

Eväitä luomun esilletuontiin ja lisää liiketoimintaa

Digitaalinen markkinointi
Webinaari

XAMK

Huhtikuu 2025

Antti Leino

Markkinointiarkkitehti, valmentaja, yrittäjä

antti.leino@gmail.com

www.linkedin.com/in/anttileino

www.lowreality.com

www.lowreality.blogspot.fi

Aiheet

Digimarkkinoinnin keinovalkoima

Google-näkyvyys: miten näyn hakuvastauksissa

Google-näkyvyys: miten teen hakusanamainontaa

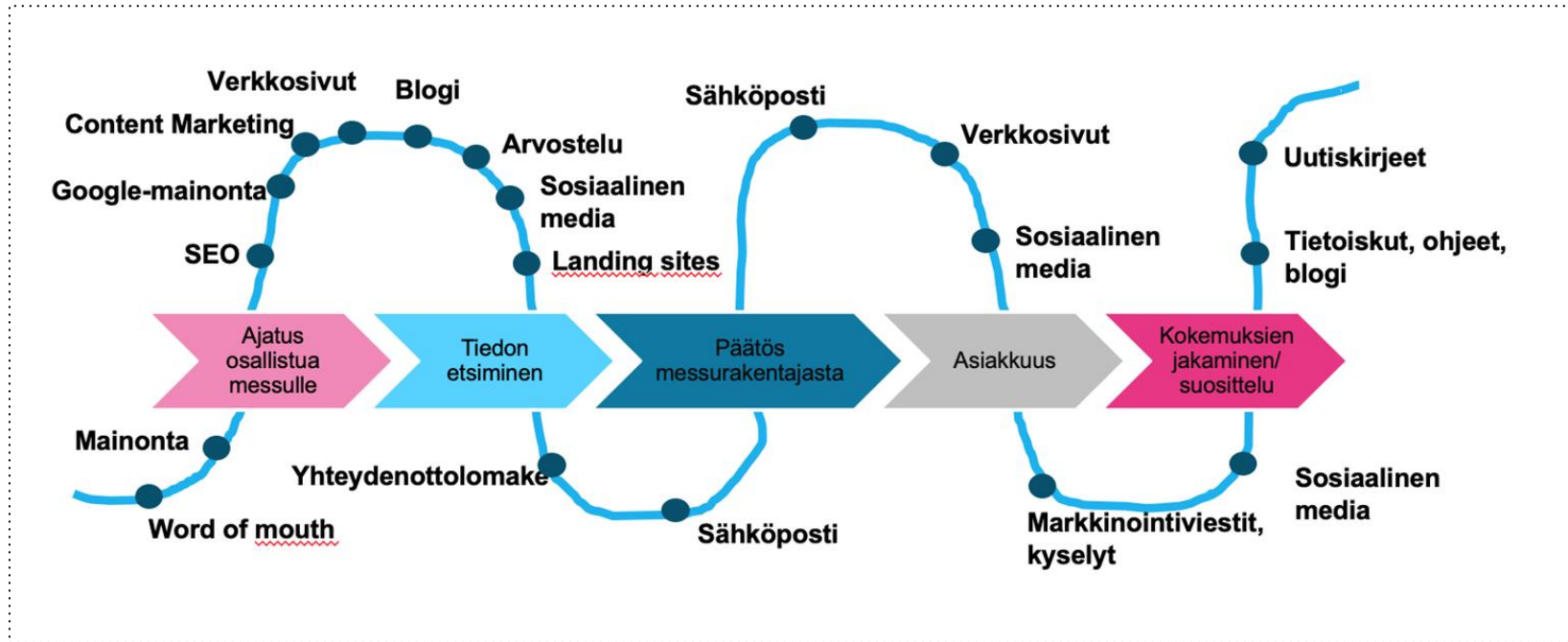
Sosiaalisen median markkinointi: sisältömarkkinointi

