

# Missä digitaalisissa kanavissa yrityksen pitää näkyä?



[www.businesssavo.fi](http://www.businesssavo.fi)

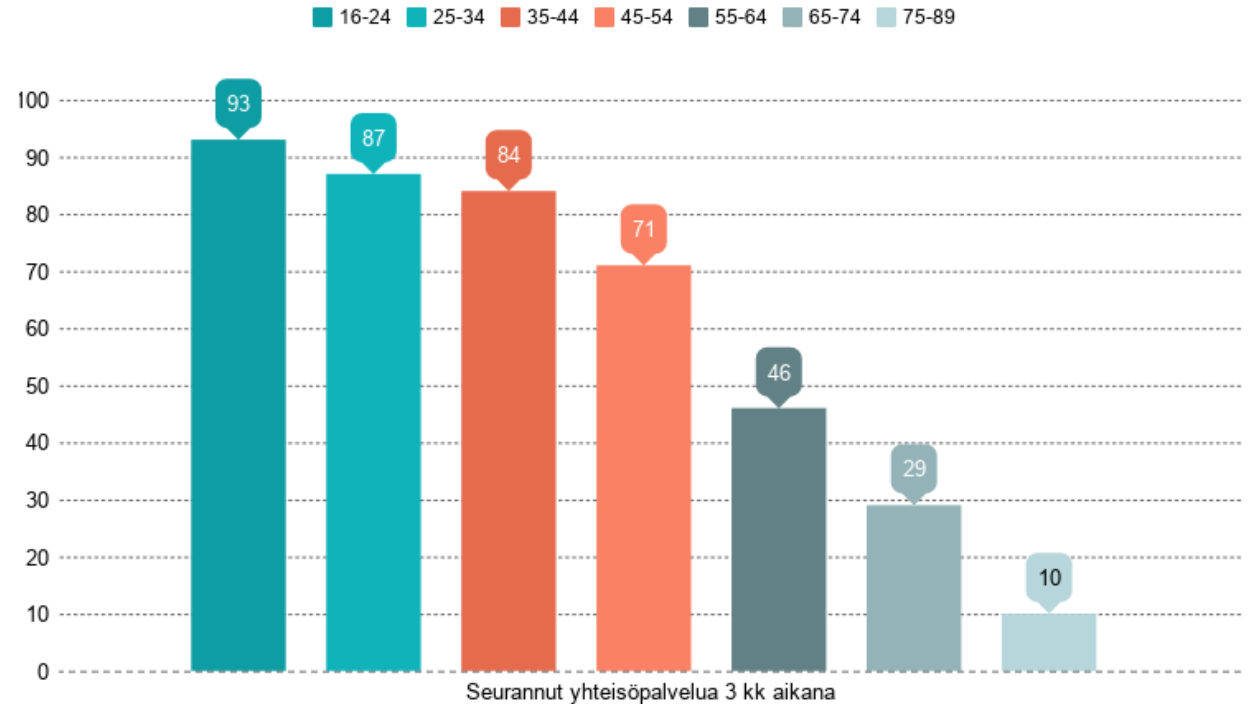
<https://www.linkedin.com/company/business-savo-oy/>

<https://www.facebook.com/businesssavo/>

# Asiakaskäyttäjätymisen muutos

- Asiakkaiden ostokäyttäjätyminen on muuttunut; nykyään tuotteiden ja palveluiden etsiminen aloitetaan verkosta, ja asiakkaat valitsevat palveluntarjoajan esimerkiksi yrityksen kotisivujen, houkuttelevan mainoksen tai ensimmäisenä hakutuloksissa komeilevien yhteystietojen perusteella.
- Tutkimuksen mukaan 98 % suomalaisista käyttää hakukonetta etsiessään sopivaa palveluntarjoajaa verkosta (Google/Millward Brown Digital, B2B Path to Purchase Study)
- B2B-toimialalla, 71 % B2B-päätäjistä aloittaa tiedon etsimisen geneerisellä / yleisellä Google-haulla
- Tärkeintä on tavoittaa asiakas oikealla hetkellä oikeassa paikassa. Asiakas tekee valinnan ja päättää keneen palveluntarjoajaan hän on yhteydessä saadakseen itselleen toimivan ratkaisun.
- Kun asiakkaalla on tarve, hän etsii, tutkii ja vertailee tietoa verkossa. Jos et löydy, erotu joukosta ja kohtaa asiakasta oikealla hetkellä, asiakas todennäköisesti valitsee jonkun muun johon on yhteydessä

