

VIERKO 2

Mainonta, mainokset

Osa 5: Myynti ja markkinointi

Yritystoiminnan suunnittelu, 15 osp

Sisältö

1. Mainonta on osa markkinointia
2. Hinta on tärkeä
3. Hinnoittelun tavat



1. Mainonta on osa markkinointia



Sanoja

- Mainonta = tarkoittaa yleisesti
 - viestintää,
joka herättää ostajien kiinnostuksen eri medioissa ja lisää myyntiä
- Mainos = kuva, teksti, sanat, ääni jne.
 - Tavoite: lisää tuotteen tai palvelun myyntiä.

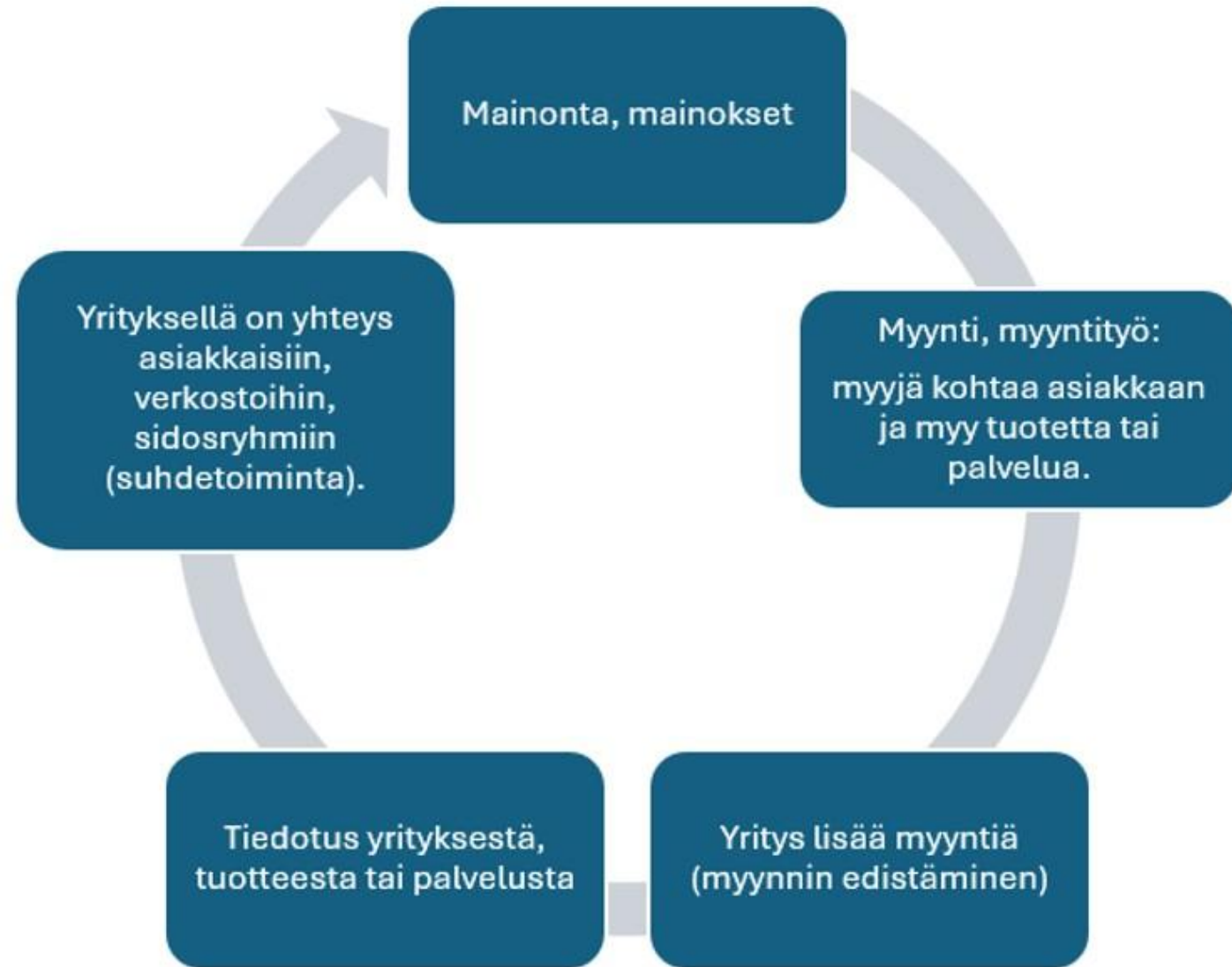


Mainonta, mainostaminen, mainokset = viestintää, joka lisää myyntiä

- Viestintä = puhe, keskustelu, kuuntelu, tekstit, kuvat, videot jne.
- Mainonnan tavoite on myydä.
- Markkinointiviestintä tekee brändistä tutun.
- Yritys maksaa mainonnan mediassa:
 - verkko eli netti
 - sosiaalinen media eli some: TikTok, Instagram, Pinterest, Facebook, X, Threads, WhatsApp, YouTube jne.
 - tv, radio
 - lehdet
 - jne.



Mainonta on
yksi osa
markkinointia
ja
markkinointi-
viestintää



Mainosväline

= väline, jolla yrittäjä mainostaa

- Yrittäjä päättää, mitä mainosvälinettä hän käyttää.
- Yrittäjä valitsee mainosvälineen kohderyhmän mukaan.
- Eri kohderyhmälle sopii eri mainosväline.

Mainosväline: Media	Mainosväline: yrittäjältä suoraan asiakkaalle
Mediamainonta	Suoramainonta
