

Markkinointia

**anna
Marin
hoitaa!**

Viestintää

Yrityksen matka
markkinointiviestinnässä!
Miten navigoin eteenpäin?



anna Marin hoitaa! - 2019 lähtien

- Asiakkuuksia eri toimialoilta eri puolilta Suomea
B2B - B2C - yhteiskunnallista viestintää
- Liiketoiminnan kehittämistä markkinoinnin ja viestinnän keinoin
- Sisäistä ja ulkoista viestintää, brändin kirkastamista, tunnetuksi tekemistä
- Googlen digitaalisen markkinoinnin sertifikaatti 2021
- Mari Tastula puh. 040 682 3008, mari@annamarinhoitaa.fi



www.annamarinhoitaa.fi

©anna Marin hoitaa! Mari Tastula, 2022



MARKKINOINTIKOULUTUKSEN TARKOITUKSENA ON..

- kirkastaa ajatusta markkinointiviestinnän tarjoamista mahdollisuuksista
- antaa vinkkejä ja tietoja digitaalisen markkinointiviestinnän toteuttamiseen itse tai asiantuntijan avulla
- kasvattaa digitaalisen markkinoinnin keinoin yrityksen liiketoimintaa ja parantaa sen kannattavuutta.



Myy ja puhu markkinointia

1. Ole kiinnostunut liiketoiminnasta

- markkinoinnilla ei ole itseisarvoa, vaan sen täytyy tuottaa hyötyä liiketoiminnalle.

2. Ymmärrä asiakasta - ole asian ytimessä

- osoita ammattitaitosi puhumalla asiakkaan äänellä ja kutsu muut mukaan keskusteluun.

3. Tunne sisäiset sidosryhmäsi

- jalkaudu käytäville, keskustele ja kuuntele. Vain siten ymmärrät mitä sisäiset sidosryhmäsi odottavat markkinoinnilta.

4. Puhu euroa

- se on kieli, jota kaikki ymmärtävät. Unohda ammattislangi ja muut jargonit. Vaadi myös yhteistyökumppaneiltasi kieltä, jota ymmärrät.



Myy ja puhu markkinointia (jatkuu)

5. Aseta selkeät tavoitteet ja mittarit

- kerro mittareilla missä onnistuitte, kerro myös missä on kehitettävää ja varmista, että linkität kaiken liiketoiminnan tavoitteisiin.

6. Pidä huoli osaamisestasi

- kouluttaudu, pysy kehityksen mukana vaikkeet kaikesta kaikkea aina tietäisikään - käänny tarpeen vaatiessa ammattilaisten puoleen.

7. Ole se, jonka kanssa halutaan tehdä yhteistyötä

- on vaikeaa ostaa sellaista, jota ei ymmärrä. Avaa siis markkinoinnin mahdollisuudet muille ja auta oivaltamaan mitä kaikkea markkinoinnilla on mahdollisuus saavuttaa.

8. Vivuta liiketoimintaa menestykseen

- tee tulosta ja auta yritystäsi menestymään markkinoinnin keinoin.



Tärkeä osa yrityksen
liiketoimintastrategiaa



AIDA

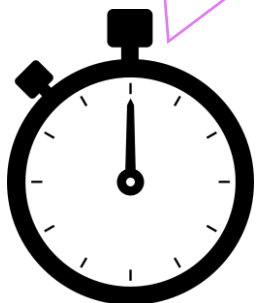
= kuinka rakennan markkinoinnissa tuloksellisen ostopolun.



TAVOITTEENA ERINOMAINEN ASIAKASKOKEMUS

Come in. WE'RE
OPEN

ASIAKKAILLE
AIKA ON RAHAA
TÄRKEÄMPI!



Asiakkaat haluavat parempaa ei välttämättä erilaista.

