

VIERKO 2

Markkinointi ja markkinointiviestintä

**Osa 5: Myynti ja markkinointi
Yritystoiminnan suunnittelu, 15 osp**

Sisältö

1. Mitä on markkinointi?
2. Mitä on markkinointiviestintä?
3. Suunnittele markkinointiviestintä
4. Mainonta ja mainokset
5. Myynti, myyntityö ja myyntiprosessi
6. Myyntiä lisää!
7. Tiedotus ja asiakassuhteet
8. Lähteet



1. Mitä on markkinointi?



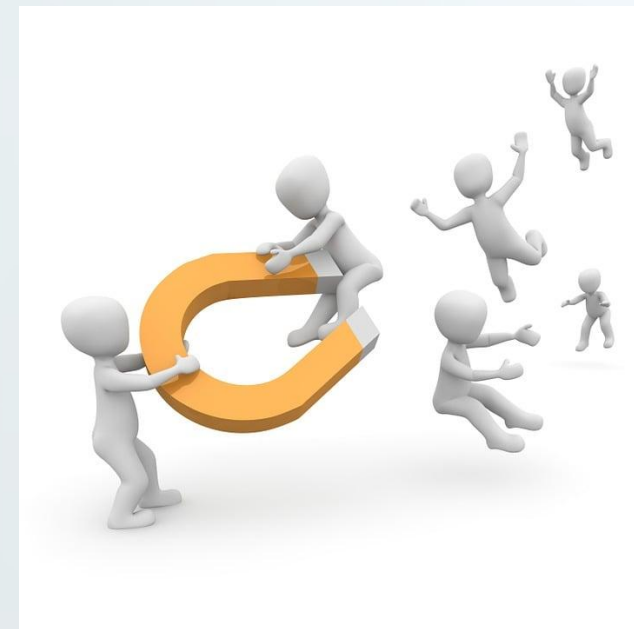
Markkinointia on...

- Kaikki yrityksen toiminta on markkinointia.
- Tavoite ja tarkoitus:
 - Asiakkaat saavat tiedon tuotteesta tai palvelusta.
 - Asiakas ostaa tuotteen tai palvelun.
 - Yritys saa voittoa eli yrityksen toiminta jatkuu.
- Yrityksen imago:
 - Asiakkaat ajattelevat yrityksestä, tuotteesta tai palvelusta hyvää.



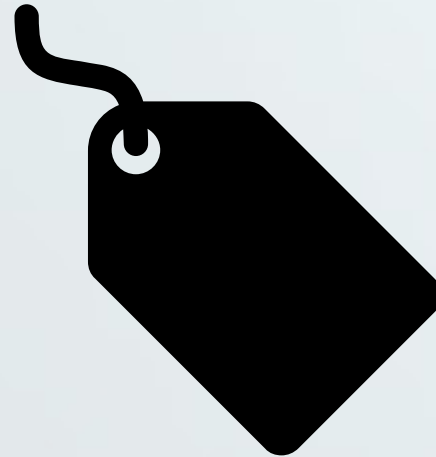
1. Tuote tai palvelu on markkinointia

- Asiakas haluaa ostaa tuotteen tai palvelun.
- Tuote tai palvelu erottuu kilpailijoista.



2. Hinta sopii asiakkaalle

- Hinta vaikuttaa myyntiin:
 - Asiakas kiinnostuu tuotteesta tai palvelusta.
- Asiakas arvostaa tuotetta ja palvelua:
 - Liian halpa hinta voi kertoa, että tuote on huono.
 - Kallis hinta voi vaikuttaa asiakkaan ajatuksiin: tuotteessa on hyvä laatu ja yrityksellä on hyvä imago ja brändi.
- Katso lisää materiaalista **Osa 3, diat Hinta ja hinnoittelu.**



3. Asiakas saa tuotteen tai palvelun helposti

- Asiakas saa yrityksen tiedot helposti.
- Asiakas saa helposti yhteyden yritykseen.
- Asiakas pääsee helposti yrityksen tiloihin.
- Yritys on auki niin, että asiakas pääsee sinne helposti.
- Asiakas saa palvelun nopeasti.
- Asiakas saa tuotteen helposti ja nopeasti.
- Asiakkaan mielestä yritys, tuote tai palvelu on mukava, ja kaikki onnistuu hyvin ja sujuvasti.



