



Markkinoinnin perusteet

Markkinointi 5.10.2020



Markkinointi

Esittelyt <https://urly.fi/1LKm>

Brändi - brändisi asemointi (henkilö/yritys) - tavoite ratkaisee

Digitaalinen sydän - oma domain

Miten asiakas löytää sinut? Kanavat

Sisältö - palvele ja sitouta



Brändi 1/3

Henkilöbrändi

Esimerkiksi hieroja tai asiantuntija.

Yritysbrändi

Tuotteet, palvelut, kasvuyritykset.

Brändi = lisäarvo, viittaa johonkin, jolla tuotteet/palvelut erotetaan toisistaan (tunnistettava, omaleimainen, tuotenimi, visuaaliset tekijät)

Markkinointi 5.10.2020

Brändin rakennus

Aloita kohderyhmän ja sen tarpeiden tarkalla määrittelyllä.



Brändi 2/3

PCDL

Positioning the brand - kuluttajakäyttämisen ymmärtäminen

Communicating the brand message - millainen viesti, miten erottua ja olla asiakkaalle houkutteleva (luovat toteutukset: mitä sanotaan, kuinka sanotaan ja kuka sanoo)

Delivering the brand performance - kehitystä voidaan mitata: myynti, kulutus, brändin tunnistettavuus, tiedostaminen, brändin vahvuutta voidaan mitata, miten vaikuttaa kohderyhmässä

Leveraging the brand equity - mm. tuoteryhmä- tai brändilaajennus, ainesosabrändäys, yhteisöllinen hyvä

Markkinointi 5.10.2020



Brändi 3/3

Brändin arvo on asiakkaissa.

Brändiarvo - mitä hyötyä brändistä on asiakkaalle?

Asiakas tunnistaa ja tiedostaa.

Brändisuhde?

Brändiuskollisuus vaikuttaa suoraan myyntiin ja tuottoihin tulevaisuudessa, koska se voi vähentää asiakaskatoa kilpailutilanteessa.

Markkinointi 5.10.2020



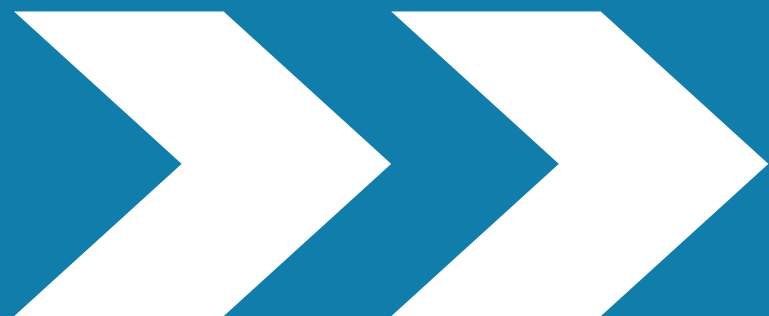
Testaa

Trafi - domain - digitaalinen sydän.

Tee incognito/yksityinen-haku Googlessa.

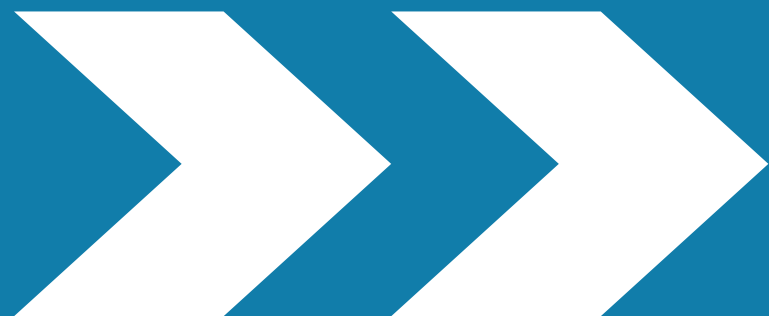
Hakusanat - Google Ads Keyword Planner.

Kysy asiakkaalta apua.



