



SOME-markkinointi

JARKKO ORAVA, 13.2.2021

Miksi markkinointia tehdään?

- ▶ Uusien harrastajien houkuttelemiseksi
- ▶ Lahjakorttien myymiseksi
- ▶ Lajin tunnettuuden parantamiseksi
- ▶ Vierailevien hyppääjien houkuttelemiseksi



Mitä markkinointi ei ole?

- ▶ Oman kerhon jäsenille kommunikointia
 - ▶ On hyvä erottaa markkinointi ja jäsenviestintä toisistaan

Miten markkinointia tehdään?

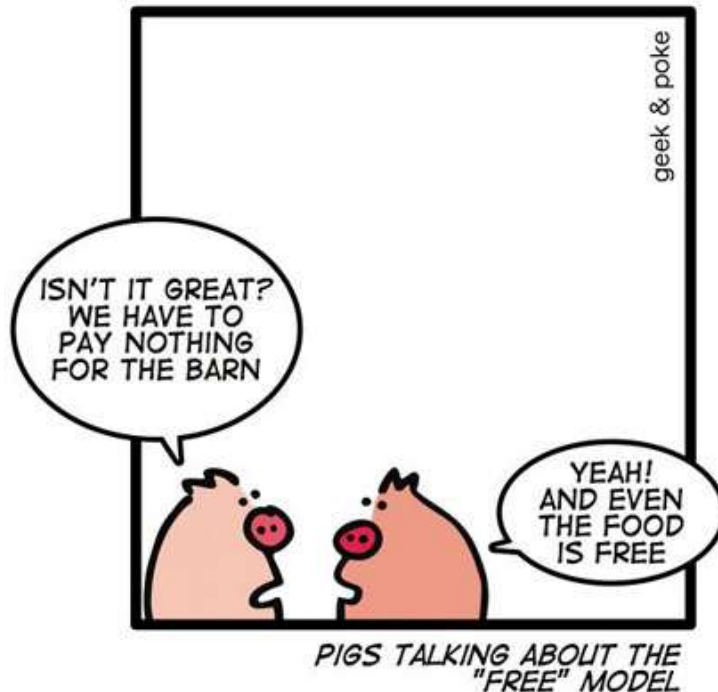
- ▶ Oma media
 - ▶ Orgaaninen
 - ▶ Lainattu media
- ▶ Ostettu media
- ▶ Ansaittu media

Huimapää Eija Suvala harrastaa laskuvarjohyppäämistä kilpailemalla muodostelmahyppyjen maajoukkueessa

Oululainen Eija Suvala muistaa edelleen selkeästi ensimmäisen laskuvarjohyppynsä.



Orgaaninen vs. ostettu media



*If you are not paying for it,
you're not the customer;
you're the product being sold.*

- Andrew Lewis (aka blue_beetle)

WebDevelopersNotes.com/quotes

Orgaaninen vs. ostettu media

- ▶ Some-kanavat rajoittavat orgaanisen sisällön jakelua todella rajusti
- ▶ Orgaanisella sisällöllä näkyvyyden saaminen vaatii käytännössä päivittäistä työtä
- ▶ Facebook ja instagram pyörivät mainosrahalla
- ▶ Jos aikaa ja energiaa riittää kannattaa orgaanista sisältöä tuottaa
 - ▶ Todellista kuluttajalle lisäarvoa tuovaa sisältöä
 - ▶ Tykkää/jaa kampanjat eivät toimi kovin hyvin
- ▶ Todelliset tulokset syntyvät kuitenkin maksetulla mainonnalla, eli ostetulla medialla!

