

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL
Infotehnoloogia teaduskond

Aleksander Pärn 205892IABB

Eesti juriidiliste isikute andmebaasi loomine meiliturunduse eesmärgil

Bakalaureusetöö

Juhendaja: Inna Švartsman
MSc

Tallinn 2023

Autorideklaratsioon

Kinnitan, et olen koostanud antud lõputöö iseseisvalt ning seda ei ole kellegi teise poolt varem kaitsmisele esitatud. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, olulised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on töös viidatud.

Autor: Aleksander Pärn

17.05.2023

Annotatsioon

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks on luua Eesti juriidiliste isikute andmebaas ja korraldada meiliturundust võimalikult efektiivsel ja optimaalsel viisil ettevõtte Indrias OÜ jaoks. Kuna ettevõtte tegeleb ärikingitustega, siis ka meiliturundust peab tegema äriklientidele.

Hetkel, selleks, et korraldada meiliturundust, mis on suunatud äriklientidele, on vajalik omada turundusnimekirja ettevõtetest koos nende kontaktide ja meiliaadressitega. Kuid probleem seisneb selles, et turundusnimekirjad maksavad suhteliselt palju. Samuti on meiliturunduse jaoks vaja valida, millise turunduse automatiseerimise platvormi kaudu meile saata ning seejärel meilid disainida. Eelmainitud aspektid tekitavad ettevõttele raskusi, ebaselgust ja kahtlust, kas katsetada uut turunduskanalit või mitte.

Töö raames selgitatakse välja ettevõtte Indrias OÜ vajadused ja nõuded lahendusele. Seejärel tehakse ülevaade kõikidest olemasolevatest variantidest meiliturunduse korraldamiseks ja tehakse nende võrdlusanalüüs. Seejärel tehakse ülevaate RIK E-äriregistri võimalustest ja luuakse Eesti juriidiliste isikute andmebaas koos nende kontaktidega. Järgnevalt valmistatakse, tuginedes parimatele tavadele, meilid ja saadetakse need valitud turunduse automatiseerimise platvormi kaudu. Lõpetuseks valideeritakse meiliturunduse tulemused ja üldised töö tulemused.

Töö tulemuseks on Eesti juriidiliste isikute andmebaas 347 110 kontaktiga, SQL ja Excel variantides, mida ettevõtte saab oma töös kasutada ning tehtud meiliturunduskampania ettevõtte Indrias OÜ jaoks.

Lõputöö on kirjutatud eesti keeles ning sisaldab teksti 37 leheküljel, 8 peatükki, 4 joonist, 3 tabelit.

Abstract

Creating a database of Estonian legal entities for email marketing purposes

The aim of this bachelor thesis is to create a database of Estonian legal entities and organize email marketing in the most effective and optimal way for the company Indrias OÜ. Since the company deals with business gifts, then email marketing should also be aimed at the business of customers.

Currently, in order to organize email marketing aimed at business customers, it is necessary to have a marketing list of companies with their contacts and email addresses. But the problem is that marketing lists cost quite a lot. Also, you need to choose which marketing automation platform to use to send emails. The above aspects create difficulties, ambiguities, and doubts for the company whether it is worth testing a new marketing channel or not.

In the framework of the work, the needs, and requirements of the company Indrias OÜ for the solution are identified. Then an overview of all available options for organizing email marketing is made and their comparative analysis is carried out. After that, an overview of the capabilities of the RIK E-äriregister is carried out and a database of Estonian legal entities with their contacts is created. Emails are then created based on best practices and sent through chosen marketing automation platform. At the end, the results of the email marketing and the overall results of the work are validated.

The result of the work is a database of Estonian legal entities with 347 110 contacts, in SQL and Excel versions, which the company can use in its work, and an email marketing campaign for the company Indrias OÜ.

The thesis is in Estonian and contains 37 pages of text, 8 chapters, 4 figures, 3 tables.

Lühendite ja mõistete sõnastik

<i>API</i>	<i>Application programming interface</i> , programmiid
<i>B2B</i>	<i>Business to Business</i> , ettevõtetele suunatud kaubandus
<i>B2C</i>	<i>Business to Consumer</i> , lõppkasutajatele suunatud kaubandus
<i>CRM</i>	<i>Customer relationship management</i> , kliendisuhete haldus
<i>CTA</i>	<i>Call to action</i> , kutse tegevusele
<i>EMTAK</i>	Eesti Majanduse Tegevusalade Klassifikaator
<i>FOMO</i>	<i>Fear of missing out</i> , hirm ilma jääda
<i>GDPR</i>	<i>General Data Protection Regulation</i> , isikuandmete kaitse üldmäärus
<i>km</i>	Käibemaks
<i>KMKR</i>	Käibemaksukohustuslasena registreerimise number
<i>PPC</i>	<i>Pay-per-click</i> , maksmine klikkide alusel
<i>RIK</i>	Registrite ja Infosüsteemide Keskus
<i>ROI</i>	<i>Return on investment</i> , investeeringu tootlus
<i>SEO</i>	<i>Search engine optimization</i> , otsingumootoritele optimeerimine
<i>SQL</i>	Structured Query Language, struktuurpäringukeel
<i>URL</i>	<i>Uniform Resource Locator</i> , internetiaadress

Sisukord

1 Sissejuhatus	11
2 Taustauuring	13
2.1 Indrias OÜ	13
2.2 Turundus	14
2.3 Meiliturundus.....	14
2.4 Isikuandmed.....	15
2.5 Isikuandmete töötlemine.....	15
2.6 GDPR.....	15
2.7 Avalik teave	16
2.8 Avaandmed	16
3 Olemasolevad variandid meiliturunduse korraldamiseks.....	17
3.1 Meiliturunduse korraldamise protsess	17
3.2 Turundusnimekirjade pakkujad	17
3.2.1 Kredix Grupp	18
3.2.2 Äripäev AS	18
3.2.3 Fontakt OÜ	19
3.2.4 Creditinfo Eesti AS.....	19
3.2.5 Margus Treumuth FIE (Digibaas)	20
3.2.6 Turundusnimekirjade pakkujate võrdlusanalüüs	20
3.3 Turunduse automatiseerimise platvormid	20
3.3.1 Sendinblue	21
3.3.2 Mailchimp.....	21
3.3.3 Constant Contact.....	22
3.3.4 Omnisend.....	22
3.3.5 ConvertKit	22
3.3.6 HubSpot.....	22
3.3.7 AWeber.....	23
3.3.8 GetResponse	23
3.3.9 Drip.....	23

3.3.10 Moosend	23
3.3.11 Turunduse automatiseerimise platvormide võrdlusanalüüs	23
3.4 Reklaamiagentuurid	24
3.4.1 WOW Digital OÜ	25
3.4.2 Intermailer OÜ (Roosa Elevant)	25
3.4.3 Karus Media OÜ (Lacuna)	25
3.4.4 Onte Digital OÜ	26
3.4.5 Mediabrands Digital OÜ	26
3.4.6 Reklaamiagentuuride võrdlusanalüüs	26
3.5 Olemasolevate variantide kokkuvõte	27
4 RIK E-äriregistri võimalused	28
4.1 E-äriregister	28
4.2 Avaandmete allalaaditavad failid	28
4.3 API teenused	29
4.4 E-äriregistri puudused	29
5 Eesti juriidiliste isikute andmebaasi loomine	30
5.1 Funktsionaalsed ja mittefunktsionaalsed nõuded	30
5.2 Andmete töötlemine	30
5.2.1 Avaandmete allalaaditava faili töötlemine	31
5.2.2 API päringute töötlemine	31
5.3 Andmebaasi tüüp	32
5.4 Andmebaasi loomine	33
5.4.1 Tabel „uldandmed”	33
5.4.2 Tabel „api”	33
5.4.3 Tabelid teiste aruannete liikide kohta	34
5.4.4 Tabel „api2”	35
5.4.5 Kokkuvõtlik tabel „andmebaas”	35
5.5 Tabel „andmebaas” Microsoft Excel’is	35
5.6 Andmebaasi statistika	36
6 Meiliturunduskampaania	37
6.1 Meilide parimad tavad	37
6.1.1 Parimad tavad	37
6.1.2 Meili teemarida	38
6.1.3 Eelvaate tekst	38

6.2 Meilide suhtarvud ja määrad	39
6.3 Sendinblue hinnaplaani ja paketi valik	39
6.4 Kontaktide lisamine platvormi	40
6.5 Kampaania koostamine ja disainimine	41
6.6 Veebilehe valmistamine	42
6.7 Kampaania testimine	43
6.7.1 Esimene proovikampaania.....	43
6.7.2 Teine proovikampaania	43
6.8 Kampaania läbiviimine	44
6.8.1 Esimene kampaania	44
6.8.2 Teine kampaania.....	45
7 Tulemuste kokkuvõte	46
7.1.1 Töö tulemus	46
7.1.2 Meiliturunduskampaaniate ärilised tulemused	46
8 Kokkuvõte	47
Kasutatud kirjandus	48
Lisa 1 – Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks	52
Lisa 2 – Turundusnimekirjade pakujate andmeväljade võrdlus	53
Lisa 3 – Turunduse automatiseerimise platvormide hinnaplaanide võrdlus	54
Lisa 4 – Jäetud andmeväljad „Ettevõtja majandusaasta aruannete päring” päringutest .	55
Lisa 5 – Tabeli „uldandmed” andmeväljad, andmete tüübid ja piirangud	57
Lisa 6 – Tabeli „api” andmeväljad, andmete tüübid ja piirangud	58
Lisa 7 – Tabeli „andmebaas” andmeväljad, andmete tüübid ja piirangud	60
Lisa 8 – Tabeli „andmebaas” vaade MySQL Workbench rakenduses	62
Lisa 9 – Tabeli „andmebaas” vaade Excel’is	63
Lisa 10 – Juriidiliste isikute filtrite statistika.....	64
Lisa 11 – Juriidiliste isikute majandusnäitajate statistika.....	66
Lisa 12 – Sendinblue pakettide võrdlus.....	67
Lisa 13 – Koostatud meil.....	69
Lisa 14 – Koostatud veebileht	70
Lisa 15 – EMTAK koodide tähendused	71

Jooniste loetelu

Joonis 1. Turunduskampaania vorm “Kellelt”.....	41
Joonis 2. Turunduskampaania vorm “Kellele”.....	41
Joonis 3. Turunduskampaania vorm “Teema”.....	41
Joonis 4. Parandatud turunduskampaania vorm “Teema”.....	44

Tabelite loetelu

Tabel 1. Turundusnimekirjade pakkujate hindade võrdlus.	20
Tabel 2. Turunduse automatiseerimise platvormide hindade ja meili limiitide võrdlus.	24
Tabel 3. Reklaamiagentuuride võrdlus.	26

1 Sissejuhatus

Uute klientide leidmiseks ja ettevõtete edukaks toimimiseks on vajalik tegeleda turundusega, mille üheks liigiks on meiliturundus. Kasutades meiliturundust oma töös saab ettevõtte saata oma potentsiaalsetele klientidele turundussõnumeid, milles pakub oma tooteid või teenuseid.

Ettevõtteid on mitmeid tüüpe – ühed pakkuvad oma teenuseid ettevõtetele (*B2B*), teised lõppkasutajatele (*B2C*) ja kolmandad kõikidele. Selles töös vaadeldakse meiliturundust konkreetselt *B2B* ettevõtete jaoks, kelle eesmärgiks on saada uusi ärikliente.

Selleks, et korraldada meiliturundust, mis on suunatud äriklientidele, on vajalik omada turundusnimekirja ettevõtetest koos nende kontaktidega ja meiliaadressitega. Kuid probleem seisneb selles, et turundusnimekirjad maksavad suhteliselt palju ja selle tõttu paljud ettevõtted loobuvad meiliturundusest ja oma võimalusest jõuda uute potentsiaalsete klientideni.

Asi on selles, et informatsioon kõikidest juriidilistest isikutest on Eestis avalik ja kogu vajalik info ning juriidiliste isikute kontaktid on saadaval RIK E-äriregistris. Registri kaudu saab laadida nii avaandmete faile kui ka teha *API* päringuid. Kuigi avaandmete failid on allalaaditavad, pole nad korrastatud, grupeeritud ja valmistatud meiliturunduse korraldamiseks. Nendes on palju ebavajalikku informatsiooni ja samas pole mõningaid vajalikke andmeid. Puuduvate andmete saamiseks võib kasutada *API* päringuid.

Samuti on meiliturunduse jaoks vaja valida, millise turunduse automatiseerimise platvormi kaudu meile saata ning seejärel meilid disainida. Eelmainitud aspektid tekitavad ettevõtetes raskusi ja ebaselgust.

Lõputöö eesmärgiks on luua Eesti juriidiliste isikute andmebaas ja korraldada meiliturundust võimalikult efektiivsel ja optimaalsel viisil ettevõtte Indrias OÜ jaoks.

Lõputöö ülesanneteks on teha taustauuring, et selgitada ettevõtte Indrias OÜ vajadused ja nõuded lahendusele ning saada parem arusaam teemast. Seejärel teha ülevaade kõikidest olemasolevatest variantidest meiliturunduse korraldamiseks ja teha nende võrdlusanalüüs. Järgnevalt teha ülevaate RIK E-äriregistri võimalustest ja luua Eesti juriidiliste isikute andmebaas koos nende kontaktidega. Seejärel valmistada, tuginedes parimatele tavadele, meilid ja saata need valitud turunduse automatiseerimise platvormi kaudu. Lõpetuseks valideerida meiliturunduse tulemused ja üldised töö tulemused.

Lõputöö edukuse mõõdikuteks on konkreetsed ärilised tulemused, mis saavutati meiliturunduse kaudu – hinnapäringute arv ja uute klientide arv.

2 Taustauuring

Teises peatükis tutvustatakse ettevõtet Indrias OÜ ja räägitakse selle vajadustest ning nõuetest. Samuti käsitletakse üldiseid teemasid ja põhimõtteid, mis aitavad suurendada arusaamu tööst, teemast ja üldisest situatsioonist. Selleks, et paremini aru saada töö eesmärgist, selle korraldamise meetoditest ja tulemusest on vajalik käsitleda selliseid teemasid nagu: turundus, meiliturundus, isikuandmed, isikuandmete töötlemine, *GDPR (General Data Protection Regulation)*, avalik teave ja avaandmed.

2.1 Indrias OÜ

Indrias OÜ on ettevõtte, mis tegeleb trükiteenustega, ärikingitustega ja nimeliste kingitustega. Ettevõtte on asutatud 1994. aastal ja tänaseks päevaks tegutseb juba 29 aastat. Ettevõttes töötab 2 inimest ja 2021. aastaaruande andmetel oli ettevõtte bilansimaht 473 000 €, aastane müügitulu 162 000 € ja aruandeaasta kasum 60 000 €.

Hetkel on ettevõtte keskendunud trükiteenustele ja nimelistele kingitustele, kuid nendes valdkondades on väike marginaal ja nad on halvasti mastabeeritavad, kuna iga tellimust peab eraldi disainima ja sellele kulub palju aega. Ettevõtte soovib keskenduda ärikingituste valdkonnale ja seda suurendada. Kuna ettevõtted teevad tavaliselt suuri ühesuguseid tellimusi ja teevad neid tihti, siis selleks, et seda suunda suurendada on ettevõttel vaja saada uusi ärikliente. Takistus seisneb selles, et firmasid, kellega alustada koostööd, on väga raske leida.

Hetkel on äriklientide leidmiseks kasutusel sotsiaalmeedia turundus, *SEO (Search engine optimization)*, Google reklaam ja Facebook reklaam. Ettevõtte tahab võtta kasutusele ka meiliturunduse, aga sellega on tekkinud raskused ja arusaamatus, kuna meiliturundust ei saa alustada paari euroga ja seda katsetada. Alguses peab ostma turundusnimekirja, siis ostma turunduse automatiseerimise platvormi ja seejärel tellima reklaamiagentuurist meilide disainimise. Kõik need etapid maksavad päris palju ja on ebaselge, milliseid valikuid igal etapil teha.

Indrias OÜ nõue on saada kõige optimaalsem, efektiivsem ja odavam lahendus meiliturunduse korraldamiseks. Kuna ettevõtte tegeleb ärikingitustega ja ärikingitused on vajalikud kõikidele piisavalt suurtele ettevõtetele, siis on vajadus saada turundussõnum kõikidele Eestis registreeritud ettevõtetele, kus on rohkem, kui 2 töötajat ja müügitulu suurem, kui 100 000 € aastas. Samuti peab olema hästi koostatud meil, milles peavad olema pildid ja hästi kirjutatud müügitekst. Ettevõttel peab olema võimalus saata meile igal ajal ja võimalus analüüsida kampaaniate tulemusi.

