

MARKKINOINNIN TEHOPÄIVÄ

Prizztech

TUPLAAM€



VÄRIKÄS
MAINOSTOIMISTO

KEITÄ ME OLEMME



PASI



MIKKO

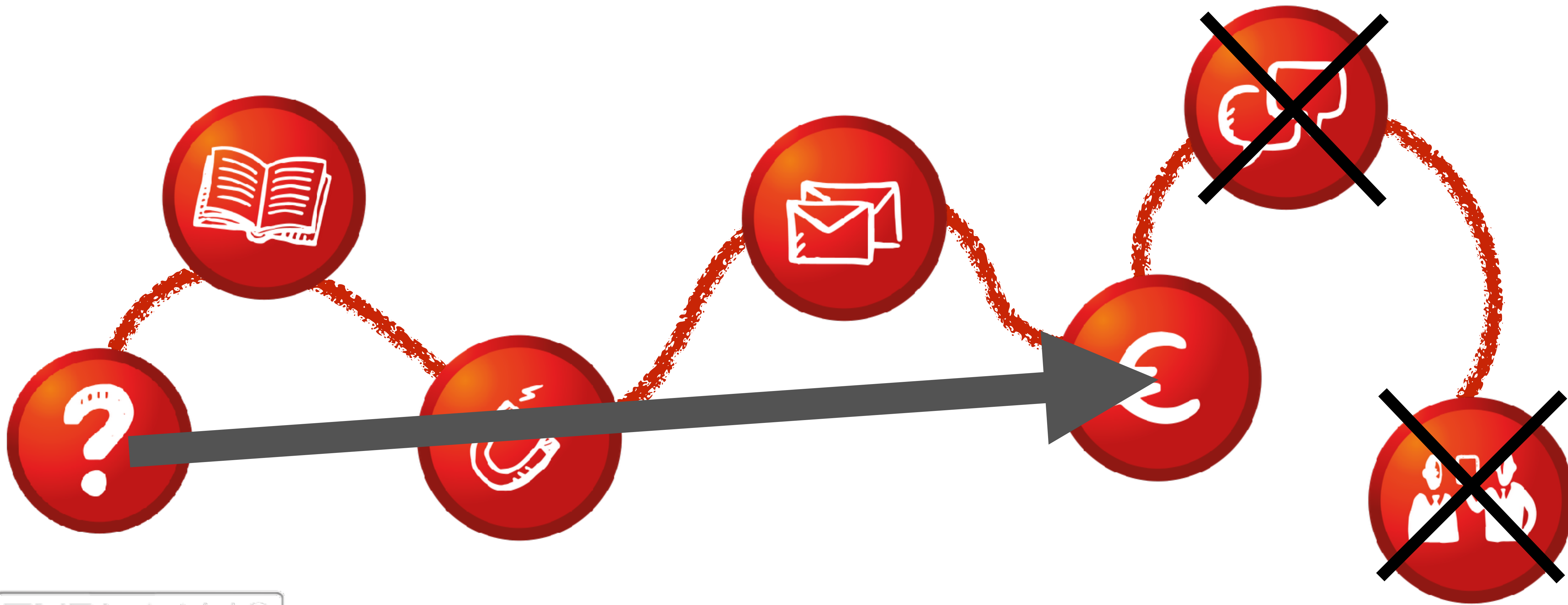


JUHA



ANTTI

OSTOPOLKU



SISÄLTÖMARKKINOINTI

Kaikki lähtee sisällöstä

- 92% hauista alkaa Googlesta
- Sisältö vie sivulle nro 1
- Luottamus on voitettava verkossa, koska 60-80% ostopäätöksestä tehdään siellä
- Jokin syy etsiä tietoa, vaikka ei ostohousut jalassa

TEHTÄVÄ

Mikä sinusta on haastavaa markkinoinnissa?

NETTISIVUT

Kaikki lähtee sisällöstä

- Kenelle myyt
- Perus-sisältö: Kuvat, hinnat, mitat, värit, yhteystiedot...
- Mitä sinä ratkaiset ja miten
- ”Eihän kirjoittamiseen ammattilaista tarvita”
- Visuaalinen ilme, onko sillä merkitystä?

