



avidly

Markkinoinnin sisältöstrategia

Antti Leino

Markkinointiarkkitehti, valmentaja

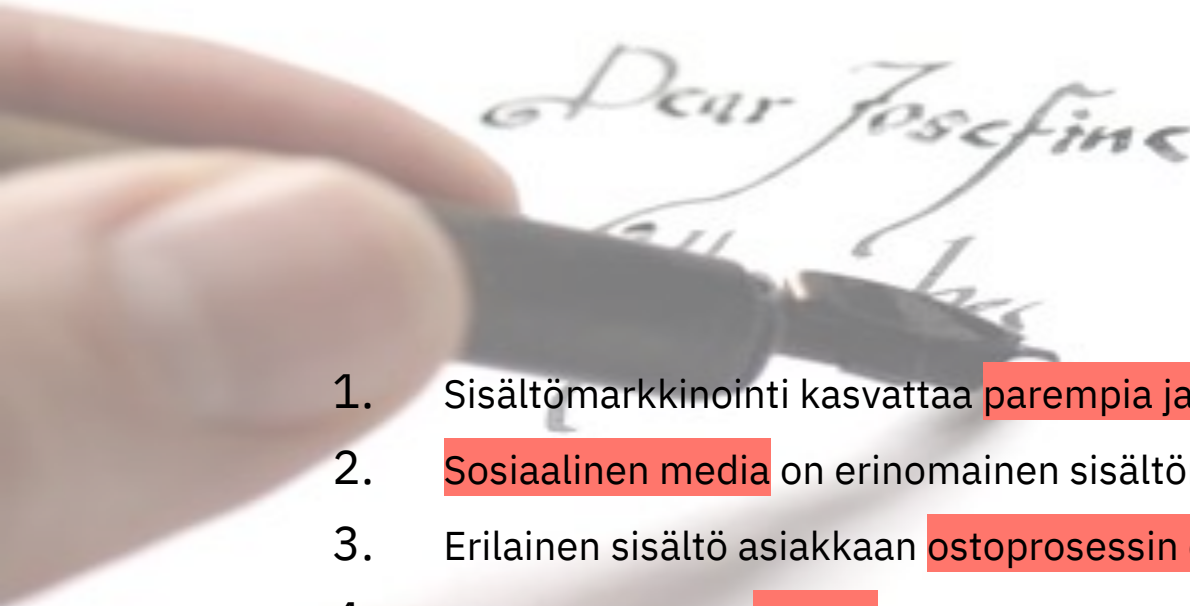
05 03 19

AAMUN AIHEET

Miten tavoitat asiakkaat digitaalisesti? Onko sinulla haasteita tuottaa sisältöä eri digitaalisen median kanaviin? Miten voit parantaa markkinoinnin sisältöstrategiaasi? Markkinointistrategian ja sisältöstrategian roolit? Vinkkejä miten valitset eri jakelukanavat ja miten tuotat sisältöä eri kanaviin sekä eri kohderyhmille

- **Strateginen lähestyminen**
- **Mitä on sisältömarkkinointi**
- **Sisältöstrategian lähtökohtia**
- **Sisältömarkkinoinnin suunnittelu ja tuotanto**
- **Sisällön muodot**
- **Sisällön jakelu**
- **Sisältömarkkinointi ja mainonta**

LÄHTÖVÄITTÄMIÄ - MITÄ MIELTÄ OLET?

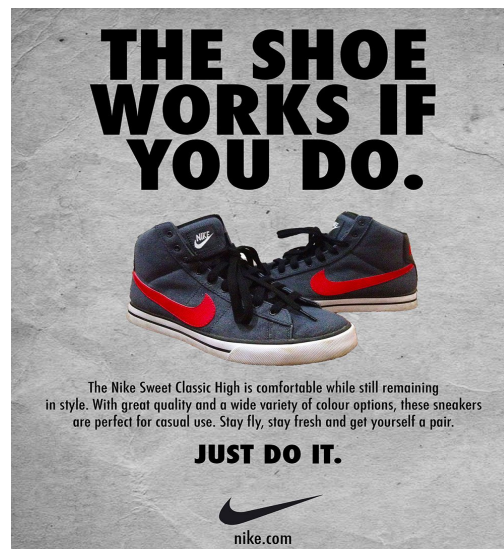
- 
1. Sisältömarkkinointi kasvattaa parempia ja lojaalimpia asiakkaita!
 2. Sosiaalinen media on erinomainen sisältömarkkinoinnin jakelukanava!
 3. Erilainen sisältö asiakkaan ostoprosessin eri vaiheisiin!
 4. Joskus pitää olla rohkea sisällön tekijä, jotta säilyt kiinnostavana!
 5. Sisältöstrategia pakottaa organisaatiot ajattelemaan syvällisemmin omaa osaamista ja tavoitteita!

Markkinointistrategia

**Strategian tavoite on varmistaa
organisaation toimintakyky ja
houkuttelevuus eri
sidosryhmissä huomenna**

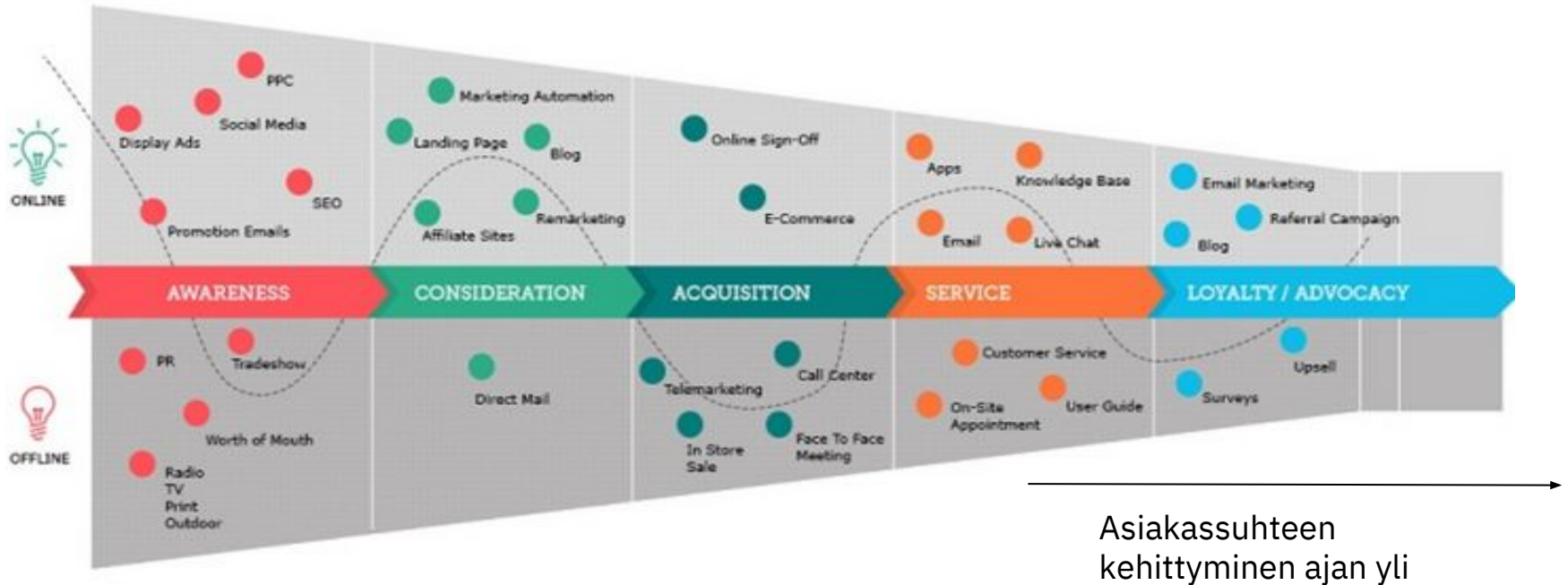
Markkinointi-näkökulmasta strategian tehtävä on

erottuminen: löydettävä oma näkökulma asioihin, sellainen oma ja omintakeinen tapa tehdä asioita, jolloin tarvitaan kyky ja rohkeus tehdä valintoja, joita yritys alkaa toteuttamaan

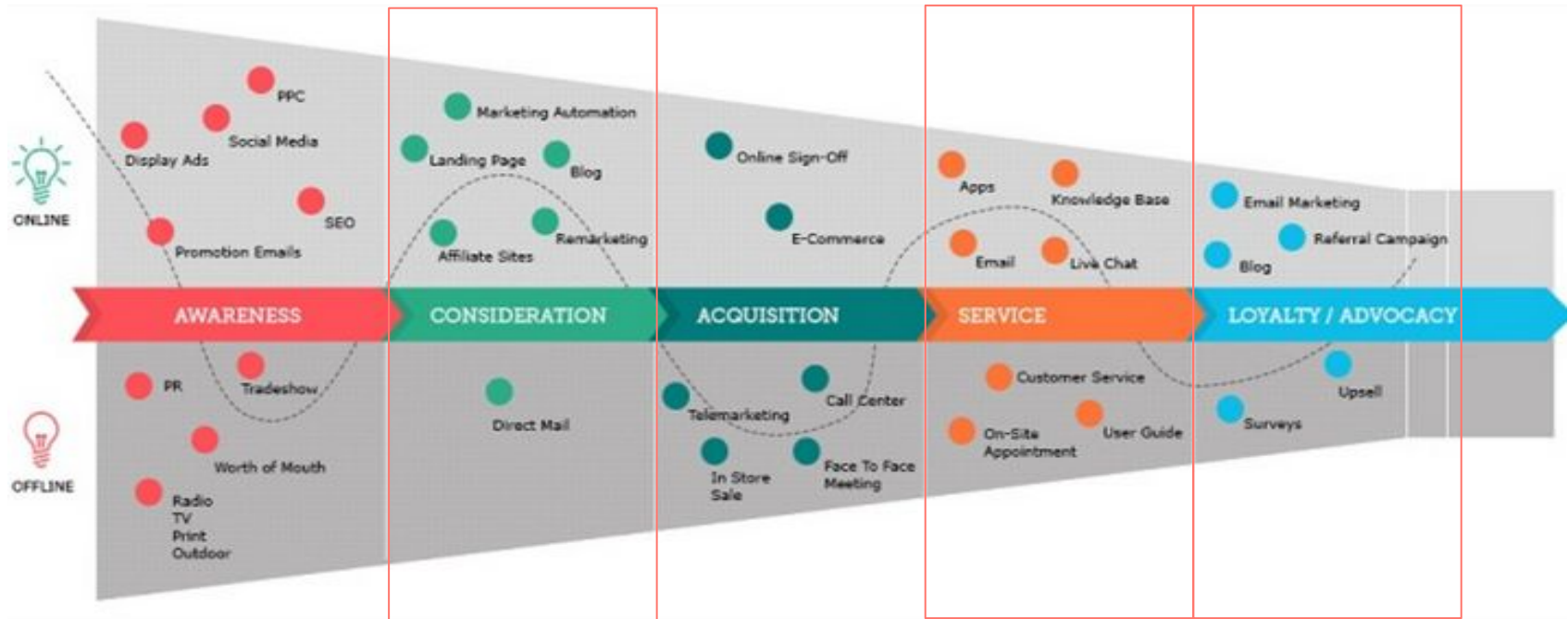


Markkinointistrategiassa **valitaan, millä periaatteilla** yrityksen uskotaan menestyvän kilpailussa sekä mihin panostetaan ja mihin ei

Asiakkaan käyttäytymisen ymmärtäminen on markkinointistrategiaan liittyvien valintojen taustatekijöistä tärkein

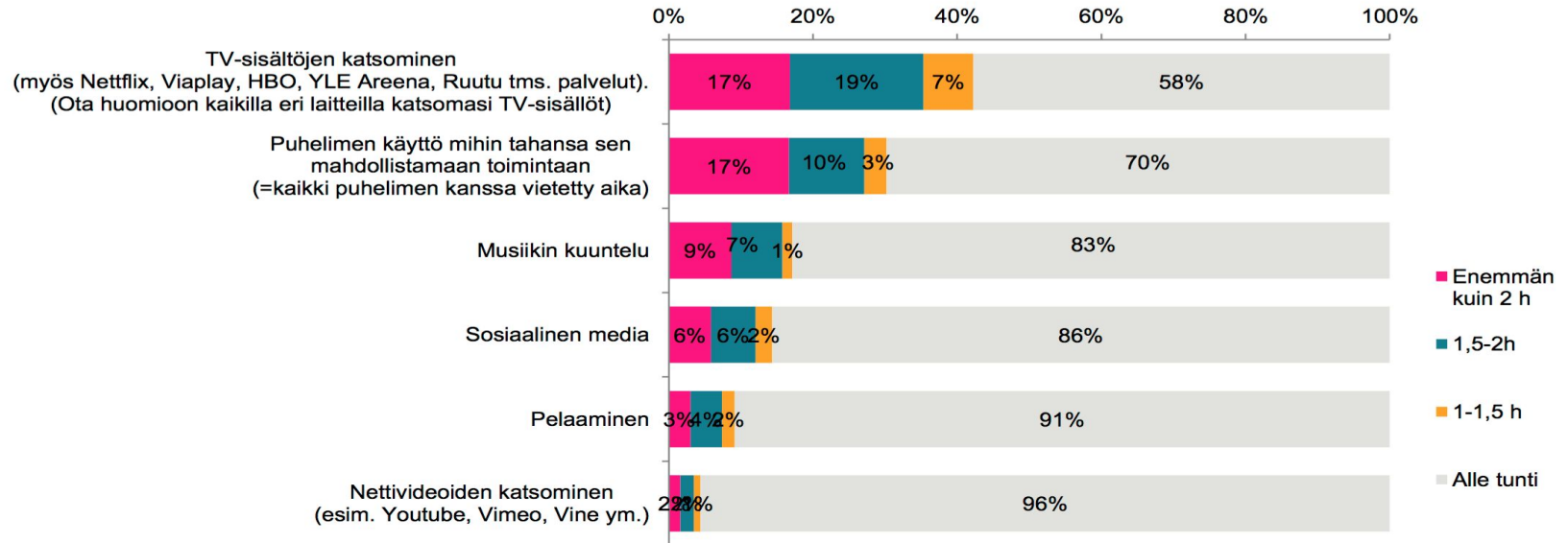


Sisältömarkkinoilla on oma roolinsa asiakassuhteen hoitamisessa ja kehittymisessä



