

**vipu<sup>®</sup>**

**Markkinoinnin automaatio,  
Inbound-markkinointi ja nurturointi  
?**

---

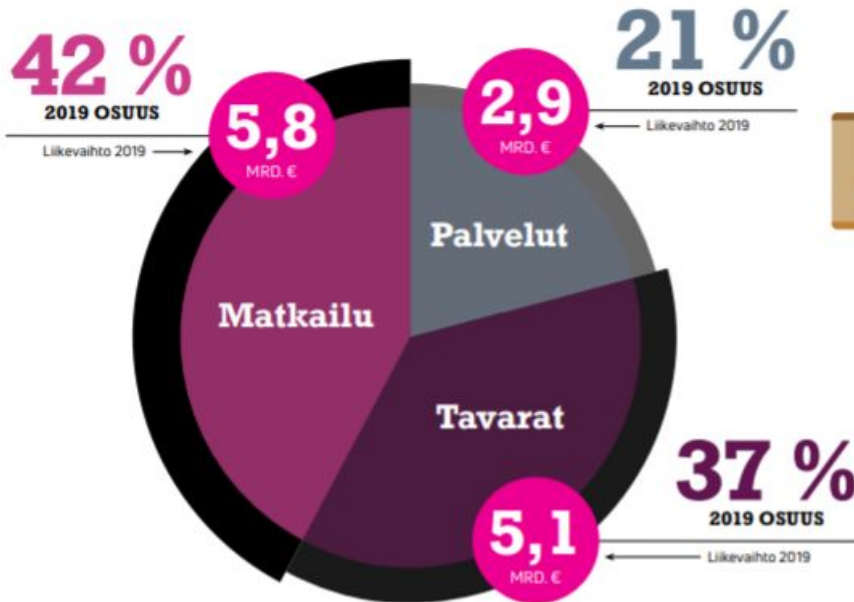
**Vipu International Oy  
Johanna Mikkonen  
Myyntijohtaja**

# Matkailutoimiala ja digitalisaatio

# Verkkokaupan jakauma Suomessa

Suomen verkkokaupan kokonaisliikevaihdon odotetaan nousevan 13,8 miljardiin euroon vuonna 2019. Ennätyskorkea luku syntyy kolmesta pääkategoriasta: **matkailu, tavarat ja palvelut.**

