

HIUMAA JOOKSUGRUPI TURUNDUSSTRATEEGIA

koostatud 2022

1. Hiiumaa jooksugrupp

Hiiumaa jooksugrupp asutati ja registreeriti mittetulundusühinguna 2016. aastal. Ühingat juhib 2-liikmeline juhatus ning ühingul on 38 liiget. Ühingu põhitegevusteks on põhikirja alusel avalikes huvides regulaarsete ühistreeningute läbiviimine, spordiürituste korraldamine ning liikumisaktiivsuse tõstmiseks liikumistaristu rajamine ja selle korrashoid. Jooksugrupi tulud moodustuvad sihtotstarbelistest toetustest, osaluspanustest ja liikmetasudest.

Ühing viib tulenevalt aastaajast läbi regulaarseid jooksu-, maastiku- ja maanteeratta- ning suusatamise ühistreeninguid. Korraldab jooksu- (sh matka, kepikõnni), suusa- ja maastikurattavõistlusi. On rajanud Kärdlasse väljõusaali, madalseikluspargi ning panustab algataja ning nõustajana Paluküla Terviseraja arendamisse. Ühing on Hiiumaa Spordiliidu ja Hiidlaste Koostöökogu liige. Ühingu treeningutele ja üritustele on omistatud Hiiumaa Roheline Märk ja antud õigus kanda UNESCO Biosfääri programmiala tunnust.

2. Turunduseesmärgid ja sihtrühmad

Hiiumaa jooksugrupi tegevuse eesmärgiks on saare elanike liikumisaktiivsuse tõstmine selleks, et kõikides vanusegruppides elanikud liiguksid ja oleksid seeläbi tervemad. Ühingu turundustegevused on suunatud teadliku liikumise propageerimisele, innustatakse läbi eeskujude ning suurendatakse sihtrühmade teadmist ühingu poolt pakutavate teenuste tarbijate kasvatamiseks aga ka individuaalselt liikuvate saare elanike kogukonna kasvatamiseks.

Ühingu läbiviidavad ühistreeningud on suunatud täiskasvanud saare elanikule, kes eelistab läbi aasta treenida õuetingimustes ja kes väärtustab koos treenimist ning treeningrutiini. Spordiüritused on suunatud eelkõige igas vanuses saare elanikule aga ka saare küllastajale. Spordiürituste korraldamisel seab ühing eesmärgiks pakkuda elamusi tervele perele ja erineval sportlikul tasemel liikujatele.

3. Konkurentsistrateegiad

Ühingu tegevus on piirkonnapõhine ja suunatud tervislikule ning keskkonnateadlikule eluviisile. Individuaalalal täiskasvanutele regulaarsete välitreeningute pakkumisel puudub saarel konkurents. Kuna saar on rahvaarvult väike ja aktiivsed inimesed on kaasatud harrastama mitmeid spordialasid, siis konkureeritakse iga osaleja tähelepanu eest. Ühingu läbiviidavad ühistreeningud on osalejale osalustasuta. Spordiürituste korraldamisel lähtutakse looduse ja keskkonna hoiust ning säästmisest, osalema oodatakse pigem vähem aga teadlikke liikujaid, kes omavad ühingu tegevusega sarnast väärtushinnangut.

Suusa- ja maastikurattavõistluste korraldamises saarel konkurents puudub. Maastikujooksus konkureeritakse orienteerujatega, kellega konkurentsi välistamiseks on maastikujooksu võistlus toodud orienteerujate võistluskalendrist väljapoole.

