

2 Markkinoinnin perusteet

”Tuote markkinoinnin kilpailukeinona”

A white van is driving away from the viewer on a dirt road that stretches into the distance. The landscape is vast and flat, with low mountains visible on the horizon. The sky is filled with soft, golden light from a low sun, creating a hazy, atmospheric effect. Dust is kicked up by the van's wheels, trailing behind it.

People need to know
before they go

Congratulate **Milla Kalliokoski**
for starting a new position as
Entrepreneurship Coordinator
(digital marketing, marketing
communications, events,
projects etc.) at Aalto Startup
Center



KEA



Congratulate **Emmi Oikkonen**
for starting a new position as
E-marketing specialist at
OnniBus.com



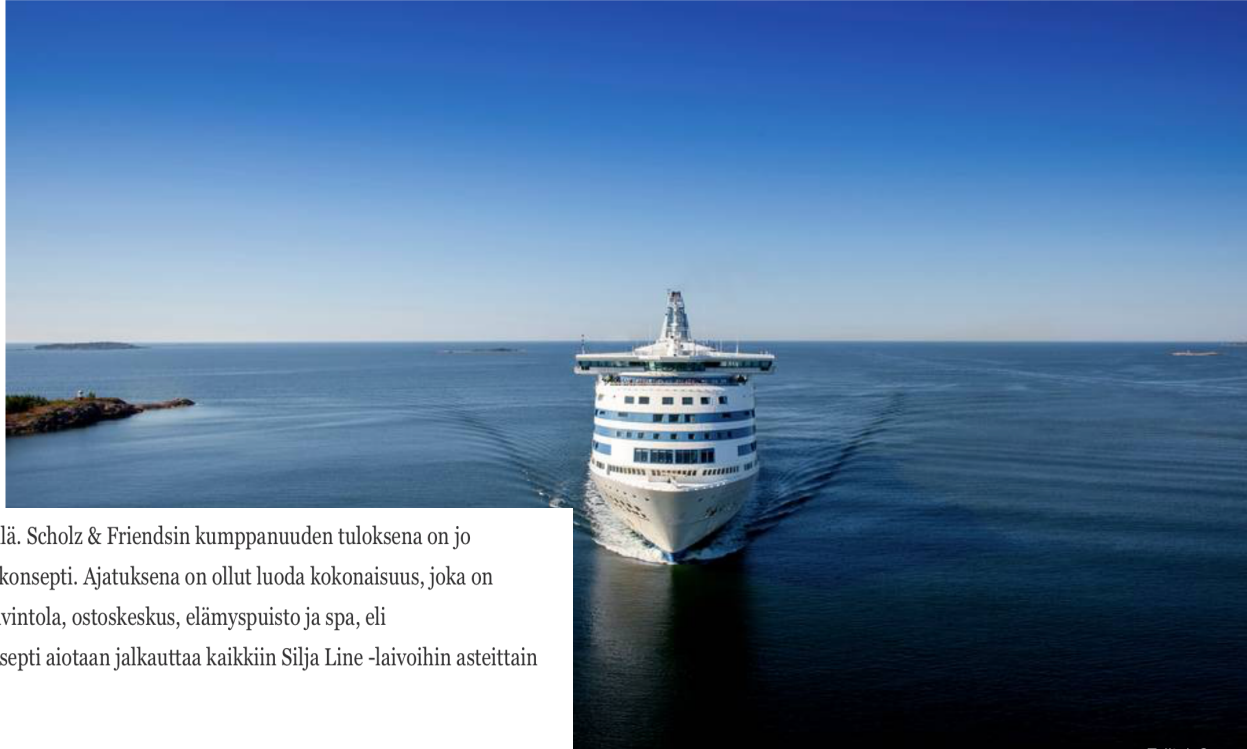
Congratulate **Suvi Widgrén** for
starting a new position as
Executive Vice President at
Smartum Oy



Congratulate **Ville Hast** for
starting a new position as
**Sales Director at Töölö
Urban**



Tallink Silja organisoii markkinointiaan uudelleen – ruotsalaistoimiston suunnittelema elämyskonsepti nousee laineille syksyllä



Yhteistyösopimus on solmittu kesällä. Scholz & Friendsin kumppanuuden tuloksena on jo toteutettu uusi Silja Resort -elämyskonsepti. Ajatuksena on ollut luoda kokonaisuus, joka on merinäkömillä varustettu hotelli, ravintola, ostoskeskus, elämyspuisto ja spa, eli kokonaisvaltainen lomakohde. Konsepti aiotaan jalkauttaa kaikkiin Silja Line -laivoihin asteittain syksystä alkaen.

