

ÜLEVAADE ÜRITUSTURUNDUSE
OLUKORRAST EESTIS
Muutused 2005 ja 2012 aasta võrdluses

Valimibaas ligi

4300

inimest

Vastanuid

75

ettevõtet

Äriklientidele
suunatud:

34

ettevõtet

Nii era kui
äriklientidele
suunatud:

26

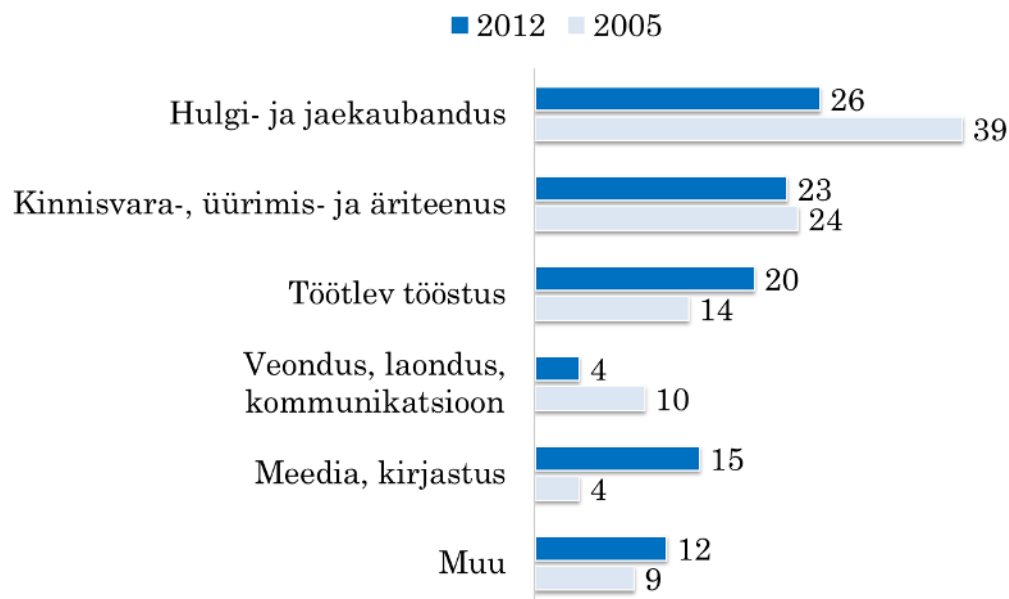
ettevõtet

Eraklientidele
suunatud:

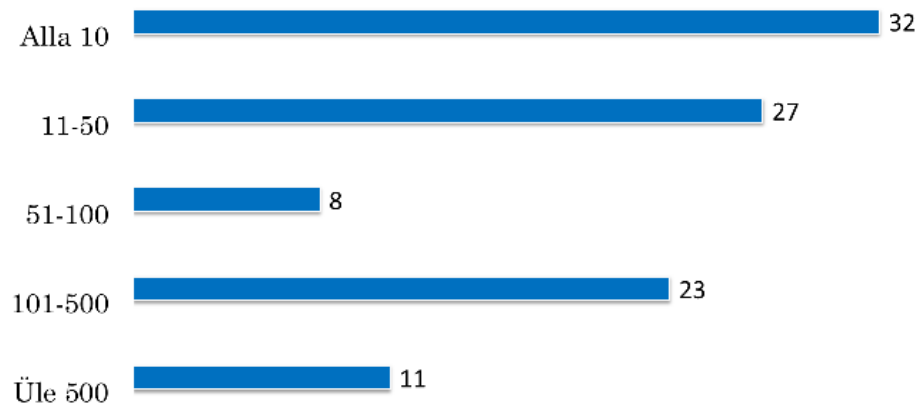
15

ettevõtet

PÕHITEGEVUSALA



TÖÖTAJATE ARV



VASTANUTE TAUST

Uuringus võrreldakse tulemusi 2005. aastal Turu-Uuringute AS poolt korraldatud uuringuga äritusturunduse kohta. Kõik vastused toodud protsentides (%).