Sosiaalisen median markkinointi: mainonta

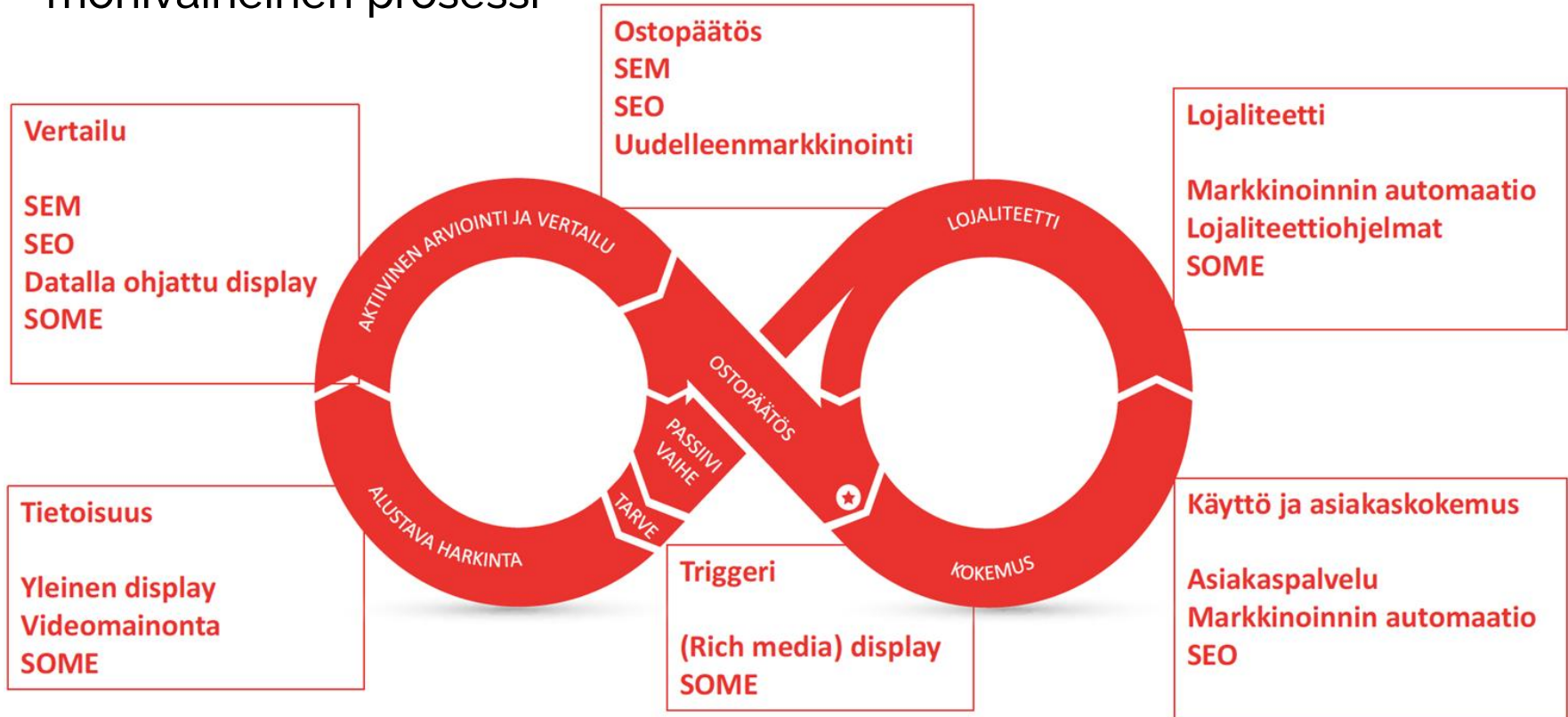
Jatkot 29.4. 9-12

Tämän päivän kuluttaja- tai yritysasiakas tavoitetaan ja vakuutetaan melkoisella nipulla keinoja

Esimerkki: HoReCa-messujen yritysmarkkinointi



Eri keinoja, työkaluja ja kanavia tarvitaan, koska kuluttaja- tai yritysasiakkaan ostopäätös on - pidempi tai lyhyempi - monivaiheinen prosessi



Digitaalisen markkinoinnin muotoja

- 1. Hakukonemarkkinointi** = hakusijoituksen parantamista valituilla avainsanoilla (SEO) ja hakukonemainontaa klikkien kalasteluun (SEM)
- 2. Display-, video-, ja natiivimainonta** tunnettuuden ja/tai toiminnan aikaansaamiseksi
- 3. Sosiaalisen median markkinointi** = kaksisuuntainen viestittely ja yksisuuntainen mainostaminen sosiaalisessa mediassa (tunnettuus, tietämys ja toiminta)
- 4. Sisältömarkkinointi** = tunnettuuden ja tietämyksen nostamista toimialan osaajana korkealaatuista sisältöä tuottamalla ja jakamalla.
- 5. Vaikuttajamarkkinointi** = yhteistyö bloggaajien eli mielipidevaikuttajien kanssa; tyypillisesti heille tuotteita kokeiluun, mistä tuottavat vastineeksi sisältöä.

- 6. Affiliate-markkinointi** = tulospohjainen markkinointimalli, jossa kumppaneille maksetaan komissio heidän kauttaan tulleiden kävijöiden ostoista.
- 7. Sähköpostimarkkinointi** = sähköpostin kautta tapahtuva markkinoinnin muoto, esim. uutiskirje, käyttäytymispohjaiset viestit ja elinkaariviestintä.
- 8. Markkinoinnin automaatio** = automaation hyödyntämistä liidien tunnistamiseksi, arvioimiseksi ja kontaktoimiseksi, = *linkittyy sisältömarkkinointiin ja sähköpostimarkkinointiin*
- 9. Konversio-optimointi** = sivuston tai verkkokaupan käytettävyyden ja palvelun tuloksellisuuden parantaminen
- 10. Verkkosivusto, -kauppa ja näiden hakukoneoptimointi** kaiken tekemisen pohjalle

PK-yrityksen tärkeimmät digitaalisen markkinoinnin työkalut myynnin lisäämiseksi

Google	Haku- ja muu näkyvyys Googlen kautta	★ Hakumainonta SEM ★ Display- ja natiivimainonta ★ Youtube-videomainonta ★ Hakukoneoptimointi
Sosiaalinen media	Näkyvyys Tunnetuksi tekeminen Liidien hakeminen	esim Facebook- ja Instagram-mainonta, LinkedIn-mainonta
Oma verkkosivusto, yrityksen sosiaalisen median läsnäolo	Myynti, liidit, yhteydenotot, tarjooman ja palvelujen esittely, testimoniaalit ja muu myynnin tuki. Hakukoneoptimointi (SEO)	
Sähköposti	Uutiskirje, liidien hoitaminen, yhteydenpito asiakkaisiin ja potentiaalisiiin asiakkaisiin	



GOOGLE-NÄKYVYYS: hakukoneoptimointi

HAKUMAINONTA VAI - OPTIMOINTI

Hakuvastaussivulta löytyminen on tärkein asia liikenteen saamiseksi sivuillesi!