SOME-markkinoinnin etuja

- ▶ Some-markkinoinnin perusajatus on se, että mitä enemmän siihen laittaa rahaa, sitä enemmän se tuottaa
- ▶ Perusajatus toimii digitaalisessa tuotteessa, jonka tuotantokustannukset eivät nouse myyntimäärän noustessa
- ▶ Laskuvarjohyppykurssien markkinoinnissa tulee äkkiä rajat vastaan
 - ▶ Kerhon kapasiteetti kouluttaa oppilaita
 - ▶ Markkina-alueella asuvien potentiaalisten hyppääjien määrä
- ▶ Kannattaa markkinoida niin kauan että jompikumpi tai molemmat rajat tulevat vastaan!

👍 2,500 people like this

📋 2,522 people follow this

📍 1,401 people checked in here

🌐 <http://www.ouluskydivecenter.fi/>

Promote Website

📞 040 5560403

💬 Send Message

💰 Price Range · \$\$

✉ kurssi.info@ouluskydivecenter.fi

🕒 Edit business hours

🏠 Skydiving Center

Edit Page Info

Photos

[See All](#)



Oulu Skydive Center

Published by Jarkko Orava · May 1, 2020



Nyt kannattaa tarttua tilaisuuteen, ja hankkia lahjakortti hyppyrakennuksille joko itselle tai lahjaksi.

Toukokuun ajan lahjakortit alennettuun hintaan:

Alkeiskurssin lahjakortti 20% alennuksella koodilla OSCMAY20

Tandemkurssin lahjakortti 10% alennuksella koodilla OSCMAYT10

<http://osc.fi/hyppaamaan/lahjakortti>



1,510

People Reached

93

Engagements

Boost Post



22

1 Comment 4 Shares



Like



Comment



Share



☐		Ad Name	Attribution Setting	Results ↓	Reach	Impressions	Cost per Result
☐	☒	OSC 2020 05 FB Toukokuu Image 2	28-day click o...	139 Landing Page Views	10,280	14,287	€0.27 Per Landing Page Vi...
☐	☒	OSC 2020 05 Insta story 2 View Charts Edit Duplicate	28-day click o...	130 Landing Page Views	13,788	20,213	€0.30 Per Landing Page Vi...
☐	☒	OSC 2020 05 Insta story 2	28-day click o...	67 Landing Page Views	9,862	12,681	€0.37 Per Landing Page Vi...
☐	☒	OSC 2020 05 FB Toukokuu Video 2	28-day click o...	46 Landing Page Views	3,312	4,553	€0.33 Per Landing Page Vi...
☐	☒	OSC 2020 05 FB Toukokuu Video 1	28-day click o...	46 Landing Page Views	3,064	4,191	€0.30 Per Landing Page Vi...
☐	☒	OSC 2020 05 Insta Image 2	28-day click o...	46 Landing Page Views	3,889	6,032	€0.18 Per Landing Page Vi...
☐	☒	OSC 2020 05 Insta Video 3	28-day click o...	41 Landing Page Views	4,406	6,578	€0.17 Per Landing Page Vi...
☐	☒	OSC 2020 05 Insta Video 3	28-day click o...	29 Landing Page Views	4,969	5,817	€0.25 Per Landing Page Vi...
☐	☒	OSC 2020 05 FB Toukokuu Video 1	28-day click o...	26 Landing Page Views	1,394	1,904	€0.17 Per Landing Page Vi...
☐	☒	OSC Toukokuu last day face alkeis	28-day click o...	21 Landing Page Views	1,692	1,798	€0.26 Per Landing Page Vi...
☐	☒	OSC 2020 05 Insta Image 2	28-day click o...	21 Landing Page Views	1,751	1,975	€0.18 Per Landing Page Vi...
☐	☒	OSC 2020 05 FB Toukokuu Video 2	28-day click o...	20 Landing Page Views	1,627	2,297	€0.34 Per Landing Page Vi...
☐	☒	OSC Toukokuu last day face tandem	28-day click o...	14 Landing Page Views	1,334	1,381	€0.33 Per Landing Page Vi...
☐	☒	OSC 2020 05 Insta story 1	28-day click o...	13	2,636	3,200	€0.51
> Results from 30 ads			28-day click o...	691 Landing Page Views	38,512 People	94,621 Total	€0.30 Per Landing Page View

Brändi

The Coca-Cola logo, featuring the brand name in its iconic red script font.

