



Maria Myllys

Markkinointia 365

Sosiaalisen median strategia sekä yrityksesi markkinointisuunnitelma kulkevat käsi kädessä. Opi pikaoppaani kautta, miten kasvu vaatii strategista suunnittelua ja johtamista.

Maria Myllys

Hei! Olen Maria Myllys, mariamyllys.com sivun somekonsultti.

Tarjoan yrittäjille myös kaiken kattavia someassistenttipalveluita, joihin kuuluu muun muassa sisällöntuotanto Instagramiin & Facebookiin sekä räätälöity some ja markkinointisuunnitelma tukemaan ja viemään yritystäsi kohti tavoitteita.

Olen ammattimaisesti kouluttautunut myynnin ja markkinointiviestinnän puolella juuri yrityspuolelle sekä "laptop" kainalossa olen kulkenut vuodesta -98.

Ammatiltani olen myös toimistosihteeri, elintarviketeollisuuden virtuoosi, ryhmäliikuntaohjaaja sisäpyöräilyssä sekä turvallisuusvalvoja.

Yrittäjänä olen työskennellyt ravintola-alalla sekä sosiaalisen median markkinointipuolella useissa eri positioissa vuodesta 2017 alkaen.

Olen siis auttanut monia yrittäjiä monilta eri toimialoilta etenemään liiketoiminnassaan.

MOTTONI ON:

Ulkoista sosiaalisen median työsi, säästä aikaa ja rahaa. Älä rakenna esteitä menestymisesi eteen.



Maria Myllys



MARIA MYLLYS



INFO@MARIAMYLLYS.COM



WWW.MARIAMYLLYS.COM



[MARIAMYLLYS.COM](https://www.facebook.com/MARIAMYLLYS.COM)



[MARIA.MYLLYS](https://www.instagram.com/MARIA.MYLLYS)

Sisällysluettelo

04

JOHDANTO

05

MIHIN MARKKINOINTISUUNNITELMAA
TARVITAAN?

07

MARKKINOINTI TUKEE MYYNTIÄ

11

MARKKINOINTISUUNNITELMAN HYÖDYT

13

KUINKA ONNISTUIT KULUNEENA TAI
EDELLISENÄ VUOTENA?

15

KÄYTÄ VUOSIKELLOA APUNA

17

TARTU TYÖHÖN!





Johdanto

Tuntuuko sinusta, että Instagramissa tai Facebookissa ei ole mitään järkeä? Tiedän tarkalleen miltä sinusta tuntuu.

Et tiedä kuinka kauan jaksat vielä painaa samalla sapluunalla eteenpäin ilman, että palat kohta yrittäjänä loppuun!

Olet myös käynyt useita sosiaalisen median strategiakursseja saamatta yrityksellesi haluamiasi tuloksia?

Syy siihen, miksi itseopiskelu ei ole tuottanut tuloksia, on, että sinulla ei ehkä ole kattavaa ja ytimekästä liiketoimintasuunnitelmaa, joka sisältää myös päivitetyn markkinointisuunnitelman yhdelle vuodelle juuri sinun yritykselle tehtynä.

Sosiaalisen median strategia ei toimi ilman tarkkaa markkinointisuunnitelmaa sillä Jokaisella yrittäjällä on oma erityiset tavoitteet kasvun suhteen ja tietysti asiakaskunta.

Älä keskity vain myymiseen, vaan suunnittele ja mieti ensin!, mitä haluat saavuttaa!

Koska moni meistä yrittäjistä edelleen painii markkinointiin liittyvien kysymysten äärellä, niin ajattelin ilahduttaa teitä kaikkia joulukuun 2020 kunniaksi ilmaisella markkinointisuunnitelman pikaoppaalla - Markkinointia 365!

Toivottavasti saat tätä kautta selkeyttä myös yrityksesi somekanaviin.

Antoisia e-kirja lukuhetkiä!

Maria Myllys



1

**Mihin
markkinointisuunnitelmaa
tarvitaan?**

Mikä on markkinointisuunnitelma? Kuka sitä käyttää yrityksessä?

Näihin kysymyksiin olen usein törmännyt yrittäjien kanssa keskusteltaessa.

Useammalta PK-yrittäjältä valitettavasti markkinointisuunnitelma uupuu ja ehkäpä juuri siksi, koska et välttämättä ole tullut ajatelleeksi sen hyötyjä.

Markkinointisuunnitelma auttaa sinua ja koko yritystäsi aikatauluttamaan ja jakamaan markkinointitoimenpiteitä eri osiin sekä opit lanseeraamaan uuden tuotteen tai palvelun markkinointiajankohdan oikeaan saumaan.