Muutamia huomioita suomalaisten digitaalisesta elämäntavasta

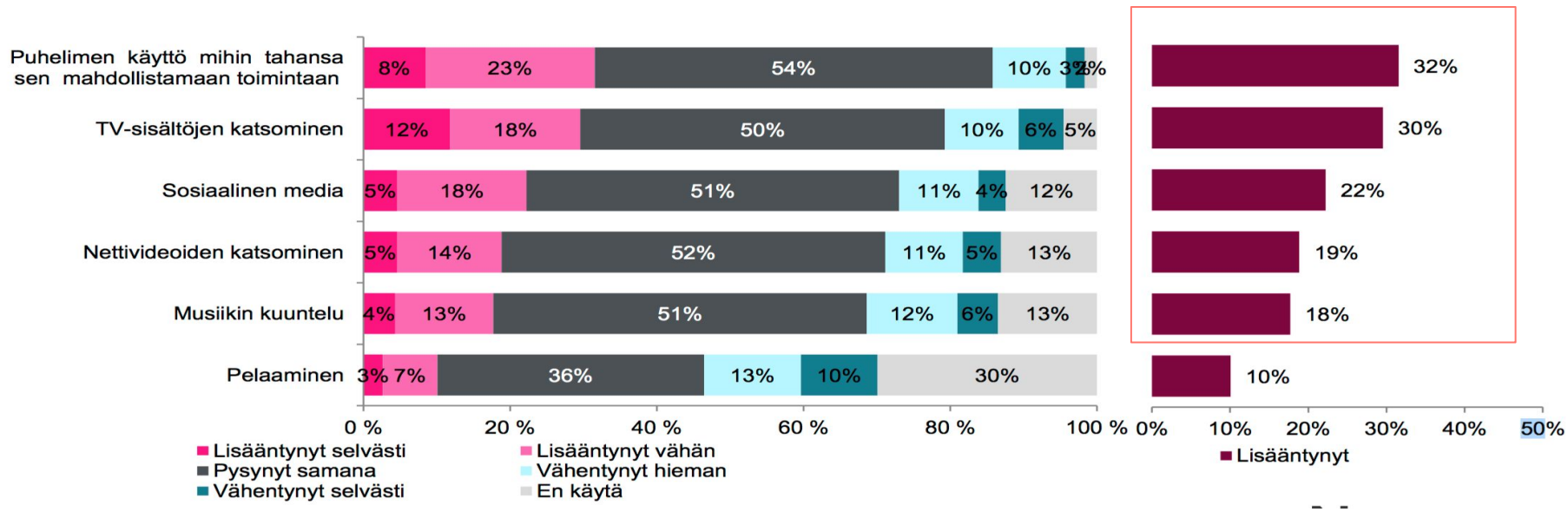
Arkipäivän median käyttö



Lähde: Digitaalisen elämäntavan tutkimus, 2017, DNA

Huomioita suomalaisten digitaalisesta elämäntavasta

Muutos 12 kk aikana



Lähde: Digitaalisen elämäntavan tutkimus, 2017, DNA

Internetistä on tullut arkea kaikessa

Verkosta (netistä) on tullut oleellinen osa lähes kaikkien arkipäivää

Haut.mobiliteetti ja sosiaalinen läsnäolo ovat normaali osa verkkokäyttäytymistä, ei erikoisalue

Ostamiseen vaikuttaminen ja myös itse ostaminen kasvattavat merkitystään yhä ja laajenevat uusille alueille

Palveleminen verkossa on merkittävä kasvualue, erityisesti B2B-puolella

Käsitys kohderyhmistä on muuttunut esim hakukonekäytön tai sosiaalisen media suosittelujen ja jakamisten takia monimuotoiseksi. Silti on hyvä määritellä kenelle tuote tai palvelu suunnattua ja miksi, jotta osamme tehdä järkevää ja puhuttelevaa sisältöä





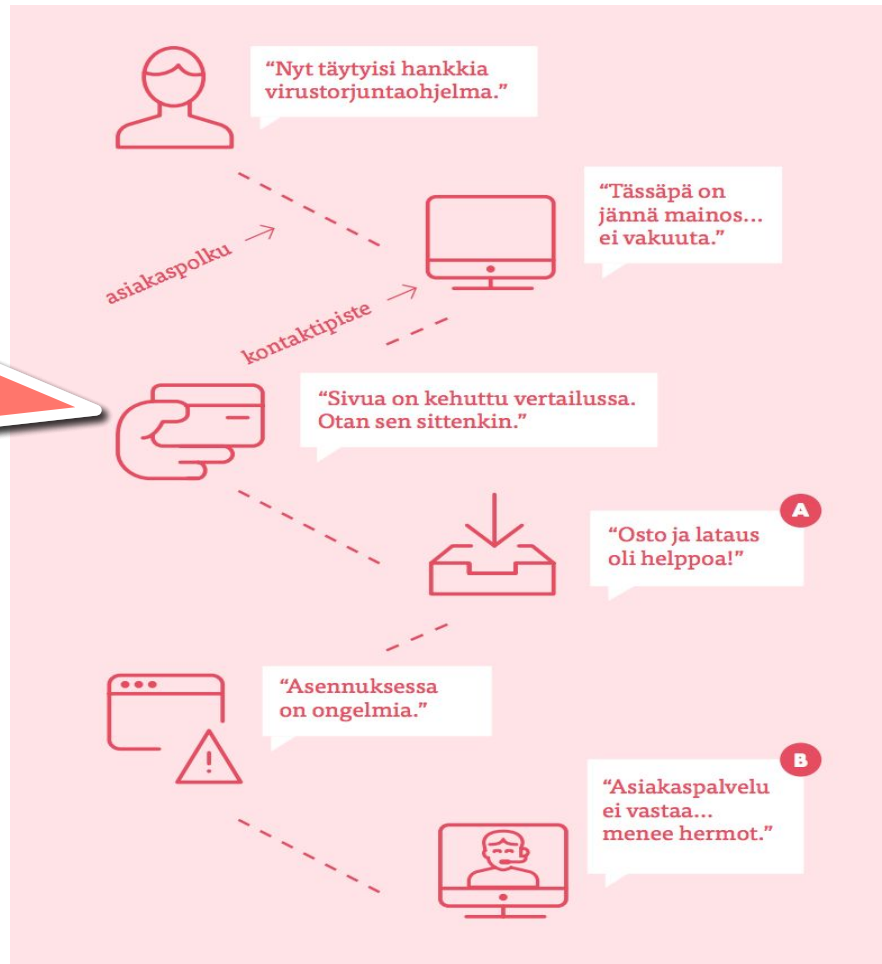
Sisältömarkkinointi

Mitä on sisältömarkkinointi?

Sisältömarkkinointi on internetin ja sosiaalisen median myötä syntynyt markkinointitekniikka, jossa tuotteen tai palvelun kohderyhmälle tuotetaan sen arvostamaa, sille hyödyllistä sekä jatkuvaa ja johdonmukaista markkinointiviestintää ja muuta mediasisältöä sen parhaiten tavoitavissa kanavissa (Wikipedia)

- Sisältömarkkinointia siis tarvitaan, koska kohdeyleisöjen tavoittaminen mainonnalla tai henkilökohtaisella myyntityöllä on vaikeaa
- Asiakkaat kuulevat oppivat uusista ratkaisuista verkon tietolähteiden kautta ja ovat usein valistuneempia ostajia kuin paikalle saapuvat myyjät
- Sisältömarkkinointi on keskeinen osa inbound-markkinoinniksi kutsuttua myynnin lähestymistapaa, jossa haetaan asiakkaan lupa vuorovaikutukseen

“Mikään ei tuo helpommin oikeaa kohderyhmää yrityksen sivulle kuin heitä kiinnostava ja heidän tarvitsemansa sisältö”



Liiketalouden kannalta markkinoinnille, ja
ahtaammin katsottuna mainonnalle, voidaan
antaa tehtävä: **lyhentää investointien
takaisinmaksuaikaa** eli kysynnän ja tarjonnan
saattamisesta toistensa luo mahdollisimman
tehokkaasti

Sisältömarkkinointiin liittyvät strategiset kysymykset liittyvät miten lyhyen ja pitkän aikajänteen myynnin vaatimukset toteutuvat

1. Kenet haluamme asiakkaiksi keskipitkällä aikavälillä?
2. Pystymmekö saamaan heidät asiakkaiksi?
3. Ketkä olisivat kannattavampia asiakkaitamme a) lyhyellä b) pitkällä aikavälillä?
4. Kenet pystymme lyhyellä aikavälillä saamaan asiakkaiksemme?

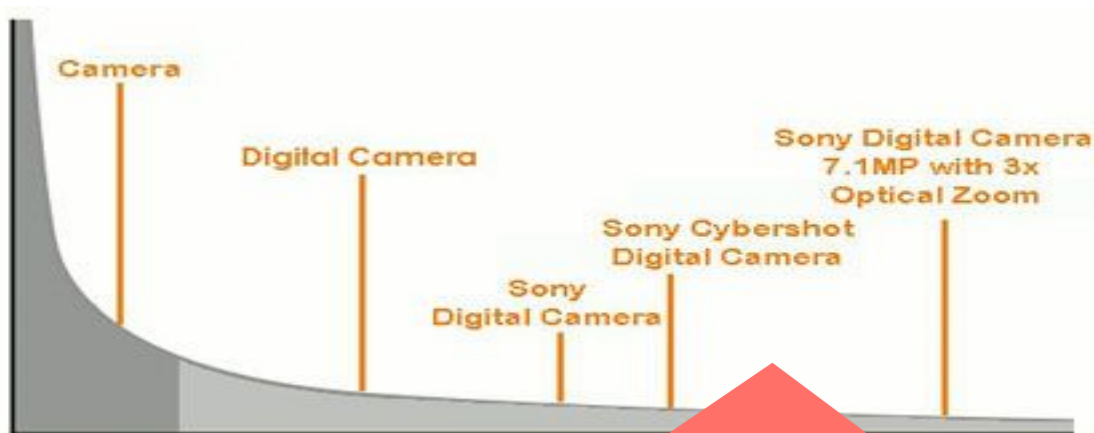
Onko ensimmäisen ja viimeisen kohdan välillä ristiriita (todellisuus)?

hyvä sisältö?

- 1 Informatiivista?
- 2 Opastavaa?
- 3 Viihdyttävää?

Vai kaikkea tätä yhtäaikaa?

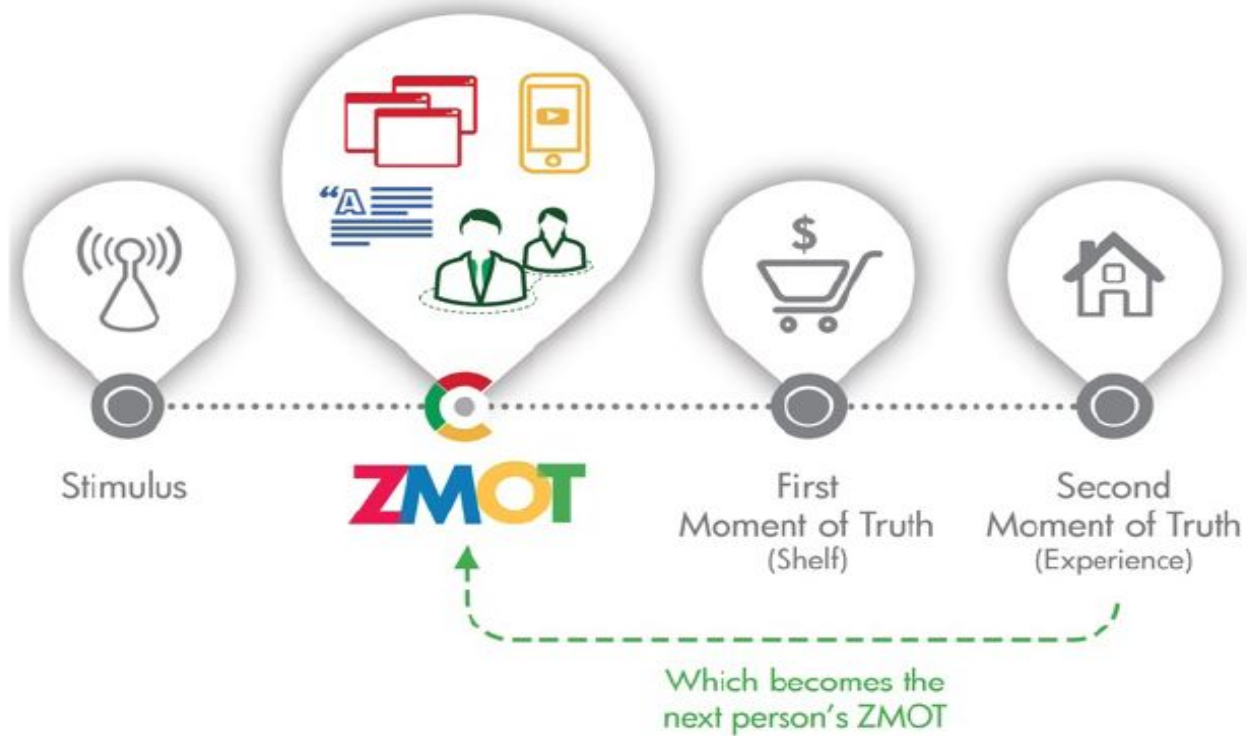
Hyvän sisällön ja hakukoneloitettävyyden (SEO) välillä on korrelaatio