4. Yritys kertoo tuotteesta tai palvelusta: **markkinointiviestintä**

- Yritys viestii yrityksestä, tuotteesta tai palvelusta
 - yrityksille
 - asiakkaille
 - ihmisille, jotka voisivat olla asiakkaita.



2. Mitä on markkinointiviestintä?



Markkinointiviestintää ovat



Tavoite: myyt lisää!

Asiakas
tuntee
yrityksen
tuotteen.

Asiakas
ajattelee
tuotteesta
hyvää.

Asiakas
haluaa
ostaa
tuotteen.

Asiakas
ostaa
tuotteen.



3. Suunnittele markkinointiviestintä



1. Valitse kohderyhmä

- Selvitä, kenelle teet markkinointia eli viestit.
- Suunnittele markkinointi niin,
että se sopii vastaanottajille eli kohderyhmälle.
- Erilaisille asiakasryhmille sopii erilainen viestintä:
 - Valitse viestintä kohderyhmän mukaan.
 - Esimerkiksi nuoret innostuvat eri asioista kuin vanhat.



2. Valitse viestin sisältö

- Suunnittele, mitä kerrot ja miten kerrot.
- Suunnittele viestintä, joka sopii tavoitteeseen ja kohderyhmään.
- Tavoitteita ja kohderyhmiä voi olla monta.



Esimerkit sisällön valinnasta

- **Esimerkki 1:**

- Haluat, että yrityksesi tulee tutuksi ja ihmiset löytävät yrityksen netistä.
 - Kerrot yrityksestä.
 - Sinulla on iskulause: tiivistät tärkeimmän asian yhteen lauseeseen.
 - Sinulla on logo, joka jää mieleen.
 - Yrityksellä on helppo nettiosoite.

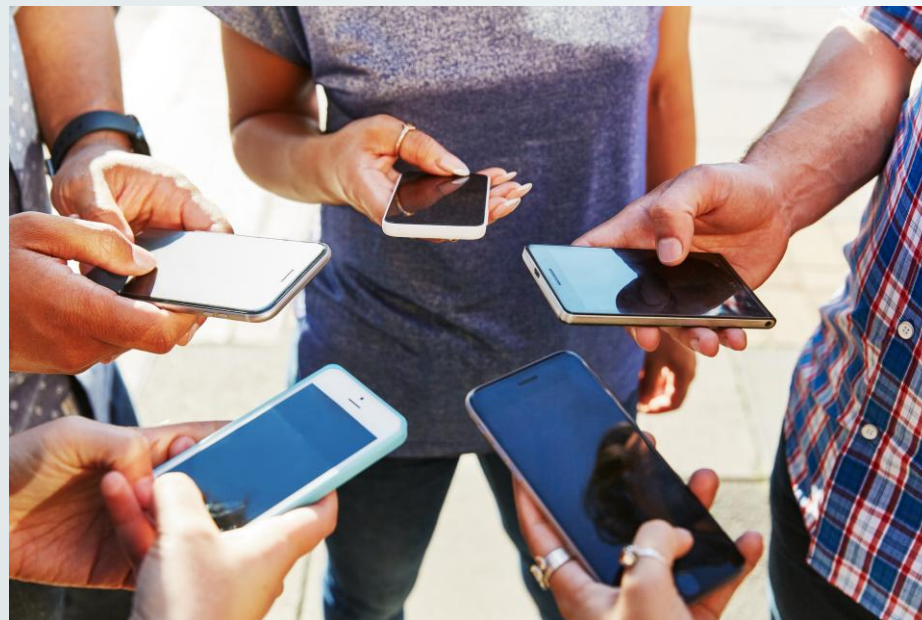
- **Esimerkki 2:**

- Haluat, että uusi asiakas kokeilee tuotettasi.
 - Perustelet tuotteen sisällön.
 - Hinta sopii asiakkaalle.
 - Asiakas saa hyviä mielikuvia, ajatuksia ja tunteita.