Suunnittele

KASVA

Markkinoinnin suunnittelu tehdään aina jokaisen liiketoiminnan strategian pohjalta ja se luo perustan kaikelle yrityksen tekemiselle.

Kun markkinointisuunnitelmasi on hiottu timanttisesti, niin yrityksesi markkinointitoimenpiteet eivät ala liian aikaisin tai liian myöhään!

Kun kaikki asiat on ennakolta suunniteltu paperille, niin asioita ei tehdä kiireessä hutiloiden, vaan sinulla on jo vuoden mittainen markkinointisuunnitelma apunasi. Tämän jälkeen, pääset automatisoimaan esimerkiksi tulevat somejulkaisut etukäteen Instagramiin ja Facebookiin.



Seuraavilla sivuilla kerron sinulle tästä lisää, jotta hahmotat miten suuri merkitys markkinointisuunnitelmalla on myös somestrategiaasi, yrityksesi kotisivuihin, tuleviin tapahtumiin sekä sisältömarkkinointiin yleensä ottaen.

Lopuksi pääset myös tekemään pienen tehtävän, jonka avulla saat hieman osviittaa missä markkinointitoimenpiteissä olet aiemmin onnistunut ja mitkä kaipaavat vielä hiomista!

Tämän jälkeen pääset työstimään vuosisuunnitelmaasi, johon olen myös antanut ideoita.

A black and white photograph of a person's hands using a smartphone at a desk. The person is wearing a white shirt, a black watch, and a black beaded bracelet. A laptop is open in front of them, and a small black speaker is on the desk. A potted plant is visible in the background. The scene is lit with natural light from a window.

2

**Markkinointi
tukee myyntiä**

Sosiaalisen median strategia sekä yrityksesi markkinointisuunnitelma kulkevat käsi kädessä, jotta osaat ajoittaa esimerkiksi markkinointikampanjat oikeaan ajankohtaan ja tietysti osaat luoda oikeanlaista sisältöä oikealle kohderyhmälle.

Pelkästään sosiaalisen median strategia ei riitä, vaan joudut suunnittelemaan suurempaa kokonaisuutta. Ja tietysti pelkkään myyntiin ei kannata keskittyä, koska, jos et markkinoi tehokkaasti, niin joudut kuluttamaan tolkkottoman työmäärän myyntitehtäviin ja siinä ei ole mitään järkeä!

Kuinka tiedän tämän?

Opin aikoinani muun muassa kenttämyyjänä palkansaajana sen, että miten tärkeää on tehdä työtä suunnitelmallisesti ja jaettuna eri osa-alueisiin.

Tämä tarkoitti, että hoidin asiakastapaamiset ja kloussasin kaupat kasvotusten.

Toimistolla taas työt oli jaettu ketterästi moneen osaan eli yksi tiimi bookkasi tapaamisia, yksi tiimi teki copywriter työt, yksi tiimi hoiti markkinointitoimenpiteet sinä aikana, kun kenttämyyjä hoiti omaa tonttiaan.

Eihän yksi ihminen kykene!

Näin moni yksinyrittäjä ja alle 5 hengen yritys ajattelee, ettei yksin tai pienellä tiimillä vaan kykene jakamaan työtehtäviä osiin ja suunnittelemaan myöskään markkinointia etukäteen varsinkaan vuodeksi.

Tiedän, että suunnittelu vie aikaa, mutta, kun kaikki on suunniteltu ja automatisoitu ennakolta, niin tulostakin alkaa tulemaan toisella tapaa ja myynti helpottuu - Aikaa jää muuhun!

Vanha sanonta pitää kutinsa: "Brändätty tuote ja palvelu myy itse itseään."

Markkinointisuunnitelma kannattaa tehdä jokaisen vuoden loppupuolella, koska näin tiedät tulevan vuoden tapahtumat paremmin ja saat tehtyä pienemmällä työmäärällä suunnitelmat yksiin kansiin.

Ja muista, mikäli oma aika tai taito eivät riitä, niin ulkoista tehtävät toisaalle!





Yrittäjän kiireja ja osaamattomuus

Yleinen syy on, että työkiireiden keskellä ei ole aina aikaa pysähtyä suunnittelemaan markkinointia, vaan hommat tehdään vanhalla tutulla tavalla.

Kukaan ei kuitenkaan yrityksessä tiedä, millainen markkinointi toimii parhaiten sosiaalisessa mediassa tai vaikkapa yrityksen kotisivuilla.

