastus 90 kirjet. [Nimekiri](#) on lisatud eraldi failina Lisa 1.

Mõned kommentaarid:

Kultuur, vaatamisväärsused, aktiivpuhkus, sport, harrastused moodustavad kokku suurima kaardipunktide nimekirja, kokku 57 kirjega. See on hea märk, sest mõjutab otseselt piirkonna atraktiivsust. Kõik loetellu kantud kirjed pole ettevõtted, samuti pole kõigi kirjetega seotud mõnd konkreetset isikut.

Majutust pakuvad 12 kaardidelt leitavat ettevõtet.

Toitlustust pakuvad 6 ettevõtet.

Andmebaas on ainult veebi geoinfo põhine ja paari erandiga seotud vahetult Postitee küladega (Ihamaru, Karilatsi, Lahe, Lapi, Loosu, Mustajõe, Parksepa, Puskaru, Raiste, Sõreste, Varbuse, Vooreküla, Voorepalu). Välja on jätnud spetsiifilised ettevõtted, nagu metallitöökojad, karjäärid, kivitehased jne.

Strateegilised soovitused Postitee arendamiseks

ÜLDISED SOOVITUSED

1. Leida arendusjuht

Uue kvaliteedi saavutamiseks ning seni tehtud töö edasi arendamiseks vajab Postitee pühendunud inimest.

Arendusjuhi ülesandeks on rakendada ellu käesolevaid strateegilisi soovitusi ning teisi MTÜ Postitee ning tema partnerite ühiselt kokkulepitud kavatsusi. Olgu soovitusel, seminaride tulemused ja ühine tahe kui tugev tahes, ilma aega investeerimata ning konkreetse vastutusega on suur risk, et Postitee ei arene sihtkohana edasi vastavalt senistele plaanidele ning seatud strateegilistele eesmärkidele. Arendusjuhi või koordinaatori töö oleks visiooni järgi juhtimine, koordineerimine, suhete loomine, inimeste kokku viimine. Ühtlasi kätkeks see aktiivset tööd kodulehe sisuloomega: andmebaaside haldamine, postitused, salvestused ja pildid, ühismeedia kampaaniad (nt kohalikud pildistavad ja jagavad miskit #Postitee teemaviitega jne). Isegi kui sisuloomes osalevad teenusepakkujad ja kohalikud ise (mis on väga vajalik), on vaja toimetajakätt.

2. Arendada tegevusi kohalikele ja külalistele

Postitee on ilus tee ning seal on söögikohti, muuseumi, vaatamisväärsusi, elanikke. Kui tihti kohalikud neid külastavad? Mis on nende vajadus Postiteel viibida ja mitte ainult läbi sõita?

Need on avaliku ruumi üldised küsimused, millega tegeleb kohaloomine (inglise keeles *placemaking*): kuidas teha nii, et inimesed mitte ei soovi mingit kohta ainult läbida, vaid peatuda ning seal viibida? Kohaloomet appi võttes võiks Postitee kogemusi, infrastruktuuri, matkaradu, turismipakette, festivale, arhitektuuriinstallatsioone jm proovida kujundada ka kohaliku perspektiivist. Eesmärk oleks kokku tuua kohalikke inimesi, mis oleks tõestuseks ligitõmbavast sihtkohast, kus toimub elu, mis siis omakorda tõmbab ligi teisi inimesi. Allpool toodud soovitusel muudaksid Postitee ligipääsetavamaks, kuna see võimaldaks teed kogeda muul moel kui ainult ühel viisil: autoga ühest punktist teise punkti sõites, tehes või tegemata vahepeatusi.

Kohaloomes (*placemaking*) eristatakse kolme tasandit (vt TABEL). Postitee asub kohaloomes rohujuure ja hübriidse kohalooma tasandite vahel

	Rohujuure kohalooma	Hübriidne kohalooma	Institutsionaalne kohalooma
Muutuse edendaja	Üksikisikud, kogukond, inimfaktor	PPP, VVOd / MTÜd	Valitsus, arendajad, Ühiskondlik-poliitiline taristu
Sümbolid	Kohalik või traditsiooniline	Glokaalne	Kosmopoliitne, kaasaegne või globaalne
Muutuse protsess	Alt üles, orgaaniline ja järkjärguline, kogukonnakeskne, ebateadlik	Kaasjuhtimine, Koosloome, Kaasamine	Ülevalt alla, strateegiline, üliliberaalne, ettekavatsetud
Turistid / külastajad	Alternatiivturistid	Erituristid, nišituristid	Massituristid
Kuuluvus ja kättesaadavus	Kohalikud omanikud, pingutav külastada, raskesti ligipääsetav	Kohalikud ja võõrad omanikud	Võõrad omanikud, lihtne külastada, kerge juurdepääs
Turvalisus	Riskantne, ebakindel, üllatav, ebatavaline	Erinev	Turvaline, tuntud, ennustatav, tuttav
Otsitavad kogemused	Uudsus, eksotika, ainulaadsus, isikupärasus	Huvitav	Puhkus, vaba aeg, tavaline, levinud
Sotsiaalne ruum	Nurgatagune	Nurgatagune ja külastuspiirkond	Külastuspiirkond
Autentsus	Puutumatu, tõeline, tugev paigavaim, maalähedane	Konstrueeritud autentsus, lavastatud	Järeletehtud, väljamõeldud, fantaseering, näiv, juurtetu
Teisenemine	Aeglane muutus, rajasõltuv***	Möödukas muutus, hajuv	Kiired muutused, kõrge efektiivsus, teedrajav
Arengujärk (TALC*)	Avastamine, uurimine	Kaasamine, Areng	Tugevdamine / uuendamine
Suutlikkus	Väike / madal	Keskmine	Suur / kõrge
Juhendamine	Juhendamine puudub, reisimine inkognito	Omavalitsusel reisimine	Juhendatud, korraldatud, reisimine turistina
Turule suunatus	Elanikest lähtuv, elatusmajanduslik	Piirkondlik ja riiklik	Rahvusvaheline suunatus, tööstuslik turism
Kogemus	Eksistentsiaalne, eksperimentaalne	Kogemuslik	Lõõgastav, mitmekesine
Semiootika	Vahetu osasaamine vaatamisväärsusest/paigast/ruumist; äratundmine; väljamõeldud ja isiklikud lood	Erinevad märgisüsteemid; tegevused; kaardistamine	Eristumärgi rakendamine, brändile või teemale orienteeritus, vaatamisväärsuse sakraliseerimine, sotsiaalne konstrueerimine, metanarratiivid
Tuntus	Teadmata, ebaoluline	Piirkondliku tähtsusega	Kuulus, oluline