Olethan tuotteistanut palvelusi?

PARANTAISEN TEESIT

SELKEÄ SISÄLTÖ

TAKUU

HYVÄ NIMI

SELKEÄ HINTA

TÖRKEÄ LUPAUS

SISÄLTÖMARKKINOINTI

Useita tehtäviä

- Liikenne
- Asiantuntemus & auktoriteetti
- Tutuksi tuleminen
- Mielenpitemien muokkaaminen
- Kiitollisuudenvelka
- Taktisia välineitä —> some, mainonta, posti, liidien hoiva

SISÄLTÖMARKKINOINTI

On strategia

- Muodot: Teksti, ääni, video, infografiikat, e-kirjat, oppaat
- Somesisältö
- Blogi —> omalla sivustolla
- Muita: wordpress.org, blogbook.fi, uusisuomi.fi, LinkedIn
- Jakelukanavina: Some, email, suoraposti, ilmoitukset...
- Tavoite: suora yhteys tai vähintään yhteystiedot

SISÄLTÖMARKKINOINTI

Kenelle?

- Kohderyhmät kenelle myydä
- Kaikille kaikkea, on lopulta ei mitään kenellekkään
- Kohderyhmien puute —>
kanavien valinta mahdotonta ja budjetin teko lottoa

TEHTÄVÄ

1. Päätä sisältömarkkinointisi koti ja perustele valintasi. Etenkin jos se on jokin muu kuin omat nettisivusi.
2. Valitse sitten mikä on tärkein sisältömuotosi ja sen lisäksi kaksi tukimuotoa. Siis esimerkiksi "julkaisen pääosin tekstejä ja silloin tällöin infografiikoita ja videoita".

SISÄLTÖMARKKINOINTI

Millainen viesti?

- Ystävälle tietynlainen kieli, sävyt
- Yhteinen kieli —> henkilökohtaisempi
- Tunne —> vain sinulle
- Asiakasprofiilit auttaa

TEHTÄVÄ

Kehitä itsellesi kymmenen sisältöideaa. Siis kymmenen aihetta, joista voisit kirjoittaa, tehdä videon tai tuottaa muuta sisältöä blogiisi.

SISÄLTÖMARKKINOINTI

Kirjoittamisen Vinkit by Antti

- Miten kirjoitan hyvää sisältöä?

SISÄLTÖMARKKINOINTI

Missä ja miten jaetaan

- Valtaosa käyttää sosiaalista mediaa, mutta harva tuottaa oikeasti sinne materiaalia
- Hyvät artikkelit ja videot pitävät some-kanavasi virkeinä
- Kun julkaiset uutta sisältöä, jaa se aina kaikissa mahdollisissa kanavissa ja eri tileillä

SISÄLTÖMARKKINOINTI

Missä ja miten jaetaan

- Sen lisäksi, että jaat kaikkialla, jaa useamman kerran
- Jaa myös vanhoja materiaaleja tasaiseen tahtiin
- Lataa videot suoraan Facebookiin, sillä ulkopuolelta linkitetyt videot jäävät vähemmälle huomiolle
- Muista käyttää kuvia!

TEHTÄVÄ

Tee itsellesi suunnitelma missä kaikkialla jaat uuden artikkelin. Listaa siis sekä ilmaiset että maksulliset kanavat ja tavat.

LIIDIMAGNEETTI

Tiedä kuka käy kuumana

- Rajattu potentiaali
- Liidi = sinusta kiinnostunut, joka on antanut signaalin
- Tunne liidi —> rakenna polku

LIIDIMAGNEETTI

Paljastaa kiinnostuneet

- Kohderyhmä tai kiinnostuneet aiheesta
- Ilmainen teksti-, ääni- tai videomateriaali
- Selkeästi hyödyllinen
- Kiitollisuudenvelka
- Opettaa asiakkaita
- Vähentää turhia kyselyitä

LIIDIMAGNEETTI

Paljastaa kiinnostuneet

- Kohderyhmä tai kiinnostuneet aiheesta
- Ilmainen teksti-, ääni- tai videomateriaali
- Selkeästi hyödyllinen
- Kiitollisuudenvelka
- Opettaa asiakkaita
- Vähentää turhia kyselyitä

LIIDIMAGNEETTI

Millainen?