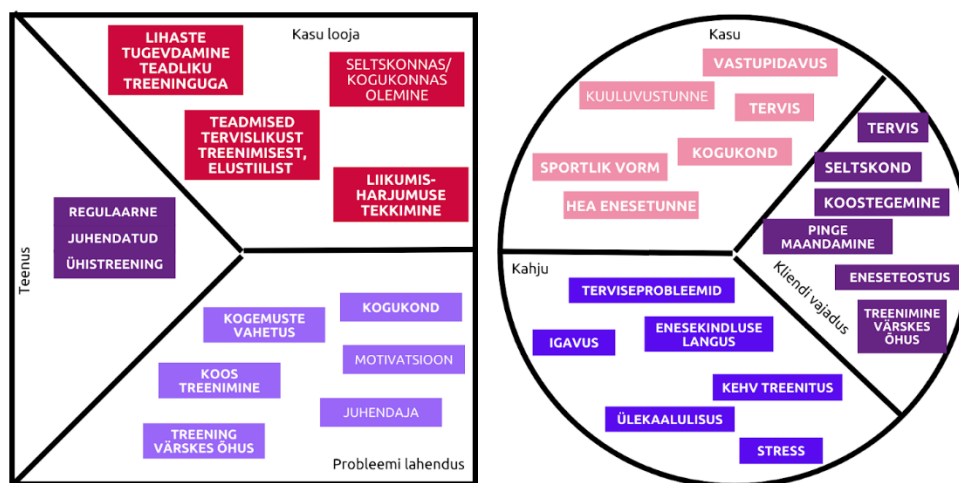
Tabel 1. Hiiumaa Jooksugrupi eristuvusstrateegia

	Omadused	Kasu tarbijale	Personaalsus	Areng
Eristuvad omadused	Hiiumaa Rohelise Märgi kandja. Kohaliku looduse, teenuse ja toote väärtustamine. Turvalisus rajal. Elamus.	Läbimõeldud auhinnafond. Isikukeskne lähenemine. Turvatunne läbimõeldud teenusest.	<i>Taylor made</i> lahendused. Meretagune. Innustav.	Ei soovi laieneda vaid pigem säilitada loodust, Pakkuda elamust, personaalsust. Mõtteviisi propageerimine.
Tava-omadused	Hea hinna ja kvaliteedi suhe. Ligipääsetav, kättesaadav. Käitumisreeglite mõistetavus.	Positiivne emotsioon. Kasu tervisele. Kuuluvustunne.	Lihtne, järjepidev, turvaline, vaimset ja füüsilist tervist toetav.	Osalejate arv, kohtunikutöö kvaliteet, selge kommunikatsioon.

Hiiumaa jooksugrupp on ainus treeninguid ja spordiüritusi läbiviiv ühing saarel, kellele on omistatud Hiiumaa Roheline Märk, mis kinnitab, et ühingu teenused on keskkonnasõbralikud ja kvaliteetsed. Ühingu tegevus on suunatud kliendikesksusele – väärtustatakse esteetilist teavitust ja võistlusraja ning võistluskeskuse väljanägemist, turvalist võistlusrada, kvaliteetset teenust, läbimõeldud auhindu, toetajate ja vabatahtlike väärtustamist. Seeläbi pakutakse osalejale elamust ja toetajale ning vabatahtlikule tunnustust.

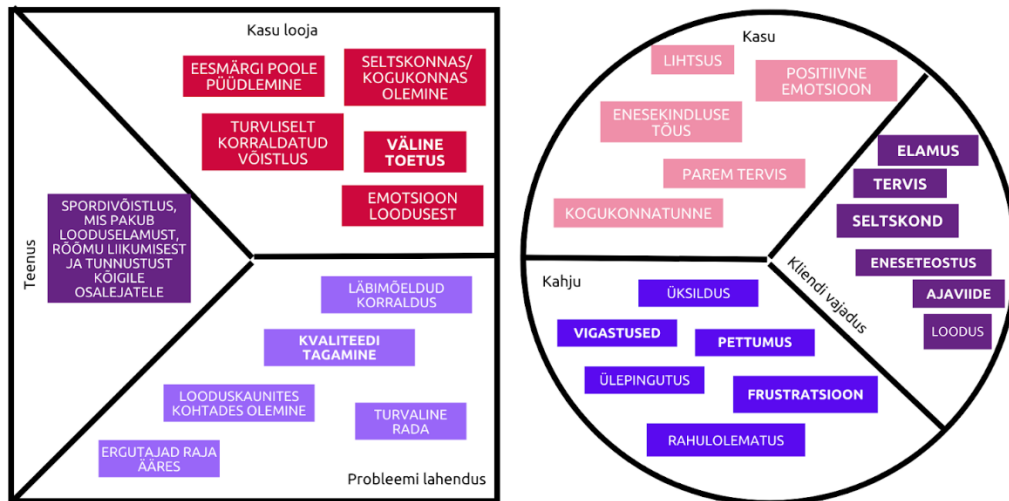
4. Elamusturundus ja väärtuse koostamine