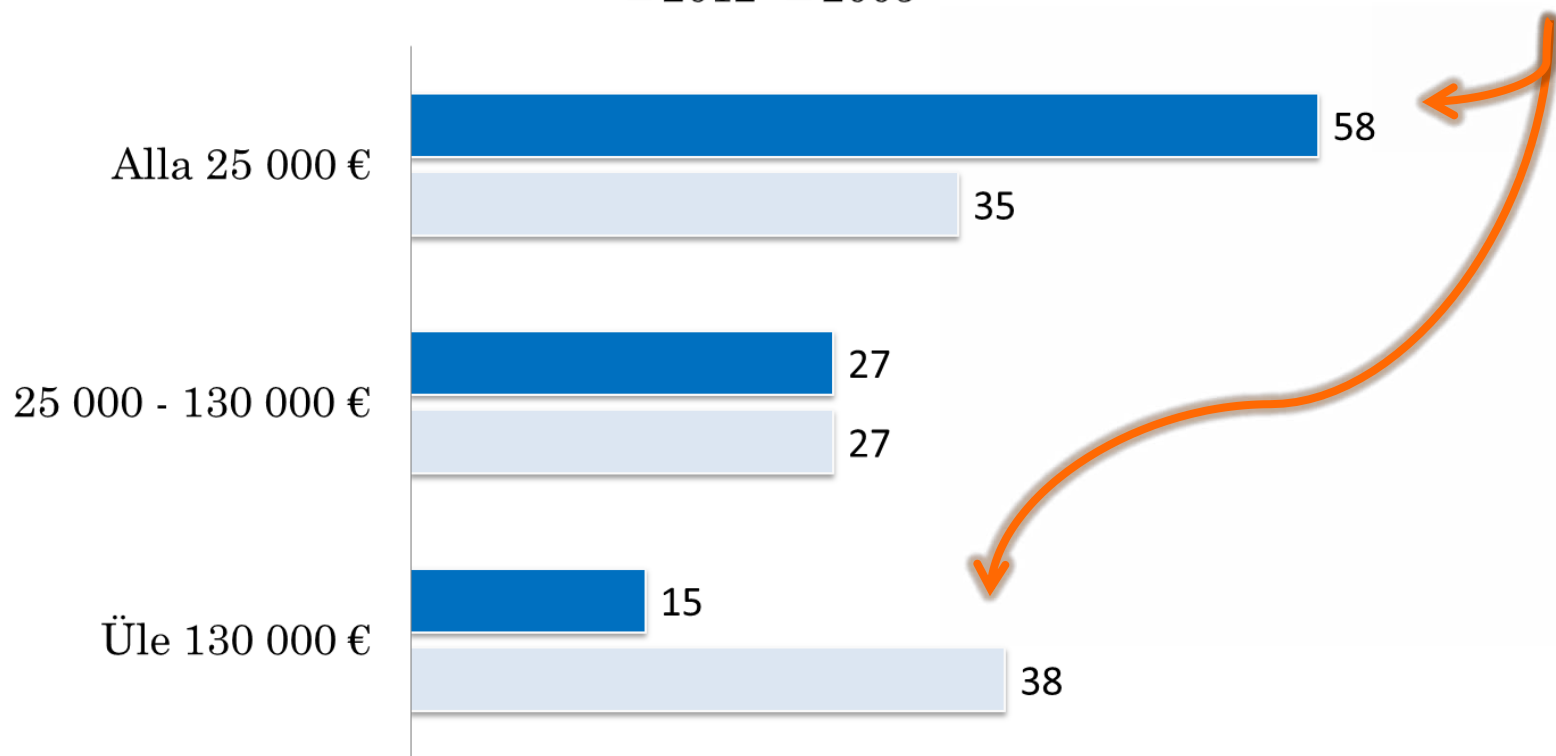


1 |

TURUNDUSEELARVE

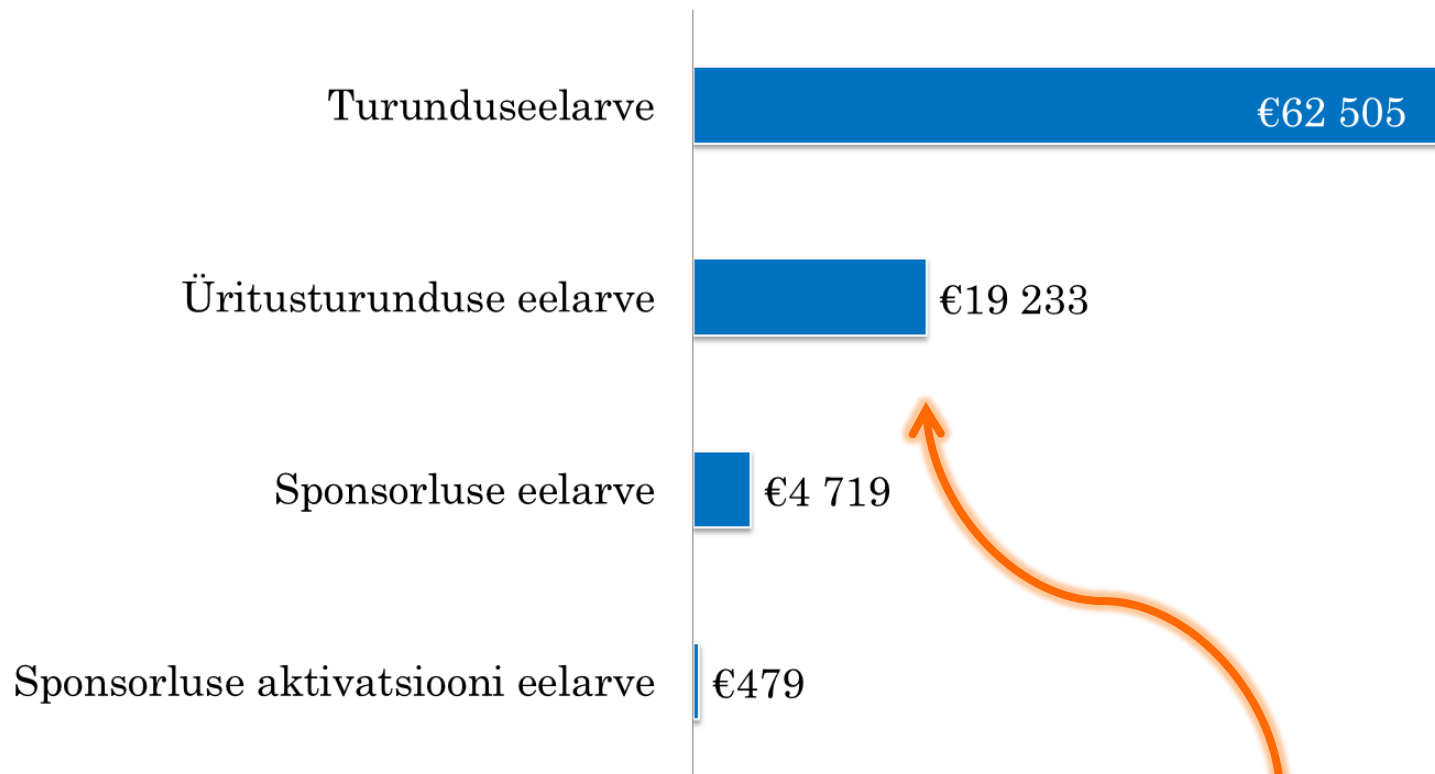
TURUNDUSEELARVED ON RADIKAALSELT VÄHENENUD

■ 2012 ■ 2005





Turunduseelarveid on
mõjutanud peamiselt
internetiturundus
ning
majandussurutis