OULUSKYDIVECENTER



Brändi

**MAISTUISIKO
KINGI DUUNI?**

*Löydä lähin BK-
ravintolasi*

VUODESTA 1954
tuoreuden ja liekillä grillaamisen 60-vuotinen perinne nauttii

The banner features a map of Finland with a white text box in the center. Above the map, the text 'MAISTUISIKO KINGI DUUNI?' is displayed in large, bold, orange and red letters. Below the map, the text 'VUODESTA 1954' is written in large, bold, white letters, followed by a smaller line of text in italics. Two Polaroid photos of BK staff are positioned on the left and right sides of the map.

Brändi

- ▶ Kannattaa luoda kerholle tunnistettava brändi ja graafinen ohjeisto
 - ▶ Logo
 - ▶ Käytettävät värit
 - ▶ Käytettävät fontit
- ▶ Hyvä brändi auttaa kuluttajia tunnistamaan tuotteen/palvelun/organisaation

Logon käyttömitat



Suoja-alue

Pyri jättämään logon ympärille ylläolevan kaltainen tyhjä tila ilmavuuden säilyttämiseksi.

Typografia

Fira Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()_+=",>?

Pääväri



HEX 101128
R19 G19 B41
C88 M83 Y52 K69



HEX 005096
R0 G81 B151
C100 M77 Y10 K1

Mainoskampanja

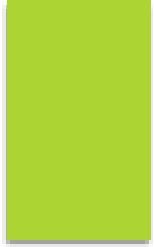
1. MATERIAALIN KUVAAMINEN
2. LANDING PAGE
3. MAINOSKAMPANJAN LUONTI
4. TULOSTEN AKTIIVINEN SEURANTA JA MUUTOKSET

Materiaalin kuvaaminen



Materiaalin kuvaaminen

- ▶ Videoiden ja kuvien käyttötarkoitus on hyvä tietää jo kuvausvaiheessa
- ▶ Joskus kannattaa ottaa päivän hommaksi vaikka kuvata mainosmateriaalia





Landing page

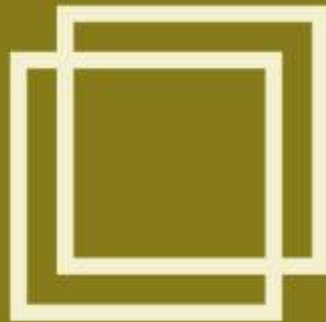
Landing page



Aesthetic-Usability Effect

Users often perceive aesthetically pleasing design as design that's more usable.

HEURISTIC



Jakob's Law

Users spend most of their time on other sites. This means that users prefer your site to work the same way as all the other sites they already know.

HEURISTIC

► Lisätietoa:

<https://lawsofux.com/>

Landing page

- ▶ Kerhon nettisivuille tehtävä **erillinen sivu**, jolle mainoksen klikkaajat ohjataan
- ▶ Häätätilassa nettisivujen etusivu tai esim. sivu jossa kerrotaan tandemhyppykurssista tai lahjakorteista
 - ▶ Montako klikkausta konversion syntymiseen?
- ▶ Landing pagen ei tarvitse löytyä nettisivuilta mitenkään muuten kuin mainoksen kautta
 - ▶ Landing page saa sisältää aggressiivisempaa ja myyvämpää kieltä kun normaali sivu