- Hyvin toteutetulla sivustolla ja kiinnostavalla sisällöllä (eli hakukoneoptimoinnilla, SEO) saadaan näkyvyyttä vastauksissa pitkällä aikavälillä
- Kun tarvitaan **nopeampia** toimenpiteitä tai dataa eri avainsanojen toimivuudesta, on hakusanamainonta (SEM) oikea väline

MITEN GOOGLE TOIMII

Google indeksoi netin sisältöä jatkuvasti ylläpitäen omilla palvelimillaan tietokantaa verkon sisällöstä.

- Tutkimista tekevät heidän kehittämät ohjelmistot, hakurobotit
- Googlen hakurobotit indeksoivat sivujen **tekstisisältöä** ja **rakennetta** sekä sivustoilta toiselle johtavia **linkkejä**

Tietokannasta noudetaan Googlen hakutulokset jokaiselle tehdylle haulle

Hakuvastaussivulle mahtuu aina 10 Googlen mielestä osuvinta vastausta eli linkkiä jollekin verkkosivulle

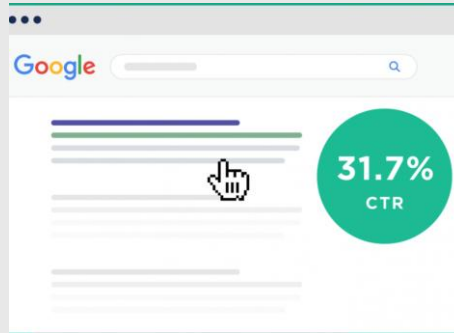


Sundar Pichai
Chief Executive Officer -
Alphabet



Any time you type in a keyword, as Google we have gone and stored copies of billions of pages in our index. We take the keyword and match it against their pages and rank them based on 200+ signals — things like relevance, popularity and how other people are using it.

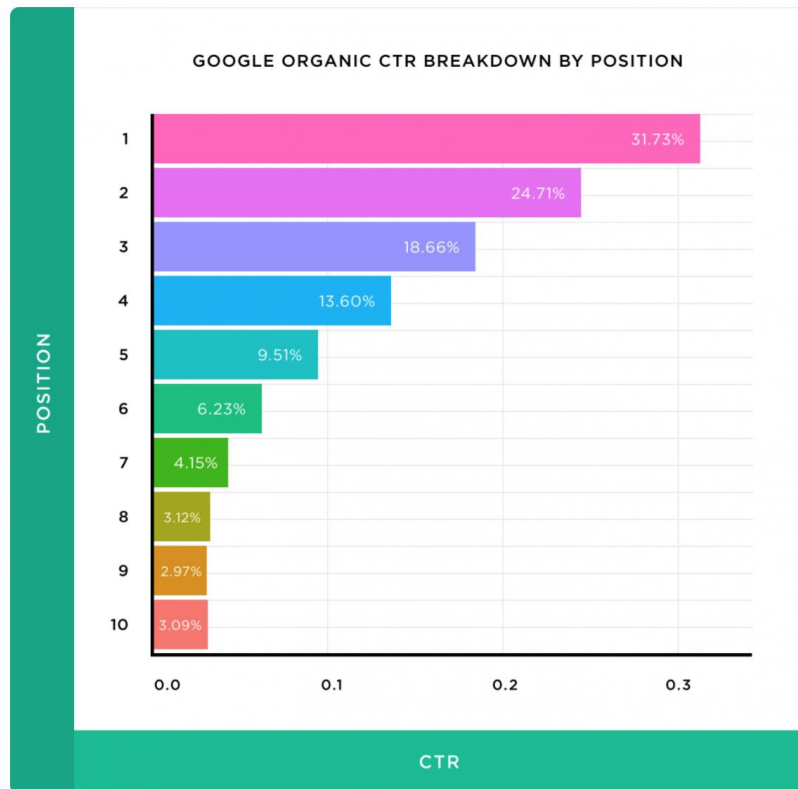




Orgaanisten hakuvastausten ensimmäinen linkki saa 32% klikeistä.

Jos hakutermiä x haetaan kuukaudessa 1100 kertaa, ensimmäiseksi sijoittuva linkki saa keskimäärin 350 klikkausta

Source <https://backlinko.com/google-ctr-stats>



10 ensimmäisen
sijoituksen
klikkaussuhde%.

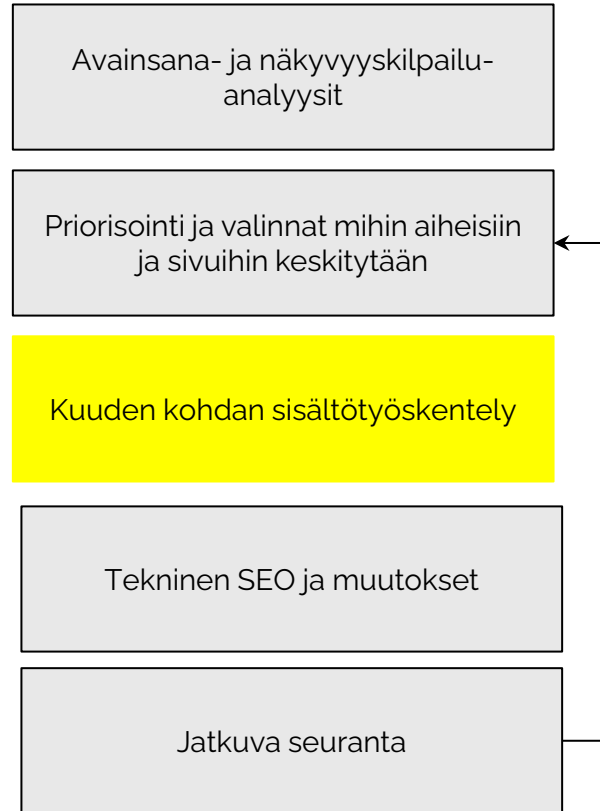
esim merkittävä muutos
liikenteen määrässä jos
saat esim parannettua linkin
sijoitusta 8-10. sijoille 5-7.