ÜRITUSTURUNDUSE OSAKAAL
ON PEA **KOLMANDIK**



Üritusturunduse

osakaal turunduseelarves on kasvanud, kuid endiselt on

sponsorluse

aktivatsioon

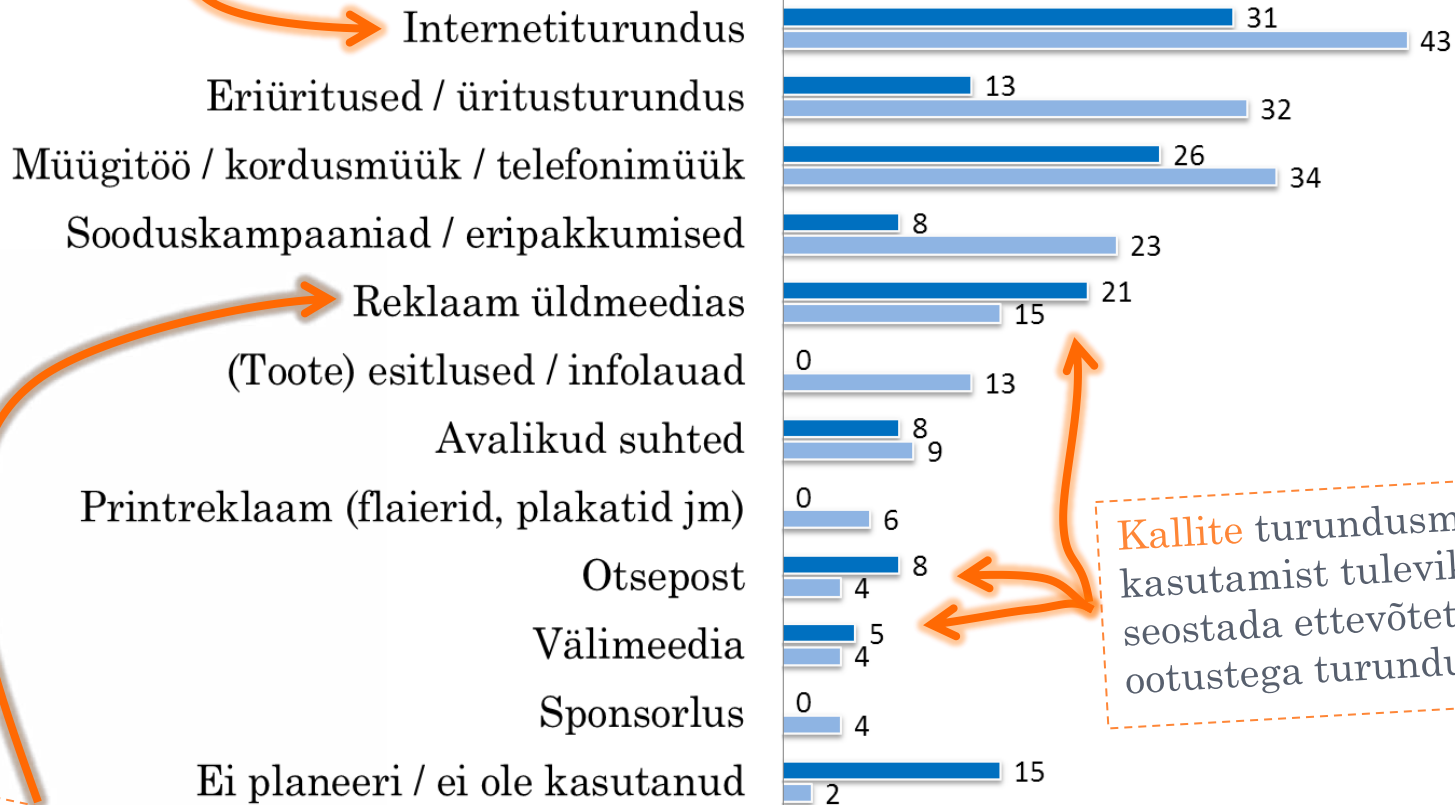
ettevõtete jaoks vähe kasutatud turundusmeede