*Tourism Area Life Cycle Model ehk Butleri mudel

**SUUTLIKUS = POTENTSIAAL x TAHE x VÕIMEKUS SEDA RAKENDADA

***Piersoni kontseptsiooni kohaselt on targem ja ratsionaalsem püsida kindlal rajal

Allikas: Lew (1987); and Lew & McKercher (2006); Bosman & Dredge (2011) ja Hollinshead (2009).

Samuti on kohaloomes eristatavad kolm suuremat vahendite gruppi (TABEL), mille samaaegne, järjekindel ja kooskõlaline rakendamine aitavad suurendada piirkonna atraktiivsust. Postiteel leidub kõigis kolmes kategoorias häid näiteid, kuid nende arendamine on pidev töö ja tähelepanu tuleb suunata positsioneerimist “rahulik ja nauditav miljöõte” lähtuvatele tööriistadele.

Käegakatsutavad esemed Füüsiline kuju (maastikud ja rajatised)	Hübriidsed vormid Inimtegevused (hõimude ja rahvastiku jäljed)	Immateriaalsed varad Vaimupilt (aistiliselt tunnetuslik maailm ja jutud)
Arhitektuursed väikevormid, sh välimööbel	Festivalid ja erilised sündmused	Bränding, turundus, reklaam ja avalikud suhted
Teetrassid jalgsi, rattaga ja autoga liiklejale	Külaelu ja kohalik riietus ja kombed	Ajalugu ja pärand
Rajatiste arhitektuur, nende mahud ja proportsioonid	Müügikohad ja pakutav kaup	Kuulsad isikud ja sündmused
Taimestik ja loodus	Toit ja jook	Müüdid: muinasjutud, legendid, ilukirjandus
Hoonete värvid, kaunistused ja teabekandjad	Kõlad, helid ja lõhnad	Sotsiaalmeedia ja suust suhu maine
Puhkealad	Reklaamtahvlid	Filmide ja meelelahutusega seotud tuntus
Looduspargid, pargid ja vaatluskohad	Organiseeritud ja isetekkeline meelelahutus	Uudislööd
Välikunst ja mälestusmärgid		

Allikad: Appadurai (1990); Berleant (2003); Rickly-Boyd (2010); Williams & Lew (2014); Lew (2017)

3. Terviklikud paketid on vaja koostada. Info selgus ja kättesaadavus on oluline.

Inimesed soovivad osta teenust ning veenduda, et nad saavad väikseima vaevaga parimat kvaliteeti. Postiteel on palju pakkuda, aga võimalik huviline peab praegu need rikkused ise üles leidma. MTÜ Postitee peaks teenusepakkujad kokku koguma ning eri sihtgruppidele koostama valmis paketid või soovitusel. Kodulehe abil ise meelepärase paketi koostamine on külastajate hulgas kasvav trend, kuid see tähendab, et koduleht peab olema alati värske infoga ja kergesti hallatav.

Kogu Postitee ulatuses peab olema võimalik eri külastajatele oma asja teha. Postitee peab olema atraktiivne erinevatele sihtgruppidele ning kohalikud tooted ja teenused üksteist täiendama. Nt pakkumised peredele, töökollektiividele, matkajatele jne. Näiteks ökotoitu võiks pakkuda ning edastada turundusmaterjalidesse; või näiteks kust saab häid veine, kus on lastesõbralikud kohad (vajalik oleks luua standard, mille alusel seda kvaliteedimärki jagada. Nt kas on võimalik vahetada mähkmeid mähkimislaua, kas lastel on oma menüü ja oma mängunurk või on ainult suvaline purk pliatsitega jne). Koostööpartnerid peavad ise vaeva nägema nende toodete arendamisel, arendusjuhi roll on koordineerida ning anda motivatsiooni. Paketid peaksid olema terviklikult koostatud kuni hinnani välja ning et neid oleks võimalik broneerida kasvõi Airbnbis, nt Postitee paketti nr 1, 2 või 3.

Pakettide arendamisel on oluline kaardistada kliendi teekond ja hinnata sihtkohta kliendikogemuse seisukohast, mis algusotsaga ulatub kliendi lähtekohta, kui ta alles planeerib ja valib erinevaid sihtkohti. Võimalike lünkade ja kogu teekonna etappide kaardistamine aitab tähelepanu täpsemini suunata vajalikesse lõikudesse, et toodet või teenust arendada. Mida detailsem on ettekujutus kliendi teekonnast, seda suurem on võimalik vastastikune kasu, sest turimis kehtib reegel: *You can't manage what you don't measure*. Miljöotele kohaselt sobib [Postitee kliendikogemuse kaardistamisel](#) võtta näiteks loodusmatka:

Sarnaseid kliendi teekondi saab koostada nii kultuurikülastuste, elustiili-, maaturismi jne pakumisi arvestavalt