MITEN SINNE YLÖS PÄÄSEE?

***Hakukoneoptimoinnilla** eli hyvin rakennetun sivuston hyvä sisältö on toteutettu harkitusti siten, että se antaa hakurobotille parhaan mahdollisen ja todenmukaisen kuvan sivustosta ja sen sisällöstä.*

Hakukoneoptimointi koostuu karkeasti jaoteltuna kolmesta osa-alueesta:

1. **Sivusto:** Sivuston on syytä latautua nopeasti. Google arvostaa mobiililaitteeseen optimoitua sivustoa.
2. **Sisältö:** Sivuston sisällön tulisi olla huolellisesti tehtyä, uniikkia, luettavaa, selkeästi jaoteltua ja sisältää riittävästi yrityksen palveluista ja tuotteista kertovaa teksti-, kuva- ja videosisältöä. = parempaa kuin SEO-kilpailijalla.
3. **Linkit:** Linkit helpottavat sivustolla navigointia ja luovat sille arvoa. Optimointiin vaikuttavat niin **sivuston sisäiset linkit** (=auttavat Googleä ymmärtämään sivustosi sisältöä nopeammin) kuin **sivustolle johtavat ulkoiset linkit** (=lisäävät sivustosi arvoa Googlen silmissä)



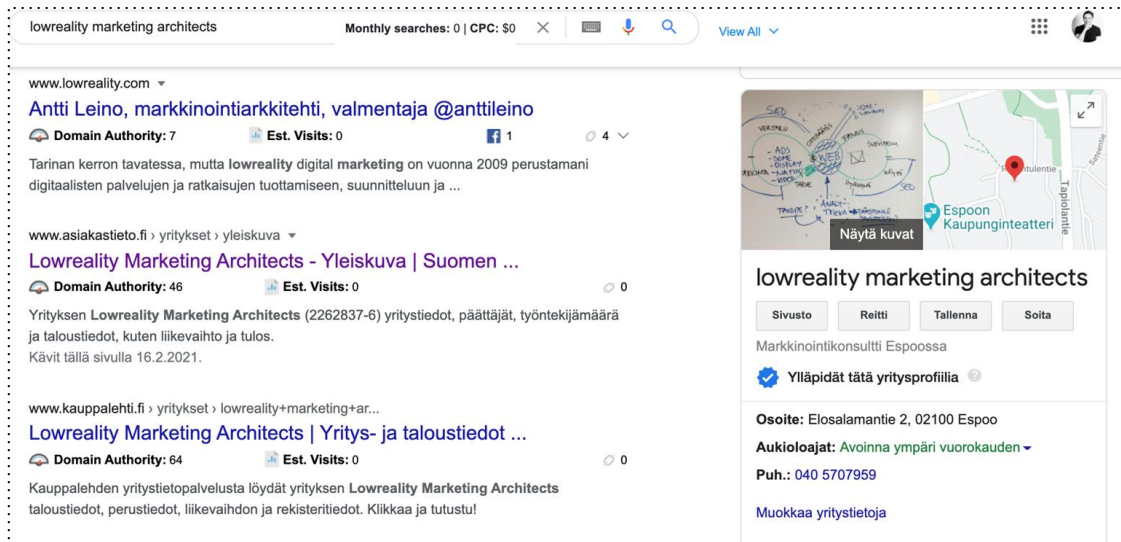
ALOITA TÄÄLTÄ: GOOGLE BUSINESS

lowreality
marketing
architects

Google Business on Googlen maksuton yritysprofiili, jonka avulla yritys voi ylläpitää yrityksen näkyvyyttään Googlen hakutuloksissa ja Google Maps -karttapalvelussa.

Ensimmäinen askel hyvään hakunäkyvyyteen on perustaa ja vahvistaa Google Business -tili omaksesi ja muokata yrityksesi tiedot ajan tasalle.

Aloita täällä: business.google.com



Ns. yrityskortti näkyy hakutuloksissa asiakkaan hakiessa yrityksesi nimellä tai siihen läheisesti liittyvillä hauilla Googlestä. Lisäksi se näkyy Googlen karttapalvelun haussa

