

LUO ONNISTUNUT MARKKINOINTI- SUUNNITELMA

-opas yrityksille

Markkinointisuunnitelma on konkreettinen väline markkinointitoimenpiteiden suunnittelun tueksi. Määrittelemällä palvelut, asiakasryhmät ja mittarit helpotat asettamiesi tavoitteiden seuraamista.

SISÄLTÖ

1. Alustus	4
2. Tavoitteet	6
3. Kohdennus	7
4. Kanavat	8
5. Aikataulu ja budjetti	9
6. Vuosikellon sisällöt	11
7. Seuranta	14

Markkinointisuunnitelma

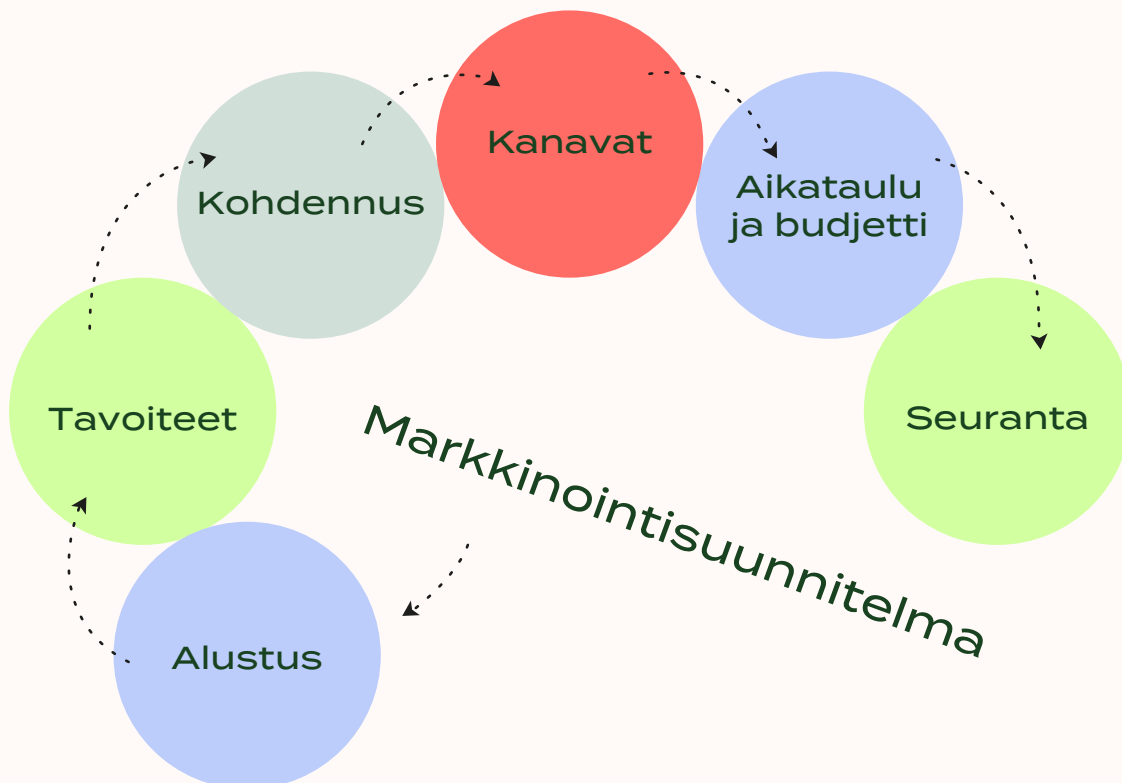
- Mikä se on ja miten sitä pitäisi täyttää ja käyttää?

Tämä opas toimiityökaluna sinulle, joka kaipaat toimivaa ja yksinkertaista työvälinettä markkinoinnin suunnitteluun ja toteutukseen.