Ettevõtte ootused meiliturunduse efektiivsuse suhtes on kõrged ja saates turundussõnumi nii suurele ettevõtete hulgale, on ettevõttel soov saada vähemalt 10 uut äriklienti ja 30 hinnapäringut. Kui sellised tulemused saavutatakse, siis ettevõtte hakkab ka edasi kasutama meiliturundust.

2.2 Turundus

Turundus on protsess, mille käigus ettevõtted loovad väärtust, suhtlevad ja edastavad seda väärtust klientidele ning loovad tugevaid kliendisuhteid, et saada sellest kasu. Turunduse eesmärgiks on määratleda ja rahuldada sotsiaalseid vajadusi. Turundus liigendub kaheks pooleks – *B2B (Business to Business)* turundus, mis on suunatud äriklientidele ja *B2C (Business to Consumer)*, mis on suunatud lõppkasutajatele. On olemas kaks põhilist turunduse tüüpi – turundus *offline* kanalitele ja digitaalsetele kanalitele ning tänapäeval tuleb iga aastaga üha rohkem turundust internetti [1].

Turundus digitaalsetele kanalitele liigendub paljudeks alamtüüpideks:

- kontent turundus – blogid, videod, orgaanilised sotsiaalmeedia postitused;
- sotsiaalmeedia turundus;
- turundus influencer'ite kaudu;
- otsingumootori turundus – SEO, PPC (Pay-per-click) reklaam;
- meiliturundus.

2.3 Meiliturundus

Meiliturundus hõlmab väga suure osa digitaalsest turundusest. Ettevõtted kasutavad seda uute klientide otsimiseks, toodete ja teenuste reklaamimiseks ning olemasolevatele

klientidele informatsiooni ja uudiskirjade saatmiseks. Statistika järgi 87% ettevõtetest kasutavad oma kontendi levitamiseks meiliturundust. See on teine turunduskanal pärast sotsiaalmeediat, mida kasutavad 89% ettevõtetest. Samuti meiliturundusel on üks suurimatest *ROI'dest* (*Return on investment*) – 36\$ [2].

2.4 Isikuandmed

Isikuandmeteks loetakse kõiki andmeid tuvastatud või tuvastatava füüsilise isiku kohta, mis väljendavad isiku füüsilisi, psüühilisi, füsioloogilisi, majanduslikke, kultuurilisi või sotsiaalseid omadusi, suhteid ja kuuluvust. Seega tuleb isikuandmetena käsitleda kõiki andmeid, mis kasvõi kaudseltki on füüsilise isikuga seostatavad [3].

Isikuandmete hulka kuuluvad: nimi ja perekonnanimi, kodune aadress, meiliaadress, isikukood, tervislik seisund, majanduslik olukord jne.

Isikuandmeteks loetakse ka juriidilise isiku esindaja andmeid (nt nimi, isikukood, sünniaeg). Andmekaitsereeglid ei kohaldu aga juriidilise isiku nimele ja kontaktandmetele. Kui juriidilise isiku kontaktandmetena kasutatakse aga isikuandmeid (füüsilise isiku nime) sisaldavaid meiliaadresse, siis peale esindusõiguse lõppemist tuleb meiliaadress sulgeda või kustutada [4].

2.5 Isikuandmete töötlemine

Isikuandmete töötlemine on iga isikuandmega tehtav toiming, sealhulgas isikuandmete kogumine, salvestamine, korrastamine, säilitamine, muutmine ja avalikustamine, juurdepääsu võimaldamine isikuandmetele, päringute teostamine ja väljavõtete tegemine, isikuandmete kasutamine, edastamine, ristikasutamine, ühendamine, sulgemine, kustutamine või hävitamine, või mitu eelnimetatud toimingut, sõltumata toimingute teostamise viisist ja kasutatavatest vahenditest [5].

2.6 GDPR

Euroopa Liidu isikuandmete kaitse üldmäärus (*GDPR*) on määrus, mis annab isikuandmete kontrolli omanikele tagasi, määrates kõrgemad nõuded ja kohustused isikuandmeid haldavatele ja töötlevatele teenusepakkujatele. Andmekaitse üldmääruse seadusandlus jõustus 25.05.2018 kõigis Euroopa Liidu riikides. *GDPR* on 1995. aastal

välja antud andmete privaatsuseeskirjade oluline uuendus, sest privaatsuseeskirjad olid kehtestatud enne pilveplatvormide ja sotsiaalmeedia levikut, rääkimata tänapäevasest andmekasutusest [6].

GDPR üldmäärus kaitseb inimeste isikuandmeid ja annab inimesele õiguse nõuda:

- teavet selle kohta, kas ja mis andmeid ning milleks tema kohta kogutakse ja kasutatakse;
- isikuandmete parandamist ja kustutamist ning esitada vastuväiteid;
- isikuandmete töötlemise piiramist ja andmete ülekandmist.

GDPR määruse alusel ei saa rohkem saata reklaami inimestele, kes pole andnud sellele nõusoleku. Ning turundajad peavad suutma tõestada, et neil on inimese nõusolek [7].

2.7 Avalik teave

Avalik teave on dokumendid, andmebaasid jms, mida loovad asutused avalike ülesannete täitmisel. Riigi ja omavalitsuse asutustes olev teave võib olla vajalik nii inimesele kui ka näiteks ettevõttele, ühingule, ajakirjandusväljaandjale või teadusasutusele. See tagab tõhusama kontrolli avaliku võimu teostamise, avalike ülesannete täitmise ning avaliku raha kasutamise üle. Avaliku teabe seadus on kohustuslik nii ettevõtetele kui ka teistele eraõiguslikele isikutele, kes täidavad avalikke ülesandeid, kasutavad avalikku raha või on turul monopoolses seisundis [7].

2.8 Avaandmed

Avaandmete (*open data*) all mõistetakse kõigile vabalt ja avalikult kasutamiseks olevaid masinloetavas formaadis andmeid. Avaandmeteks ei ole andmed, millele on seaduse alusel seatud juurdepääsupiirang. Avalikustamisele kuuluvad kõik nii riigiametite kui kohalike omavalitsuste loodud andmehulgad, mille avalik kasutus ei ole otseselt keelatud. Avalikustatavad andmed ei sisalda isikuandmeid ega võimalda avaldatud andmete kokkusobitamise teel isikuid identifitseerida, v.a juhul, kui informatsioon on niigi avalik [7].

3 Olemasolevad variandid meiliturunduse korraldamiseks

Kolmandas peatükis kirjeldatakse praegu kasutatavat meiliturunduse korraldamise protsessi ja olemasolevaid variante ning valikuid igal selle etapil. Samuti kirjeldatakse, mida need variandid täpsemalt pakuvad ja võimaldavad ning kui palju see maksab. Lõpetuseks tehakse iga etapi jaoks võrdlusanalüüs ja valitakse parim variant lähtudes ettevõtte Indrias OÜ nõuetest.

3.1 Meiliturunduse korraldamise protsess

Meiliturunduse korraldamise protsess koosneb kolmest põhilisest etapist. Igal etapil on võimalik valida erinevaid lahendusi ja variante ning ettevõtted, kes kasutavad meiliturundust, valivad neile kõige sobivama konfiguratsiooni nendest etappidest tuginedes oskustele ja turunduse eelarvele. Etapid on järgmised:

- 1) valida kellelt osta turundusnimekirja;
- 2) valida turunduse automatiseerimise platvormi;
- 3) disainida meil (luua kujundusi ja sisutekste) iseseisvalt või valida selle tegemiseks reklaamiagentuur.

On olemas ka mõned reklaamiagentuurid, kes tegelevad kogu protsessiga. See tähendab, et nad võivad disainida meili ja ise saata seda oma turundusnimekirjale. Samuti on reklaamiagentuurid, kellel pole oma turundusnimekirja, kuid nad saavad nii disainida meile kui ka saata neid.

3.2 Turundusnimekirjade pakkujad

Selleks, et oleks võimalik korraldada meiliturundust, mis on suunatud äriklientidele, on vajalik omada turundusnimekirja ettevõtetest koos nende kontaktidega ja meiliaadressitega. Turundusnimekirja ei ole internetist võimalik leida, kuna selliseid andmeid keegi tasuta ei jaga, vaid peab ostma turundusnimekirjade pakkujatelt, kellel on olemas oma Eesti juriidiliste isikute andmebaasid.

Töö käigus leiti 5 ettevõtet, kes tegelevad turundusnimekirjade müügiga. Mõned neist müüvad juriidiliste isikute üldkontakte, mõned võtmeisikute kontakte. Kõigil on erinevad hinnad, andmeväljad ja filtrid.

Igale turundusnimekirja pakkujale tehti hinnapäring kahele turundusnimekirjale ja võrreldi hindu ning andmevälju:

- turundusnimekiri 5000 ettevõtetega EMTAK (Eesti Majanduse Tegevusalade Klassifikaator) valdkonnast “Töötlev tööstus”;
- turundusnimekiri kõikide Eestis registreeritud juriidiliste isikutega.

3.2.1 Kredix Grupp

Kreedix Grupp on ettevõtete grupp, mis koosneb 4 tütarettevõttest:

- Storybook, mis tegeleb erinevate raportide koostamisega ja turuanalüüsiga;
- Kredix, mis tegeleb krediidihaldusega ja krediitanalüüsiga;
- Inforegister, kus on koondatud kõik andmed kõikidest juriidilistest isikutest;
- 1Contact, mis tegeleb turundusnimekirjade müügiga.

1Contact koostab turundusnimekirju Inforegistri andmetest, mis omakorda võtab neid andmeid RIK (Registrite ja Infosüsteemide Keskus) E-äriregistrist [8].

Kokku juriidilisi isikuid: 345 000.

Eelised:

- saab teha märksõna otsingut;
- turundusnimekirju uuendatakse;
- on olemas nii üldkontaktid kui ka võtmeisikute kontaktid;
- juriidilised isikud on koos hinnangutega.

3.2.2 Äripäev AS

Äripäev AS on Eesti suurim ärimeedia, mis annab välja kolme ajalehte, arvukalt raamatuid, infolehti ja teabevarasid. Äripäev AS'ile kuulub ka Äripäeva Infopank, mis tegeleb andmete töötlemisega ja koondamisega. Üheks Infopanga teenuseks on müügi- ja turundusnimekirjade koostamine [9].

Kokku võtmeisikuid: 370 000.

Eelis: on olemas nii üldkontaktid kui ka võtmeisikute kontaktid.

3.2.3 Fontakt OÜ

Fontakt on *B2B* müügi- ja turundusagentuur, mis tegeleb klientide otsimisega ettevõtete jaoks, klientide andmebaasidega ja ärikliendisuhete loomisega üle kogu maailma. Samuti tegeleb juriidiliste isikute turundusnimekirjade müügiga [10].

Kokku juriidilisi isikuid: 668 000.

Kokku võtmeisikuid: 1 000 000.

Eelised:

- on olemas nii üldkontaktid kui ka võtmeisikute kontaktid;
- andmete uuendus 1 kord aastas;
- juriidilisi isikuid saab filtreerida autopargi suuruse ja äripindade alusel;
- saab osta andmeid ühekordselt või uuendada neid läbi CRM'i (Customer relationship management);
- saab osta andmeid ettevõtetest välismaal;
- saab valida isikuid vastutusalade järgi.

3.2.4 Creditinfo Eesti AS

Creditinfo Eesti AS on ettevõtte, mis tegeleb ettevõtjate ja eraisikute finantsriskide maandamisega oma äriinfo andmebaasi abil. Selles andmebaasis on juriidiliste isikute finantsandmed, maksehäired, raportid ja seotud isikud [11].

Kokku juriidilisi isikuid: 190 848.

Eelised:

- saab osta andmeid ettevõtetest välismaal;
- saab analüüsida kliendiportfelli krediidiriski.

3.2.5 Margus Treumuth FIE (Digibaas)

Margus Treumuth FIE on ettevõtja, kes haldab Digibaas.ee veebilehte, millel on ainult üks toode/teenus – Eesti juriidiliste isikute kontaktide turundusnimekiri [12].

3.2.6 Turundusnimekirjade pakkujate võrdlusanalüüs

Siis, kui kõik turundusnimekirjade pakkujate pakkumised olid saadud, tehti võrdlusanalüüs. Võrdlusanalüüsi tulemusena koostati 2 tabelit turundusnimekirjade pakkujate võrdlusega. Tabel turundusnimekirjade pakkujate andmeväljade võrdlusega on toodud Lisas 2.

Tabel 1. Turundusnimekirjade pakkujate hindade võrdlus.

Turundusnimekirjade pakkuja	Turundusnimekiri 5 000 ettevõtetega (€)	Kogu turundusnimekiri (€)
Kreedix Grupp	500 € + km	2 650 € + km
Äripäev AS	1 200 € + km	2 500 € + km
Fontakt OÜ	2 650 € + km	-
Creditinfo Eesti AS	550 € + km	2 300 € + km
Margus Treumuth FIE	-	42 € + km

Lähtudes tehtud tabelitest võib järeldada, et ettevõtte Indrias OÜ nõuetele vastab ainult 3 turundusnimekirja pakkujat: Kreedix Grupp, Äripäev AS, Creditinfo Eesti AS. Ülejäänutel pole vajalikke andmevälju nagu meil, töötajate arv või müügitulu. Kui vaadata hindu, siis parimaks pakkumiseks turundusnimekirjale 5 000 ettevõtetega on Kreedix Grupp hinnaga 500 € + km. Aga kuna ettevõttel on nõue saada kogu turundusnimekiri, siis parimaks valikuks on Creditinfo Eesti AS hinnaga 2 300 € + km.

3.3 Turunduse automatiseerimise platvormid

Selleks, et saata suur maht meile ja teha seda kiiresti, on vajalik kasutada turunduse automatiseerimise platvorme. Need platvormid aitavad organisatsioonidel ja turuosakondadel automatiseerida korduvaid ülesandeid ja turustada mitmel turunduskanalil.

Selleks, et leida platvorme, otsiti Google'is “*email marketing service providers*” ja avati 10 esimest linki edetabelitega, mis polnud reklaamid. Nii leiti kõige populaarsemad ja suuremad platvormid. Igast edetabelist kirjutati välja kõik positsioonid ja loeti kokku, kui palju igäüks kordub. Kokku saadi 39 erinevat platvormi, millest 18 kordusid rohkem, kui 1 kord ja jäeti 10 tulemust, mis kordusid rohkem, kui 3 korda [13]–[22].

Tulemused olid järgmised:

- Sendinblue – 8,
- Mailchimp – 7,
- Constant Contact – 7,
- Omnisend – 6,
- ConvertKit – 6,
- HubSpot – 6,
- AWeber – 6,
- GetResponse – 6,
- Drip – 5,
- Moosend – 5.

Järgmiseks võrreldi 10 platvormi ja 5, 25 ning 50 tuhande meili saatmise hindasid nendelt platvormidelt. Kõik hinnad olid võetud kuu alusel maksmise baasil. Kuna platvormid on peamiselt USA'st, siis ka hinnad olid USA dollarites. Hinnad olid konverteeritud eurodesse lähtudes EUR/USD keskmisest sulgemishinnast, mis oli 18.04.2023 – 1,0925 ja ümmardatud eurodeni.

3.3.1 Sendinblue

Sendinblue on kõik-ühes digitaalse turunduse platvorm, mis annab *B2B*- ja *B2C*-ettevõtetele, e-poodidele ja agentuuridele võimaluse luua kliendisuhteid läbi digitaalse turunduse. Sendinblue adapteerib oma teenuseid, et sobida nii suurte, kui ka väikeste ja keskmiste ettevõtete turundus vajadustele. Sendinblue on asutatud 2012. aastal, selles töötab üle 700 töötajat, kes toetavad enam kui 500 000 aktiivset kasutajat 180 riigist [23].

3.3.2 Mailchimp

Mailchimp on meiliturunduse automatiseerimise platvorm kasvavatele ettevõtetele. Võimaldab oma turundustehnoloogiate kaudu klientidele üle maailma alustada ja

kasvatada oma ettevõtet. Mailchimp aitab kaasata kliente meili, sotsiaalmeedia, sihtlehtede ja reklaamide kaudu – automaatselt ja tehisintellekti abil. Mailchimp arendab oma tootepakkumisi, et teenindada igas suuruses ja oskustasemega ettevõtteid ja turundusmeeskondi. Mailchimp asutati 2001. aastal ja see toetab enam kui 12 000 000 aktiivset kasutajat [24].

3.3.3 Constant Contact

Constant Contact on digitaalse turunduse lahendus, mis sisaldab kõiki tööriistu, mida väikeettevõtted vajavad kasvamiseks ja arenemiseks. Constant Contact tegeleb nimekirjade kasvatamisega, sotsiaalmeediaga, e-kaubandusega, täiustatud meiliautomaatika tööriistadega, küsitlustega ja sõnumitega. Ühendab kliente tööriistadega, mida nad vajavad kasvamiseks ja edu saavutamiseks. Constant Contact on asutatud 1995. aastal [25].