The screenshot shows the Google Ads Keyword Planner interface. At the top, there's a navigation bar with 'Google Ads | Keyword Planner' and various utility icons. Below this, there are two main cards: 'Discover new keywords' and 'Get search volume and forecasts'. A modal dialog titled 'Let's go' is open in the center, containing a list of steps: 1. Let's go, 2. Enter a keyword, 3. Get keywords, 4. Explore concepts, and 5. Remove keywords. Below the modal, there are tabs for 'PLANS CREATED BY YOU' and 'PLANS SHARED WITH YOU', along with a table with columns for 'Plan' and 'Status'. At the bottom, there are links for 'How to use Keyword Planner' and 'New feature announcements'.

This screenshot shows the 'Discover new keywords' modal dialog in detail. It has two tabs: 'START WITH KEYWORDS' (selected) and 'START WITH A WEBSITE'. Under 'START WITH KEYWORDS', there's a text input field with the placeholder 'Enter products or services closely related to your business' and a search button. A keyword 'kengät' is entered, and there's a '+ Add another keyword' button. Below this, there's a language and location selector showing 'Finnish (default)' and 'Finland'. To the right, there's a tip: 'Try not to be too specific or general. For example, "meal delivery" is better than "meals" for a food delivery business' with a 'Learn more' link. Under 'START WITH A WEBSITE', there's a text input field with the placeholder 'Enter a domain to use as a filter' and a search button. A domain 'https://' is entered. To the right, there's another tip: 'Using your site will filter out services, products or brands that you don't offer'. At the bottom left, there is a blue 'GET RESULTS' button.



Google Ads | Keyword plan

Locations: Finland Language: Finnish Search networks: Google Last 12 months Sep 2019 - Aug 2020

ruoppaus [www.ruoppaustiimi.fi](#) [DOWNLOAD KEYWORD IDEAS](#)

Use different keywords for more results [Edit](#)

Broaden your search: [+ rakenteet](#) [+ rakentaminen](#) [+ liiketoiminta](#) [+ puutarhanhoito](#) [+ teollinen](#) [+ maisema-arkkitehtuuri](#) [+ sukellusvene](#)

[Exclude adult ideas](#) [ADD FILTER](#) 10 keyword ideas available

<input type="checkbox"/> Keyword (by relevance) ↓	Avg. monthly searches	Competition	Ad impression share	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	Account Status
Keywords that you provided						
<input type="checkbox"/> ruoppaus	100 - 1K	Medium	-	€0.35	€0.74	
Keyword ideas						
<input type="checkbox"/> rannan ruoppaus	100 - 1K	Medium	-	€0.38	€0.96	
<input type="checkbox"/> ruoppaus hinta	100 - 1K	High	-	€0.35	€0.71	
<input type="checkbox"/> rannan ruoppaus hinta	100 - 1K	High	-	€0.38	€0.83	
<input type="checkbox"/> ruoppaaja	100 - 1K	Low	-	€0.43	€0.78	
<input type="checkbox"/> ruoppauksen hinta	100 - 1K	High	-	€0.35	€0.71	
<input type="checkbox"/> ruoppaaminen	100 - 1K	Medium	-	€0.35	€0.74	
<input type="checkbox"/> järven ruoppaus	10 - 100	Medium	-	€0.32	€0.68	
<input type="checkbox"/> ruopata	100 - 1K	Medium	-	€0.35	€0.74	
<input type="checkbox"/> rantojen ruoppaus	10 - 100	High	-	€0.35	€0.96	

1 - 10 of 10

Refine keywords BETA [EXPAND ALL](#)

Brand or Non-Brand [Non-Brands](#)

Google Ads | Keyword plan

Plan settings Plan name: - Locations: Finland Language: All languages Search networks: Google Next month 1 - 30 Nov 2020

[FORECASTS](#) [NEGATIVE KEYWORDS](#) [HISTORICAL METRICS](#) [CREATE CAMPAIGN](#)

Add keywords to your plan

Select an ad group

Enter or paste your keywords, one word or phrase per line, or separated by commas

Match types help control which searches can trigger your ads

keyword = Broad match "keyword" = Phrase match [keyword] = Exact match

[SAVE](#) [CANCEL](#)

Markkinointiviestintä - tavoitteet

Kohderyhmä/-t

Määrittely tärkeää, jotta voidaan miettiä, miten tavoitetaan ja mikä sanoma puhuttelee. Ketä tavoitellaan?