Opas pitää sisällään **alustuksen**, jossa kartoitetaan yrityksen toimintaa ja selvitetään kilpailuetunne ja ydinviestinne. Seuraavaksi asetetaan **tavoitteet**. Tämän jälkeen käydään läpi **kohdennus**: mitä markkinoidaan ja kenelle. Tärkeää on miettiä myös, missä **kanavissa** tavoitellaan eri kohderyhmiä. On tärkeää suunnitella myös **aikataulu** vuosikellon avulla sekä budjetti. Lopuksi kirjataan ylös tulosten **seuranta** ja se, miten markkinoinnin onnistumista mitataan.

Jokainen kohta on ”esitetäytetty” esimerkkien avulla, jotta sinun on mahdollisimman helppo käyttää tätä pohjaa omassa työssäsi.

Toivottavasti tästä pohjasta on apua ja pääset sen avulla paremmin eteenpäin oman markkinointinne suunnittelussa!



1. Alustus

Ensin tarvitsee olla ymmärrys yrityksen identiteetistä ja toiminnasta. Mistä yrityksen identiteetti muodostuu? Ketkä ovat kilpailijoitanne ja mikä on kilpailuetunne: mikä saa teidät erottumaan kilpailijoista?

Kilpailijakartoitus

- Ketkä ovat kilpailijoitanne, heidän kilpailuetunsa ja miten he viestivät ?

Yrityksen nimi	Pääviestit	Kilpailuetu	Muut huomiot

Kilpailuetu

Mikä on kilpailuetunne: miten erotutte kilpailijoista?
 Minkä ongelman ratkaisette paremmin kuin kilpailijanne?
 Mikä on se tekijä, josta asiakas on valmis maksamaan?
 Miksi asiakas valitsee juuri teidät?

Mikä on ydinviestinne?

Ydinviesti:

2. Tavoitteet

Mitä haluan saavuttaa markkinoinnilla?
 Mitkä ovat liiketoimintamme tärkeimmät tavoitteet?
 Mihin organisaatiomme pyrkii?

Esim. liikevaihto, tulos, markkina-asema, tunnettavuus,
 asiakkaiden määrä, yrityskuvan palveleminen

Tavoite 1	Tavoite 2
Tavoite 3	Tavoite 4

Näkökulmia tavoitteita miettiessä:



3. Kohdennus • Mitä markkinoin ja kenelle?

Markkinoitava tuote / palvelu

- Mitkä tuotteet/palvelut ovat markkinointi-investoinnin arvoisia.

Asiakasryhmät • Potentialiset asiakkaat

Ydinsanoma

- Viesti, jonka haluan tuoda ilmi tuotteen/palvelun markkinoinnissa.

4. Kanavat

Kohtaamispisteet • Missä tavoitan asiakkaani?

Instagram	<input type="checkbox"/>	Facebook	<input type="checkbox"/>
LinkedIn	<input type="checkbox"/>	Tiktok	<input type="checkbox"/>
Twitter	<input type="checkbox"/>	Pinterest	<input type="checkbox"/>
Youtube	<input type="checkbox"/>	Google Ads	<input type="checkbox"/>
Digibannerit	<input type="checkbox"/>	Verkkosivut	<input type="checkbox"/>
Verkkokauppa	<input type="checkbox"/>	TV/Radio	<input type="checkbox"/>
Blogit	<input type="checkbox"/>	Sähköposti	<input type="checkbox"/>
Tekstiviesti	<input type="checkbox"/>	Messut	<input type="checkbox"/>
Verkostot	<input type="checkbox"/>	Artikkelit	<input type="checkbox"/>
Podcastit	<input type="checkbox"/>	Ulkomainonta	<input type="checkbox"/>
Digitaulut	<input type="checkbox"/>	Lehdet	<input type="checkbox"/>
Aikakausilehdet	<input type="checkbox"/>	Painotuotteet	<input type="checkbox"/>
Suoramarkkinointi	<input type="checkbox"/>	Promootio	<input type="checkbox"/>
Julisteet	<input type="checkbox"/>	Tapahtumat	<input type="checkbox"/>

5. Aikataulu ja budjetti

Vuosikelloon voit merkitä

- messut
- tapahtumat
- kampanjat
- sesongit
- uutiskirjeet
- uuden tuotteen tai palvelu

Mitä tuotteita/palvelua haluan markkinoida milloinkin?
Paljonko resursseja on käytössä?