02 Verkkokaupan jakauma 2019

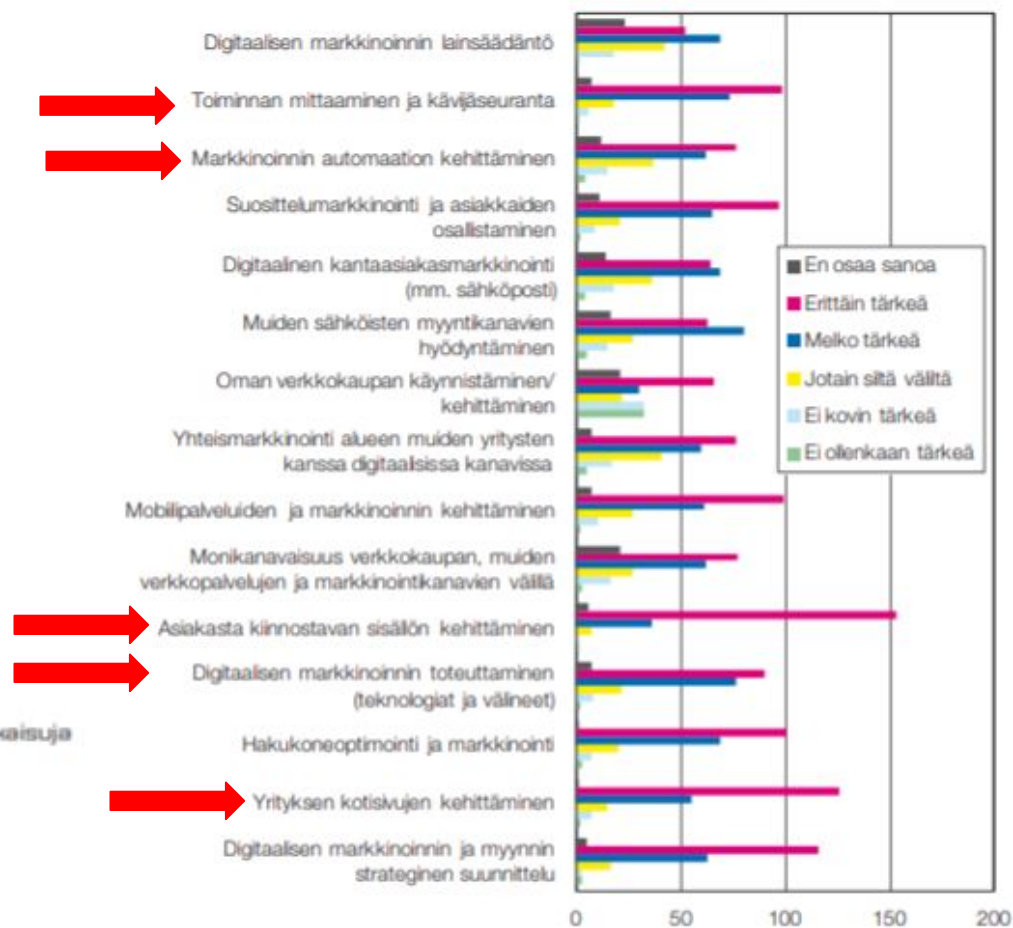


## Kasvua joka kategoriassa

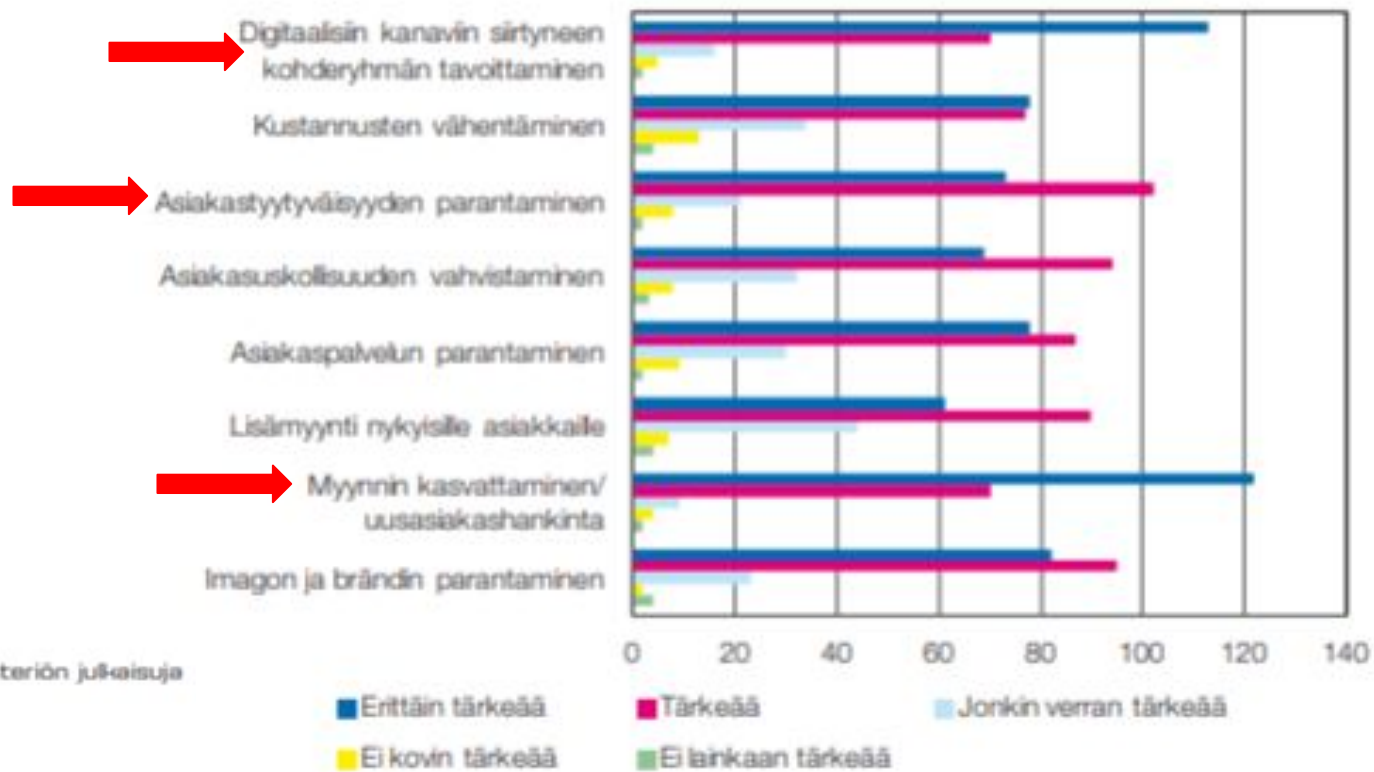
Vaikka verkkokaupan kokonaisliikevaihto nousee vuonna 2019, kolmen pääkategorian välinen jakauma ei juuri muutu viime vuodesta. Huomionarvoista on kulutuksen kasvu kautta linjan, joskin matkailun kasvutahti on hidastunut viime vuodesta. Palvelujen kasvutahti puolestaan on merkittävässä nousussa.