Jos haluat markkinointitoimistoon töihin...

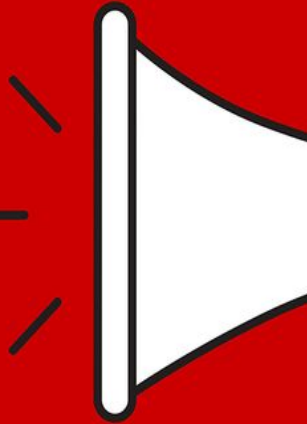
- ☐ Opettele valokuvaamista ja photoshoppia
- ☐ Opettele tekemään videoita ja editoimaan
- ☐ Opettele tekemään yksinkertaisia animaatioita
- ☐ Harjoittele sisällöntuotantoa
- ☐ Hubspot 1-5 (tai muu markkinointiautomaatio)

Päivi Lehtonen, toimitusjohtaja
Harvamarketing Oy

Inbound vs. Outbound Marketing

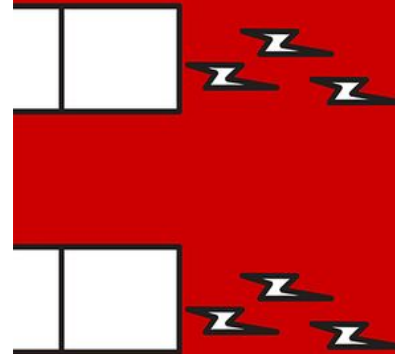
Outbound

Outbound's goal is to reach people by pushing a concept on them. This is often referred to as talking at your audience.



Inbound

Inbound draws consumers to the product or service with interesting content, like a magnet.



Outbound

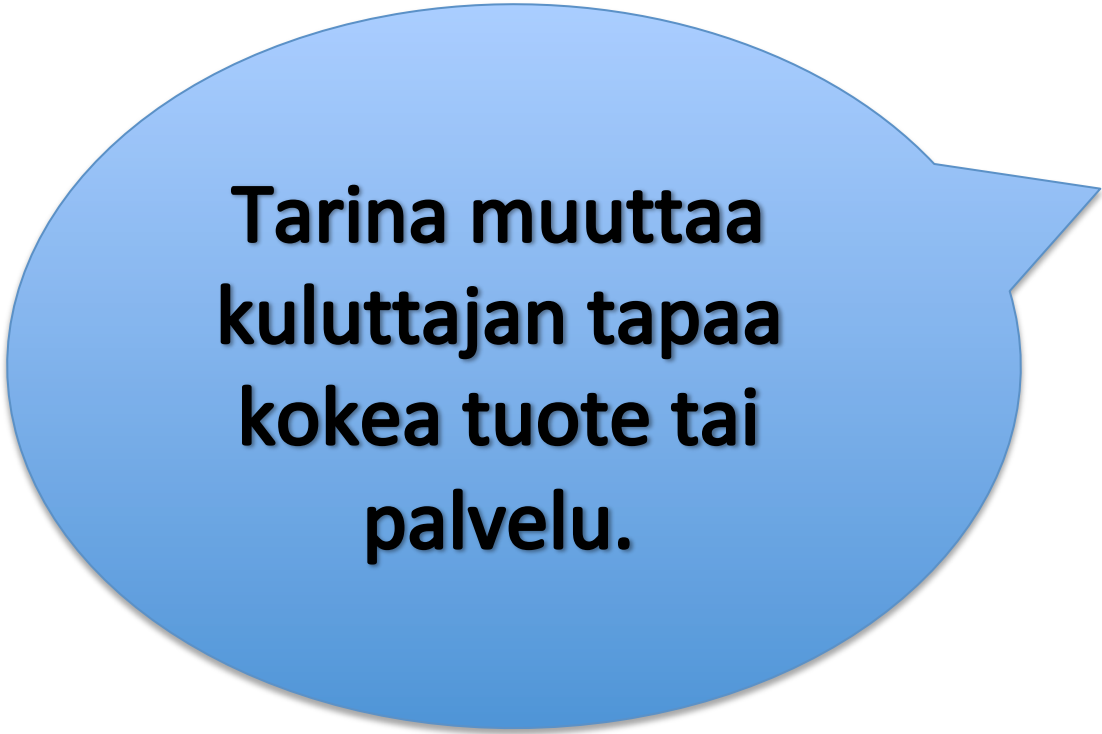
- ☐ Mainontavetoista ja keskeyttävää
- ☐ Markkinoija on yhteydessä asiakkaaseen
- ☐ Yksisuuntainen kommunikaatio
- ☐ Ei tuota arvoa asiakkaalle
- ☐ Maksettu mainonta mm. TV, radio, printti, suoramarkkinointi
- ☐ Kampanjaluontoista ja vaikeasti mitattavaa