Google-avainsanastrategiaan perustuva sisältö tuo edullista (ilmaista) liikennettä hakukoneista

Google Analytics-raportit kertovat sisällön (sivun) löydettävyydestä ja myös haluttavuudesta

Primary Dimension: Page Page Title Other ▾									
Plot Rows Secondary dimension: Source/Medium ▾ Sort Type: Default ▾									
<input type="checkbox"/>	Page Title ?	Source/Medium ?	Page Views ?	Unique Page Views ?	Avg. Time on Page ?	Entrances ?	Bounce Rate ?	% Exit ?	Page Value ?
			4,276 % of Total: 100.00% (4,276)	3,642 % of Total: 100.00% (3,642)	00:01:04 Avg for View: 00:01:04 (0.00%)	2,099 % of Total: 100.00% (2,099)	62.22% Avg for View: 62.22% (0.00%)	49.09% Avg for View: 49.09% (0.00%)	US\$0.00 % of Total: 0.00% (US\$0.00)
<input type="checkbox"/>	1. JUTEL RadioMan – Jutel	google / organic	619 (14.48%)	419 (11.50%)	00:01:13	358 (17.06%)	51.12%	45.88%	US\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	2. Jutel – Extensive Solutions for Radio Broadcasters	(direct) / (none)	599 (14.01%)	560 (15.38%)	00:00:40	554 (26.39%)	65.16%	63.11%	US\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	3. Jutel – Extensive Solutions for Radio Broadcasters	google / organic	477 (11.16%)	401 (11.01%)	00:01:04	374 (17.82%)	43.85%	44.23%	US\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	4. JUTEL RadioMan ACCESS – Jutel	google / organic	225 (5.26%)	189 (5.19%)	00:02:10	56 (2.67%)	67.86%	45.78%	US\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	5. Contacts – Jutel	(direct) / (none)	223 (5.22%)	216 (5.93%)	00:00:55	146 (6.96%)	96.58%	85.20%	US\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	6. Management – Jutel	google / organic	149 (3.48%)	126 (3.46%)	00:00:52	30 (1.43%)	70.00%	42.95%	US\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	7. Products – Jutel	google / organic	124 (2.90%)	101 (2.77%)	00:00:49	11 (0.52%)	18.18%	22.58%	US\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	8. About Us – Jutel	google / organic	123 (2.88%)	97 (2.66%)	00:01:14	31 (1.48%)	51.61%	31.71%	US\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	9. Contacts – Jutel	google / organic	114 (2.67%)	108 (2.97%)	00:00:31	14 (0.67%)	71.43%	47.37%	US\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	10. About Us – Jutel	(direct) / (none)	81 (1.89%)	69 (1.89%)	00:00:25	14 (0.67%)	85.71%	51.85%	US\$0.00 (0.00%)



Sisältömarkkinointi vs mainonta

Myynnin edistämisen kolme olomuotoa

Proaktiivinen
myynti

=mainonta

Piilevä
tarve

=sisältö

Reaktiivinen
hoitaminen

=asiakaspalvelu

Sisältöstrategian lähtökohtia

Ketä haluat puhutella?

Miksi teet sisältöä?

Mitä haluat saada aikaiseksi?

Missä he viettävät aikaa verkossa?

Mitä haluamme heidän tekevän?

Mitä sisältöä meillä on jo on olemassa?



avidly

Kuka olet ja miten erotut sisällön avulla?

Säännöt

Kirjoita kuten puhut

Kevennä

Mieti kenelle puhut

Muista yksiköllinen näkemys

Ole jotain mieltä

Ole aito

I AM A
Catalyst To
END HUMAN
TRAFFICKING

“Luo 10 kohtaamispistettä yhdestä ideasta”

Uusi tuote

Video

Artikkeli sivustolle

Blogikirjoitus

Uutiskirje

Webinaari

Kuvia

Infograafi

PDF

Facebook postaus

Linkedin postaus

Twitter postaus

Youtube

Slideshare

Strategiana on uudelleenkäyttää sisältöä erilaisissa ympäristöissä ja siten vahvistaa viestin saamaa peittoa ja toistoa

Mieti mahdollisuuksia tavoittaa mahdollisimman laaja yleisö eri keinoin:

Blogi

Facebook

Twitter

Uutiskirje

Whitepaper

Kierrätä fiksusti

1. Muuta case-esimerkki infograafiksi
2. Muuta kalvoesitys videoksi
3. Nauhoita webinaari ja tee siitä blogikirjoitus
4. Kokoa usea samanlainen blogikirjoitus ja tee niistä eBook tai whitepaper jaettavaksi uutiskirjeen tililajille lahjaksi
5. Ota eBookin sisältö ja jaa se uutiskirjeessä osina tilaajille

Hyvä sisältö auttaa, ratkaisee ja erottuu

Tuottamalla arvoa asemoit itsesi luotettavaksi ja arvokkaaksi informaation lähteeksi

→ Näytä miten autat ihmisiä oikeassa elämässä



Kädentaitajat - Kalannahkattaitaja Ossi Kumpulainen

Up next



www.kalaparkki.fi

All Images Videos Maps News More Settings Tools

About 29 000 results (0,26 seconds)

Värisilmä | Verkossa ja kivijalassa | Tutustu nyt | varisilma.fi

www.varisilma.fi/

Värisilmä on Suomen johtava pintamateriaaleihin erikoistunut ketju. Tilaa sisustusmateriaalit...

Kuumankatu 38, JOENSUU - 040 0261475

Ale-tuotteet Outletissa

Tutustu Värisilmän ale-tuotteisiin
verkon Outlet-myyntälässä!

Osta verkkokaupasta

Palvelemme kivijalkaliikkeiden
lisäksi myös verkkokaupassamme.

Tapetointi | Kaunis Lopputulos | janihaavistola.fi

www.janihaavistola.fi/sisämaalaus

Maalaus on kustannustehokas keino lisätä viihtyvyyttä tai nostaa kohteen arvoa! Huolehdimme
kaikesta. Muista kotitalousvähennys. Yksityiset, yritykset. Palvelut: Peltikaton maalaus,...

Palvelut · Yhteystiedot

Kavioura 2, Ylämylly

Tapetointikoulu - Tapetointi on helppoa! | Värisilmä

<https://www.varisilma.fi/tapetointikoulu-kaikki-tapetoinnista/>

Jun 22, 2016 - Värisilmän ohjeilla tapetointi on helppoa ja nopeaa. Katso video. Kuka vaan voi
tapetoida.



VERKKOKAUPPA

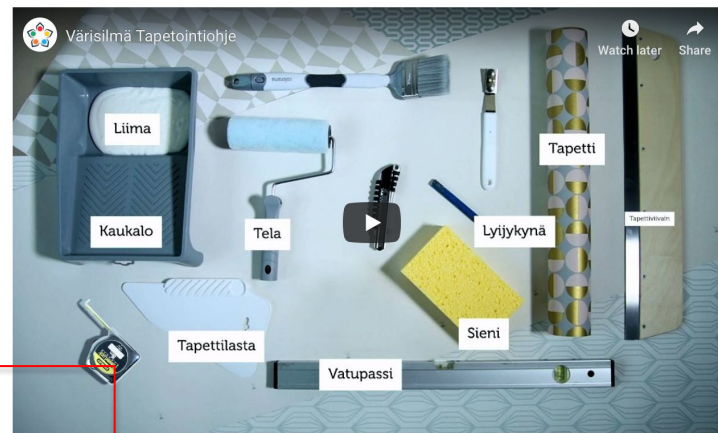
OSTOSKORI

HAE

VALIKKO

Kuitutapetilla saat sileät seinät ilman näkyviä saumoja. Kuitutapetit ovat myös erittäin peittäviä ja ne kestävät hyvin kulutusta. Tapetit pitävät muotonsa, joten tapetointi on helppoa. Oikeat työkalut ovat puoli iloa ja niillä tapetointi sujuu leikiten. Varmista, että sinulla on kaikki tarvittava, ennen kuin aloitat.

Tilaa tapetit ja tarvikkeet [verkkokaupasta](#) tai poikkea Värisilmään!



Soyappétit soijakoulussa esiintyi tunnettu ruokabloggaaja



YouTube

Soyappétit soijakoulu osa 1: Mikä ihmeen soija?

Soijakoulu + Subscribe 5 videos

A woman with glasses and a floral apron stands in a kitchen, presenting various soybean products on the counter. The video player interface shows a progress bar at 0:13 / 4:45 and 1,207 likes.

Like Add to Share 1,207

Uploaded by [Soijakoulu](#) on Feb 1, 2012

Tervetuloa Soyappétit soijakouluun! Ensimmäisessä jaksossa tutustutaan soijaan Liemessä-ruokablogin kirjoittajan Jenni Häyrisen kanssa. Marokkolaisten soijapyöryköiden ohje myös osoitteessa [www.liemessa.fi](#). Lisätietoa soijasta ja soijareseptejä [www.sovappetit.fi](#)

Show more

Markkinoi!

Kerro sisällöstäsi

1. Vieraile blogeissa ja yhteisöissä - jätä merkityksellisiä kommentteja
2. Mahdollista kaikki jakaminen sosiaalisiin verkostoihin



3. Jaa itse useammin kuin kerran





MITEN SAADA IHMISET JAKAMAAN SISÄLTÖÄ?

A dense flock of birds, possibly terns, is shown in flight against a white background. The birds are scattered across the upper and middle portions of the frame. At the bottom, there is a large, dark, abstract, branching shape that resembles a network or a complex pattern, possibly representing a social network or a data visualization.

**Voinko tehdä
sisällöstä viraalia ?**

CUSTOMER

BRAND

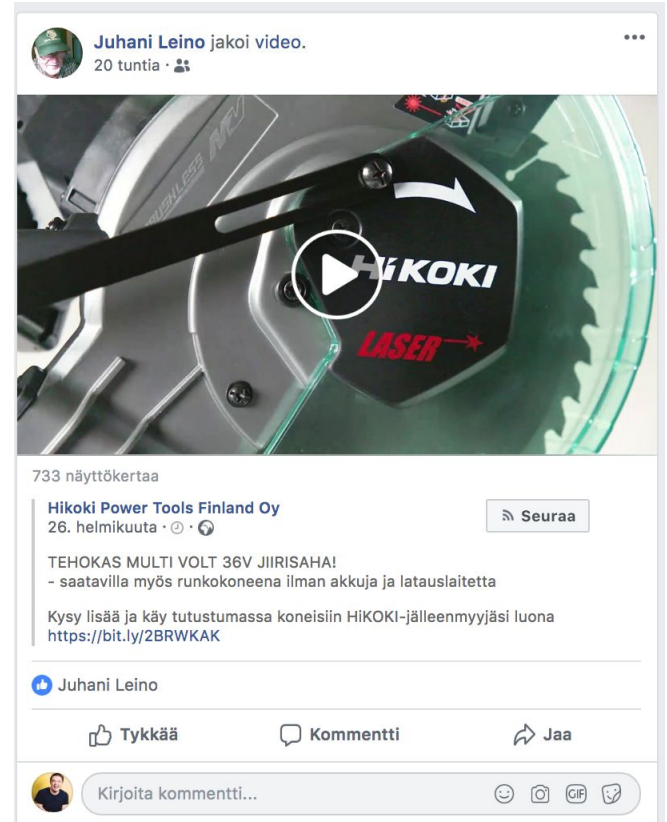
YHTEINEN ETU



Miksi ihmiset
osallistuvat ja
jakavat?

Viihtyminen
Inspiraatio
Ansaita statusta
Oppia uutta
Etsiessään apua
Tulla palkituiksi

avidly



Juhani Leino jakoi video.
20 tuntia · 👤

733 näyttökertaa

Hikoki Power Tools Finland Oy
26. helmikuuta · 🌐 · 🌐

TEHOKAS MULTI VOLT 36V JIIRISAHAI
- saatavilla myös runkokoneena ilman akkuja ja latauslaitetta

Kysy lisää ja käy tutustumassa koneisiin HIKOKI-jälleenmyyjäsi luona
<https://bit.ly/2BRWKAK>

Juhani Leino

Tykkää Kommentti Jaa

Kirjoita kommentti...

Mikä saa ihmiset puhumaan sinusta?

Tabu

Epätavallinen

Huumori

Järjetön

Salainen

Humanitäärinen

Insentiivi

Hyvä palvelu / huono palvelu

Loistava / erilainen / kaunis / huono tuote

Kalkkimaalarit
Suljettu ryhmä

Tietoja
Keskustelu
Ilmoitukset
Jäsenet
Tapahtumat
Videot
Kuvat
Tiedostot

Hae tästä ryhmästä

Pikalinkit
Digitalist Network ... 20+
Havas Media 20+
Lotta Bastman 9
Zeeland Family 2
Kukatippa-ilta 30
Parantava Raakasuklaa... 1
Vilpas päivä Salon torilla 2

Tarjoamme kalkkimaalareille maalit -15% Verkkoakaupastamme
Kampanjakoodilla **KALKKIMAALARI**
NOSTALGIA

Olet jäsen | Ilmoitukset | Jaa | Lisää

Kirjoita julkaisu | Kuva tai video | Live-video | Lisää

Kirjoita jotain...

Kuva tai video | Tapaaminen | Tunne/toimin... | ...

Ilmoitukset

Nina Ahonen O.s Hartonen
12. tammikuu 2017

Heippa kaikki "kalkkimaalarit" niin vanhat kuin uudetkin ryhmäläiset ja TERVETULOJA touhukkaseen joukkoomme missä sudit heiluu, maalia kuluu ja erinlaiset pinnat saavat uutta ilmettä 😊 ...

LISÄÄ JÄSENIÄ

+ Anna nimi tai sähköpostiosoite...