2

PROMOTSIOON

Veel 2005 aastal **internetiturundus** puudus ettevõtete turudusplaanist

■ Plaanivad kasutada ■ On kasutanud

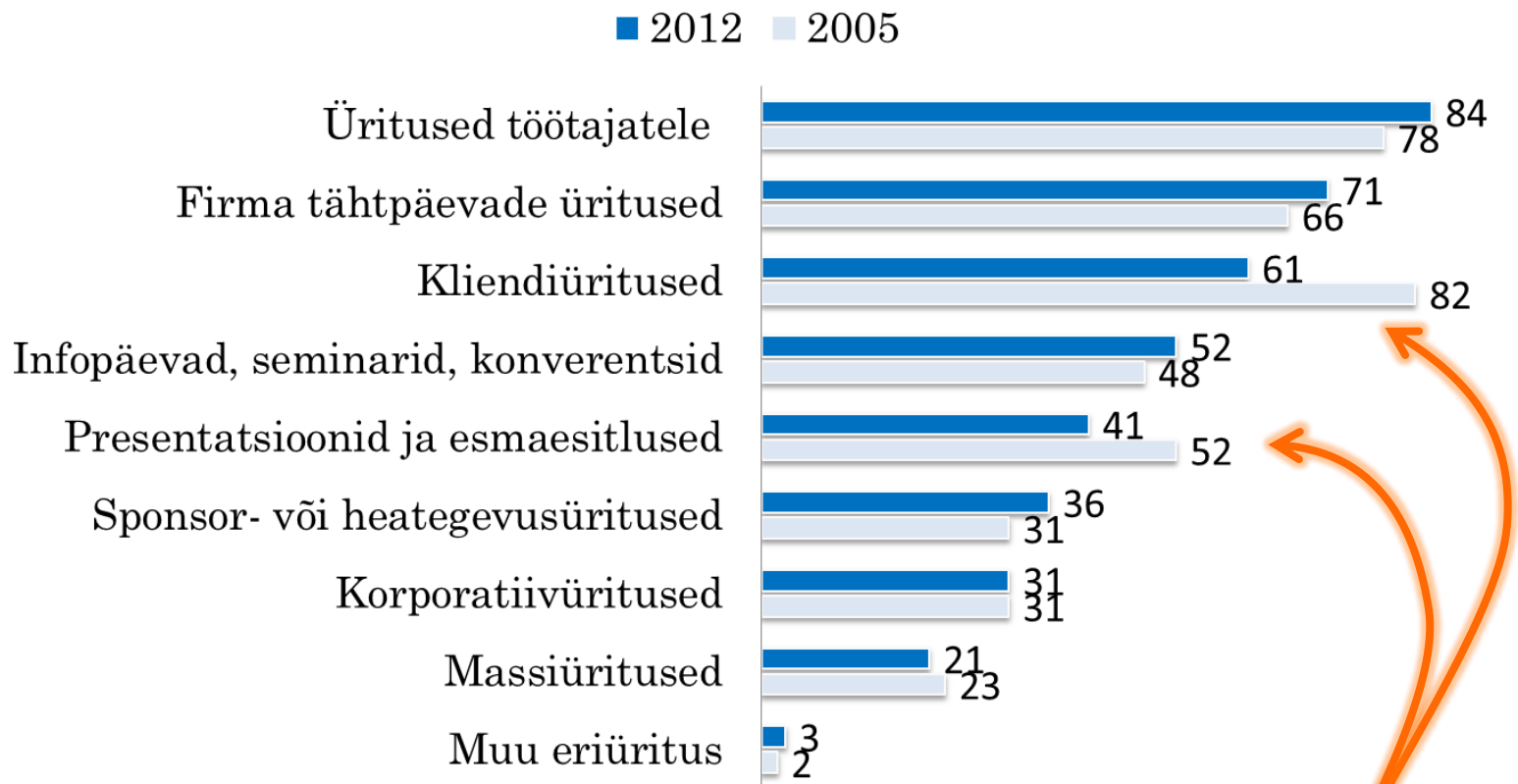


Kallite turundusmeedete kasutamist tulevikus võib seostada ettevõtete **positiivsete** ootustega turunduseelarvele

2005 aastal oli **meediareklaam** ettevõtete turunduseelarves esimesel kohal

3

ERIÜRITUSED



MÄRKIMISVÄÄRSELT ON VÄHENENENUD
KLIENDI- JA ESITLUSÜRITUSED



Kliendiüritused

ning toote / teenuse

esitlusüritused

on kolinud

interneti!

■ Esitlusüritused ■ Internetiturundus

Kasutab kas internetiturundust
või esitlusi

27

16

Kasutab mõlemat korraga

15

Ei kasuta kumbagi / vastus
puudub

43

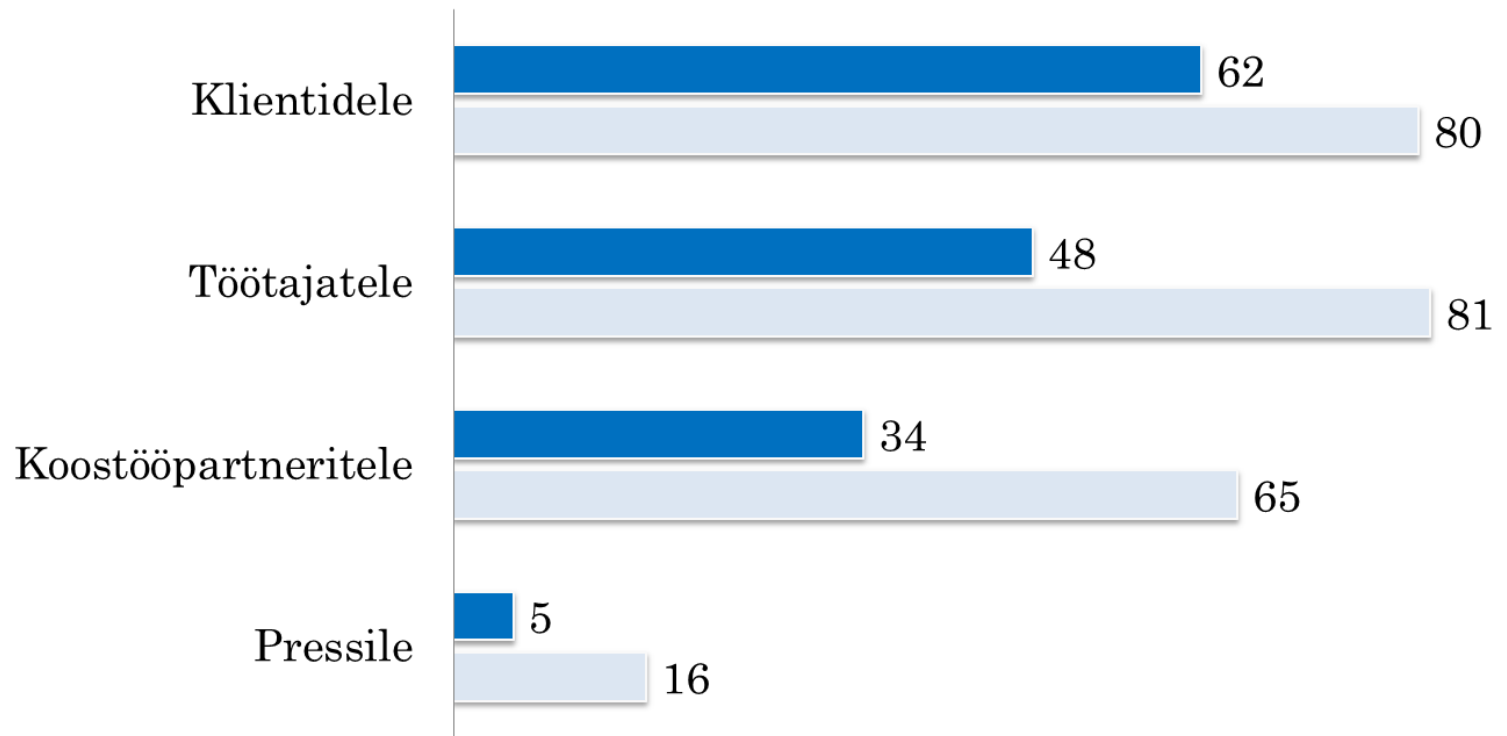


Enamus ettevõtteid
kasutavad kas
internetiturundust
või
esitlusüritusi,
kuid mitte mõlemat
korraga

4!