3.3.4 Omnisend

Omnisend on turunduse automatiseerimise platvorm e-turunduse jaoks, mis aitab e-kaubandusega tegelevatel ettevõtetel muuta oma turundus ajakohaseks, saates isikupäraseid sõnumeid õigetele inimesele, õigel ajal ja kasutades õiget kanalit. Ettevõtete jaoks tähendab see kohandatud sõnumivahetust ja ainulaadset kogemust. Omnisend on asutatud 2014. aastal, selles töötab üle 200 töötaja, kes toetavad enam kui 80 000 aktiivset kasutajat [26].

3.3.5 ConvertKit

ConvertKit on *influencer'ite* jaoks mõeldud turunduskeskus, mis aitab oma auditooriumi kasvatada ja teenida raha. Aitab turustada ajalehe, kollektsiooni, albumi, raamatu või *podcast'i*. Sobib hästi erinevatele autoritele, treeneritele ja muusikutele. ConvertKit asutati 2013. aastal, selles töötab üle 70 töötaja rohkem kui 60 linnast. Platvormil on registreeritud üle 570 000 looja, kellel on ligikaudu 619 miljonit fänni [27], [28].

3.3.6 HubSpot

HubSpot on CRM platvorm koos kogu tarkvara, integratsioonide ja ressurssidega, mis võivad olla vajalikud turunduse, müügi, kontendi halduse ja klienditeeninduse ühendamiseks. Iga platvormi toode on üksinda võimas, kuid kasutades kõike koos saavad

tulemused palju paremaks. HubSpot on asutatud 2005. aastal, selles töötab üle 740 töötaja, kes toetavad enam kui 167 000 aktiivset kasutajat üle 120 riigi [29], [30].

3.3.7 AWeber

AWeber on meiliturundustarkvara väikeettevõtetele, mis aitab väikeettevõtetel ja ettevõtjatel teha oma turunduskampaaniaid ja pakub lihtsalt kasutatavaid turunduslahendusi. Tegeleb meiliturundusega, veebilehete koostamisega, meiliautomaatikaga, e-kaubandusega ja veebi *push* teavitustega. AWeber on asutatud 1998. aastal [31], [32].

3.3.8 GetResponse

GetResponse on taskukohane ja lihtne platvorm meilide saatmiseks, meililisti suurendamiseks ja klientidega kommunikatsiooni automatiseerimiseks. GetResponse on asutatud 1997. aastal, selles töötab üle 380 töötaja, kes toetavad enam kui 350 000 aktiivset kasutajat üle 183 riigi [33], [34].

3.3.9 Drip

Drip on e-turunduse automatiseerimise platvorm, mis aitab luua suhteid klientidega meili, sõnumivahetuse ja tõestatud kliendikesksete strateegiate abil. Drip kogub ja korrastab kliendiandmeid ning võimaldab seejärel kasutajatel neid andmeid isikupärastatud mitmekanaliste klienditeekondade mastaabis kasutada. Andes igale veebipoole isikupärastamis- ja automatiseerimisvõimalused, saavad sõltumatud brändid võimaluse konkureerida suurimatel turgudel. Drip asutati 2012. aastal [35], [36].

3.3.10 Moosend

Moosend on lihtne ja stiilne lahendus meiliturunduseks ja automatiseerimiseks. Moosend aitab edastada ilusaid meile ja automatiseerida turundussõnumeid. Selle abil saab luua mõne minutiga professionaalse välimusega veebilehti, kasvatada meililisti ja mõne minutiga koostada meilikampaania ja seda levitada [37].

3.3.11 Turunduse automatiseerimise platvormide võrdlusanalüüs

Pärast platvormide ülevaadet ja rohkemat süvenemist teemasse saadi aru, et ConvertKit ja HubSpot sobivad võrdluseks halvasti. ConvertKit on suunatud rohkem *influencer'itele* ja seal on rohkem funktsioone just sellele alale. HubSpot on rohkem CRM platvorm, kui

meiliturunduse platvorm ja selle tõttu on nende hind palju kõrgem. Sellepärast võeti ConvertKit ja HubSpot võrdlusest maha. Võrdlusest võeti maha ka Drip oma põhjendamatult kõrge hinna tõttu. Kõigil ülejäänud platvormidel on põhimõttelistelt samad funktsioonid ning ainuke nende erinevus on hind. Võrdlusanalüüsi tulemusena tehti 2 tabelit turunduse automatiseerimise platvormide võrdlusega. Tabel turunduse automatiseerimise platvormide hinnaplaanide võrdlusega on toodud Lisas 3.

Tabel 2. Turunduse automatiseerimise platvormide hindade ja meili limiitide võrdlus.

Platvorm	5 000 kontakte (€)	25 000 kontakte (€)	50 000 kontakte (€)	Meili limiit
Sendinblue	23 € + km	32 € + km	45 € + km	1x
Mailchimp	63 € + km	239 € + km	321 € + km	10x
Constant Contact	73 € + km	257 € + km	394 € + km	10x
Omnisend	60 € + km	225 € + km	303 € + km	12x
AWeber	39 € + km	131 € + km	354 € + km	Limiidita
GetResponse	50 € + km	160 € + km	274 € + km	Limiidita
Moosend	44 € + km	147 € + km	289 € + km	Limiidita

Lähtudes tehtud tabelitest ja ettevõtte Indrias OÜ nõuetest võib järeldada, et kõige optimaalsem turunduse automatiseerimise platvorm on Sendinblue, kuna selle hind sõltub meilide hulgast, aga kontakte võib olla piiramatult. Kõikide teiste platvormide hind sõltub kontaktide arvust ja nende hinnaplaanides on arvestatud, et iga kontaktile läheb 10 või rohkem meili. Sellepärast ongi nende hind suurem. Sendinblue hind on 3–5 korda väiksem, kui konkurentidel. Lisaks sellele on Sendinblue kõige suurem ja populaarsem platvorm konkurentide seas ja seda pannakse kõige tihedamini edetabelite esimestele kohtadele. Sõltuvalt saadetavate meilide hulgast Sendinblue minimaalse hinnaplaani hinnaks kujuneb välja 23 € + km kuni 45 € + km.

3.4 Reklaamiagentuurid

Selleks, et meil, mida saadetakse meiliturunduskampaania käigus oleks hästi disainitud ja tooks head konversiooni, peab see olema tehtud kvaliteetselt ja järgides parimaid tavasid. Reklaamiagentuurid on väga kogunud müügitekstide kirjutamises ja disainimises ning saavad luua meile, mis resoneerivad lugejate seas.

Otsingute tulemusel leiti 5 reklaamagentuuri, kes tegelevad meiliturundusega ja igale tehti 2 hinnapäringut:

- kui palju maksaks kujunduste ja sisutekstide loomine ühe meili jaoks ja 5 000 kontaktile meili saatmine;
- kui reklaamagentuuril on olemas oma turundusnimekiri, siis kui palju maksaks kujunduste ja sisutekstide loomine ühe meili jaoks ja 5 000 kontaktile turundusnimekirjast meili saatmine.

3.4.1 WOW Digital OÜ

WOW Digital on digiturundusagentuur. Ettevõtte tegeleb reklaamiga sotsiaalmeedias ja tavameedias. Teeb otsingu-, meili-, bänner- ja videoreklaami. Viib läbi turunduskoolitusi ja väga detailselt analüüsib tulemusi [38].

Spetsialist viib ennast sisuliselt kurssi, kirjutab sisutekste ja kujundab. Pärast seda vaadatakse koos tellijaga üle tehtud tööd, testitakse ning saadetakse kampaania välja.

3.4.2 Intermailer OÜ (Roosa Elevant)

Roosa Elevant tegeleb sihitud meiliturundusega. Ettevõtte leiab kliente, valmistab meile ja saadab neid. Selle turundusnimekirjas on rohkem, kui 400 000 kontakti. Turundusnimekirjas on nii eraisikud (eestlased ja venelased) kui ka ärikontaktid (kontaktisikud) [39].

Saadetakse ainult oma kogutud turundusnimekirjale, mis on vastavuses *GDPR* andmekaitseenõuetega.

3.4.3 Karus Media OÜ (Lacuna)

Lacuna on digi- ja loovturundusagentuur, mis pakub terviklahendusi erineva suurusega klientidele. Tegeleb otsingumootori-, bänner- ja videoreklaamiga. Samuti *SEO*'ga, veebilehtede loomisega ja haldusega, sotsiaalmeediaga ja meiliturundusega. Ettevõtte teeb ka sisuturundust ja sisuloome ning disaini ja produktsiooni [40].

Luuakse meiliturunduskampaania, disainitakse seda ja saadetakse välja.

3.4.4 Onte Digital OÜ

Onte Digital tegeleb digiturundusega. Selle tegevusalad on Google ja Microsoft reklaam, sotsiaalmeedia reklaam, meiliturundus, *influencer* turundus [41].

Luuakse meiliturunduskampaania, disainitakse seda ja saadetakse välja.

3.4.5 Mediabrands Digital OÜ

Mediabrands Digital on Eesti suurim digimeedia agentuur, kus töötab 85 inimest. Ettevõtte teenusteks on: *SEO*, otsingureklaamid, sotsiaalmeedia, digistrateegia- ja kampaaniad, Facebook reklaam, *B2B* turundus, välisturgudele laienemine, automatiseerimine ja veebianalüütika [42].

Planeeritakse segmenteeritud kampaania. Ühises koostöös kaardistatakse turunduse automatiseerimise platvormi hetkeseis, klientide profiil ning võimalus müügikampaania personaliseerimiseks. Vajadusel kaasatakse erilahenduste jaoks disainer ja saadetakse kampaania välja ning raporteeritakse tulemustest.

3.4.6 Reklaamiagentuuride võrdlusanalüüs

Siis, kui kõik reklaamiagentuuride pakkumised olid saadud, tehti võrdlusanalüüs. Võrdlusanalüüsi tulemusena koostati tabel reklaamiagentuuride võrdlusega, kus võrreldi nende hindu, viimase aasta müügitulu ja kas nendel on olemas turundusnimekiri või mitte.

Tabel 3. Reklaamiagentuuride võrdlus.

Reklaamiagentuur	Meili valmistamine ja 5000 tk saatmine (€)	Viimase aruandeaasta müügitulu	Olemas oma turundusnimekiri
WOW Digital OÜ	160 € + km	392 391	-
Intermailer OÜ	550 € + km	274 499	+
Karus Media OÜ	200 € + km	33 632	-
Onte Digital OÜ	320 € + km	70 972	+
Mediabrands Digital OÜ	525 € + km	12 012 896	-

Lähtudes tehtud tabelist ja ettevõtte Indrias OÜ nõuetest jõuti järeldusele, et kõige optimaalsem reklaamiagentuuri valik on WOW Digital OÜ, kuna selle hind on kõige

väiksem ning sellel on piisavalt suur müügitulu, mis tõestab, et selle teenuseid kasutatakse. WOW Digital OÜ teenuse hind on 160 € + km.

3.5 Olemasolevate variantide kokkuvõte

Analüüsisides kõiki olemasolevaid variante arvatati välja, et 5 000 kontaktile saadetava meiliturunduskampaania hind on üle 600 € + km. Aga kõikidele Eestis registreeritud juriidiliste isikutele üle 2500 € + km. Suurim osa rahast läheb turundusnimekirja ostmisele ja reklaamiagentuuri teenustele.

Saadud hindadele ning ettevõtte peamisele nõudele (odavus) tuginedes otsustati turundusnimekirja ostmise asemel teha oma Eesti juriidiliste isikute andmebaas koos nende kontaktidega. Samuti võeti vastu otsus reklaamiagentuuri teenuste tellimise asemel tegeleda meilide disainimisega ise ning olemasolevatest variantidest kasutada ainult parima turunduse automatsiooni platvormi, sest teisiti meile saata pole ratsionaalne.

4 RIK E-äriregistri võimalused

Neljandas peatükis räägitakse, mis on RIK E-äriregister, mida see võimaldab ja milliseid andmeid on võimalik sealt saada. Räägitakse E-äriregistri avaandmete allalaaditavatest failidest, *API* (*Application programming interface*) teenustest ja E-äriregistri puudustest.

4.1 E-äriregister

E-äriregister on register, mis koondab andmed kõigist Eestis registreeritud juriidilistest isikutest. Infosüsteemis saab lisaks äri- ja mittetulundusühingutele, korteriühistutele ning sihtasutustele vaadata ka riigi- ja kohaliku omavalitsuse asutuste, avalik-õiguslike juriidiliste isikute ning põhiseaduslike institutsioonide andmeid. Lisaks on võimalik asutada uusi äriühinguid, füüsilisest isikust ettevõtjaid, mittetulundusühinguid ning riigi- või kohaliku omavalitsuse asutusi ning avaldada tegelike kasusaajate andmeid [43].

Enne 2022. aasta 1. oktoobrit oli ligipääs avaandmete allalaadimisele, *API*le ja selliste andmete nagu aastaaruanne, piiratud, ning ligipääs andmetele oli tasuline. Kuid tänapäeval on need andmed vabas kasutuses ja iga inimene saab vaadata kõikide juriidilise isikute andmeid ning kasutada neid [44].

Selleks, et vaadata mistahes juriidilise isiku informatsiooni on vajalik ainult sisestada E-äriregistri otsingusse selle isiku nimi, omaniku nimi, KMKR (Käibemaksukohustuslasena registreerimise number) või registrikood ja kogu informatsioon on kohe kättesaadav.

4.2 Avaandmete allalaaditavad failid

Kui on vajadus saada korraga kogu informatsioon kõikidest juriidilistest isikutest, võib kasutada lehekülge avaandmete allalaaditavate failidega. Seal saab korraga vajalikus formaadis (XML, JSON, CSV) alla laadida andmeid kõikide juriidiliste isikute kohta. Kuid seal pole kogu vajalikku informatsiooni oma andmebaasi tegemiseks ja on palju ülearuseid andmeid. Andmed pole korrastatud ja on koondatud suuremahulistesse failidesse, mis avanevad väga aeglaselt ja probleemidega. Vaadati läbi kõik avaandmete

allalaaditavad failid ja mida nad sisaldavad. Allalaaditavaid äriregistri andmekomplekte on kokku 12 ja enamikke neist uuendatakse kord päevas [45].

4.3 API teenused

E-äriregistril on olemas *API* teenused, mille abil võib saada kogu vajaliku informatsiooni läbi päringute ja teha seda kiiresti ning mugavalt. Aga selleks, et seda saaks kasutada, on vajalik logida registrisse (ID-kaart, Mobiil ID, Smart-ID või EU eID kaudu), täita lepingutaotlus ja sõlmida leping. Pärast lepingu sõlmimist saadetakse administraatorkasutajale ühe tööpäeva jooksul kasutajatunnus ja parool. Nendega tuleb logida sisse lepingupartneri kontosse ja esimesel sisselogimisel vahetada parool. *API* teenuste paremaks arusaamiseks on olemas ka dokumentatsioon. Seal on seletatud, kuidas kõik töötab ja samuti on kirjutatud piirangutest. Maksimaalne päringu vastuste arv päevas on 50 000 ja samaaegselt lepingupartner saab teha 1 päringu. Aga on kirjas, et kui on vajadus teha suurema mahuga päringuid on vajalik kirjutada registri meilile põhjendus ning soovitud maht [46].

Samuti on dokumentatsioonis ülevaade veebiteenustes kasutatavatest klassifikaatoritest ning 15 päringu tüübist, kus on iga kohta selgitus, sisendparameetrid, otsingutingimused, väljundandmed, näidispäring ning näidisvastus. Päringute vastuseid võib saada nii XML, kui ka JSON formaadis. Kogu päringutega seotud dokumentatsioon vaadati läbi ja tehti endale selgeks.

4.4 E-äriregistri puudused

Töö käigus tulid esile mõned puudused E-äriregistri *API* teenustes ja avaandmete allalaaditavates failides. Näiteks failis „Üldandmed” näitab igal juriidilisel isikul parameeter „info_majandusaasta_aruannetest” viimasena 2020. aastat, vaatamata sellele, et on juba olemas andmed 2021. ja mõnedel ka 2022. aasta kohta. Samuti mõnedel juriidilistel isikutel on vale töötajate arv nii *API* teenustes kui ka failis „Üldandmed”.