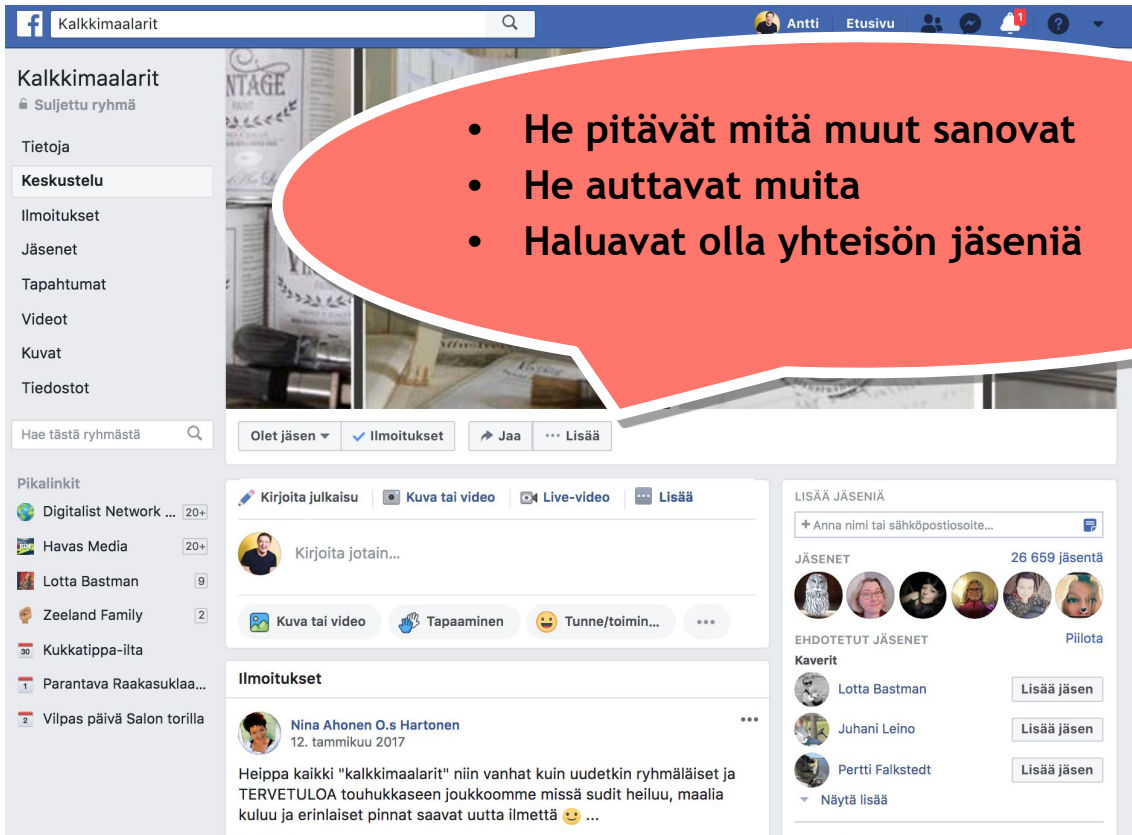
JÄSENET 26 659 jäsentä

EHDOTETUT JÄSENET Piilota

Kaverit

- Lotta Bastman Lisää jäsen
- Juhani Leino Lisää jäsen
- Pertti Falkstedt Lisää jäsen

Näytä lisää



The image shows a screenshot of a Facebook group page for 'Kalkkimaalarit'. A large red speech bubble is overlaid on the page, containing the following text:

- He pitävät mitä muut sanovat
- He auttavat muita
- Haluavat olla yhteisön jäseniä

The Facebook page interface includes a search bar at the top with the text 'Kalkkimaalarit'. The left sidebar shows navigation options: Tietoja, Keskustelu, Ilmoitukset, Jäsenet, Tapahtumat, Videot, Kuvat, and Tiedostot. Below this is a search bar for the group and a list of quick links including 'Digitalist Network ...', 'Havas Media', 'Lotta Bastman', 'Zeeland Family', 'Kukatippa-ilta', 'Parantava Raakasuklaa...', and 'Vilpas päivä Salon torilla'. The main content area shows a post by 'Nina Ahonen O.s Hartonen' from January 12, 2017, with the text: 'Heippa kaikki "kalkkimaalarit" niin vanhat kuin uudetkin ryhmäläiset ja TERVETULOLOA touhukkaseen joukkoomme missä sudit heiluu, maalia kuluu ja erinlaiset pinnat saavat uutta ilmettä 😊 ...'. The right sidebar displays the group's membership information: 'LISÄÄ JÄSENIÄ', a search bar for members, and a list of members with 'Lisää jäsen' buttons. The member list includes Lotta Bastman, Juhani Leino, and Pertti Falkstedt.

Entä kuluttajien
/ käyttäjien
luoma
yritykseen
viittaava sisältö
?

The screenshot shows a YouTube video player interface. At the top, the YouTube logo is on the left, and a search bar contains the text "lego star warsparody". Below the search bar, the video title is "Lego Starwars Spoof (Not by Me)". Under the title, there is a channel name "HalofreakinTnA", a "Subscribe" button, and a dropdown menu showing "1 video". The video player itself is dark with yellow text that reads: "The film has been postponed due to time and resource problems. Their journey wasted, our heroes must now pack up their belongings and return home...". Below the video player, there is a progress bar showing "0:31 / 3:18". At the bottom of the player, there are buttons for "Like", "Add to", "Share", and a flag icon. To the right of these buttons, the view count is "2,110,352". Below the player, there is a caption: "Uploaded by HalofreakinTnA on Nov 25, 2006. This is the guy who made it (<http://www.youtube.com/user/OldScratch>) Check out his channel :)". To the right of the caption, there is a like/dislike bar showing "3,249 likes, 493 dislikes" and the text "Artist: John Williams".

avidly

Sisältömarkkinoinnin suunnittelu ja tuotanto



Sisältömarkkinointisuunnitelma runko

1 Tilanneanalyysi

- Katse taaksepäin eli missä mennään suhteessa tavoitteisiin, mitä sisältömarkkinointia on tehty, millaisia onnistumisia, millaisia tuloksia ja mikä toimii parhaiten?
- Mitä pitäisi tehdä paremmin? Toteutuma suhteessa tavoitteisiin?
- Kilpailijoiden toimintojen painopiste, lupaukset ja vahvuudet/heikkoudet
 - > Johtopäätökset



Sisältömarkkinointisuunnitelma runko

2 Vuosisuunnitelma

Miten sisältömarkkinoinnilla tuetaan ylätasen tavoitteita?

- *Painopisteet ja budjetti?*

Millaisilla toimenpiteillä päästään tavoitteisiin?

Sisältömarkkinointisuunnitelma runko

3 Jaksosuunnitelma

- Jakso voi olla mitä tahansa: 2 kk, sesonki, kvartaali, viikko
- Jaksojen toteutusaikataulu

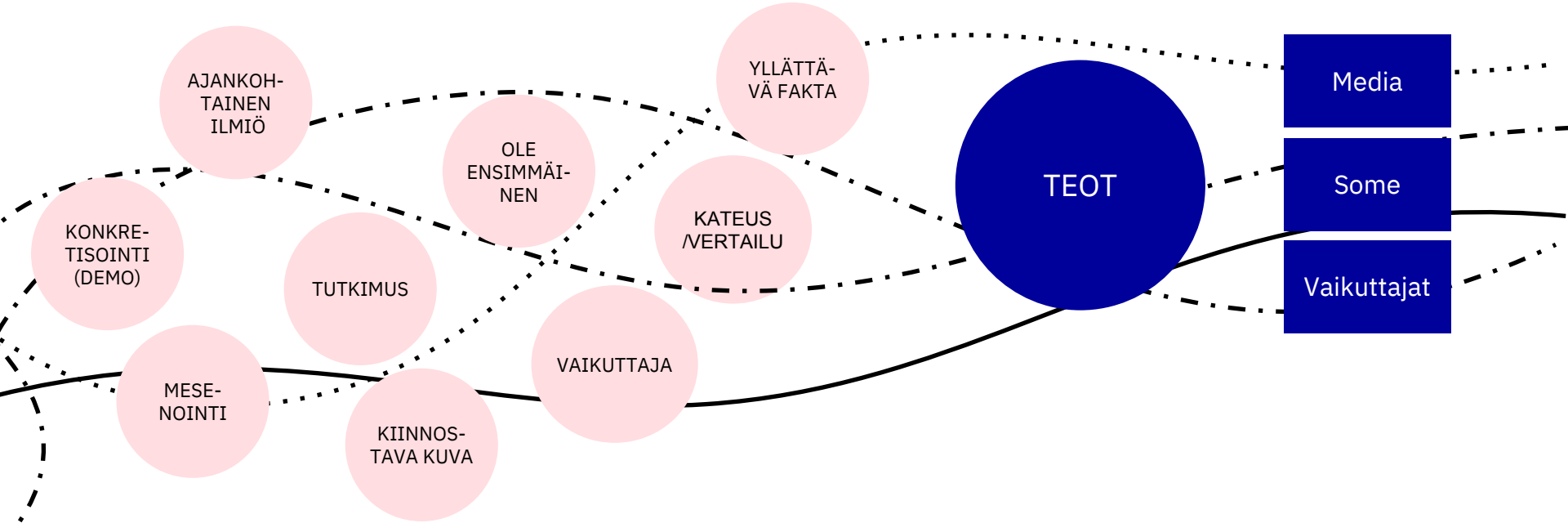
Toimenpiteet ja toteutusaikataulu

- sisällön tuotanto ja hyväksyminen julkaisukalenteriin
- julkaisu (kuka?)
- mediabudjetti (sponsorointi?)
- oman datan käyttö
- mahdolliset seurantapikseleiden asennukset
- Google Analytics ja seuranta: UTM-parametrien harmonisoiminen



MIKSI MITÄ TAVOITTELEMME?	KENELLE HALUAMME PUHUA?	MITÄ HALUAMME SANOAA?	MITEN SAAMME VIESTIN PERILLE	MILLOIN VIESTIMME	KUKA VASTAA VIESTINNÄSTÄ
	Henkilöstö			Tammikuu	
	Asiakkaat			Helmikuu	
	Sijoittajat			Maaliskuu	
	Kumppanit			Huhtikuu	
	Media			Toukokuu	

VINKKEJÄ: TARTU HETKEEN – LUOVASTI JA KIINNOSTAVASTI



Fokus siihen, mikä kiinnostaa ihmisiä.

Toimi tavalla, jota sinulta ei odoteta.

Sisältömarkkinointi

Kuusi avainvaihetta strategiseen sisältösuunnitteluun

1

Teemavalinnat

Määrittele mistä haluat olla kuuluisa. Maailma on täynnä sisältöä. Mistä tiedät enemmän tai paremmin kuin kukaan muu? Pitäydy valinnoissasi.

Sisäinen osaaminen arviointi
Ulkoisen kysynnän arviointi

Fokus: 60%
Niche yleisölle: 15%
Ei-uniikki: 25%

2

Konversiotavoite

Sisältöä tehdään, jotta se houkuttelee kohderyhmää kohti mielestäsi oikeaa päätöstä. Tee sisältöä tämä päätöspiste mielessäsi ja ohjaa heitä tätä kohden

Call-to-action

Google-haku
Blogi
SlideShare
...

3

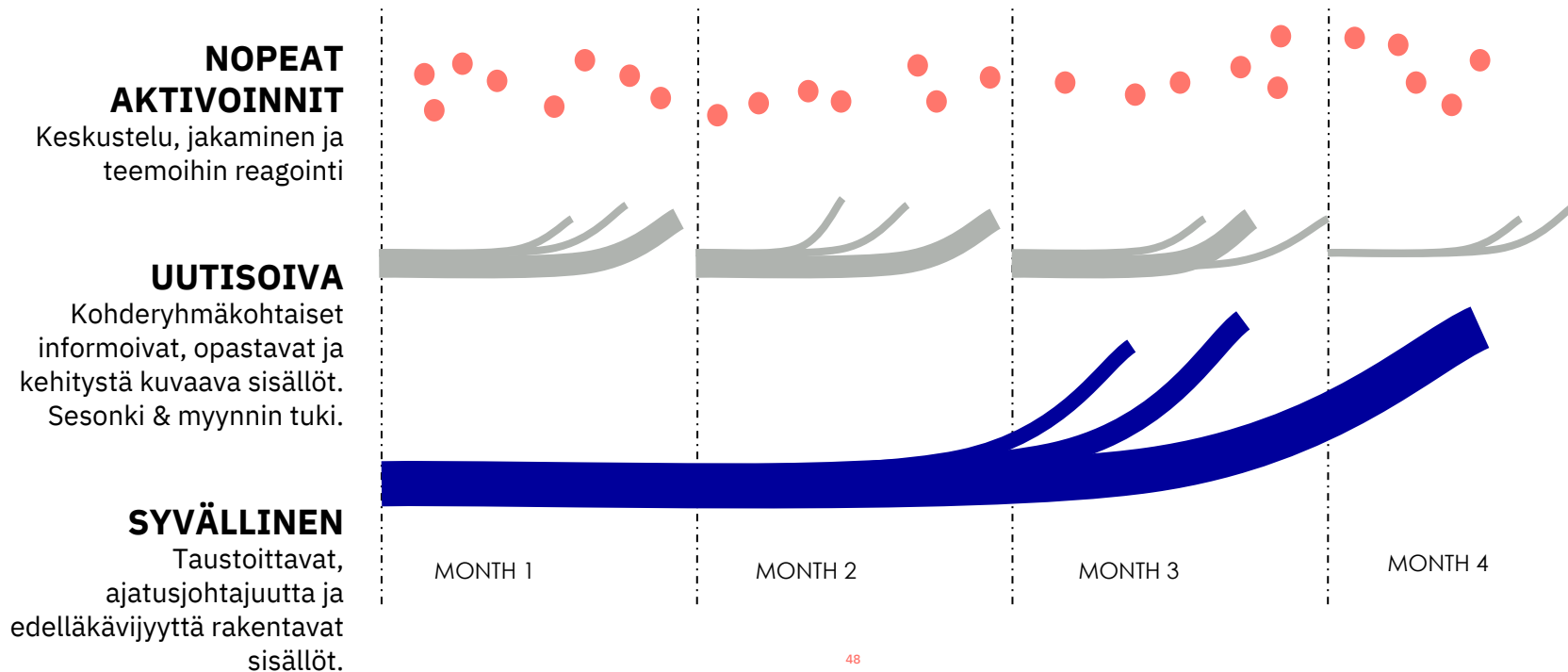
Toimituksellinen suunnittelu

Tee karkea suunnitelma milloin ja mitä julkaiset sekä missä. Vähintään itsellesi. Linkitä julkaisukalenteri markkinointi-kalenterin kanssa

Teemoista kolmen tason sisältöjä

Sisältöformaatteja tulee olla eri yleisöille erilaisia.