Postitee kliendikogemuse kaardistamine loodusmatka näitel



Postitee kliendikogemuse kaardistus

4. Eesmärkide ahel aastani 2023

Äri eesmärk: tulu kasv	Kommunikatsiooni eesmärk: kuidas mõjutada inimeste käitumist	Turunduse eesmärk: kuidas mõjutada turgu ärile soodsas suunas	Meedia eesmärk: kuidas meedia panustab kommunikatsiooni eesmärkidesse
Suurendada mahtu	Postiteel on tegevust igale vanusele	Suurendada saadavust, kogust ja sagedust	Aktiivne panustamine B2B, B2C kontaktisündmustesse, sh kohalikesse märgiüritustesse
Vähendada E263 liiklusstatistikas vahet Postitee kasuks tänaselt 90%lt 80%ni.	Postiteel on turvaline, külastajatesse suhtutakse austavalt ning liiklemine on viisakas	Vähendada hooajalist mõju ja kasvatada madalhooaegade pakkumisi	Koostöö ÜKP osapooltega ja ühine lõpptarbijale suunatud kommunikatsioon
Ühendada Postitee Vastse-Kuuste, Valgemetsa, Kiidjärve ja Taevaskoja rongijaamadega	Tagatud on operatiivne abi	Osaleda Eesti matkateede võrgustikus	Pdev kohalolek sündmuste- ja reisiportaalis
Pakkuda Postiteel pikemat ööbimisega peatumist tuues Postitee kaubamärgi alla uusi majutajaid (täna majutajaid 2tk; 2023: 10tk)	Postiteel on avastamist		Õppe- ja külastusprogrammide pakkumine erinevates kanalites
	Postitee ei jäta kunagi tühjade kätega (elamustest metsa- ja aiasaadusteni)	Suurendada nähtavust	Kohapealsete kontaktisiku(te) ja infopunkti(de) rakendamine
Suurendada väärtust	Postiteel kohtab nii kirevaid seltskondi kui palverändureid	Saavutada riikliku matkatee tunnustus	Võrgustiku infokiri
Parandada aktiivse puhkuse kättesaadavust ja liita matkakorraldajate jalgsi-, ratta- ja jõematkad ning õhusõidud aastaringseks tegevuseks. Postitee on maa-, vee- ja õhutee.	FAM reisi kogemus igale lõpptarbijale.	Postiteel asub oma valdkonna Põhja-Euroopa suurim teemamuuseum – Eesti Maanteemuuseum	Laiendasel kasutatavate ühismeedia haaksõnade / teemaviidete kasutamine ja nendega kogukonna algatuste võimendamine
Märgiüritustel hoida ja suurendada kohaliku, traditsioonilise ja nostalgilise ainese osakaalu ja kvaliteeti.		Liituda Tartu kultuuripealinna initsiatiividega	Laienemine video- ja dünaamiliste pildisõnumite platvormidele Instagram, Youtube, Twitter jne.
Tõsta turvalisust ja kommukeerida hoolivust.		Ühineda L-Eesti DMOga	Kodulehe liidestamine geoinfosüsteemi ja APIga ja sidumine ühismeedia kanalitega
Suurendada marginaali			
Vähendada ettevõtjate kulusid reklaamile, tööjõule, juurdepääsude tagamisele jne			
Luuu toimivaid väärtusahelaid (matkakorraldaja / sündmuste korraldaja + toitlustaja + majutaja)			

TEGEVUSED POSTITEEL KOHALIKELE JA KÜLALISTELE

5. Postitee muuta tegevusrikkamaks kohalikele ja külastajatele.

“Inimesi tõmbavad ligi teised inimesed” on turismi- ja kohaloomemaaailmast tuntud sõnaus (*People attract other people*). Kui Postiteel oleks rohkem kohalikke inimesi, tuleks sinna ka rohkem inimesi mujalt. Saladus peitub aastaringsete tegevuste ja avaliku ruumi loomises, et kohalikud seal sooviksid käia.

Nii kohalikele kui külalistele mõeldes on oluline muuta Postitee kogemusi aktiivsemateks ehk võimaldada inimestel ise midagi füüsiliselt teha. Olgu Postitee sihtgupiks ehk persoonaks pereema, matkaja või kohalik inimene, oluline on võimaldada neil koha peal aktiivselt kogeda Postiteed. Näiteks ajalooa tutvumine kirjasõnas või kõrvaklappides on põnev ainult teatud sihtgruppidele, teistele on olulisem jällegi mänguväljakud jne.

Mõned soovitusel:

- 1) Lapsed eri vanuses peavad saama möllata mänguväljakutel või seiklusradadel;
- 2) Matkajatele võiks olla rajad välja valitud ning kaardid ette antud;
- 3) Seenioridel võiks olla võimalus turvaliselt ja neile sobivas pikkuses disainitud radadel kõndida jne.
- 4) Festivalide korraldamine, nt Transpordiameti, Põlva- ja Võrumaa arenduskeskuste, KOVide, Võro instituudi, kohalike ettevõtjate jt koostöös, valides vastavalt temaatilisi lähenemisi ning aidata koostööpartnerite üritustele kaasa.
- 5) Postitee ajaloo muutmine tegevusteks.
 - i) Näiteks kohalikku päritolu tuntud põnevate persoonide kaasamine algatustesse (nt Mati Karmin.)
 - ii) Eesti Maanteemuuseumi ning Postitee algse funktsiooni esile toomine senisest enam. (Postitee ühing sai alguse vana Ikarus Luxiga korraldatud huvireisidest.) Elamuspaketti peaks rikastama sellega, mida Postitee ajalugu pakub. Vanasõidukite paraadid köidavad alati tähelepanu.