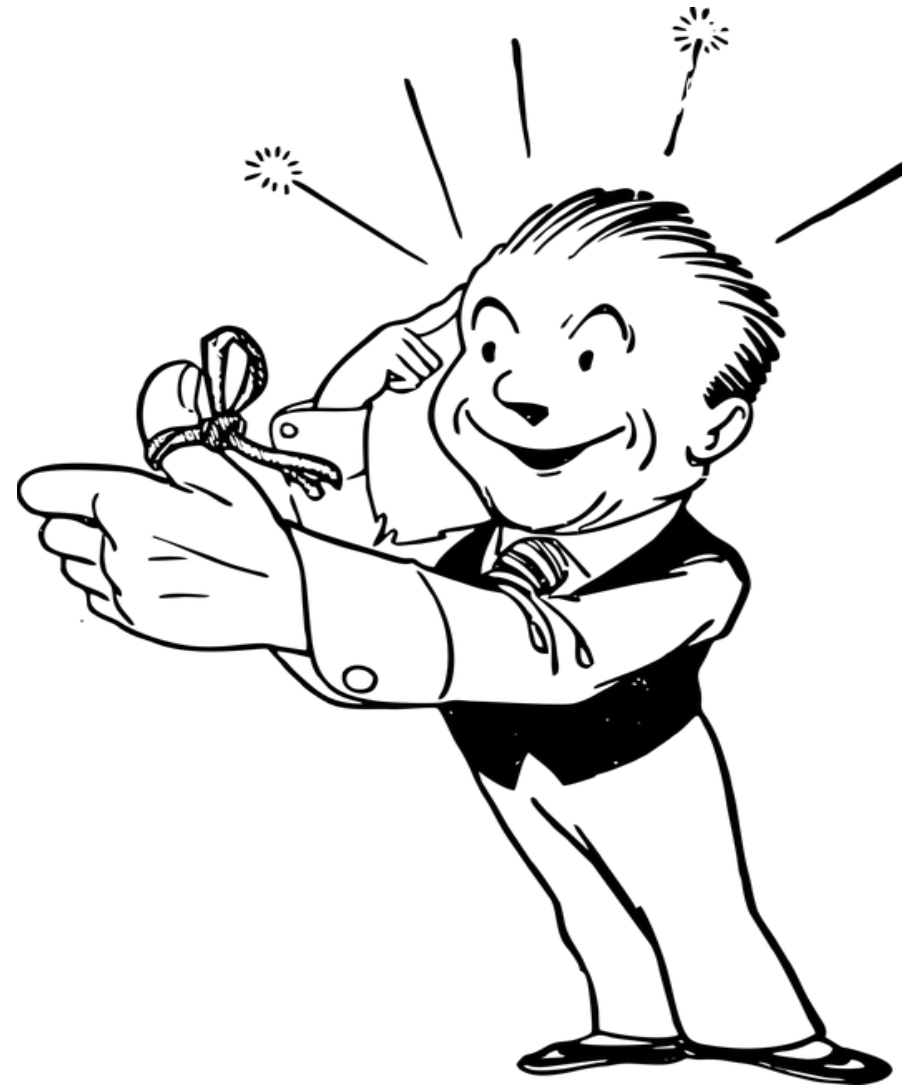
- Relevantti tarjoama

Varmista, että brändi tunnustetaan ja että se jää mieleen.

- Responsiivisuus
- Helppous ja nopeus

Asiakasuskollisuus pitää ansaita! Vain teot puhuttelevat, ei lupaukset. TUNNE = EMOTION!

- Luotettavuus ja jatkuvuus





HYVÄ TIEDOSTAA...

- millaiset / ketkä asiakkaat tuovat yrityksellenne kasvua tulevaisuudessa?
- keihin yrityksenne tulee panostaa, jotta liiketoimintastrategia toteutuu?
- onko toimialalla isosti vaikuttavia muutossignaaleita?
- myydäänkö yrityksessänne enemmän olemassa oleville asiakkaille jatkossa vai perustuuko kasvu uusasiakashankintaan?
- haetaanko myös projekteja vai vain pidempiä kumppanuusasiakkaita?
- millaiset megatrendit toimialalla vaikuttavat?
- mihin vahvuuksiin asiakkaamme luottavat?
- millaisia motivaatioita asiakkaillamme on?

ASENNE RATKAISEE JA SILLÄ ON VÄLIÄ!

Hei työmies!
Mitä teet?



Hakkaan
kiveä!



Hei työmies!
Mitä teet?



Rakennan
katedraalia!





MISSÄ KANAVASSA MARKKINOIN?

Nettisivut / kotisivut

Ajan tasalla olevat tiedot.

Mittaa kävijöiden määrää ja laatua (kuten kauanko sivuilla keskimäärin viihdytään) esim. UA/Google Analytics 4

Seuraa keitä sivustollasi käy ja kontaktoi heitä esim. Leadfeeder.

Sivuston hakukoneoptimointi SEO= Search Engine Optimization

Tee sivustolla vierailu viihdyttäväksi, mielenkiintoiseksi ja koukuttavaksi (sisältö ja responsiivisuus)

Huomioi saavutettavuus/saavutettavuusdirektiivi.



webnode

WIX



MISSÄ KANAVASSA MARKKINOIN?

Chat

Nopea ja ratkaisukeskeinen viestintäkanava.