AVAINSANATUTKIMUS

**MILLÄ
HAKUTERMEILLÄ
HALUAT LÖYTYÄ?**

Avainsanatutkimus

Oman hakutermilistan rakentaminen

1 Google hakukonsoli, kertoo millä sanoilla nyt näyt ja miten

2 Mitä muita sivuja haluamillasi sanoilla löytyy ja millaista sisältöä ne tarjoavat (ja mitä sanoja käyttävät)?

3 Google Keyword Planner eli avainsanasuunnittelija

4 Keywordtool.io , myös “questions”-kohta

5 Googlen-hakujen esitetyt ehdotukset

6 ... toki, oma näkemys, omat tuotteet, tuotekategoriat, tarjottavat ratkaisut

Valituista sanoista selvitä

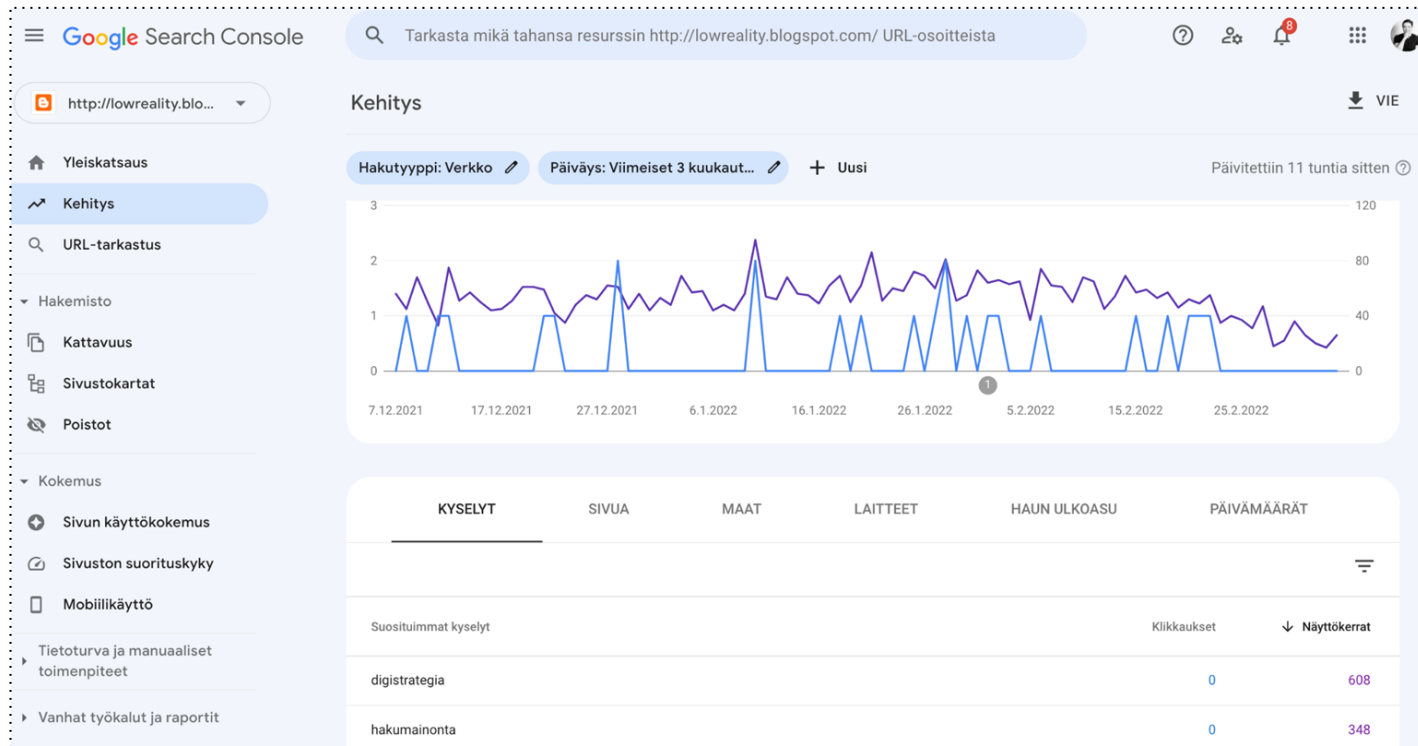
- Käyttöaie
- Hakuvoilyymi
- Merkityksellisyys sinulle
- Kilpailutilanne
- Hakutrendi

app.neilpatel.com

semruch.com

Googlen hakukonsoli kertoo millä sanoilla nyt löydyt, mitkä tuovat liikennettä ja monesko on linkin sijainti mihin: nykytilanteen selvittäminen

lowreality
marketing
architects



UBERSUGGEST

Erilaisia SEO-softia on paljon, osin ilmaisia

mihin: kertoo tärkeät hakuvolyymit, kilpailutilanne

app.neilpatel.com

lowreality
marketing
architects

🇫🇮 Finnish / Finland 🔍

16 Keyword Ideas Filters

SUGGESTIONS [16] | RELATED [262] | QUESTIONS [0] | PREPOSITIONS [0] | COMPARISONS [0]

☐	KEYWORD	VOL	CPC	PD	SD
☐	viski	2,400	€0	1	32
☐	viskilasi	1,900	€0.32	100	62
☐	viski sour	720	€0	1	19
☐	viskikarahvi	390	€0.42	100	62
☐	viskit	390	€0.05	31	41
☐	viski alko	390	€0.55	9	21
☐	viskikola	320	€0	1	32
☐	viski drinkki	320	€0.33	18	24

EXPORT TO CSV COPY TO CLIPBOARD

Keyword Overview: viskikola



The average web page that ranks in the top 10 has **2 backlinks** and a **domain score of 61**.

	GOOGLE SERP	EST. VISITS	LINKS	DS	SOCIAL SHARES
1	fi.wikipedia.org/wiki/Viski	8	19	100	526
2	luolasto.org/u/23/feeds/...	0	0	19	0
3	pokerprolabs.com/viskik...	0	0	39	0
4	zedge.net/find/viski%20k...	0	0	72	0
5	last.fm/music/Fazlija/_/V...	0	0	90	0
6	eu.diablo3.com/en/profil...	0	0	74	0
7	instapiks.com/hashtag/vi...	0	0	32	0
8	books.google.fi/books?...	0	0	90	0