6) Ajutised avaliku ruumi katsetused

Kuidas teha aga mõni looduskauim koht kättesaadavamaks? Mida teha, et Postiteelt ei sõideta ainult läbi, vaid et seal peatutaks?

Suviti, mõni nädalgi, kasvõi pilootprojekti korras võiks mõnel nädalavahetusel teha tee peal festivali, avaliku ruumiga installatsiooni vms, et tuua inimesi rohkem kokku. See ei pea olema tingimata sündmus - vaid ruumi loomine, aja maha võtmine, mõne uue Postitee lisaraja markeerimine, tähelepanu tõmbamine. Autode kiirus võiks sellistel lõikudel olla ajutiselt 30 km/h. Tegemist võib olla kasvõi paarisaja meetrise pikkuse lõiguga.

Ainult liiklusmärkidest ei piisaks, kiirelt sõitmine tuleb teha võimatuks muude tavapäraste vahenditega nagu lisakurvide, lillepottidega, avaliku mööbliga. Läbi tuleks mõelda ka autode parkimise võimalus. a.

7) “Pausid Postiteel” projekti elluviimine

Teinekord pole vaja räästa uuesti leiutada: miks mitte ellu rakendada osa või kogu projekti “Pausid Postiteel”, mille Eesti Kunstiakadeemia tegi 2016.a?² Arhitektid koostöös näiteks Võrumaa Kutsehariduskeskuse Puidutöötlemise ja mööblitootmise kompetentsikeskus Tsentri, RMK ja Transpordiametiga. 2016. a ringles postiteeliste hulgas ka mõte piimapukke teele panna. Piimapukid saaks kujundada nt sügissaaduste jaotuspunktideks, kus on “tasuta” jagamisel aia- ja põlluviljad.

8) Festivalid ja üritused

Postiteel võib korraldada mistahes üritusi: tegemist on vabaõhuga, looduskauni kohaga ning läheduses on majutusasutusi. Mis siis, kui korraldada senisest enam üritusi? Näiteks Maateekunsti festival³ taaselustada? Kunstilaaagrid? Võimalusi on palju, mõned ka oma kogemusest võtta. Ka RMK võiks kaasata. Muusikaprojekte või mõttetalguid saaks metsas korraldada. 2021. aastal taastati 8 aastat tagasi loodud Postitee Pillerkaare kontseptsioon ja see tõi iga osalenud ettevõtte õuele (kokku oli neid 18) üle 250 külastaja.

9) Postitee matkarajad ja “lisarajad” tuleb muuta osaks Postitee kogemusest

Maanteel võiks olla mitmed parkimistaskud autodele. Siis saab sealt alustada matkamist, rattasõitu. Võiks olla koostatud marsruut, mis keerab Postiteelt eemale küladesse, metsa jne ning viib ringiga lõpuks alguspunkti tagasi. See teeks lihtsaks ja kättesaadavaks ning pargitud autode järgi ka nähtavaks Postitee lisaradu.

Näiteks: Postitee rattamatkamist edendab Postitee tsöör. Ei peagi oma ratast kaasas olema, kui saab laenutada Postiteelt.

10) Matkateede ristumiskohad Postiteega selgelt tähistada

Postiteele ääres on oma sildistus, mis on väga hea. Silte võiks lisada, muuta tihedamaks ning kaugemalgi oleks vaja näha silte “Postitee, XX km”. Lisaks tuleks Postiteel atraksioonide ääres aeglustada autode kiirust. Riiklikud matkateed, mis kulgevad üle Postitee, tuleb selgelt eristada.

Eesmärk oleks tagada turvalisus tee ületamisel (vajalikud liiklusmärgid), selgelt markeerida matkatee olemasolu ning saata konkreetne signaal inimestele: Postitee on mitmekesine, (jalgsi ja rattaga) matkajatele avatud koht.

Näiteks: RMK puhkealad (Põrgurada, Palojärvi) ja LKA kaisteala Tilleorg pakuvad rändajale puhkamise ja toonuse tõstmise võimalust.

² Vt lisa: <https://www.postitee.ee/uudised&news=482>

Vt lisa seda ja järgnevaid slaidide <https://www.slideshare.net/Postitee/postitee-55816387>

³ https://www.postitee.ee/docs/Maateekunsti_festival_kutse.PDF

<https://kultuur.err.ee/300532/on-the-road-again-kanepi-vallas-kaib-maateekunsti-festival>

11) Teeäärsed atraksioonid muuta kättesaadavamaks, turvalisemaks ja mitmefunktsionaalsemaks

Postiteele 2008.-2009. aastal loodud ja 2017. aastal värskendatud unikaalne viidasüsteem on heas korras. Küll aga vajab üle vaatamist - kas kõik atraksioonid on tähistatud? Kuidas viidasüsteemi edasi arendada nii, et lisanduvatel teenusepakkujatel oleks mugav seda kasutusele võtta? Viidad ja tähised on sügavimmutatud puidust, valatud vundamendile, kasutatud kindlaid värve, kirjafonti jms. Samuti tuleb teeruumi paigaldatavad tähised kooskõlastada Transpordiametiga. Potentsiaalsed huvilised võiksid saada selle info ühest kohast.

Kui soovida, et Postiteele viitamine algaks juba kaugemalt (nt Tallinn-Tartu-Luhamaa trassi Saverna või Kanepi ristmikult), tuleb pidada läbirääkimised ja taotleda selleks Transpordiametilt eriluba.

Samuti tuleks Transpordiametiga läbi arutada - kas, kus ja millistel juhtudel rakendada soovituslikke kiirusepiiranguid. Need peaksid olema hästi põhjendatud ja pandud tasakaalukuse printsiipi silmas pidades - liiga radikaalsed kiirusepiirangud ei ole kindlasti kohalike inimeste huvides.