ÜRITUSTURUNDUSE
TULEMUSLIKKUS

■ Hindab kasumlikuks ■ Korraldab antud sihtgrupile



Kuigi kõige rohkem korraldatakse üritusi
töötajatele, peetakse kliendiüritusi siiski
kõige kasumlikumaks



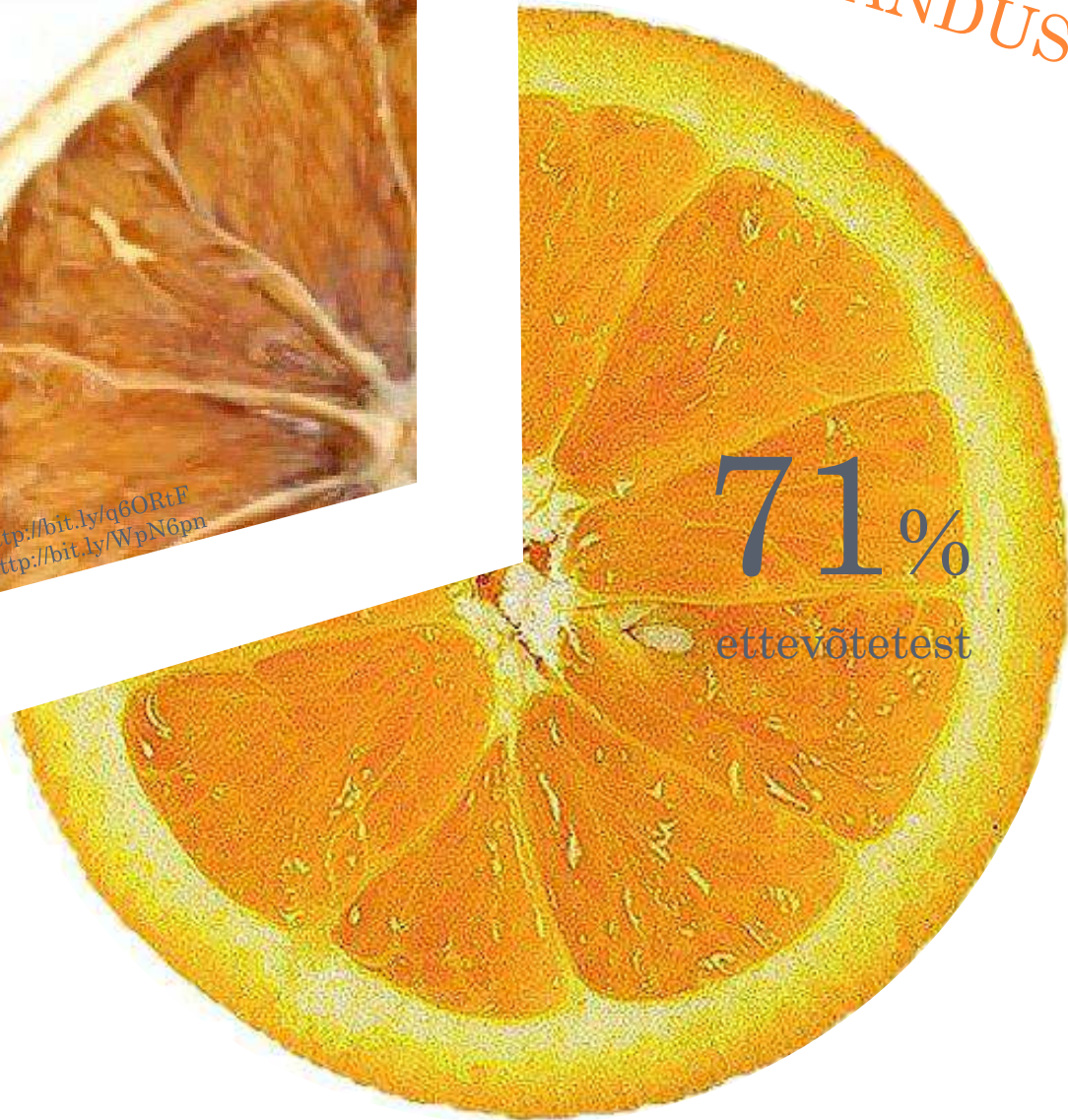


Ettevõtte on järjest
enam hakanud ürituste

tulemuslikkust

majanduslikult
hindama

ÜRITUSED ON TÄITNUD
MAJANDUSLIKUD EESMÄRGID



5

MAJANDUSSURUTIS
ÜRITUSTURUNDUSES

„Tuleb muuta enda suhtumist. Turundusse tuleb suhtuda kui investeringusse ja mitte kulutusse. See on investering oma ettevõtte tulevikku!“

„Andis hindamatu õppetunni edaspidiseks.“

„Üks üks sulgus, teine avanes.“

„Ei märganud majandusurutist. Valisin kliente hoolikamalt.“

„Ei mõjuta, olenemata masust on käive aastast aastasse olnud kogu neg tõusvas joones“

„Ei mõjutanud.“

„MÕJUTAS VÄHE.“

„Üritusi liideti, kuid ei jäetud täitsa ära.“

„Mitte otseselt, kuna tegeleme enam asjadega ise (ei osta teenust sisse) ja seetõttu on turunduseelarve madal.“

„Vähem sündmusturundust.“

„Klientide huvi vähenes.“



„Mõjutas tugevalt negatiivselt. Üritusturundus oli surutise perioodil praktiliselt olematu osakaaluga.“

