

Yritykseni markkinointisuunnitelma (yksinkertainen pohjamalli)

Vastaa kysymyksiin ja suunnittele yrityksesi markkinointia tätä muistiota apunasi käyttäen. Suunnitelmapohja on rakennettu tukemaan, ohjaamaan ja kehittämään yrityksesi markkinointia omalla tavallasi ja sinulle sopivimmilla kanavilla.

Tämä on _____ (yritys)
markkinointisuunnitelma ja olen tehnyt tämän

____.____.202_

PERUSTIEDOT JA TAUSTAT

1. Mitä yritykseni tekee?

Yrityksen nimi:

Yritykseni palvelut ja tuotteet:

2. Yritykseni tärkeimmät kohderyhmät.

Listaa alle yrityksesi erilaisia kohderyhmiä, jotka ovat oleellisia markkinoinnin kannalta. Tässä kohdassa voit myös miettiä, miltä kanavalta pääasiassa näitä tahoja tavoittelet. Esim. Asiakkaita tavoittelen pääasiassa verkkosivuilla, uutiskirjeellä ja Instagramissa, kollegoille ja muille yhteistyötahoille viestin suorilla sähköposteilla, puhelimitse ja LinkedInissä.

Tärkeimmät asiakasryhmäni:

Yhteistyökumppanit:

Kollegat:

Alan järjestöt tai muut organisaatiot:

Media:

Muut tahot, joille yritykseni kannattaa kuulua ja näkyä:

3. Mitä hyötyä yrityksestäni on asiakkailleni?

Kuvaile tuotteitasi ja palveluitasi muutamalla lauseella. Jos sinulla on slogan tai muu kirjattu ydinviesti, kirjoita se myös tähän. Näitä virkkeitä voit hyödyntää verkko- ja somesisällöissäsi.

SISÄLLÖT JA KANAVAT

4. Millaisilla sisältötavoilla voin tuoda yritystäni verkossa ja somessa esiin?

___ Teksti (ympyröi tai merkitse sinulle parhaiten sopivat tekstin muodot)

- verkkosivuttekstit
- blogi
- vierailijabloggaukset
- asiantuntija-artikkelit
- haastattelut
- alan julkaisut
- podcastit

___ Kuva

___ Video

___ Livevideo

___ Ääni

___ Tarinat

___ Muu

5. Millaisia asioita ja aiheita voisın yrityksestäni kertoa verkossa ja sosiaalisen median kanavilla?

Kirjaa alle ideoita, aiheita ja asioita, joiden avulla voit tuoda yritystäsi, sen tuotteita/palveluita tai tekemistäsi muuten esille.

Esimerkiksi:

- tuotekuvaukset
- palveluiden esittelyt
- tekijä tai tekijät
- yrityksen tausta ja tarina
- tuotteiden valmistaminen
- kurkistus toimiston sermeihin
- referenssit ja asiakastarinat

- ajankohtaiset asiat
- haastattelut ja muu mediassa esillä oleminen
- kollegoiden kanssa toiminta
- yhteistyö muiden kanssa
- kilpailut ja palkinnot
- juhlat ja muut saavutukset
- jne...

6. Mitä kanavia jo käytän yritykseni markkinointiin? Merkitse ne kanavat eri merkillä, jotka aiot ottaa ensi vuonna käyttöön.

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Verkkosivut | <input type="checkbox"/> Oma blogi | <input type="checkbox"/> Vierasblogit |
| <input type="checkbox"/> Facebook-profiili | <input type="checkbox"/> Facebook-ryhmät | <input type="checkbox"/> Facebook-sivu |
| <input type="checkbox"/> X | <input type="checkbox"/> LinkedIn-profiili | <input type="checkbox"/> LinkedIn-ryhmät |
| <input type="checkbox"/> LinkedIn-sivu | <input type="checkbox"/> Instagram | <input type="checkbox"/> Pinterest |
| <input type="checkbox"/> YouTube/Vimeo | <input type="checkbox"/> Podcastit | <input type="checkbox"/> Uutiskirje |
| <input type="checkbox"/> TikTok | <input type="checkbox"/> Joku muu, mikä? | |

AIKATAULUTUS, VASTUUT JA SEURANTA

7. Suunnittele vuosikalenteri ja teemat.

Mitä yrityksesi toimintaan liittyvää on käynnissä vuoden aikana? Tee karkea vuosikalenteri, johon merkitset tärkeimmät päivät, tapahtumat tai ajankohdat. Mieti, löytyykö yritystoimintaasi koskettavia teemapäiviä tai -viikkoja vuoden ajalta. Listaa lisäksi itse suunnittelemasi teemoja, jolloin jaat tiettyjä sisältöjä.

Esimerkki sisältöteemoista:

- firman merkkipäivät
- juhlapyhät, myös linkitettyinä yrityksen toimintaan
- syksyn tuote-esittelyt, esim. 1/kuukausi
- teemaviikot keväälle: tekijöiden esittelyt ja referenssit, esim. molemmat 2/kuukausi

8. Aikataulu ja tekijät

Kirjaa itsellesi, koska valmistelet suunnittelemasi sisällöt ja mitä niistä voit ajastaa ennakoon. Jos apunasi on muita tekijöitä, kuvaajia, videomateriaalin tekijöitä tai sisällöntuottajia, merkitse kalenteriin suunnittelupalaverit ja kiinteät ”pakko olla valmista” -ajankohdat.

9. Onnistumisen seuranta

Mitä työkaluja voit käyttää markkinoinnin tulosten seurantaan? Kuinka usein tarkastelet lukuja?

Esimerkiksi:

- Google Analytics tai muu verkkosivujen analytiikka
- uutiskirjeen analytiikkatiedot
- some-kanavien analytiikka
- muut sometyökalut (esim. Hootsuite, Meltwater tai vastaavat)
- verkkokaupan klikkaukset ja ostot
- yhteydenotot ja tarjouspyynnöt
- kampanja-aikana tapahtunut myynti vs. normaali tilanne

10. Maksettu mainonta ja budjetti

Mistä aiheista, missä ja milloin teen maksettua mainontaa?

Kirjaa ylös tärkeimmät kampanja-ajat ja aiheet.

Merkitse myös aikataulu ja budjetti.

LISÄTILAA MUISTIINPANOJA VARTEN