- Tyypilliset kysymykset?
- Mikä arveluttaa, pelottaa?
- Mitä eivät osaa kysyä?
- Miksi eivät osta?
- Mitä voisit välttää?
- Esimerkki alviton vs. alv

TEHTÄVÄ

Ideoi ja päättä oman liidimagneettisi aihe
Kirjoita ranskalaisilla viivoilla sisältöideat

LIIDIMAGNEETTI

Miten

- Saa heti
- Nimi & sähköposti
- Tilauslomake nettisivulle —> automaatio hoitaa
- Mikrositoumus ensin —> ”Haluan oppaan”

Yksikin virhe asunnonvälittäjän valinnassa voi maksaa sinulle tuhansia euroja.

Tämä maksuton opas neuvoa kuinka vältät seitsemän tyypillisintä mokkaa!

Haluan välttää virheet!



Hakukoneoptimoinnin ostajan opas verkkokauppiaille

1. Miksi hakukoneoptimointia ei kannata ostaa?

- + Selvitä kilpailutilanne ja oma näkyvyys
- + Jos kova kilpailu, niin hanki kumppani

2. Hyötyykö verkkokauppa oikeasti hakukoneoptimoinnista?

- + Hakukoneoptimoinnin tavoite
- + SEO vs. AdWords -mainonta

3. Milloin hakukoneoptimointi ei pelasta tilannetta?

- + Hakukoneoptimointi ei kasvata myyntiä automaattisesti, se tuo potentiaalista liikennettä
- + Varmista verkkokauppasi toimivuus (konversiot)

4. Miten valita paras mahdollinen palvelun tuottaja?

- + Mikä erottaa todellisen tekijän? (löytyy vs. näkyy Googlessa)
- + Kädet sidottuina tuloksiin -> tulostakuu!
- + Referenssit ja onnistumiset kilpailuilla toimialoilla (varmista hakusanojen hakumäärät)
- + Henkilökemiat kohtaavat
- + Onko olemassa hyvää ja halpaa optimointia?
- + Tekijöillä riittää töitä -> ei tarvitse myydä puhelimesta

5. Vältä nämä X kallista virhettä optimoinnin ostossa

- + Valitaan hakusanat, joilla ei ole hakuja
- + Valitaan hakusanat, joilla saadaan vääräntyyppisiä kävijöitä
- + Sijoitukset eivät nouse, mutta laskutus rullaa jatkuvasti
- + Ennakkomaksu ja tekijä kadoksissa
- + Ostetaan mainostoimistolta, ei hakukoneoptimointiyritykseltä

6. Ostajan tarkastuslista ja kysymykset

- + Miten päädyitte tekemään hakukoneoptimointia?
- + Mistä osa-alueista optimointi koostuu? (pitää sisältää sisäinen optimointi, tekninen optimointi ja linkitykset)
- + Miten linkityksiä hankitaan?
- + Mitä hakusanoja optimointi sisältää?
- + Kuinka kauan tuloksien saavuttaminen kestää?
- + Referenssit (onko samantyylliseltä toimialalta?)
- + Kokemus vuosissa ja tuloksissa (2 + 2 + 2 vuoden kokemus = 2 vuoden kokemus, ei 6 vuoden kokemus)
- + Mitä tehdään, jos saadaan Googelta rangaistus?
- + Mitä mieltä Googlen Page Rankista (viimeisin päivitys vuonna 2013)

LIIDIMAGNEETTI

Myy sitä!

