



КУРС 3 ПІДПРИЄМНИЦТВА МАРКЕТИНГ



Rahoittaja
Jatkuvan oppimisen ja
työllisyyden palvelukeskus

Entrepreneurship course © 2024 by Startup Refugees is licensed under Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International



ПОРЯДОК ДЕННИЙ

- Навіщо потрібен маркетинг
- Цільова група
- Маркетинг в Фінляндії
- З чого розпочати

Реклама



Брендінг



Ціноутворення



Дослідження



МАРКЕТИНГ

**= Процес створення,
спілкування, доставки та обміну
пропозиціями, які мають цінність
для клієнтів.**

Стратегія



Зв'язок з громадськістю (PR)



Цифровий маркетинг



Соціальні мережі



НАВІЩО НАМ МАРКЕТИНГ?

- Для **залучення** нових клієнтів.
- Щоб **зберегти** та **зміцнити** існуючі відносини з клієнтами.
- Щоб **повернути** втрачених клієнтів.



МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН

- Цільова група (для кого)
- Цілі (що і навіщо)
- Ресурси (час, гроші, навички)
- Аналіз ринку та конкурентів
- Розклад
- Бюджет
- Канали та засоби (де і як)
- Вимірювання результатів



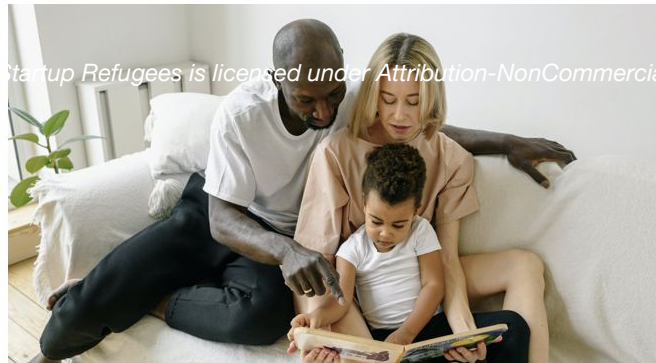


Harcittäjä

Jatkuvan oppimisen ja
työllisyyden palvelukeskus

Entrepreneurship course © 2024 by Startup Refugees is licensed under Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International

STAR
UPREF
UGEEES



ХТО ВАШІ КЛІЄНТИ І ЩО ЇМ ПОТРІБНО? ЯК ВИ МОЖЕТЕ ДОСТУКАТИСЯ ДО НИХ?



STAR
UPREF
UGEEES



ВПРАВА 1

Оберіть один сегмент клієнтів у групі та визначте, де і як ви можете до них звернутися.

Приклади:

Матері, які залишаються вдома, які цінують стійкість і екологічно чисті продукти. Пенсіонери, які проживають в окремому будинку в районі Оулу.



B2B & B2C МАРКЕТИНГ

	B2B	B2C
СПОЖИВАЧ	Компанія / організація	Споживач
МОТИВ	Логіка	Емоції
ПОТРЕБА	Користь заощадження / ефективність	Потреба / Бажання розваги, статус, самовираження
ПРОЦЕС / ВІДНОСИНИ	Великі об'єми / довгострокові	Одноразова покупка
ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ	Декілька людей	Одна людина
ПОВІДОМЛЕННЯ	Детальне, добре аргументоване	Чітке, зрозуміле, коротке



ПРИКЛАДИ

lempi

Palvelut ▾ Paikkakunnat ▾ Info ▾ Meistä ▾ Ajankohtaista Työpaikat Lempi-lahjakortti OmaLempi

OTA YHTYTTÄ

Kotisiivousta Helsingin, Espoon, Vantaan, Tampereen, Turun, Oulun, Kuopion ja Lahden lähiseuduilla

Siivouksen mielenrauhaa vuodesta 1998

Kiinnostaako kerta- tai säännöllinen kotisiivous tutun siivoojan tekemänä? Tutustu kotisiivoukseen ja pyydä tarjous alla olevalla lomakkeella.

Tutustu ja tilaa!