Landing page

- ▶ Facebook pixel
 - ▶ Wordpressiin, kotisivukoneeseen jne. saa helposti
- ▶ Auttaa facebookia analysoimaan käyttäjien käyttäytymistä ja parantaa mainoskampanjan tulosta

```
<!-- Facebook Pixel Code -->
<script>
  !function(f,b,e,v,n,t,s)
  {if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};
  if(!f._fbq)f._fbq=n;n.push=n;n.loaded=!0;n.queue=[];t=b.createElement(e);t.async=!0;t.src=v;s=b.getElementsByTagName(e)[0];s.parentNode.insertBefore(t,s)}(window,
  'https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js');
  fbq('init', '1234567890123456');
  fbq('track', 'PageView');
</script>
<noscript></noscript>
```

CTA – Call To Action

- ▶ Mitä halutaan, että landing pagelle päätyvä tekee?
 - ▶ Alkeiskurssille ilmoittautuminen
 - ▶ Tandemhyppykurssille ilmoittautuminen
 - ▶ Lahjakortin osto
 - ▶ Kannattaa olla verkkomaksu, jolloin rahat saadaan heti
- ▶ Selkeä ja mielellään yksi CTA landing pagella
 - ▶ Kannattaa harkita omia landing pageja alkeis- ja tandemkurssille
- ▶ Muita CTA:ta voisi olla esim. sähköpostilistalle liittyminen tai yrityksen/yhdistyksen puhelinnumeroon soittaminen

Landing page

- ▶ Esimerkki OSC:n tavasta
- ▶ Nykyiset nettisivut eivät mahdollista kaikkea, joten landing pagen virkaa tekee lahjakorttikauppa
 - ▶ <https://ilmoittaudu.ouluskydivecenter.fi/osckurssilahjakortti>
 - ▶ <https://ilmoittaudu.ouluskydivecenter.fi/osctandemlahjakortti>

Maioskampanjan luonti

Käytä oikeita työkaluja

1,510

People Reached

93

Engagements

Boost Post

- ▶ BOOST POST –nappi ei ole aina paras vaihtoehto
- ▶ facebookin ja instagramin mainosten luontiin **Facebook Ads Manager**
 - ▶ Entiseltä nimeltään **Power Editor**
 - ▶ Monimutkainen työkalu, jonka käyttöön löytyy onneksi paljon opetusmateriaalia
 - ▶ <https://adespresso.com/guides/facebook-ads-beginner/facebook-manager-campaign-setup/>
- ▶ Itse mainosten tekemiseen suosittelen Adobe CC:n ohjelmia tai esim. DaVinci Resolvea

Mainosten sijainnit

- ▶ Erilaisia sijoituspaikkoja Face/Insta
 - ▶ Facebook feed
 - ▶ Facebook column
 - ▶ Facebook story
 - ▶ Instagram feed
 - ▶ Instagram story
 - ▶ Monia muitakin
- ▶ Käytä oikeaa kuvasuhdetta sijainnista riippuen

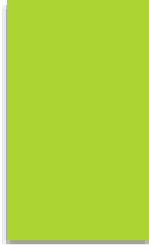
1x1
Facebook feed
Instagram feed

5x4
Instagram feed

16x9
Facebook feed

9x16
Instagram story
Facebook story







5x4 Feed



1x1 Feed



16x9 Feed



19:6 Story



5x4 Story



Audi Finland 
Sponsored · 

...

Ladattava Audi A3 Sportback TFSI e plug-in hybrid. Edistyksellistä matkantekoa ja urheilullista suorituskykyä.



Käyttövoimana
edistys.

Uusi Audi A3 Sportback
TFSI e plug-in hybrid
Electrified Edition Business alk. 39 587 €

