

Kaikki lähtee suunnittelusta

Mitä tehdään, kenelle ja miksi?



On hyvä pitää mielessä lista perusasioista, joihin kaikki suunnittelu nojautuu.

Esimerkiksi mainoskampanjaa suunniteltaessa pitää selvittää:

- Mitä tehdään?
- Kenelle kampanja ja viestintä kohdennetaan?
- Miksi kampanja halutaan tehdä ja mitä sillä halutaan saavuttaa?

Myös tavoitteiden määrittely on tärkeää ja niiden saavuttamista pitää voida mitata. Ilman mittareita on hankala seurata tavoitteiden toteutumista ja arvioida kampanjan onnistumista.

Kohdentamalla osuut

Hittikin voi olla huti
väärin kohdennettuna.



Kohderyhmän määrittely antaa suunnittelulle ja toteutukselle tarkemman fokuksen ja markkinointiin varattu budjetti saadaan käytettyä tehokkaammin.

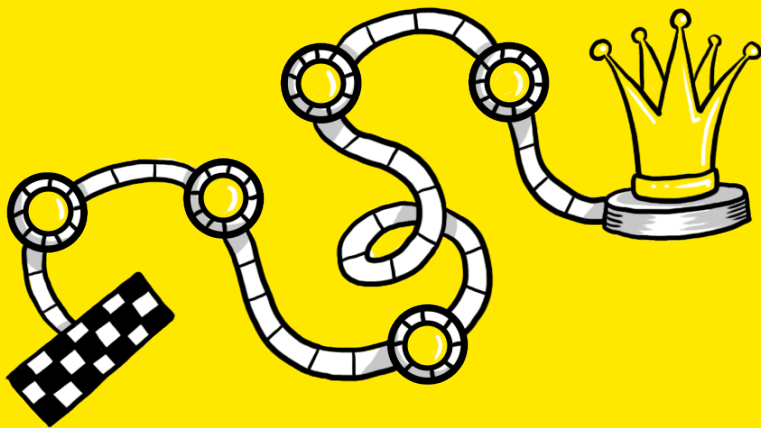
- Kenen haluat löytävän tuotteesi tai palvelusi?
- Kartoita kohderyhmä ja suunnittele markkinointisi juuri tätä ryhmää varten.

Kohdentamalla ja rajaamalla budjettisi ei mene hukkaan.

Tavoitat paremmin juuri ne potentiaaliset asiakkaat, joita haluat markkinoinnillasi innostaa tuotteesi tai palvelusi hankintaan.

Maaliin asti

Tavoitteet antavat markkinoinnille
selkeät suuntaviivat.



Aseta markkinoinnillesi jokin selkeä tavoite.

- Älä tyydy tavanomaiseen, vaan haasta tavoittelemaan jotain perustasosta poikkeavaa.
- Aseta välitavoitteita, niin matka kohti suurta päämäärää on motivoivaa sekä mielenkiintoista ja onnistumiset luovat positiivista virettä.

Aina kaikki ei mene kuin elokuvissa, joten suunnitelman etenemistä tulee seurata.

- Miten markkinointia tulisi muuttaa, jos tavoitteet eivät ota toteutuakseen?
- Millä eväillä tavoitteeseen päästään?

Tavoitteen on hyvä olla laskettavissa (esim. ostojen tai uusien seuraajien määrä), jotta tavoitteen saavuttamista on helppo mitata. Ole rohkean realistinen tavoitetta asettaessasi: **millainen tavoite on mahdollista saavuttaa?**