

Piirkonna- ja kohaturunduse kommunikatsiooniplaan

Mida ja kuidas öelda, et rahvas kohale tuleks?

Siiri Erala

ajakirjanik, kommunikatsioonimagister







Worn Wear Stories

patagonia

I SAMM: defineeri sihtgrupp

Kelle jaoks te oma üritust teete?

Keda te endale külla ootate?

Kes teie kaupa ostab?

Kelle kaudu liigub info?

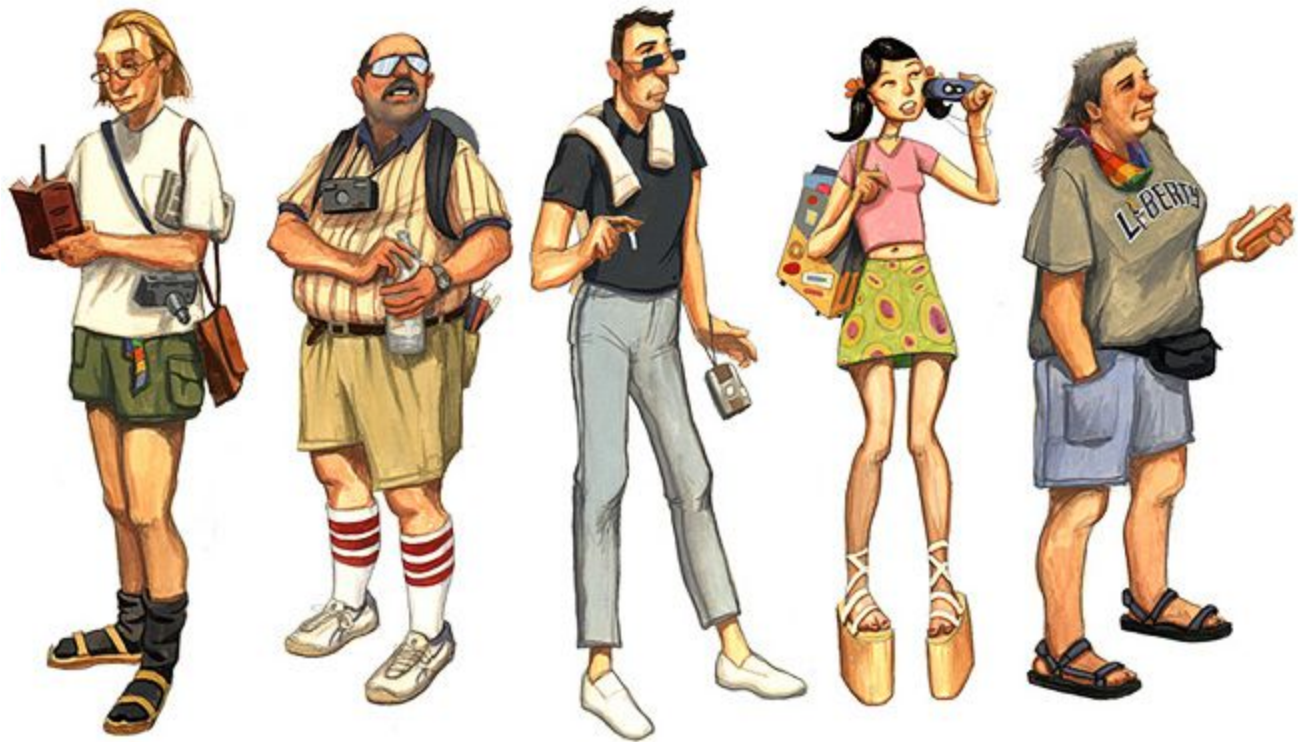
Kes otsustab?

Kes maksab?



SIHTGRUPP







II SAMM: kogu infot sihtgrupi kohta

Mis teemad kõnetavad, mille üle muretseb?

Mis rõõmustab, millest unistab, millest vajaka?

Kust saab infot, millist meediat tarbib?

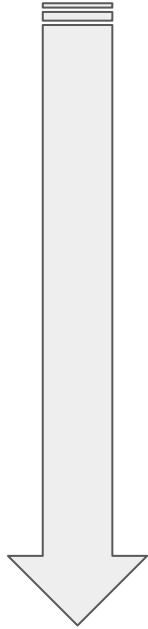
Keda usub ja usaldab?

Kes on selle sihtgrupi Ivo Linna?

Mida sinust teab?



Kuidas infot saada?



Uuring.

Fookusgrupi intervjuu.

