



Vuosi yrittäjänä
Ett år som företagare

MARKKINOINTI

NY KESÄYRITTÄJYYS –KURSSI

Yrittäjyysasennetta, työelämävalmiuksia, talouslukutaitoja – tekemällä oppien.



NUORI Yrittäjyys
UNG Företagsamhet

Oppimisvideo: myynti, asiakaspalvelu ja markkinointi



Katso video yltä tai tästä linkistä:

<https://www.youtube.com/watch?v=dLHFuYgEg-w>

HUOM!

Termiselvennys: markkinat >< markkinointi

HYVIN LYHYET JA SUPPEAT MÄÄRITELMÄT:

- Markkinat = Yrityksen tuotteiden / palveluiden mahdolliset ostajat. Voivat olla yksityisiä kuluttajia tai yrityksiä tai molempia.
- Markkinointi = Yrityksen tuotteiden / palveluiden myynnin edistämistä, kohderyhmien etsintää ja yrityksen imagon luomista mainonnan ja viestinnän avulla.

Mitä markkinointi on?

- Markkinoinnilla tarkoitetaan myynnin suunnittelua, erilaisten myyntikanavien arviointia, markkinatutkimusten tekemistä ja paljon muuta (esim ulkoasun suunnittelu jne.)
- Harvoin tuote tai palvelu myy "itse itsensä", joten markkinointia tarvitaan.
- Markkinoinnin keskeinen tavoite on siis mahdollistaa yrityksen myynnin onnistuminen. Markkinoinnin erilaiset keinot täydentävät toisiaan.
- Huom! Mielikuvamarkkinoinnilla erotutaan muista yrityksistä- mielikuvat tärkeässä roolissa asiakkaiden ostopäätöksissä

Markkinoinnin suunnittelu

- Markkinointisuunnitelma on yrityksen käytännöllinen työkalu.
 - Oikein kohdennettu markkinointi
 - Markkinoinnin toimenpiteiden tehokkuus
- Suunnitelma sisältää:
 - Aikataulut
 - Vastuualueet
 - Markkinat ja kilpailijat
 - Toimenpiteet ja niiden tavoitteet, kehittäminen ja koordinointi

HUOMIOITAVAA:

- Millaisessa markkina- ja toimintaympäristössä yritys toimii?
- Kenen tarpeisiin yritystoiminta vastaa?
- Millä konkreettisilla toimenpiteillä markkinoinnin tavoitteet saavutetaan?
- Miten tuotteita ja palveluja myydään?

Digimarkkinointi osana markkinointia

Digitaalinen markkinointi (tai digimarkkinointi) =

- Yrityksen markkinoinnin osa-alue, johon sisältyy kaikki digitaalinen materiaali ja viestintä.
- Perustuu yrityksen liiketoiminnallisiin tavoitteisiin ja on räätälöity eri kohderyhmille.

Mitä on digimarkkinointi?

- Käytännössä kaikki ihmiset ovat verkossa ja sen lisäksi hyödyntävät monia muita digitaalisia laitteita päivittäin sekä täysin sukupuoleen tai ikään katsomatta.
- Nykyään ostopäätöksen tueksi kuluttaja käyttää noin 15 eri tietolähdettä. Jopa 70% ostoprosessista etenee ilman myyjää.
- Myyjää ei enää tarvita ensisijaisena tietolähteenä ja rooli painottuu enemmän ja enemmän ostoprosessin loppupäähän.
- Tyypillisesti digitaaliseen markkinointiin kuuluvat muun muassa verkkosivusto, hakusanamainonta (esimerkiksi Google Ads), sosiaalisen median mainonta, sähköpostimarkkinointi, mobiilimarkkinointi ja hakukoneoptimointi.