Sähköinen toimintamatka 66 km ja yhteisteho 204 hv

1x1 Facebook feed

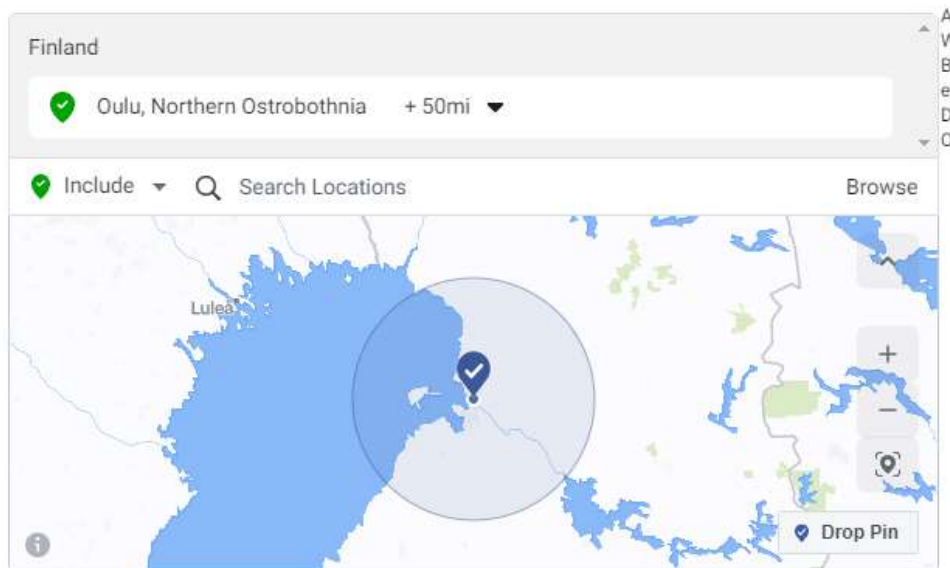
- ▶ Tällä hetkellä mustat reunat
- ▶ Muuttuu aika usein

Mainoskampanjan luonti

- ▶ Mainoskampanjan tarkoitus
 - ▶ Kurssille ilmoittautumiset
 - ▶ Lahjakortin ostamiset
 - ▶ Ads Managerissa joko **Traffic** tai **Conversions**
- ▶ Mainoskampanjan budjetti
 - ▶ Suositeltu minimi 50e
 - ▶ Kannattaa laskea kate, ja laskea paljonko on tarkoitus myydä

Mainoskampanjan luonti

► Kohderyhmä



Age

18 ▼ 65+ ▼

Gender

☒ All ☐ Men ☐ Women

Languages

Q Search Languages

Detailed Targeting

Include people who match ⓘ

Interests > Fitness and wellness

Bodybuilding

Meditation

Physical exercise

Physical fitness

Running

Q Add demographics, interests or behaviors

Suggestions Browse

Varsinaisten yksittäisten mainosten luonti

- ▶ Esimerkki: OSC:n toukokuun 2020 mainoskampanja
 - ▶ Facebook feed, 3 kuvamainosta, 2 videomainosta
 - ▶ Instagram feed, 3 kuvamainosta, 2 videomainosta
 - ▶ Instagram story, 3 kuvamainosta
 - ▶ Kaikki kahdelle eri kohderyhmälle
 - ▶ Näistä tulee yhteensä 26 eri kombinaatiota
 - ▶ **Lopullisessa kampanjassa 26 eri mainosta!**



Varsinaisten yksittäisten mainosten luonti

- ▶ Esimerkki: OSC:n toukokuun 2020 mainoskampanja

Tulosten aktiivinen seuranta

- ▶ Tuloksia seuraamalla voi mainoskampanjan aikana vielä parantaa tulosta
- ▶ Huonosti toimivat mainokset voi laittaa pois, ja keskittyä näyttämään hyvin toimivia mainoksia
- ▶ Pitemmältä ajalta voi seurata minkälaiset mainokset toimii paremmin
 - ▶ Mitkä värit toimivat?
 - ▶ Video vai kuva?
 - ▶ Vapaapudotus vai varjon varassa?
 - ▶ Siloposki vai karvanaama kuvassa?
- ▶ Hyppykerhojen mainoksissa sen verran pieni mittakaava, että parempi ehkä keskittyä kampanjan aikaiseen optimointiin

Kiitos