Inbound

- ☐ Sisältövetoista ja osallistavaa
- ☐ Asiakas on itse yhteydessä markkinoijaan
- ☐ Kaksisuuntainen kommunikaatio
- ☐ Tuottaa arvoa asiakkaalle
- ☐ Sisällöt mm. verkkosivustot ja blogit, videot, oppaat, some, sähköposti
- ☐ Jatkovaa ja mitattavaa



**Tarina muuttaa
kuluttajan tapaa
kokea tuote tai
palvelu.**

TUOTE

(VOI OLLA PALVELUKIN)

MIKÄ TARVE,
HAASTE, ONGELMA
LÖYTYY MARKKINOILLA

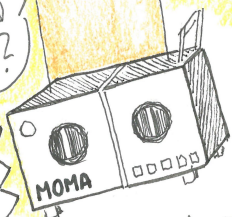


RATKAISUN
IDEOINTI

TEE
PROTO

Mitä mieltä
olet tästä?

MAAILMAN
JÄTEMUOVIN
RUUAKSI
PROSESSOIVA
MOMA

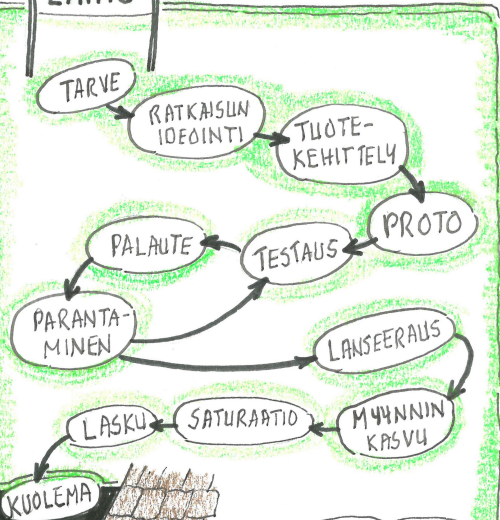


WAU!