Saatavana monelta eri toimijalta - hintavaihtelut suuria.

Seuraa keitä sivustollasi käy ja integraatioiden avulla pystyt olemaan heihin vielä jälkikäteen yhteydessä.

Reaaliaikainen voit vastata sekä mobiilissa että tietokoneella saapuviin viesteihin.

Sopii sekä nettisivuille että verkkokauppaan asennettavaksi.



Asiakas saapuu sivuillesi



Chat-myyjämme aloittaa keskustelun



Asiakastasi palvelee heti eikä hän karkaa kotisivuiltasi



Saat innostuneen asiakkaan yhteystiedot

kuva: urano.fi



MISSÄ KANAVASSA MARKKINOIN?

Somekanavat

Ajan tasalla olevat tiedot.

Mittaa kävijöiden määrää ja laatua.

Seuraa keitä sivustollasi käy ja kontaktoi heitä.

Muista **SOMEPREESENS!!!**

- postaa = julkaise kuvia ja tekstiä usein
- panosta laatuun ei määrään (kuvat ja tarinat)
- hyvät selkeät kuvat, videot, tarinallistaminen

Tee sivustolla vierailu viihdyttäväksi, mielenkiintoiseksi ja koukuttavaksi (sisältö ja responsiivisuus)





MISSÄ KANAVASSA MARKKINOIN?



Facebook

- ilmainen palvelu, jossa voi tehdä myös maksullista, kohdennettua mainontaa
- voit jakaa kuvia, videoita, olla ns. livetilassa tai järjestää tapahtumia
- 2,9 M suomalaista käyttäjää
- 21% suomalaisista >1 krt päivässä (Statista)

1. sija
= 2,9 miljardia
käyttäjää
(Suomessa 2.sija)



YouTube

- ilmainen palvelu, jossa voi tehdä myös maksullista, kohdennettua mainontaa
- videoiden jakoalusta
- bloggareiden sekä yritysten suosiossa (käyttö- ja asennusohjeet yms)
- **Suomen suosituin somealusta = 3M käyttäjää**

2. sija
= 2,5 miljardia
käyttäjää
(Suomessa 1.sija)



(Lähde: Statista 2022)



MISSÄ KANAVASSA MARKKINOIN?



WhatsApp

- ilmainen palvelu, jossa voi tehdä myös maksullista, kohdennettua mainontaa
- voit jakaa kuvia, videoita, tekstejä

3. sija
= 2 miljardia
käyttäjää



Instagram (instant telegram = pikasähke)

- ilmainen kuvien ja videoiden palvelu, jossa voi tehdä myös maksullista, kohdennettua mainontaa.
- yhden mainoksen klikkaushinta 0,2-2€ (1000 mainosnäytön keskivertohinta n. 6€)
- n. 2,3M suomalaista käyttäjää

4. sija
= 1,5 miljardia
käyttäjää
(Suomessa 3.sija)



(Lähde: Statista 2022)



MISSÄ KANAVASSA MARKKINOIN?



TikTok

- suosittu videoalusta sekä kuluttajien että yritysten parissa (USA <30v. Osuus 50%)
- julkaise 1-3 x päivässä tai sitäkin enemmän
- videon keskivertopituus 6-7 s
- suosi nopeaa editointia (esim. VideoLeap)
- Suomessa 1,2 M käyttäjää

6. sija
= 1 miljardi
käyttäjää
(Suomessa 5.sija)



Snapchat

- ilmainen lyhytviestipalvelu, josta viestit (kuvat, videot <10s. tekstit) katoavat niiden lukemisen jälkeen.
- kohderyhmä nuoret ja nuoret aikuiset (18-35 v.)
- maksullinen kohdennettu mainonta mahdollista

12. sija
= 557 miljoonaa
käyttäjää
(Suomessa 6.sija)



(Lähde: Statista 2022)



MISSÄ KANAVASSA MARKKINOIN?



Pinterest

- ilmainen ilmoitustaulutyypinen palvelu, jossa voi tehdä myös maksullista, kohdennettua mainontaa
- voit jakaa kuvia ja ideoitasi (DIY) muille käyttäjille
- 60% käyttäjistä on naisia (25-34v. sekä 55-64v.)

14. sija
= 444 miljoonaa
käyttäjää
(Suomessa 7.sija)



LinkedIn

- B2B verkostoon keskittynyt ilmainen portfolio, cv ja keskustelualusta
- mainostaminen mahdollista
- Suomessa käyttäjiä 850 000 henkilöä

8. sija
= n. 850 miljoonaa
käyttäjää
(Suomessa 8.sija)



(Lähde: Statista 2022)



MISSÄ KANAVASSA MARKKINOIN?