Yhteisöpalvelujen seuraamisen yleisyys ja useus 2018, %-osuus väestöstä

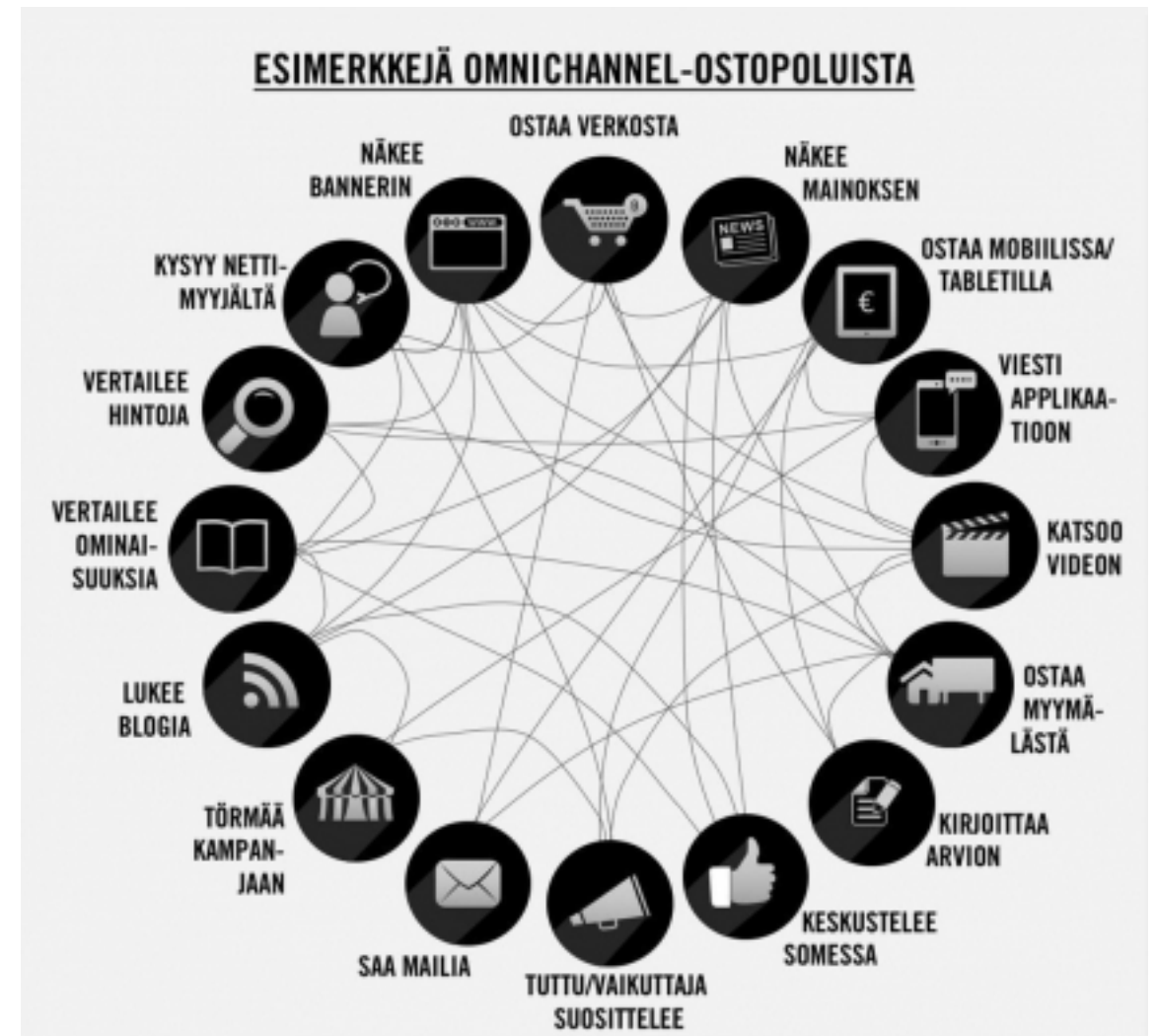


Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö [verkkajulkaisu].  
ISSN=2341-8699. 2018, 1. Suomalaisen internetin käyttö 2018 - viestintää, asiointia, tiedonhakua ja medioiden seuraamista.