5 Eesti juriidiliste isikute andmebaasi loomine

Viiendas peatükis, lähtuvalt ettevõtte Indrias OÜ nõuetest, luuakse oma Eesti juriidiliste isikute andmebaas. Selleks kirjeldatakse eelnevalt funktsionaalseid ja mittefunktsionaalseid nõudeid. Selle järel töödeldakse läbi avaandmete allalaaditavad failid ja *API* päringud. Otsustatakse, millistest andmeväljadest andmebaas peab koosnema, kuidas välja nägema ja kuidas funktsioneerima. Seejärel realiseeritakse andmebaas ja sisestatakse sinna kõikide juriidiliste isikute andmed. Samuti realiseeritakse andmebaas Excel'is ning kui andmebaas on valmis tehakse selle statistika.

5.1 Funktsionaalsed ja mittefunktsionaalsed nõuded

Funktsionaalsed nõuded:

- peab olema võimalik juriidiliste isikute otsing äriregistri koodi ja nime järgi;
- peavad olema nähtavad või peab olema võimalus vaadata juriidiliste isikute andmeid: aadress, meil, telefon, mobiiltelefon, EMTAK, E-äriregistri teabesüsteemi link, majandusaasta aruande URL;
- peab olema võimalik juriidiliste isikute filtreering järgmiste andmeväljade järgi – esmarestreerimise kuupäev, staatus, õiguslik vorm, riik, kapitali suurus, EMTAK kood, töötajate arv, aruande staatus, majandusnäitajad.

Mittefunktsionaalsed nõuded:

- hooldatavus – andmebaasis peab olema lihtne viia sisse muudatusi;
- kasutatavus – andmebaasi peab olema lihtne kasutada;
- jõudlus – andmebaas peab olema kiire.

5.2 Andmete töötlemine

Tuginedes 3.2 peatükis toodud turundusnimekirjade pakkujate andmeväljadele otsustati koondada andmebaasi kõik parameetrid, mida on võimalik saada E-äriregistrist ja mis on

vajalikud juriidilise isiku sorteerimisel ja filtreerimisel meiliturunduskampaania korraldamiseks.

5.2.1 Avaandmete allalaaditava faili töötlemine

Eesmärgi saavutamiseks on kõikidest avaandmete andmekomplektidest vajalik ainult andmekomplekt “Üldandmed” JSON formaadis. Kõikides teistes polnud kasulikku informatsiooni, mida saab kasutada oma andmebaasi koostamisel.

Fail “Üldandmed” on piisavalt suur tekstifaili jaoks. Arhiveeritud seisundis on selle maht 190 MB, aga avatud seisundis 3,6 GB. Faili avamisel tavalises tekstiredaktoris tekivad probleemid ja avamine toimub väga aeglaselt. Ainus võimalus faili normaalseks vaatamiseks on selle avamine Visual Studio Code’is.

Andmebaasi loomist otsustati alustada avaandmete laadimisfailist “Üldandmed”, sest selles oli kõige rohkem vajalikku informatsiooni ja see oleks heaks andmebaasi aluseks. Selleks kasutati programmeerimiskeelt Python ja koodiredaktorit Visual Studio Code. Arvutile laaditi Python, Visual Studio Code’i installiti vajalike lisandeid nagu: Python, Pylance ja GitLab. Kohe algusest tehti GitLab repositoorium ja kogu töö vältel sünkroniseeriti sinna kõik muudatused.

Tehti tsükel, mis võttis failist “Üldandmed” objektide listist iga objekti ja määras muutujatele kõik väärtused ning printis need konsooli. Kui andmete vaatamine muutus lihtsamaks, siis vaadates erinevaid objekte ja andmeid, saadi aru, millised väärtused on vaja jätta, aga millised mitte. Katse eksitus meetodil õnnestus lõpuks teha nii, et kogu objektide list kõikide Eestis registreeritud juriidiliste isikutega on võimalik töödelda ilma vigadeta. Avaandmete laadimisfailis “Üldandmed” oli iga juriidilise isiku kohta rohkem kui 150 andmevälja, millest 16 otsustati alles jätta.

5.2.2 API päringute töötlemine

Siis kui fail „Üldandmed” oli töödeldud, otsustati töödelda ka *API* päringuid, kuna kõiki vajalikke andmeid polnud avaandmete laadimisfailis.

Alustuseks sisestati testimise eesmärgil kõik *API* päringud rakendusse Postman ja selleks, et päringud töötaksid, oli vajalik *URL*’i (*Uniform Resource Locator*) sisse kirjutada teenuse aadress toodangu keskkonnas – <https://ariregxmlv6.rik.ee/> ning kehasse panna XML päring, mille sees oli lepingukasutaja kasutajanimi ja parool. Selleks, et muuta

otsitavat juriidilist isikut, *API* päringu kehas oli vajalik vaid muuta äriregistri koodi. Päringuid testiti ja nende vastuseid analüüsiti. Selle tulemusena oli selge, milliste päringute informatsioon võib olla vajalik andmebaasi koostamiseks ja jäeti 3 kõige vajalikumat päringut, millega töötati edasi:

- „detailandmete päring” (JSON, XML);
- „ettevõtjaga seotud dokumentide loetelu päring” (XML);
- „ettevõtja majandusaasta aruannete päring” (XML).

Lihtsamaks andmete töötlemiseks valiti päringu vastuse formaadiks JSON. Siis prooviti päringud üle viia Visual Studio Code'i, kuhu olid installitud paketid „requests”, selleks, et saaks teha päringuid Python'ist ja „xmldict”, et muuta neid päringuid, mis vastavad ainult XML formaadiks, JSON'iks. Kõik väärtused, mida väljastas *API*, määrati muutujatele ja prinditi konsooli. Katsetades nii mõne juriidilise isikuga, saadi aru, millised väärtused tuleb jätta, aga millised rohkem ei salvestata. Nii tehti kõigi kolme *API* päringuga.

- 1) Päringust „Detailandmete päring” jäeti andmeväli: töötajate arv.
- 2) Päringust „Ettevõtjaga seotud dokumentide loetelu päring” jäeti andmeväli: aruande *URL* (viimane aastaaruande *URL*).
- 3) Päring „Ettevõtja majandusaasta aruannete päring“ saab väljastada 6 erinevat kasumiaruannete liiki ja iga jaoks on erinevad andmeväljad. Selleks, et päring väljastaks andmeid, on vajalik päringu keha sisse kirjutada aruande liigi number. Neli liiki (35, 36, 40, 41) on tavaliste ettevõtete jaoks ja 2 liiki (23, 30) finantsteenuse osutajatele. Otsustati teha päringuid ainult aruannetele, mis on mõeldud tavalistele ettevõtetele, sest finantsteenuse osutajaid on päris vähe, nende aruannetes on teised andmeväljad ja nende andmeid ei saa pärast võrrelda teiste ettevõtetega. Alguses jäeti iga aruande liigi jaoks kõik andmeväljad, mis nendel on. Tabel jäetud andmeväljadega „Ettevõtja majandusaasta aruannete päring” päringutest on toodud Lisas 4.

5.3 Andmebaasi tüüp

Andmebaasi tüübi valimine toimus lähtuvalt vajadustest. Kriteeriume polnud palju. Oli vajalik, et andmebaas töötaks kiiresti ja oleks piisavalt mahukas, sest andmeid on palju ja

terve andmebaas peab hoidma nii palju ridu, kui palju on Eestis registreeritud juriidilisi isikuid – 347 000. *API* teenuste ja avaandmete allalaaditavate failide testimisel saadud andmed ühe juriidilise isiku kohta olid koondatud ühe TXT faili ja selle maht oli umbes 3kb. Arvatavasti kogu baasi maht oleks $3\text{kb} * 347\,000 = 1\text{GB}$.

Andmebaasi mudeliks valiti relatsiooniline andmebaas, kuna see on kõige levinum ja kõige lihtsam. Midagi keerulisemat tööülesanne ei vajanud ja sellepärast valik peatus sellel. Andmebaas oli tehtud tsentraliseerituks, hostimine kohalikuks ja töötlemise võimsuseks valiti personaalne andmebaas, kuna töö ülesandeks midagi keerulisemat polnud vaja. Disaini tüübiks valiti analüütiline disain, kuna eesmärgiks oli teha üks kord andmebaas ja hiljem võtta sellest informatsiooni ja analüüsida seda [47].

Kõikide eelnevate kriteeriumite ja nõuete järgi valiti päringu keeleks SQL (Structured Query Language) ja andmebaasi pakkujaks MySQL, kuna see on üks populaarsematest valikutest turul ja võimaldab teha kõike, mis on töö ülesandeks vajalik.

5.4 Andmebaasi loomine

Kõigepealt installiti arvutile MySQL ja MySQL Workbench, tehti andmebaasi ühendus, Visual Studio Code'i installiti pakett „mysql.connector” ja prooviti Python'ist manipuleerida andmebaasiga ning sinna midagi kirja panna.

5.4.1 Tabel „uldandmed”

Kui andmebaas oli ühendatud, prooviti töödelda fail „Üldandmed” ja igas tsükklis kirjutada uus rida andmebaasi. Pärast paljusid katseid ja vigasid, said õigesti seadistatud tabeli veerud, piirangud ja andmete tüübid. Alles siis sai tsükkel läbi töötada kogu faili ja salvestada tabelisse – „uldandmed” kõik vajalikud andmed. Kogu faili andmete lisamine tabelisse võttis 67 minutit. Tabel, milles on SQL tabeli „uldandmed” andmeväljad, andmete tüübid ja piirangud on toodud Lisas 5.

5.4.2 Tabel „api”

Järgmise sammuna pidi töötlemise *API* päringute vastuseid ja sisestada tabelisse. Selleks, et tabel saaks kiiremini tehtud, paluti suurendada päringute limiiti ja see sai tõstetud saja tuhandeni päevas. Soov oli suurendada seda veelgi, aga saadi negatiivne vastus.

Kuna *API* päringute arv päevas on piiratud saja tuhandeni, siis arvutustele tuginedes saab päevas läbi töötada ja kirjutada tabelisse ainult $100\ 000 / 3 = 33\ 000$ juriidilist isikut. Terve tabeli koostamisele sellisel juhul läheb $347\ 000 / 33\ 000 = 11$ päeva. Kuid *API*, ei loe neid päringuid, mis pole midagi väljastanud, nagu mõned aruannete päringud. Seda arvestades, arvutatud juriidiliste isikute arv päevas, mida saab läbi töötada, on keskmiselt 47 000, tähendades, et terve tabeli koostamisele läheks umbes $347\ 000 / 47\ 000 = 8$ päeva. Nii palju aega kuluski.

Tehti tabel – „api” ja lisati sinna kõik võimalikud andmeväljad. Tehti päring, mis selgitab, millised äriregistri koodid on olemas tabelis „uldandmed” ja milliseid pole tabelis „api”. Siis võeti nende äriregistri koodid ja iga ühe jaoks tehti tsükkel, kus tehti 3 *API* päringut („Detailandmete päring”, „Ettevõtjaga seotud dokumentide loetelu päring”, „Ettevõtja majandusaasta aruannete päring(35)”) ja seejärel sisestati kõik andmed ühe „api” tabeli ritta. Päringus „Ettevõtja majandusaasta aruannete päring” küsiti andmeid 2021. aasta kohta, sest see on viimane aasta, mille kohta kõik juriidilised isikud on teinud aruandeid. Kui 2021. aasta kohta informatsiooni polnud, siis prooviti teha päring 2020. aasta kohta. Tabel, milles on SQL tabeli „api” andmeväljad, andmete tüübid ja piirangud on toodud Lisas 6.

5.4.3 Tabelid teiste aruannete liikide kohta

Kuna mõnedel ettevõtetel olid teised aruannete liigid, siis tehti tabelid „aruanne36_api”, „aruanne40_api” ja „aruanne41_api” selleks, et töötada läbi ka aruannete liike 36, 40, 41.

Tehti päring, mis väljastab nende juriidiliste isikute äriregistri koode, kellel tabelis „uldandmed” on „aruande_staatus” väärtuseks „Ei leitud” ja mida pole tabelis „aruanne36_api”, teeb iga kohta „Ettevõtja majandusaasta aruannete päring” vastava aruande liigi numbriga kehas ja salvestab neid andmeid tabelisse. Sama moodi tehti „aruanne40_api” ja „aruanne41_api” tabelitega. Sellele kulus umbes 3 päeva ja see aitas lisada informatsiooni aruannetesse 12 065 ettevõttele. Pärast seda jäid ikkagi veel ettevõtted, kellel polnud informatsiooni aruannetest, kuigi aruanded oli esitatud, aga neid oli ainult 368 ja nendel on kas liiga keeruline õiguslik vorm või E-äriregistri *API* nendega ei tööta.

5.4.4 Tabel „api2”

Järgmisena tehti tabel „api2”, kuhu alguses olid kopeeritud tabelist „api” need tulbad, mis on kõigil neljal aruande liigil samasugused ja mis võivad olla kasulikud ettevõtete filtreerimisel. Seejärel vahetati need read, milles teiste aruannete liikide tabelites oli leitud informatsiooni.

Töö käigus märgati, et ainult 89 605 juriidilisel isikul on olemas rohkem, kui 0 töötajat. Pärast põhjalikumat süvenemist leiti, et *API*'s on mitte kõikidel juriidilistel isikutel märgitud töötajate arv. Koostati tabel “tootajad”, kuhu andmefailist „Üldandmed“ päringu abil sisestati töötajate arvud. Kui see oli tehtud, siis nendel juriidilistel isikutel, kellel tabelis „api2“ töötajate arv oli vähem, kui tabelis “tootajad” muudeti töötajate arvu. See aitas lisada 6 394 juriidilisele isikule töötajate arv. Samuti selgus, et *API* väljastas mõnedele juriidilistele isikutele vale töötajate arvu, mis oli tuhanded korrad rohkem, kui see tegelikult on ja selliseid andmed muudeti manuaalselt. Nii muudeti 17 juriidilise isiku andmed.

5.4.5 Kokkuvõtlik tabel „andmebaas”

Selleks, et töötamine SQL päringutega oleks lihtsam, tehti tabel „andmebaas”. Sinna olid koondatud äriregistri koodi järgi kõik andmed tabelitest „uldandmed” ja „api2”. Samuti tabelis vahetati kõik „Null” väärtused veergudes „kapitali_suurus”, „tootajate_arv” ja aruannete veergudes väärtuseks „0”. Tehti veerg „kogutulu”, kuhu olid summeeritud väärtused veergudest „muugitulu”, „finantstulud_tutarettevõtjate_aktsiatelt_ja_osadelt”, „finantstulud_sidusettevõtjate_aktsiatelt_ja_osadelt”, „muud_aritulud”, „intressitulud” ja „tulu_varade_sihtfinantseerimisest”. Tabel, milles on SQL tabeli „andmebaas” andmeväljad, andmete tüübid ja piirangud on toodud Lisas 7. Samuti tabeli „andmebaas” vaade MySQL Workbench rakenduses on kujutatud Lisas 8.

5.5 Tabel „andmebaas” Microsoft Excel’is

Selleks, et ettevõttel oleks lihtne edasises töös kasutada andmebaasi SQL keele teadmisseta, otsustati teha tabel ka Microsoft Excel’is. Selleks, SQL tabel „andmebaas” eksporditi kõigepealt CSV faili ja seejärel imporditi Excel’isse. Excel’is saab ettevõtte vajalikud juriidilised isikud lihtsalt sorteerida ja filtreerida, et neid saaks pärast importida

turunduse automatiseerimise platvormi. Tabeli „andmebaas” vaade Excel’is on kujutatud Lisas 9.

5.6 Andmebaasi statistika

Selleks, et mõista, kui palju ettevõtteid mingi filter saab väljastada, tehti andmebaasi statistika. Andmebaasi aluseks oli avaandmete allalaaditav fail “Üldandmed”, kus olid juriidiliste isikute andmed seisuga 25.03.2023. Juriidilisi isikuid sai andmebaasis kokku 347 110. Statistika on kajastatud kahes tehtud tabelis. Tabel juriidiliste isikute filtrite statistikaga on toodud Lisas 10 ja tabel juriidiliste isikute majandusnäitajate statistikaga on toodud Lisas 11.

6 Meiliturunduskampania

Kuuendas peatükis käsitletakse meilide parimaid tavasid, meilide suhtarve ja määri. Selle järel valitakse turunduse automatiseerimise platvormi hinnaplaani, lisatakse sinna andmebaasist juriidiliste isikute kontaktid ning tehakse vajalike kontaktide kaustu ja gruppe. Seejärel koostatakse ja disainitakse kampania ning valmistatakse veebileht meiliturunduseks. Samuti seadistatakse esimesi proovikampaniaid, saadetakse neid, analüüsitakse ja tehakse järeldusi. Selle järel saadetakse 2 lõplikku turunduskampaniat ülejäänud kontaktidele ja analüüsitakse nende tulemusi.

6.1 Meilide parimad tavad

Lähtudes otsusest teha meilide disainimist iseseisvalt, uuriti parimaid tavasid meilide loomisel. Tavasid on väga oluline järgida, sest sellest, kuidas meil välja näeb ja kuidas see tehtud on, sõltub, kui palju lugejad pühendavad sellele tähelepanu, milline tuleb avamismäär ja kaasatus.