Mainos on mediassa: netti, some, lehdet, tv, radio jne.	Yrittäjä lähettää mainoksen suoraan asiakkaalle.



2. Mediamainonta



Mediamainonnan suunnittelu

- Mikä on mainonnan kohderyhmä?
- Mikä on kohderyhmälle paras viestintäväline?
- Mikä on budjetti eli se, paljonko mainonta maksaa?
- Minkälainen budjetti on sellainen, että voit maksaa?
- Kuinka paljon sinun täytyy myydä, että saat voittoa?



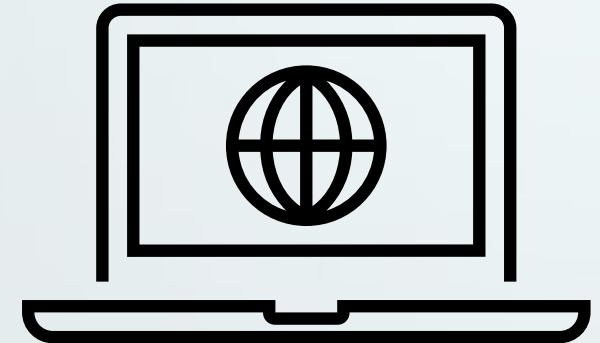
Yrityksen kotisivut netissä

- Yrityksesi löytyy netistä.
- Saat brändisi esille niin kuin haluat.
- Esittelet yritystäsi: toiminta, tuotteet ja palvelut.
- Hyvä nettisivu
 - on selkeä
 - toimii hyvin
 - kertoo oikeat tiedot yrityksestä
 - esittelee yrityksen kiinnostavasti.
- Yrityksellä voi olla erikseen kampanjasivu:
 - mainokset kampanjoista ja niiden tuotteista ja palveluista.



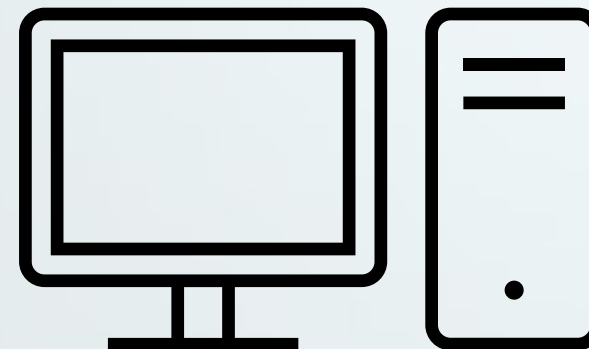
Yrityksen blogi

- Blogi on nettisivu, jolle tekijä kirjoittaa tekstiä ja lisää kuvia ja videoita.
- Blogin teksti (bloggaus) on usein henkilökohtainen: bloggaaja (kirjoittaja, tekijä) kertoo omia ajatuksiaan.
- Blogi voi täydentää yrityksen kotisivua.
- Blogi voi olla myös yrityksen nettisivulla: lyhyet, ajankohtaiset tekstit, jotka kertovat yrityksestä, tuotteista ja palveluista.