- Ihmiset viettävät entistä enemmän aikaa digitaalisissa kanavissa
- Jopa 70 % koko ostoprosessista tapahtuu ennen suoraa kontaktia palveluntarjoajan kanssa. Asiakkaalla on siis kaikki valta tehdä itsenäisiä päätöksiä tiedon hakemisen ja vertailemisen aikana.

# Asiakaskäyttäytymisen muutos

- Verkko on usein ensimmäinen paikka, jossa asiakas törmää yritykseesi. Oletko siis jo miettinyt, miten löydyt ja minkälaisen kuvan annat yrityksestäsi verkossa?
- Asiakkaat käyttävät myös entistä enemmän sosiaalista mediaa yritysten kanssa toimimiseen joten yritysten täytyy aktiivisesti hallita omia sosiaalisen median kanaviaan
- Tarjolla on jatkuvasti entistä enemmän tietoa ja vaihtoehtoja yhä useammassa kanavassa. Kilpailu huomiosta on kovaa, ja samalla asiakkaat osaavat myös vaatia aina vain enemmän.
- Anna asiakkaan valita itselleen sopivin tapa ostaa ja tee ostaminen helpoksi - kellonajasta riippumatta
- Mieti miten ja mitä kerrot tuotteistasi ja palveluistasi verkossa. Asiakas ei välttämättä hae hakukoneesta jotain tiettyä laitetta, palvelua tai yritystä, vaan hän kuvailee yleisellä tasolla tarpeensa. Löytääkö asiakas relevanttia tietoa ostopäätöksensä tueksi juuri sinun verkkosivuiltasi?



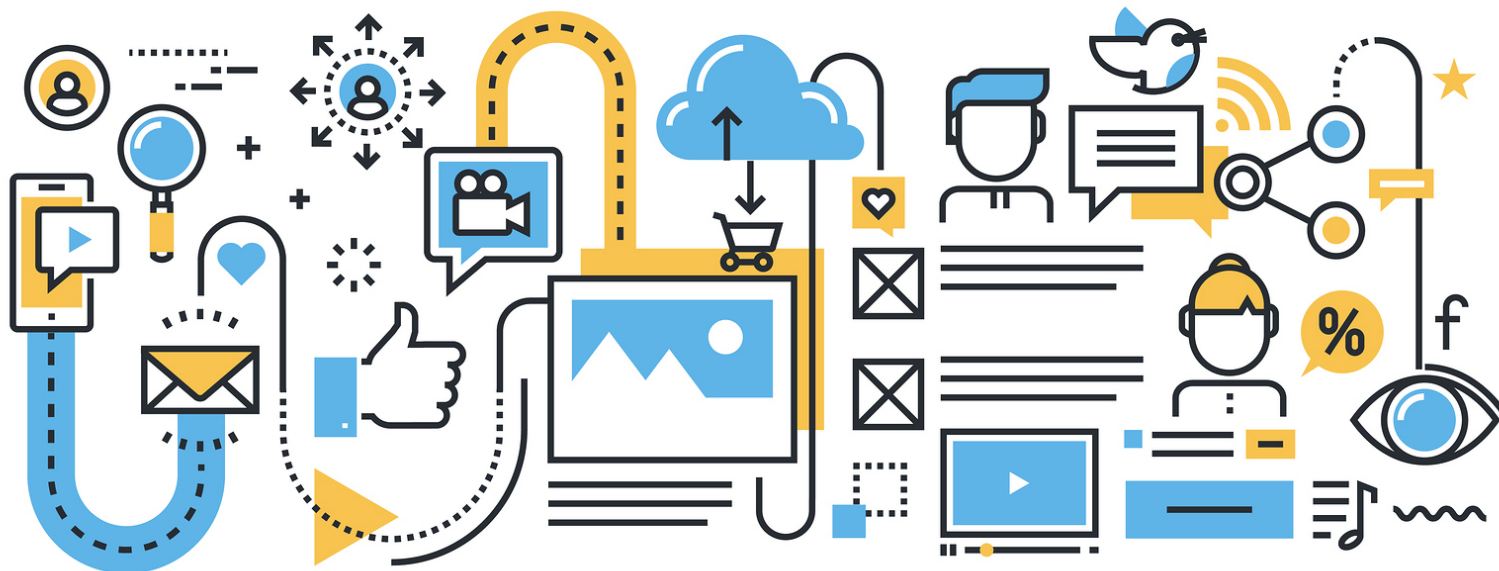
Kuva: [www.iab.fi](http://www.iab.fi)