Uutiskirje

Edellyttää asiakasrekisterin ylläpitoa. Huom! GDPR / Cookies

Saatavilla maksuttomia sekä maksullisia palveluita.



Uutiskirje on nopea tapa tehdä kohderyhmäkohtaisia kampanjointeja.



Seuraa saatavaa uutiskirje dataa:

- kuka lukee ja kuka tilaa tuotteita

[ActiveCampaign >](#)

Vähän on enemmän:

- ei liian usein
- ei liian pitkiä uutiskirjeitä.



MISSÄ KANAVASSA MARKKINOIN?

Google

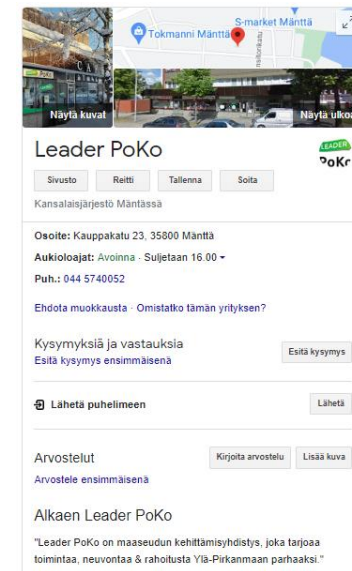
Suomen käytetyin hakukone.

Tee maksuton yrityskorttisi ja pidä siellä olevat tiedot ajan tasalla.

Päivitä myös yrityskorttisi kuvia säännöllisesti.

Kun saat arvostelun/tähtiä, vastaa niihin mahdollisimman nopeasti.

- avointa keskustelua arvostetaan enemmän kuin maksettua mainontaa
- jos/kun saatte vähän tähtiä tai negatiivisen palautteen ota se vastaan rakentavasti. Tämä on myös hyvä keino siirtää keskustelu yksityiseksi esim. sähköpostiin, jolloin voidaan käydä palautetta tarkemmin läpi ja pyytää kehitysehdotuksia. Asiakkaalle jää hyvä mieli siitä, että hänet otetaan tosissaan ja häntä kuunnellaan.





MISSÄ KANAVASSA MARKKINOIN?

Fonecta Finder

Fonecta Kontakti - paketit ja hinnat

Palvelupaketteja löytyy laajuudeltaan kolmea erilaista, yrityksesi tarpeen mukaan. Paketteihin sisältyvät kaikki nämä elementit: yrityksesi tietojen päivitys kattavasti verkon eri kanaviin, yrityksesi löydettävyyttä parantavat hakusanat Fonectan hakemistoihin, löydettävyyden optimointi, asiakasarvosteluiden hallinta sekä raportointi- ja päivityspalvelu.

Fonecta Kontakti

Startti

"Haluan, että palveluistani kiinnostuneet asiakkaat löytävät minut verkosta riippumatta kanavasta."

49 €/kk

+ alv

Fonecta Kontakti

Perus

"Haluan löytyä verkosta sekä aktiivisesti erottautua maineellani, kun asiakkaat etsivät palveluitani."

71 €/kk

+ alv

Fonecta Kontakti

Teho

"Haluan maksimoida löydettävyyteni, erottautua maineellani sekä tietää miten vertaudun kilpailijoihin."

130 €/kk

+ alv

Fonecta Kontakti

Pro

"Minulla on lukuisia toimipaikkoja ja vaativia tarpeita käytön tukeen."

Lue lisää





MISSÄ KANAVASSA MARKKINOIN?

Google Ads

Suomen käytetyin hakukone.

Jo pienellä kk-panostuksella pääsee etenemään ja mainostuksen voi lopettaa koska tahansa.

Vaikuttaa hakukoneiden luokittelemaan tulosjärjestykseen.

Saat raportit siitä miten mainostaminen on onnistunut.



Mainos • <https://www.lakka.fi/kivitalopaketit> ▾

Talohaaveet kodiksi - Talo- ja piharatkaisut

Lakka-tuotteissa yhdistyy vuosikymmenten kivirakentamisen taito ja tyylikkäämmät trendit. Kaikki Lakka-tuotteet kantavat ylpeänä kotimaisuudesta kertovaa avainlippu-merkkiä.