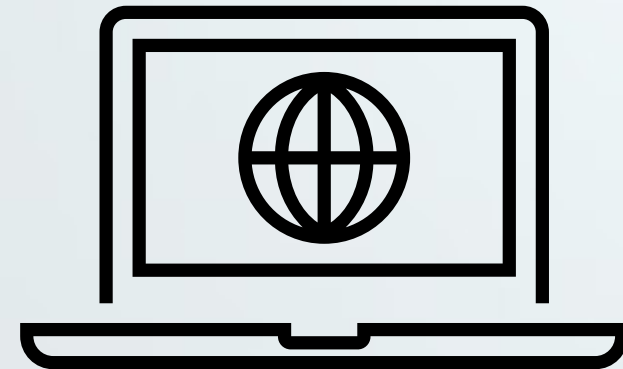
Mainosbannerit netissä (display-mainonta)

- Mainosbannerit ovat ilmoituksia ja mainoksia netissä.
- Ne näkyvät yrityksen nettisivuilla tai muilla nettisivuilla.
- Yritys maksaa mainosbannerit.
- Kuluttaja saa lisätietoja, kun hän klikkaa banneria.
- Linkki vie asiakkaan yrityksen nettisivulle, kampanjaan tai ostamaan tuotteen.



Hakukonemarkkinointi

- Yrityksesi, tuotteesi tai palvelusi näkyvät hakukoneiden tulossivuilla.
- **Hakusananmainonta** maksaa sinulle.
- **Hakusanaoptimointi** ei maksa.
 - Se tarkoittaa, että hakusanasi löytyvät helposti.
 - Valitse helpot hakusanat.
- Tulos riippuu hakusanoista.
- Yritykset käyttävät Suomessa eniten Googlea hakukonemarkkinoinnissa.



Sosiaalinen media

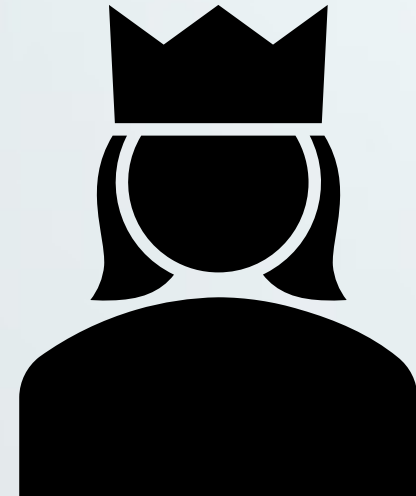
- Sosiaalinen media (some) tarkoittaa kaikkea netin viestintää, jossa käyttäjät tekevät sisällön: tekstit, kuvat ja videot.
- Sosiaalisessa mediassa ihmiset verkostoituvat: he seuraavat muita, jotka osallistuvat someen.
- Somen kanavat ovat yleensä ilmaisia.
- Myös yritykset kertovat somesta tuotteista ja palveluista.



Vaikuttajamainonta (vaikuttajamarkkinointi)

= Sosiaalisen median suosittu ihmiset
esittelevät tuotteita ja palveluita

- Yritykset käyttävät some-vaikuttajia, jotka kertovat tuotteista ja palveluista.
- Se on some-vaikuttajalle **kaupallista yhteistyötä**: yritys antaa tuotteen ja palvelun some-vaikuttajalle ja maksaa siitä, että tuote tai palvelu näkyy somessa.
- Tuote tai palvelu saa somessa **näkyvyyttä**: näkyy somessa.



