



26.4.2018

MITEN MARKKINOIT VERKOSSA
Digitööpaja pienyrittäjille

OAKHILL OY

Marika Kakko
Yrittäjä, vuokrapäällikkö

Laaja työkokemus ja koulutus myynnin, markkinoinnin ja viestinnän parista.
Toiminut mm.

- ✓ Mainostoimisto MBE:n toimitusjohtajana,
- ✓ Sibeliustalon markkinointipäällikkönä,
- ✓ Pelicansin myynnissä ja markkinoinnissa ja viestinnässä,
- ✓ DNA:n yritysmyyntissä,
- ✓ henkilöstöpalvelualalla rekrytoinnin konsulttina.

Lisäksi luottamustehtävissä mm. Lahden Teollisuusseurassa, Hämeen Kauppakamarin matkailuvaliokunnassa ja Lahden Icehearts ry:n hallituksessa.

Lue lisää LinkedIn profiilista:

<https://www.linkedin.com/in/marikakakko/>



PÄIVÄN OHJELMA

- LUT tietoisuus
- Verkkosivujen olennaiset elementit
- Pienryhmätyöskentelyä
- LUT tietoisuus
- Tauko
- Verkkosivujen ja somekanavien merkitys yrityksen viestinnässä ja sisällön merkitys näkyvyydessä
- LUT tietoisuus
- Tehokas sisälläntuotanto: Mitä eri sisältöjä verkkosivuille ja somekanaviin kannattaa tuottaa?
- Pienryhmätyöskentelyä
- Oman tekemisen resursointi – käytännön esimerkkejä pienyrittäjän arjesta
- LUT tietoisuus
- Yhteenveto



VERKKOSIVUJEN OLENNAISET ELEMENTIT

VERKKOSIVUJEN TAVOITE

Verkkosivujen tavoite voi olla:

- myynnin kasvattaminen
- liidien hankinta
- tunnettuuden kasvattaminen
- brändimielikuvan kasvattaminen
- uusasiakashankinta
- asiakaspalvelu (chat, chatbot)

VERKKOSIVUJEN OLENNAISET ELEMENTIT

1. Selkeys, käytettävyys, helppous, toiminnallisuudet
2. Visuaalinen ilme
3. Kiinnostava sisältö – asiakkaan näkökulmasta
4. Julkaisujärjestelmä – päivittäjän näkökulma
5. Löydettävyys

oakhill.

1. SELKEYS, KÄYTETTÄVYYS, HELPPOUS & TOIMINNALLISUUDET



**Make a good first
impression.
You have 3-5 seconds.**

Start today.

Tutustu Airbnb:hen



Kohteet



Elämykset



Ravintolat

Esittelyssä Airbnb Plus

Uusi laadun ja mukavuuden osalta tarkastettu valikoima kohteita.

Tutustu Airbnb Plus -kohteisiin

 plus



Kohteet ympäri maailmaa



 Kieli ja valuutta

TUTUSTU

X8 MIG WELDER

GAMMA-
HITSAUSKYPÄRÄT
JA -
RAITISILMAJÄRJESTELMÄTREDUCED GAP
TECHNOLOGY
(RGT)KEMPPI FASTMIG
XÖLJY- JA
KAASUPUTKET

LAIVANRAKENNUS

LAITTEET

KÄSINHITSAUS

MIG

TIG

PUIKKO

MONIPROSESSI

AUTOMATISOITU HITSAUS

TALTTAUS

LAITTEIDEN VALIDOINTI

SOVELLUSOHJELMISTO

KÄSINHITSAUS

LISÄVARUSTEET

PISTOOLIT JA POLTTIMET

KULUTUSOSAT

HITSAUSTURVALLISUUS

KAUKOSÄÄTIMET

LISÄVARUSTEET VATTAVAT

KULJETUSKÄRRYT

HITSAUSHALLINTAOHJELMISTO

WELDEYE 

ASiantuntijapalvelut

KONSULTOINTI

HITSAUSOHJEET

KOULUTUS

 Suomi ▼

Hae

LÖYDÄ SOPIVA
TUOTE
TUOTEHAUN KÄYTTÖTUTUSTU
TUOTTEEMME
TOIMIALOJEN,
KOHTEIDEN TAI
TARPEIDEN MUKAISESTI

LATAUSKESKUS



YHTEYSTIEDOT

REFERENSSIT

UUTiset JA TAPAHTUMAT

UUTISKIRJEET

MEDIALLE

OK

Tämä sivusto käyttää evästeitä. Käyttämällä sivustoa hyväksyt evästeiden käytön. Lue lisää kohdasta [Evästeet](#).

oakhill.

1. VISUAALINEN ILME

DIGIAJAN MYYNTIÄ JA MARKKINOINTIA

Oakhillin palvelut ovat suunnattu yrityksille, joilla on halu ja tarve kehittää omaa liiketoimintaansa, erityisesti myyntiä ja markkinointia digitaalisuuden mahdollistamin keinoin. Oakhillin palvelut ovat suunnattu yrityksille, joilla on halu ja tarve kehittää omaa liiketoimintaansa, erityisesti myyntiä ja markkinointia digitaalisuuden mahdollistamin keinoin.

VUOKRAA MARKKINOINTIPÄÄLLIKKÖ

Ulkoistettu joustava resurssi omaan organisaatioon. Lisää tehokkuutta myyntiin ja markkinointiin. Ulkopuolista näkemystä ja kokemusta. Sopimukset alkaen 2 pv/kuukaudessa.

[LUE LISÄÄ >](#)

TYPOGRAFIA

Helvetica Neue LT Std

-bold

-light

Nettisivujen musta kirjasinväri on 80% black.

Printissä voidaan tarvittaessa käyttää 100% black.

oakhill.
oakhill.
oakhill.