- Pitkäjänteinen BtoB myyntityö ajatusjohtajuus edellyttää aikaa kestäväää, pitkäjänteistä sisältöä, jota toimii tukimateriaalina myös henkilökohtaisissa tapaamisissa.
- Media ja nykyasiakkaat kaipaavat säännöllisesti päivitystä ja tietoa alan kehityksestä.
- Suuren yleisön tietoisuutta tulee ruokkia jatkuvilla, nopeilla ulostuloilla.



Sisältömarkkinointi

Kuusi avainvaihetta strategiseen sisältösuunnitteluun

4

Jaettavan sisällön tuottaminen

Oikean aihealueen lisäksi syntyvän sisällön tulee olla jaettavissa ja jakamisen arvoista (next slide please)

5

Hallinta ja valvonta

Kun sisältö on verkossa, kohderyhmä raegoi (toivottavasti) sisältöön. Päätä kuka vastaa ja milloin keskusteluavauksiin tai palautteeseen.

6

Mittaa ja seuraa

On helpompi palata kohtaan 1 tai 4 kun tietää miten yleisö on aktivoitunut ja reagoanut

Miten usein

1 = Päivittäin

vastaus

7 = Viikoittain

Linkki, status, twiitti, osallistuminen keskusteluun

30 = Kuukausittain

Uutiskirje, blogikirjoitus, how-to -video

4 = Kvarterissa

Case-tapaus, white paper, tapahtumavideo

Sisältömarkkinointi tarkoittaa organisaatiomuutoksia ja osaamisen kehittämistä

Kuka on päätoimittaja?

Vastaa sisällön pääpiirteistä ja suunnittelee ison osan sisällöstä. Voi myös huolehtia yhteisön aktivoinnista ja ylläpidosta

Sisällöntekijät

Suurin osa syntyy organisaation toimesta

Huomioi konteksti

Reagoi ympäröivän maailman tapahtumiin. Kännykkäkäyttö.

Osaaminen

Onko kirjoittajia, piirtäjiä, videon tekijöitä? Kouluta ja opettele

Ulkoinen sisältö

Linkitä hyvään sisältöön ja anna kehu. Seuraa toimialasi tapahtumia esim Twitterin kautta

Mitä sisältöä ihmiset jakavat

1. **Tuote- ja palvelukokemuksia:** tuotteita puhutaan enemmän kuin brändeistä
2. **Offline -palvelukokemuksia:** asiakasystävällisyys on esimerkiksi merkittävä jaettava aihe
3. **Kilpailut ja pelit:** me rakastamme kilpailuja
4. **Ilmainen:** Jos jotain saa ilmaiseksi siitä hyvästä, että levittää sanaa niin meidän levitämme
5. **Osallistuminen:** Jos ihmiset pääsevät mukaan osallistumaan, he jakavat tätä kokemusta. “Like” napin painaminen on sekin osallistumista
6. **Lifestyle:** ihmiset puhuvat musiikista, ruoasta, ravintoloista, urheilusta jne
7. **Positiiviset viestit:** Sittenkin me jaamme enemmän positiivisia asioita kuin negatiivisia kokemuksia
8. **Uutiset:** ajankohtaiset aiheet ja suosikkibrändit ovat jakamisen kohteena
9. **Mainonta:** kyllä, ihmiset jakavat myös hyvää ja puhuttelevaa mainontaa
10. **Sosiaalisen median artikkeleita:** blogikirjoituksia, behind-the-scene -juttuja, twiittauksia

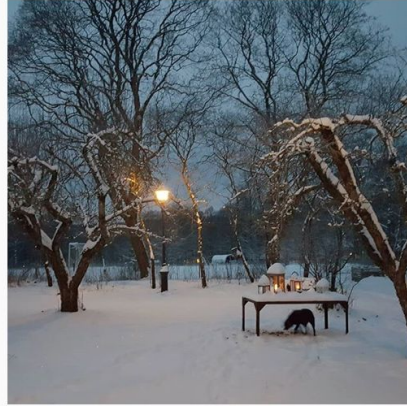
Sisällön muodot

KUVA



avidly

Instagram



avidly



Säätila



Sijaintitieto

Infograafiikat viestinviejinä

Pepsodent tuotti painokelpoisia “julisteita” joita jaettiin sosiaaliseen mediaan ja joista tehtiin verkkomainoskampanjan mainoksia

PEPSODENT Fakta Pepsodent Ultra Complete -hammastahnasta OSA 1

2 + 2
MINUUTTIA MINUUTTIA

0,3% PÄIVÄSTÄ*
KANNATTAA
KÄYTTÄÄ
HAMPAIDEN
HARJAUKSEEN

*Päivän 1440 minuutista

Hampaiden harjaaminen suositellun ajan
micrograniuleluikkaisilla, siikkäillä ja HAP-mineraaleilla
sisäiltävällä Pepsodent Ultra Complete -hammastahnalla
poistaa jopa

94%

HAMMASVÄLIEN PLAKISTA
sekä

SUOJAA VÄHENTÄÄ PUHDISTAA HIDASTAA

Roikiintymiseltä,
ionogelmilta,
kiilleltä eroosiolta,
plakilta 18 tunnin ajan

Hammaskiivet,
vihlintaa

Hampaat,
hammasvälejä

Suun
bakteerien
muodostumista

Pepsodent Ultra Complete - 8 vuoden kehitystyön tuloksena
koostumukseltaan edistyksellisin Pepsodent-hammastahna

PEPSODENT.FI

PEPSODENT Vinkkejä ja neuvoja kauniimman hymyn saamiseksi OSA 2

2 + 2
MINUUTTIA MINUUTTIA

0,3% PÄIVÄSTÄ*
KANNATTAA
KÄYTTÄÄ
HAMPAIDEN
HARJAUKSEEN

*Päivän 1440 minuutista

1 Pesee hampaat fluorihammastahnalla kaksi kertaa päivässä

2 Harjaa hampaat pienin nykyttävin liikkein

3 Katso, että ruuassa on riittävästi pureskeltavaa; pureskelu on hyväksi, sillä se lisää syljen eritystä

TIESITKÖ ETTÄ:

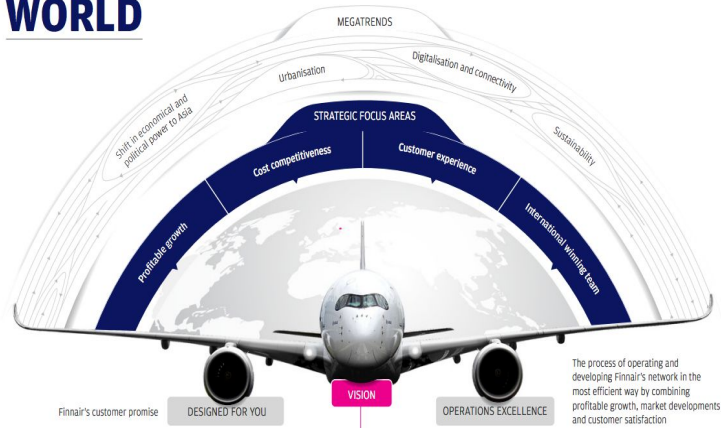
- Hampaat voi harjata jo ennen aamiaista
- Suuvettä voi käyttää myös ennen hampaiden harjausta, sillä se auttaa plakin muodostuksen vähentämisessä
- Hampaanpinnalle, joka pidetään vapaana plakista, ei voi tulla reikää
- Fluorihammastahnalla vähintään kaksi kertaa päivässä harjaavien henkilöiden hampaat kestävät normaalisti viisi-kuusi happohyökkäystä päivässä

Vaihda hammasharjasi
vähintään 3 kk välein

Pepsodent Ultra Complete - 8 vuoden kehitystyön tuloksena
koostumukseltaan edistyksellisin Pepsodent-hammastahna

PEPSODENT.FI

FINNAIR IN THE WORLD



Finnair's customer promise

DESIGNED FOR YOU

VISION

OPERATIONS EXCELLENCE

To double revenue from Asian traffic by 2020 from the 2010 level, to be the most desired option in traffic between Asia and Europe, and to be the number one airline in the Nordic countries.

The process of operating and developing Finnair's network in the most efficient way by combining profitable growth, market developments and customer satisfaction

avidly

RAAKA-AINEESTA TUOTTEEKSI

Bioeikäytössä hyödynnämme uusitutvasta puunraaka-ainetta monipuolisesti nykyisiä tuotteitamme ja luomme uutta jatkavan tuotekehityksen ja innovoinnin pohjalta.



ASIKKAAT JA KULUTTAJAT

- WISA®-VANERIT ja VIILUT, UPM GRADA®**
 - Rakentamiseen
 - Kälvettämälaitteisiin
 - Niskakykyisä maan kannatukseen
 - ITC-työkoneisiin
 - Puukonstruktiivien
 - Kattolaitteisiin
 - Väliaineiden tuotantoon
- SAHATAVARA**
 - Esikäsittelyyn
 - Laskelin, paneelien (hyökkiä) ja
 - Honekattilain
 - Ovien ja ikkunanpuiteisiin
 - Pakkauskäyttöön
 - Konekalpeihin
- SAIKO-TUOTO JA AKKOJATUOTET**
 - UPM Bekko kovaaluu, tano, puhalin, hieno ja ohjattopaperiin
 - UPM Corlar honsaluu, puhalin, pakkaava ja ohjattopaperiin sekä karkkiki
 - Biokompostoituihin kuituihin UPM Form
 - Erätyökalujen täyde- ja puutarvaki
 - Laitteiden osat ja osat energiantuotantoon sekä biokemikaalien ja biopolttoainteen valmistukseen
- SELVU**
 - Soraomakuituihin
 - Alkukäsiteltyihin
 - Kipitisiin
 - Hakeomakuituihin
 - Tuokkeliittuihin
 - Soraomakuituihin
 - Lääkinnällisiin ja lastenkielisiin
 - Käte- ja toimintakäsiteltyihin
 - Tanssin pite- ja tanssopaperiin
 - Pakkauspaperiin
- PAPERI**
 - Soraomakuituihin
 - Alkukäsiteltyihin
 - Kipitisiin
 - Hakeomakuituihin
 - Tuokkeliittuihin
 - Soraomakuituihin
 - Lääkinnällisiin ja lastenkielisiin
 - Käte- ja toimintakäsiteltyihin
 - Tanssin pite- ja tanssopaperiin
 - Pakkauspaperiin
- SÄHKÖ**
 - Sähkön käyttövainat
 - Vähäomaa vaukoon
- LÄMPÖ**
 - Myynyä lämpöä tuotantoon
 - Sähkön lämmitykseen
 - Keskilämpöä paikallisisä oikalle
- UUSITUTVASTA DIESEL UPM BIOVERNO**
 - Niillä sekoitettuihin dieselipolttoainiin ja saadaan STN, ASC:n ja Shellin jalkajain Suomessa

- Täikkipu sahatarvaksi ja vaneriksi
- Kätkäpuu selluksi, paperiksi, bofielille ja biokompostiteiksi
- Ulkäineet uusitutvaksi dieseliksi tai biokemikaaleiksi
- Uginiä energiaiksi ja biokemikaaleiksi
- Selluloosa ja hanaallulosa biokemikaaleiksi
- Kiotti, oksi ja lukuksi energiaiksi

Vinkkejä infografiikan suunnitteluun eli datan visualisointiin

1. Metafora
2. Enemmän grafiikkaa, vähemmän tekstiä
3. Yksinkertaista: eleganssi ja selkeys
4. Emootio
5. Autenttisuus

<http://www.coolinfographics.com/blog/2013/7/17/kim-rees-and-dino-citraro-what-make-s-an-infographic-cool.html>

<http://www.fastcodesign.com/1673113/the-difference-between-infographics-and-their-simpler-cousins>

Interactive case: <http://inequality.is/real>

Whitepaper

Whitepaper on toimitettu raportti tai opas toimialan tärkeästä aiheesta tai trendistä, jota jaetaan netissä.



HAKUKONEOPTIMOINTI

Mitä on hakukoneoptimointi?

Google indeksoi internetin sisältöä jatkuvasti ylläpitäen omilla palvelimillaan tietokantaa verkon sisällöstä. Modernin digimarkkinoijan jatkuva ykköstehtävä on löydettävyyks.

Suomalaiset nettikäyttäjät hakevat Googlesta etsimäänsä lähes aina, sillä nykyisillä selaimilla haku tehdään suoraan osoiteriviltä. Tämä on johtanut siihen, että maksuttoman hakuliikenteen käytetyimmät hakutermit sisältävät yleensä yrityksen nimen, sillä halutun yrityksen nimi kirjoitetaan osoitepalkkiin "kun en muista sitä koko osoitetta" ja näin tehdään haku yrityksen nimellä.

Lataa hakukoneoptimoinnin opas!