Nopeasti tehdään vain jokin alennus- kampanja rullaamaan sosiaalisen median kanaviin ja päivitetään samalla pikaisesti kotisivuja.

Tämä tyyli vie turhaa aikaasi sekä rahaa eikä toivottuja kävijämääriä näy somekanavilla saatikka kotisivuillasi suurempana trafiikkina.

Eräs yrittäjä tuttavani menetti kovan työn tuloksia juuri sillä, että hän oli fiksannut verkkokauppansa toimimaan mukavasti, mutta markkinointi alkoi kaksi päivää ennen "hoo hetkeä" ja eihän se mitään tulosta tuottanut erikseen. Miksi?

Ihmiset haluavat rauhassa tutustua yrittäjän palveluihin ja tuotteisiin ja täten ostopäätökseen menee tovi aikaa.

Käytä siis useampi viikko tai kuukausi riippuen markkinointisi tavoitteista siihen, että markkinoit etukäteen tuotteitasi tai palveluitasi! (mieti markkinointikampanjaa alusta loppuun saakka, mitä kaikkia toimenpiteitä se vaatii)

Olen ollut myös luomassa presale-kampanjaa, joka oikeasti pyöri lähes kolmisen kuukautta, jotta tulosta oikeasti tuli somessa sekä verkkokauppakin heräsi henkiin.

Pidä siis markkinointikoneistosi päällä koko ajan!

Osaamisen puute

Toinen syy on selkeästi osaamisen puute. Yrittäjä ei tunnista, että oma osaaminen ei riitä ja samalla voi olla myös se, että oletetaan, että itse tekemällä kaiken säästyy rahaa!

Yleensä hätiköidysti tehdyt toimenpiteet ja osaamattomuus nostavat vähintään tuplasti kuluja, koska yrittäjä lähtee tekemään asioita väärässä järjestyksessä ja mokailee.

Toimiva markkinointisuunnitelma on, kuin yrityksesi sosiaalisen median strategia eli se on tehty yrityksellesi pidemmälle aikavälille.

Ideaali tilanne on se, että markkinointisuunnitelma on tehty kerralla jo vuodeksi eteenpäin, koska näin markkinoinnissa on suunnitelmallisuutta ja markkinoinnin tuloksellisuutta voidaan mitata, kun on jokaiselle kuukaudelle selkeät tavoitteet ja toimenpiteet.



A black and white photograph of a person's hands using a smartphone at a desk. The person is wearing a white long-sleeved shirt, a black watch on their left wrist, and a black beaded bracelet on their right wrist. The desk is wooden and has a laptop, a small black speaker on a stand, and a potted plant. A large window with vertical blinds is in the background.

3

Markkinointisuunnitelman hyödyt



Markkinointisuunnitelma auttaa sinua myös sosiaalisessa mediassa, koska:

- Näin pysyt aikatauluissa.
- Suunnittelet ajan kanssa markkinointitoimenpiteet.
- Tuotat oikeanlaista sisältöä kohderyhmillesi.
- Valitset oikeat mediat, joissa yrityksesi on.
- Osaat budjetoida markkinointiin menevän rahan ja pysyt laaditussa budjetissa.
- Pysyt markkinoimaan koko ajan yritystäsi, eikä sosiaalisen median kanavat, kotisivusi tai prittimateriaalin teko jää satunnaiseksi tekemiseksi. Toisin sanoen kahden viikon mittainen markkinointisuunnitelma ei ole ns. oikea markkinointisuunnitelma! Tähän olen usein törmännyt, kun olen kysynyt yrittäjiltä markkinointisuunnitelmaa sosiaalisen median strategian tueksi.
- Unelma-asiakkaiden ostokäyttäytyminen muuttuu ajoittain ja täten markkinointisuunnitelma auttaa tekemään korjaavia toimenpiteitä ajoissa.
- Pystyt määrittämään selkeät tavoitteet ja mittaamaan tuloksia.



NOTES

4

**Kuinka onnistuit kuluneena
tai edellisenä vuotena?**

Tällä sivulla minulla on viisi kysymystä sinulle, joiden pohjalta hahmotat hieman yrityksesi markkinointisuunnittelman tilannetta.

Missä vaiheessa olet nyt? Mihin suuntaan tulisi mennä?

Mitä haluat saavuttaa?

