



*Mielettömät
markkinointikanavat*

● Markkinointivalmentaja

Emma Laaksonen

EmmaV Oy 2483453-6

MarkkinointiManuaali:

Markkinointikanavien valintaan vaikuttavat tekijät

Ohje

Seuraavaksi pääset miettimään yrityksellesi sopivia markkinointikanavia työkirjamaisella tavalla.

Tässä MarkkinointiManuaalissa on neljä osiota, joiden avulla pystyt määrittämään markkinointikanaviasi. Tässä muutamia vinkkejä määrittämiseen.

- Älä mieti liikaa sitä, missä markkinointikanavissasi sinun PITÄISI olla tai, mitkä markkinointikanavat ovat tällä hetkellä suosituimpia. Pohdi jokaista asiaa "vapaasti" ja ilman ennako-oletuksia.
- Pohdi jokaista osiota myös omana kokonaisuutenaan. Älä siis mieti, mitä olet edellisessä osiossa kirjoittanut ylös, vaan myös tässä kirjoita vapaasti mieleen tulevia vaihtoehtoja. Autan sinua lopuksi kokoamaan pohdintasi yhteen.

Tsemppiä!

Emma

Ps. muista, että vastaan mielelläni kysymyksiisi: emma.laaksonen@emnav.fi

MarkkinointiManuaali:

Sijainti

Missä ja miten tarjoat palveluasi? Onko toimintasi paikallista vai laajempaa?

Jos toimit paikallisesti, voit käyttää markkinointikanavissasi enemmän "paikallisia" markkinointikanavia: tapahtumia, omaa liiketilaasi, suoramainontaa, ilmoitustauluja jne,

Jos toimintasi on taas laajempaa, kuten valtakunnallista, yrityksesi markkinointikanavat ovat enemmän digitaalisia sillä palvelusi tarvitsee kattavamman näkyvyyden.



Yrityksesi kannalta olennaisimmat markkinointikanavat

Three horizontal lines with circles at both ends, intended for listing the most important marketing channels for the business.

MarkkinointiManuaali:

Kohderyhmäsi

Missä kohderyhmäsi viettää aikaansa?

Mistä kanavista hän todennäköisimmin etsii palveluntarjoajansa?

Mistä nykyiset asiakkaasi ovat löytäneet yrityksesi?

Yksi suurimmista vaikuttavista tekijöistä markkinointikanavien valinnassa on kohderyhmäsi. Jos välität yrityksesi viestiä kohderyhmällesi väärissä kanavissa, et tavoita kohderyhmäsi.

Mieti, siis tarkkaan, miten kohderyhmäsi käyttää eri markkinointikanavia.



Yrityksesi kannalta olennaisimmat markkinointikanavat

Three horizontal lines with circles at both ends, intended for listing marketing channels.

MarkkinointiManuaali:

Palvelusi

Minkälaiset markkinointikanavat ovat palvelusi kannalta tärkeimpiä? Miten tuotat palvelusi?

Mieti, miten palvelusi tyyppi vaikuttaa markkinointikanaviin. Tuotatko pääasiassa palvelua liiketilassasi, asiakkaan tilassa vai esimerkiksi netissä?

Jos esimerkiksi tuotat palveluasi liiketilassasi, se on yksi markkinointikanavasi. Jos palvelusi tuotetaan netissä, mieti mitkä digitaaliset markkinointikanavat olisivat oleellisimmat.



Yrityksesi kannalta olennaisimmat markkinointikanavat

Three horizontal lines with circles at both ends, intended for listing the most important marketing channels for the business.

MarkkinointiManuaali:

Omat mieltymyksesi

Mitkä markkinointikanavat tuntuvat itsellesi luontevimmilta?

Mihin markkinointikanaviin sinulla on helppo tuottaa sisältöä?

Ota huomioon myös se, mitkä markkinointikanavat sopivat sinulle parhaiten. Jos koet, että suoraan ihmisille puhuminen sopii sinulle paremmin kuin sosiaalinen media, kirjoita se ylös.

Jos taas tekstiä blogiin tulee kevyesti ja helposti, blogi voi olla hyvä markkinointikanava.



Yrityksesi kannalta olennaisimmat markkinointikanavat

Three horizontal lines with circles at both ends, intended for writing the most important marketing channels for the business.

MarkkinointiManuaali:

Yhteenveto

Nyt on aika vetää yhteen edellä läpi käydyt osiot ja miettiä niiden perusteella yrityksellesi sopivimmat markkinointikanavat.

Nosta osiosta esille ne markkinointikanavat, jotka esiintyivät useimmiten pohdinnoissasi. Tavoitteenasi on se, että löytäisit 2-4 päämarkkinointikanavaa, joihin yrityksesi kannattaa panostaa. Sinun ei tarvitse unohtaa muita markkinointikanavia vaan käytä niitä päämarkkinointikanavien tukena jakamalla niissä päämarkkinointikanavien sisältöä.



Ongelmia?

Onko vaikea löytää useampaa ja useammassa osiossa toistuvaa markkinointikanavaa? Valitse silloin markkinointikanavasi tämän tärkeysjärjestyksen mukaan:

- Kohderyhmän mukaan määritellyt
 - Sijaintisi mukaan määritellyt
 - Palvelusi mukaan määritellyt
- Omien mieltymyksiesi mukaan määritellyt

MarkkinointiManuaali:

Yhteenveto

Päämarkkinointikanavat

- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○

Täydentävät/arustavat markkinointikanavat

- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○
- _____ ○