6.1.1 Parimad tavad

Siia on koondatud parimad tavad meilide loomisel:

- Meilid on kohandatud erinevate vaatajaskonna segmentide jaoks vastavalt nende huvidele ja käitumisele.
- Välditakse spämmisõnu, suurt hulka hüüumärke ja suurtähti, sest see võib käivitada rämpspostifiltreid ja põhjustada meilide märgistamise rämpspostiks.
- Kasutatakse isikupärastamist – meili lisatakse adressaadi nimi või muu isikupärastatud teave, et meil oleks asjakohasem ja isikupärasem.
- Tehakse A/B testimist, et saada aru, milline meil valitud vaatajaskonnale kõige paremini sobib. Proovitakse erinevaid meilide vorminguid ja stiile, et näha, millised lugejate seas resoneerivad.
- Meil on mobiilikasutajatele optimeeritud, kuna paljud inimesed loevad meile mobiilseadmetest.

- Meil on originaalne, huvitav ja põnev. Meilis on kasutatud lugejate kujutlusvõime ergutamiseks sensoorseid sõnu, et aidata lugejale näha ja tunda pilti, mida on vajalik nendele edastada.
- Meil keskendub põhitoimingule, mida soovitakse lugejatelt. Lugejatele peab olema edastatud tegevus – CTA (Call to action).
- Sotsiaalne tõend annab lugejatele teada, mida nendega sarnased inimesed arvavad saatjast, mistõttu lugejad kipuvad meili lugema.
- Lõigud hoitakse lühikesed, et igal lõigul oleks üks põhiidee ja tekstiplokkide tükeldamiseks ning meilide skannitavuseks kasutatakse punkte ja alampealkirju.
- Psühholoogiliste trikkide kasutamine, nagu FOMO (Fear of missing out) – lisades soodustuse, piiratud aja, piiratud koguse elemendi või keskendudes lugeja valupunktidele, tuues välja probleemi ja pakkudes sellele lahenduse [48].

6.1.2 Meili teemarida

Meili teemarida on meili kõige olulisem osa, sest sellele vaadates, lugeja, kas avab meili, ignoreerib seda või märgistab selle rämpspostiks.

Meili teemarida on esimene üherealine tekstirida, mida adressaadid meili saades pärast saatja nime näevad. Teemarida on tavaliselt meili sisu kokkuvõte. Teemarea eesmärk on veenda inimesi meili avama ja lugema.

Hea teemarida on oluline, sest 47% meilisaaajatest avab meili ainult teemarea põhjal. Samal ajal märgivad 69% meilisaaajatest, et otsustavad, kas meilid on rämpspost, lähtudes ainult teemareast. Häid meili teemaridu kasutades saab suurendada avamismäära, mis võib aidata parandada klikkimise määra ja konversioone [48].

Teemarida peab olema selge ja konkreetne, see peab selgitama meili sisu ja eesmärki. Peab vältima ebamääraseid või liiga üldisi teemaridu, mis ei anna adressaadile head ettekujutust sellest, mida oodata [48].

6.1.3 Eelvaate tekst

Eelvaate tekst on postkastis meili teemarea all või juures olev tekst, mis annab täiendava ülevaate meili sisust. Teemarida ja eelvaate tekst peavad töötama koos ja eelvaate tekstile on vajalik mõelda, kui teemarea laiendusele. 24% vastanutest meili avamist otsustades vaatab esmalt eelvaate teksti. Lisades meili sisule eelvaate tekstis tiiseri, võib see

suurendada ka tellijate kaasatust. Erinevatel meiliklientidel on eelvaate teksti suurus erinev, aga optimaalne on jätta eelvaate teksti alla 90 tähemärki, et kõik inimesed saaksid seda näha. Samuti peab eelvaate tekstis vältima kordusi ja kasutama teist informatsiooni, kui teemareas, et edastada saajale võimalikult palju mõtteid [49].

6.2 Meilide suhtarvud ja määrad

Meilide suhtarvud ja määrad on väga tähtsad, sest nendest sõltub meiliturunduse konversioon. On väga tähtis neid teada ja võrrelda oma tulemustega selleks, et aru saada, kui hästi on tehtud kampaania ja kuidas see resoneerib saajate seas. Kõik suhtarvud ja määrad sõltuvad valdkonnast, aga on olemas ka üldised näitajad.

Üldiseks meili avamise heaks määraks loetakse 17–28%. Keskmise avamise määr on 21,5% ja avamise määr professionaalsete teenuste valdkonnas on 19,3%. Üldiseks meili klikkimise heaks määraks loetakse 2–5%. Keskmise klikkimise määr on 2,3% ja klikkimise määr professionaalsete teenuste valdkonnas on 2,1%. Üldiseks meili kliki-avamise heaks suhteks loetakse 6–17%. Keskmise kliki-avamise suhe on 10,5% ja kliki-avamise suhe professionaalsete teenuste valdkonnas on 11,1% [50].

6.3 Sendinblue hinnaplaani ja paketi valik

Eesti juriidiliste isikute andmebaasi jäi 21 384 ettevõtet, kes vastavad ettevõtte Indrias OÜ kriteeriumidele ja kellele on plaanitud saata turundussõnum. Nii palju on ettevõtteid, kellel on olemas meiliaadress, staatus on “Registrisse kantud“, aruande staatus on “Leitud“, aastane kogutulu on rohkem kui 100 000 € ja kus töötab rohkem, kui 2 töötajat.

Sendinblue hinnaplaanid sõltuvad meilide arvust kuus ja paketist. Valik meilide koguseid kuus on järgmised: 20, 40, 60, 100, 150, 250, 350, 500, 750, 1 000 tuhat või rohkem.

Kuna ettevõtteid, mis vastasid kriteeriumitele oli jäänud 21 384 ja töö ülesandeks piisas ainult ühest meilist igale ettevõttele kuus, siis hinnaplaan 20 000 meilile oleks olnud liiga väike aga 40 000 meilile sobiv. Lisaks avanes võimalus saata meile laiemale ettevõtete ringile ja erinevus hinnas oli ainult 9 €.

Järgmisena tuli valida hinnaplaan. Valik tuli teha Starter ja Business hinnaplaanide vahel. Hinnaplaane võrreldi ja tehti võrdlustabel. Tabel Sendinblue pakettide võrdlusega on toodud Lisas 12.

Otsustati valida Business pakett, kuna seal on parem aruandlus ja turunduse automatiseerimine pole piiratud. Lisaks seal pole Sendinblue logot ja on A/B testimine, mis võib olla väga kasulik kampaaniate tulemuste analüüsimisel.

Lõplik hind 40 000 meilile ja Business paketile sai 69 € + km kuus. Edasiseks ettevõtte Indrias OÜ meiliturunduseks sobib ka Starter pakett, mis maksaks 32 € + km kuus.

Järgmiseks tehti Sendinblue konto ja maksti plaani eest, täideti profiil ja seadistati konto. Kogu kasutajaliides ja funktsioonid vaadati läbi. Selle käigus saadi aru, kuidas platvormiga töötada ja kuidas seda paremini kasutada. Loeti soovitatud artikleid ja dokumentatsiooni. Saadi aru, kuidas töötavad erinevad kontaktide listid ja kaustad ning kuidas teha kampaaniaid, kasutada malle ning koostada meile. Samuti lisati kontole veebilehe aadress, et kõik bränding, šriftid ja värvid sünkroniseeriks platvormiga.

6.4 Kontaktide lisamine platvormi

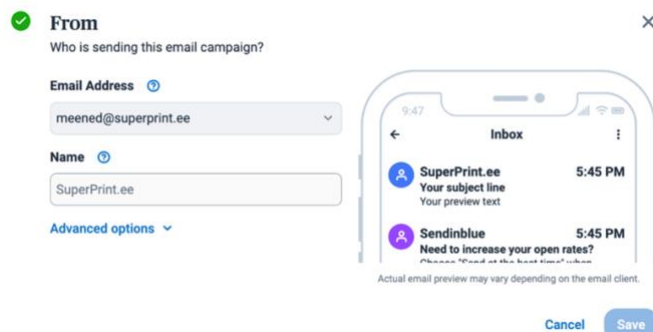
Selleks, et saata turunduskampaania, peab olema kontaktide list, kellele seda saadetakse. Sendinblue's on võimalik teha erinevaid kaustu ja liste kontaktidega. Tehti kaust "Ettevõtete kaust", mille sees olid listid. Selleks, et lisada kontakte listi, peab eelnevalt neid importima ja selle tegemiseks on 3 võimalust:

- manuaalselt iga kontakti importimine;
- copy / paste XLS failist;
- faili importimine (CSV, XLSX, TXT).

Kontaktide lisamiseks valiti importimine CSV failist. Selleks, et seda teha, valmistati eelnevalt CSV fail. Selleks tehti SQL päring, mis väljastab andmebaasist erinevate kriteeriumide järgi ettevõtteid. Päringu SELECT'is on ettevõtte „ariregistri_kood”, „nimi” ja „meil”. Andmeid, mida päring tagastab, eksporditakse CSV failina. Seejärel eksporditud fail imporditakse platvormi ja andmeväljad ühendatakse eelnevalt tehtud atribuutidega.

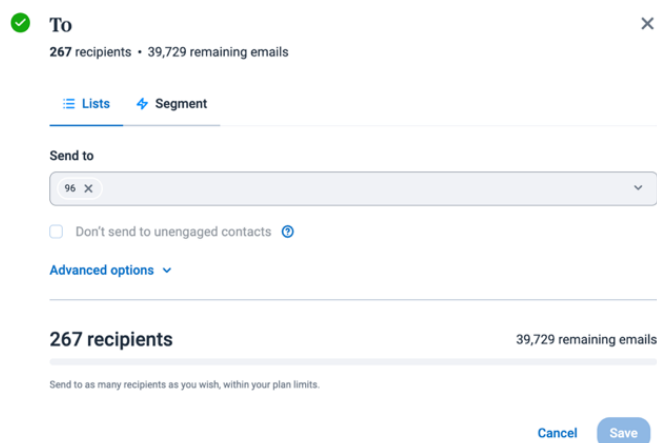
6.5 Kampaania koostamine ja disainimine

Alustuseks valitakse, millisest meilist saadetakse meile ja millist saatja nime näidatakse saajale (Joonis 1).



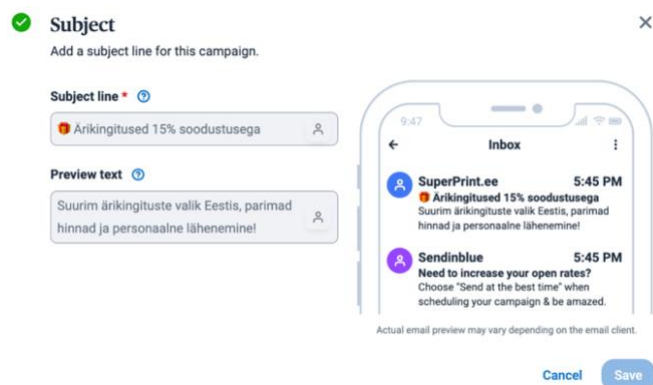
Joonis 1. Turunduskampaania vorm “Kellelt”.

Järgmisena valitakse, millisele kontaktide listile saadetakse need meilid (Joonis 2).



Joonis 2. Turunduskampaania vorm “Kellele”.

Valmistatakse meili temarida ja eelvaate tekst, tuginedes peatükis 6.1 loetletud parimatele tavadele (Joonis 3).



Joonis 3. Turunduskampaania vorm “Teema”.

Viimaseks sammuks on meili disainimine. Selleks, et disainida meili, on platvormis oma *Drag-and-Drop* redaktor, kus saab lohista erinevaid plokkide ja nendest koostada meil. Koostatud meil on kujutatud Lisas 13.

Meil tehti lähtuvalt peatükis 6.1 käsitletud parimatele tavadele ja ettevõtte Indrias OÜ nõuetele. Tehti personaliseerimine, mida võimaldas redaktor. See tähendab seda, et igas meilis näidatakse saaja NIMI atribuuti. Esimene lause on tehtud nii, et kaasata ja panna huvituma meili saajat. Edasi käsitletakse probleemi ja antakse sellele lahendus ning stimuleeritakse 15% allahindlusega. Samuti, püüti lugejal, tavalise müügi tunde asemel, luua tugevam kontakt, kasutades partnerluse ettepanekut.

Toodi välja punktid, miks peab just selle ettevõttega koos töötama ja milliseid eeliseid lugeja saab. Lugejale seletati, miks ärikingitused on vajalikud ja prooviti tugineda ka sellele, et lugeja saab ärikingitustest kasu. Meilis olid üles nimetatud kõige populaarsemad toodete kategooriad ja trükivalikud, et lugeja saaks paremini aru sellest, mida tahab ja et ta saab tellida ükskõik mida.

Kogu meilis kasutati 3 suunamist tegevusele, koos nuppudega, mis suunavad lugejat veebilehele ning meili lõpus oli sellele pühendatud rohkem tähelepanu, et lugeja saaks kergesti teada, mida tal on vajalik edasi teha. Meili lõpus olid ettevõtte rekvisiidid ning nupp, et lugeja saaks loobuda teatest. Samuti oli meil adapteeritud mobiilseadmete jaoks.

Kui kampaania on koostatud, on selle saatmiseks 2 võimalust, kas saata kohe või valida saatmiseks sobiv aeg. Parimaks saatmise ajaks on teisipäev, kolmapäev ja neljapäev kell 9.00, kuna need päevad on kõige produktiivsemad ja tavaliselt kontrollitakse sellel ajal ettevõtetes meile.

6.6 Veebilehe valmistamine

Selleks, et kampaanial oleks hea konversioon, veebileht, kuhu saadetakse lugejaid, peab olema hästi koostatud. Leheküljelt peab olema arusaadav, milliseid teenuseid lugejale pakutakse ja millega ettevõtte tegeleb. Koostatud veebileht on kujutatud Lisas 14.

6.7 Kampania testimine

Selleks, et kontrollida, kas kõik oli õigesti seadistatud ja saaja saab sellise meili, nagu see oli planeeritud, saadeti paar proovikampaaniat endale. Pärast seda otsustati teha 2 proovikampaaniat väikeste ettevõtete gruppidele, konkreetsetest EMTAK üldkategoriatest. Selleks täiendati SQL päringut nii, et see väljastaks ettevõtteid, mis algavad konkreetsetest numbritest, mis tähistavad üldkategorijaid. EMTAK koodide tähendused on toodud Lisas 15 [51].

6.7.1 Esimene proovikampaania

Esimeseks proovikampaaniaks valiti ettevõtted järgnevate kriteeriumitega ja kokku selliseid ettevõtteid tuli välja 274:

- staatus –“Registrisse kantud”;
- meil – ei ole „Null”;
- aruande staatus –“Leitud”;
- töötajate arv – > 2;
- kogutulu – > 100 000;
- EMTAK – algab arvust 96 (Muu teenindus).

Esimene proovikampaania saadeti ja selle tulemused analüüsiti. Andmebaasist eksporditud 274 ettevõttest oli jäänud 267 unikaalset meili. Nendest 232 (86,89%) olid toimetatud, 8 (3%) tulid tagasi süsteemi probleemide tõttu ja 27 (10,11%) tulid tagasi blokeeritud või mittetoimiva meiliaadressi tõttu. Meili avasid 39 (17,01%) kontakti, linke klikkis 1 (0,43%) kontakt ja oli loobunud teatest 2 (0,86%) kontakti. Kliki-avamise suhe oli 3,03%. Kõik kampania määrad ja suhtarvud tulid väiksemad turu ja valdkonna keskmisest.

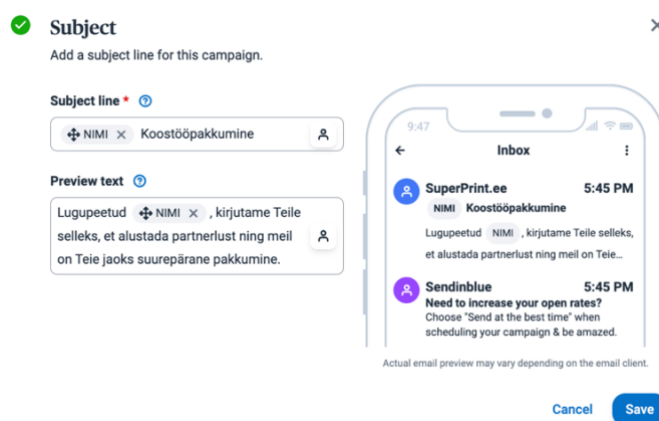
6.7.2 Teine proovikampaania

Tehti ka teine proovikampaania, kus olid ettevõtted järgmiste kriteeriumitega ja kokku selliseid ettevõtteid tuli välja 410:

- staatus – „Registrisse kantud”;
- meil – ei ole „Null”;
- aruande staatus – „Leitud”;

- töötajate arv – > 2;
- kogutulu – > 100 000;
- EMTAK – algab arvust 52 (Laondus ja veondust abistavad tegevusalad).

