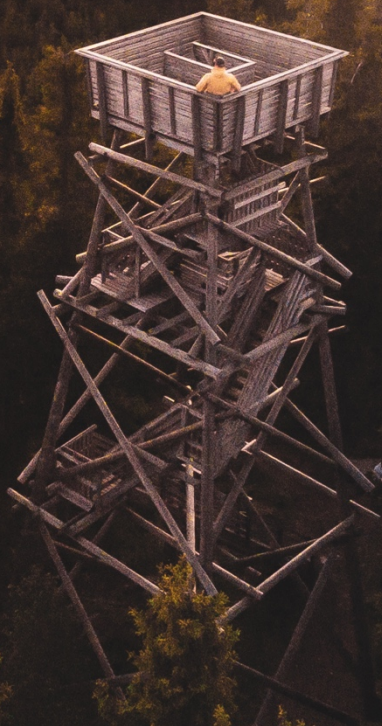




Pitkospuu
Productions

Sosiaalisen median mahdollisuudet & hyödyt
2020



WWW.PITKOSPUU.FI

Sosiaalisen median mahdollisuudet



Sosiaalinen media eli some, on tuonut tullessaan muutoksen markkinointiin niin suunnittelussa kuin toteutuksessa. Sosiaalinen media tarjoaa perinteisiin mediakanaviin verrattuna uudenlaisen mahdollisuuden vuorovaikutukseen seuraajien kanssa, markkinoinnin kohdentamiseen sekä ostajien kanssakäymiseen.

Sosiaalisen median tehokas käyttö avaa mahdollisuuden tavoittaa miljoonien ihmisen yleisölle helpommin ja halvemmin, kuin mikään muu alusta aikaisemmin. Markkinoijalle on avautunut mahdollisuus asiakasryhmien automaattiseen kohdennukseen sekä markkinointidatan hyödyntämiseen.

Tärkeimpiä ominaisuuksia sosiaalisessa mediassa käyttäjän kannalta onkin, että sen kanavat tarjoavat asiakkaille keinon muokata syötteitään siten, että he näkevät on heille mieltuisaa sisältöä.

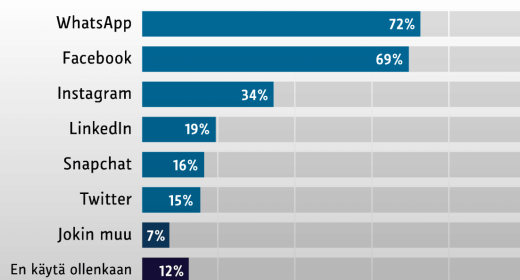
Sosiaalisen median palvelut

Sosiaalisen median palveluista suurimmat ovat Taloustutkimuksen (2018) mukaan kokojärjestyksessä WhatsApp, Facebook, Instagram, LinkedIn, Snapchat sekä Twitter.

Palveluihin liittyminen on yksityishenkilöille lähtökohtaisesti ilmaista, eikä yrityssivujen tekeminenkään yleensä maksa mitään.

Osa palveluista tarjoaa maksullisina lisäpalveluina mainontaa ja ominaisuuksia, mutta ilmankin niitä alkuun pääseminen on suhteellisen helppoa. Markkinointia ajattelevan yrityksen kannalta: WhatsApp ei avaa mahdollisuuksia mainontaan, joten emme keskity siihen.

Käytätkö jotain sosiaalista mediaa?



Lähde: Taloustutkimus / Yle

Sosiaalisen median hyödyt yrityksille

Brändin tunnettavuuden lisääminen

Sosiaalinen media on erittäin hyvä työkalu brändiuskollisuuden kasvattamiseen. Lähes kaikki sosiaaliset mediat ovat maksuttomia ja siten kustannustehokkaita. Vain käyttämällä muutaman tunnin viikossa sosiaalisen mediaan 90 % markkinoijista kertoi sosiaalisen median vaikuttaneen heidän näkyvyyteensä selvästi.

