

Tallinna kui reisisihtkoha turundusraamistik toetuse taotlejale

Tallinna kui reisisihtkoha müügiargumendid

Rahvusvahelise turunduskommunikatsiooni sõnumite koostamisel lähtub Tallinna turismiosakond Tallinna kui reisisihi peamisest müügiargumendist:

Tallinn on täiuslik kooslus **ajaloolisest pärandist** ja **kaasaegsest linnakultuurist**.

Seda toetavad **tugevused**, mida kasutatakse turunduskommunikatsioonis sihitult ja kontekstipõhiselt, vastavalt sihtturule, sihtrühmale, hooajale ja fookusteemale.

- Linn, kus asub üks **Põhja-Euroopa paremini säilinud keskaegseid vanalinnu**, mis kuulub **UNESCO Maailmapärandi nimekirja**.
- **Kontrastide linn**, kus ajaloolised kihistused, erilised piirkonnad, kultuurielamused ja vahelduvad aastaajad põimuvad mitmekesiseks tervikuks.
- **Roheline linn**, kus meri, rohealad ja puhas õhk loovad lõõgastava linnapuhkuse kogemuse.



Visuaalne kommunikatsioon

Tallinna visuaalne kommunikatsioon põhineb autentsusel, mitmekesisusel ja läheduse tundel.

Välditakse lavastatud või ülemäära viimistletud lugusid ning **linna kujutatakse loomulikult ja tõepäraselt**, kasutades **kohapeal jäädvustatud pilte** Tallinna inimestest, arhitektuurist, kultuurist, toidust ja igapäevaelust.

Kampaanias tuleb kasutada Tallinna nime **selgelt ja loetavalt**. Kampaania sõnumid peavad esile tooma Tallinna kui **atraktiivse reisisihtkoha müügiargumente**. Tallinn peab olema kampaanias **visuaalselt äratuntav** ning selle kujutamisel tuleb lähtuda **Tallinna visuaalse kommunikatsiooni põhimõtetest**.



- **Eristuv ja kvaliteetne toidukultuur**, kus kohtuvad kohalik tooraine, rahvusvahelised maitset, loovad kokad ja hinnatud restoranid.
- **Kompaktne ja turvaline linn**, kus kõik oluline on lähedal ning linna on lihtne ja muretu avastada.
- **Ideede kohtumispaik**, mis pakub unikaalseid ja üllatavaid võimalusi ürituste korraldamiseks

Rahvusvahelises kommunikatsioonis kasutatavad ingliskeelsed müügiargumendid on leitavad veebilehel: visittallinn.ee/whytallinn



Visuaalid toovad esile linnale omased kontrastid, näiteks keskaegse ja kaasaegse, linnaliku ja loodusliku, elava ja rahuliku koosmõju.

Eelistatud on inimesekeskseid kompositsioone, loomulik valgus ja pehmed põhjamaised toonid ning välditakse tugevat järeltöötlust või kunstlikke filtreid.