- B2B: <https://www.pikkunoita.com>
- B2C: <https://www.lempi.fi/kotisiivous>
- Обидва: <https://puhtaax.fi/>

РІЗНИЦЯ МІЖ: B2B & B2C

B2B=Business-to-business

- Купує для компанії за гроші компанії в інших компаній
- Зазвичай великі обсяги товарів/тривалі контракти
- Повільний процес покупки
- Важливо: Довіра, стосунки, досвід, легкість
- Шукає інформацію: Google, ярмарки та галузеві заходи, галузеві журнали, каталоги продуктів і послуг, колеги, соціальні мережі (мережі, галузеві дискусійні групи)
- *«Безкоштовна цілодобова підтримка клієнтів, замовте безкоштовний зразок»*



PLANMECA



РІЗНИЦЯ МІЖ: B2B & B2C

B2C=Business-to-consumers

- Купує собі, рідним або на подарунок.
- Зазвичай невеликі обсяги товарів/короткі контракти.
- Швидкий процес покупки
- Шукає інформацію: Google, онлайн-огляди, публікації в блогах, соціальні мережі, друзів і родину.
- Акції та знижки, програми лояльності.

alepa

ZARA



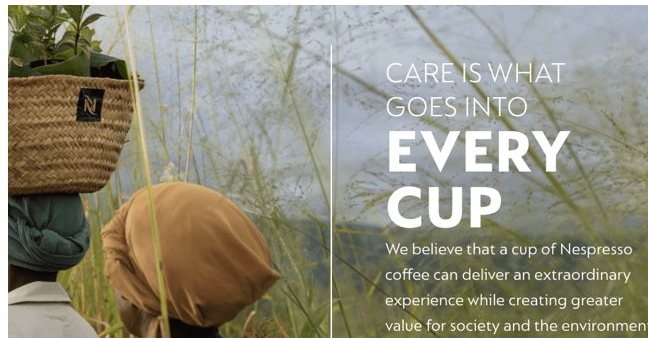
МАРКЕТИНГ У ФІНЛЯНДІЇ

- **Consumer Act Law** захищає права фінських споживачів і зобов'язує компанії. Закон визначає, що заборонено в маркетингу:
- Уникайте: введення в оману/брехні, дискримінації, насильства.
 - Особливу увагу приділіть захисту дітей (алкоголь та зовнішня реклама).
 - EU's General Data Protection Regulation **GDPR** зобов'язує компанії використовувати та зберігати персональні дані.
- **Copyright Act** надає авторам творчих робіт право вирішувати щодо використання їх авторського права (фото, відео, текстів, текстів пісень...)



ФІНСЬКІ СПОЖИВАЧІ

- Фінські споживачі цінують безпеку, домашню продукцію, продукцію місцевого виробництва, знання походження продукції, високу якість та автентичність.
- Споживчі тренди: унікальність, ідеології, стійкість, прозорість, добробут, досвід, цифровізація.



ФІНСЬКІ СПОЖИВАЧІ



- Фіни є ентузіастами нових технологій
- 82% фінів віком 16–89 років користуються Інтернетом кілька разів на день.
- В першу чергу шукають інформацію в Інтернеті
- Перші канали пошуку інформації про продукти: Google, магазин або сайт виробника.
- Понад 50% споживачів щомісяця здійснюють покупки онлайн.
- Найцінніші фактори в онлайн-магазинах: легкість, детальний опис товару, високоякісні фотографії товару, чітко поінформована вартість доставки та дешева доставка.