Kuna esimesel proovikampaanial olid halvad määrad ja suhtarvud, siis selles kampaanias muudeti teemarida ja eelvaate teksti nii, et meil näeks rohkem välja nagu kiri, aga mitte reklaam. Selleks oli teemaritta ja eelvaate teksti lisatud personaliseerimine ja toodud välja koostööpakkumine (Joonis 4).



Joonis 4. Parandatud turunduskampaania vorm “Teema”.

Teine proovikampaania saadeti laiali ja selle tulemused analüüsiti. Andmebaasist eksporditud 410 ettevõttest oli jäänud 406 unikaalset meili. Nendest 365 (89,90%) olid toimetatud, 14 (3,45%) tulid tagasi süsteemi probleemide tõttu ja 27 (6,65%) tulid tagasi blokeeritud või mittetoimiva meiliaadressi tõttu. Meili avasid 88 (24,05%) kontakti, linke klikkis 8 (2,19%) kontakti ja oli loobunud teatest 4 (1,10%) kontakti. Kliki-avamise suhe oli 10,53%. Meili avamise määr tuli suurem, kui turu ja valdkonna keskmine, aga klikkimise määr ja kliki-avamise suhe oli keskmistega samal tasemel.

6.8 Kampaania läbiviimine

Kui proovikampaaniad olid saadetud ja analüüsitud, siis otsustati kõikidele ülejäänutele ettevõtetele läbi viia 2 kampaaniat. Otsustati teha 2 kampaaniat, et maandada riske juhul, kui midagi läheb valesti.

6.8.1 Esimene kampaania

Esimeseks kampaaniaks valiti ettevõtted järgmiste kriteeriumitega ja kokku selliseid ettevõtteid tuli välja 8 657:

- staatus – „Registrisse kantud”;
- meil – ei ole „Null”;
- aruande staatus – „Leitud”;
- töötajate arv – > 2;
- kogutulu – > 100 000;
- kogutulu – < 400 000;
- EMTAK – ei alga arvudest 52, 96.

Esimene kampaania saadeti laiali ja selle tulemused analüüsi. Andmebaasist eksporditud 8 657 ettevõttest oli jäänud 8 450 unikaalset meili. Nendest 7 172 (84,88%) olid toimetatud, 691 (8,18%) tulid tagasi süsteemi probleemide tõttu ja 587 (6,95%) tulid tagasi blokeeritud või mittetoimiva meiliaadressi tõttu. Meili avasid 1 939 (27,03%) kontakti, linke klikkis 224 (3,12%) kontakti ja oli loobunud teatest 48 (0,67%) kontakti. Kliki-avamise suhe oli 13,09%. Kõik kampaania määrad ja suhtarvud tulid suuremad turu ja valdkonna keskmisest.

6.8.2 Teine kampaania

Teiseks kampaaniaks valiti ettevõtted järgmiste kriteeriumitega ja kokku selliseid ettevõtteid tuli välja 11 967:

- staatus – „Registrisse kantud”;
- meil – ei ole „Null”;
- aruande staatus – „Leitud”;
- töötajate arv – > 2;
- kogutulu – > 400 000;
- EMTAK – ei alga arvudest 52, 96.

Teine kampaania saadeti laiali ja selle tulemused analüüsi. Andmebaasist eksporditud 11 967 ettevõttest oli jäänud 11 389 unikaalset meili. Nendest 8 193 (71,94%) olid toimetatud, 2 348 (20,62%) tulid tagasi süsteemi probleemide tõttu ja 848 (7,45%) tulid tagasi blokeeritud või mittetoimiva meiliaadressi tõttu. Meili avasid 2 698 (32,94%) kontakti, linke klikkis 251 (3,06%) kontakti ja oli loobunud teatest 132 (1,61%) kontakti. Kliki-avamise suhe oli 11,22%. Kõik kampaania määrad ja suhtarvud tulid suuremad turu ja valdkonna keskmisest.

7 Tulemuste kokkuvõte

Seitsmendas peatükis tehakse töö üldiste tulemuste kokkuvõte. Räägitakse töö tulemusest ja analüüsitakse ärilisi tulemusi, mis olid saavutatud meiliturunduskampaaniate kaudu.

7.1.1 Töö tulemus

Töö tulemuseks on Eesti juriidiliste isikute andmebaas. Sinna on kogutud informatsioon 347 110 Eestis registreeritud juriidilisest isikust koos nende andmetega, kontaktandmetega ja majandusnäitajatega. Andmebaasiga saab töötada ja sealt kontakte eksportida nii MySQL'is, kui ka Excel'is. Andmebaasi tegemiseks kasutatud kood ja kõik töö käigus tehtud failid ja andmebaas on leitavad GitLab repositooriumis sellel lingil: https://gitlab.cs.ttu.ee/alparn/loputoo_kood2

7.1.2 Meiliturunduskampaaniate ärilised tulemused

Nädal pärast viimase kampaania saatmist, küsiti ettevõtte Indrias OÜ töötajalt Aleksandrilt, kes tegeleb meilidele vastamise ja tellimuste vastuvõtmisega, tagasisidet meiliturunduse kohta:

„Tehtud kampaaniad tõid päris häid tulemusi ja isegi ületasid meie ootusi. Meile tuli nii suur hulk küsimusi ja hinnapäringuid, et oli päris raske neid kõiki ühe nädalaga töödelda. Mina tegelen siiani terved päevad kirjadele vastamisega ja klientidega suhtlemisega. Kui rääkida numbritest, siis meile tuli postkasti 78 vastust ja hinnapäringut. Mina olen jõudnud töödelda ja viia müügini 16 tellimust. Hetkel suhtlen veel 9 potentsiaalse kliendiga ja arvan, et lähipäevadel nad teevad oma tellimused. Meie arvates tasub ka edaspidi tegeleda meiliturundusega ja tehtud andmebaas on meile suureks abiks.”

Kuna kampaanias pakuti allahindlust kuni 30.06.2023, siis tõenäoliselt tuleb selle tähtaja lähenedes veel tellimusi, sest inimestele on kombeks jätta asju viimasele hetkele. Lisaks on enne seda kuupäeva plaanis teha veel üks kampaania, milles pakutakse veel suuremaid soodustusi, et veenda ettevõtteid tegema rohkem tellimusi.

8 Kokkuvõte

Käesolevas bakalaureusetöös tegi autor Eesti juriidiliste isikute andmebaasi RIK E-äriregistri andmetel. Seejärel korraldas autor meiliturundust andmebaasis olevatele kontaktidele ettevõttele (Indrias OÜ) võimalikult efektiivsel ja optimaalsel viisil. Kogu eelnevalt planeeritud töö sai tehtud ja kõik töö eesmärgid saavutati.

Töö käigus tehti taustauuring ning selgitati ettevõtte Indrias OÜ vajadused ja nõuded. Pärast tehti ülevaade kõikidest olemasolevatest variantidest meiliturunduse korraldamiseks ja tehti nende võrdlusanalüüs. Seejärel tehti ülevaade RIK E-äriregistri võimalustest ning loodi Eesti juriidiliste isikute andmebaas koos nende kontaktidega. Valmistati parimatele tavadele tuginedes meilid ja saadeti kontaktidele valitud turunduse automatiseerimise platvormi kaudu. Lõpetuseks meiliturunduse tulemused ja üldised töö tulemused valideeriti.

Meiliturunduse abil saavutati head ärilised tulemused ja ettevõtte Indrias OÜ ootused said täidetud. Ettevõtte hakkab ka edaspidi kasutama meiliturundust ja loodud andmebaasi edasisteks kampaaniateks. Tehtud töö protsess ja selle käigus koostatud andmebaas sobib ka teistele ettevõtetele, kes tahavad tegeleda meiliturundusega ja ei taha sellele kulutada palju ressursse.

Kasutatud kirjandus

- [1] P. Kotler, S. Burton, K. R. Deans, L. Brown, G. Armstrong, *Marketing: Creating superior customer value*, 9th ed. Sydney: Pearson Australia, 2013.
- [2] S. Marino, „165 Strategy-Changing Digital Marketing Statistics for 2023,” WordStream, 08.03.2023. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2022/04/19/digital-marketing-statistics>. [Kasutatud 06.04.2023].
- [3] „Isikuandmed,” Andmekaitse Inspeksioon, 28.10.2019. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.aki.ee/et/eraelu-kaitse/isikuandmed>. [Kasutatud 06.04.2023].
- [4] „Küsimus-vastus,” Andmekaitse Inspeksioon, 09.09.2022. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.aki.ee/et/eraelu-kaitse/kusimus-vastus>. [Kasutatud 06.04.2023].
- [5] „Isikuandmete kaitse seadus,” Riigi Teataja, 01.01.2008. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.riigiteataja.ee/akt/12909389>. [Kasutatud 06.04.2023].
- [6] N. B. Truong, G. M. Lee, „GDPR-Compliant Personal Data Management: A Blockchain-Based Solution,” *IEEE Transactions on Information Forensics and Security*, vol. 15, 2020. Saadaval: <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=8876647>.
- [7] „Isikuandmete ja eraelu kaitse,” Riigiportaali Eesti.ee, 14.07.2021. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.eesti.ee/et/turvalisus-ja-riigikaitse/turvalisus/isikuandmete-ja-eraelu-kaitse>. [Kasutatud 06.04.2023].
- [8] „Eesti nimekirjad,” 1Contact. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://1contact.net/eesti-nimekirjad>. [Kasutatud 22.03.2023].
- [9] „Müügi- ja turundusnimekirjade koostamine võtmeisikutest,” Äripäeva infopank. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://infopank.ee/otsing/isikud>. [Kasutatud 22.03.2023].
- [10] „Andmebaasid,” Fontakt. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://fontakt.com/andmebaasid>. [Kasutatud 22.03.2023].
- [11] „Turunduse nimekirjad,” Creditinfo. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://creditinfo.ee/kaibe-kasvatamine/nimekirjad>. [Kasutatud 22.03.2023].
- [12] „E-posti aadresside andmebaas,” Digibaas. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.digibaas.ee>. [Kasutatud 22.03.2023].

- [13] „The 11 Best Email Marketing Services Compared (May 2023),” Sendinblue, 25.03.2023. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.sendinblue.com/blog/best-email-marketing-services>. [Kasutatud 07.04.2023].
- [14] S. Balkhi, „7 Best Email Marketing Services for Small Business (2023),” WPBeginner, 01.04.2023. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.wpbeginner.com/showcase/best-email-marketing-services>. [Kasutatud 07.04.2023].
- [15] D. Miranda, K. Main, „7 Best Email Marketing Software (2023),” Forbes, 04.02.2023. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.forbes.com/advisor/business/software/best-email-marketing-software>. [Kasutatud 07.04.2023].
- [16] L. Lofgren, „Compare The Best Email Marketing Services,” Quick Sprout, 28.03.2023. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.quicksprout.com/best-email-marketing-services>. [Kasutatud 07.04.2023].
- [17] R. Brandl, „The 15 Best Email Marketing Services of 2023,” EmailToolTester, 13.04.2023. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.emailtooltester.com/en/email-marketing-services>. [Kasutatud 07.04.2023].
- [18] J. Warnimont, „7 Best Free Email Marketing Services Compared,” Themeisle, 02.03.2023. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://themeisle.com/blog/best-free-email-marketing-services>. [Kasutatud 07.04.2023].
- [19] „10 BEST Email Marketing Services In 2023,” Software Testing Help, 08.02.2023. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.softwaretestinghelp.com/best-email-marketing-services-and-software>. [Kasutatud 07.04.2023].
- [20] L. Liedke, „9+ Best Email Marketing Service Providers Compared (2023),” WPForms, 04.01.2023. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://wpforms.com/best-email-marketing-service-providers-with-free-options>. [Kasutatud 07.04.2023].
- [21] A. Girard, „The Top 19 Best Email Marketing Services in 2023,” HubSpot, 27.09.2022. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://blog.hubspot.com/marketing/best-email-marketing-services>. [Kasutatud 07.04.2023].
- [22] C. Mackeviciute, „14 Best Email Marketing Services in 2023 (Free & Paid),” Sender, 25.03.2023. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.sender.net/blog/email-marketing-services>. [Kasutatud 07.04.2023].
- [23] „About Us,” Sendinblue. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.sendinblue.com/about>. [Kasutatud 18.04.2023].
- [24] „About Mailchimp,” Mailchimp. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://mailchimp.com/about>. [Kasutatud 18.04.2023].
- [25] „About,” Constant Contact. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.constantcontact.com/about>. [Kasutatud 18.04.2023].

- [26] „About us,” Omnisend. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.omnisend.com/about-us>. [Kasutatud 18.04.2023].
- [27] „ConvertKit,” ConvertKit. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://convertkit.com>. [Kasutatud 18.04.2023].
- [28] „About,” ConvertKit. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://convertkit.com/about>. [Kasutatud 18.04.2023].
- [29] „HubSpot,” HubSpot. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.hubspot.com>. [Kasutatud 18.04.2023].
- [30] „Our story,” HubSpot. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.hubspot.com/our-story>. [Kasutatud 18.04.2023].
- [31] „AWeber,” AWeber. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.aweber.com>. [Kasutatud 18.04.2023].
- [32] „About,” AWeber. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.aweber.com/about.htm>. [Kasutatud 18.04.2023].
- [33] „GetResponse,” GetResponse. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.getresponse.com>. [Kasutatud 18.04.2023].
- [34] „About,” GetResponse. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.getresponse.com/about>. [Kasutatud 18.04.2023].
- [35] „Drip,” Drip. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.drip.com>. [Kasutatud 18.04.2023].
- [36] „About,” Drip. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.drip.com/about>. [Kasutatud 18.04.2023].
- [37] „Moosend,” Moosend. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://moosend.com>. [Kasutatud 18.04.2023].
- [38] „WOW Digital,” WOW Digital. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://wowdigital.ee>. [Kasutatud 06.04.2023].
- [39] „Roosa Elevant,” Roosa Elevant. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.roosaelevant.ee>. [Kasutatud 06.04.2023].
- [40] „E-posti turundus,” Lacuna. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://lacuna.ee/e-posti-turundus>. [Kasutatud 06.04.2023].
- [41] „Meiliturundus ja selle automatsioon,” Onte Digital. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.ontedigital.ee/meiliturundus>. [Kasutatud 06.04.2023].
- [42] „B2B turundus,” Mediabrands Digital. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://mbd.ee/teenused/b2b-turundus>. [Kasutatud 06.04.2023].
- [43] „e-äriregister,” Registrate ja Infosüsteemide Keskus. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.rik.ee/et/e-ariregister>. [Kasutatud 06.04.2023].

- [44] „Äriregistri andmed on 1. oktoobrist kõigile tasuta kättesaadavad,” Registrate ja Infosüsteemide Keskus, 30.09.2022. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://abiinfo.rik.ee/uudised/ariregistri-andmed-1-oktoobrist-koigile-tasuta-kattesaadavad>. [Kasutatud 06.04.2023].
- [45] „Avaandmete allalaadimine,” Registrate ja Infosüsteemide Keskus. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://avaandmed.ariregister.rik.ee/et/avaandmete-allalaadimine>. [Kasutatud 06.04.2023].
- [46] „API teenuste tutvustus,” Registrate ja Infosüsteemide Keskus. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://avaandmed.ariregister.rik.ee/et/ariregistri-avaandmete-api/api-teenuste-tutvustus>. [Kasutatud 06.04.2023].
- [47] M. Dancuk, „Database Types Explained,” phoenixNAP, 13.05.2021. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://phoenixnap.com/kb/database-types>. [Kasutatud 08.03.2023].
- [48] S. H. Hall, „17 Tips for Writing Email Marketing Copy that Converts,” OptinMonster, 05.06.2022. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://optinmonster.com/9-tips-for-writing-email-marketing-copy-that-converts>. [Kasutatud 08.03.2023].
- [49] C. Slater, „The Ultimate Guide to Preview Text,” Litmus, 28.07.2021. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.litmus.com/blog/the-ultimate-guide-to-preview-text-support>. [Kasutatud 20.04.2023].
- [50] „What are good open rates, CTRs, & CTORs for email campaigns?,” Campaign Monitor. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://www.campaignmonitor.com/resources/knowledge-base/what-are-good-email-metrics>. [Kasutatud 12.05.2023].
- [51] „Klassifikaatori otsing,” Registrate ja Infosüsteemide Keskus. [Võrgumaterjal]. Saadaval: <https://emtak.rik.ee/EMTAK/pages/klassifikaatorOtsing.jsp>. [Kasutatud 20.04.2023].