Kui inimesed tahavad endale ise talude-poodide-vaatamisväärsuste juurde viitaisd, oleks Postitee arendusjuht näiteks hea inimene, kes saaks anda soovitusi, hoolitseda ühtse kirjatüübi eest (Postitee visuaalse identiteedi eest), materjalide, tellimiste eest.



Illustratsioon: Põhjamaades on avalik ruum nii linnas kui looduses tihti hästi läbi planeeritud ning inimestele avatud. Raamatust *Placemaking in the Nordics*⁴ on loodud aastal 2019 justnimelt põhjamaise avaliku ruumi paremaks loomisele. Põhimõte on lihtne: tuleb luua kohtumispaidu. See tähendab taristut ning tegevusi: miks pean ma kuskil ruumis (linnas või looduses olema), kuidas ma sinna saan.

⁴ Vt lk 57-58. <https://futureplaceleadership.com/wp-content/uploads/2020/06/Placemaking-in-the-Nordics-by-Future-Place-Leadership-LINK-Arkitektur-Tryggare-Sverige.-Version-1-2020-1.pdf>

VÕIMALIKUD ELANIKUD JA PIKEMAAJALISED KÜLALISED

1) Proovielamise ja kaugtöötamise võimaldamine

Postitee arendamine ja turundamine ei saa olla ainult turistidele mõeldud. Kui arendustegevuse alla panna ka ettevõtluse, majanduselu ning elamise võimaldamine, oleks võimalik pealinnast ja mujal siia sõitnud inimestel teha kohapeal kaugtööd, pidada seminare, kaaluda siinsete ettevõtjatega koostööd ja palju muud. Näiteks saaks "Maale elama" projektiga seotud nn tühjade majade infot ilmselt vallast kõige kiiremini kätte, et seda anda inimestele.. Kuskil võiks olla eraldi kirjeldatud MIKS Postitee on hea elukeskkond? Kus asuvad lähimad koolid, huvikoolid, müügil olevad majad jne

2) Proovielamise võimaldamine: Kodasema, moodulmajad ja glamping

Kui prooviks õige ühes kaasaegses ruumis maal elamist? Mis siis kui ühendada kaasaegne arhitektuuris maakeskkonnaga? Postitee äärde võiks lasta tuua, ajutiselt piloodi korraski, kaks või enam Kodasema maju. Need võimaldaksid inimestel ööbida looduskaunites kohtades ning olla sillaks eelnevalt koostatud turismiteekondade eri punktide vahel. Näiteid, kuhu neid võiks paigaldada, leiduks mitmeid. Peaasi on asukoht hoolikalt valida ning teha potentsiaalsele koostööpartnerile ettepanek, kus selgelt joonistub välja mõlema kasu. Turundusest võidaksid kindlasti mõlemad. Kui ehk annab kaasaegsete moodulmajade püstitamine ja nende rent valdadele parema võimaluse ka suvitajaid, elanikke sinna meelitada? Ehk oleks huvitatud Kodasema testimisest, kuidas nende algselt tiheasustusega alale mõeldud moodulmaja maakeskkonnas toimiks, kasvõi aasta läbi? See võib valmistada ette ka pinnase välisinvesteeringute jaoks.

3) Kaugtöötamise pakett ja wifi tervel Postiteel

Mis siis kui Postiteel oleks võimalik töötada WiFi võrgus? Kas terves ulatuses või teatud kohtades? Mille kvaliteet oleks sedavõrd kõrge, et seda saaks kasutada lisaväärtusena turismipakettides, firmadele suvepäevadele korraldamisel jne? Näiteks on Maanteemuuseum ühinenud Lõuna-Eesti kaugtöövõrgustik Kupland. Postiteest pole seal ei sõnagi. Kui ka sõnaga sellest mainida, siis mida mainida? Mis siis kui tulevikus saaks siia ka lisada majutus Postitee kandis? Näiteks Kodasema majades?

POSTITEE KODULEHE LÄHTEÜLESANNE

PEAMISED OOTUSED UUELE KODULEHELE:

1) Uus leht peab olema värske ja kaasaegne nii sisult kui vormilt,

et olla netiavarustes ja tarbijate silmis konkurentsivõimeline, ajahambale hästi vastupanev ehk hästi vananev. Disain peab olema viimase peal kui Postitee ise on viimase peal sihtkoht. Ühe võimalusena võib kaaluda näiteks ka Eesti brändi kasutamist (<https://brand.estonia.ee/>)

2) Funktsionaalsus: Koduleht peab olema äärmiselt lihtne funktsionaalne abimees.

Peamine eesmärk on tutvustada ja aidata külastajail tulla Postiteele. Lehel peab saama reisisihtkohast lugeda, reisipakette valida või ise koostada, lugeda kõikvõimalikku praktilist infot (taimetoidud, ööbimine, pisipere vajadused) kuni GPS koordinaatideni ja võimaluseni neid eksportida kalendrikutsesse Apple'i või Androidi kalendritesse.

3) Kasutajasõbralikkus. Koduleht peab kasutajasõbralik nii arvutis kui mobiiltelefonides.

Nende erinevad funktsioonid peavad olema maailmatasemel disainiga, silmas pidama praktilisi info kättesaadavust, integratsioone teiste rakendustega (nt kaardilink avab Google kaardi, "Broneeri" nupp avab Airbnb õige koha pealt jmt ühendused). Arvestada tuleb, et sülearvutist ja mobiilirakenduse kaudu otsivad inimesed erinevat liiki infot. Nt mobiilirakendus peab olema abimees inimesele, kes on teel; sülearvutist Postitee kodulehele sattunu peaks saama innustust, et teekond üldse ette võtta. Rakenduste homne päev on ühinemised, samal ajal veebi ja mobiilsete rakenduste piiride kadumine. Selle trendiga tuleb arvestada.