LOGO

oakhill_black.pdf/eps/png

oakhill_white.pdf/eps/png

Kaikki tiedostot läpinäkyvällä taustalla

VÄRIT

CMYK 100B
RGB 000000

CMYK 100M 100Y
RGB a9122a

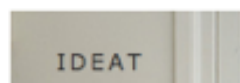
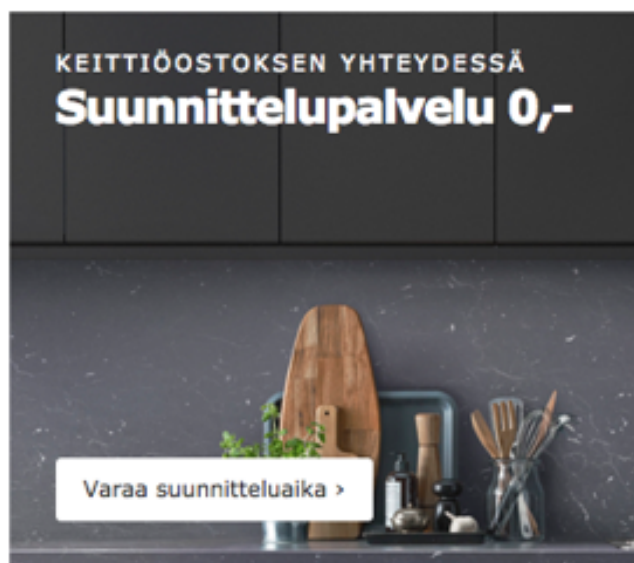
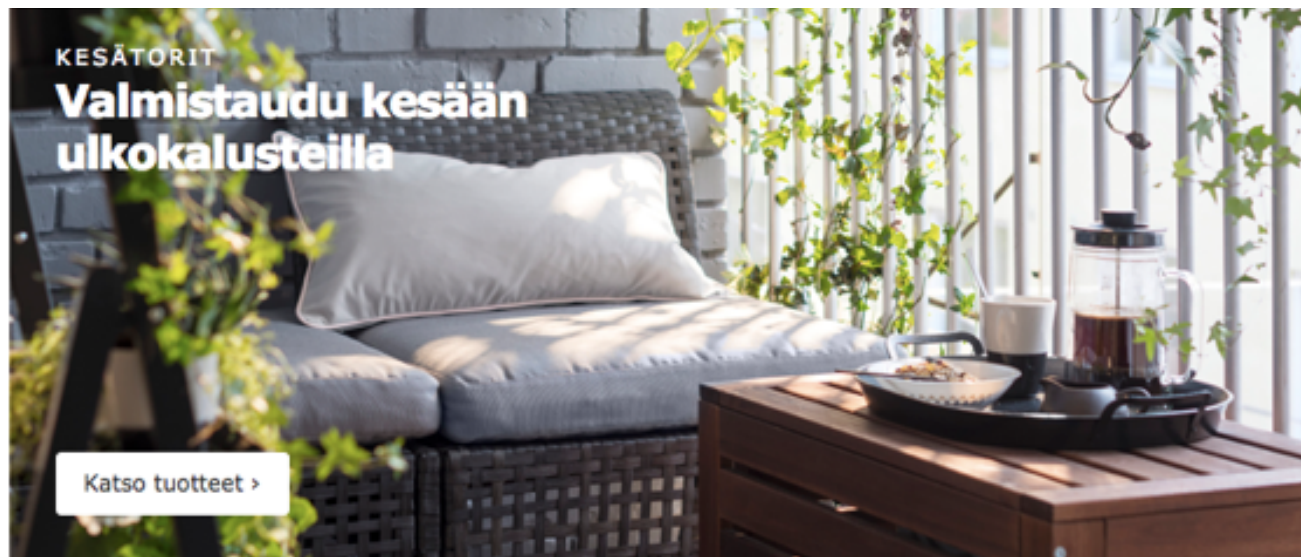
PMS 485C

English 日本語 S

ISOKYRÖ
KYRÖ
DISTILLERY
COMPANY
FINLAND

IN RYE WE TRUST

SCROLL



3. KIINNOSTAVA SISÄLTÖ - ASIAKKAALLE!

1. Mitä sivujen tarkoitus on? Tarjoile sitä!
2. Testaa. Kysy asiakkailta, pyydä ulkopuolisia arvioita.
3. Tutki. Käytä Googlen Analytics-tiliä apuna. Mitä sisältöjä käydään lukemassa.

4. JULKAISUJÄRJESTELMÄ JA KÄYTETTÄVYYS – PÄIVITTÄJÄN NÄKÖKULMASTA

- Verkkosivuprojekti ei ole koskaan valmis
- Sivuja pitää päivittää ja sisältöjä luoda
- Helppokäyttöinen järjestelmä taustalla takaa sen, että päivitys ei kaadu teknisiin haasteisiin
- Suomen käytetyimmät julkaisujärjestelmät ovat Wordpres, Drupal, Sharepoint, Joomla, Episerver, Concrete5 ja Liferay.

5. LÖYDETTÄVYYS

- Suomessa päivittäin yli 30 milj. hakua Googlella
- 96% hauista tehdään Googlella
- SEO=optimointi (avainsanatutkimus)
- SEM=markkinointi
- Sivujen rakenne – otsikot, kuvat, kuvatekstit jne.
- Google arvottaa vaihtuvaa sisältöä positiivisesti
- Analytics kytkentä – mikä sivuilla kiinnostaa
- Markkinointi muissa kanavissa

VERKKOSIVUPROJEKTIN ETENEMINEN

1. Rakennesuunnittelu (rautalankamalli)
2. Ulkoasun suunnittelu
3. Tekninen toteutus
4. Sisältöjen tuottaminen ja syöttäminen sivuille
5. Sivuston julkaisu (markkinointi, SEO&SEM)
6. Ylläpito (seuranta, ylläpitosopimus, päivittäminen, turvaaminen)