Mainonta lehdissä

- Lehtiä ovat sanomalehdet, paikallislehdet, aikakauslehdet (esimerkiksi ammattilehdet, ”naistenlehdet” jne.).
- Mainos lehdessä on tehokas: selkeä teksti ja kuvat, joista kuluttaja kiinnostuu.
- Yrittäjä valitsee oikean lehden, joka sopii kohderyhmälle.
- Lehti-ilmoitukset maksavat paljon.
- Yrittäjä voi tehdä myös oman lehden esimerkiksi kampanjasta, jossa on mainokset tuotteista.



Mainonta televisiossa (tv)

- Yrittäjä mainostaa suurelle määrälle kuluttajia.
- Hyvä tv-mainos jää mieleen, koska se vetoaa tunteisiin: siinä on usein tarina.



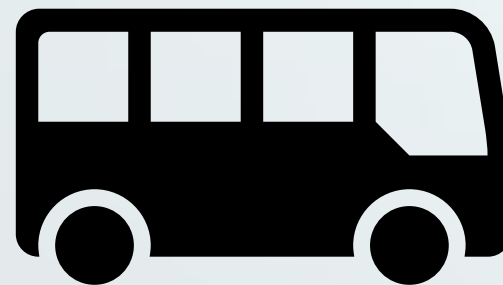
Mainonta radiossa

- Kuluttaja kuulee mainoksen ja tuntee, että
 - se on tehty hänelle
 - kohdistuu häneen.
- Hyvä radiomainos:
 - Se on lyhyt
 - Siinä on pääasia.
 - Se erottuu muista.
 - Se jää kuulijan mieleen.



Mainokset ulkona ja liikennevälineissä

- Ulkomainokset ovat tehokkaita kaupunkien keskustoissa, esimerkiksi mainosvalot ja julisteet.
 - Ihmiset näkevät ne, kun he kulkevat kaupungilla.
- Mainokset **liikennevälineissä** on liimattu bussiin, taksiin, junaan jne.
 - Mainos kulkee ympäri kaupunkia.



Mainokset yrityksessä

- Yrityksen rakennuksen ulkopuolella on mainoksia ja aukioloajat.
- Yrityksen sisällä on mainoksia hyllyissä ja lattialla, esimerkiksi esitteitä ja näyttöruutuja.
- Asiakkaat kiinnostuvat uusista tuotteista.



3. Suoramainonta



Suoramainonta

- Yrittäjä lähettää viestin asiakkaalle.
- On tärkeää, että suunnittelet tarkasti kohderyhmän.



Suoramainonta voi olla esimerkiksi:

- puhelinviesti
- sähköposti
- ryhmäposti
- mainos postilaatikkoon.



Tehokas suoramainonta

- Toista: lähetä usein.
- Suunnittele budjetti, jos
 - tilaat mainoksen toiselta yritykseltä (mainostoimistolta)
 - toinen yritys painaa sen paperille
 - ostat kirjekuoret
 - lähetät sen postissa (postimaksu).



Lähteet

- Kivinen, E. & Salminen, M. 2025. yritystoiminnan suunnittelu. Opetusmateriaali. Stadin AO.
- Yrittäjät. Hinnoittelu. <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/markkinointi-ja-myynti/hinnoittelu/>. Viitattu 5.11.2025.
- Yritystoiminta. Markkinointi. <https://www.osaavayrittaja.fi/>. Viitattu 5.11.2025.



Tekijä

- Selkomukautus Tuija Takala, 2025



Tämä materiaali on tuotettu VIERKO 2 -hankkeessa vuosina 2025–2027.

VIERKO on toteutettu Opetus- ja kulttuuriministeriön vuonna 2024 myöntämällä ammatillisen koulutuksen strategiarahoituksella.

VIERKO on seitsemänkymmenen (71) koulutuksen järjestäjän yhteisponnistus. Osatoteuttajat on listattu tämän esityksen viimeisellä dialla.

Työtä on koordinoanut Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä Keuda.

Hankkeessa on kehitetty vieraskielisen koulutuksen laatua ja kotimaisten kielten opetuksen tarjontaa ammatillisessa koulutuksessa.

Lisätietoa:

<https://www.keuda.fi/keuda/hankkeet/vierko-2/>



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>