TESTAUS
MARKKI-
NOILLA

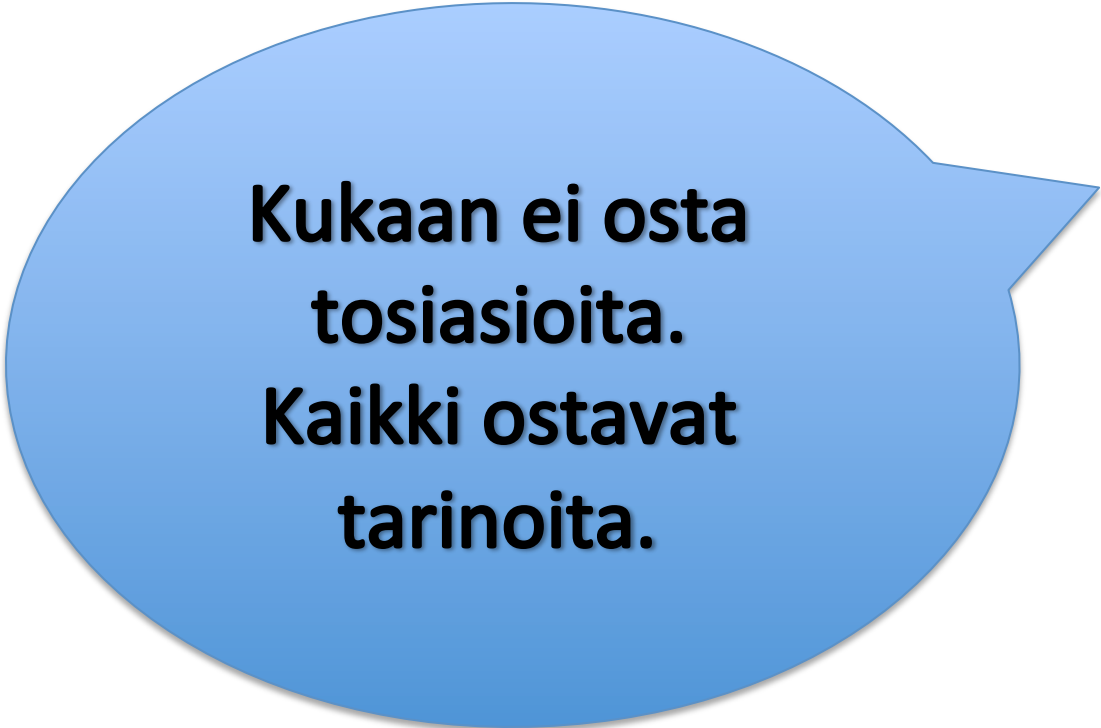
PALAUTE
Käyttäjä-
kokemukset

LÄHTÖ



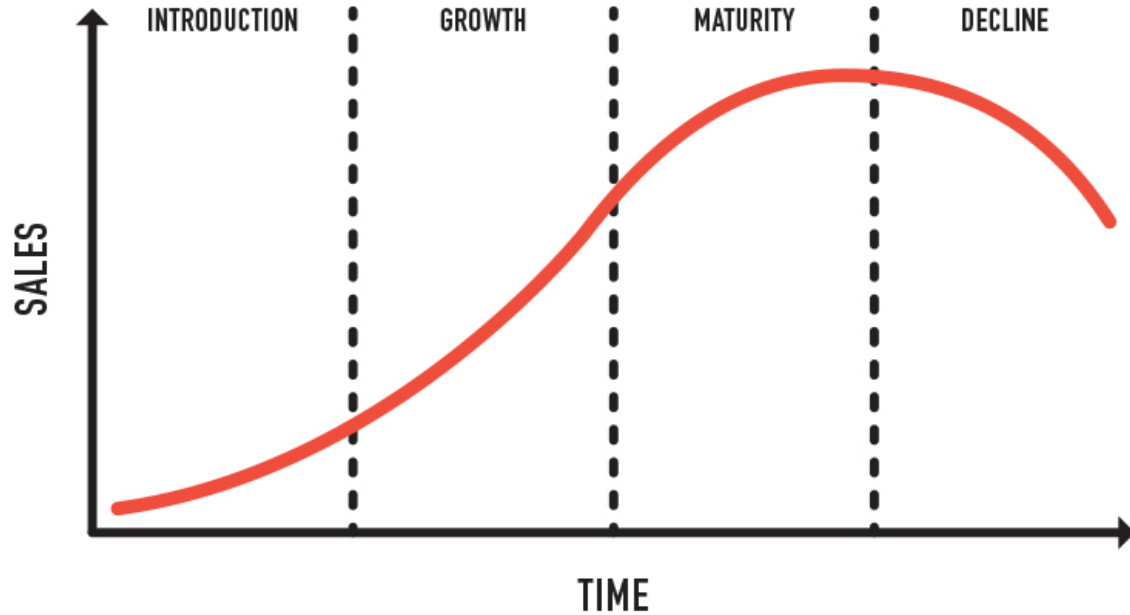
KEHITYS- PAJA

AIKA PALJON
TUOSSA MOMASSA
ON PARANNETTAVAA.
TÖIHIN!