Tegevuses on suur rõhk elamuse pakkumisel. Spordiürituste korraldamisel pingutab ühing selle nimel, et võistluspaigad näitaksid osalejatele kõige kaunimaid külgi ning korraldus oleks esteetiline, kvaliteetne ja kliendikeskne. Ühistreeningutel pakutakse osalejatele koos treenimise ja pingutamise rõõmu. Hiiumaa jooksugrupi väärtuspakkumised on toodud joonisel 1 ja 2.



Joonis 1. Väärtuspakkumine. Ühistreeningud.

Hiiumaa jooksugrupi ühistreeningud viiakse läbi ühingu liikmete ja sõprade eestvedamisel, selliselt saavad ühingu tegevusse panustada paljud ning kujundada nii iseendale kui osalejale läbimõeldumat ja huvitavat teenust, mis sisaldab ühtlasi põnevust iga uue eestvedaja käekirja näol ning vaheldust rutiini.



Joonis 2. Väärtuspakkumine. Spordivõistlused.

Ühingu tegevuste ja ürituste planeerimisse on tihedalt kaasatud ühingu:

- toetajaliikmed (ühingu tegevuse fännid, panustavad liikmemaksuga),
- osalejaliikmed (lisaks liikmemaksu panustamisele osalevad treeningutel ja võistlustel),
- panustajaliikmed (lisaks eelnevatele abistavad arendustegevustes ning treeningute ja võistluste läbiviimisel).

5. Positsioon turul

Hiiumaa jooksugrupi teenused on suunatud teenindama kitsast ja saarelisest eripärast tulenevalt piiratud turgu aga sealjuures on võetud eesmärgiks pakkuda kliendile suurürituste läbiviimisega võrdväärset kvaliteeti ja elamust.

Kuna tegevustes peab Hiiumaa jooksugrupp oluliseks kliendikesksust, siis turupositsiooni kaardil on võrreldud Hiiumaa jooksugrupi positsiooni kliendikesksuse ja suuruse skaaladel.



Joonis 3. Turupositsiooni kaart.

6. Turunduskanalid

Hiiumaa jooksugrupp omab, haldab ja kasutab oma teenuste turundamisel erinevaid turundus- ja teavituskanaleid. **Veebileht** maraton.hiiumaa.ee on ühistreeningute ja ürituste baasinfo kanal, kus saab ka üritustele eelregistreeruda. Samuti jagatakse veebilehel rahastajate ja projektidega seotud info.

Sotsiaalmeedias on kasutusel nii **Facebook** kui **Instagram**. Tehakse **ristturundust** ning koostööd kohalike ettevõtetega või sarnastes valdkonnas tegutsejatega spordiürituste reklaamimisel. **Facebook**'i (1000+ jälgijat) kasutatakse valdavalt ühistreeningute ja spordiürituste info levitamiseks ning ühistreeningute kokkuvõtete tegemiseks. Turunduskanalina kasutatakse spordiürituste reklaamimiseks ostes tasulist reklaami. **Instagram** (186 jälgijat) on infokanal ühistreeningute kokkuvõtete postitamiseks. Postitused on seotud Facebook kontoga.