Brändiuskollisuus ei ole yhdessä yössä tapahtuva asia, mutta sosiaalinen media auttaa sen saavuttamisessa huomattavasti. Se mahdollistaa yrityksille jatkuvan kanssakäymisen asiakkaiden kanssa samalla rakentaen laajan ja mahdollisesti myös hyvin sitoutuneen asiakaskunnan.

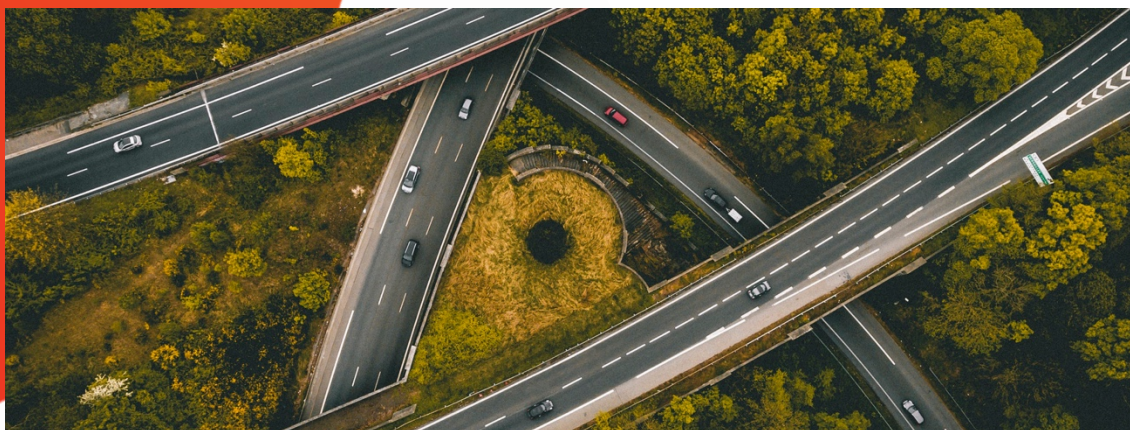
Pelkästään sosiaalisen median sivujen tekeminen yritykselle on siis hyödyllistä, mutta aktiivinen sosiaalisen median käyttäminen ja hyödyntäminen voi luoda laajankin yleisön yritykselle ja näin parantaa näkyvyyttä markkinoilla.



Tyytyväisemmät asiakkaat



Sillä asiakastyytyväisyys ja brändiuskollisuus kulkevatkin usein käsi kädessä, yrityksille on tärkeää olla tekemisissä asiakkaiden kanssa ja rakentaa yhteyttä heihin. Asiakkaat näkevät sosiaalisen median kanavat alustana, jonka välityksellä he voivat olla yhteydessä yrityksiin, hankkia tietoa yrityksistä ja tuotteista, eikä pelkästään taas yhtenä mainoskanavana.



Ohjaa lisää liikennettä verkkosivuille

Sosiaalinen media on nykypäivän markkinoinnissa niin tärkeä kanava, että osalle yrityksiä se on ainoa markkinointikanava. Suuri osa internetsivustojen liikenteestä ohjautuu sosiaalisen median kanavan kautta. Ilman markkinointia sosiaalisessa mediassa yrityksen internet-sivuille tuleva liikenne muodostuu paljolti ihmisistä, jotka jo tuntevat yrityksen.

Sosiaalista mediaa ja sen kanavia hyödyntämällä on helpompaa ohjata uusia kävijöitä yrityksen internet-sivuille, jotka **voidaan konvertoida maksavaksi asiakkaaksi**.

Jokainen eri sosiaalisen median kanava on mahdollisuus saavuttaa uutta yleisöä ja nostaa yrityksen tunnettuutta. Mitä kiinnostavampaa sisältöä yritys pystyy tuottamaan sosiaalisessa mediassa, sitä enemmän liikennettä se pystyy luomaan sivuillensa. Tämä tarkoittaa **enemmän liidejä** ja sitä kautta uusia asiakkuuksia olettaen, että internetsivut (erityisesti landingpage) ovat kunnossa.

Tavoita oikeat asiakkaat, oikeaan aikaan

Markkinointi sosiaalisessa mediassa on **keino tavoittaa asiakkaat siellä, missä heidän huomionsa on**. Markkinoinnissa digitaalisissa kanavissa tavoite on löytää haluttu kohderyhmä ja saada sen huomio.