Esim.

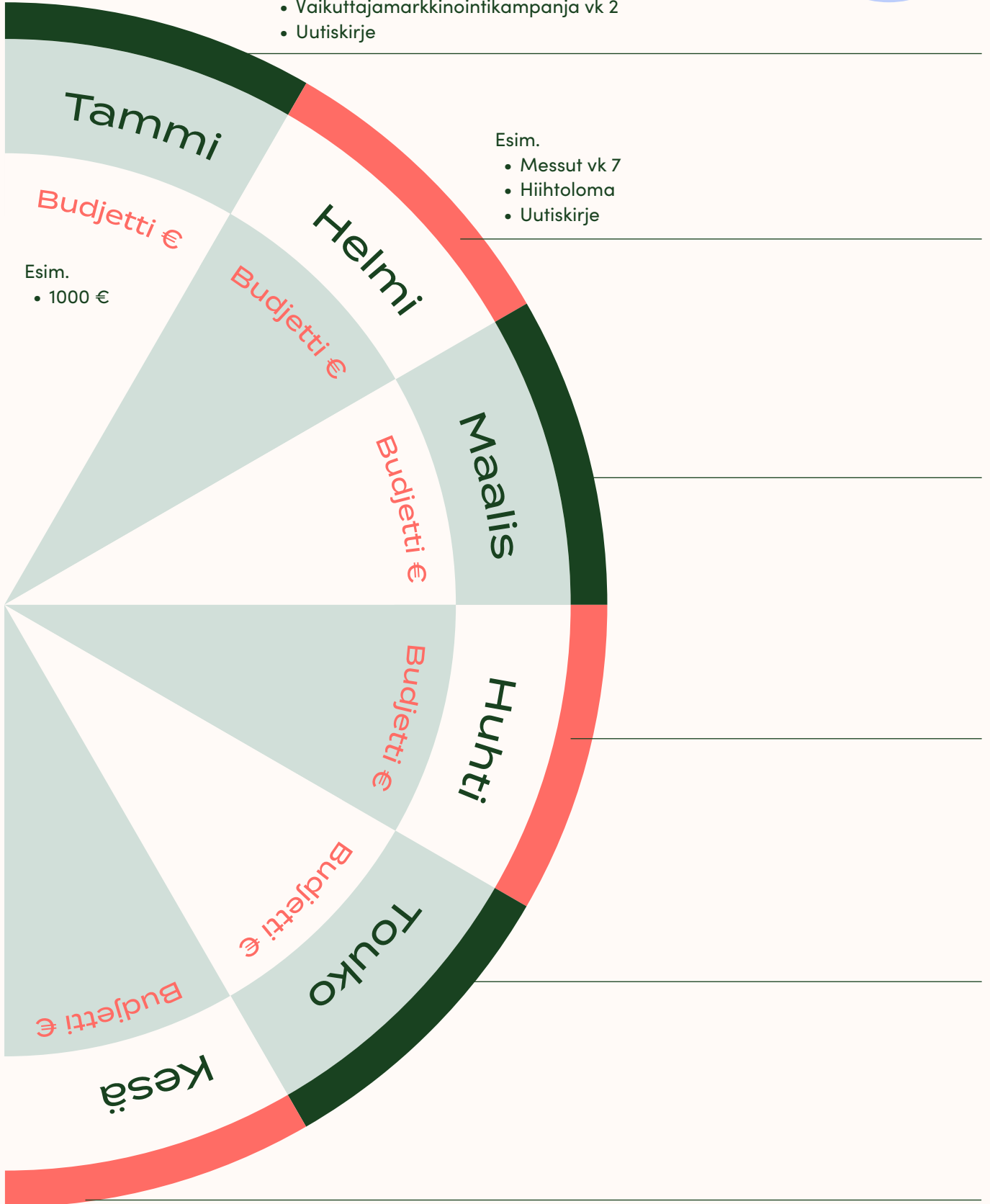
- Vaikuttajamarkkinointikampanja vk 2
- Uutiskirje

Esim.