Viesti

**Useita sanomia?
Sopiva/merkityksellinen/
keskeinen sanoma.**

Media

Ovatko oleellisia kohderyhmän näkökulmasta?

Ovatko linjassa keskenään?

Markkinointi 5.10.2020



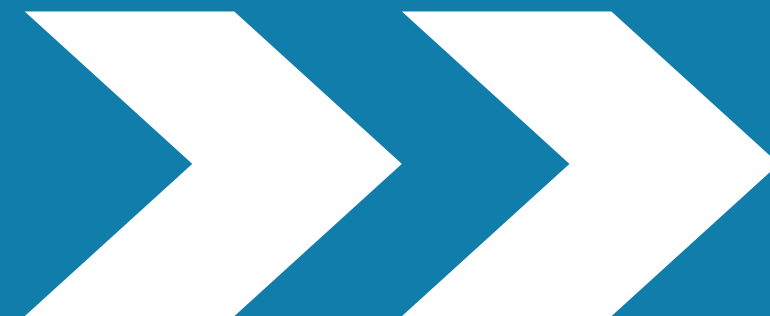
Täydennä

Kohderyhmät, viestit ja media

Kuinka tarkasti voit määritellä kohderyhmäsi?

Viesti uudesta näkökulmasta, tai kiteytä jo käyttämäsi viestiä. Mitä hyötyä tuotteestasi/palvelustasi on asiakkaalle?

Missä asiakkaasi ovat? Miten he löytävät tuotteesi/palvelusi?



Mediasuunnittelu - viestikanavien valinta

Oma media

Kotisivut, somekanavat,
uutiskirjeet yms.

Ostettu media

Mainonta (lehti-ilmoitus,
Google Ads, FB, IG), PR
yms.

Ansaittu media

Lehtijutut, somejaot,
kylillä kehuvat yms.

Budjetti, tulosten mittaus/hallinta.

Markkinointi 5.10.2020



Tavoitteet

Tavoitteet ovat organisaation päämääriin liittyviä, konkreettisia ja mitattavia (esim. tunnettuuden lisääminen).

Tavoitteet voivat olla myynnillisiä (korkeampi hinta ja kate), viestinnällisiä (vakuuttaminen) tai toiminnallisia (uudet asiakkaat, säännöllinen ostaminen, sitouttaminen).

Päätavoite?

Markkinointi 5.10.2020



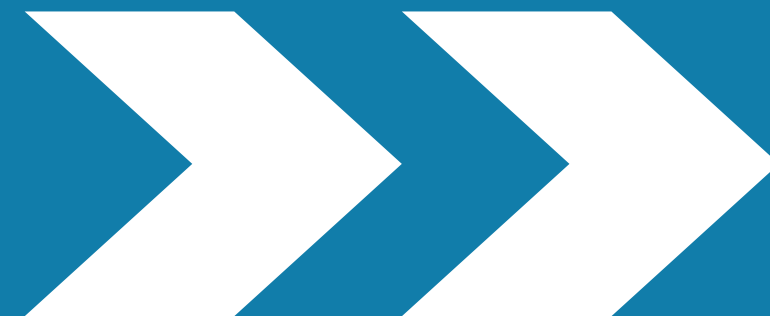
13

Täydennä

Oma, ostettu ja ansaittu media

Pohdi tavoitteiden kautta, mitä toimenpiteitä tekisit?

Markkinointi 5.10.2020



Integroitu markkinoituviestintä

Henkilökohtainen myyntityö

Mainonta

Muut viestinnän keinot



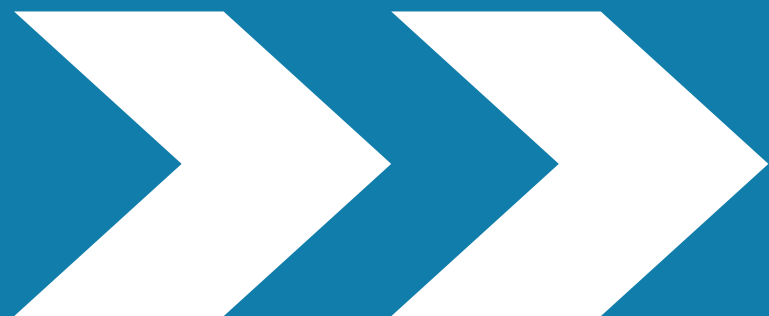
Markkinointi 5.10.2020

Pohdi

Miten arvosi näkyvät? Millainen on yrityskuvasi (fyysinen, digitaalinen yms.)? Näyttäytyykö yrityksesi asiakkaalle yhdenmukaisena, vai onko jokin asia ristiriidassa, ja voisiko sille tehdä jotain?