Monille yrityksille haluttu kohderyhmä löytyy nimenomaan sosiaalisesta mediasta, koska potentiaalisen **asiakkaan huomio nykypäivänä on enemmän somessa** kuin missään muussa markkinointikanavassa. Se antaa yrityksille paremman mahdollisuuden saada asiakkaiden huomio kuin perinteiset kanavat, kuten esimerkiksi TV-mainos tai uutiskirje.

Kohdennettu mainonta

Sosiaalisen median mainokset pystytään kohdentamaan erittäin tarkasti. Esimerkiksi Facebook, Twitter ja Instagram, keräävät tietoa käyttäjistään.

Tämän tiedon avulla markkinoijat pystyvät valitsemaan haluamansa kohderyhmän mainoksilleen. Halutulle prospekteille pystytään laatimaan juuri heihin vetoava mainos. Tekemällä useita eri mainoksia eri kohderyhmille voidaan päästä vielä parempiin tuloksiin.



Asiakaspalvelun tuki



Asiakaspalvelu sosiaalisessa mediassa on suoraa, välitöntä sekä läpinäkyvää. Tieto viestistä antaa yritykselle mahdollisuuden reagoida nopeasti asiakkaidensa viesteihin. Asiakaspalvelu sosiaalisessa mediassa on myös avointa. Asiakkaat voivat halutesaan kysyä mitä tahansa ja saada

vastauksia nopeasti.

Sosiaalisen median avulla voidaan vastata myös negatiivisiin kommentteihin ja reagoida niihin nopeasti ja ennen kaikkea julkisesti. Näin **asiakkaat näkevät, että yritys ottaa asiakkaiden toiveet ja myös palautteet tosissaan** ja että ongelmiin pyritään oikeasti löytämään tyydyttävä ratkaisu. Vaikeakin asia voidaan oikein hoidettuna kääntää positiiviseksi, ja ihmiset saadaan uskomaan, että yritys välittää muustakin kuin asiakkaista saatavista tuloista.

Saatuaan erinomaista asiakaspalvelua tai pitäessään yrityksen tuotteista ihmiset saattavat kehua yritystä tai sen tuotteita sosiaalisessa mediassa. Tämä asiakkaiden itsensä luoma positiivinen puskaradio on yrityksille erittäin arvokasta ja hyödyllistä, sillä ihmisiä luonnollisesti kiinnostaa, mitä muut ihmiset ajattelevat yrityksen toiminnasta, tuotteista ja palvelusta.

Positiivinen hakukonenäkyvyys

Aktiivinen sosiaalisen median käyttö nostaa hakukonenäkyvyyttä. Esimerkiksi Google ja muut hakukoneet saattavat muuttaa näyttöjärjestyksiä ja rankingeja sosiaalisen median ansiosta, sillä suurilla ja tunnetuilla yrityksillä lähestulkoon aina on sosiaalisen median kanavat.



Sosiaalista mediaa pystyy ja kannattaakin siis hyödyntää myös hakukone rankingien ja orgaanisten tulosten kasvattamiseksi eri hakukoneissa. Näin parannetaan omaa näkyvyyttä ja uskottavuutta myös hakukonehauissa ja ohjataan lisää potentiaalisia asiakkaita yrityksen internet-sivuille.

Tässäpä näitä, mitä vielä?

Sosiaalinen media siis antaa yrityksille hyötyjä ja verrattuna kilpailijoihin, jotka eivät ole somessa jopa kilpailuedun. Uskotko että oma sisällöntuottosi kaipaisi neuvoja tai vinkkejä? Luuletko että osaat itse kohdentaa mainokset oikeille asiakasryhmille myyntipolun oikeisiin vaiheisiin? **Nappaa hihasta, niin käydään läpi yhdessä Teidän somesuunnitelma ja tehdään jatkossa asiat paremmin!**

Matti Ruuska, toimitusjohtaja

✉ matti@pitkospuu.fi
☎ 040 1711045

www.pitkospuu.fi
terve@pitkospuu.fi