Facebook

55.26%

Instagram

19.91%

Twitter

8.03%

Pinterest

7.14%

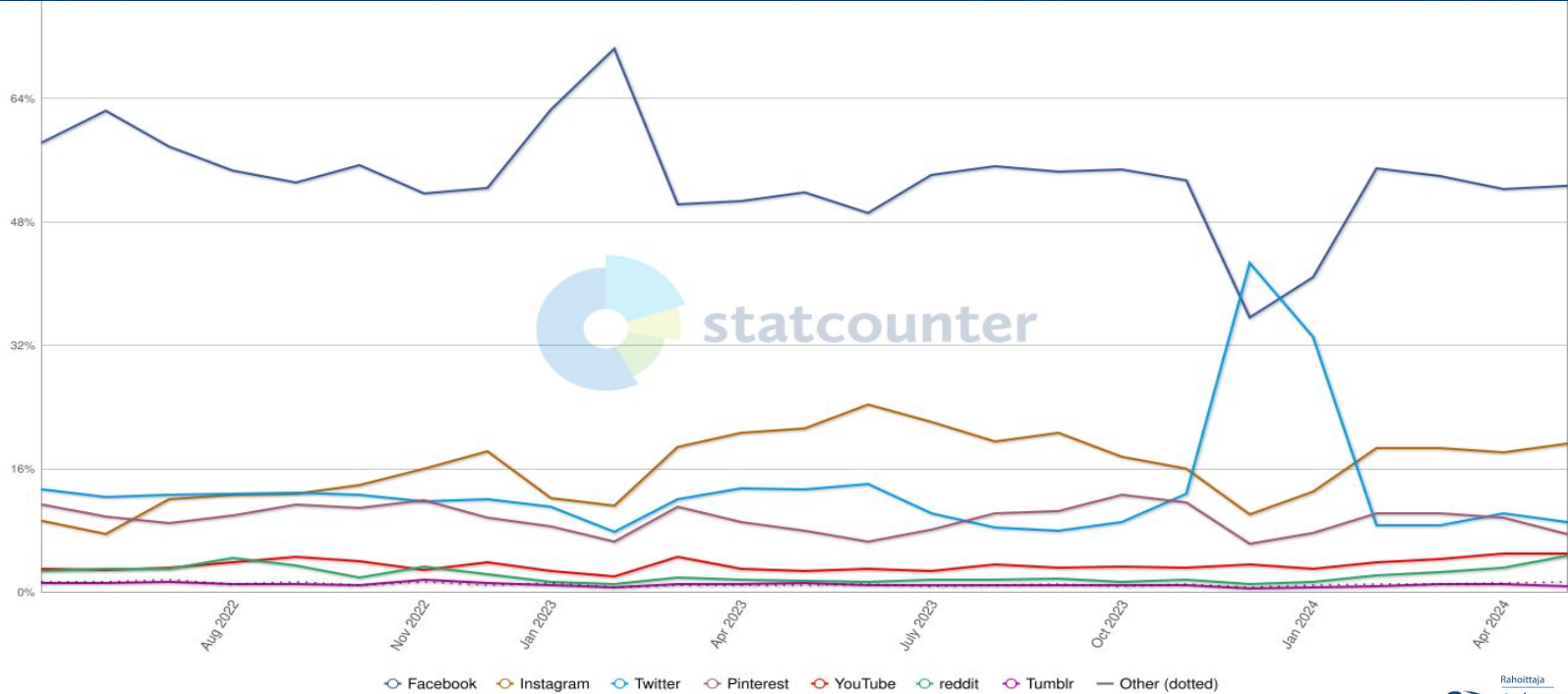
YouTube

4.36%

reddit

3.66%

Social Media Stats in Finland - June 2024



ДЕ ЗНАЙТИ ІНФОРМАЦІЮ ПРО ФІНСЬКІ РИНКИ ТА СПОЖИВАЧІВ

- Статистика Фінляндії: https://www.stat.fi/index_en.html
- Реєстри компаній (аналіз конкурентів, наприклад, кількість подібних компаній у вашому регіоні, потенційні клієнти B2B) <https://suomenyrittysrekisteri.fi/>
- Торгівельні асоціації e.g. Фінська Федерація Комерції, Фінська Асоціація Туризму MaRa, Фінська Асоціація Продуктів харчування РТУ, Фінська Мода та Текстиль
- Статистика - Використання соц. мереж у Фінляндії



З ЧОГО РОЗПОЧАТИ

Вам потрібно:

- Назва компанії/бренду та логотип
- Маркетингові тексти (біографія компанії, опис послуг/продуктів, ціноутворення). Хороша граматика обов'язкова!
- Високоякісні фотографії та візуальні матеріали

Почніть безкоштовно:

- Розкажіть про свої послуги/продукти своїм знайомим
- Почніть продавати на безкоштовних онлайн-платформах
- Будьте активні в соціальних мережах (створіть сторінку компанії та спілкуйтеся в дискусійних групах)





International Working Women of Finland



Christine Kangaslampi shared a Page.

1h · 🌐



Hi everyone!

Korean Food is now available in Tampere through Seoul Kitchen. It's a new cloud restaurant that delivers straight to your home. If you love Korean food, go give Seoul Kitchen's page a like or a follow! Wishing you a great day! 😊

https://www.facebook.com/seoulkitchentre/?ref=pages_you_manage



Seoul Kitchen
Restaurant



Nicola Moberg shared a link.