Lisa 1 – Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks¹

Mina, Aleksander Pärn

1. Annan Tallinna Tehnikaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Eesti juriidiliste isikute andmebaasi loomine meiliturunduse eesmärgil”, mille juhendaja on Inna Švartsman
 - 1.1. reprodutseerimiseks lõputöö säilitamise ja elektroonse avaldamise eesmärgil, sh Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogusse lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
 - 1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tallinna Tehnikaülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogu kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. Olen teadlik, et käesoleva lihtlitsentsi punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest ning muudest õigusaktidest tulenevaid õigusi.

17.05.2023

¹ Lihtlitsents ei kehti juurdepääsupiirangu kehtivuse ajal vastavalt üliõpilase taotlusele lõputööle juurdepääsupiirangu kehtestamiseks, mis on allkirjastatud teaduskonna dekaani poolt, välja arvatud ülikooli õigus lõputööd reprodutseerida üksnes säilitamise eesmärgil. Kui lõputöö on loonud kaks või enam isikut oma ühise loomingu tegevusega ning lõputöö kaas- või ühisautor(id) ei ole andnud lõputööd kaitsvale üliõpilasele kindlaksmääratud tähtajaks nõusolekut lõputöö reprodutseerimiseks ja avalikustamiseks vastavalt lihtlitsentsi punktidele 1.1. ja 1.2, siis lihtlitsents nimetatud tähtaja jooksul ei kehti.

Lisa 2 – Turundusnimekirjade pakkujate andmeväljade võrdlus

Andmeväli	Kreedix Grupp	Äripäev AS	Fontakt OÜ	Creditinfo Eesti AS	Margus Treumuth FIE
ÜLDANDMED					
Registrikood	+	+	+	+	+
Juriidilise isiku nimi	+	+	+	+	+
Registreerimise kuupäev	+	+	+	+	+
Aadress	+	+	+	+	+
EMTAK	+	+	+	+	+
Õiguslik vorm	+	+	+	+	-
Töötajate arv	+	+	+	+	-
Müügitulu	+	+	+	+	-
Ärikasum	-	+	-	+	-
Juriidilise isiku staatus	+	-	+	-	-
KMKR	+	-	+	-	-
Krediitinfo	+	-	+	+	-
Kinnistute arv	-	-	+	+	-
ÜLDISED KONTAKTID					
Telefon	+	+	-	+	+
Meil	+	+	-	+	+
Veebileht	+	+	+	+	-
VÕTMEISIKUD					
Võtmeisikute nimed	+	+	+	+	-
Võtmeisikute ametid	+	+	+	+	-
Võtmeisikute telefonid	+	+	+	-	-
Võtmeisikute meilid	+	+	-	-	-

Lisa 3 – Turunduse automatiseerimise platvormide hinnaplaanide võrdlus

Platvorm	Hinnaplaanid (hind alates)
Sendinblue	Free – tasuta Starter – 23 € + km Business – 60 € + km Enterprise – 917 € + km
Mailchimp	Free – tasuta Essentials – 12 € + km Standard – 18 € + km Premium – 321 € + km
Constant Contact	Lite – 11 € + km Standard – 32 € + km Premium – 73 € + km
Omnisend	Free – tasuta Standard – 15 € + km Pro – 54 € + km
AWeber	Free – tasuta Lite – 11 € + km Plus – 18 € + km Unlimited – 824 € + km
GetResponse	Free – tasuta Email Marketing – 17 € + km Marketing automation – 54 € + km E-commerce marketing – 109 € + km
Moosend	Free trial – tasuta (30 päeva) Pro – 8 € + km Enterprise – hinnapäring

Lisa 4 – Jäetud andmeväljad „Ettevõtja majandusaasta aruannete päring” päringutest

Andmeväli	35	36	40	41
ariregistri_kood	+	+	+	+
muugitulu	+	+	+	+
arikasum	+	+	+	+
aruandeaasta_puhaskasum	+	+	+	+
finantstulud_tutarettevotjate_aktsiatelt_ja_osadelt	+	+	+	+
finantstulud_sidusettevotjate_aktsiatelt_ja_osadelt	+	+	+	+
tulu_varade_sihtfinantseerimisest	+	+	+	+
intressitulud	+	+	+	+
muud_aritulud	+	+	+	+
muud_finantstulud	+	+	+	+
kasum_enne_maksustamist	+	+	+	+
kasum_finantsinvesteeringutelt	+	+	+	+
kasum_tutar_ja_sidusettevotjatelt	+	+	+	+
aruandeaasta_kasum_sihtfinantseerimise_netomeetodi_korral	+	+	+	+
muud_arikulud	+	+	+	+
intressikulud	+	+	+	+
tulumaks	+	+	+	+
sihtfinantseerimisega_kaetud_varade_kulum_ja_vaartuse_langus	+	+	+	+
kasum_bioloogilistelt_varadelt	+		+	+
muudud_toodangu_kaupade_teenuste_kulu		+		+
brutokasum		+		+
turustuskulud		+		+
uldhalduskulud		+		+
valmis_ja_lopetamata_toodangu_varude_jaakide_muutus	+		+	
kapitaliseeritud_valjaminekud_oma_tarbeks_pohivara_valmistamisel	+		+	

pollumajandusliku_toodangu_varude_jaakide_muutus	+		+	
kaubad_toore_materjal_ja_teenused	+		+	
toojou_kulud_kokku	+		+	
pohivara_kulum_ja_vaartuse_langus	+		+	
mitmesugused_tegevuskulud	+		+	
olulised_kaibevara_allahindlused	+		+	
palgakulu	+			
sotsiaalmaksud	+			
pensionikulu	+			
muud	+			

Lisa 5 – Tabeli „uldandmed” andmeväljad, andmete tüübid ja piirangud

Andmeväli	Andmete tüüp ja piirang
ariregistri_kood	INT
nimi	VARCHAR(350)
esmaregistreerimise_kpv	VARCHAR(10)
staatus	VARCHAR(20)
oiguslik_vorm	VARCHAR(100)
riik	VARCHAR(50)
aadress	VARCHAR(200)
kapitali_suurus	DECIMAL(15,2)
kapitali_valuuta	VARCHAR(50)
meil	VARCHAR(200)
telefon	VARCHAR(200)
mobiiltelefon	VARCHAR(200)
sidevahendid	VARCHAR(500)
emtak	VARCHAR(200)
emtak_kood	INT
teabesüsteemi_link	VARCHAR(50)

Lisa 6 – Tabeli „api” andmeväljad, andmete tüübid ja piirangud

Andmeväli	Andmete tüüp ja piirang
ariregistri_kood	INT
tootajate_arv	INT
aruande_staatus	VARCHAR(45)
muugitulud	DECIMAL(15,2)
arikasum	DECIMAL(15,2)
aruandeaasta_puhaskasum	DECIMAL(15,2)
finantstulud_tutarettetojate_aktsiatelt_ja_osadelt	DECIMAL(15,2)
finantstulud_sidusettevojate_aktsiatelt_ja_osadelt	DECIMAL(15,2)
tulu_varade_sihtfinantseerimisest	DECIMAL(15,2)
intressitulud	DECIMAL(15,2)
muud_aritulud	DECIMAL(15,2)
muud_finantstulud	DECIMAL(15,2)
kasum_enne_maksustamist	DECIMAL(15,2)
kasum_finantsinvesteeringutelt	DECIMAL(15,2)
kasum_tutar_ja_sidusettevojatelt	DECIMAL(15,2)
aruandeaasta_kasum_sihtfinantseerimise_netomeetodi_korral	DECIMAL(15,2)
kasum_bioloogilistelt_varadelt	DECIMAL(15,2)
palgakulu	DECIMAL(15,2)
pensionikulu	DECIMAL(15,2)
muud_arikulud	DECIMAL(15,2)
toojou_kulud_kokku	DECIMAL(15,2)
mitmesugused_tegevuskulud	DECIMAL(15,2)
intressikulud	DECIMAL(15,2)
sotsiaalmaksud	DECIMAL(15,2)
tulumaks	DECIMAL(15,2)

muud	DECIMAL(15,2)
pohivara_kulum_ja_vaartuse_langus	DECIMAL(15,2)
sihtfinantseerimisega_kaedud_varade_kulum_ja_vaartuse_langus	DECIMAL(15,2)
pollumajandusliku_toodangu_varude_jaakide_muutus	DECIMAL(15,2)
valmis_ja_lopetamata_toodangu_varude_jaakide_muutus	DECIMAL(15,2)
kapitaliseeritud_valjaminekud_oma_tarbeks_pohivara_valmistamisel	DECIMAL(15,2)
kaubad_toore_materjal_ja_teenused	DECIMAL(15,2)
olulised_kaibevara_allahindlused	DECIMAL(15,2)
aruande_url	VARCHAR(100)

Lisa 7 – Tabeli „andmebaas” andmeväljad, andmete tüübid ja piirangud

Andmeväli	Andmete tüüp ja piirang
ariregistri_kood	INT
nimi	VARCHAR(350)
esmaregistreerimise_kpv	VARCHAR(10)
staatus	VARCHAR(20)
oiguslik_vorm	VARCHAR(100)
riik	VARCHAR(50)
aadress	VARCHAR(200)
kapitali_suurus	DECIMAL(15,2)
kapitali_valuuta	VARCHAR(50)
meil	VARCHAR(200)
telefon	VARCHAR(200)
mobiiltelefon	VARCHAR(200)
sidevahendid	VARCHAR(500)
emtak	VARCHAR(200)
emtak_kood	INT
teabesüsteemi_link	VARCHAR(200)
tootajate_arv	INT
aruande_staatus	VARCHAR(45)
kogutulu	DECIMAL(15,2)
muugitulu	DECIMAL(15,2)
arikasum	DECIMAL(15,2)
aruandeaasta_puhaskasum	DECIMAL(15,2)
finantstulud_tutarettetojate_aktsiatelt_ja_osadelt	DECIMAL(15,2)
finantstulud_sidusettevojate_aktsiatelt_ja_osadelt	DECIMAL(15,2)
tulu_varade_sihtfinantseerimisest	DECIMAL(15,2)

intressitulud	DECIMAL(15,2)
muud_aritulud	DECIMAL(15,2)
muud_finantstulud	DECIMAL(15,2)
kasum_enne_maksustamist	DECIMAL(15,2)
kasum_finantsinvesteeringutelt	DECIMAL(15,2)
kasum_tutar_ja_sidusettevotjatelt	DECIMAL(15,2)
aruandeaasta_kasum_sihtfinantseerimise_netomeetodi_korral	DECIMAL(15,2)
aruande_url	VARCHAR(100)

Lisa 8 – Tabeli „andmebaas” vaade MySQL Workbench

rekenduses

The screenshot shows the MySQL Workbench interface with a query result table. The query is: `SELECT * FROM db1.andmebaas LIMIT 50000`. The table contains columns: `id`, `ettevõtte_nimi`, `asukoht`, `aadress`, `kapital_suurus`, `kapital_val_me`, `telefon`, `mobiliifon`, `sidevahendid`, `entat`, and `entat_lood`. The results list various companies such as 'Est Energy AS', 'Hordor Management', 'Enefit Power AS', etc., with their respective addresses and contact information.

teabesüsteemi_nimi	teabesüsteemi_arv	aruandluse_status	loputulu	maailgulu	erikass	aruandluse_arv	frantsiitulu_kul	frantsiitulu_jpd	lühivahet_jpd	intressidulu	muud_frantsiitulu	muud_frantsiitulu	kassan_aruandluse_kassan	frantsiitulu_kassan	aruandluse_arv	aruandluse_arv
https://arvestor.rik.ee/...	915	Letatud	83112321.00	0.00	20314.00	82389144.00	82458480.00	0.00	0.00	7322.00	0.00	381.00	82402265.00	4842.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	1	Letatud	638756000.00	62804000.00	94857000.00	82972000.00	0.00	1498000.00	0.00	8000.00	31205000.00	21000.00	82972000.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	0	Letatud	498115000.00	59772000.00	77800.00	349000.00	0.00	0.00	0.00	30000.00	59659000.00	0.00	659000.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	10	Letatud	6224000.00	6224000.00	2122000.00	354000.00	0.00	0.00	0.00	92000.00	223000.00	187000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	3115	Letatud	578230000.00	578230000.00	68387000.00	17589000.00	2323000.00	0.00	0.00	0.00	1015000.00	48000.00	18842000.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	1742	Letatud	53541000.00	53482000.00	9404000.00	8922000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1421000.00	-472000.00	8922000.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	2827	Letatud	59420000.00	59420000.00	2539000.00	1172000.00	0.00	0.00	0.00	1270000.00	0.00	0.00	1172000.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	0	Letatud	448516357.00	447845096.00	2187800.00	1581930.00	0.00	0.00	0.00	853073.00	885118.00	384300.00	1581930.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	636	Letatud	411003796.00	409548192.00	348444.00	3881142.00	0.00	0.00	0.00	402229.00	1178248.00	-119394.00	3581142.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	2448	Letatud	405272000.00	405879000.00	3794000.00	7031000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	830000.00	-28000.00	7592000.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	1	Letatud	352111376.00	357749416.00	27600967.00	26091952.00	0.00	0.00	0.00	124053.00	869191.00	-172428.00	26091952.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	8	Letatud	391420000.00	391420000.00	2130000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	140000.00	0.00	0.00	2365000.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	240	Letatud	363138946.00	362372453.00	1240745.00	9786977.00	0.00	-188961.00	0.00	851858.00	129546.00	-125947.00	9786977.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	190	Letatud	11025857.00	11025857.00	16.00	2004.00	0.00	0.00	0.00	15079121.00	0.00	0.00	11025857.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	1508	Letatud	357489000.00	354807000.00	49677000.00	4325000.00	1619000.00	0.00	0.00	2000.00	1239000.00	22000.00	4325000.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	52	Letatud	35529346.00	35391120.00	4827378.00	488041.00	0.00	0.00	0.00	10772.00	1294154.00	0.00	488041.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	60	Letatud	34978000.00	34634000.00	2493000.00	2230000.00	0.00	0.00	0.00	270000.00	1283000.00	0.00	2230000.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	80	Letatud	34104000.00	34062000.00	18123000.00	80000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	882000.00	0.00	18123000.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	40	Letatud	32875869.00	33099380.00	888474.00	603242.00	0.00	0.00	0.00	22232.00	32003.00	-1398146.00	649242.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	20	Letatud	31872983.00	318322277.00	10471000.00	1147038.00	0.00	0.00	0.00	82733.00	380748.00	500500.00	-1148288.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	1	Letatud	312168283.00	0.00	-1539972.00	30844811.00	170118.00	0.00	0.00	1225618.00	787500.00	-499233.00	30844811.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	448	Letatud	291150000.00	243840000.00	32479000.00	3014000.00	29190000.00	0.00	0.00	30703000.00	2412000.00	0.00	4083000.00	-40000.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	1	Letatud	279059888.00	280307320.00	2159630.00	190300.00	215399.00	0.00	0.00	152066.00	36000.00	49711.00	190300.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	1	Letatud	282192828.00	373971.00	-37326.00	282038311.00	282037244.00	0.00	0.00	893866.00	0.00	-198.00	282038311.00	-5933.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	144	Letatud	279959000.00	27764000.00	228000.00	4000000.00	0.00	0.00	0.00	1730000.00	3979000.00	1000.00	4000000.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	3	Letatud	27922838.00	277383223.00	344800.00	423237.00	0.00	0.00	0.00	567027.00	0.00	-420420.00	344800.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	1	Letatud	278649642.00	278649642.00	1189780.00	-423237.00	0.00	0.00	0.00	87887.00	12914.00	0.00	-423237.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	442	Letatud	2764599372.00	2764599372.00	13066967.00	-1187830.00	878867.00	0.00	0.00	96544.00	3694830.00	0.00	-1187830.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	3003	Letatud	24232462.00	22034136.00	3892382.00	-4677200.00	0.00	0.00	0.00	171386.00	2368346.00	-193916.00	-4634346.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	096	Letatud	241630646.00	239884203.00	2126244.00	2289400.00	2000000.00	0.00	0.00	0.00	-203682.00	-5236.00	2289400.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	24	Letatud	23966942.00	23966942.00	1189780.00	-423237.00	0.00	0.00	0.00	87887.00	12914.00	0.00	-423237.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	700	Letatud	237112000.00	23414000.00	31551000.00	2786000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2963000.00	0.00	2786000.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	27	Letatud	222175159.00	222195226.00	-309908.00	24455.00	0.00	0.00	0.00	569815.00	91318.00	0.00	24455.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	4	Letatud	20515368.00	20283678.00	226272.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1585.00	14332.00	1179533.00	212784.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	48	Letatud	20442544.00	198855795.00	2141426.00	14782033.00	0.00	0.00	0.00	0.00	880914.00	-11560.00	2136366.00	0.00	0.00	0.00
https://arvestor.rik.ee/...	4	Letatud	19349451.00	193245722.00	1557889.00	1755944.00	0.00	0.00	0.00	2954.00	731829.00	213636.00	1774999.00	0.00	0.00	0.00