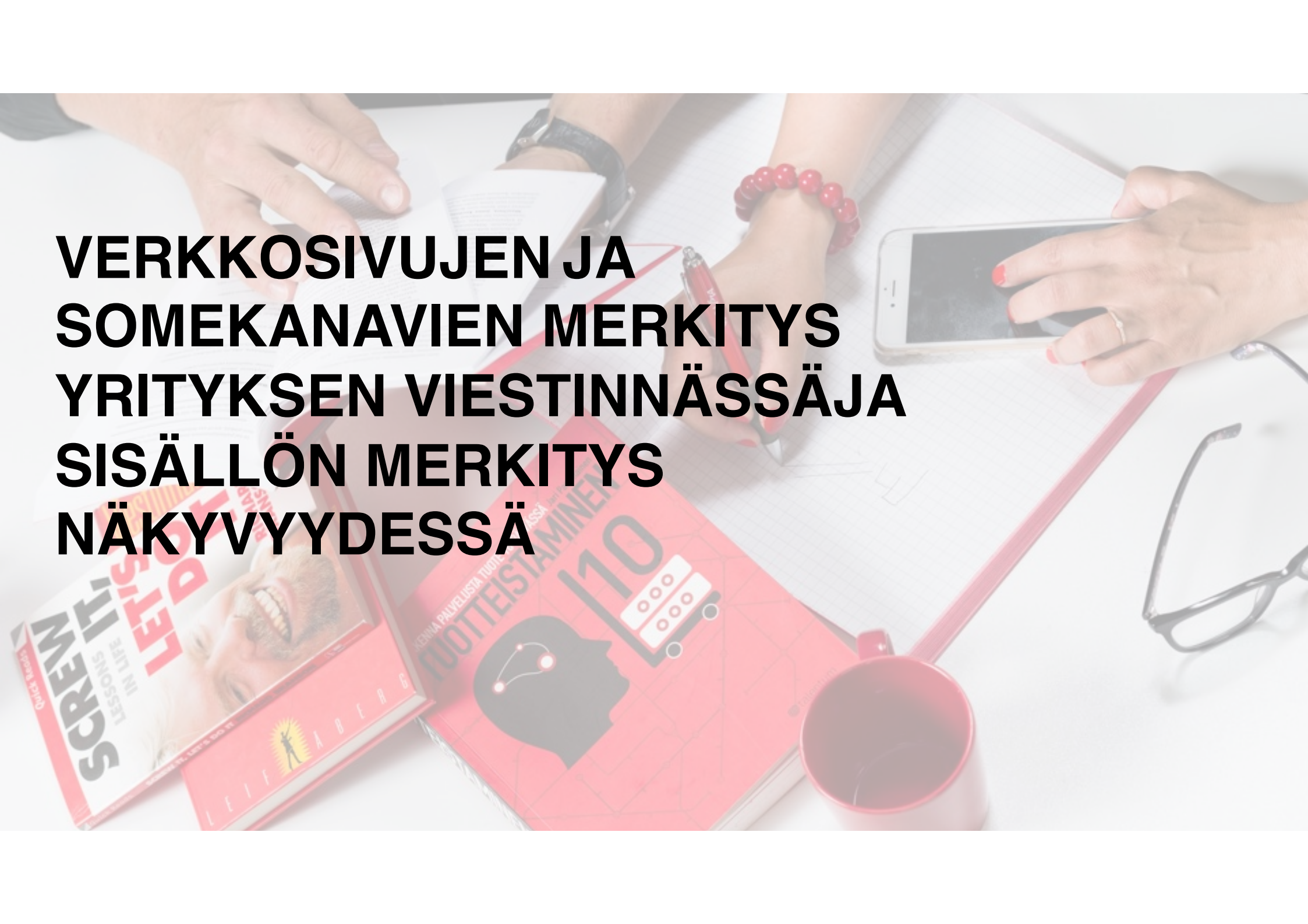
oakhill.

RAUTALANKAMALLI



RYHMÄTYÖSKENTELY 15 MIN.

Etsikää esimerkkiyrityksenne kilpailijoiden sivuja – googlatkaa palvelu/tuote ja etsikää 3 saman tyyppisiä yrityssivua, jotka ovat mielestänne hyvin tehtyjä ja perustelkaa miksi ostaisitte sieltä?

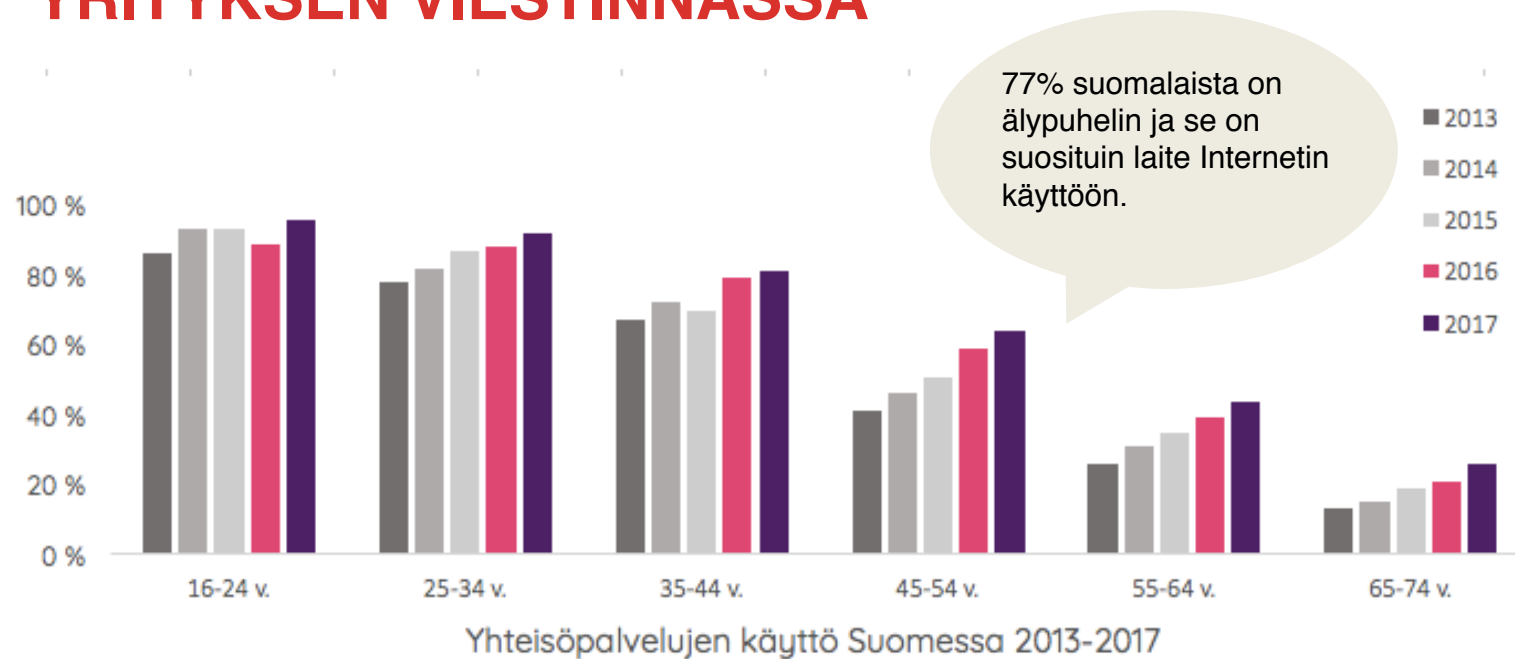
A top-down view of a desk with various items. On the left, a book titled 'SCREW IT! 10 LESSONS IN LIFE' is visible. In the center, a red book titled 'TUOTTEISTAMINEN' with a large '10' on the cover is prominent. A hand with a red beaded bracelet is writing on a notepad with a red pen. A smartphone lies to the right of the notepad. A red mug is at the bottom right. A pair of glasses is on the far right. The background is a light-colored surface.

