ROILOKKAASTI, RÄVÄKÄSTI JA REHDISTI MARKKINOIDEN OSA 1

Ilkka Kauppinen

ARCTIC WARRIORS

www.arcticwarriors.fi/wildwonders

ARCTIC
WARRIORS

Työpaja 1
Markkinoinnilla enemmän hilloa
7.4 ja 9.4 klo 16-19

1. Markkinoinnin kauneimmat perusteet
2. Esimerkkejä siitä, miten markkinointi kannattaa
3. Näin valitsen asiakkaani eli kohderyhmän
4. Mikä on brändi ja mitä sillä on väliä
5. Näin muodostat yrityksen pääviestin mitä tällä tiedolla teet

Työpajassa muodostetaan osallistujalla oma markkinoinnin käsikirja.

European Union
European Regional Development Fund
Leverage from the EU 2014–2020

www.bit.ly/wildwonders

Käsikirja

AJATTELIMME ISOSTI

AMMATTILAISTUIMME

LAITOIMME
MYYNNIN
ETUSIJALLE
KERKI

MARKKINOIMME

https://youtu.be/np7hNRoHoUc

TUOTTEISTIMME

ROILOKKAASTI

LAPIN ANSA

TORSTAI 1.4.2021 2,00 €

PÄIVÄN KUUMIMMAT

PETOS

Ruusujuurta Kiinasta, väinönputkea Unkarista

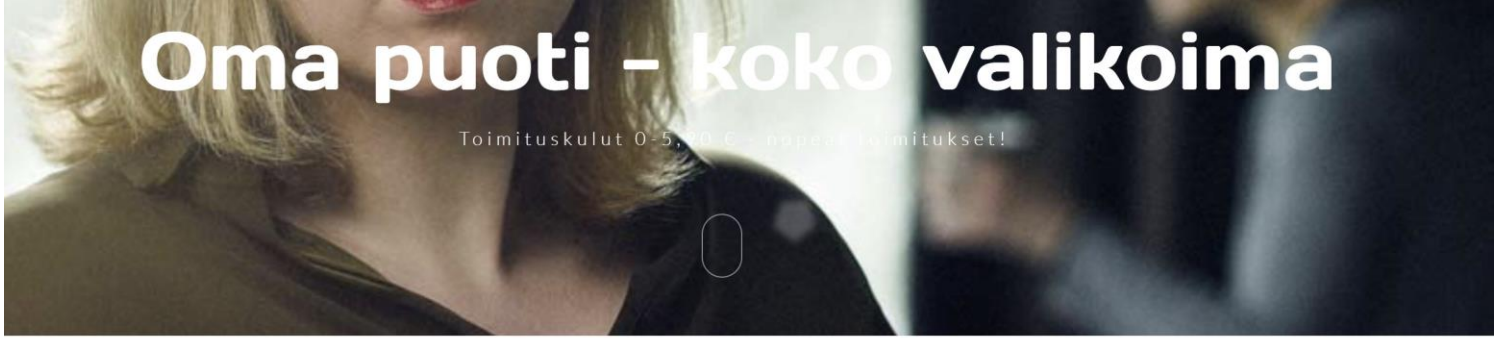
Arctic Warriors Rovaniemen Narkauksesta puhuu lappilaisten raaka-aineiden puolesta, mutta sortui petokseen.

HAASTATTELU

Katja Misikangas: Hävettää!

Kansanparantajan perillinen, tuotepäällikkö Katja Misikangas avaa teon taustoja.

Arctic Warriorsin kotitilalle Narkaukseen saapui taidokkaasti naamioitu lähetys, jonka sisään kätkeytyi ulkomailta tuotuja raaka-aineita. Arctic Warriors on pimittänyt asian heinäkuusta 2020 lähtien.



ALE!

LISÄÄ VIRTAA, ENEMMÄN SUORITUSKYKYÄ, PAREMPI VASTUSTUSKYKY

HIMOLIIKKUJAN SALAISET ASEET

~~45.70 €~~ 39.90 €

VIHREÄÄ KULTAA MIELETTÖMIIN MAKUELÄMYKSIIN

KERKKÄ KUUSENKERKKÄJAUHE 150 G, LUOMU

69.90 €

SULJE SILMÄSI JA PÄÄSTÄ MIELESI VAELTAMAAN LAPIN METSIIN...

KERKKÄ, MUSTI, PUOLU MULTIPACK 130 G

49.90 €

PARHAIMMAT
PANNUT

SINÄKIN VOIT!
LÄHDE
KYYTIIN
https://youtu.be/jYCPT3oNCfk

Näin se tehdään

1) Kohderyhmä
2) Markkinointi
3) Myynti
4) Jakelukanava
5) Hinta
6) Tuote

Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto
Leverage from the EU 2014–2020

BRÄNDI?

Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto
Leverage from the EU 2014–2020

Photo: liz west

Photo: Chase_Elliot Clark

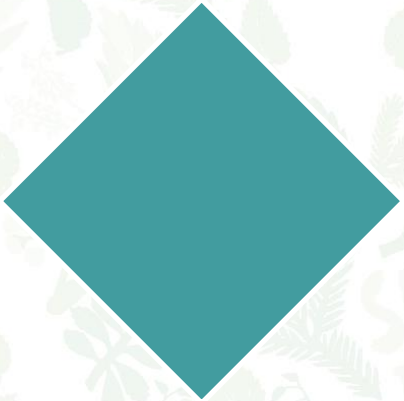
JATKUVUUS

www.arcticwarriors.fi/materiaalit

Superlatiivit =
Missä yrityksenne on ylivoimaisin

Tapahtumarikkain

Luontoliikunnallisin



Monipuolisin

Koiraystävällisin

Leverage from the EU 2014–2020

Miltä tuotteenne tuntuu

Henkilöityvä

Luontorikas

Morjestava

Huolta pitävä

Leverage from the EU 2014–2020

Mitä pitää tietää

1) Tavoitteet
2) Kohderyhmä (t)
3) Mikä viesti
4) Mitä tehdään

Leverage from the EU 2014–2020

Markkinoinnin tavoitteet

1) Tunnettuvuuden lisääminen
2) Ostosfrekvenssin kasvattaminen

Käsikirjaan

Leverage from the EU 2014–2020

Kohderyhmämme

1. Arjen paineiden ja vaatimusten keskellä tasapainoilevat yli 35 -vuotiaat tiedostavat, usein perheelliset naiset sekä muut perheenjäsenet.

2. Terveellisestä elämästä kiinnostuneet aktiiviset ihmiset ja liikkujat. Individualistit & modernit humanistit

Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto
Leverage from the EU 2014–2020

Kohderyhmät

1) Laadi omasi mahdollisimman tarkkaan

Käsikirjaan

Leverage from the EU 2014–2020

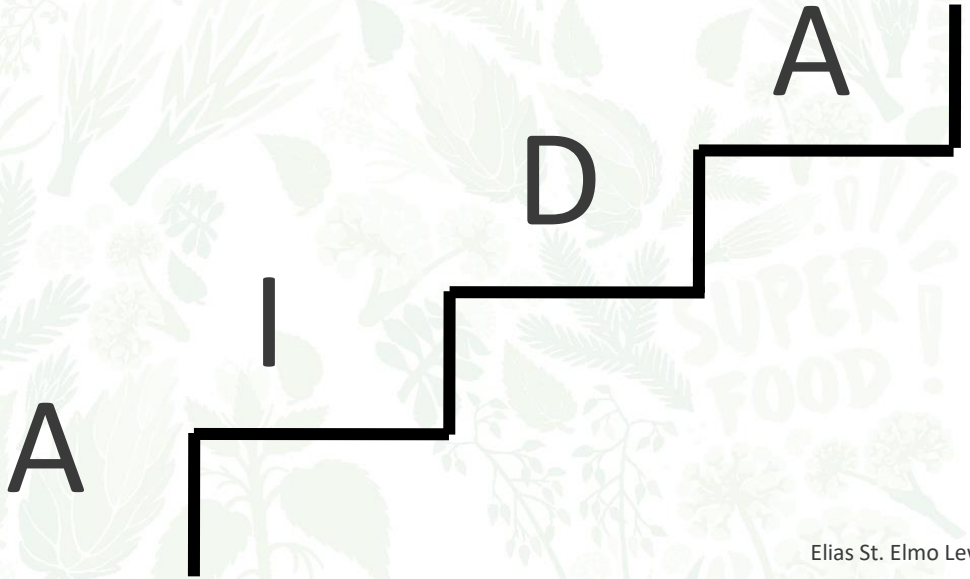
Kohderyhmät, mitä väliä?

1) Kaikki markkinoinnin päätökset tämän mukaan
2) Mieti aina puhutteleeko viesti kohderyhmää
3) Tuotteista kohderyhmän mukaan
4) Printtaa seinällesi

Leverage from the EU 2014–2020

MARKKINOINNIN IHANIN TEORIA

Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto
Leverage from the EU 2014–2020



Elias St. Elmo Lewis, (1911)

Leverage from the EU 2014–2020
Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

TARINAT

Tarina

1) Laadi omasi mahdollisimman tarkkaan

Käsikirjaan

Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto
Leverage from the EU 2014–2020

ÄLÄ
SÄÄSTÄ
MAHTI
VAINONPUTKI-NOKKONEN - 4 g

HELPPO MYYDÄ JA HELPPO
OSTAA

ARCTIC WARRIORS

Arctic Warriors Reviews

4.69 Rating

1684 Reviews

www.arcticwarriors.fi

European Union
European Regional Development Fund

Leverage from the EU 2014–2020

Päämessu:
Arctic Warriorsin tuotteet ovat Rovaniemen Narkauksessa tehtäviä tehokkaita ja helposti nautittavia arktisia yrtti- ja marjavalmisteita, jotka auttavat jaksamaan arjessa.

Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto
Leverage from the EU 2014–2020

Pääviesti:
Kirjoita oma pääviestisi käsikirjaan

ROILOKKAASTI, RÄVÄKÄSTI JA REHDISTI MARKKINOIDEN, OSA 2

Ilkka Kauppinen

Työpaja 1
Markkinoinnilla enemmän hilloa
7.4 ja 9.4 klo 16-19

1. Kotiläksyt
2. Törkeä lupaus
3. Eri markkinointikanavat
4. Markkinointisuunnitelma
5. Markkinointibudjetti

Työpajassa muodostetaan osallistujalla oma markkinoinnin käsikirja.

ARCTIC WARRIORS
European Union
European Regional Development Fund
Leverage from the EU 2014–2020

www.arcticwarriors.fi/wildwonders

Päätiesti, mitä väliä?

1) Tarkasta kaikki markkinointimateriaali, puhuuko samaa kieltä?
2) Sisällytä jokin osanen jokaiseen viestiisi
3) Jos viesti ei sisällä mitään elementtiä siitä, hylkää se
4) Printtaa seinällesi

Käsikirjaan

Leverage from the EU 2014–2020

PR

1. Perinteinen lehdistötiedote toimii
2. Mieti minkä tason uutinen sinulla on?
3. Lähetä tiedotteesi myös sosiaalisen median kanaville
4. Ks. esim. www.arcticwarriors.fi/medialle/arctic-warriors-leijonan-luola/ ja www.arcticwarriors.fi/leijonan-luola/
5. Soita aina perään!
6. Ohjeita tiedotteen laatimiseen https://sisallot.viestintapalvelut.fi/nain-kirjoitat-hyvan-lehdistotiedotteen-lataa-opas

Leverage from the EU 2014–2020

PR

Hyviä aiheita:

1. Uutinen, kuten yrityskauppa
2. Hyväntekeväisyys
3. Uusi palvelu tai tuote
4. Tutkimustulokset esim. oppilaitoksen kanssa
5. Kaikki ajankohtaiset positiiviset asiat

PR

1. Harjoitus: tee oma lehdistötiedote
2. Otsikko: Napakka ja kiinnostava otsikko ja uutinen kärkeen
3. Milloin
4. Tavoite

Oppia https://sisallot.viestintapalvelut.fi/nain-kirjoitat-hyvan-lehdistotiedotteen-lataa-opas

Leverage from the EU 2014–2020

MARKKINOINTIKANAVAT

Eri kanavat

1. PR
2. Lehtimainonta
3. Tapahtumamarkkinointi, markkinat ja messut
4. Myynnin edistäminen (esitteet, myymälämateriaalit, maistatukset)
5. Radio ja TV
6. Vaikuttajamarkkinointi
7. Internetmarkkinointi

Leverage from the EU 2014–2020

Tapahtumat

1. Valmistaudu ajoissa
2. Jos myynti tavoitteena, pitää saada tulosta vähintään kulujen verran sisältäen myös matkat ja oman työn hinnan
3. Hanki riittävästi työvoimaa
4. Erottaudu!
5. Markkinoi!
6. Onko pitkän ajan strategiaksi oikea? Esim. sijoittamalla 3000€ internetmarkkinointiin saadaan hyvin tehtynä erittäin paljon kävijöitä verkkokauppaan ja myyntiä.

Euroopan unioni
Leverage from the EU 2014–2020

Internetmarkkinointi

1. Elintärkeää
2. Vaaditaan ainakin:
   - Poikkeksellisen hyvät kotisivut, jossa verkkokauppa
   - Aktiivinen Facebook-sivu
   - Lyhyitä videoita

3. Lisäksi olisi hyvä tietää tai teettää maksullista klikkipohjaista mainontaa sekä ymmärtää mitä tarkoittaa hakukoneoptimointi.

Lisää aiheesta 24.5

ww.intoo.fi/Tuotteistaminen-Jari-Parantainen

Oma törkeä lupauksesi

1. Pelastamme arkesi
2. Toimitukset tunnissa
3. Turvaamme perheesi
4. Säilytä avioliittosi
5. Viisi palaa päivässä riittää...