Vuonna 2018 matkailun osuus oli 47 % verkkokaupan kokonaisliikevaihdosta. Vuonna 2019 se on 42 %. Matkailun kasvun taantumiseen saattaa vaikuttaa kasvava tietoisuus lentämisen ja muiden matkustustapojen haitallisista ilmastovaikutuksista. Palvelujen osuus nousee viime vuoden 17 prosentista 21 prosenttiin. Kuluttajat ovat alkaneet ostaa monia eri palveluja verkosta, muun muassa jäsenyyksiä, vakuutuksia ja varsinkin tietoliikennepalveluita. Tavaroiden osuus puolestaan nousee 36 prosentista 37 prosenttiin markkinasta.

Kuva 14. Yrityksen digitaalisen markkinoinnin kehittämistarpeet



Kuva 4. Digitaalisen markkinoinnin tavoitteet yrityksissä



# Digitalisaatio kasvun vauhdittajana (ITB Berliini2019)

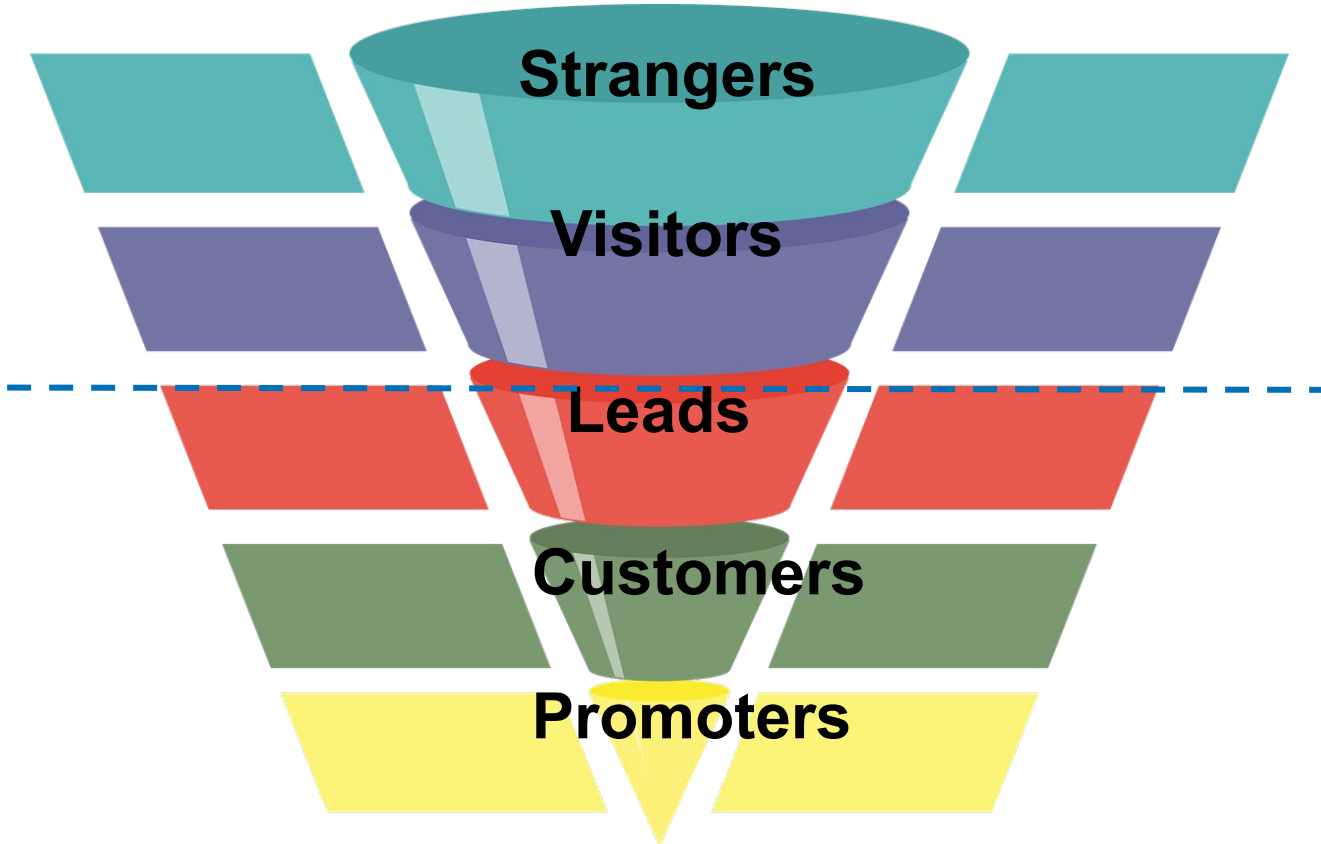
- Tiedon vieminen verkkoon
  - Ajasta ja paikasta riippumaton tiedonhaku
  - Digitaaliset järjestelmät
  - Botit/chatbotit
- 
- **Seuraava aalto edellyttää laajaa automatisointia, jotta asiakaspolku on saumaton**