3. Valitse viestintäväline

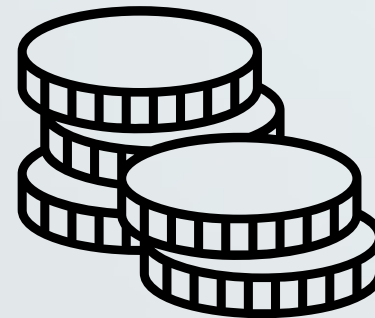
- Viestintäväline = media
 - Media = verkkosivu netissä, sosiaalinen media, lehti, tv jne.
 - Valitse:
 - Viestintäväline sopii kohderyhmälle.
 - Kohderyhmä saa viestin helposti.
 - Välineen hinta on sinulle **kustannustehokas.**
- = Hyöty on sinulle suurempi kuin hinta, jonka maksat viestintävälineestä.



4. Laske kustannukset.

Kuinka paljon menee rahaa markkinointiviestintään?

- Suunnittele budjetti:
rahat viestinnän suunnitteluun,
toteutukseen ja seurantaan.
- Tarkista viestinnän tavoite:
markkinointiviestintä vastaa tavoitetta.
- Tarkista kohderyhmä tai kohderyhmät:
viestintä sopii kohderyhmälle tai kohderyhmille.
- Tarkista:
valitset viestintävälineen,
joka sopii tarkoitukseen.
- **Kustannustehokkuus:**
 - Tuote tai palvelu myy hyvin.
 - Myynti tuo sinulle rahaa ja voittoa enemmän kuin olet maksanut viestinnästä.



5. Seuraa tuloksia

- Miten markkinointiviestintä toimi?
- Mitä hyötyä sait?
- Mitä ongelmia oli?
- Mitä opit virheistä?
- Mitä voit tehdä paremmin?

- Esimerkkejä:

- Tee kysely asiakkaille.
 - Selvitä, miten tavoitteesi onnistuivat ja miten viestintä vaikutti asiakkaisiin.
- Selvitä asiakkaiden määrä tapahtumassa.
- Selvitä seuraajien määrä nettisivulla tai sosiaalisessa mediassa.
- Lähetit mainoksen suoraan tietyille asiakkaille (suoramainonta):
 - Kuinka moni osti tuotteen?



4. Mainonta ja mainokset



Lisätietoja mainonnasta

- Katso diat: Mainonta, mainokset



5. Myyntiä lisää! Myynninedistäminen



Myynninedistäminen = Lisää myyntiä

- Sinulla on jo yritys.
- Sinulla on jo asiakkaita.
- Tarvitset lisää asiakkaita ja myyntiä.
- **Edistät eli lisäät myyntiä:** keksit erilaisia tarjouksia.
 - Asiakkaat ajattelevat, että he hyötyvät.
 - Asiakkaat kiinnostuvat.
 - Asiakkaat innostuvat ja ostavat.



Esimerkkejä myynnin edistämisestä

- Kilpailut
- Tarjouskupongit
- Merkit tai leimat ostoksista
- ”Kylkiäinen”:
asiakas saa ostoksen lisäksi jotain muuta.
- Pakettitarjous, esimerkiksi kaksi tuotetta yhden hinnalla.
- Jne.



6. Tiedotus ja asiakassuhteet



Tiedotus

- Tiedotat verkostoja ja asiakkaita:
 - Sinulla on uusi tuote tai palvelu.
 - Aloitat uuden tavan toimia.
 - Avaat uuden liikkeen tai kaupan.



Tiedotuksen (tiedottamisen) tavoite

- Tieto lisääntyy yrityksestä, tuotteesta tai palvelusta.
- Tiedotus ei ehkä lisää myyntiä, mutta hoidat suhteita verkostoihin ja asiakkaisiin.



Suhdetoiminta

= suhteet verkostoihin ja asiakkaisiin

- Kaikki vaikuttaa suhteisiin ja mitä muut ajattelevat yrityksestä, tuotteesta ja palvelusta:
 - Otat vastaan asiakkaat.
 - Otat vastaan ihmiset, jotka tutustuvat yritykseesi.
 - Esittelet yritystäsi.
 - Osallistut tilaisuuksiin, ja esittelet yritystäsi ja sen tarjontaa.
 - Järjestät avoimet ovat -esittelypäivät ja muut tilaisuudet.
 - Neuvot asiakkaita.
 - Jne.