VERKKOSIVUJEN JA SOMEKANAVIEN MERKITYS YRITYKSEN VIESTINNÄSSÄ JA SISÄLLÖN MERKITYS NÄKYVYYDESSÄ

VALTA ON ASIAKKAALLA

1. 75% B2B-ostajista hakee ostoprosessin alussa tietoa sosiaalisesta mediasta. B2C-ostajista yli 90%.
2. Käytössä on esim. Googlen hakutoiminnot, Youtube LinkedIn, Twitter, Facebook, blogit, Slideshare, keskustelupalstat, yhteisöt ja ryhmät jne.
3. Yli 90% ryhtyy keskusteluun myyjän kanssa, jota pitää oman alan asiantuntijana.

VERKKOSIVUJEN JA SOMEKANAVIEN MERKITYS YRITYKSEN VIESTINNÄSSÄ



Lähde: Tilastokeskuksen tutkimus: Sosiaalinen media Suomessa 2017.

MARKKINOINNIN TRENDIT 2018

- Ennuste: kuluttajien internetliikenteestä 80 % on **videosisältöä** vuonna 2019.
- Tarinat ovat edelleen IN, mutta nyt trendi on ”from storytelling to storydoing”.
- Webinaarit.
- Podcastit.
- Asiakkaan osallistaminen brändin luomiseen.
- Henkilöbrändit ja Social Selling.

Starbucks to close 8,000 US stores for racial-bias training

- Announcement after arrest of two black men for 'trespassing'
- Training for 175,000 workers on the afternoon of 29 May



▲ Protesters inside the Starbucks in Philadelphia on Monday where two black men were arrested while they were waiting for a friend in the store. Photograph: Jacqueline Larma/AP

Starbucks has moved to try to resolve the uproar over **the arrest** of two black men at one of its stores, announcing plans to close more than 8,000 US stores for several hours next month to conduct racial-bias training for its nearly 175,000

ASIAKKAAN OSTOPOLKU VERKOSSA

REAN-mallin hyödyntäminen

Nykyaikainen myynti ja markkinointi on modernia ja monikanavaista. Asiakkaan ostopolku alkaa alalla kuin alalla 75% verkossa.

1. PERUSASIAT KUNTOON

Mieti perusasiat kuntoon - millainen on asiakkaasi ostopolku, mikä hänen tarpeensa on ja miten sinä autat häntä täyttämään nuo tarpeet? Missä kanavissa kohtaatte ja millaista sisältöä tuotat ollaksesi avuksi?

2. REACH TAVOITA

Herätä potentiaalisen asiakkaan kiinnostus mielenkiintoisilla sisällöillä. Tämä tarkoittaa sellaisia toimenpiteitä verkossa, joilla herätät kiinnostusta brändiäsi kohtaan. Käytä somea, kirjoita blogeja, optimoi sivujasi, tee oppaita jne.

3. ENGAGE SITOUTA

Tämän päivän yritys on läsnä verkossa, osallistuu keskusteluihin ja tarjoaa tietoa sekä vaikuttaa monikanavaisesti. Auta potentiaalista asiakasta ongelman ratkaisussa. Käytä www-sivuja, blogga, ole läsnä verkossa ja somessa.

4. ACTIVATE MYYNNIN AIKA

Kun asiakas osoittaa olevansa riittävän kiinnostunut yrityksistäsi ja sen tarjoamista palveluista on aika toimia. Nyt tiedät jo valmiiksi, mistä potentiaalinen asiakas on kiinnostunut. Kohdenna myynti!

5. NURTURE HOIDA ASIAKKUUTTA

Voitettu asiakkuus vaatii hoivaamista ja ylläpitoa. Tärkeimmät mittarit ovat uudelleen ostot, asiakastyytyväisyys ja loppujen lopuksi suositteluhalukkuus. Älä unohda mittaamista ja seuranta!

6. TOISTA

Asiakkaan tavoittaminen verkossa ei ole hokkuspokkus-temppuja eikä yksittäisiä toimenpiteitä. Se on pitkäjänteistä työtä, joka vaatii panostamista ja resursseja sekä aitoa halua auttaa asiakasta ostoprosessin edetessä.

