

LEHTI-ILMOITUKSET	Henkilökohtainen sävy
Herätesanat: Ilmainen, Uutuus, Pyri saamaan ilmoituksella aikaan toimenpiteen asiakkaassa, kuponki, kilpailun jne.	Yksinkertainen: kerro miten helppoa on ostaa yritykseltäsi Sijoitus : ylhäällä oikealla
Missä lehdissä menestyvimvät kilpailijat ilmoittavat	Käytä referenssejä
Pyri saamaan artikkeli lehteen Väri-ilmoitus huomataan 45% paremmin kuin mustavalkoinen	Käytä muotoa sinä saat eikä meiltä löytyy
Otsikko: Houkutteleva –lähelle asiakasta	Käytä kuvaa, taulukkoa



Laadukasta neuvontaa

Uusyrityskeskukset
Suomi



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2007–2013

INTERNET SIVUT 1

Tee navigoinnista helppo ja selkeä
Käytä otsikoita, nimeä painikkeet selkeästi

Määrittele sivujesi tarkoitus:
informoida, myydä, tai jokin muu

Hakukone löytää paremmin jos hakusana on: sivun otsikossa, niin ylhäällä tekstissä kuin mahdollista, painikkeissa, niin lähellä toisiaan kuin mahdollista tekstissä

Saatavuus: onko tarjoamasi palvelu tai tuote heti saatavissa ?

Huolehdi siitä että sivu latautuu nopeasti

Uskottavuus: älä lupaa liikaa.
- tarjoa kävijälle hyvä erikoistarjous

Tarkista oikeinkirjoitus, tausta ja layout – yrityksesi näköinen

Älä tee liian monta valintavaihtoehtoa asiakkaalle

Tarjoa eri maksumuotoja, kerro toimitusajat ja pidä niistä kiinni



Laadukasta neuvontaa

Uusyrityskeskukset
Suomi



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2007–2013

Internet 2	Käytä referenssejä, positiivisia asiakaskommentteja
Rekisteröi sivusi hakumoottoreille	Palaute ja tilaus mahdollisuus
Hanki hyvä osoite fi lisäksi hanki myös com. Hakumoottorit voivat ensin hakea comin puolelta	Pidä sivuilla oma vieraskirja
Huolehdi sivujen päivityksestä	Löytyykö sivuiltasi esitteesi, käyntikorttisi esim. PDF muotoisena - printattavaksi
Kuva yrityksestä, henkilöistä, ajohjeet, selkeät yhteystiedot, aukioloajat	Linkitys kiinnostaviin alaan liittyviin artikkeleihin tai www sivuihin

Miksi käyttää referenssejä?	Ovat useimmiten ilmaisia
Uskottavampaa kuin mainostaminen	Kysy aina lupaa
Niitä voi käyttää kertoessanne asioita sinusta ja yrityksestäsi joita itse et täysin uskottavasti voi kertoa	
Ne kertovat suoraan asiakkaillesi miten toinen asiakas on saanut ongelman teidän avulla ratkaistua	
Referenssiasiakkaista tulee usein kaikista uskollisimmat	

Asiakaskirje	Kerro Sinä muodossa ei yleistyksiä
Puhutteleeko otsikko asiakastasi ja tuoko se esiin tuotteen tai palvelun hyödyn juuri tälle asiakkaalle?	Käytä positiivisia sanoja ylläpitääksesi lukijan huomion
Muista aloittaa kirje tärkeimmillä hyödyillä ensiksi ja vähiten tärkeämmällä viimeiseksi	Erottuuko tärkeimmät argumenttisi esim. lihavoituna tekstinä , väreillä , tai merkeillä , <u>alleviivaamisella</u> ?
Kerro mikä tuotteellasi tai palveluksellasi on parempi kuin alalla yleensä käytössä olevilla	Antaako kirje selvät ohjeet mitä tehdä kun kirje luettu esim : soita, täytä lomake, lähetä sähköposti jne
Kerro asiat lyhyillä lauseilla ja kappaleilla	Tarjoatko lopuksi porkkanan mikäli asiakas reagoi tiettyyn päivämäärään asti

<p>Positiivinen yrittäjä saa enemmän asiakkaita</p>	<p>-Muista asiakkaat heidän erityistoivomukset ,arvot jne.</p>
<p>-Kuuntele enemmän (2 korvaa 1 suu) -Pidä yhteyttä asiakkaisiin -Vältä negatiivisia ihmisiä (jos mahdollista)</p>	<p>- Pidä asiakkaan antamat kirjeet, kuvat lahjat esillä esim. seinällä Tee vähän enemmän ja nopeammin mitä asiakkaat odottavat</p>
<p>Löydä negatiivisistakin tapahtumista positiivisuutta ja mahdollisuuksia Luo yhteyksiä kontakteja, liity tärkeisiin ryhmiin, yhdistyksiin, seuroihin</p>	<p>- Hemmottele itseäsi - esim. lahja, matka - Pidä vapaapäivä - Panosta itseesi lue kirjoja, kouluttaudu käy seminaareissa - Tee itsellesi palkitsemisjärjestelmä</p>
<p>- Ole rehellinen kerro myös haitat - Pidä kiinni sovituista ajoista</p>	<p>-Tee itsellesi ”varajärjestelmä back up” jolla varmistat yrityksen jatkumisen esim. oman sairauden tai muun takia</p>
<p>- Kun teet tavoitteita, määritä myös muutamia osatavoitteita matkalla päätavoitteeseen</p>	<p>-Katso peiliin –sinä vastaat menestyksestäsi ei muut -Miten vastaanotat negatiivisen palautteen</p>