**ITB**  
BERLIN

The World's  
Leading  
Travel Trade  
Show®

# Markkinoinnin automaatio minuutissa





# Outbound-markkinointi ja Inbound-markkinointi

# OUTBOUND-MARKKINOINTI

- Mainontavetoista ja keskeyttävää
- Markkinoija on yhteydessä asiakkaaseen
- Yksisuuntainen kommunikaatio
- Maksettu mainonta mm. TV, radio, printti, suoramarkkinointi
- Kampanjaluontoista, kallista, vaikeasti mitattavaa
- “Häirintämarkkinointia”
- Kylmäpuhelut, spämmimarkkinointi
- Markkinointi ei tarjoa asiakkaalle lisäarvoa



# INBOUND-MARKKINOINTI

- Sisältövetoista ja osallistavaa
- Kaksisuuntaista
- Sisällöt: mm. verkkosivusto ja blogit, videot, oppaat, sosiaalinen media, sähköposti
- Hakukoneoptimointi, hakusanamainonta
- Kustannustehokasta, mitattavaa
- “Lupamarkkinointia”
- Asiakas ottaa yhteyttä myyjään itse
- Markkinointi tarjoaa asiakkaalle hyötyä ja apua



# Tuntemattomasta Vierailijaksi

Sisällön orgaaninen  
löydettävyys ja laadukkuus

- Millä hakusanoilla sisällöni tulisi nousta esiin
- Millä hakusanoilla ei haluta nousta esiin
- Mitä hakusanoja kilpailijat käyttävät
- Jatkuva sisällöntuotanto (blogit)
- Riittävän paljon tekstiä (2000)
- Monimuotoista sisältöä
- Sisäiset ja ulkoiset linkit
- Sivustokartta Googlelle
- Sivun otsikko ja metakuvaus = mainos
- Muista kuvien optimointi



- Ei samaa sisältöä useassa paikassa
- Ei virhesivuja (404)
- Sisällön syvyys
- Hakutulostyytyväisyys
- Domainin laatu (fi, com, org), ei väliviivoja
- Latautumisnopeus
- Päätelaite riippumattomuus
- SSL-sertifikaatti

Usein tarvitaan myös maksettua mainontaa



**Vierailijasta liidiksi**

**Vierailija jättää  
s-postiosoitteensa**

- Mahdollistaa asiakkaan palvelemisen ostopolun eri vaiheissa (nurturonti)
- Mahdollistaa verkkokäyttäjymisen seurannan
- CTA - mitä sisältöä vastaan asiakas on halukas jättämään s-postiosoitteensa?
  - Lomakkeet
  - Kyselyt
  - Uutiskirjeet
  - Chat/chatbotit
  - Etukuponki
  - Ladattava materiaali

