

Sisällöntuotanto
on myynti- ja markkinointi-
koneiston sydän.

**NAK
EMY
KSIA**

The background of the slide is a blurred photograph of several people's hands holding and using smartphones. The focus is on the hands and the devices, with the faces and other details of the people being out of focus. The overall tone is dark and professional.

Valtaosa* B2B-ostajista
**etsii tietoa verkosta
ennen ostopäätöstä.**

*Forrester 2015: jopa 74 %

**NAK
EMY
KSIA**

Oikeanlaiset sisällöt
**palvelevat
sekä inbound-
että outbound-
myyntiä**



**NAK
EMY
KSIA**

OUTBOUND	INBOUND
Push, tyrkytä	Pull, houkuta
Tuotekeskeisyys	Käyttäjäkeskeisyys
Lyhyellä tähtäimellä	Pitkällä tähtäimellä
Kampanjatyyppejä toteutuksia	Jatkuva prosessi
Mainostusta ja promoja	Koulutusta ja ongelmanratkaisua

OUTBOUND	INBOUND
Push, tyrkytä	Pull, houkuta
Tuotekeskeisyys	Käyttäjäkeskeisyys
Lyhyellä tähtäimellä	Pitkällä tähtäimellä
Kampanjatyyppejä toteutuksia	Jatkuva prosessi
Mainostusta ja promoja	Koulutusta ja ongelmanratkaisua
Molempia tarvitaan!	



Vinkki 1

Aseta tavoitteet

Haluatko kasvattaa myyntiä tai tunnettuutta?
Määritä määrälliset ja laadulliset tavoitteet.

Tavoitteenasi voi olla esimerkiksi:

- tuottaa liidejä myynnille
- nostaa tunnettuuttasi
- tai vahvistaa asiantuntijarooliasi oikeassa kohderyhmässä

NAK
EMY
KSIÄ

Mikä ihmeen liidi?

- Liidi on vihje potentiaalisesta asiakkaasta.
- Liidejä voi kerätä esimerkiksi datan avulla omilta verkkosivuilta tai vaikka messuilta.
- Myyntiliidi eli myyntivihje on myyjän ja myyntiä tekeväille yritykselle tärkeää polttoainetta.

Vinkki 2

Tunnista asiakasprofiilit

Tunnista eri kohderyhmät ja opi tuntemaan asiakkaidesi haasteet, tarpeet ja kiinnostuksen kohteet. Viesti jokaiselle kohderyhmälle heitä kiinnostavasta näkökulmasta.

NAK
EMY
KSIÄ

Vinkki 3

Määritä ydinosamisesi

Kirjoita auki, mitä ratkaisuja tarjoat kullekin kohderyhmälle ja määritä asiakkaan saamat hyödyt. Puhu tuotteiden sijaan ratkaisuista, sillä tämä vahvistaa yrityksesi asiantuntijuutta.

Asiantuntijuus

Ratkaisut

Tuotteet

**NAK
EMY
KSIA**

Vinkki 4

Määrittele avainsanat

Löydä asiakkaillesi relevantit avainsanat ja käytä niitä ahkerasti eri sisällöissä, niin online kuin offline:

- www-sivuilla
- blogeissa
- oppaissa
- sosiaalisen median sisällöissä
- videotuotannossa
- ja mainoksissa

NAK
EMY
KSIA

An aerial photograph of a winding asphalt road through a dense green forest. A small stream flows alongside the road. The text is overlaid on the left side of the image.

Vinkki 5

Tee laadukkaasti

Aiheita ei tarvitse olla heti alkuun lukuisia. Riittää, kun aloitat muutamasta teemasta, joiden ympärille luot isomman sisältökokonaisuuden. Sisältöjä on tällöin helppo pilkkoa pienempiin osiin ja jakaa eri kanavissa.

NAK
EMY
KSIA



Vinkki 6

Hio sisällöt timanttisiksi

Luo sisältöä, joka auttaa asiakastasi ja tarjoaa ratkaisun ongelmaan.

- Poimi strategiastasi iskulauseita, jotka toimivat sisältömarkkinoinnin ytimenä.
- Tee viestintää, jolla on kasvot ja anna asiantuntijoidesi loistaa.
- Kerro aitoja tarinoita, jotka inspiroivat. Tämä herättää luottamusta.
- Ole hauska, kiinnostava ja ajankohtainen!

**NAK
EMY
KSIA**

A person wearing a yellow jacket and a backpack is walking away from the camera on a suspension bridge. The bridge is made of wooden planks and metal cables, and it spans a deep, forested valley. The background is a dense forest of evergreen trees.

Vinkki 7

Viesti oikeissa kanavissa

Tunnista ostopolun kohdat, joissa asiakas voi kohdata viestisi.
Määritä myös ne pisteet, joissa haluat, että viestisi näkyy asiakkaalle.

Ylläpidä

Ole läsnä

Käännytä

Houkuttele

**NAK
EMY
KSIA**

Ostopolku, mentiinkö nyt metsään?

- Ostopolku kertoo sen, miten asiakkaasi etsii ja löytää tietoa.
- Ostopolun alku voi löytyä melkein mistä vaan, hakukoneesta, sosiaalinen media, tuttavien suositus tai vaikkapa lehtiartikkelista.
- Olet aina itse vahvemmassa asemassa, kun pääset ostopolulle asiakkaan kanssa mahdollisimman aikaisessa vaiheessa – ja olet ehkä askeleen edelläkin.