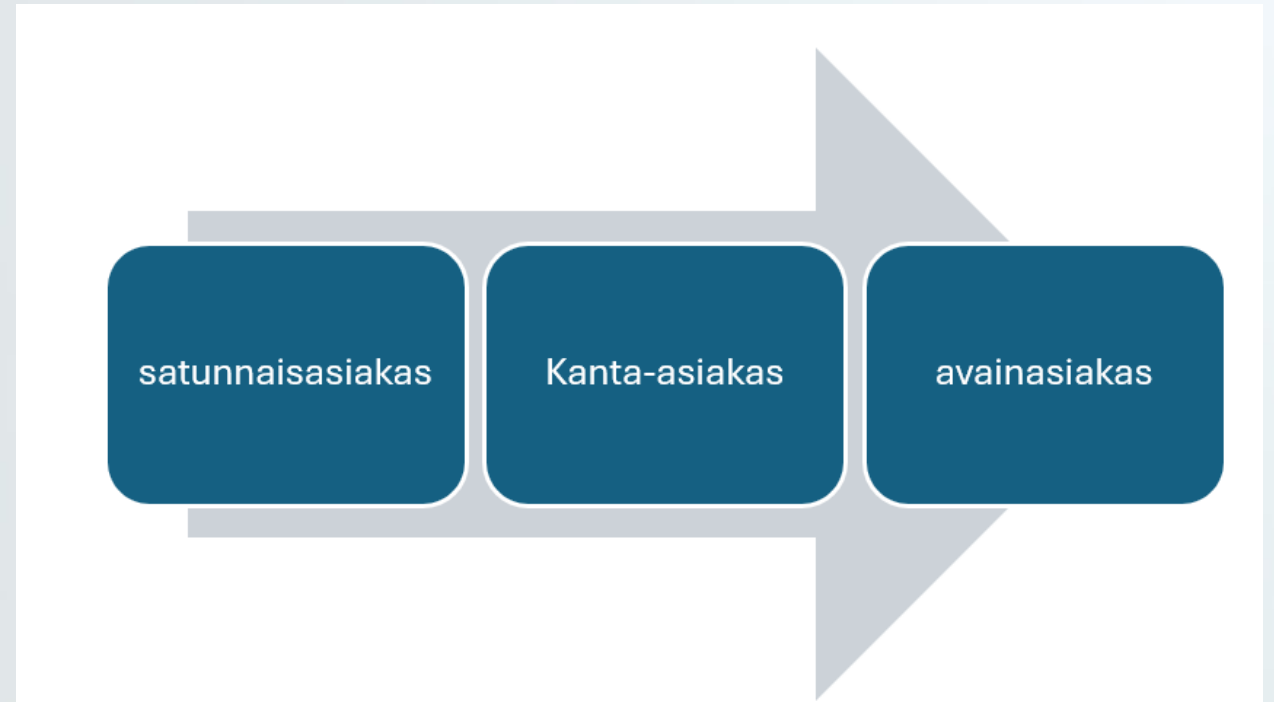
Asiakassuhdemarkkinointi: haluat pitkiä asiakassuhteita

kanta-asiakas	ostaa sinulta säännöllisesti
avainasiakas	yrittöksesi tärkein asiakas, jonka avulla saat paljon tuottoa
suosittelija-asiakas	asiakas, joka suosittelee sinun yritystäsi muille



Asiakashankinta: hankit ja saat uusia asiakkaita

- **Satunnaisasiakas** ostaa sinulta ensimmäisen kerran sattumalta.
- Asiakkaan täytyy olla tyytyväinen: silloin hän ostaa taas.
- Haluat, että hän ostaa sinulta usein: silloin hän on **kanta-asiakas**.
- Haluat, että hänestä tulee sinulle tärkeä tai tärkein asiakas eli **avainasiakas**.



Asiakastyytyväisyys

- Pidät huolta asiakassuhteista.
- Seuraat ja selvität, kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat (**asiakastyytyväisyys**).
- Keräät arvioita ja palautteita.
- Muutat toimintaa aina niin, että otat huomioon asiakkaiden tyytyväisyyden.



7. Lähteet



Lähteet

- Denny, R. 2013. Selling to win. Lontoo: Kogan Page
- Kivinen, E. & Salminen, M. 2025. Yritystoiminnan suunnittelu. Opetusmateriaali. Stadin AO.
- Langley, R. 2007. Beautiful selling. The complete guide to sales success in the salon. Italy: Thomson Learning.
- Rope, T. 2009. Perusmyyjästä supermyyjäksi. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Yritystoiminta. Markkinointi. <https://www.osaavayrittaja.fi/>. Viitattu 5.5.2025.



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/>