

ALKUSANAT

Ihmiset viettävät yhä enemmän aikaa internetissä käyttäen sitä monipuolisesti tiedon hakuun, viihtymiseen ja yhteydenpitoon. Fyysisen maailman rinnalle on kymmenen viimeksi kuluneen vuoden aikana syntynyt digitaalinen maailma. Digitaalinen maailma on erilainen, sillä siellä eivät ole voimassa fysiikan lait, jotka monin tavoin rajoittavat toimintaamme fyysisessä maailmassa.

Digitaalisen maailman merkityksen kasvu vaikuttaa myös markkinointiin. Vanhan markkinoinnin välineille, esimerkiksi printtimedialle, televisiolle ja radiolle on nyt olemassa verkossa toimivia vaihtoehtoja. Satavuotias massamarkkinointi ei enää ole ainoa mahdollinen keino ostajien tavoittamiseksi. Lisäksi monet vanhat markkinointikeinot, kuten puhelinluettelot, ovat kokonaan kadottamassa merkityksensä myyjien ja ostajien yhdistäjinä.

Internetissä markkinoinnin pelisäännöt ovat erilaiset kuin fyysisessä maailmassa. Yksi merkittävimmistä uusista pelisäännöistä on se, että yritykset voivat verkossa puhua suoraan asiakkailleen. Mediatyhtiöiden kontrolloimille viestintäkanaville on nyt olemassa vaihtoehto, jonka kaltaista useimmat meistä eivät vain kymmenen vuotta sitten olisi osanneet kuvitellakaan. Internet on ilmainen media, jossa näkymistä median portinvartijat eivät säännöstele sen enempää mediahinnaston, kuin päätoimittajan linjaustenkaan avulla.

Kaikien kokoiset yritykset voivat hyödyntää internetin markkinointivälineitä tehokkaasti, mutta vain tekemällä joitakin asioita oikein. Oman asiakaskohderyhmän valinta ja oman arvolupauksen kiteyttäminen ovat tärkeitä lähtökohtia menestyvälle markkinoinnille. Tämän lisäksi yritysten on opeteltava käyttämään verkossa toimivia markkinointivälineitä siten, että niiden avulla syntyy yhteys potentiaalisiin ostajiin.

Tämän kirjan tavoitteena on vaihe vaiheelta kuvata, miten markkinointi käynnistetään internetissä. Riippumatta yrityksen koosta tai toimialasta, nämä samat vaiheet toistuvat silloin, kun halutaan rakentaa tuloksia tuottava markkinointikoneisto verkkoon. Markkinoinnin siirtäminen verkkoon edellyttää uudenlaista markkinointiajattelua ja myös joitakin uusia taitoja. Uusia markkinoijan osaamisalueita ovat esimerkiksi sisällön tuottaminen, hakukonenäkyvyyden rakentaminen, hakusanamainonta ja web-analytiikan hyödyntäminen markkinoinnin kehittämisessä. Digitaalisen maailman markkinoijan tärkeitä työvälineitä ovat erilaiset digitaaliset sisällöt, hakukoneet, blogit ja sosiaalinen media. Lisäksi tarvitaan web-analytiikkaa, jonka käyttö auttaa muodostamaan näkemystä markkinointitoimenpiteiden tehokkuudesta ja antaa pohjaa markkinoinnin kehittämiseksi. Näiden uusien työvälineiden toiminnan tunteminen on tarpeen niiden hyödyntämiseksi.

Tämä kirja on syntynyt kuluneen vuoden aikana käymieni lukemattomien keskustelujen kannustamana. Olen tavannut monia yrittäjiä ja markkinoinnin ammattilaisia, jotka ovat ilmaisseet hämmennyksensä ja epävarmuutensa uusien markkinoinnin menetelmien ja välineiden edessä. Monille on epäselvää, mitkä näistä välineistä ovat yleensä tarpeellisia. Oikeiden välineiden löytämisen lisäksi niitä pitäisi vielä osata hyödyntää tehokkaasti.

Eri yhteyksissä olen nähnyt myös paljon innostusta ja oivalluksia, jotka ovat syntyneet käydessämme asioita läpi erilaisissa seminaareissa ja työpajoissa. Useimmat markkinoinnin parissa toimivat henkilöt ovat sitä mieltä, että markkinointia on tehostettava nimenomaan internetissä. Ongelma on enää siinä, miten se tehdään. Tämä kirja on tarkoitettu kaikille, jotka haluavat tuohon kysymykseen konkreettisen vastauksen.

Internetin uusien markkinointivälineiden hyödyntäminen erityisesti pienimmissä yrityksissä edellyttää useimmiten yrittäjän omakohtaista työtä. Monet tehokkaimmista internetin markkinointivälineistä on suunniteltu käytettäväksi itsepalveluna, mikä osaltaan laskee niiden käyttökynnyksen aivan pienimpienkin yritysten ulottuville. Haasteena on vain näiden välineiden käytön opettelu. Kirjassa on tästä syystä paljon käytännön ohjeita, joiden tarkoituksena on auttaa sinua pääsemään alkuun näiden välineiden käytössä. Voit siis käyttää kirjaa käsikirjana perehtyessäsi esimerkiksi Facebookin markkinointimahdollisuuksiin tai Google AdWords-mainontaan.

Kirjan yleisenä tavoitteena on antaa käytäntöön sovellettavaa tietoa mahdollisimman monelle lukijalle. Siksi kirjassa ei käsitellä läheskään kaikkea mahdollista, mitä internetistä tällä hetkellä löytyy. Esimerkiksi virtuaalimaailmat on jätetty pois sillä perusteella, että niiden markkinointipotentiaali on edelleen vähäinen. Tarkoitus on keskittyä oleellisiin ja aidosti hyödyllisiin asioihin. Kun perusta on luotu kunnolla, jokainen voi laajentaa välinearsenaaliaan parhaaksi katsomallaan tavalla.

Aivan kaikkea et todennäköisesti pysty tai ehdi tekemään itse, mutta saadaksesi osaavaa apua, sinun kannattaa perehtyä välineisiin osataksesi ostaa niiden käyttöön liittyviä palveluita. Monet markkinoinnin käynnistämiseen liittyvät toimenpiteet, kuten Facebook-sivun perustaminen yritykselle, ovat lisäksi niin yksinkertaisia, ettei niistä kannata maksaa ulkopuolisille yhtään mitään.

Maailma ei tälläkään alueella tule valmiiksi kerralla. Panostaminen internetin käyttöön markkinoinnissa on investoinnin luonteista, sillä verkossa toimiva markkinointikoneisto kasvaa ja parantaa tehoaan ajan mukana. Markkinointi internetissä ei perustu kampanjoihin, vaan pitkäjänteiseen työhön markkinoinnin osa-alueiden rakentamiseksi ja vahvistamiseksi. Hyvänä puolena tässä on se, että voit aloittaa hyvin pienesti ja kasvattaa markkinointipanostustasi mahdollisuuksiesi mukaan. Niin pientä yritystä ei ole olemassakaan, ettei se voisi käynnistää markkinointia verkossa.

Menestystä digitaalisen maailman markkinoinnissa.

Jari Juslén