Vinkki 8

Ota markkinoinnin automaatiosta tehot irti

- Markkinoinnin ja myynnin toimien tehostuminen ja asiakaskokemuksen parantuminen
- Säästää ja tehostaa markkinoinnin työaikaa automatisoimalla rutiineja
- Lisää liidien määrää ja parantaa niiden laatua
- Auttaa reagoimaan juuri oikeaan aikaan asiakkaan ostoprosessin eri vaiheissa juuri oikeanlaisilla viesteillä

NAK
EMY
KSIÄ

Vinkki 8

Ota markkinoinnin automaatiosta tehot irti

- Lämmittää ja jalostaa liidejä ja ohjaa ne myynnille juuri oikealla hetkellä
- Lisää dataa ja analytiikkaa päätöksenteon tueksi
- Automatisoi, personoi ja kohdentaa sähköpostimarkkinointia
- Parantaa myynnin tehokkuutta ja konversioastetta

NAK
EMY
KSIÄ

Vinkki 9

Toista

Laadukkaat sisällöt kestävät kulutusta.
Voit huoletta toistaa viestejä useasti
ja monessa eri kanavassa, jotta ne
tavoittavat kohderyhmän tehokkaasti.

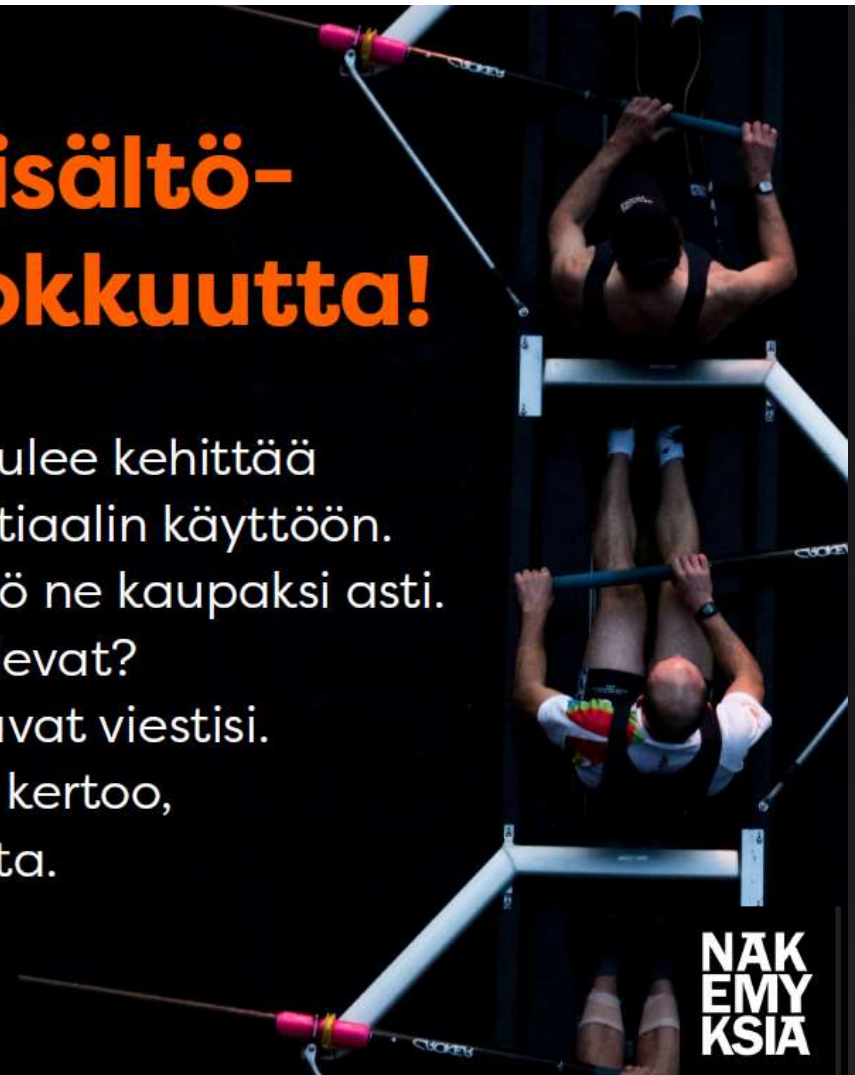
NAK
EMY
KSIÄ

Vinkki 10

Muista tarkkailla sisältömarkkinointisi tehokkuutta!

Sisältömarkkinointi on prosessi, jota tulee kehittää aktiivisesti, jotta saat sen koko potentiaalin käyttöön.

- Kerää liidejä ja seuraa, päätyivätkö ne kaupaksi asti.
- Mistä kanavista sivustovierailut tulevat? Se kertoo, missä asiakkaasi kohtaavat viestisi.
- Millä sivuilla vieraillaan eniten? Se kertoo, mistä asiakkaasi ovat kiinnostuneita.



Tone of voice

- Miten puhutaan?
- Saumaton asiakaskokemus netissä ja kasvotusten
- Brändipersoona



Brändipersoona

Brändipersoona kertoo, millainen henkilö
yritys olisi, jos se olisi ihminen.

Brändipersoonan tulee välittyä jokaisessa
kohtaamisessa.



Tapa ja tyyli kommunikoida

Tapa ja tyyli kommunikoida kumpuavat
brändipersonasta.

Mitä viestitte kohderyhmillenne ja miten?

Valittu äänensävy ilmentää brändipersonaanne
ja vahvistaa haluttua brändiä joka kohtaamisessa
– oli se sitten verkossa tai liveinä.



Testaa yrityksesi brändipersona
<https://mbe.fi/brandipersonallisuus/>

Powered by Näkemystehdas MBE

Aino Pokela, sisältöstrategi

aino.pokela@mbe.fi

044 578 0021

[@ainopokela](#)

[@nakemystehdas](#) [#nakemystehdas](#)