EXPORT TO CSV

TYÖKALUJA

mihin: Keyword
Toolin “Questions” on
loistava lähde
sisältäaiheisiin

keywordtool.io

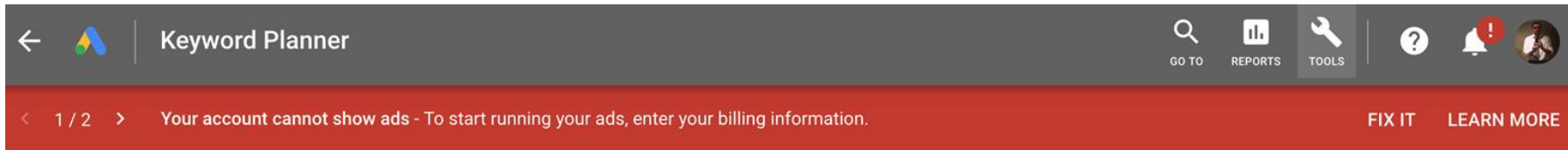
The screenshot shows the Keyword Tool interface. At the top, there are navigation links: "Find Keywords", "Analyze Competitors", and "Check Search Volume". Below these are platform filters: Google, YouTube, Bing, Amazon, eBay, Play Store, Instagram, and Twitter. The search bar contains "viski" and the location is set to "Finland / Finnish - Suomi". On the left, there are buttons for "Filter Results" and "Negative Keywords". The main content area shows the "Questions" tab selected, with the text "Search for 'viski' found 42 questions". Below this is a promotional banner: "Want to get up to 2x more keywords instead? Subscribe to Keyword Tool". A table of keyword suggestions is displayed, with a "Search Volume" column. A callout box points to the "Questions" tab.

Keywords	Search Volume
kuinka viski nautitaan	10,000
kuinka kauan viski säilyy	10,000
kuinka juoda viskiä	10,000
kuinka kauan viski säilyy karahvissa	10,000
kuinka tehdä viskiä	10,000
kuinka paljon vettä viskiin	10,000
tynnyrivahvuinen viski	10,000
mihin sekoittaa viskiä	10,000
mihin lantrata viskiä	10,000
mihin vesi auttaa	10,000

TYÖKALUJA Google Keyword Planner

mihin: hakuvolyymit

lowreality
marketing
architects



 Your most recent plan is saved as a draft [RESUME PLAN](#)

Find new keywords

Get keyword ideas that can help you reach people interested in your product or service



Uusien hakutermien etsiminen

Get search volume and forecasts

See search volume and other historical metrics for your keywords, as well as forecasts for how they might perform in the future



Hakumäärien (kk) ennuste ja historiallinen data (12 kk)

Googlen ensisijainen tavoite on tarjota tiedon etsijälle mahdollisimman hyviä hakutuloksia: merkityksellistä, hakutermiin liittyvää sisältöä.

Joten jaa sivustosi sisällöt loogisesti ja kirjoita hyvää, kiinnostavaa sisältöä mahdollisimman usein.

Muista periaate.

**Yksi hakusana per yksi sivu. Hakusana otsikoon.
Sivun osoitteeseen. Väliotsikkoon. 2-3 kertaa
tekstiin. Sivuille osoittavaan sisäiseen linkkiin.
Kuvatekstiin. Mutta fiksusti.**

*Tämä on periaate - ja Google ei siitä piittaa mutta helpottaa
sisällön miettimistä eri optimoinnin kohteena oleville sivuille.*

Uusi sivu vai vanhan uusiminen?

Kuuden kohdan työstö

1 Refresh: Lisää sisältöä sivulle tarpeen mukaan. Päivitä ehkä sivun HTML-sisältöelementit: title, meta-kuvaus ja otsikot.

2 Reformat: Muotoile sivun uudelleen vaikkapa uusilla kappaleilla ja väliotsikoilla, lisää kuvaa tai grafiikkaa tai videota, lisää esim How-to-sisältöä

3 Remain: Sijoitus hyvä oikeilla avainsanoilla Jätä sellaiseksi kuin sivu on. Nauti sivun tuottamasta hakunäkyvyydestä.

4 Redirect: Ohjaa avainsanalla X näkyvyydestä kilpaileva toinen oma sivu uudelleen 301-palvelinasetuksen avulla päivitetylle sivulle

5 Repurpose: Käytä sivun uudelleen toisella tavoin: lisää kuvaa, infograafia joka puhuttelee laajempaa yleisöä. Levitä tietoa sivun sisällöstä sosiaalisen median kanaviin tai uutiskirjeessä asiakkaille

6 Retire: Jos sivu ei tuota liikennettä, eikä sen sisältö on tärkeää, poista sivu 404-hautausmaalle.

Päivitä

Uudista

Jätä

Ohjaa

Tarkista

Anna mennä

TARKISTETAAN SIVUSTON NÄKYVYYTEEN LIITTYVIÄ **TEKNISIÄ** YKSITYISKOHTIA

A website grader is a tool that automatically scans your site, evaluates its many components and generates a single numerical score that sums up your site's overall performance.

<http://website.grader.com/>

Site Explorer is our competitive research tool that helps you reverse engineer your competitor's organic rankings,

backlink profiles, paid traffic performance

<https://ahrefs.com/seo-checker>

HAKUKONEOPTIMOINTI ON PROSESSI

Hakukoneoptimointi ei ole jotain, mikä tehdään kertaluonteisesti kuntoon.

Se on prosessi. Hakukoneoptimointia tulee tehdä jatkuvasti, jotta sijoitukset hakukoneissa paranevat – ja säilyvät

Jos hakukoneoptimoinnin jättää pitkälle tauolle, käy helposti siten, että kilpailijat menevät tauon aikana hakutuloksissa ohi ja hakutulosten heikentyminen saada isoja ongelmia aikaan.

Domain-auktoriteetti

Todella tärkeä ranking-tekijä! Ehkä se tärkein!