Küsitlus.

Tutvu olemasoleva statistikaga.

Oleta.

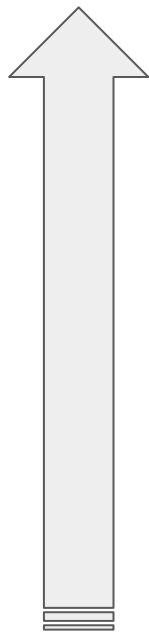
III SAMM: plaan

Kes on sihtgrupp?	Mis on sihtgrupile oluline?	Milline pilt sihtgrupil praegu?	Soovitud pilt	Sihtgrupi infokanal/meedia	Tegevus	Sõnumitooja
-------------------	-----------------------------	---------------------------------	---------------	----------------------------	---------	-------------









Hoiak.

Harjumus.

Korduv tegutsemine.

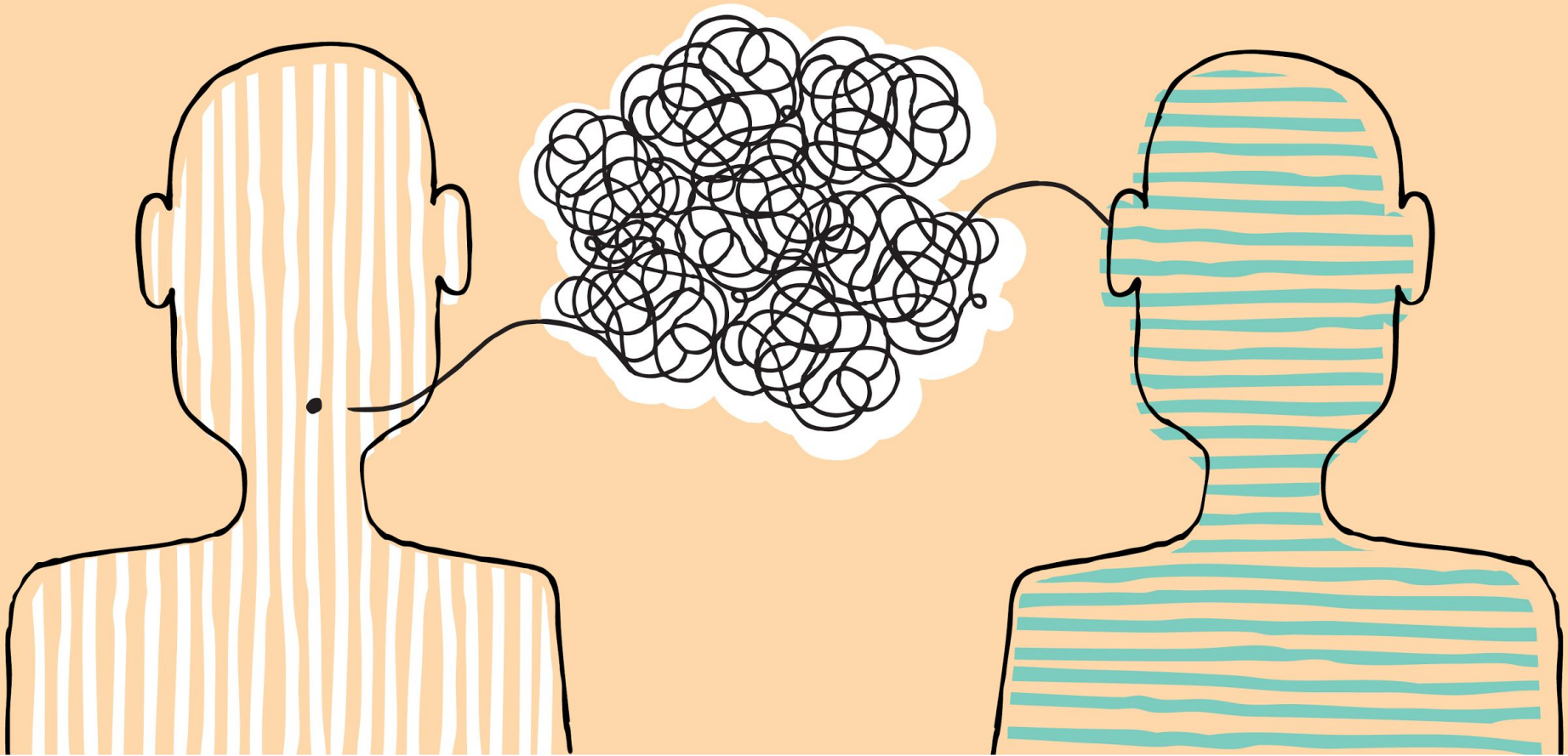
Tegutsemine.