„Negatiivselt - üritusi vähem, potentsiaalseid kliente vähem“

„Töötajatele suunatud üritusi tõmmati kokku, klientidele suunatud jäid alles.“

„Üritusturunduseelarve oli 60% väiksem kui varasematel aastatel“

12%

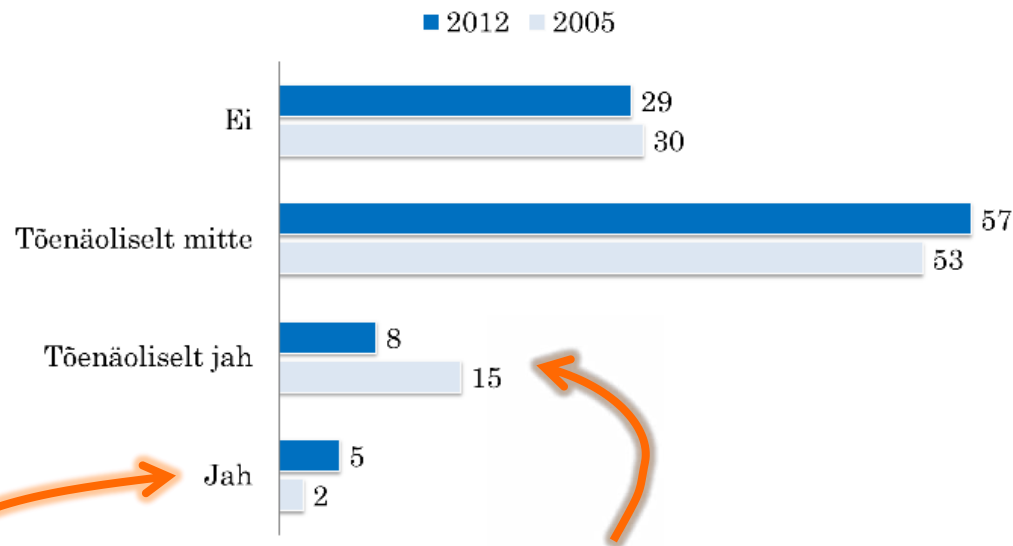
16%

22%

50%

6

ÜRITUSED
VÄLISRIIKIDES



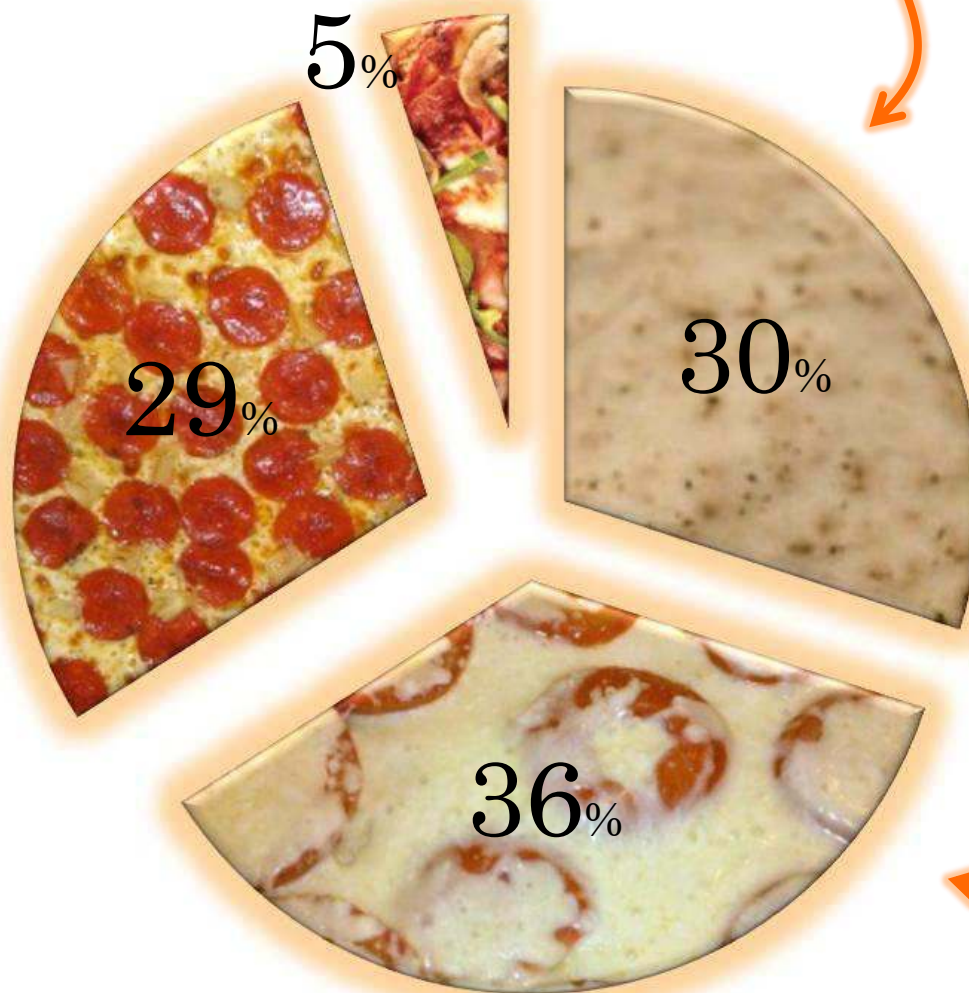
Kuigi ettevõtted on muutunud ebakindlamaks välismaal ürituste korraldamise suhtes, on rohkem neid, kes oma plaanides on kindlamad kui varem



7 |

ÜRITUSTURUNDUS-
AGENTUURI TAUST

Üritusturundusagentuuri kuulumine organisatsioonidesse või erialaliitu on enamasti ettevõtete jaoks **ebaoluline** või **pigem ebaoluline**





Kuigi enamus
vastanute jaoks
on agentuuri
**rahvusvahelisse
ketti** kuulumine
ebaoluline, on
kasvanud
ka nende
ettevõtete
hulk, kelle
jaoks see
on väga
oluline