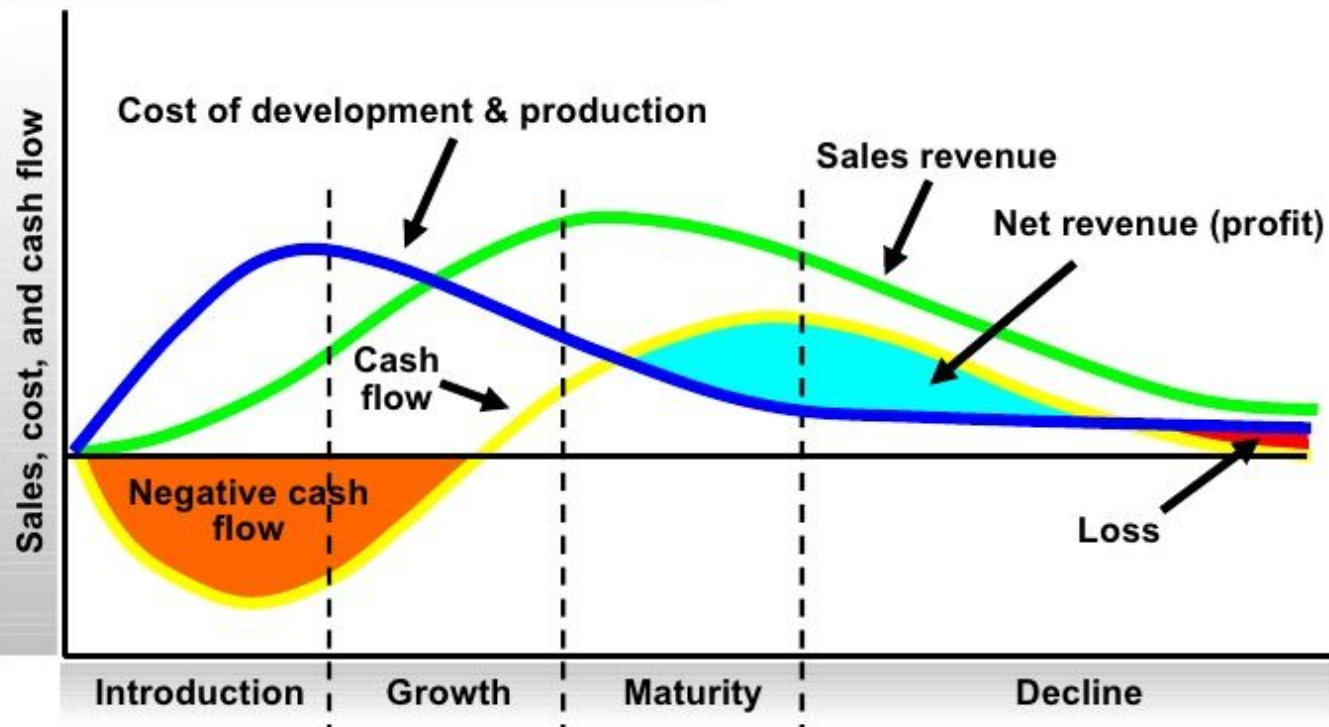


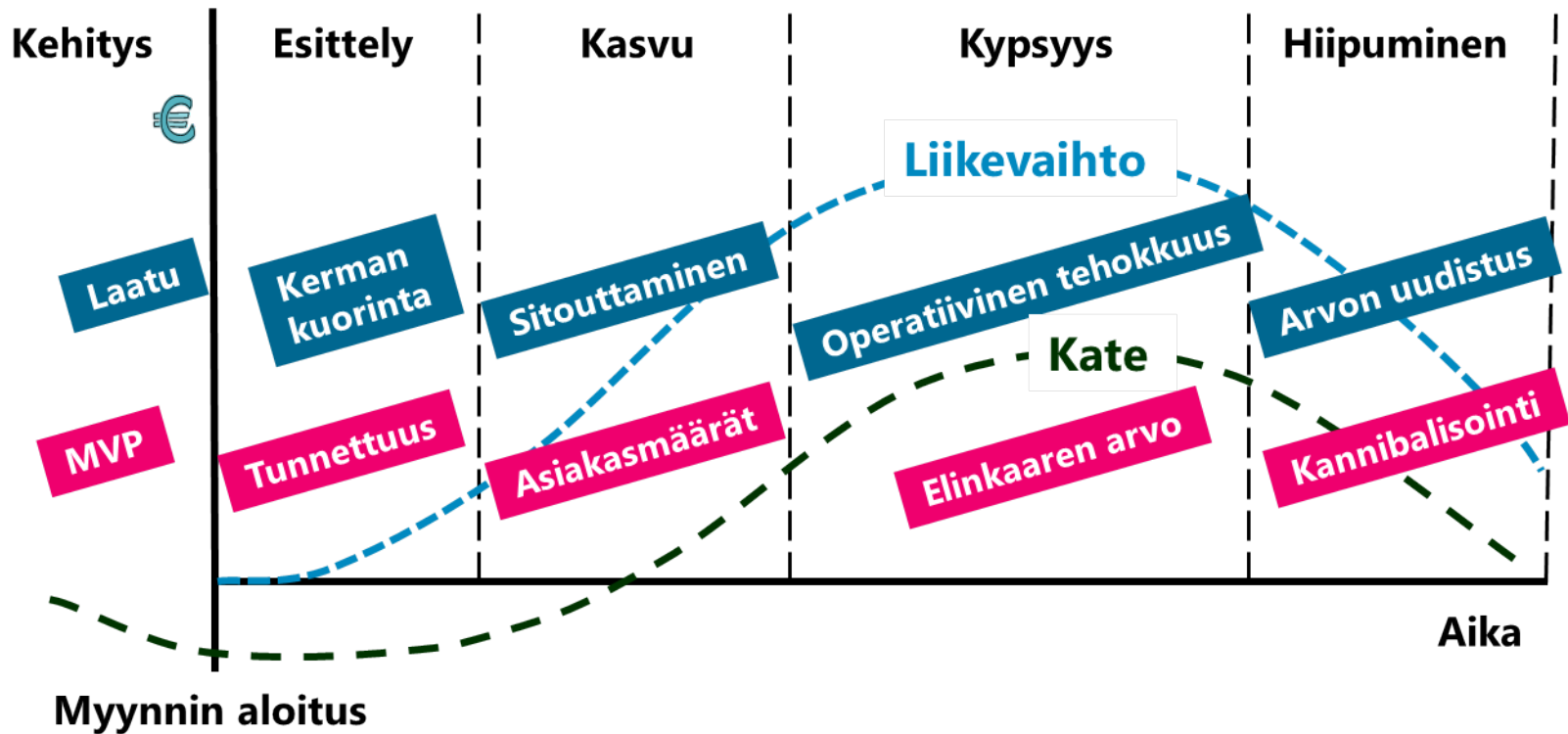
**Kukaan ei osta
tosiasioita.
Kaikki ostavat
tarinoita.**

PRODUCT LIFECYCLE



Managing Product Life Cycle





Esittelyvaihe

- Kysynnän edistäminen
- Markkinointi- ja viestintäpanostukset
- Turvattava tuotteiden riittävyys

Kasvuvaihe

- Volyymi kasvaa
- Hankintojen tehostaminen
 - Jakelutieratkaisujen kehittäminen
- Laadun parantaminen

Laskuvaihe

- Volyymi ja kysyntä laskevat
- Varastotasot laskevat ja varmuusvarastot mahdollisimman alas
- Lisäarvopalvelut

Kypsyysvaihe

- Hintakilpailua
- Vaihtoehtoisten toimittajien etsiminen
- Kuljetusten tehostaminen
- Tuotteen muuntaminen