- Messut vk 7
- Hiihtoloma
- Uutiskirje

Esim.

- 1000 €

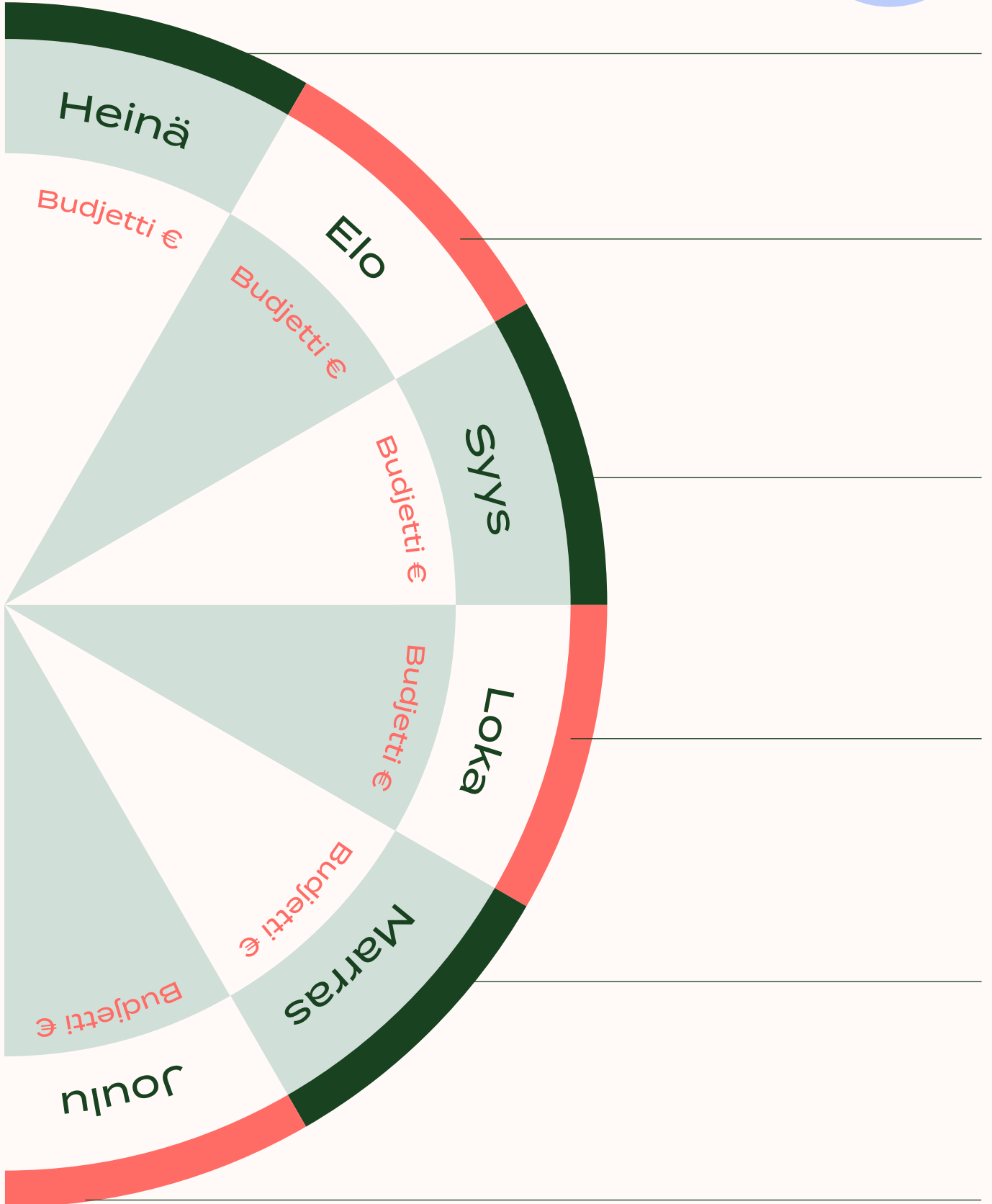


5. Aikataulu ja budjetti

Mitä tuotteita/palvelua haluan markkinoida milloinkin?
 Paljonko resursseja on käytössä?

Vuosikelloon voit merkitä

- messut
- tapahtumat
- kampanjat
- sesongit
- uutiskirjeet
- uuden tuotteen tai palvelu



6. Vuosikellon sisällöt

"Millaisia sisältöjä haluan tuottaa markkinoitavista tuotteista/palveluista? Kuka on vastuussa sisällöistä?"

Tammikuu		Helmikuu	
Sisällöt:	Vastuuhenkilö:	Sisällöt:	Vastuuhenkilö:

Maaliskuu		Huhtikuu	
Sisällöt:	Vastuuhenkilö:	Sisällöt:	Vastuuhenkilö:

Markkinoinnin fokus: näkökulmia asiakkaiden lähestymiseen:

- inspiroiva
- samaistuttava
- opettavainen

- informatiivinen
- viihdyttävä
- ekologinen

- asiakaspalvelu
- kestävä kehitys
- brändiarvo

6. Vuosikellon sisällöt

"Millaisia sisältöjä haluan tuottaa markkinoitavista tuotteista/palveluista? Kuka on vastuussa sisällöistä?"

Toukokuu		Kesäkuu	
Sisällöt:	Vastuuhenkilö:	Sisällöt:	Vastuuhenkilö:
Heinäkuu		Elokuu	
Sisällöt:	Vastuuhenkilö:	Sisällöt:	Vastuuhenkilö:

Markkinoinnin fokus: näkökulmia asiakkaiden lähestymiseen:

- inspiroiva
- samaistuttava
