

# SoteNavi

- pienten ja keskisuurten yritysten ja järjestöjen valmennushanke

**Alkuun digimarkkinoinnissa**  
**11.10.2018**

*Heli Leskinen*

**TURKU AMK**  
TURKU UNIVERSITY OF  
APPLIED SCIENCES



**TAMK**  
TAMPEREEN  
AMMATTIKORKEAKOULU



Kestävää kasvua ja työtä -ohjelma

**Vipuvoimaa**  
**EU:lta**  
2014–2020



**Euroopan unioni**  
Euroopan sosiaalirahasto

# Mitä on digimarkkinointi?

- Markkinointi, jota toteutetaan sähköisesti => laaja ja muuttuva käsite, esimerkiksi
  - *kotisivut* (rakenne, toimivuus, mielikuvat)
  - *hakukonemarkkinointi*, joka sisältää
    - *hakusanamainonnan* (esim. Google AdWorks, Bing Ads)
      - mainos näytetään hakusanan, sijainnin tai mediabudjetin perusteella.
    - *hakukoneoptimoinnin*
      - nousee hakukoneen hakutuloksissa ylös.

*=> Ideana ohjata potentiaalinen asiakas kohti kauppaa ja haluttuihin kanaviin, kuten sähköpostilistoille, kampanjoihin ja someen.*

88 % aloittaa tuotteen/palvelun etsimisen hakukoneista  
89 % lukee vain ensimmäisen hakutulossivun  
(Lähde: Suomen Digimarkkinointi 2018)

ohjelma



Euroopan unioni  
Euroopan sosiaalirahasto

2014–2020

# Mitä on digimarkkinointi?

## – *Facebook tai muu somemainonta*

- Somen käyttöhistorian ja jaettujen tietojen perusteella mainosten kohdentaminen

## – *Sähköpostimarkkinointi*

- Perustuu omaan, vapaaehtoisesti kerättyyn sähköpostirekisteriin.
- Sähköpostikampanjat, mainoskirjeet jne.

## – *Mobiilimarkkinointi*

- Mobiililaitteisiin kohdennettua markkinointia, sisältää edelliset ja myös tekstiviestein toteutetun markkinoinnin

Google Analyticsin (ilmainen) avulla tehdään kävijäseurantaa sekä analysoidaan seurantatietoja => mihin panostus kannattaa

kestävää kasvua ja työtä -ohjelma

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020



Euroopan unioni  
Euroopan sosiaalirahasto

# Digimarkkinoinnin hyödyt

- **Tavoitettavuus** - voidaan tavoittaa suurin osa suomalaisista.
- Viesti pystytään **kohdentamaan** tarkasti.
- Mainonta on **interaktiivisempaa**.
- **Opitaan tuntemaan** oma kohderyhmä paremmin.
- Markkinoinnin tulosten **mitattavuus eli analytiikka**.
- Digimarkkinointia voidaan tehdä **myös pienellä budjetilla**.

=> Markkinoinnin **välineet eivät ole lähtökohta** vaan oltava **suunnitelma** (mitä halutaan saavuttaa, ketä halutaan tavoittaa, mitkä eri kanavat sopivat eri asiakkaille, mitä markkinointia tehdään ja milloin, paljonko käytetään aikaa ja rahaa.)



# Mitä maksaa?

- Työmäärä ratkaisee. *Digitoimistojen keskimääräinen tuntihinta 153-175 €/h* (Credon kyselytutkimus 2017)
- *Uudet verkkosivut*
  - riippuen haluttavista ominaisuuksista alle 1000 € ~3000 €, mikäli verkkokauppa tms., hinta voi olla tuplat.
- *Facebook-mainonta*
  - Käyttäjä asettaa itse budjetin (päivä/kokonaisbudjetti tms)
- *Hakukonemainonta, hakukoneoptimointi*
  - Yhden klikkauksen hinta 0,20€ - 1€, joten 100-500 kävijää sivustolla maksaa satasen.
  - Jos ulkoistettu markkinointitoimistolle, kuukausimaksu hakukoneoptimoinnille ja sisällön tuottamiselle (esim. 100 €/kk–useita tuhansia/kk, tyypillinen hinta 500-5 000€/kk)

Kestävää kasvua ja työtä -ohjelma

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020



Euroopan unioni  
Euroopan sosiaalirahasto

# Entä jos tekee itse?

- Koulutusta pienellä rahalla: esimerkiksi kauppakamarit, yrittäjät.fi (osa tarjolla webinaareina)
- YouTubessa käytännönläheisiä, eri tasoisia opastuksia eri aihepiireihin (etsimällä löytyy omia suosikkeja, oma suosikkini Niko Vittanen)

Kestävää kasvua ja työtä -ohjelma

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020



Euroopan unioni  
Euroopan sosiaalirahasto

# Markkinointia eri tilanteisiin ja tarkoituksiin

Inbound-markkinointi	Outbound-markkinointi
Interaktiivista ja kaksisuuntaista	Yhdensuuntaista kommunikaatioita
Asiakkaalle hyödyllistä materiaalia	Mainonta ei tuo lisäarvoa asiakkaalle
Asiakkaat tulevat luoksesi omatoimisesti	Asiakkaat tavoitetaan markkinoijan toimesta.
Materiaali on opettavaista ja viihdyttävää	Tavoitteena ei ole viihdyttää tai opettaa

[www.digitaalinenmarkkinointi.info](http://www.digitaalinenmarkkinointi.info)

*Kysymys: miten organisaationi on ainutkertainen? Jos on, tiedetäänkö siitä?*

Kestävää kasvua ja työtä -ohjelma

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020



Euroopan unioni  
Euroopan sosiaalirahasto

# Digispesialistin puheenvuoro

- [Haastateltavana Tuomo Lampela / Unfair Lean Marketing, Tampere](#)

Haastattelun kesto 13 min.

Kestävää kasvua ja työtä -ohjelma

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020



Euroopan unioni  
Euroopan sosiaalirahasto



# Keskustelua & kahvia

- Onko digimarkkinointi käytössä organisaatioissanne?
- Jos on, kuinka toteutettu ja millaisia kokemuksia?
- Jos ei, mikä esteenä?