8

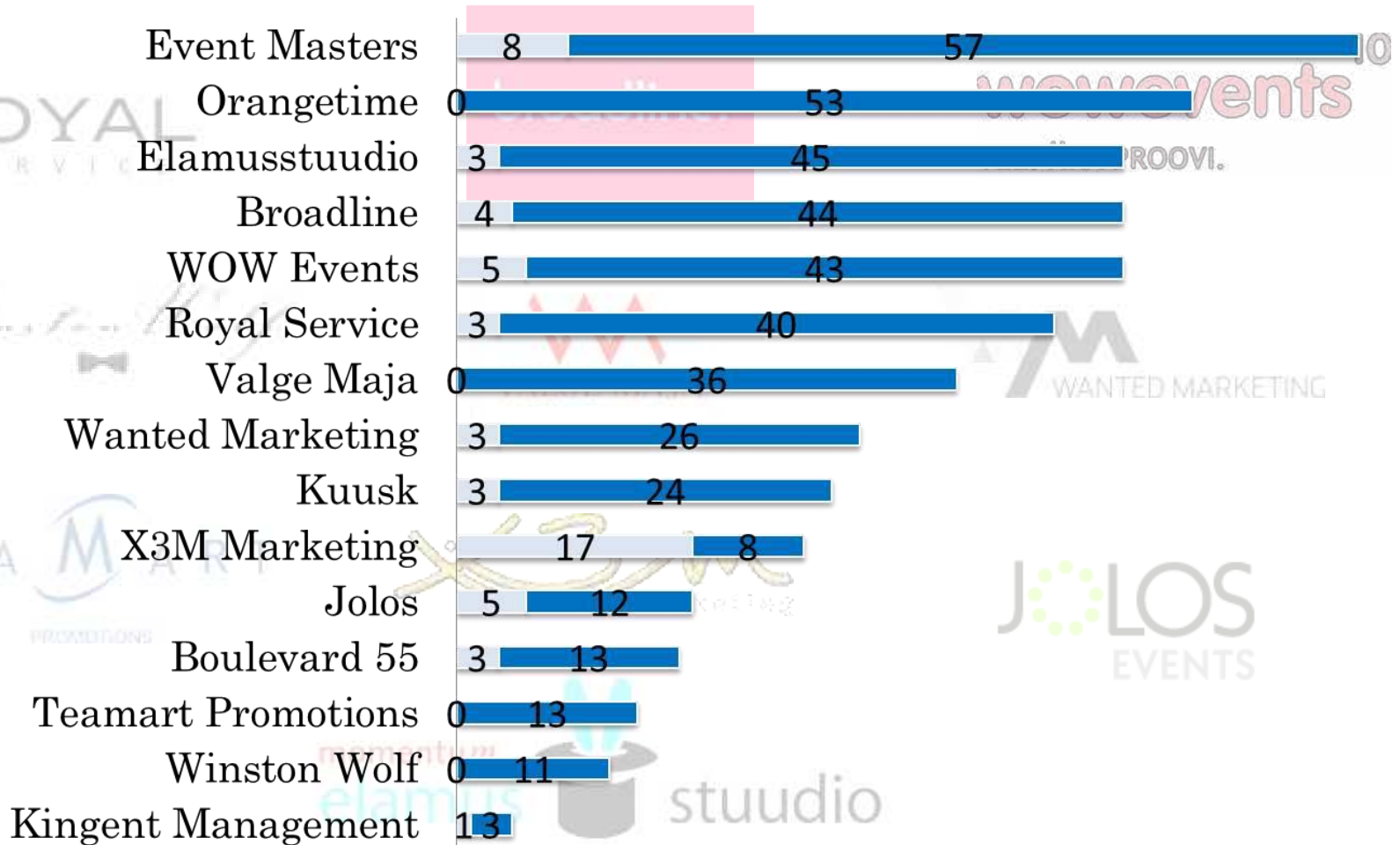
EESTI ÜRITUSTURUNDUS-
AGENTUURID

ÜRITUSTURUNDUSAGENTUURID

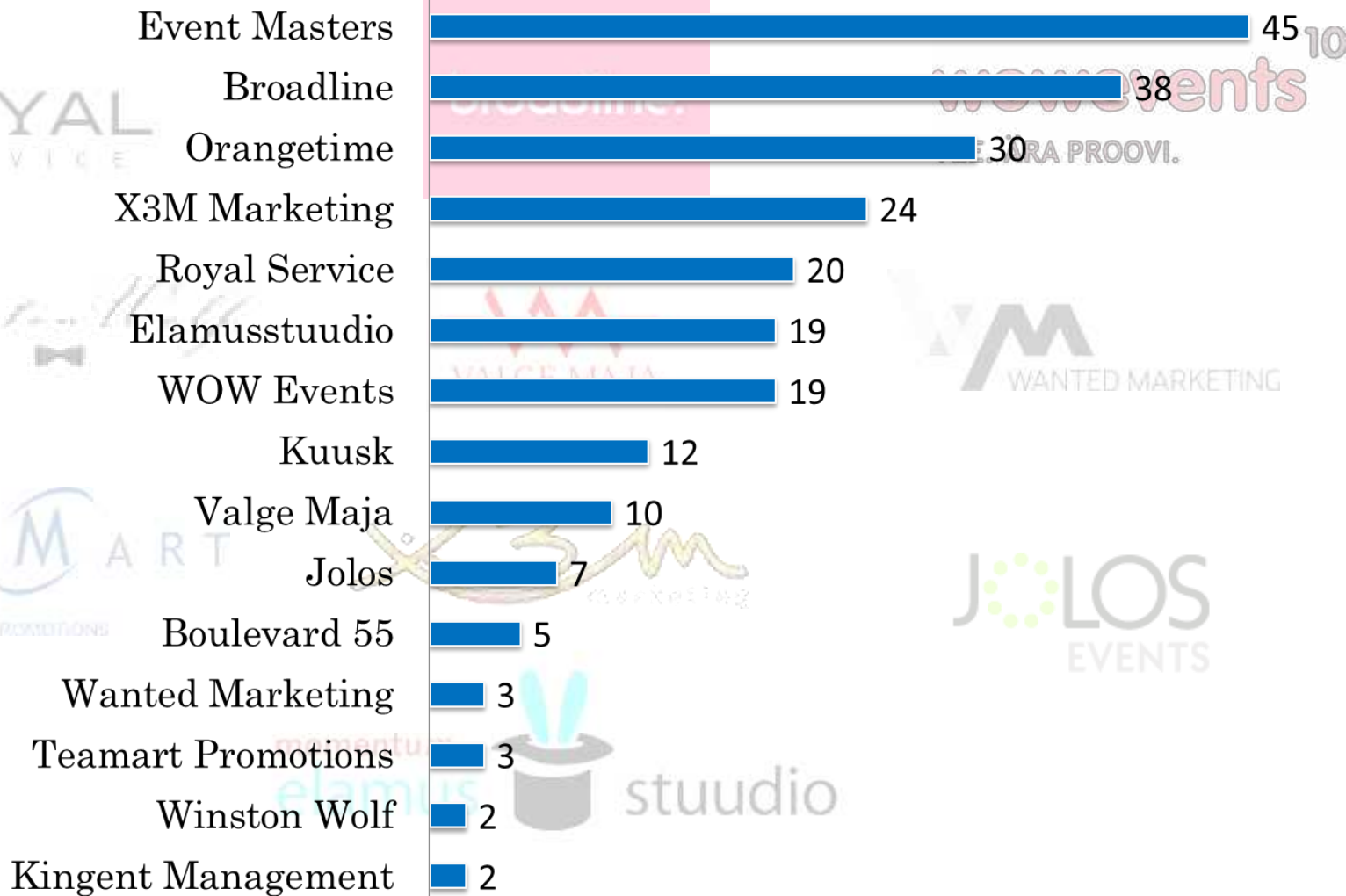
TUNTUIMAD

EVENT
MASTERS
Event Marketing Agency

■ On kasutanud ■ Teab



EELISTATUIMAD ÜRITUSTURUNDUSAGENTUURID



OMA KLIENTIDE POOLT HINNATUIMAD AGENTUURID

EVENT
MASTERS
Event Marketing Agency

X3M Marketing 65

Event Masters 63

Royal Service 63

Broadline 50

WOW Events 50