Trust Rank on mittari, jolla Google mittaa sivuston luotettavuutta. Vaikea “manipuloida”

Perustuu siihen, moneltako luotettavalta sivustolta sivulle linkitetään

- <https://smallseotools.com/domain-authority-checker/>
- Myös Ubersuggestissa on Domain Score -arvio yksittäisen avainsanan kohdalla.: app.neilpatel.com

Keyword Overview: avidly

	GOOGLE SERP ①	EST. VISITS ②	SOCIAL SHARES ③	DOMAIN SCORE ④
1	avidlyagency.com/fi		260	70
2	fi.wikipedia.org/wiki/Avi...		0	100
3	marmat.fi/uutiset/zeelan...		258	77
4	inderes.fi/fi/yhtiöt/avidly		0	67
5	finder.fi/Valokuvat+ja+di...		0	76
6	finder.fi/Mainostolmisto/...		0	76
7	kauppalehti.fi/porssi/por...		0	81
8	kauppalehti.fi		0	81
9	nordnet.fi/mux/web/ma...		0	71
10	shareville.fi/osakkeet/ze...		0	56
11	is.fi/yritys/avidly-oyj/hel...		0	81
12	linkedin.com/company/...		0	100

GOOGLE-NÄKYVYYS: hakusanamainonta

**ÄLÄ SEKOITA HAKUMAINONTAA (SEM)
HAKUKONEOPTIMOINTIIN (SEO). NIISSÄ ON
SAMANKALTAISUUKSIA JA SAMA TAVOITE
SAADA HAKIJA KLIKKAAMAAN MUTTA
TAKTIKKANA OVAT ERILAISIA**

Miksi hakumainonta

Mainonnan teho perustuu siihen, että mainoksesi näytetään siinä tilanteessa kun käyttäjä tekee siihen liittyvän haun

Verkkomainonnassa ei ole oikeastaan missään muualla mahdollista päästä tällaiseen tilanteeseen

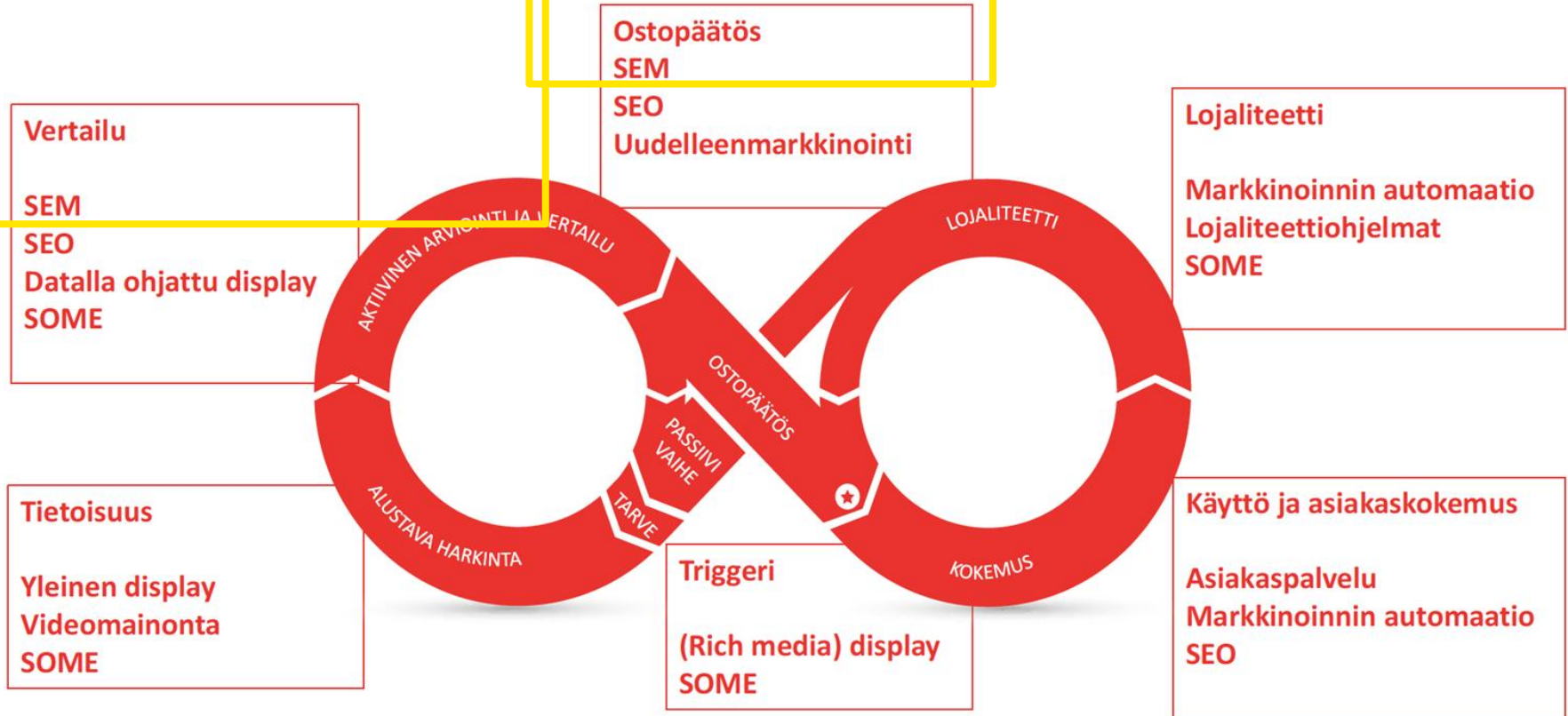
- Käyttäjistä 10-20% klikkaa mainoksia - osa meistä tarkoituksella välttelee niitä