4) Kohalikule suunatud rakendused

Veebilehe ja võimaliku rakenduse loomisel on tarvis arutada üheskoos disaineriga koos kohalikega, kas ja mida üldse kohalikele pakkuda saab. Ehk pakub ühismeedia (Facebooki grupp) kõik vajaliku? Lisaks ühismeediale on vajadus kohalikele suunatud võrgustiku infokirja järele, mis võiks ilmuda 4-12X aastas

5) Toon võiks olla kerge ja rõõmus, viidates Postitee kui puhkuse sihtkohale.

Postitee uus koduleht ei peaks olema kramplikult surmtõsine või akadeemiline. Humoorikus ja mängulisus võiksid olla märksõnad ja mõjuma kui sõõm värsket õhku. Sisu ja funktsionaalsus olgu mõistagi korrektne, põhjalik, usaldusväärne ja toimiv.

6) Koduleht olgu innovaatiline ja edasiarendatav.

Kodulehe kood ei saa olla hooletult kirjutatud, et mõni tulevane veebidisainer ei mõistaks seda lugeda või on koodirägistikus raske orienteerida (isiklikud märkmed, lohakalt kirjutatud juhised vms).

7) Keeled: peamine keel peab olema eesti keel siseturistidele,

seejärel teised euroopa keeled inglise keel, läti, soome keel ja saksa keel, arvestades sihtturge Lõuna-Eestis (Lõuna-Eesti turismistrateegia). Arvestama peab ka kohalike inimeste keeleoskuse taset – millises keeles ollakse valmis külalistega suhtlema.

8) Praegune Postitee.ee leht vajab uueks loomist.

Eesmärk on võimaldada võimalikele külastele lähedalt ja kaugelt ning kodu- ja välismaalt edastada infot vaatamisväärsuste, tegevuste, majutuse, söögi, ajaloo, reisipakettide jm kohta. Info peab olema edastatud usaldusväärselt ja põhjalikult, aidates võimalikul huvilisel veenduda Postitee kui sihtkoha teenuste kvaliteedis ja kättesaadavuses. Ühtlasi peab olema uus koduleht ühendatud või valmis ühendusteks erinevate kaasaegsete reisirakendustega nagu Booking.com, Airbnb jt.

9) Postiteega seotud strateegilised märksõnad peavad otsingumootorites selle sihtkohta esile tõstma. Näiteks, kui Google'is otsida märksõnu nagu "lastetegevused Lõuna-Eestis", peab uue kodulehe SEO (Search Engine Optimisation) hoolt kandma selle eest, et Postitee otsingutes esile tuleks. Eesmärk on olla kergelt üles leitav strateegilistele sihtgruppidele.

10) Suurem fookus tuleb asetada sihtkohale endale, mitte niivõrd turisti meelitamisele.

Nii praegune Facebooki Postitee leht kui ka veebileht keskenduvad turisti meelitamisele. Miks ei võiks olla need lehed mõeldud senisest enam ka kohalikele? Turistid tulevad sinna, kus on midagi teha ja kus elu käib (välja arvatud, kui minnakse loodusse matkama vms). Kui Postiteel toimuks rohkem üritusi (laatasid, kinoseansse, avalikke ajutisi arhitektuuriinstallatsioone jne), siis meelitaks see nii kohalikke kui ka külalisi. Üks osa sellest oleks muuta Postitee.ee praktiliseks leheks ka kohalikele inimestele.

11) Tugevam ühismeedia kasutamine.

- Facebook, Instagram, Twitter, Youtube ja teiste ühismeedia kasutuselevõtt on väga soovitatav, et jõuda rohkemate inimesteni.
- Teemaviide #postitee peab muutuma laialdaselt kasutatuks nii kohalike kui külaste seas.
- Lisaks tuleb leida strateegiliselt tähtsad eesti ja ingliskeelsed teemaviited, millega koos postitusi teha. Selle jaoks tasub vaadata nii pikaajalisi postitusi, mida nt Visit Estonia, Visit Tartu, Eesti Rahva Muuseum jt teevad.
- Ka hooajaliselt kasutatavad teemaviiteid tuleks kasutada, näiteks mõni kontserdi, ralli, festivali vm raames kasutatav festival (nt postitus teemaviitega #postitee ja #visitTartu ja #armastanEestit)⁵.
- Ühise loo kirjutamine sotsiaalmeedias: kaasavad ühismeedia kampaaniad kohalikega ja külastega. Oleks oluline kutsuda inimesi üles ise pilte tegema ja jagama oma kogemusi Postiteel. Selle jaoks saab kasutada kas teemaviidet #postitee või seda laiendada asjakohaste märksõnadega. Näiteks: #suvilaPostitee #lapsedPostitee #koduPostitee #tööPostitee #autoPostitee vms. Eesmärk on saada inimesi jagama enda pilte ja videosid vastava märksõnaga. Kampaania käimatõmbamiseks oleks vaja lühidaid ja selgeid juhiseid ning üleskutseid nii veebis kui mujal. Näiteks on Tampere linn teinud väga edukalt sarnast kampaaniat märksõnadega #kotiTampere #työTampere (vastavalt kodu ja töö Tamperel) ning kutsus inimesi üles pilte jagama muuhulgas bussipeatustesse pandud reklaamides.⁶

⁵ Teemaviiteid võib leida ka näiteks asukoha järgi siin: <https://www.tagsfinder.com/et-ee/location/236087409/voru/>

⁶ Tampere linna turundusest lähemalt siin:
<https://www.instagram.com/explore/tags/minuntampere/>
<https://www.instagram.com/explore/tags/tunnelmatampere/top/>

12) Võimalusel võiks kaaluda ühe läbiva kirjatüübi kasutamist.