Jolos 50

Elamusstudio 38

Boulevard 55 38

Kuusk 13

wowevents¹⁰
TEE. ÄRA PROOVI.

WANTED MARKETING

J:LOS
EVENTS

ROYAL
SERVICE

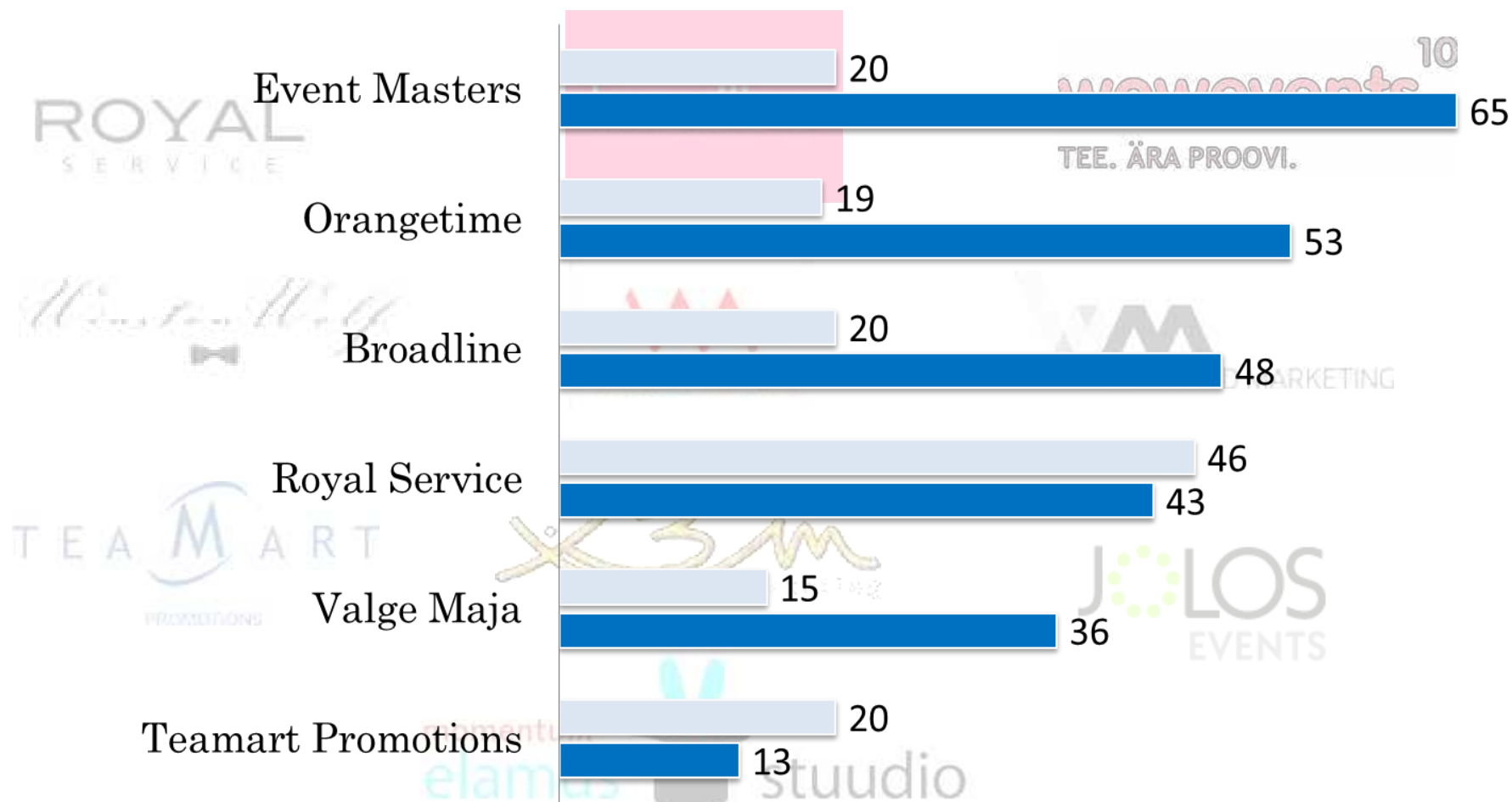
TEAM
MART
PROMOTIONS

momentum
elamus
studio

TUNTUS VÕRRELDES 2005. AASTAGA

EVENT
MASTERS
Event Marketing Agency

■ 2005 ■ 2012



Koostööpartnerid:



MARKETINGI
INSTITUUT

Lisainfo:

www.

erikehasoo
.com

Erik Ehasoo

erik@erikehasoo.com

www.erikehasoo.com