Lisa 10 – Juriidiliste isikute filtrite statistika

Väärtus	Ettevõtete arv
STAATUSED	
Registrisse kantud	340 063
Likvideerimisel	6 497
Pankrotis	550
ÕIGUSLIKUD VORMID	
Osaühing	258 538
Füüsilisest isikust ettevõtja	26 600
Korteriühistu	24 563
Mittetulundusühing	24 195
Usaldusühing	4 456
Aktsiaselts	2 351
Kohaliku omavalitsuse asutus	1 775
Tulundusühistu	1 561
Täisühing	1 262
Sihtasutus	832
Välismaa äriühingu filiaal	487
Ametiühing	189
Täidesaatva riigivõimu asutus või riigi muu institutsioon	153
Maaparandusühistu	65
Avalik-õiguslik juriidiline isik, põhiseaduslik institutsioon või nende asutus	38
Euroopa majandushuviühing	19
Euroopa äriühing (Societas Europaea)	13
Erakond	12
Euroopa ühistu	1
TÖÖTAJATE ARV	
0	251 112
>0	95 998

>1	44 885
>2	29 593
>3	22 163
>4	17 822
>5	14 768
>10	7 799
>25	2 898
>50	1 342
>100	627
>250	186
>500	67
>1 000	27
>2 500	6
SIDEVAHENDID	
On olemas sidevahendid	338 171
On olemas meil	333 181
On olemas mobiiltelefon	191 594
On olemas telefon	54 428
MUUD	
On olemas EMTAK	333 729
On olemas kapital	261 277
Kellel on esitatud aruanne	191 915

Lisa 11 – Juriidiliste isikute majandusnäitajate statistika

€ (aastas)	Kogutulu	Müügitulu	Aruandeaasta puhaskasum	Ärikasum
0	195 432	205 665	184 107	185 203
> 0	150 272	141 439	110 135	106 171
> 1 000	136 914	131 013	84 869	82 402
> 10 000	104 142	98 618	45 935	43 979
> 25 000	79 352	74 197	29 279	27 528
> 50 000	58 006	53 380	18 827	17 274
> 100 000	41 937	38 449	11 768	10 430
> 250 000	25 146	22 969	5 767	4 779
> 500 000	15 941	14 563	3 181	2 531
> 1 000 000	9 620	8 743	1 681	1 240
> 2 500 000	4 578	4 138	721	469
> 5 000 000	2 403	2 212	315	199
> 10 000 000	1 268	1 179	136	77
> 25 000 000	505	466	39	19
> 50 000 000	227	212	16	4
> 100 000 000	87	85	5	1
> 250 000 000	30	26	4	0
> 500 000 000	8	7	2	0

Lisa 12 – Sendinblue pakettide võrdlus

	Starter	Business
	Ideaalne kasvavatele ettevõtetele	Loodud turundusjuhtidele ja e-kaubanduse professionaalidele
Limiidita kontakte	+	+
KAMPAANIAD		
Meili Kampaaniad	+	+
Mobiilisõbralik meiliredaktor	+	+
Meilimallide kogu	+	+
<i>SMS</i> turundus	+	+
Meili ja <i>SMS</i> 'i personalisatsioon	+	+
Kohandatud mallikeel	+	+
WhatsApp Kampaaniad	+	+
Jagatud postkast	1 postkast	1 postkast
Päevane saatmislimiit puudub	+	+
Sendinblue logo eemaldamine	Lisa \$ 10/kuus	+
Sihtlehe koostaja	-	+
A/B testimine	-	+
Saatmise aja optimeerimine	-	+
TEHINGUPLATVORM		
Tehingupõhise meili saatmine	+	+
<i>API</i> põhifunktsioonid	+	+
Reaalajas meilistatistika	+	+
Kohandatud veebihaagid	+	+
Kohandatud logi säilitamine	+	+
AUTOMAATSIOON		
Töövoo redaktor	+	+
Lehekülje jälgimine	+	+

Turunduse automatiseerimine	Limiteeritud 2000 kontaktile	+
KONTAKTIDE HALDUS		
Piiramatu arv kontakte ja detaile	+	+
Kohandatud segmenteerimine	+	+
Kohandatavad registreerumisvormid	+	+
MULTI-KANAL		
<i>Push</i> teatised	500 muljeid	500 muljeid. 10 000 mulje eest - \$ 10/kuus
Facebook reklaam	+	-
ARUANDLUS		
Geograafia ja seadme aruandlus	-	+
Soojuskaardi aruandlus	-	+
Avamise ja klõpsamise täpsem statistika	-	+
TUGI JA INTEGRATSIOONID		
<i>Plug-in</i> 'id	+	+
Mitme kasutaja juurdepääs	-	Lisa
<i>GDPR</i> järgimine	+	+
Meili tugi	+	+
Telefoni ja chati tugi	-	+
Pühendatud <i>IP</i>	Lisa	Lisa
Pühendatud kontohaldur	-	-
<i>SSO & SAML</i>	-	-
Teenusetaseme leping (<i>SLA</i>)	-	-

Lisa 13 – Koostatud meil

Meil oli tehtud iseenesest pikk ja selleks, et seda näidata, see oli tükeldatud 3 osaks.



Reklaamkingitused, ärikingitused ja meened Teie logoga!

Lugupeetud {{ contact.NIMI | default : "ettevõtte" }}!

Kas olete kunagi mõelnud **ärikingituste** peale?

Olete tahtnud teha partneritele, klientidele või töötajatele **kingitusi oma logoga**, aga pole selleks leidnud aega või on see olnud liiga keeruline?

Valides meid, saate teha **parimaid kingitusi** ning usaldada meid kogu protsessi vältel. Lootes edasisele koostööle, on meil Teile suurepärase pakkumise: **-15% kõikidele toodetele** koodiga **partner15!** (Kehhtub kuni 30.06.2023)



Meil on:

- Suurim tootevalik
- Parimad hinnad
- Kiired tähtajad
- Suurepärase kvaliteet

[Vaata tooteid](#)

Miks ärikingitused?

Võtke ärikingitust kui **investeeringut oma brändi**. Üks sobiv ärikingitus partneritele võib **mõjutada** kogu Teie ettevõtet. Teie logoga kingituse saanud klient ei unusta Teid ja tõenäoliselt **teeb uue tellimuse**.

1)

Meie tootevalik:



Ja veel palju muud! Tutvu kogu tootevalikuga meie kodulehel!

[Vaata kogu kataloog](#)

2)

Meie pakume:

- Lasergraveeringut
- Tikkimist
- Tampotrükki
- Siiditrükki
- Digitaaltrükki
- Digitaalsetid kleebiseid
- Kristallkleebiseid
- Pimetrükki
- Fooliumtrükki
- Sublimatsioontrükki
- Transfertrükki
- Print 360°



Telli ärikingitused juba täna!

Tutvu toodetega, leia meeldivad ja tee hinnapäring!

Meie professionaalne meeskond vastab meeleldi kõikidele Teie küsimustele, aitab teha valikuid ja soovib parimaid lahendusi.

[Tutvu toodetega](#)



Indrias OÜ


Kadaka tee 52, 12915, Tallinn
+372 56507502


meened@superprint.ee
<https://www.superprint.ee>

[Loobu teate saamisest](#)

3)

Lisa 14 – Koostatud veebileht



EST
Minu konto


- Firmale
- Kingitused
- Trükk
- Koolid
- Meist

REKLAAMKINGITUSED, ÄRIKINGITUSED, MEENED LOGOGA

Kvaliteetsed reklaamtooted
Personaalsed kingilahendused ettevõttele
Reklaamkingitused igaks olukorraks


Meil on parim reklaamkingituste ja meenete valik Eestis. Pakume Eestis polulaarsete reklaamkingituste tootjate kaupu ning originaalseid firmameeneid. Meie sortimendis on suur hulk kingitusi erinevast hinnaklassist, mis sobivad suurepäraselt ka ärikingitusteks.


Lisaks ärikingituste müügilte pakume võimalust kanda teie valitud logo või kujunduse erinevatele aksessuaaridele ja tekstiiltoodetele, mis samuti sobivad suurepäraselt firmameeneteks. Meie kliendid on toote kvaliteediga alati rahule jäänud.


Meie müügispetsialistid aitavad teid äri- või firmakingituse valimisel ja tellimuste vormistamisel.


Tehnoloogialid ning piasaju, millega tuleb arvestada, on palju ning õigete valikute tegemisele võib kuluda palju aega. Aja säästmiseks soovime saata teile püüguvorm, lisada manusesse oma logo või kujunduse fail ning searrei leiame teile parima lahenduse.


- Jooginõud
- Sport ja vaba aeg
- Kodu ja elu
- Kotid
- Mängud ja mänguasjad
- Vihmavarjud
- Elektronika
- Populaarne
- Tervis ja hooldus
- Promotooted
- Tööriistad ja autokaubad
- Kontor
- Kirjutusvahendid
- Kinkekplektid
- Riided
- Pabertooted
- Märkmikud ja Joonlauad













































TRÜKITEHNOLOOGIAD:


Pakume klientidele erinevaid logo pealekandmise tehnoloogialid, näiteks termopressi, graveerimise, tikkimise, siiditrüki, tampotrüki, digitaaltrüki, UV trüki, surstrüki/ pimetrüki, sublimatsioonitrüki, 360° trüki.



PIMETRÜKK



DIGITAALTRÜKK



SIIDITRÜKK



TAMPOTRÜKK



TERMOTRÜKK



FOOLUMTRÜKK



360° TRÜKK


LASER-GRAVEERIMINE


DIGITAALNE KLEEBIS


SUBLIMATSIOON-TRÜKK


3D KLEEBIS


TIKKIMINE

Lisa 15 – EMTAK koodide tähendused

A) PÕLLUMAJANDUS, METSAMAJANDUS JA KALAPÜÜK

- 01) Taime- ja loomakasvatus, jahindus ja neid teenindavad tegevusalad
- 02) Metsamajandus ja metsavarumine
- 03) Kalapüük ja vesiviljelus

B) MÄETÖÖSTUS

- 05) Kivi- ja pruunsöe kaevandamine
- 06) Toornafta ja maagaasi tootmine
- 07) Metallimaakide kaevandamine
- 08) Muu kaevandamine
- 09) Kaevandamist abistavad tegevusalad

C) TÖÖTLEV TÖÖSTUS

- 10) Toiduainete tootmine
- 11) Joogitootmine
- 12) Tubakatoodete tootmine
- 13) Tekstiilitootmine
- 14) Rõivatootmine
- 15) Nahatöötlemine ja nahktoodete tootmine
- 16) Puidutöötlemine ning puit- ja korktoodete tootmine, v.a mööbel; õlest ja punumismaterjalist toodete tootmine
- 17) Paberi ja pabertoodete tootmine
- 18) Trükindus ja salvestiste paljundus
- 19) Koksi ja puhastatud naftatoodete tootmine
- 20) Kemikaalide ja keemiatoodete tootmine
- 21) Põhifarmaatsiatoodete ja ravimpreparaatide tootmine
- 22) Kummi- ja plasttoodete tootmine
- 23) Muude mittemetalsetest mineraalidest toodete tootmine
- 24) Metallitootmine
- 25) Metalltoodete tootmine, v.a masinad ja seadmed
- 26) Arvutite, elektroonika- ja optikaseadmete tootmine

- 27) Elektriseadmete tootmine
- 28) Mujal liigitamata masinate ja seadmete tootmine
- 29) Mootorsõidukite, haagiste ja poolhaagiste tootmine
- 30) Muude transpordivahendite tootmine
- 31) Mööblitootmine
- 32) Muu tootmine
- 33) Masinate ja seadmete remont ja paigaldus

D) ELEKTRIENERGIA, GAASI, AURU JA KONDITSIONEERITUD ÕHUGA VARUSTAMINE

- 35) Elektrienergia, gaasi, auru ja konditsioneeritud õhuga varustamine

E) VEEVARUSTUS; KANALISATSIOON, JÄÄTME- JA SAASTEKÄITLUS

- 36) Veekogumine, -töötlus ja -varustus
- 37) Kanalisatsioon
- 38) Jäätmekogumine, -töötlus ja -kõrvaldus; materjalide taaskasutusele võtmine
- 39) Saastekäitlus ja muud jäätmekäitlustegevused

F) EHITUS

- 41) Hoonete ehitus
- 42) Rajatiste ehitus
- 43) Eriehitustööd

G) HULGI- JA JAEKAUBANDUS; MOOTORSÕIDUKITE JA MOOTORRATASTE REMONT

- 45) Mootorsõidukite ja mootorrataste hulgi- ja jaemüük ning remont
- 46) Hulgikaubandus, v.a mootorsõidukid ja mootorrattad
- 47) Jaekaubandus, v.a mootorsõidukid ja mootorrattad

H) VEONDUS JA LAONDUS

- 49) Maismaaveondus ja torustransport
- 50) Veetransport
- 51) Õhustransport
- 52) Laondus ja veondust abistavad tegevusalad
- 53) Posti- ja kullerteenus

I) MAJUTUS JA TOITLUSTUS

- 55) Majutus
- 56) Toidu ja joogi serveerimine

J) INFO JA SIDE

- 58) Kirjastamine
- 59) Kinofilmide, videote ja telesaadete tootmine; helisalvestiste ja muusika kirjastamine
- 60) Meediateenused
- 61) Elektroonilise side teenus
- 62) Programmeerimine, konsultatsioonid jms tegevused
- 63) Infoalane tegevus

K) FINANTS- JA KINDLUSTUSTEgevUS

- 64) Finantsteenuste osutamine, v.a kindlustus ja pensionifondid
- 65) Kindlustus, edasikindlustus ja pensionifondid, v.a kohustuslik sotsiaalkindlustus
- 66) Finantsteenuste ja kindlustustegevuse abitegevusalad

L) KINNISVARAALANE TEgevUS

- 68) Kinnisvaraalne tegevus

M) KUTSE-, TEADUS- JA TEHNIKAALANE TEgevUS

- 69) Juriidilised toimingud ja arvepidamine
- 70) Peakontorite tegevus; juhtimisalane nõustamine
- 71) Arhitekti- ja inseneritegevused; toimimine ja analüüs
- 72) Teadus- ja arendustegevus
- 73) Reklaamindus ja turu-uuringud
- 74) Muu kutse-, teadus- ja tehnikaalne tegevus
- 75) Veterinaaria

N) HALDUS- JA ABITEgevUSED

- 77) Rentimine ja kasutusrent
- 78) Tööhõive
- 79) Reisibüroode ja reisikorraldajate tegevus, reserveerimine ning sellega seotud tegevus
- 80) Turvatöö ja juurdlus
- 81) Hoonete ja maastike hooldus
- 82) Büroohaldus, büroode ja muu äritegevuse abitegevused

O) AVALIK HALDUS JA RIIGIKAITSE; KOHUSTUSLIK SOTSIAALKINDLUSTUS

- 84) Avalik haldus ja riigikaitse; kohustuslik sotsiaalkindlustus

P) HARIDUS

85) Haridus

Q) TERVISHOID JA SOTSIAALHOOLEKANNE

86) Tervishoid

87) Hoolekandeesutuste tegevus

88) Sotsiaalhoolekanne majutuseta

R) KUNST, MEELELAHUTUS JA VABA AEG

90) Loome-, kunsti- ja meelelahutustegevus

91) Raamatukogude, arhiivide, muuseumide ja muude kultuuriasutuste tegevus

92) Hasartmängude ja kihlvedude korraldamine

93) Sporditegevus ning lõbustus- ja vaba aja tegevused

S) MUUD TEENINDAVAD TEGEVUSED

94) Organisatsioonide tegevus

95) Arvutite ning tarbeesemete ja kodutarvete parandus

96) Muu teenindus

T) KODUMAJAPIDAMISTE KUI TÖÖANDJATE TEGEVUS;

KODUMAJAPIDAMISTE OMA TARBEKS MÕELDUD ERISTAMATA KAUPADE

TOOTMINE JA TEENUSTE OSUTAMINE

97) Kodumajapidamised majapidamispersonalitööandjana

98) Kodumajapidamiste oma tarbeks mõeldud eristamata kaupade tootmine ja teenuste osutamine

U) EKSTERRITORIAALSETE ORGANISATSIOONIDE JA ÜKSUSTE TEGEVUS

99) Eksterritoriaalsete organisatsioonide ja üksuste tegevus