Käsikirjaan

Leverage from the EU 2014–2020

Mainostoimistot

1) Muista: hyvästä kannattaa maksaa
2) Valitse sellainen joka myös sparraa sinua
3) Aikataulut pissivät aina
4) Eivät osaa kaikkea, vaikka näin liian usein väittävät
5) Paras löytyy kysymällä kaverilta

Leverage from the EU 2014–2020

VÄHINTÄÄN 10
PROSENTTIA
MAHI
KERKKÄ

ORKESTROITU KAMPANJA

Markkinoinnin suunnittelu
www.arcticwarriors.fi/wildwonders

Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto
Leverage from the EU 2014–2020

Markkinointipalaveri

1) Mitä ja milloin?

Käsikirjaan

Leverage from the EU 2014–2020

Työpaja 2
Tuotteistaminen
12.4 ja 14.4 klo 16-19

1. Kohderyhmien tarpeet
2. Tuotteen markkinat
3. Tuotteen funtio eli tarkoitus (esim. terveydellinen, nautinto, maustaminen jne.)
4. Tuotteen haluttu mielikuva
5. Hinnoittelu
6. Kiinnostavat ennakko- ja kotitehtävät, jotka käydään läpi luennoilla ja osallistuja saa niistä runsaasti palautetta kouluttajalta.

Vetäjänä Katja Misikangas

European Union
European Regional Development Fund
Leverage from the EU 2014–2020

KOHDERYHMÄ TULEE ENNEN TUOTETTA

MYY SLIDEWAREA!

ÄLÄ LIPSU

ÄLÄ LANNISTU/LANNISTA
PUHTI

Työpaja 3
Reseptiikan suunnittelu
19.4 ja 21.4 klo 16-19

1. Alustavan reseptin luonti
2. Raaka-aineiden hankinta
3. Tuotteen ominaisuudet (väri, maku, tuoksu jne.)
4. Tuotteen testaaminen
5. Tuotteen lopullisen reseptiikan määrittely kustannuksineen
6. Kiinnostavat ennakko- ja kotitehtävät, jotka käydään läpi luennoilla ja osallistuja saa niistä runsaasti palautetta kouluttajalta.

Vetäjänä Katja Misikangas

ARCTIC WARRIORS
European Union
European Regional Development Fund
Leverage from the EU 2014–2020

Työpaja 4
Raaka-aineiden lainsäädäntö
26.4 ja 28.4 klo 16-19

1. Uusielintarvikeasetukset
2. Elintarvikelainsäädäntö
3. Hygienia
4. Pakkausmerkinnät
5. Terveysväitteiden markkinointi
6. Kiinnostavat ennakko- ja kotitehtävät, jotka käydään läpi luennoilla ja osallistuja saa niistä runsaasti palautetta kouluttajalta.

Vetäjänä Katja Misikangas

European Union
European Regional Development Fund
Leverage from the EU 2014–2020

Työpaja 5
Internetmarkkinoinnilla lisää myyntiä
24.5 ja 26.5 klo 16-19

1. Internetmarkkinoinnin ihanimmat perusteet
2. Esimerkkejä siitä, miten internetmarkkinointi kannattaa
3. Näin saat kotisivusi kukoistamaan
4. Näin saat somemarkkinointisi kannattamaan
5. Tee edes nämä 3 asiaa internetmarkkinoinnissa (tehdään ne yhdessä)
6. Kiinnostavat ennakko- ja kotitehtävät, jotka käydään läpi luennoilla ja osallistuja saa niistä runsaasti palautetta kouluttajalta.

Vetäjänä Ilkka Kauppinen

ARCTIC WARRIORS
European Union
European Regional Development Fund
Leverage from the EU 2014–2020

Työpaja 6
Myynnillä lisää tulosta
31.5 ja 3.6 klo 16-19

1. Tehokkaan myynnin perusteet
2. Liidien eli mahdollisten asiakkaiden hankinta
3. Näin saat epäilijän ostamaan
4. Näin teet ensiostajasta kanta-asiakkaan
5. Miten saat tuotteesi jälleenmyyjille ja ketjuille
6. Myyntisuunnitelman laatiminen ja sen seuranta
7. Kiinnostavat ennakko- ja kotitehtävät, jotka käydään läpi luennoilla ja osallistuja saa niistä runsaasti palautetta kouluttajalta.

Vetäjänä Ilkka Kauppinen

ARCTIC WARRIORS
European Union
European Regional Development Fund
Leverage from the EU 2014–2020

Kotitehtävät

1. Tee kaikki tunnilla kesken jääneet tehtävät loppuun. Erittäin tärkeää tuotteistamista varten.
2. Kirjoita tarinasi ja laita se verkkosivuillesi hellyttävien kuvien kera.

Leverage from the EU 2014–2020

ARCTIC
WARRIORS