

# MAA- JA KOTITALOUSNAISET

*Juuret maalla*





MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET

# **Muutama sana markkinnoinnista**

# Markkinoinnissa tärkeimmät tehtävät:

- Määritä tavoiteltava myynti jokaiselle tuotteelle/ palvelulle kohderyhmittäin.
- Määritä mitä markkinoinnilta tavoittelet:
  - tietynlaista asiakaskuntaa,
  - asiakasmäärää,
  - tietyinä aikana, tietyllä hinnalla?
- Kuinka hoidan asiakassuhdetta kaupan jälkeen?



# Markkinoinnissa tärkeimmät tehtävät:

- Hinta kohdalleen ja asiakkaalle ymmärrettäväksi.
  - Hinta yrityksen kannattavuuden merkittävin yksittäinen tekijä
  - Mieti mikä on oikea hinta tuotteellesi → myyntikate
  - Hinnoittele myös oma työsi
  - Hintataso – tuoteimago
  - Hinnat asiakkaan näkyvillä, myös alv
  - Asiakas vertailee, netti ja verkkokauppa antaa mahdollisuuksia



# Yrityskuvan luonti alkaa heti alussa

- Ensivaikutelma on tärkein.
- Väitetään, että ihmisestä muodostuu mielikuva puolen minuutin sisällä tavattaessa. Tuo mielikuva säilyy pitkään, ja pitää yleensä vielä paikkansakin.
- Myös asiakkaat ja yleisö tekevät mielikuvapäätöksensä sen mukaan, miltä yritys ja sen edustajat näyttävät ja miten he esiintyvät.
- Tärkeitä ulospäin näkyviä kuntoon laitettavia yrityksen tunnusmerkkejä ovat tässä tärkeysjärjestyksessä yrityksen logo, kotisivut ja domainnunnus, käyntikortit, yrityksen henkilökunnan vaatetus, mainosteippaukset, lähetteet, pakkauslistat, laskulomakkeet, leimasimet ja kirjekuoret.

# Käytä ammattilaista mainonnan teossa

- Käytä ammattilaisia mainontaan ja markkinointiin liittyvän materiaalin tuotannossa.
- Älä yritä tehdä itse, jollet pysty ammattilaisen tasoiseen suoritukseen. Mielikuvia on vaikea muuttaa.
- Jos talous ei anna mahdollisuutta ammattilaisten käyttöön, käytä väliaikana neutraaleja ratkaisuja ja laita yksi asia kerrallaan kuntoon.

# Painotuotteet edelleen arvossaan?

- Markkinointivälineenä painetut esitteet tulevat edelleen olemaan tärkeitä, vaikka monella alalla nettisivut ovatkin ne ohittaneet.
- Esitteitä tehtäessä tulee luottaa ammattilaisiin.
- Sopiva painosmäärä on todellinen puolen vuoden tarve, vaikka kirjapaino houkuttelisikin suuremman määrän tilaamiseen.

# Kohdennettu markkinointi

- Markkinointi ei tarvitse olla välttämättä hakuammuntaa vaan voidaan käyttää kohdistettua markkinointia, jos tuotetta myydään tietyille asiakasryhmille.
- Helpoin tapa on ilmoittaa alan lehdissä, mutta myös radiolla, googlella, facebookilla, televisiolla on todella tarkat tiedot asiakasryhmistä, joille mainonta voidaan kohdistaa.







# Kenelle tarjoat?

**20—35 –vuotta?**

Perheellinen?

**Yli 65-vuotias?**

Mies — nainen?

Pienet lapset —  
aikuiset lapset —  
lapseton?

**Kaupunkilainen—maaseudun asukas?**

- Mitä asioita korostat?
  - Millaiset arvot heillä on?
  - Minkä ikäisiä he ovat?
  - Millainen koulutus heillä on?
  - Millaiset perheet heillä on?
  - Missä he asuvat ?
  - Millaisia tarpeita heillä on?

# Yhteismarkkinoinnilla lisää näkyvyyttä

- Yhteismarkkinoilla on mahdollista saada suurempaa näkyvyyttä pienemmillä kustannuksilla.
- Liittyykö tuotteeseesi tai palveluusi olennaisesti jokin muu tuote tai palvelu. Voisitteko tehdä yhteistyötä ja jakaa kustannukset?
- Samalla voitte kaupata toistenne palveluita esim. lomamökki ja ohjelmapalvelu.
- Hyödyntämiskeinoja on monia esim. kotisivut, lehti-ilmoitukset, messut, yhteistapahtumat jne.

# Ilmainen markkinointi ja sosiaalinen media

- Paikallis- ja ilmaisjakelulehdet tekevät yrityksesi mielellään jutun ilmaiseksi.
- Hyödynnä sosiaalisen median mahdollisuudet, mutta muista että mukana olo voi viedä yllättävän paljon työaikaa ja mahdollinen negatiivinenkin palaute voi tulla suoraan kaikkien nähtäville.
- Ilmaista markkinointia yrityksen puolesta tekevät asiakkaat, rahoittajat, kunta, tavarantoimittajat, naapurit, sukulaiset ja omat työntekijät. Hyvät suhteet em. sidosryhmiin ovat erityisen tärkeitä.

# Suunnittele ja aikatauluta markkinointi

- Toimenpide: \_\_\_\_\_
- Teema: \_\_\_\_\_
- Vastuu: \_\_\_\_\_
- Aikataulu: \_\_\_\_\_
- Kustannukset budj. €: \_\_\_\_\_
- Kustannukset toteutuma €: \_\_\_\_\_
- Huom!: \_\_\_\_\_
- Jatkotoimet: \_\_\_\_\_



# Valinnan perusteet



Ensimmäinen ostokerta tehdään mielikuvan, imagon perusteella.

Seuraavaa ostokertaa ohjaa kokemus.



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET

# Hyvä kello kauas kuuluu – paha vielä kauemmas



- Mitä asioita haluat asiakkaille näyttää?
  - Turvallisuus asiakkaalle ja eläimelle on turvallista myös markkinoinnissa.
  - Somen vahvuus ja vaarat

# Usein unohtuu

- Palautteen kysyminen ja toiminnan korjaaminen.
- Markkinointitoimien vaikutusten seuranta.

*”Olemme asiakaslähtöisiä”*

**95 % ”TARJOAMME YLIVERTAISIA ASIAKASKOKEMUKSIA”**

**80 %**

**”Olen saanut erinomaisen asiakaskokemuksen”**

**8 %**

*Kuinka voit tietää, kuinka onnistuit, jos et kysy!*