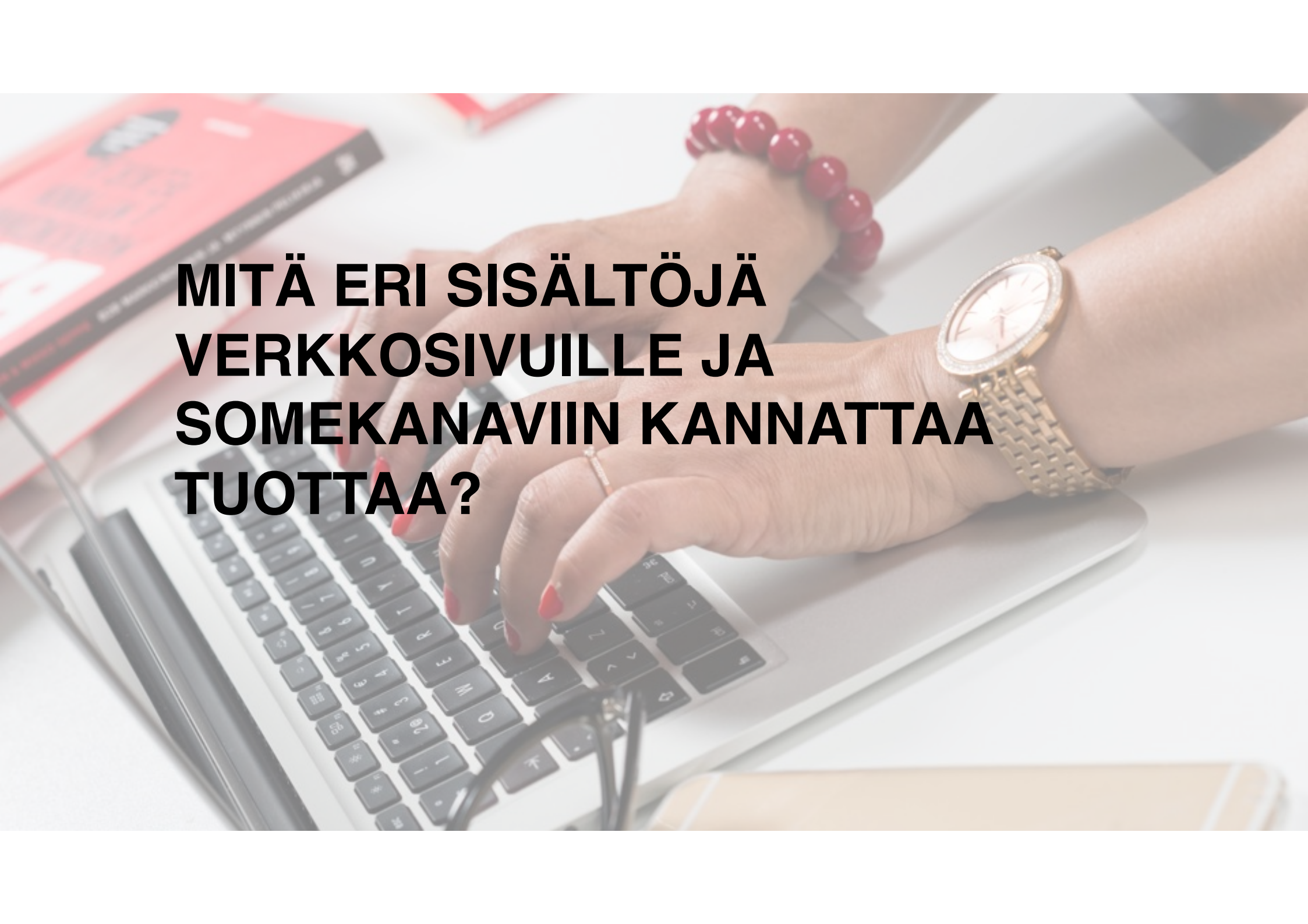
DIGITAALINEN LÄSNÄOLO – SOCIAL SELLING

Laura Pääkkönen, socialselling.fi kirjan kirjoittaja määrittelee:

Social Selling, eli sosiaalinen myynti on **modernin myynnin malli**, jonka tavoitteena on luoda uusia ja voimistaa olemassa olevia asiakassuhteita. Asiakkaat vaativat kirkkaita näkemyksiä ostopäätöksensä tueksi ja siksi myynnin on hallittava oma viestintänsä eri kanavissa sekä jaettava auliisti omaa asiantuntijuuttaan – ilmaiseksi.

MITEN YRITYS VOI OLLA LÄSNÄ VERKOSSA?

- Omat verkkosivut
- Yrityksen omat sosiaalisen median kanavat (LinkedIn, Twitter, Facebook, Instagram, Youtube jne.)
- Yrityksen oma blogi
- Kirjoitetut oppaat tai videot, vinkit, asiantuntijartikkelit
- Webinaarit, podcastit
- Osallistuminen keskusteluihin asiantuntijaryhmissä (LinkedIn, Twitter, Facebook)
- Yrityksen henkilöstö omissa sosiaalisen median kanavissaan eli henkilöbrändit
- Maksettu mainonta verkossa (Adwords, bannerit, sponsoroidut postaukset jne.)
- Ansaittu mediatila (haastattelut, lehtijutut, kommentoinnit)

A close-up photograph of a person's hands typing on a silver laptop keyboard. The person is wearing a red beaded bracelet on their left wrist and a gold-toned watch with a metal link bracelet on their right wrist. Their fingernails are painted red. The background is slightly blurred, showing a white desk and some papers. The text "MITÄ ERI SISÄLTÖJÄ VERKKOSIVUILLE JA SOMEKANAVIIN KANNATTAA TUOTTA?" is overlaid in bold black letters.

**MITÄ ERI SISÄLTÖJÄ
VERKKOSIVUILLE JA
SOMEKANAVIIN KANNATTAA
TUOTTA?**

oakhill.



MILLAISTA ON HYVÄ SISÄLTÖ?

- Hyvän sisällön parissa viihdytään ja sen luokse palataan.
- Hyvä sisältö inspiroi.
- Hyvä sisältö yllättää.
- Hyvä sisältö on ajankohtaista.
- Hyvää sisältöä jaetaan.
- Hyvä sisältö sitouttaa.
- Hyvä sisältö tuottaa aidosti lisäarvoa somessa.
- Hyvä sisältö auttaa asiakasta päätöksenteossa.
- Hyvä sisältö palvelee.
- Hyvä sisältö on kohderyhmälle oikeaa.
- Hyvä sisältö on jatkuvaa.

oakhill.

Applen entinen markkinointijohtaja Allison Johnson:

”Työmme ei ollut markkinoida tai myydä, vaan informoida, opettaa ja silloin tällöin myös viihdyttää asiakkaita. Jos joku toimintamme alkoi haista markkinoinnille, silloin olimme jo myymässä ja olimme hukanneet langat käsistämme”, Johnson kertoo.

-Tekniikka&Talous, 27.9.2017



ANALYSOI, TUTKI JA KOKEILE. OPI.

- Kuinka moni seuraa omien verkkosivujen analytiikkaa?
Kuinka kauan sivuilla käyvät ihmiset viettävät siellä aikaa?
Millä sivuilla he käyvät?
- Entä Facebook/Instagram statistiikka– mikä saa pysähtymään?
- Mikä saa tykkäämään?
- Mikä saa klikkaamaan ja/tai jakamaan?
- Ennen kaikkea, mikä saa kiinnostumaan niin paljon, että asiakas tekee ostopäätöksen?

SOSIAALISEN MEDIAN ORGAANINEN MITTAAMINEN

KANAVA	Median oma analytiikka	Päätoiminnot
Facebook	Kävijätiedot	Yleisötiedot seuraajista (demografia). Sivun ja julkaisujen vuorovaikutukset. Kattavuustiedot jne.
Instagram	Kävijätiedot (yritysprofiilista)	Yleisötiedot seuraajista (sukupuoli, ikä ja sijainti). Julkaisujen vuorovaikutukset.
LinkedIn	Yrityssivun analytiikka	Yleisötiedot seuraajista (senioriteetti, toimiala jne.) Julkaisujen tiedot (kattavuus, vuorovaikutukset). Tiedot yrityssivulla vierailuista (vierailijoiden demografiatiedot).
YouTube	Analytiikka	Yleisötiedot katsojista (sukupuoli, sijainti). Julkaisujen ja kanavan vuorovaikutukset (kommentit, jaot, seuraamiset)
Twitter	Analytiikka	Yleisötiedot seuraajista (sukupuoli, kieli, kiinnostuksen kohteet). Julkaisujen vuorovaikutukset (klikit, jaot, tykkäykset..)