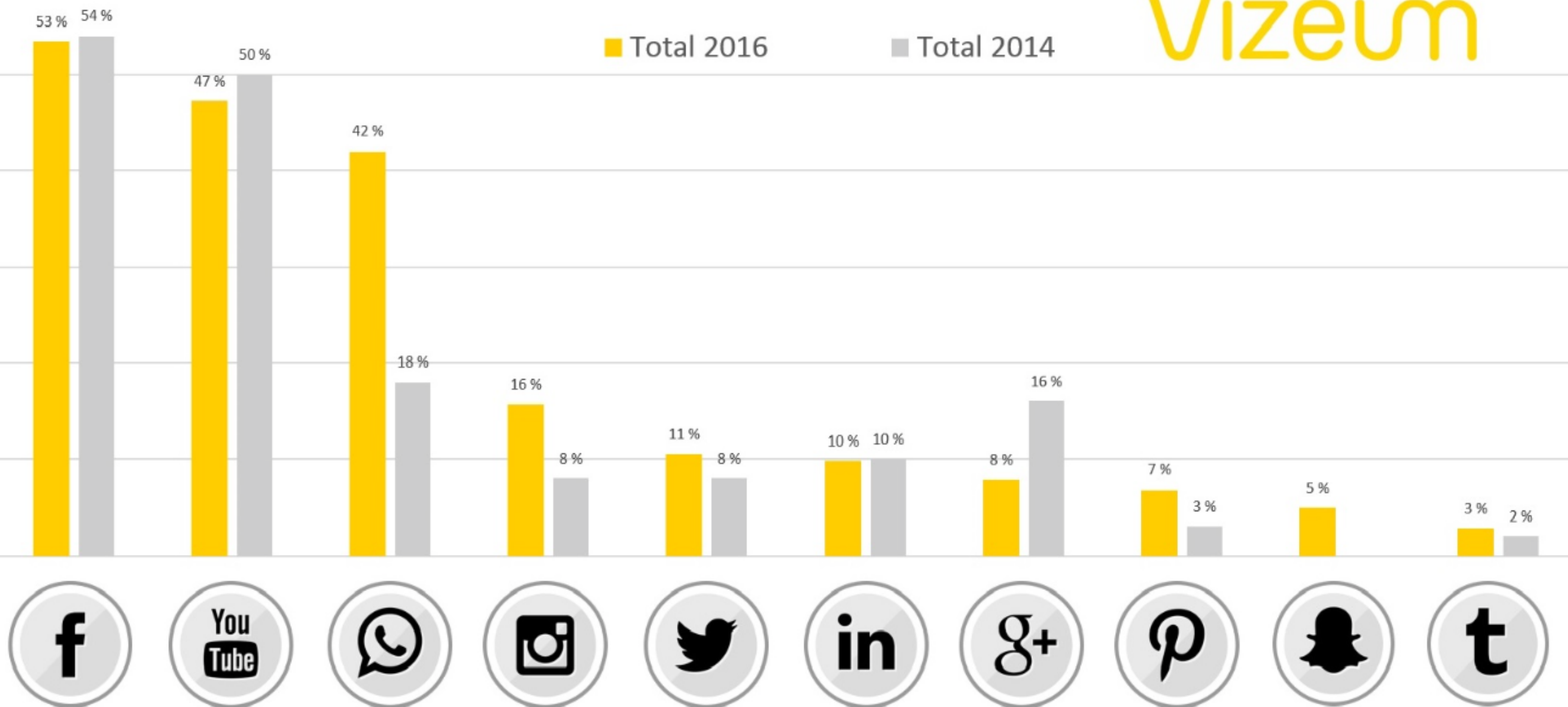
- Minimi on yhteystiedot = liidi
- Isoon rooliin
- Laskeutumissivut, omat domainit
- Mainosta: Facebook, Google, Lehdet, Radio, TV, blogissasi, käyntikortit, harrastuksen kannatuslehdet
- Käytä rahaa

SUOMALAISET SOSIAALISESSA MEDIASSA

Vizeum

■ Total 2016

■ Total 2014



TUPLAAMO LIVE

MARKKINOINTILEIRI, JOKA MUUTTA ELÄMÄSI.
PARI PAIKKAA JÄLJELLÄ.

KATSO LISÄÄ

[HTTP://WWW.TUPLAAMOLIVE.FI](http://www.tuplaamolive.fi)

OY TULOKESENTUPL
SENTUPLAUSTOIMI
LAUSTOIMISTO AB

Oy TuloksenTuplausToimisto ab



Hatanpään valtatie 34C
33100 Tampere



0400 300 385

Sähköiset kontaktit



pasi@tuplaamo.fi
www.tuplaamo.fi
www.pasirautio.fi