Lataa opas

ETUNIMI*

Whitepaper kuvailee ongelman ja antaa sille ratkaisuehdotuksen. Whitepaperin tavoitteena on usein opettaa lukijoita ja auttaa päätöksen teossa. Whitepaper soveltuu sekä B2B- että kuluttajaviestintään. Whitepaperia kutstuaan tutkimusraportiksi tai tietopaketiiksi, toisinaan yhteenvedoksi tai tekniseksi dokumentaatioksi

eKirja



avidly

Teksti ja tyylilaji

Wanhat Aarteet ▾ Korut ja Käsiyöt ▾ Luonnonkosmetiikka ▾ Luonnontuotteet ▾ Koti & Siivous ALEKORI Eläinten Hyväksi Info ▾



Honda CBR929RR 1:6 Model Kit

Hinta 39,00 €

Osta tämän tuotteen lisäksi vielä 11,00 eurolla saataksesi ilmaisen toimituksen.

Määrä:

Lisää ostoskoriin

Saatavuus

Varastossa. Toimitusaika 2-4 arkipäivää.

Klarna. Maksa toimituksen jälkeen.

Oletko sinä Honda-mies? Jos olet, on tässä varmaan oikea tuote juuri sinulle. Tai kaikille muillekin ketkä harrastavat pienoismalleja. Vanha ja alkuperäinen pakkaus, jota ei kuitenkaan koskaan ole avattu! Koko 1:6 joten ei ihan pienestä prätäkstä ole tässäkään kyse. Jo pelkkä pakkaus on kokoa 40,5 x 28 x 10,5cm. Vastaavan avaamattoman paketin löysin Ebayn kautta, mutta sekin oli jo löytänyt uuden kodin. Joten ole nopea, kevät-aurinko nousee, ja pyöräkuuma iskee moneen muuhunkin



Muurikka

292 subscribers

SUBSCRIBE 292

HOME

VIDEOS

PLAYLISTS

CHANNELS

DISCUSSION

ABOUT



Video



MUURIKKA

264 views • 8 months ago

Muurikka - Suomi ▶ PLAY ALL



Nokkela Savuton Hiiligrilli

Muurikka
5.1K views •
2 years ago



Nokkela Sähkögrilli/-Savustin 900W

Muurikka
10K views •
3 years ago



Nokkela Kesäkeittiö Flexi

Muurikka
1.5K views •
3 years ago



Savustaminen Muurikka...

Muurikka
15K views •
3 years ago



Muurikka Kesäkeittiö Sähkö

Muurikka
4K views • 4 years ago



Muurikka Kesäkeittiö Kaasu

Muurikka
2.2K views •
4 years ago

Muurikka - Ruotsi ▶ PLAY ALL



Nokkela Rökfri Kolgrill

Muurikka
1.2K views •
2 years ago



Nokkela Elgrill/-Rökugn 900 W

Muurikka
1.3K views •
3 years ago



Nokkela Sommarköksvagn...

Muurikka
439 views •
3 years ago



Rökning med Muurikka Elrökugnen

Muurikka
2.6K views •
3 years ago



Muurikka Sommarkök Gas och tillval

Muurikka
2.6K views •
3 years ago



Muurikka Sommarkök El och tillval

Muurikka
817 views •
3 years ago

Esimerkkejä

Kiinnitä huomio rytmiin, liikkuvaan kuvaan, stillien käyttöön, teksteihin, äänen käyttöön, pituuteen, tyyliin

<http://www.youtube.com/user/Cisco>

http://www.youtube.com/watch?v=n_FxQ0c04Ao

http://www.youtube.com/watch?v=6Cf7IL_eZ38

<http://www.youtube.com/watch?v=1dd9NllhvlI>

<http://www.youtube.com/user/Blendtec>

Webinaarit

Zoom
Appear.in
Google Hangout
Skype

Webinar: Social Media for Financial Advisors

Aug
14
2012

Few advisors question the benefits of online marketing, but many are at a loss for how to make it work in their practice.

SEI recently hosted a webinar entitled "Success. Go Social!" featuring John Anderson, managing director of SEI Practice Management Solutions, and Stephanie Sammons, founder of Wired Advisor". This webinar focused on:

- Aligning online credibility with your offline reputation
- Developing a meaningful content strategy
- Building online influence through blogging and other social channels
- Complying with the latest regulatory guidance



Register to Access the "Go Social" Toolkit

The "Go Social" toolkit includes:

Article: Leveraging Networking Tools and Your Website to Grow Your Practice

Guide to Social Media: Making the most out of social media sites

Online Networking Checklist: Tips and tactics for your interactive strategy

Request the kit by completing the form below.

First Name:

Last Name:

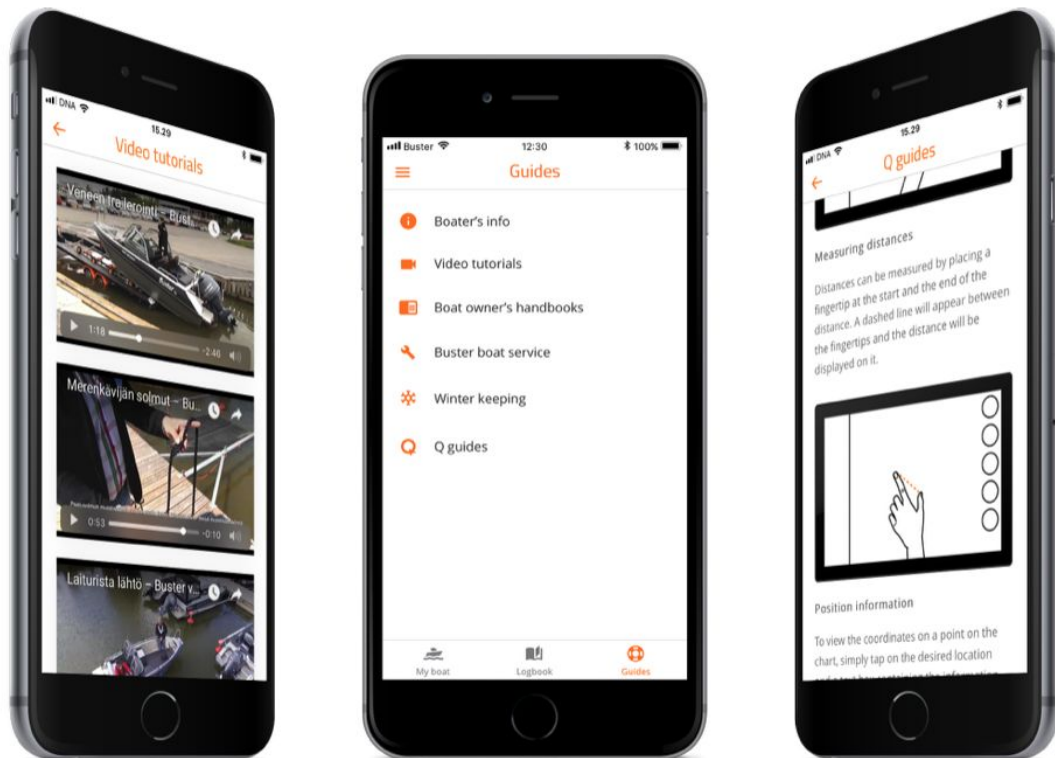
Title:

Phone Number:

Sisältömarkkinoinnin työkalut ja formaatit

<http://lowreality.blogspot.fi/search/label/sis%C3%A4lt%C3%B6markkinointi>

Mobiilisovellus



Sisällön jakelu

Sivusto

Facebook

LinkedIn

Instagram

YouTube

Uutiskirje

SlideShare

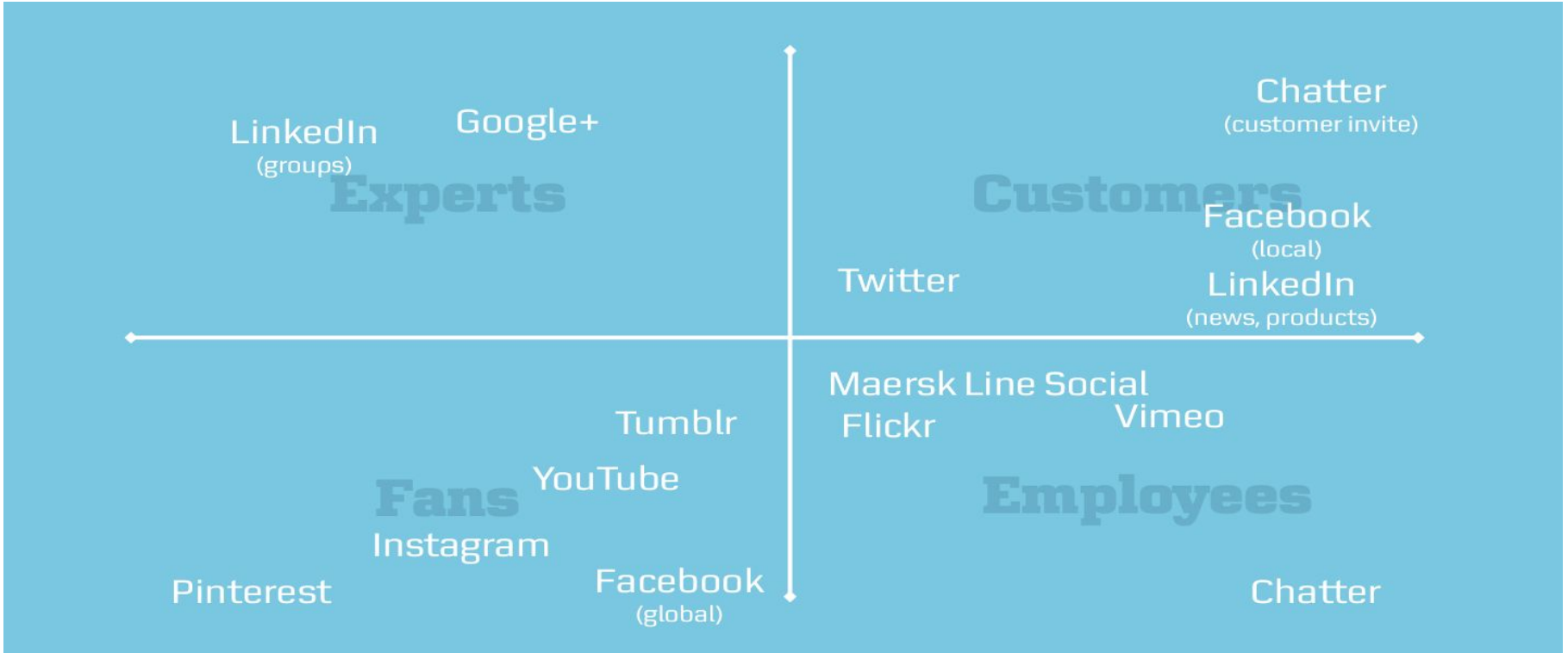
Keskustelupalstat

Twitter

Pinterest

...





Ilman blogia yrityksen verkkosivut ovat kuin esite, joka ani harvoin vaihtuu

Blogi tekee verkkonäkyvyydestä dynaamista ja löydettävää

Uusimmat artikkelit

- Eimmäläisen hiihtolomaviikon sää
- Alkuvuikolla on hyvä hetki tehdä lumityöt
- Kesä tulee! Purjeet paukkuu!
- Helmikuun alussa talvelta on taittunut vasta sekä
- Seuraa myräkkää Forecan Täsmätulkalta...

Arkistot

- helmikuu 2013
- tammikuu 2013
- joulukuu 2012
- marraskuu 2012
- lokakuu 2012
- syyskuu 2012
- elokuu 2012
- heinäkuu 2012
- kesäkuu 2012
- toukokuu 2012
- huhtikuu 2012
- maaliskuu 2012
- helmikuu 2012

Kesä tulee! Purjeet paukkuu!

Kirjoittanut Tiina Asula 6.2.2013 12.05



Enemmän Petriä, vähemmän sadetta lauantaina ja sunnuntaina venemessuilla, kuva Tiina Asula

sekä tuuleen. Tiedätkö sinä?

Foreca.fi:n nettisivujen venelysääpalveluita on uudistettu viime vuoden aikana paljon. Yleisen säätietoisuun lisäksi Petri havainnollistaa, miten esimerkiksi juuri Forecan websivujen venelysäästä saa enemmän irti.



Helsingin venemessut ovat varma kevään tai jopa jo kesän merkki. Mitä kaikkea nämä valoisat vuodenaajat voivat tuoda tullessaan: meriseikkailuita, jänniä saaria, viimaisia väyliä ja uusia mantereita. No, ei kai sentään uusia mantereita, mutta kaikkea kivaa kevät ja kesä tuovat niin maakravuille kuin merenkävijöillekin.

Ainakin kevät tuo Forecan uudistetut venelysää tiedot, joita Forecan päämeteorologi Petri Takala esittelee kahdella tunnin pituisella luennolla venemessuilla Helsingissä. Sääluennolla ei keskitytä pelkästään venelysäähän, vaan Petri valottaa sääennustamista aivan yleisestikin.

Viime vuone olin itsekkin Petrin luentoa kuuntelemassa. Sääluento oli yleisömenestys, eikä istuinpaikkoja riittänyt kaikille. Minullekin, joka ei-meteorologina työskentelen sääpalvelufirmassa, Petrin luennossa oli paljon uutta. Nyt viimeinkin muistan ja tiedän, missä on matalapaine, jos seisoo

Näyttää tosi hienolta, mutta tällä hetkellä ei toimi – ei edes sadetutka (juuri tässä myräkkässä, jolloin niitä kipeästi tarvittaisiin).

Olenko liikkeellä väärällä selaimella (IE9) – vai tarvitaanko näihin sovelluksiin jotain javaa, jonka olen poistanut koneeltani kokonaan?

[Vastaa](#)**Petri Takala** says:

30.1.2013 at 14.09

Kiitos palautteesta. IE9:ssä oli ongelma tosiaan joku ongelma, mutta se korjattiin heti kun asia tuli ilmi.