VERKKOMARKKINOINNIN JA MYYNNIN MITTAAMINEN

Mainostajien liiton, (mainostajat.fi) julkaisema

DIGIN MITALLA 2.0

Verkkomarkkinoinnin – ja myynnin mittaamisen käsikirja



Kaikki käyttäjät
100,00 % Käyttäjät



+ Lisää segmentti

1.2.2018 - 23.4.2018

Yleiskatsaus

Käyttäjät / Valitse tiedot

Tunti Päivä Viikko Kuukausi

Käyttäjät





Kaikki käyttäjät
100,00 % Istunnot



+ Lisää segmentti



Aloitussivu



Aloitussivut

1,1 t. istuntoa, 685 keskeytystä

1. vuorovaikutus

394 istuntoa, 165 keskeytystä

2. vuorovaikutus

229 istuntoa, 109 keskeytystä

→ /
→ 371

→ /
→ 375

→ /meista/
→ 97

→ /meista/
→ 59

→ /case/
→ 261

→ /case/
→ 261

→ /case/case-...18-messut/
→ 90

→ /case/
→ 42

→ /2018/02/17...le-kenkia/
→ 212

→ /2018/02/17...le-kenkia/
→ 212

→ /palvelut/
→ 88

→ /palvelut/
→ 29

→ /2018/03/13...ahtumasta/
→ 86

→ /2018/03/13...ahtumasta/
→ 86

→ /ota-yhteytta/
→ 35

→ /blogi/
→ 25

→ /meista/
→ 85

→ /meista/
→ 85

→ /blogi/
→ 32

→ /2018/02/17...le-kenkia/
→ 18

→ ...
→ 64

→ (muuta sivuja 26)
→ 60

→ (muuta sivuja 12)
→ 52

→ (muuta sivuja 12)
→ 56

VERKKOSIVUJEN SISÄLLÖT

- Tuotteet ja palvelut
- Verkkokauppaominaisuudet
- Blogit/vlogit
- Videot
- Laskeutumissivut
- Ladattavat oppaat, tutkimukset
- Tarinat, esittelyt, suosittelutarinat
- Asiakaspalveluchat, chatbotit
- Palautelomakkeet
- AR, VR -mahdollisuudet

Bloggeja lukee jopa 42% suomalaisista

**Lähde Tilastokeskus: Sosiaalinen media
Suomessa 2017**

**52% suomalaisista on
ostanut tai tilannut
verkon kautta
viimeisen 3 kk aikana**

**Lähde Tilastokeskus: Sosiaalinen media
Suomessa 2017**

oakhill.

FACEBOOKIN KRIISI



FACEBOOK

Suomen kattavin sosiaalisen median kanava.

Noin 3,2 miljoonaa suomalaista. Kasvua vuoden takaiseen noin 300 000 (11 %).

Vaatii aikaa, pitkäjänteisyyttä ja rahaa (Facebook=julkaisumedia).

Määrittele konversio eli mitä haluat saada aikaiseksi ja luo sisältöä sen mukaan. Kuka on ideaaliasiakas ja mitä haluat myydä?

Maksettu mainonta sopii:

- ostoprosessin alkupäähän
- ei tiedetä vielä paljon asiakkaasta
- geneeristä

FACEBOOK

Sisältömarkkinointi on:

- samaistuttavaa ja asiakaslähtöistä
(sitouttaa=tykätään =jaetaan)
- palvelevaa sisältöä (asiakaspalvelukanava)
- aidosti auttavaa sisältöä
- ajankohtaista

Social Selling / Henkilöbrändit:

- algoritmit suosivat enemmän yksityisten henkilöiden päivityksiä kuin yritysten.

FACEBOOK

MARKKINOINNIN AIKAJÄNNE:

0-2 vuotta: keskity mitattavia tuloksia tuottavaan maksettuun mainontaan. Tulokset alkavat näkymään vasta pidemmällä aikavälillä.

2-5 vuotta: Maksetun mainonnan sijaan oleellisemmaksi nousee kohderyhmälle oikean sisällöntuotanto. Kommunikoi yleisösi kanssa.

Yli 5 vuotta: Olennainen osa yrityksen tapaa toimia ja kommunikoida.

Lähde: Suomen Digimarkkinointi

oakhill.



Karhu

Tykkää tästä sivusta · 14. huhtikuuta · Muokattu ·
🌐

Varokaa heikkoja jäitä.



Tykkää



Kommentoi



Jaa



Pasi Kunttonen ja 1,8 t. muuta

Osuimmat ▾

138 jakoa

40 kommenttia



Mikko Soikkeli Kamala tilanne. Varsinkin jos kyseessä on ollut ainoa tai setin viimeinen yksilö. Toivottavasti karhu saatiin vedettyä rannalle. Ja sen jälkeen tuulensuojaan.

Tykkää · Vastaa · 1 vk



6



Saku Petteri Krooks Semmonen skidi vivahde '90 luvulla lähteneeseen pikkukakkosen animaatioon, jossa karhu putoaa jäihin.

Tykkää · Vastaa · 1 vk



Yltiö Santeri Voisiko Karhu oluelta tulla joku uusi tuote myytiin vaikkapa Karhu olut hiusvaha tai hiusgeeli ??

Tykkää · Vastaa · 1 vk



Kirjoita kommentti...



oakhill.



K-Ruoka

Sivusta tykkätty · 11. maaliskuuta · €

Kuka tykkää yllätyksistä? 🤔
Komeassa Kinderkakussa on suklaamunien lisäksi
yllättävä täyte. Arvaatko, minkä makuinen?

Kurkista pääsiäisen jymy-yllärin ohje täältä:
bit.ly/kinderkakku

Tykkää

Komentoi

Jaa



2,4 t.

Vanhin ▾

119 jakoa

373 kommenttia

Näytä aiemmat kommentit



Mirka Virkki Elisa Paulman voitko tehdä
mulle tällaisen? 🤔

Tykkää · Vastaa · 4 vk



Mia Pulkkinen Rosa Kärkinen

Tykkää · Vastaa · 4 vk



Pauliina Hietanen Jasmin Karhunen,
tällainen meille pääsiäiseksi? 🤔

Tykkää · Vastaa · 4 vk



Kirjoita kommentti...