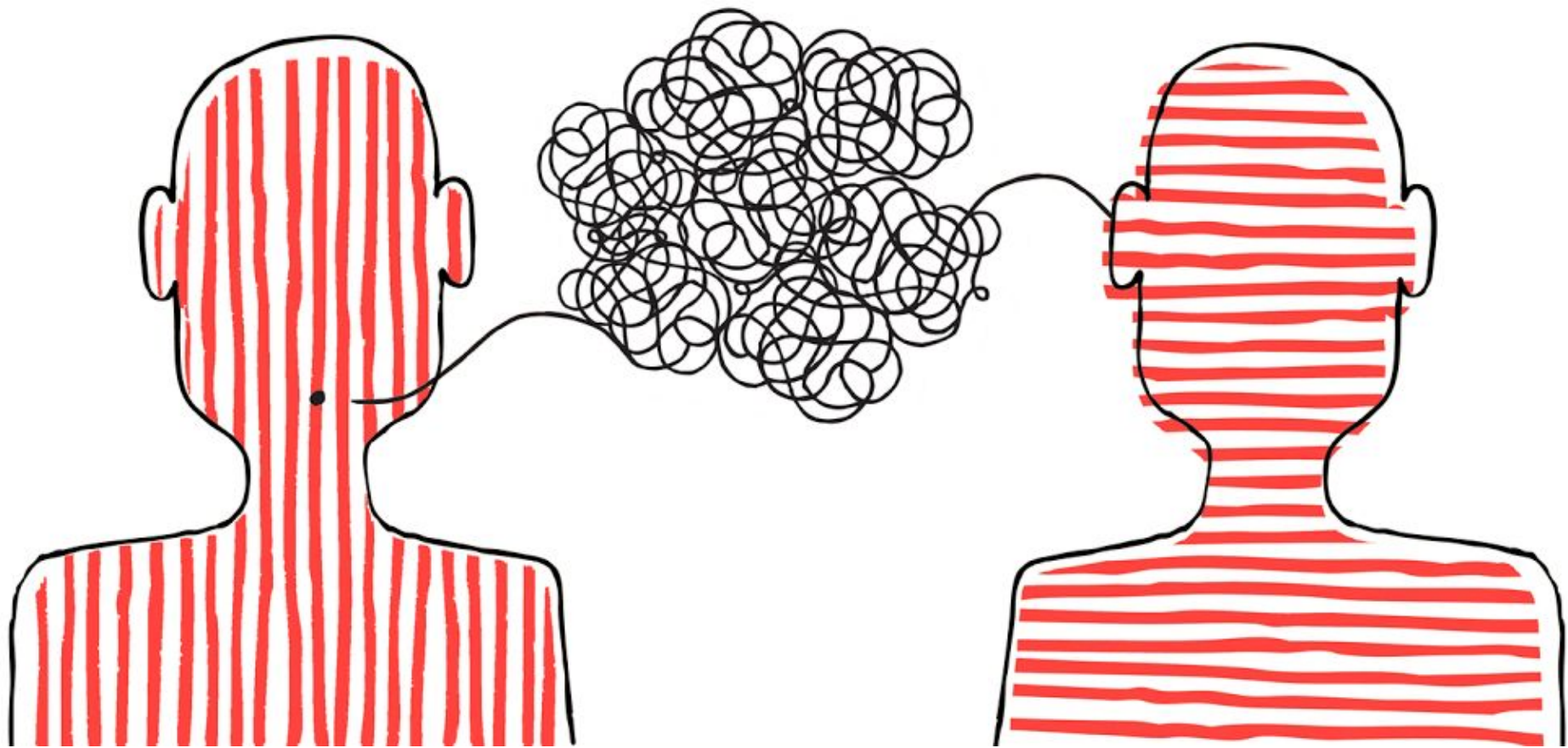
Otsus.

Teadmine.

Huvi.

Märkamine.





ÜLESANNE

Valige üks turistitüüp karikatuurilt!

Mõelge, kuidas saaksite äratada temas huvi Paides toimuva Järvamaa päeva vastu?

Millise teema abil tema tähelepanu köita? Millises meedias teda kõnetada? Millise tegevusega seda teha? Kes võiks olla kõneisik sõnumi edastamisel?





siiri.erala@parnupostimees.ee,

hoiuhoov@gmail.com

5247176