Yhteystiedot

Yhteystiedot sivuilta löydät kaiken tarpeellisen yhteydenottoa varten

Pihakivet

Pihakivillä helppohoitoisuutta ja kauneutta pihapiiriin



KANAVIEN VÄLISET INTEGRAATIOT

Digitaalisten markkinointi- ja viestintäkanavien suurimpia hyötyjä ovat kanavien väliset integraatiot.

Tämä helpottaa markkinointistrategian toteutumista, asiakkaan ostopolun rakentamista, kehittämistä sekä asiakastyytyväisyyden seuranta.

Muista! Aina kun keräät jotain tietoa asiakkaistasi muista GDPR. Jos olet epävarma - tarkista asia!



Shopify



Magento



WooCommerce



BigCommerce



Custom Stores

MISTÄ VIDEOIN?

Panosta ideointiin - Ole säännöllinen - Pistä itsesi likoon

Aiheita esim.

- yrityksen arki
 - työntekijöiden työarki
 - omien tuotteiden kokeilu
 - asiantuntijuuden jakaminen
 - mielenkiintoisten faktojen jakaminen yrityksestä
 - hyppää mukaan trendeihin ja musiikkiin
 - osallista seuraajat.
-
- **Älä epäröi ottaa ammattilaista mukaan. Saat samalla ammattimaisen työnjäljen sekä luotettavan kumppanin = oma verkostosi kasvaa.**





FAKTAPAKETTI

Somen valtakaudella on virheellistä ajatella, että kaikki ovat somessa.

Eivät ole ja siksi perinteiset nettisivut ovat tärkeitä ja niihin tulee panostaa kuten kaikkeen muuhunkin yritysviestinnän kanaviin.

Kaikessa yritysviestinnässä (kanavasta huolimatta) tärkeää on:

- 1) Löydä seuraajasi
- 2) Ole kiinnostava seurattava
- 3) Muista vuorovaikutus
- 4) Sitouta seuraajat
- 5) Tee ostaminen helpoksi
- 6) Hyvää asiakaspalvelua saanut suosittelee yritystäsi mielellään myös muille

Orgaaninen mainonta vs. Maksettu mainonta

Orgaaninen:

- + + Seuraajasi seuraavat sinua koska ovat aidosti kiinnostuneita yrityksestäsi.
- - Seuraajien määrä nousee hitaammin.

Maksettu:

- + + Seuraajamäärät nousevat nopeammin.
- - Seuraajasi seuraavat sinua luvatus palkkion (kilpailu) tai velvollisuudentunnosta.



PRINTTIMAINONTA / ESITTEET

Printti tavoittaa heidät, jotka eivät

- käytä nettiä
- ole somessa.

Printti vs. some / digitaalinen viestintä

- hitaampaa
- kalliimpaa
- ei voida tietää kuka lukee ja kuka ei lue (mittausta ei voida tehdä).

Esitteet/flyerit

- toimii esim. messuilla ja tapahtumissa.



MAINOSTAULUT, RADIOMAINONTA, TV-MAINONTA

Mainostaulut

- tienvarsilla (printti tai LED-taulut)

Radiomainonta

- Suomessa toimii 50 kaupallista, alueellista radiokanavaa
- kanavilla 3,5M kuuntelijaa viikossa
- radiomainoksella tavoittaa viikoittain 70% suomalaista (Lähde: Radiomedia.fi 2022)
- kustannustehokasta ja sen tehokkuutta voidaan mitata.

TV-mainonta

- Suomessa toimii useampi kaupallinen tv-kanava, joissa alueellinen mainonta on käytettävissä.
- päivittäin 66% väestöstä ja viikossa 87% väestöstä katsoo tv:tä (lähde: FinnPanel Oy 2020)
- kalliimpaa kuin some tai radiomainonta ja myös sen tehokkuutta voidaan mitata.



YHTEENVETO

Markkinointiviestintä kertoo mitä yritys myy, mihin hintaan ja mistä myytävää tuotetta tai palvelua voi ostaa.

Monikanavainen ja aito, yrityksen näköinen viestintä toimii parhaiten.

Tarkastele laatimaasi suunnitelmaa ja määrittämiäsi tavoitteita säännöllisesti ja tee tarvittavat korjausliikkeet.

Lähde mieluummin pienellä kanavavalinnalla liikkeelle ja lunasta paikkasi. Lisää kanavia kun yritykselläsi on enemmän resursseja käytettäväksi.

JOSKUS VOI KÄYDÄ NÄINKIN.

NO - YRITETÄÄN HUOMENNA
SITTEN UUDESTAAN!



Markkinointia

**anna
Marin
hoitaa!**

Viestintää

Ajatuksia!

Kysymyksiä?