REALISTISET TAVOITTEET

Tehtävä

1. Kun mietit viime vuoden tai kuluneen vuoden parasta markkinointikokemustasi, niin millainen se oli?
2. Entäpä mikä markkinointitoimenpide on jäänyt mieleen sellaisena, joka ei onnistunut millään?
3. Mikä yrityksesi somekampanjasi (tai jonkin muu kampanja, jonka toteutit yrityksellesi) toimi parhaiten kuluneen vuoden aikana?
4. Entäpä, kasvoiko yrityksesi sähköpostilista samalla?
5. Mikä toimenpide toi eniten liidejä?

Näiden kysymysten pohjalta hahmotat oikeaa suuntaa, mihin yrityksesi tulisi vielä markkinointitoimenpiteitä.

Suosittelenkin, että vastaat näihin kysymyksiin ajan kanssa paperille, koska näin pääset konkreettisesti analysoimaan yrityksesi onnistumisia ja kehittämisen kohteita.

Tämä on toki pintaraapaisu, mutta näin pääset hyvin alkuun.





5

**Käytä vuosikelloa
apuna**

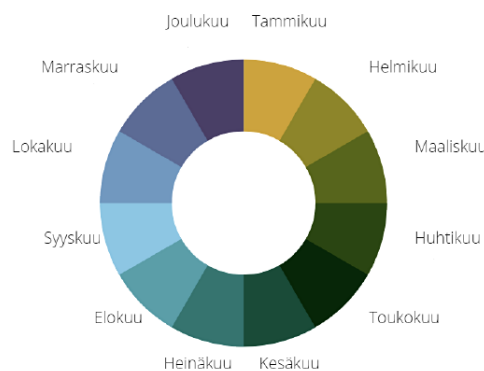
Tässä alla on havainnekuvat Excel-taulukosta sekä graafisesta vuosikellosta. Voit koota joko Exceliin tai graafiseen vuosikelloon yrityksesi vuoden mittaiset markkinointitoimenpiteet kuukausi kerrallaan.

Vuosisuunnitelmaan kannattaa merkitä tarkasti tärkeät somepostausten aiheet ja niiden ajankohdat. Myös tulevat messut ja tapahtumat kannattaa merkitä ylös, koska nämäkin ovat osa markkinointia, samoin uusien tuotteiden ja palveluiden lanseeraukset.

Muista siis markkinointisuunnittelussa:

- Somekanavat
- Kotisivut
- Podcast, YouTube jne.
- Tulevat messut ja tapahtumat
- Uusien tuotteiden ja palveluiden lanseeraukset
- Selkeät teemat sisällöntuotantoon, jotka toistuvat kaikissa yllä mainituissa kohdissa. Näitä voivat olla esimerkiksi Ystävänpäivä sekä Black Friday. Toteuta yhtenäinen markkinointi-ilme kaikessa mitä teetkin.

A	B	C	D	
Markkinointisuunnitelma				
	Tammikuu	Helmikuu	Maaliskuu	
LOMAT				
Erikois lomapäivät				
Uusien tuotteiden ja palveluiden lanseeraus				
Jokaisen kuukauden teema				
Kotisivut				
Kilpailut				





6

Tartu työhön!

Viimeiselle sivulle olen vielä tehnyt sinulle lyhyen muistiinpanosivun, jonne voit koota lyhyesti ideoita, mitä haluat saavuttaa vuoden 2021 aikana.

Tämän jälkeen voit siirtää ja pilkkoa markkinointiasi tarkempiin palasiin Excel-
taulukkoon tai graafisen vuosikelloon!
(joista kerroin edellisellä sivulla)

Pääasia, että aloitat työstämään ajatuksia ja tavoitteita ja saat näin tehtyä vuodeksi kerrallaan markkinointikoneiston, joka ei sammu koskaan.

Markkinointia 365!

Mitä haluat saavuttaa?
Ketä varten yrityksesi on?
Miksi?



Markkinointisuunnitelma 2021

TAMMIKUU	HELMIKUU	MAALISKUU

HUHTIKUU	TOUKOKUU	KESÄKUU

HEINÄKUU	ELOKUU	SYYSKUU

LOKAKUU	MARRASKUU	JOULUKUU

Kiitos, että luit e-kirjani!

**Toivottavasti tämä e-kirjani
Markkinointia 365 inspiroi
sinua viemään yrityksesi
markkinointisuunnitelmaa
eteenpäin, jotta saat myös samalla
somestrategiasi rokkaamaan!**

**PS. Jos haluat lisätietoja
someassistentti palveluistani,
johon kuuluu myös räätälöity
somestrategia sekä
markkinointisuunnitelma
yrityksellesi, niin ota minuun
yhteyttä sähköpostitse
info@mariamyllys.com**