Ei kiitos

**Kotipizza**
torstaina · €

Hyvässä ruoassa ei ole mitään turhaa.
Lue lisää <https://www.kotipizzatarinat.fi/.../ei-k...>
Näytä lisää

  222

18 jakoa · 36 t. näyttökertaa

 Tykkää

 Kommentoi

 Jaa



Komentit

Seuraavaksi



0:30

Video käyttäjältä Kotipizza
Kotipizza
80 näyttökertaa



1:29

Pizza World Games Las Vegas
Kotipizza
4 t. näyttökertaa



1:54

World Pizza Games
Kotipizza
2,2 t. näyttökertaa



Kirjoita kommentti...

INSTAGRAM

- Kasvattaa suosiotaan koko ajan, erityisesti nuorten naisten keskuudessa.
- Erittäin visuaalinen, kuvallinen kanava.
- Toimii hyvin brändimielikuvan luomisessa.
- Miniblogialusta.
- Toimii erityisen hyvin kuluttajatuotteille ja –palveluille.
- Myös markkinointiin & myyntiin.
- Shopping on Instagram ja Shop-välilehti tulossa.
- Linkitys Facebook-tilin kanssa (linkittää myös mainostiliin).

oakhill.



kampaamokuningatarkati

Seu

862 julkaisua 761 seuraajaa 1 057 seurannas...

Kati Kristiina Mouhu Plus size redhead | Salon Queen Eco love 🍷 Food 🍷 Travel
💖 Family My portfolio: @studiosavonkati 📍 My salon: @studiosavon_eko 📍 Lahti,
FIN
www.studiosavon.fi

Seuraajat: kukkakauppaneilikka, helikv, kolehmainenpia + 28 muuta



studiosavon_eko

Seuraa

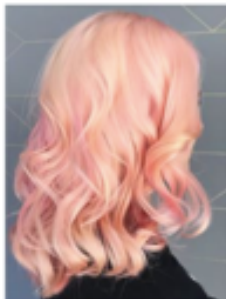
▼

...

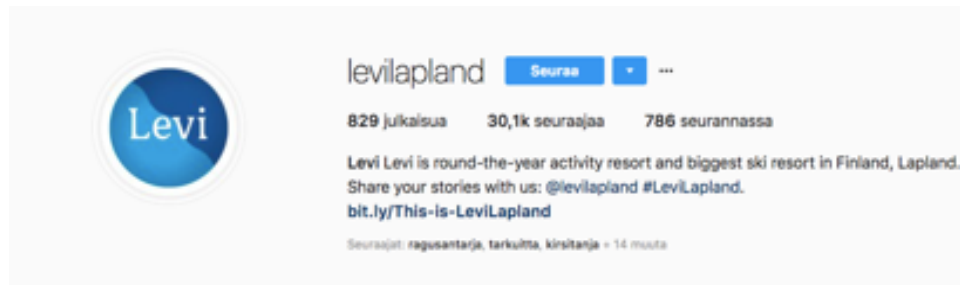
371 julkaisua 1 098 seuraajaa 403 seurannassa

Studio SAVON & Eko Relaxed and stylish hair/makeup studio & cosmetic shop
specialized in organic beauty. 🍷 📞 010 318 2320 📧 [studiosavon.fi](mailto:info@studiosavon.fi)
info@studiosavon.fi
www.tikka.fi/studiosavoneko

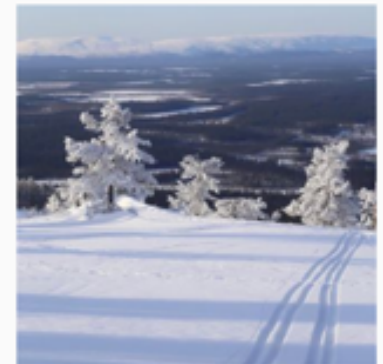
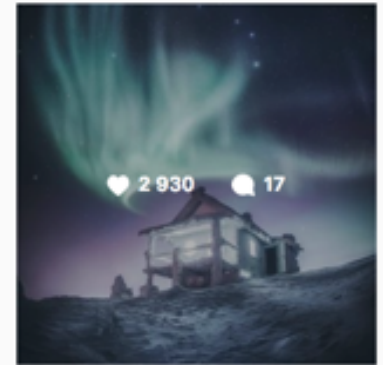
Seuraajat: kukkakauppaneilikka, helikv, horuscafeandestery + 19 muuta



oakhill.



Share your story with us:
#LeviLapland



oakhill.



nike

Seuraa

...

924 julkaisua

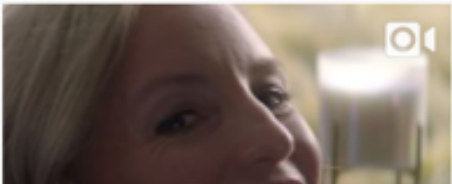
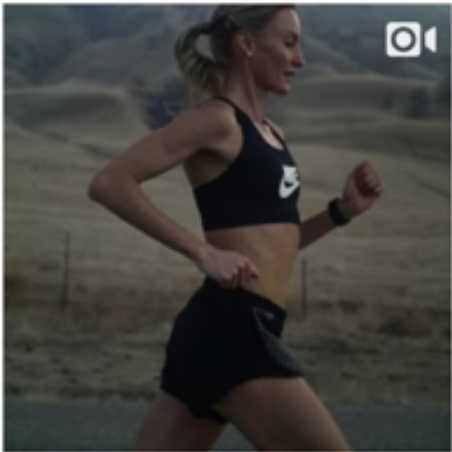
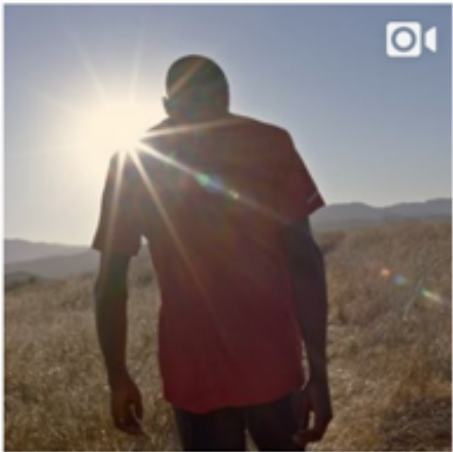
77,2M seuraajaa

137 seurannassa

nike Just Do It

[nike.com](#)

Seuraajat: veekoskinen, elinakorkka, brellanetwork + 4 muuta



oakhill.