Toteuta

Johda visuaalisuutta (graafinen ohjeisto, kuvapankki) ja verkostoitumistasi.



Inbound selling

Sisältömarkkinointi

Luodaan ja jaetaan arvokasta ja merkityksellistä sisältöä.



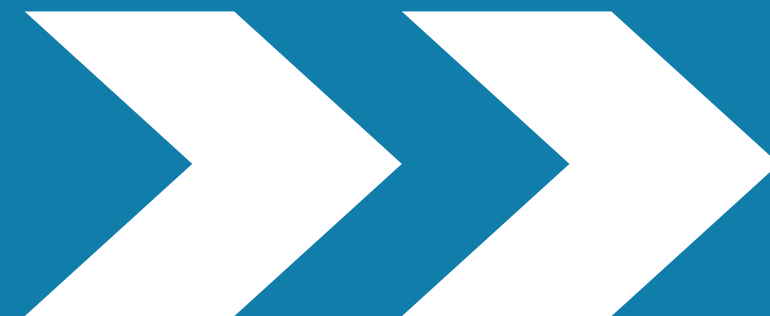
Markkinointi 5.10.2020

Tunne asiakkaasi

Luo sisältöä, joka on asiakkaallesi merkityksellistä.

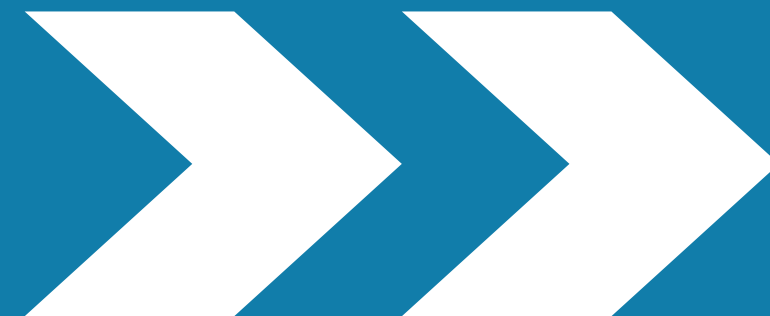
Tuota sisältöä ostopolun kaikkiin vaiheisiin.

Hyödynnä palautetta.

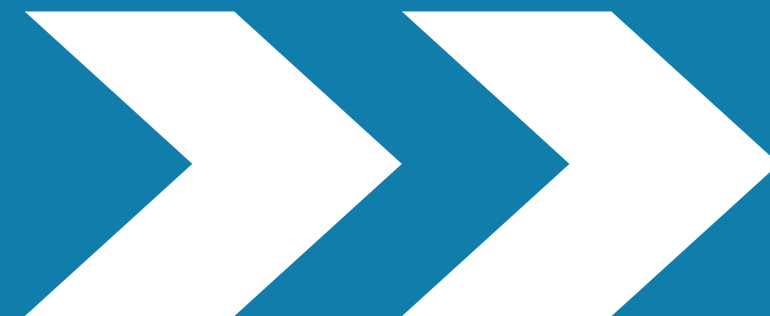


Vertaispalaute

Jos haluat porukan näkemyksiä kohderyhmien tarkentamiseen, viestien sisältöön, tai uusia ideoita kanavien valintaan, kerro se meille.



Keskity olennaiseen



Nähdään taas!

➤ 19.10.

Googlella yrityksesi näkyväksi

Ilmajoki

KURIKKA

SeAMK
SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

ETELÄ-POHJANMAAN LIITTO
REGIONAL COUNCIL OF SOUTH OSTROBOTANIA

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020


Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