Perinteinen markkinointi		Digitaalinen markkinointi
Yhdenmukainen Mainoskampanjat ja palvelunumerot.	TAPA MARKKINOIDA	Hajautettu Sosiaalisen median päivitykset, mainoskampanjat, blogit, sähköpostimarkkinointi...
Yksisuuntainen Yritys jakaa viestiään ja kuluttajat kuuntelevat passiivisina.	KOMMUNIKAATIO	Kaksisuuntainen Yritys ja kuluttajat molemmat puhuvat ja kuuntelevat.
Pitkäaikaista Mainoskampanjoita suunnitellaan kauan ja pitkäksi aikaa. Toiminta on staattista.	AIKATAULU	Spontaania Mainoskampanjat suunnitellaan nopeasti ja ne mukautuvat helposti. Nopea reagointi kommentteihin.
Salaista Kommunikointi vain yrityksen ja kuluttajan välillä (puhelin, kirje, email). Sisältö ei julkista.	KOMMUNIKOINTU KULUTTAJIEN KANSSA	Nopeaa ja julkista Välitön reagointi julkisiin kommentteihin. Kuka tahansa voi kommentoida ja nähdä kommentit.
Työaika Kuluttajien kommentteihin ja pyyntöihin vastataan ainoastaan työaikana, esim. 9-17.	SAATAVUUS	Jatkuva Välitön valmius reagoida kommentteihin ja kuluttajien pyyntöihin.
Virallinen Tarkkaa kieltä ja ennaltakirjoitetut vastaukset.	KIELI	Aito Ei valmiiksi kirjoitettuja vastauksia, vaan aitoa ja henkilökohtaista palvelua.
Markkinointiosasto Markkinointiin osallistuvat vain markkinointi- ja PR-osastot sekä ulkoinen markkinointitoimisto.	OSALLISTUVAT IHMISET	Kaikki työntekijät Kaikki yrityksen työntekijät mukana markkinoinnissa ja he edustavat yritystä sosiaalisessa mediassa.

Tämä teos, jonka tekijä on Nuori Yrittäjyys ry, on lisensoitu [Creative Commons Nimeä 4.0 Kansainvälinen -lisenssillä](#).

Digimarkkinoinnin keinoja

Verkkosivut

- Squarespace (<http://squarespace.com/>) (maksullinen)
- WordPress (<https://fi.wordpress.org/>) (maksuton, mutta lisäosat maksullisia)
- Kotisivukone (<https://kotisivukone.fi/>) (maksullinen)
- Wix (<https://www.wix.com/>) (maksullinen)

Hakukoneoptimointi

- Hakukoneoptimointi (SEO, Search Engine Optimization) tähtää sekä yrityksen löydettävyyden parantamiseen että verkkosivujen liikennemäärien kasvattamiseen. Tyypillisimmin verkkosivujen optimoinnilla haetaan näkyvyyttä Googlen maksuttomista hakutuloksista.
- Sijoittuakseen hakutulosten kärkipäähän verkkosivujen tulee olla sekä teknisesti että sisällöllisesti optimoitu.
- Avainsanojen valinta kannattaa aloittaa optimoitavan verkkosivun aihealueen määrittelyllä. Aihealue voi olla laajakäsitteinen termi, kuten vaikkapa: "sähkötyöt" tai tarkennettuna "kodin sähkötyöt". Päätermin alle voidaan kerätä ideoita niistä tuotteista ja palveluista, joita halutaan markkinoida.

Sähköpostimarkkinointi

- Sähköpostimarkkinointi on markkinointiviestintää sähköpostitse. Se on tapa tavoittaa nykyinen tai tuleva asiakas suorilla sähköpostiviesteillä. Sähköpostimarkkinointi toimii niin B2C- (Business to Consumer) kuin B2B (Business to Business)-markkinoinnissakin.
- Menetelmää ei tule sekoittaa roskapostien lähettämiseen eli spämmämiseen. Ero on asiakkaan omaehtoinen liittyminen sähköpostilistalle ja tämä vapaaehtoisuus on muodostunut pakolliseksi standardiksi myös lainsäädännöllisesti (GDPR)



NUORI Yrittäjyys
UNG Företagsamhet

Lisätietoja markkinoinnista löydät täältä:
<https://vuosiyrittajana.fi/toinen-aste-moduulit/markkinointi/>

Jos tarvitset apua ohjelman aikana, otathan yhteyttä!

Vuosi yrittäjänä -tiimi

Info(a)nuoriyrittajyys.fi



NUORI Yrittäjyys
UNG Företagsamhet