- Mobiilikäyttö jyrää ja se on merkittävää erityisesti kotisivujen kannalta. 79 % suomalaisista omistaa älypuhelimien (Google Consumer Barometer 2017).
- Varmista, että verkkosivusi ja mahdollinen verkkokauppa on mobiiliystävällinen.

# SOCIAL MARKETING

WHO WE ARE?

WHAT WE DO?

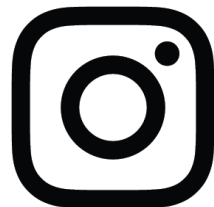


## Mistä asiakas etsii?

- Googlesta
- Yrityksen kotisivulta
- Sosiaalisesta mediasta
- Mm.  
yhteydenottolomakkeet,  
chat, sähköposti,  
keskustelupalstat ja  
foorumit yms...
- Muualta?



Google



# Mistä yritys/tieto löytyy ja mistä asiakas voi ostaa?



Kuva: [www.digimarkkinointi.fi](http://www.digimarkkinointi.fi)

- Perusasiat kuntoon
- Yrityksesi tietojen löytyminen käytetyimmistä verkkopalveluista on hyvä lähtökohta.
- Pidä tiedot ajan tasalla ja yhtenäisinä kaikissa kanavissa. Asiakkaat löytävät luoksesi mutta myös hakukoneet arvostavat yhtenäistä ja monipuolista näkyvyyttä.
- Google My Business on maksuton työkalu, jonka avulla voit hallita sitä, miten yrityksesi näkyy Google-tuotteissa, kuten Mapsissa ja Google-haussa.

# Mitä Google My Businessin avulla voi tehdä?

Google My Businessin edut voidaan jaotella kolmeen alla olevaan luokkaan.

## 1. Tarkkojen yritystietojen ylläpitäminen verkossa

Voit ilmoittaa Googlelle aukioloaikasi, verkkosivustosi, puhelinnumerosi ja sijaintisi (yrityksestä riippuen tämä voi olla katuosoite, palvelualue tai paikkamerkki).

Mobiilisovelluksen avulla voit pitää verkkotietosi ajan tasalla riippumatta siitä, missä olet.

## 2. Vuorovaikutus asiakkaiden kanssa

Voit lisätä valokuvia yrityksestäsi ja sen tuotteista ja palveluista.

Voit kerätä arvosteluja ja vastata asiakkaiden lisäämiin arvosteluihin.

## 3. Uusien asiakkaiden houkutteleminen

Voit parantaa yrityksesi verkkonäkyvyyttä, jotta uudet asiakkaat löytävät yrityksesi paremmin.

Voit ohjata asiakkaita verkkosivustollesi.

Voit myös halutessasi käyttää sijaintiin perustuvia mainoksia Google Adsin Älykkäissä kampanjoissa tavoittaaksesi entistäkin suuremman yleisön

[https://support.google.com/business/answer/6300717?hl=fi&ref\\_topic=6300675](https://support.google.com/business/answer/6300717?hl=fi&ref_topic=6300675)

# Google My Business -verkkosivusto

Google My Businessissa voit luoda maksuttoman mobiilikäyttöön optimoidun verkkosivuston, joka edustaa yritystäsi.

Google käyttää automaattisesti Googlessa näkyvässä yritysprofiilissasi olevia tietoja ja kuvia ja luo sivuston, jota voit yksilöidä teemoilla, kuvilla ja tekstillä.