[Vastaa](#)**SAM** says:

30.1.2013 at 15.15

Hiano!

Joe valitun paikkakunnan saisi näkymään kartalla...

[Vastaa](#)**Petri Takala** says:

30.1.2013 at 18.09

Valittu paikkakunta näkyy samalaisena valkoisena pallona kuin "koko maan" karttopohjan kaupunkipallot. Siksi oma paikkakunta näkyy ehkä paremmin tarkemmillä kartoilla. Kokeilimme kyllä eri värisi palloja, mutta ne eivät näyttäneet kovin hyviltä. Täytyy vielä ehkä vähän kehittää :)

[Vastaa](#)

CASE FORECA



Leads' Blog



Message Board



Gallery



Idea Engine



Live!

Search

Blog

Fiskateers



Lead's Blog

Featured Post:



Most Recent Posts:



Button Posies

Author: Tania #4626

Posted: November 15, 2012 2:22 pm | 1 reply



Turkeys for teachers!

Author: Emma #7981

Posted: November 15, 2012 8:00 am | 6 replies



A Card Tutorial for Gifting Gift Cards

Author: Tania #4626

Posted: November 14, 2012 4:50 pm | 10 replies



F-Secure®

Go

MAIN INDEX

ARCHIVES

ABOUT US

F-SECURE LABS

SUBMIT SAMPLES

SAFE AND SAVVY

TWITTER/F-SECURE

@FSLABS

@SEANSULLIVAN

@MIKKO

FACEBOOK

YOUTUBE/FSLABS

YOUTUBE/FSNEWS

TRY F-SECURE



Most Recent News from the Lab

Friday, November 16, 2012

Cool-er Than Blackhole?

Posted by SecResponse @ 14:01 GMT

Exploit kits are still making rounds, nothing new there. But in addition to the popular Blackhole Exploit Kit, a new kid on the block emerges which has been dubbed as Cool Exploit Kit.

It's very interesting to see how these two actually fare against each other...

Lately, we're seeing that Blackhole updated to the latest PluginDetect version 0.7.9, which has already been used by Cool.

```
var PluginDetect={
  version:"0.7.9",name:"PluginDetect",handler:function(c,b,a){
    return function(){
      c(b,a)
    }
  }
}
```

We've also seen Blackhole exploit the font vulnerability (CVE-2011-3402) that Cool has been exploiting.

```
catch(errno){}document.write('<html><head><style>@font-face{font-family: "p1";src: url("http://t.-----.php");.duqu{font-size: 5px;line-height: normal;font-family: "p1";position:absolute;top:0px;left:0px;}</style></head><body><div class="duqu"></div>');
```


Miksi blogi?

Asiantuntijuuden osoittaminen

Löydettävyyden parantaminen

Sisällön julkaisemisen vaivattomuus

Jaettavissa

Kommentointi & palaute



LÖYTYYKÖ TOIMIALA- BLOGGAAJIA SUOMESTA?

avidly



3.0M

SUOMALAISTA EI VOI OLLA VÄÄRÄSSÄ

FACEBOOK

Tulevat tapahtumat



maalis 12 Ammattilaisaamu, Dekofloor-mikro...
Ti 7.00 · Värisilmä Nummela · Nummela, E...
Koti

Mainosta tapahtumaa

maalis 13 Ammattilaisaamu, Dekofloor-mikro...
Ke 7.00 · Värisilmä Karkkila · Karkkila
Koti

Mainosta tapahtumaa

Näytä kaikki

Ryhvät



Luo ryhmä ja luo yhteisiä sivusi ympärille

Aloita



Värisilmä

Julkaisija: Paula Miilumäki [?] · 23 tuntia · 🌐

...

Anna haaveiden johdattaa sinut sinne, minne et tiennyt ylettyväsi. Ota pilven reunasta kiinni ja anna sen kuljettaa sinut paikkaan, jossa kaikki on mahdollista. ❤️
Tutustu <https://www.varisilma.fi/.../unelmien-.../taivaanrannan-maalari/>



Tavoita entistä enemmän ihmisiä videollasi ✕

Kokeile julkaisusi mainostamista, jotta entistä useampi sinulle tärkeä ihminen katsoo videosi.

1 031

Tavoitetut henkilöt

25

Sitoutumiset

Mainosta julkaisua

👍❤️ Anne-Marie Sillanpää, Liisa Nurro ja 2 muuta · 2 jakoa · 185 näyttökertaa



Tykkää



Kommentoi



Jaa



Videot

Hanna Sumarin kylpyhuoneremontti



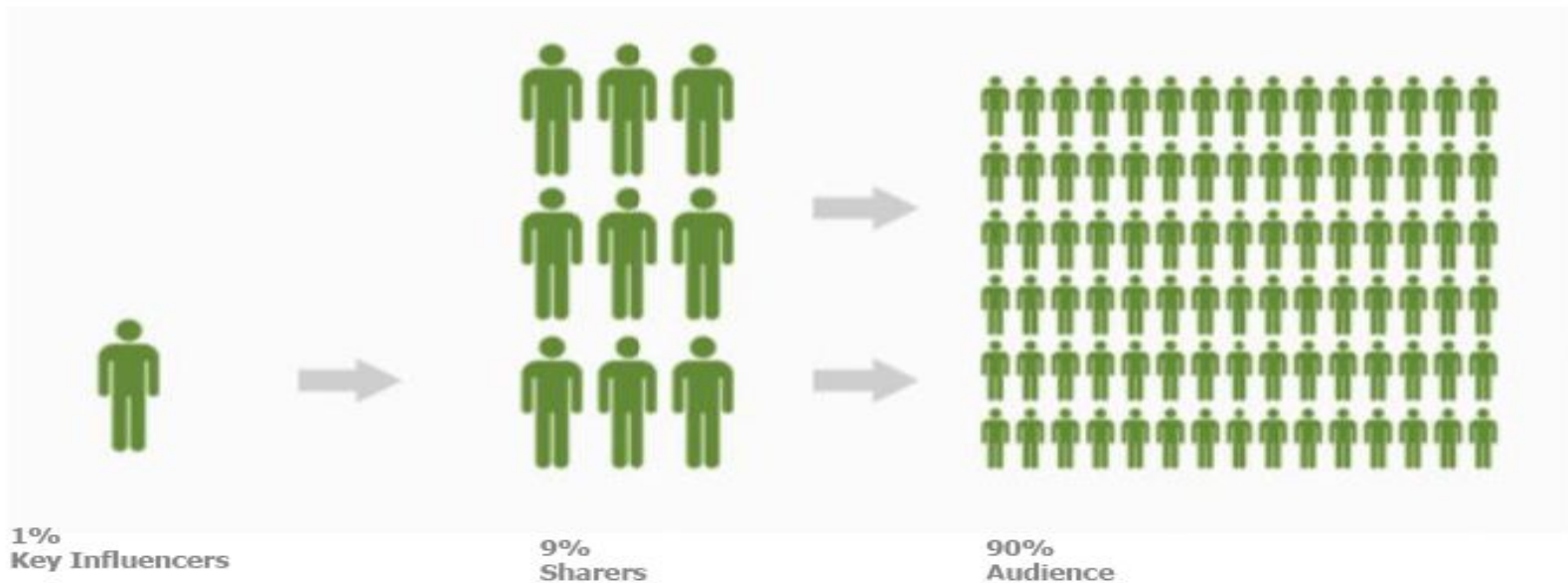
Värisilmästä Scandinavian ...



Hauskaa VaPpuA! 🎈



Katso kaikki



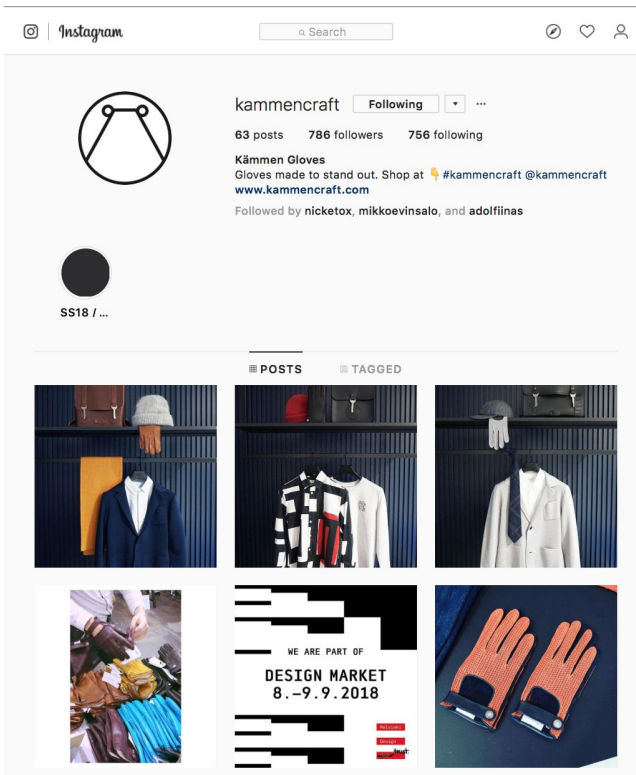
avidly

1.0M

INSTA-KÄYTTÄJÄÄ

INSTAGRAM

Brändi voi houkuttaa asiakkaita tuottamaan sisältöjä markkinoijan käyttöön hyödyntämällä sosiaalisen median ilmaisukeinoja - hastag,



Case Comodo NYC

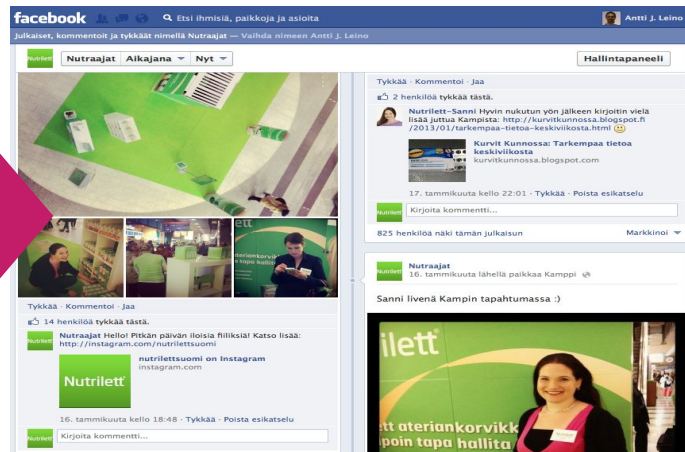
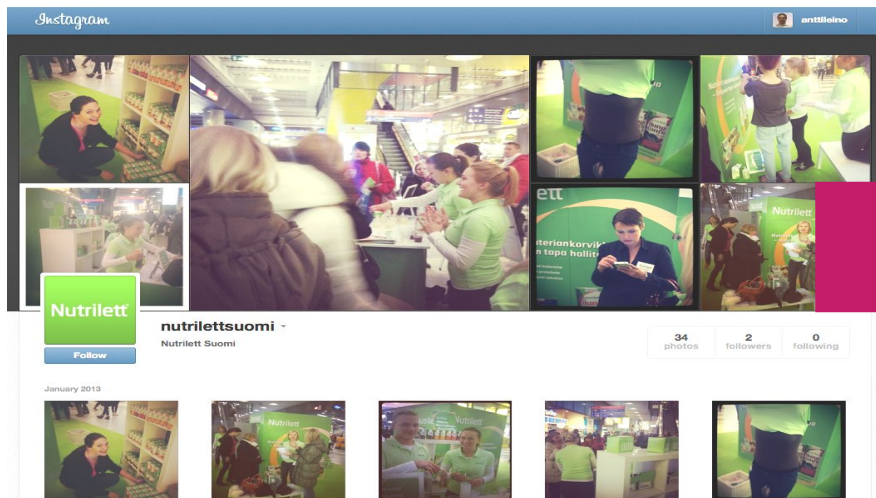
The Instagram menu



<http://www.youtube.com/watch?v=TKNA5GnO7Xs>

avidly

HUOM Instagram on sekä sosiaalinen verkosto että työkalu sisällön tuottamiseen: kuva, kuvan sävytys ja jakaminen



Picture is Life

A photograph of a Japanese festival float at night. The float is illuminated by two rows of glowing red lanterns, each with white Japanese characters. A person in a dark uniform with a white sign that reads '大工方' (Carpenter) is visible on the float. The background is dark, suggesting an outdoor setting at night.



Seuraaminen ei ole kaksisuuntaista
Voit seurata ketä haluat Twitterissä

400K+

SUOMI-TILIÄ

350K KUUKAUSIKÄVIJÄÄ TWITTER.COM

♥ Mikko Koivisto liked



Ville Vuorinen @VilleVuorinen42 · 16h

Sitten on Podcast ulkona!

@Mkoivisto4 3.18 @VilpasVikings

M. Van Andringa 11.31 @Korihait

@JoonasIisalo 20.00

@MikkoLarkas 25.00 @GullsBasketball

@NikoHellman 45.24 @EBT_Basket

Kamilah Jackson 48.37

@Korisliiga #Susijengi @NaistenKL @basketfinland

🌐 Translate Tweet



S1-Ep 5 Mikko Koivisto, Van Andringa, Joonas Iisala...

Tällä viikolla taas useita mielenkiintoisia haastatteluja Podcastissa. Alkuun omat höpinät ja sitten päästään taas asiaan.. -Mikko Koivisto (3.18) Susijengin MM-kar...

[soundcloud](#)



♥ Martti Lindholm liked



S-Pankki @S_Pankki · Mar 1

Mika Leskinen aloittaa S-Pankin uutena sijoitusjohtajana 1.3.2019.

@mikapleskinen työskentelee vastuullisen sijoittamisen johtajana. Hän vastaa jatkossa koko salkunhoidon organisaatiosta ja sijoitustoiminnan vastuullisuudesta.