Ühingu ja koostööpartnerite **e-kirja listides** jagatakse infot ja reklaamitakse spordiüritusi.

Piirkondlikud sündmuste kalendrid nt Hiiumaa.ee sündmuste kalendris spordiürituste kajastamine võimaldab osa saada sihtkoha üldistest turundustegevustest ja kampaaniatest. Kogukonnale suunatud sündmuste veebilehel Hiiumaa.events spordiürituste kajastamine võimalab suurendada nähtavust ja tekitada osalemise isu. Valdkonnapõhine kohalik **Spordikalender** võimaldab üritusi planeerida ning spordiaktivistide seas ürituse nähtavust suurendada. Valdkonnapõhised ja üleriigilised võistluskalendrid aitavad spordiürituste nähtavust eelkõige väljapoole saart suurendada ja üritusi reklaamida.

Kohalik **trükimeedia**, **Hiiu Leht**, võimaldab tasuta “Kuhu minna” rubriigis üritusi reklaamida ja pressiteateid avaldada. Tasu eest võimalik piirkonnas spordiürituste ja muude tegevuste nähtavuse tõstmiseks reklaami või sisuturundusartikleid tellida. Üleriiklik trükimeedia

suurendab brändi ja spordiürituste nähtavust eelkõige saarelt välja. Kajastatakse võimaluste tekkimisel nn **brändisaadikute** abil valdkonna ja elustiiliväljaannetes.

Olulise turundusvõimalusena näeb Hiiumaa jooksugrupp erinevaid **spordi- ning tervise sarju ja kampaaniad**. Osaletakse kogukonnale suunatud sarjas Hiiumaa liigub, et uusi osalejaid spordiüritustele kaasata ja osalejate arvu suurendada. Võetakse osa sihtkoha turunduskampaaniatest nt Vananaistesuvi, et pakkuda saare külastajatele tegevust ja kasvatada osalejate arvu.

Kvaliteedimärgid: kantakse Hiiumaa Rohelist Märki ja UNESCO Biosfääri programmiala tunnust, et anda edasi brändi väärtusi ja läbi märkide turundamise suurendada brändi ja teenuste nähtavust.

Jooksugrupi liikmete vaheliseks infokanaliks on *Messenger Chat*. Tegemist on kahepoolse operatiivse infokanaliga liikmete vahel (32 liiget). Kaasatakse liikmeid tegevustesse ja kuulatakse nende arvamust st teavitatakse tulevastest üritustest.

7. Brändistrateegia alused

Brändistrateegia loomisel on lähtutud saarelisusest ja kogukonnast ning saare elaniku sihtgrupina määratlemisest. Brändi loomisel lähtuti keskkonnateadlikust, uudsest, julgest ja atraktiivsest treeningmudelist, mille väljendamiseks on loodud logo ja reguleeritud kasutamine.



Joonis 4. Hiiumaa jooksugrupi logo horisontaalne ja vertikaalne.

Hiiumaa jooksugrupi logost on kasutamiseks negatiivis versioon.

Värvitoonid: Lilla (põhivärv): #662483, tumehall: #212121 ja valge.

Font: Ubuntu bold (logo tekstiosas, turundussõnumite kuvamisel reklaammaterjalidel jne).
Ubuntu light (kasutamiseks pikemate tekstide koostamisel jne).

8. Turundusmõõdikud

Turundustegevuste mõju hindab ühing **spordiüritustel osalejate arvu** ja spordiürituste sotsiaalmeedia ürituse lehtedel **reaktsioonide arvu** muutust analüüsid. Kaalumisel on spordiüritustel osalejate soovitusindeksi mõõtmine.

Brändi ja teenuste tuntuse muutust mõõdab ühing **postituste nähtavuse ulatust** jälgides, sotsiaalmeedia lehekülgede Facebook ja Instagram **jälgijate** ja keskmist ühistreeningutel **osalejate arvu** muutust analüüsid.