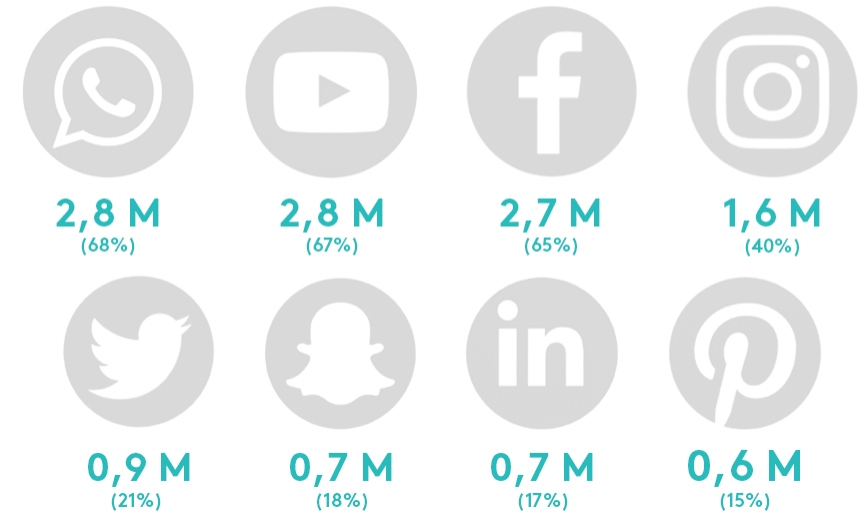
Maksuton sivustosi jopa päivittyy automaattisesti, kun muutat yrityksesi tietoja tai lisäät uusia valokuvia.

Verkkosivustosi optimoidaan näkymään pöytäkoneilla, kannettavilla tietokoneilla ja mobiililaitteilla.

Google My Businessissa luotu verkkosivusto on tarkoitettu yksinkertaiseksi pienyrittäjäystävälliseksi ratkaisuksi, jolla yritys voidaan viedä verkkoon.

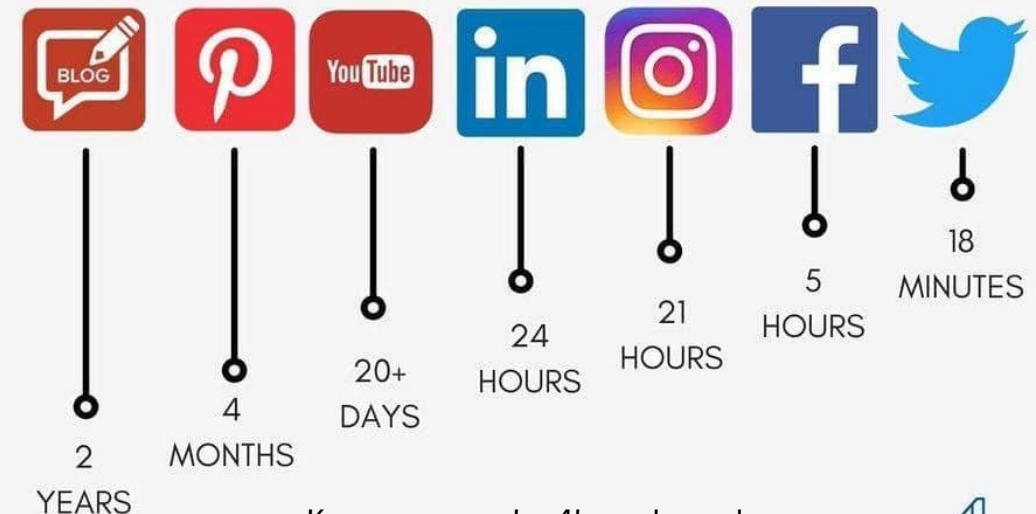
# SOME-kanavat

- Ostopäätöksiä tehdessä perhe ja ystävät ovat luotetuimpia suosittelijoita. Puskaradio on yksi vaikuttavimpia markkinoinnin tapoja, kun sana kiirii ihmisten omasta halusta eteenpäin. Somessa ollaan vuorovaikutuksessa ja voidaan suositella: siksi some
- Yleisimmät kanavat
- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Youtube
- Pinterest
- LinkedIn
- Blogi-alustat
- Kokemuksia?
- <https://www.meltwater.com/fi/blog/suomalaisten-somen-kaytto/>



Kuva: www.meltwater.fi

## HOW LONG DOES YOUR CONTENT LAST?



Kuva: www.value4brand.wordpress.com