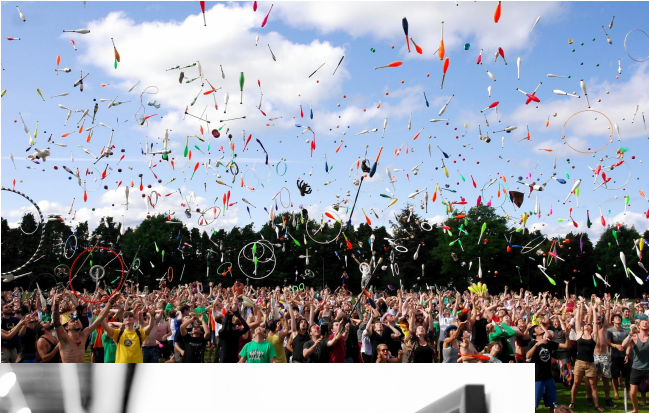




**Liidistä asiakkaaksi**

**Nurturointi**





# Visit Meidän Seutu



# Nurturoidaan eli tarjotaan ostopäätöstä tukevia sisältöjä

- Tervetuloa -uutiskirje + muutama kysymys
- Klikkauksesta riippuen triggeröityy seuraavaa lähetys ja sitä seuraava jne. automaattisesti
- Kohdennettu fb-mainonta
- Kohdennettu retargetointi muualla verkossa
- Myynti voi kontaktoida (automaattisesti)





---

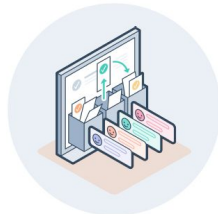
vipu<sup>®</sup>

---



# Markkinoinnin automaatiojärjestelmä

## Myyntiautomaatio



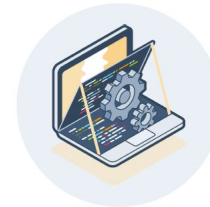
HubSpot Sales Hub

## Markkinointiautomaatio



HubSpot Marketing Hub

## Integraatiot



Kevyet ja nopeat integraatiot

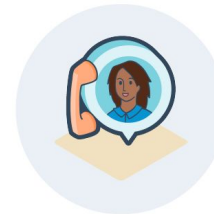


## Älykkäät Verkkosivut



HubSpot CMS

## Asiakaspalvelu verkossa



HubSpot Service Hub





- Sähköpostimarkkinointi, sisällöntuotanto- ja hallinta, listojen hallinta, hakusanamainonta, some-päivitykset, A/B-testaus - samasta järjestelmästä
- Potentiaalisten asiakkaiden tunnistaminen ja nurturointi
- Potentiaalisen asiakkaan ja jo olemassa olevan asiakkaan verkkokäyttäjytymisen seurannan
- Mahdollistaa älykkään, automatisoidun markkinoinnin
- Markkinoinnin ROI
- Yhdistää myynnin ja markkinoinnin, asiakaspalvelun
- Tehostaa ajankäyttöä
- Saumaton asiakaskokemus
- Läpinäkyvyys
- Myynnin kasvu

# HubSpotin natiivi-integraatiot, vajaa 400 kpl



**Millaiselle yritykselle?**

- **Tuote/palvelu on asiakkaalle investointi**
- **Ostosykli on vähintään kuukausia**
- **Valmius panostaa palvelevaan sisältöön**
- **Valmius investoida teknologiaan**
- **Valmius luopua jostakin**
- **Asiakaslähtöinen toimintatapa**
- **Markkinointi tavoitteellista, mitattavaa**
- **Myynnin, markkinoinnin ja asiakaspalvelun yhdistäminen**
- **Halutaan läpinäkyvyyttä**
- **Valmius muutokseen**
- **Ylimmän johdon ymmärrys ja tuki**



# Miten siirtyminen tapahtuu käytännössä?

- **Sitouta kaikki asianosaiset ajoissa**
- **Valitse järjestelmä**
- **Kumppani ainakin alkuun**
- **Sisällöntuotanto**
- **Tavoitteet**
- **Verkkosivuston tekninen ja sisällöllinen analyysi**
- **CTA´t**
- **Ostopolun/päätökseen vaikuttavien tekijöiden dokumentointi**
- **Ostopersonien työstäminen ja dokumentointi**
- **3 kk**
- **Tuloksia 6 kk:n päästä**



**Kiitos!**

**[johanna.mikkonen@vipunet.com](mailto:johanna.mikkonen@vipunet.com)**

**[www.linkedin.com/in/johannamikkonen](http://www.linkedin.com/in/johannamikkonen)**

**puh. 044 973 2055**

**vipu<sup>®</sup>**