3d · 🌐



Hi everyone

My name is Nicola and I am Austrian living in Finland. I run a yoga studio in Helsinki and offer Empowerment & Wellness coaching worldwide.

How about a mini retreat at your home? I am all about motivation, inspiration and empowerment.

I'd like to offer you 3 classes on stress management, they are all free to watch and include, mindset, breathing, relaxation and meditation.

"Removing Stress Permanently"

See more



РОЗМІСТІТЬ ВАШ БІЗНЕС ОНЛАЙН

- Вашому бізнесу потрібна онлайн-присутність:
- Створіть сайт
- Пошук вільних доменних імен Traficom Fi.
- Соціальні мережі якими користуються ваша цільова аудиторія, напр. Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, LinkedIn.
- Google Мій бізнес -> Пошук і карти Google.



ДОДАТКОВІ ІДЕЇ З МАЛИМ БЮДЖЕТОМ

- Створіть листівку та роздайте її на поштових скриньках і дошках оголошень.
- Дайте оголошення в місцевій газеті
- Телефонуйте та надсилайте електронні листи компаніям (B2B), які, можливо, захочуть купувати у вас.
- Оренда торгового столика на ринковій площі або в торговому центрі. Приєднуйтеся до місцевих подій на ринку.



Entrepreneurship course © 2024 by Startup Refugees is licensed under Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International



Rahoittaja
Jatkuvan oppimisen ja
työllisyyden palvelukeskus

БЕЗКОШТОВНІ / ДЕШЕВІ ОНЛАЙН-ІНСТРУМЕНТИ

- Конструктори вебсайтів: WordPress, Wix, Squarespace, Google Sites, Webflow, Weebly
- Дизайн та оформлення: Canva
- Ілюстрації та стокові фото: Pexels, Unsplash, Shutterstock, iStock, unDraw
- Email маркетинг: MailChimp
- Аналіз та звітність ефективності: Google Analytics
- Управління соц мережами: Hootsuite
- Управління проектами: Trello, Miro








ПІБ _____

Дата _____

LEAN CANVAS

<p>Проблема Вкажіть 1-3 основні проблеми ваших потенційних клієнтів</p>	<p>Пропозиція Запропонуйте варіанти вирішення кожної з проблем</p>	<p>Унікальність (Додана вартість) Змістовна та чітка характеристика, що демонструє перевагу Вашої пропозиції на ринку в порівнянні з іншими</p>	<p>Конкурентна перевага Особливість Вашої пропозиції яку не можна просто скопіювати або купити за гроші</p>	<p>Цільова аудиторія Вкажіть основні категорії Ваших потенційних клієнтів</p>
<p>Наявні альтернативи Вкажіть які варіанти вирішення даних проблем існують на ринку зараз</p>	<p>Ключові показники (ККД) Чисельні показники, що вказують на життєздатність Вашої пропозиції</p> 		<p>Канали зв'язку Яким чином Ви спілкуєтеся із Вашими клієнтами?</p> 	<p>Перші послідовники Ваші перші ідеальні клієнти, хто вони?</p>
<p>Структура витрат Перелічіть змінні та фіксовані витрати</p> 		<p>Джерела прибутку Перерахуйте джерела Вашого прибутку</p>		

ПОСИЛАННЯ

- [Google Digital Workshop](#) - безкоштовні онлайн курси з маркетингу
- Domain services: [FI domains](#), [Zoner](#), [Domain-hotelli](#), [GoDaddy](#)
- [Як написати Маркетинговий План 1](#)
- [Як написати Маркетинговий План 2](#)
- [101 Маркетингова ідея для малого бізнесу](#)
- [12 простих порад: Як використовувати соц мережі для Малого Бізнесу](#)
- [Досвід Shopify: Як побудувати власний бренд](#)



Джерела

- [Survey on Use of information and communications technology 2020, Statistics Finland](#)
- [Posti's 2020 online shopping survey](#)
- [The e-commerce survey by the Finnish Commerce Federation](#)
- [Consumer Protection Act](#)
- [Principles of the GDPR](#)
- [Copyright Act](#)