- opettavainen

- informatiivinen
- viihdyttävä
- ekologinen

- asiakaspalvelu
- kestävä kehitys
- brändiarvo

6. Vuosikellon sisällöt

"Millaisia sisältöjä haluan tuottaa markkinoitavista tuotteista/palveluista? Kuka on vastuussa sisällöistä?"

Syyskuu		Lokakuu	
Sisällöt:	Vastuhenkilö:	Sisällöt:	Vastuhenkilö:
Marraskuu		Joulukuu	
Sisällöt:	Vastuhenkilö:	Sisällöt:	Vastuhenkilö:

Markkinoinnin fokus: näkökulmia asiakkaiden lähestymiseen:

- inspiroiva
- samaistuttava
- opettavainen
- informatiivinen
- viihdyttävä
- ekologinen
- asiakaspalvelu
- kestävä kehitys
- brändiarvo

7. Seuranta

Miten ja millä seuraan markkinoinnin tuloksia?
 Millaisia tuloksia markkinointi tuotti?
 Miten onnistuin markkinoinnissa?

	Mittarit • Miten ja millä seuraan markkinoinnin tuloksia?	Tavoite • Millaisia tuloksia tavoittelen?	Tulokset • Millaisia tuloksia markkinointi tuotti?	Onnistuminen • Arvioi onnistuminen asteikolla 1-5
Tammi				
Helmi				
Maalis				
Huhti				
Touko				
Kesä				
Heinä				
Elo				
Syys				
Loka				
Marras				
Joulu				

Mainostoimisto Kuke

Ota yhteyttä

hei@kuke.fi

Myynti

kukka@kuke.fi

matti@kuke.fi

Toimipiste

Asemakatu 12, 24100 Salo

044 285 4077