Selleks võib olla juba praegu mõni kohalikult kasutatav kirjatüüp, kui selle põhjendus on veenev. See võib olla ka näiteks Aino kirjatüüp ehk Eesti brändi meeskonna leiutatud font.

13) Võib kaaluda ka ühise esitlusmalli loomist, nii sisult kui disaini mõttes, mida saaksid seltsimajad, teenusepakkujad jt Postitee esitamisel.

14) Turundusmaterjali materjali otsimine ja rakendamine.

15) Postitee sotsiaalmeedia postitusi tuleb ideaalis kõikidelt, kes seda paika külastavad. Ent keegi peab hoolitsema selle eest, et postitused tulevad regulaarselt (regulaarsus on oluline).

Näiteks: Postiteed on kasutatud filmides "Johannes Pääsukese tõeline elu" (2019), "Eia jõulud Tondikakul" (2018) ja "Naerata ometi" (1985). Siit saab ja tuleb ammutada materjali turunduseks. Näiteks erinevaid klippe ja kuvatõmmiseid saab kasutada turunduses, sotsiaalmeedias reklaamiks või kasvõi meemideks. Autoriõiguste tuleb korrektselt ringi käia ning sõnumid ning kontekst peab vastama üldiselt turundusstrateegiale ning saavutama tahetud tonaalsuse.

16) Visuaalse kasutajakogemuse kaasajastamine

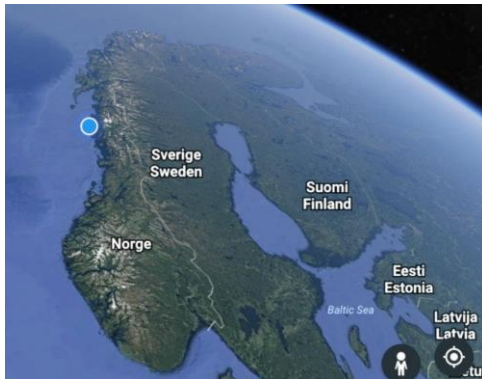
Postitee võib tunduda Tallinnast kaugel ning sihtkohana on pikk teelõik. Võimalik külastaja peaks tundma, et tal on tarvis näha minimaalset vaeva, et leida üles nii Postitee kui ka kohalikud paigad pika tee peal.

Postitee kodulehel võiks olla kaasaegselt disainitud "metrookaart" ehk visuaalselt lihtsustatud sammude ahel sellest, kuidas jõuda Postiteele ning seda mistahes transpordivahendiga. Külastaja ei pea nuputama, kuidas ta kaugemale Lõuna-Eesti jõuab. Samuti on oluline saada selline kaart Postiteest endast, mis teeb vaatamisväärsuste ja tegevuste ülesleidmise kergeks. Sellise kaardi väljund võib olla ainult turunduslik aga ta võib toimida ka lisana praegusele Google kaardile, mis on autoga sõites kindlasti väga praktiline, kuid ei anna kiiret visuaalset ülevaadet, mis kus Postiteel ikkagi on.

<https://www.instagram.com/explore/tags/ty%C3%B6tampere/>

<https://www.tampereenbrandi.fi/en/>

<https://www.instagram.com/explore/tags/kotitampere/>



Illustratsioon: Træna saar Põhja Norras oma 456 asukaga asub kaugel ning pole just hõlpsasti ligipääsetav. Saarele paari aasta eest kolinud Moa Björnsson⁷ on saarele uue hingamise andnud muusikafestivali, Pride marsi, kunstikele mõeldud residentuuriprogrammiga ja palju muuga. Ta reisib mööda konverentse ning räägib saare eduloost. Üks osa sellest tööst oli kohe alguses lihtsa n-ö metrookaardi joonistamine, et aidata inimestel aru saada, kuidas kohale jõuda eri transpordivahenditega. Kuigi Postiteele jõudmine või seal liikumine ei vaja ei laeva ega lennukit, on käesolev visuaal heaks näiteks, kuidas muuta üht teekonda või otsustusprotsessi inimestele võimalikult selgeks ning seeläbi muuta külaliste saabumine tõenäolisemaks.

⁷ Intervjuu Moa Björnssoniga: <https://placebrandobserver.com/moa-bjornson-interview/>

INNOVATSIOON: KUIDAS UUENDADA POSTITEED?

Postitee saaks olla kaasaegne ja atraktiivne sihtkoht kui järgida käesoleva plaani soovitusi ning nendega töötada, luues nii aluseks veelgi pikemaajalisele arengule. Kuidas saaks aga Postitee teha midagi uuenduslikku? Kuidas olla mingis vallas esimene, kas Eestis või isegi rahvusvahelises kontekstis?

Uuendus saab olla kas revolutsiooniline (*disruptive*) või evolutsiooniline (orgaaniline). Postitee saaks teha midagi rabavalt uuenduslikku või tasahaaval võtta kasutusele uusi ideid. Kummalgi juhul, aga eriti viimase aeganõudvama stsenaariumi korral on tarvis hoida avatud meelt ning olla valmis katsetama. Näiteks, kui Postitee saaks endale üleöö ressursse ja võimalusi rajada näiteks Eestis enneolematu laste mänguväljak, mille disainiks eraldi nende jaoks Taani firma Monstrum, lööks see kahtlemata laineid. Samuti saavutaks kohalikele suure elukvaliteedi tõusu ja meelitaks senisest enam turiste, kui Postiteele rajataks eraldi üks terviklik asfaldist rattatee kogu tee ulatuses. Kuniks neid ressursse üleöö ei teki, saab läheneda innovatsioonile ka teise nurga alt.

1) Maanteemuuseumi abil Postitee ainulaadseks Katseteeks muutmine

Kui tegemist on “Eesti ühe ilusaima asfaltteega”, milleks piirata selle kasutuskogemust ainult 90 km/h autos istumisega? Postitee võiks Maanteemuuseumi abil olla koht, kus näidata, kuidas üht asfaltteed on võimalik ära kasutada.