laulumaaahuonekalut

Seurataan



295 julkaisua

667 seuraajaa

830 seurannassa

Laulumaa Huonekalut Oy Skandinaavista selkeälinjaista muotoilua

#designfromfinland #muotoilualahest

www.laulumaa.fi/tuotteet/tuoteperheet/emilia-r/emilia-pinnatuoli-vihrea

Seuraajat: kukkakauppaneilikka, helikv, heidikuviz + 6 muuta



LINKEDIN

- CV-tietokanta, jonka avulla rekrytoijat löytävät työntekijöitä
- Avoimia työpaikkoja
- Itsensä/yrityksen markkinoimiseen
- Verkostoitumiseen
- Piilotyöpaikkojen ja ihmisten löytämiseen
- Tiedonhakukanava, ammatillinen kehittäminen
- Työnantajamielikuvan luominen

LINKEDIN, SOCIAL SELLING & HENKILÖBRÄNDI

B2B MYYNNIN TÄRKEÄ TYÖKALU

- Yli puolet yritysten päätöksentekijöistä tarkastelee organisaatiota sen ajatusjohtajien lävitse,
- kahdeksan kymmenestä kertoo luottamuksen organisaatiota kohtaan kasvaneen ajatusjohtajien ansiosta ja
- lähes puolet on tehnyt päätöksen kaupoista mielipidejohtajuudesta johtuen.

<https://www.edelman.com/b2b-thought-leadership/>

Markus Lehto likes this



Ville Saarikalle

Partner at Nordic Business Forum
5h

"Stories, stories, stories are what people remember."



9 Habits of the Highly Fantastic Speaker

nbforum.com

2 Likes

Like Comment Share

**Jyrki Louhi**
Sports Advisory at KPMG Oy Ab
23h

Urheilijan ammatti on yhteistyötä. Pois puuhastelusta.

**KPMG Finland**
7,522 followers
1d

+ Follow

Sparraamme ja auttamme tulevaisuuden tähtiä kohti kansainvälistä menestystä mm. vero- ja lakiasioissa. Lue lisää, mistä on kysymys:
<http://ow.ly/hBjL30jE7Gj> #KPMGview



Taydet panokset tulevaisuuteen
home.kpmg.com

25 Likes

 Like  Comment  Share

8.19

Opittuamme



Volkswagen Suomi / VV-Auto Group Oy

Promoted



Valtavasti muunneltavaa tilaa. Ylellistä matkustamista jopa seitsemälle. Katso lisää:

<https://lnkd.in/dg3ERmp>



Uusi Tiguan Allspace

volkswagen.fi

4 Likes



Like



Comment



Share

oakhill.



[Home](#)
[My Network](#)
[Jobs](#)
[Messaging](#)
[Notifications](#)

Salesforce-integraatiot - Katso yhteensopivuudet ja sovi ilmainen integraatiokonsultointi



Marika Kakko
Yrittäjä ja vuokrapääliikö Oakhill Oy - Markkinoinnin, viestinnän ja myynnin projektit.

[View full profile](#)

Marika Kakko
Yrittäjä ja vuokrapääliikö Oakhill Oy - Markkinoinnin, viestinnän ja myynnin projektit.
2w

Pikkaisen reilut puoli vuotta yrittäjyyttä takanapäin ja voin vain todeta, että onhan ollut mahtava matka ja mielettömän ihania asiakkaita. Sen kunniaksi avasin verkkosivuiltani caset osion. Ensimmäinen tarina palkoillaan, käyhän kurkkaamassa (linkki kommentteissa).

[#marketing](#) [#sales](#) [#saleslovesmarketing](#) [#oakhill](#)

Your image posted on April 7, 2018 (9 comments, 105 likes)

8,047 views 1 reshare



35 people from DNA Oyj viewed your post

Lahti University of Applied Sciences	33
Telia Finland	31
Kesko - K-Group	26
Nordea	25



887 people who have the title Salesperson viewed your post

CEO / Executive Director	265
Marketing Specialist	178
Business / Corporate Strategist	159
Project Manager	148



1,662 people viewed your post from Helsinki Area, Finland

Lahti Area, Finland	777
Tampere Area, Finland	264
Turku Area, Finland	145
Jyväskylä Area, Finland	121

105 Likes · 9 Comments

[Like](#) [Comment](#) [Share](#) [Show more](#)

RYHMÄTYÖSKENTELY 15 MIN.

Etsikää esimerkkiyrityksellenne jokaiseen kanavaan 2-3 hyvää esimerkkiä sosiaalisen median sisällöistä ja mainoksista sekä verkkosivujen sisällöistä ja perustelkaa valintanne.

KANAVAT:

- Verkkosivut
- Facebook
- Instagram
- LinkedIn



OMAN TEKEMISEN RESURSOINTI – KÄYTÄNNÖN ESIMERKKEJÄ PIENYRITTÄJÄN ARJESTA

SUUNNITTELE, TEE, TOISTA, MITTAA. ALOITA ALUSTA.

- Määrittele omat tuotteet/palvelut, kohderyhmät & kanavat.
- Tee vuosisuunnitelma karkealla tasolla.
- Vie vuosisuunnitelma kk-tasolle (esim. PowerPoint, Excel)
- Pidä kuukausittainen suunnittelupalaveri ja palastele kuukauden tekeminen viikkotasolle.
- Vie viikottaiset tehtävät omaan kalenteriin.
- Varaa joka päivälle aikaa kanavien läpikäyntiin, luo rutiini.
- Varaa aikaa sisällöntuotantoon.
- Pyydä apua sisällöntuotantoon – työntekijät, asiakkaat, yhteistyökumppanit.

oakhill.

oakhill.
Values • Inspiring

TAMMIKU 2018

MA	TI	KE	TO	PE	LA	SU
1 Uuden Vuoden päivä	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

[illegible]

TÄMÄN KUUN DEADLINET

[illegible]

SEURAAVAN KUUN DEADLINET

[illegible]

DIGITAALISET TYÖKALUT JA APUVÄLINEET, ESIMERKKEJÄ:

- Trello (projektinhallinta, to-do-listat)
- Google kalenteri (päivityskalenteri)
- Hootsuite (sosiaalisen median hallinta)
- Wondershare (videoeditointi)
- Canva (valmiita pohjia someen, esitteisiin jne.)
- HubSpot (crm, markkinoinnin automaatio)
- Smaily, Mailchimp (utiskirjeet)
- Tweetdeck (Twitterin hallintaan)
- Buzzsumo, Dingen somekalenteri (someaiheet)
- Jne. jne....

LÖYDÄ ITSELLESI SOPIVAT JA KÄYTÄ.

oakhill

Sales  Marketing

Marika Kakko

+358 41 454 1861

marika.kakko@oakhill.fi

www.oakhill.fi

LinkedIn: Marika Kakko

-