

Kuidas turundada loomemajandust?

Alustava ettevõtja esimene oluline samm on panna endale nimi ja luua kliendibaas. Nullist alustades on see suur töö, inkubaatoris tegutsedes jõuab aga tulemusteni mitu korda kergemini.

Tartu Loomemajanduskeskus teeb oma pooleteiseaastase tegutsemise järel kokkuvõtte sellest, mis on noori ettevõtteid aidanud.

KÜLLI HANSEN,

Tartu Loomemajanduskeskuse arendusjuht

Ühistrundus

Igasugune ühistrundus on kasulik, nii trükimeedias, raadios, linnaruumis kui ka sotsiaalmeedias. Kõike, mida vähegi saab, võiks teha koos, sest see tagab suurema tähelepanu, hoiab kulusid kokku ja loob sünergia. Pärast Tartu Loomemajanduskeskuse sündi oli kodulehekülje loomise jä-

rel üks esimesi samme ühistrükise tegemine. Viimaseks ühistrunduslikuks ettevõtmiseks oli aga eripakkumiste süsteemi loomine, mis võimaldab iga nädal saata meediakanalitesse uudise ja tule-tada meelde, et meil on oma klientidele kogu aeg midagi huvitavat pakkuda.

Sotsiaalmeedia

Sotsiaalmeedia valdkond on ka meile endile üllatusi valmistanud. Loomemajanduskeskus on esindatud Facebookis ja Twitteris, ka-

sutame ka You Tube'i. Facebook võimaldab teha igast uudisest sündmuse ja jagada oma keskuse emotsionaalset poolt. Fotod ja lood rebasest keskuse aiast, hoonete lammutamisel avastatud salapärasest ruumist, vanadest tapeetidest renoveeritavates majades, fotod seminaridest, kus inimesed istuvad põrandal, ees kuhi täiskirjutatud pabereid – need kõik on märgid, et meil käib siin elu.

Turundusüritused

Kaks aastat järjest oleme



» Kunst tuli rahvale lähemale – Loomemajanduskeskuse ettevõtete kunstilaat Tartu Kaubamajas.

FOTO: RAUL ORESHKIN

korraldanud keskuses jõulueelset kunsti- ja disainilaata, kus said oma kaupa müüa nii inkubaatorettvõtteid kui ka teised siinkandis tegutsuvad käsitöölised, kunstnikud ja disainerid. Koos Tartu Kaubamajaga oleme alustanud sügiseste ja kevadiste kunstilaatade korraldamist. Koostöös kunstiringkondadega on toimunud kolm noore kunsti oksjonit, mille puhul on märgata suurt kunstnike ja potentsiaalsete ostjate huvi kasvu. Samuti on muutunud suhtumine

sellesse ettevõtmisesse: kui esimestel oksjonitel oli kõhk-lusi nii noortel kunstnikel, kes ei pidanud oma loomingu müümist enampakkumisel piisavalt väarikaks, kui ka ostjatel, siis nüüd on oksjonite tunnus ja huvi nendel osalemise vastu üha suurenenud.

Ootamatud edujuhtumid

Mõnikord viivad pidevad turundustegevused tulemus-teni, mida on raske ette planeerida ja mille meediaka-

justus ületab kõik ootused. Üheks niisuguseks edulooks kujunes 2010. aasta märtsis toimunud Loov galerii näitus "Senbazuru – 1000 kurge soovide täitumiseks". Selle raames sai galeriis tutvuda origami õpetusega ja voltida paberkurgi, mis riputati üles keskuse hoovis kasvavale soovide puule. Näitust kajastasid nii kohalikud kui ka riiklikud tele-, raadio- ja trükimeediakanalid, nii et noor alustav galerist oli korraga tähelepanu keskpunktis.

Teine suur saavutus oli MTÜ Sibulatee edu EASI konkursil "Eesti avastamata aarded 2010. Veeturism". Vaid veidi üle poole aasta te- gutsenud ettevõtte sai Eesti turismiprojektide hulgas kolmanda koha. Praeguseks on Sibulatee kujunenud üheks Tartumaa põnevaimaiks turismimarsruudiks.

Tartu Loomemajanduskeskus ei ole pildile saamiseks leiutanud midagi enne-olematut. Kuid just need traditsioonilised tegevused on aidanud keskusel ja selle ettevõtetel olla kogu aeg nähtaval. □