



FOTOD: HTTP://KOHVIKUTEPÄEVEE.ITUULI.TAMMILA

Kohvikutepäevad Hiiuemaal.

Kui teha üritust hinge, entusiasmi ja südamega, siis inimesed tunnevad seda ja jagavad oma emotsioone ka teistega.

Maarja-Liisa Soe
Hiiuama kohvikutepäev

vist öelda, et põhiline info jagamise viis on suust-suhu-reklaam, teiseks veeb ja Facebook. Usume, et need inimesed, kes on meil käinud ja seda päeva kogunud, räägivad sellest kogemusest oma tuttavatele ja nii tulevad siia just need õiged külalised, keda kõnetab teistmoodi kohvikutepäev. Tavapäraselt on kohvikutepäevad ju linnaaedades, meie teeme seda taluõues, kus külaline võib näiteks kanaga trehvata,” selgitab Pärnoja.

Oluline on suust suhu liikuv informatsioon

Hiiuama kohvikutepäeva kommunikatsioonijuht **Maarja-Liisa Soe** rõhutab samuti suust suhu liikuva hea sõna olulisust kohvikutepäeva kommunikatsioonis: „Kui teha üritust hinge, entusiasmi ja südamega, siis inimesed tunnevad seda ja jagavad teistega oma emotsioone. Seni on see toimunud. Kõik, kes kohvikutes toimetavad, teevad seda suure rõõmu ja armastusega ning kõik, kes kohvikuid külastavad, tunnevad seda.”

Hiiuama kohvikutepäev sai alguse Kärddla inimeste kodanikualgatusest juba 9 aastat tagasi ja on levinud üle kogu Hiiu-
maa. Kohvikutepäev on väga võrgustiku-
põhine, kohvikute meeskonnad on suured ja nende tutvusvõrgustiku kaudu kommunikatsioon toimubki. Sihtrühm on väga

lai ja tasuta reklaami eelarvet sarnaselt teistega kohvikutepäevadele pole. Samas armastavad inimesed üritust nii väga, et seda on oma otsestuudioga kajastamas käinud ka Vikerraadio ning sel aastal avab oma kohviku TV3. Maarja-Liisa Soe: „See ongi nullmarketingi põhimõte. Kui teed head asja, siis ei pea seda maha müüma, vaid teised saavad aru, et tegemist on tore-
da ettevõtmisega.”

Sama kinnitab Ülle Pärnoja: „Ma olen seda varem rõhutanud ja rõhutan veel – kommunikatsioonis on vaid üks osa ürituse korraldamisest. On väga oluline, et kommunikatsioon ja turundus käiks ürituse sisuga ühte jalga. Latt peab olema eri tegevustes sama kõrgele seatud – ei tohi olla nii, et kommunikatsioon on parem kui üritus ise.”

Põltsamaa kohvikutepäeva juures mängib kommunikatsioonis tähtsat rolli ka ürituse toimumise kuupäev. Kadri Suni selgitab, et kohvikutepäeva toimumise ajaks on valitud ülemaailmse kulinaari-
riapeo, Soomes kodanikualgatuse korras 2011. aastal sündinud restoranipäeva kuupäev: „Ühe infokanalina oleme kasutanud rahvusvahelise restoranipäeva kaardira-
kendust, kuhu oleme Põltsamaa kohvikud sisestanud. Meie külastajate tagasiside-
küsimustik küll näitas, et väga palju seda ei kasutatud, ent jääme ikkagi Põltsamaa

