

Muutoksen kesyittäjä - hanke

Myynnin psykologiaa 4

www.hamk.fi



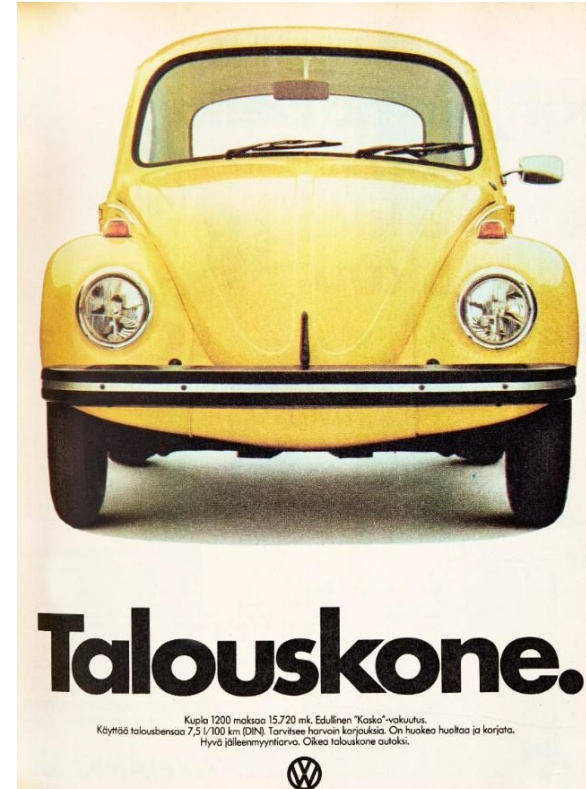
Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



HAMK
HÄMEEN AMMATTIKORKEAKOULU
HÄME UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Tällä kurssilla opitaan:

- Altistusajan pidentäminen liiketiloissa ja trendit kaupunkikeskuksissa
- Tuotesijoittelu ja markkinointi lain silmin
- Virtuaalinen tuotesijoittelu



Altistusajan pidentäminen

Rauhallinen tunnetila,
hyvä tunnelma saa
viihtymään ja viipymään
kauemmin
ostoskeskuksissa

Musiikki, tunnelma,
valaistus

Ihminen viipyy
pidempään ja tekee
enemmän ostoksia



Tuotesijoittelu ja markkinointi lain silmin

- Markkinoinnin tulee olla selkeästi tunnistettavissa
- Mainokset erotettava audiovisuaalisista ohjelmista ja radio-ohjelmista
- Traficom valvoo markkinointia televisiossa, radiossa ja tilausohjelmapalveluissa
- Laki säätelee mainosten kestoja ja sijoittelua
- Laki sähköisen viestinnän palveluista (917/2014)
- Mainonnan eettisiä periaatteita ja alaikäisten suojelua valvoo kuluttaja-asiamies

Tuotesijoittelu, mitä se tarkoittaa?

- Sillä tarkoitetaan tuotteen, palvelun tai tavaramerkin sijoittamista audiovisuaaliseen ohjelmaan vastiketta vastaan.
- Tämä tulee ilmoittaa katsojille joko tekstillä tai oheisella merkinnällä



Tuotesijoittelu yrityksen markkinointiviestinnän välineenä



- Samat tavoitteet, kuin muullakin markkinointiviestinnällä:
 - tuotetietoisuuden lisääminen
 - Mielikuvan rakentaja
 - Myymälöissä konkreettisesti lisäävät myyntiä – heräteostokset

Kuva: [Vietävän Hyvää -myymälä, Alavus](#) | [Kotitilan - Pientuottajalta Suomesta](#)

Virtuaalinen tuotesijoittelu

- Amazon ja Peacock ovat ottaneet käyttöön uuden mainostyökalun (Prime suoratoistopalvelu)
- Poikkeaa perinteisestä tuotesijoittelusta siten, että mainoksia voidaan laittaa (leipoa) suoratoistopalvelun kautta toistettavaan sisältöön jälkikäteen
- Mahdollisuudet rajattomat: voidaan päivittää reaaliajassa tilanteen mukaan
- Voidaan tehdä räätälöityä mainontaa verkkoseurannan perusteella (täsmämainonta)

Lähteet



Verkkolähteet:

- <https://www.kupli.fi/suomalaisen-mainonnan-100-vuotias-historia/>
- <https://tovari.fi/mainosjulisteet-historia/#>
- <https://www.adeptus.fi/myyntiestreet/nopein-tapa-lyhentaa-myyntiaikoja-asiantuntijabisneksessa>
- <https://www.adeptus.fi/myyntiestreet/nopein-tapa-lyhentaa-myyntiaikoja-asiantuntijabisneksessa>
- <https://www.adeptus.fi/myyntiestreet/nopein-tapa-lyhentaa-myyntiaikoja-asiantuntijabisneksessa>
- <https://fafi.fi/trendit/milta-nayttaa-tulevaisuuden-ostoskeskus-triplan-kati-kivimaki-ja-redin-aleksi-salminen/>
- [Menneiden vuosikymmenten mainokset ja suurten ikäluokkien unelmat | Apu](#)
- [Markkinointi, sponsorointi ja tuotesijoittelu | Traficom](#)
- [Kauppa houkuttelee heräteostoksiin | Kuningaskuluttaja | yle.fi](#)

Kirjallisuuslähteet

- Parviainen, Pekka & Pyykkö, Manne. Vaikuttaminen ja manipulointi Docendo 2020
- Parviainen, Petri. Myyntipsykologia. Näin meille myydään. Docendo 2013.