Laadukasta neuvontaa

Uusyrityskeskukset
Suomi



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2007–2013

Logo	Käyntikortti
<ul style="list-style-type: none">-Sen tulisi elää kauan-Helposti ymmärrettävä-Erottua muitten logoista	Normaalin käyntikortin lisäksi kortti voi myös toimia markkinointivälineenä esimerkiksi :
<ul style="list-style-type: none">- Logon tulisi sopia yrityksen nimen kanssa	<ul style="list-style-type: none">-tuoteselosteena-alennuskorttina- hinnastona
<ul style="list-style-type: none">- Logon tulisi myös toimia mustavalkoisena	<ul style="list-style-type: none">-kalenterina-karttana-asiakaskorttina
<ul style="list-style-type: none">- Logon tulisi erottua sekä pienenä että isona	<ul style="list-style-type: none">-ajanvarauskorttina-käyttöohjeena

ESITE	FLYER
Tee esite ajatellen asiakkaan parasta ei omasi. Testaa esite esim. toisella henkilöllä. Näytä tekstissä että olet alan asiantuntija	Otsikon tulisi julistaa oleellisen edun käyttämällä yrityksesi palveluja ESIM Säästä 5000 euroa kun käytät Tuote A:ta
Esitteen tulisi aiheuttaa toimenpiteen asiakkaalla Käytä kuvia, taulukoita ym. Panosta paperiin ja esitteen ulkonäköön.	Käytä voimakkaita värejä
Referenssit mukaan –kysy lupaa Yhteystieto, kartta, tilauslomake	Käytä kuvia ja grafiikkaa
Pyri tekemään esite pitkäikäiseksi Ota mukaan tyytyväisiä asiakaskommentteja	Liitä mukaan konkreettinen tarjous

<p>Kilpailija-analyysi markkinoinnin tehostamiseksi</p>	<ul style="list-style-type: none"> - kilpailijoiden medianäkyvyys - missä näkyvät - onko palveluissa jotain erikoista
<ul style="list-style-type: none"> - kauanko he ovat toimineet - tuotepaletin ikä – alku vai loppuvaihe - yrityksen historia – hyödyntävätkö he sitä 	<ul style="list-style-type: none"> - jakelutiet, takuut, maksuehdot - aukioloajat - toimitusvarmuus ja nopeus
<ul style="list-style-type: none"> - yrityksen koko hyöty ja haitat 	<ul style="list-style-type: none"> - tarjoavatko he jotain tavallisuudesta poikkeavaa
<ul style="list-style-type: none"> - Hinnoittelu - hintakilpailukyky 	
<ul style="list-style-type: none"> - tuotteet ja palvelut hyöty ja haitat 	

YLEISET MARKKINOINTI-VIRHEET	- älä unohda nykyisiä asiakkaita, uuden hankkiminen vie kymmenen kertaa enemmän aikaa	- älä luota pelkkiin tunteisiin markkinoinnissa - käytä maalaisjärkeä (kaikkea hienoa ei tarvitse toteuttaa)
- markkinoi myös kun kauppa käy	- käytä jos mahdollista uudempaa tekniikkaa, ohjelmistot jne.	- keskity enemmän asiakkaiden tarpeisiin kuin omiin
- älä ammu joka suuntaan - tee markkinointi-suunnitelma	-älä pane kaikkia markkinointipanostuksia samaan koriin	- pyri aina saamaan asiakkaan nimiä ja yhteystietoja
- testaa, selvitä, vertaa eri markkinointitoimenpiteitä	- muista arvioida markkinointitoimenpiteitten tuloksia	-tee ostaminen helpommaksi, aukioloajat, viitoitus, vastaaminen puhelimeen ja sähköpostiin, www sivujen info
- katso markkinointia investointina ei kustannuksena	- jos tulee markkinointiongelmia hae asiantuntija-apua	-pitkäjänteisyys: 1 ilmoitus ei välttämättä tuo kauppaa
- anna kuva ammattimaisesta toiminnasta	- mikäli joku markkinointitoimenpide ei toimi vaihda toiseen	-tuo esiin kaikessa markkinoinnissa yrityksesi suurimmat edut