Postitee suurimaid ressursse on Eesti Maanteemuuseum, suurim omataoline Põhjas ja Baltikumis. Juba praegu tõmbab see külastajaid ligi ning seal on palju teha, võimalus süüa, parkida ja nii edasi. Seda momenti saaks senisest enamgi veel ära kasutada.

Soovitav on pidada arutlusi eria huvipoolte vahel ühe lihtsa reegli järgi: “mis siis kui?” Mis siis kui Maanteemuuseumi abil, kasutades värvi ja liiklusmärke, muuta teatud Postitee lõigud, ajutiselt või mitte, selliseks nagu mujal linnades tänavaid jagatakse rataste, jalakäijate, busside ja autode vahel? Mis siis, kui ilusaimad osad muuta autodele üherealisteks, 30 km/h või 50 km/h kiirusega lõikudeks? Ehk loodaks sinna ajutiselt mõni näitus või restoran? Mõtteid võib lisada veel, kuniks on võimalik pidada avatud arutelu ning avardada mõtteid.

Sellised muudatused annaksid võimaluse korraldada senisest enam jalgsiretki, siduda algus- ja lõpp-punkte rattaga või jalgsikäimisega jne jne. Pelk rattateede (mitte “kergliiklusteete”) olemasolu on Eestis 20. sajandi mahuks, mistahes linnas. Võimaldada inimestele kogemust sõita senisest enam rattaga või käia jalgsi ajal, mil nad on ise võtnud aja puhkamiseks ning seda looduskauis kohas, kus tee ääres ootab neid palju vaatamisväärsusi ja teenusepakkujaid - selle positiivset majanduslikku efekti oleks kindlasti võimalik inimeste hulgas ja tarbimises mõõta.

2) Jalgrattaga ning jalgsi liiklemist tuleb arendada

Kui Postitee on “Eesti ilusamaid asfaltteesid”, tuleb seda võimaldada kogeda mitmekesisemalt moel kui 90 km/h sõitvast autost. Olgu sihtgrupiks mistahes persoon, kohapeal rattaga liigeldes või jalgsi käies ühest punktist teise - mitte ainult ühes punktis - on äärmiselt oluline nii külastajate seisukohast kui ka kohalike elukvaliteedi tõstmise seisukohast.

Eesti kliima sobib aastaringseks rattasõiduks täpselt samamoodi nagu kõigis teistes Põhjamaade pealinnades, aga ka põhjapoolsemates linnades nagu Turku, Tampere, Oulu, Umeå jt. Senini on Eestis suutnud rattaliiklust kaasaegsel ehk 21. sajandi kombel hakata edendama ainult Tartu linn.⁸Terviklike pakettide olemasolu (vt ülal) on tihedalt seotud ka jalgrattaga või jalgsi liikumisega: rattaga liiklejad suure tõenäosusega ööbiksid ja peatuksid tihedamini, kuna nad tahavad rohkem aega kohapeal veeta. Allpool toodud soovitused muudaksid Postitee ligipääsetavamaks, kuna see võimaldaks teed kogeda muul moel kui ainult ühel viisil: autoga ühest punktist teise punkti sõites, tehes või tegemata vahepeatusi.

1. Eraldi jalgrattatee või -raja (mitte “kergliiklustee”) rajamine.

- a. Kui Postiteel soovida rattaga liikuda, siis on see praegu eluohtlik, kuna teelõigul kehtib enamast 90 km/h kiiruspiirang. Kui siin tahta näha enam rattureid või jalakäijaid, tuleb kaaluda järgmisi võimalusi:
- b. Rajada jalgrattatee (mitte “kergliiklustee”) sõiduteest 2-5 meetrit kõrvale. See on tugevalt soovitatav viis asjale läheneda.
- c. Alternatiiv oleks rattatee valmimiseni rajada jalgrattarada (mitte “kergliiklustee”) olemasolevale sõiduteele, mis on:
 - i. Punase värviga selgelt tähistatud
 - ii. Eraldatud ülejäänud sõiduteest kivist takistustega.
 - iii. Rattaraja laius on piisav, et seda mahuks talvel mootorsõiduk puhastamaautode liikumist piirata sõita maksimaalselt 30 km/h või rajada eralda rattatee (mitte “kergliiklustee”), mis on eraldatud autoteest mururibaga vms.

⁸ Loe lisa rattaliiklusest meil ja mujal, hea andme- ning teadmispõhine artikkel:
<https://sirp.ee/s1-artiklid/arhitektuur/voimatu-vaid-tallinnas/>

3) Tegevuste planeerimine rattaga

Kui on olemas infrastruktuur või turvaliseks muudetud praegune infrastruktuur, oleks võimalik jalgrattalaenutusega võimaldada senisest enam aktiivseid tegevusi nii peredele, seenioritele, lastele kui ka teistele. Jalgrattalaenutusele võib talgute korras aluse panna ka kasvõi tasuta kokku kogutud vanad ja katkised vanad rattad, mille saaks kerge vaevaga korda teha ning regulaarselt laenutuspunktidest kohale sõidutada. Kohalikud ootavat seda pikisilmi (nt Karilatsi külaselts).



Illustratsioon: mis siis kui Eesti üht kauneimat asfaltteed kogeda teise nurga alt kui seni? Näiteks, kui Postiteel saaksid seeniorid sõita kastiratastega ning kui rattandus siduda postijaamadega. Postiteel saaks liigelda jalgratastega ainult turvalise ehk autodest selgelt eraldatud rattatee olemasolul (mitte “kergliiklusteel”), kus autod sõidavad max 30 km/h.