[s-pankki.fi/fi/tiedotteet/...](#)

#sijoittaminen #vastuullisuus

🌐 Translate Tweet



Podcast-sisällön jakelu

Artikkeli/uutisen jakelu



40%

EI TWIITTAA VAAN SEURAA

AMMATTIMAISEMPAA SISÄLTÖÄ / LINKEDIN



Share an update



 Attach a link



Share

All Updates ▾

Hide

LinkedIn Today recommends this news for you



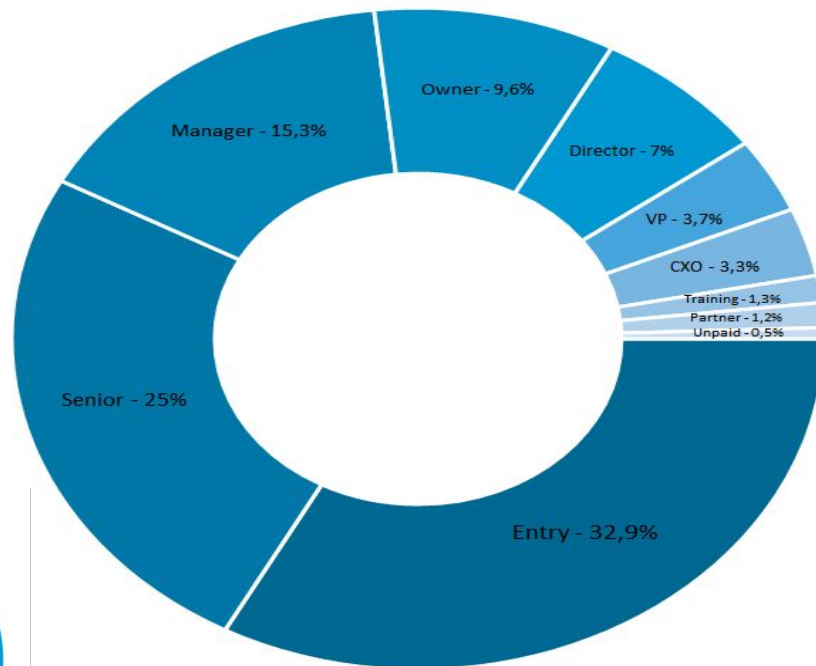
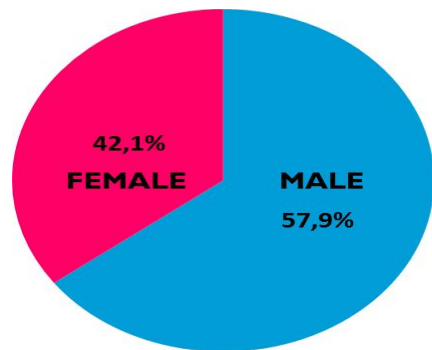
**Alister Cox: 1 Billion More
People Want Your Job**


linkedin.com

1.100.000


SUOMALAISTA


Keskivertojäsen on
mies (58%)
25-54 -vuotias
(68%)



 **Hannele Peltonen** • 1st
Marketing Director at Martela Group
20h




Success story in creating new corporate culture.



New premises support change in corporate culture 

mnews.smh.re


6 Likes

 Like  Comment  Share

Be the first to comment on this


Työnantajan sisällön jakelu

avidly

 **Mikko Eerola** • 1st
Author, Speaker & Advisor on Blockchain | CEO & Co-founder at Bering..
57m

Digital men on printed paper! 📄

The interview which appeared online on Thursday, was in today's ...see more



Lohkoketju murtaa bisnesmallit

@HELSINGINSANOMAT

Teknologia

Teknologia

Oman haastattelun jakelu

LinkedInissä käynnissä jatkuva 24/7 myyntinäyttely ja verkottuminen



Pinterest



Analytics ▾

🔍 Search



Latest boards

Overview

Boards

Pins

Followers

Following

380 Follow



Cole&Son - Ardmore-tape...

23 Pins

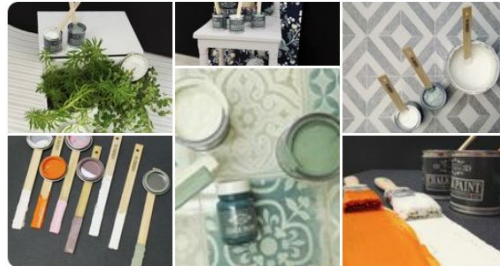
Follow



Kiiltävät Masia-seinälaatat

8 Pins

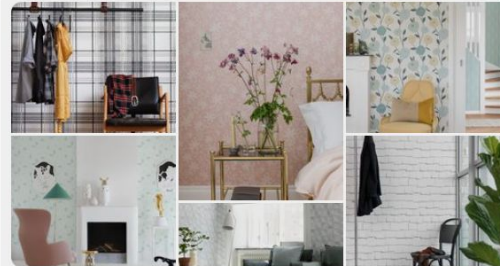
Follow



Kalkkimaali - Vintro Chalk ...

9 Pins

Follow



Engblad & Co -tapettimalli...

10 Pins

Follow

avidly

“Markkinointi on
hyvän sisällön
julkaisemista”

Kuvan voima!

Poika tapaa tytön.

He rakastuvat.

He eroavat

Poika menettää työnsä.

Poika on epätoivoinen

He löytävät toisensa uudelleen.

He menevät onnellisina naimisiin.



YOUTUBE
videojakelualusta

“videosisällön koti”

- Home
- Trending
- Subscriptions
- Library
- History
- Watch later
- Liked videos

SUBSCRIPTIONS

- innovatingf...
- Browse chan...

MORE FROM YOUTUBE

- YouTube Pre...
- YouTube Mo...
- Gaming
- Live
- Settings
- Report history
- Help
- Send feedback

- About Press
- Copyright Contact us
- Creator Advertising



Palax - Official

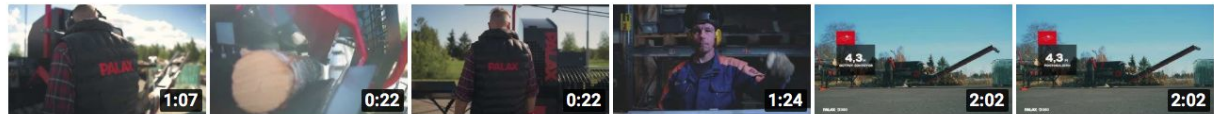
280 subscribers

SUBSCRIBE 280

- HOME
- VIDEOS**
- PLAYLISTS
- CHANNELS
- ABOUT
- Search

Uploads PLAY ALL

SORT BY



Palax C750 video

5.5K views • 7 months ago

Palax C750 - Trailer #2

1K views • 7 months ago

Palax C750 - Trailer #1

1K views • 7 months ago

Palax_company_pres...

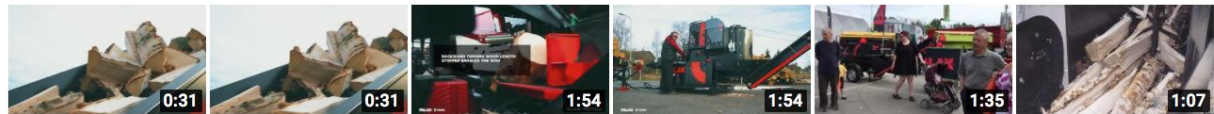
195 views • 8 months ago

Palax D360_english

1K views • 11 months ago

Palax D360

4.9K views • 11 months ago



Palax Roller - suomenkielinen

936 views • 1 year ago

Palax Roller - english version

649 views • 1 year ago

Palax C1000 - english

3.7K views • 1 year ago

Palax C1000

22K views • 1 year ago

Farmari 2017

536 views • 1 year ago

Palax D360 Firewood Processor

7.2K views • 1 year ago

SLIDESHARE

osaamisen jakaminen

“powerpointtien koti”

NVIDIA



Follow

230 SlideShares
5,153 Followers
1 Clipboard

Santa Clara, California, United States

www.nvidia.com

NVIDIA is the AI computing company. The GPU, our invention, serves as the visual cortex of modern computers and is at the heart of our products and services. Our work opens up new universes to explore, enables amazing creativity and discovery, and powers what were once science fiction inventions like self-learning machines and self-driving cars.

Twitter Facebook LinkedIn

Google+

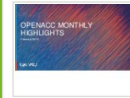
Followers (5,153)



NVIDIA Embed

The slide player features a green background with the title "Transforming Healthcare, Transforming Lives" and the subtitle "Can't Miss Panels and Trainings at GTC Silicon Valley 2019". Below the text is a horizontal row of six circular icons: a lightbulb, a DNA helix, a laptop, a microscope, a network diagram, and a magnifying glass over a network diagram. A "New YouTube video inside." banner is in the top left corner. The player includes navigation arrows and a "1 of 13" indicator.

Presentations 216



Documents 10

Infographics 4

Videos 0

Transforming Healthcare at GTC Silicon Valley 316 views

Likes

View all

UUTISKIRJE

yhä erittäin käyttökelpoinen
tapa puhutella asiakkaita!

Sisältömarkkinointi

B2B

INBOUND-MARKKINOINTI

Tärkeimmät työkalut ja keinot inbound-markkinointiin

1 Blogi

2 Sisältömarkkinointi: videot, testimonialit, whitepapers, webinaarit etc

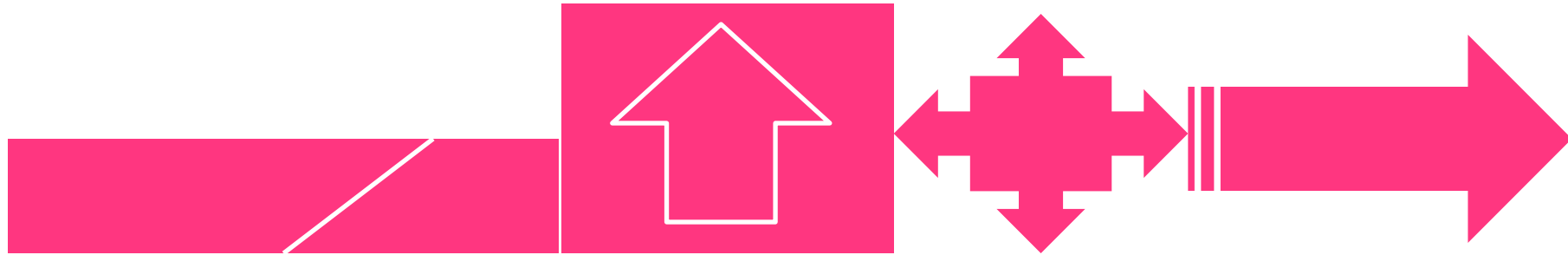
3 Hakukoneoptimointi

4 Sosiaalinen media

5 Maksettu haku (ostoikkuna on auki!)

6 Sähköposti (asiakkuuden vahvistamiseen)

Sosiaalinen media ja inbound -marketing ostofunnelin näkökulmasta



Informoi

Kuka olet? Mitä teet?
Miksi olet olemassa?

Houkuttele

Mitä tarjotat minulle?

Aktivoi

Miksi minun pitäisi kiinnostua
sinusta?
Haluanko olla kanssasi?

Sitoutuminen

Mitä muuta mielenkiintoista
sinulla on tarjota? Voitko
pitää minut kiinnostuneena
ja lojaalina?

Puoltaja

Sinut pitäisi varmaan
esitellä muillekin...?

Maksettu media

Oma media

Ansaittu media

Digitaalisen markkinoinnin työkalut ja sisällöt kaupanteon eri vaihesiin

Soveltuvien osin sopivat B2B ja B2C -asiakkaisiin

1 Suspect	2 Prospect	3 Lead	4 Opportunity
Infotaining stuff Photo sharing Video sharing	Webinars eBook / infographs Analyst reports Testimonials How to use –video Mobile coupon	Whitepapers Reviews Comparisons Demo videos	Calculators Price lists RFP generatos
Blogs Social media Partner sites	Email / Direct Display / Events Mobile	Email 1to1 conversations Sales rep	
Search + Campaigns (awareness+traffic) + SEO			
Community management Social media gardening			

Sisältö ja mainonta

Lyhyellä aikavälillä
tarvitaan
mainontaa

Sisältö voi toimia mainoksena monissa kanavissa

Facebook-postauksen sponsorointi

Linkedin-postauksen sponsorointi

Twitter-postauksen sponsorointi

Youtube-video mainosvideona Youtubessa

Blogitekstissä tehty natiivimainos suositussa onine-mediassa

Miksi sisältömarkkinointi?

Sisältömarkkinointi on tärkeää organisaatioille neljästä keskeisestä syystä

1. **Tulla hyväksytyksi asiantuntijaksi omalla alueellaan**
 - Vahva positio innovaattorina ja trendien tuntijana
 - Positiivinen brändimielikuva
2. **Ylläpitää asiakassuhdetta nykyisen asiakkaiden kanssa positiivisessa valossa**
 - Säännöllinen yhteydenpito (voi) säilyttää asiakassuhteen
3. **Uusien asiakkaiden houkuttelu**
 - Jaettu, suositeltu sisältö tavoittaa potentiaaliset asiakkaat
4. **Organisaation ja osaamisen näkyvyyden laajentaminen sosiaalisten verkostojen kautta**
 - Auttaa kolmeen ensimmäiseen haasteeseen



**Hyvä sisältö ratkaisee
ongelmani tai antaa
minulle jotain
eteenpäin jaettavaa**

ARVO



KIITOS!

Antti Leino

@anttileino

Blog: lowreality.blogspot.com

Follow: twitter.com/anttileino

Connect: linkedin.com/in/anttileino

avidly

TEHTÄVÄ 1

Mieti mistä teemoista ja aiheista voit tuottaa laadukasta sisältöä paljon?

TEHTÄVÄ 2

Suunnittele organisaatiollesi
soveltuva sisältövetoinen
vuosikalenteri

TEHTÄVÄ 3

Ota mikä tahansa talousuutinen ja suunnittele paperilla se digitalisen julisteen tai infograafin muotoon