Mainonnan hintataso on edullinen ja markkinoija maksaa vain klikeistä

- Periaatteessa klikkihinta voi olla 0,01€
- Yleisimmin hintataso liikkuu 0,1€ - 0,8€ välillä
- B2B-tuotteissa klikkihinta voi olla 1€-2€

Hakumainonta ohjaa
potentiaalista asiakas kohti
“oikeaa” päätöstä

lowreality
marketing
architects



Noin 3 130 000 tulosta (0,33 sekuntia)

Mainonta geneerisillä termeillä

Mainonnassa pyritään samaan oma hakumainos vastausten yläpuolelle

BikeShop Polkupyörä Netistä | Kaikkea pyöräilyyn | BikeShop.fi

[Mainos](#) www.bikeshop.fi/polkupyorien/nettikauppa

Toimitamme pyöräsi ajovalmiina ja säädettynä täyden tuen sekä tuotetakuun kera. Tyypit: Naistenpyörät, Miestenpyörät, Nuortenpyörät, Lastenpyörät, Maantiepyörät, Maastopyörät. [Varaosat](#) · [Polkupyörät](#) · [Vaatteet & varusteet](#) · [Rengasvalikoima](#) · [Tarviketarjonta](#)

Polkupyörät | Kaikki Lähtee - Uutta Tulee | HobbyHall.fi

[Mainos](#) www.hobbyhall.fi/

Kaikki lähtee uuden verkkokaupan tieltä. Valtava erä tarjouksia, joita ei voi ohittaa! [Polkupyöriä Jopa -45 %](#) · [Kaikki Lähtee -Tarjoukset](#) · [Outlet](#) · [Piha ja puutarha](#) · [Kuukausiraha®](#)

Polkupyörät edullisesti | ILMAINEN toimitus 1-2 päivässä | velomania.fi

[Mainos](#) www.velomania.fi/

Netistä halvemmalla · Toimitus 1-2 päivässä · Palautusoikeus · Yli 150 malleja [HYBRIDIPYÖRÄT](#) · [KAIKKI POLKUPYÖRÄT](#) · [CITYPYÖRÄT](#) · [MAASTOPYÖRÄT](#) · [BMX](#) · [LASTEN](#)

Larunpyörä | Pyöräkauppa - Kivijalkamyymälä & Verkkokauppa

[Mainos](#) www.larunpyora.com/

Laadukkaat Pyörä Nyt Varastossa - Verkkokaupasta Tai Myymälästä. Ilmainen & nopea toimitus. Brändit: Focus, Kalkhoff, Ecoride, Helkama, Tunturi. [Tarjouksessa](#) · [Testipyörät](#) · [Myymälä](#) · [Huolto](#) · [Bikefit](#)

Polkupyörät netistä - Kattava valikoima alhaisiin hintoihin | Bikester.fi

<https://www.bikester.fi/polkupyorat.html>

Polkupyörä on loistava kulkuväline niin arkeen kuin viikonloppujen retkille tai myös tavoitteelliseen urheiluun. Pyöriä on nykyisin tarjolla kaikkiin mahdollisiin ...

Mainonta tarkoilla tuotenimillä

Noin 2 480 000 tulosta (0,44 sekuntia)

Olympus PEN E-PL8 runko - Ruskea - Kameraliike.fi

[Mainos](#) www.kameraliike.fi/ ▼

Laaja valikoima, edulliset hinnat ja nopea toimitus kotimaisesta verkkokaupasta. Kotimainen verkkokauppa.

[Vaihtolaitteet takuulla](#) · [Katso kaikki objektiivit](#) · [Jalustat ja vakaajat](#) · [Kaikki järjestelmäkamerat](#)

Olympus PEN E-PL8 -mikrojärjestelmäkamera - verkkokauppa.com

[Mainos](#) www.verkkokauppa.com/ ▼

Kamerat, objektiivit ja tarvikkeet laajasta valikoimasta aina halpaan hintaan! Yli 65 000 tuotetta. Todennäköisesti halvempi. Osta Apurahalla.

[Myönnämme Apurahaa](#) · [Katso Extra-tuotteet](#) · [Myymälöiden Aukioloajat](#)

Olympus PEN E-PL8 valkoinen + M.Zuiko 14-42mm EZ | Top Shot

[Mainos](#) www.topshot.fi/ ▼

Laaja valikoima **Olympuksen** kameroita kotimaisesta verkkokaupasta!

[Olympus PEN kamerat](#) · [Kameratarvikkeet](#) · [Olympus objektiivit](#) · [Olympus OM-D kamerat](#)

Olympus PEN E-PL8 | Osta Olympus verkkokaupasta | Katso lisää ja tilaa

[Mainos](#) shop.olympus.eu/PEN_E-PL8 ▼

Löydä itsellesi täydellinen **Olympus** kamera. Astu verkkokauppaan ja tilaa. Katso kaikki PEN kamerat ja lisävarusteet **Olympus** verkkokaupassa. 14 päivän palautusoikeus. Helppo palautus.

[Kamerat](#) · [Kampanjat](#)

E-PL8 - Kompaktit Järjestelmäkamerat - PEN - Olympus

https://www.olympus.fi/site/fi/c/cameras/pen_cameras/pen_e_pl8/index.html ▼

OLYMPUS PEN E-PL8 -kameralla voit taltioida ja jakaa elämäsi taianomaiset hetket. Katso ohjeet

PEN-julkaisuista. Taidesuodinten avulla voit herättää

Google Ads -mainonta perustuu käyttäjien tekemiin hakuihin

Mainostaja miettii millä hakusanoilla (avainsanat) hän haluaa näkyä.

- ◆ Tätä kutsutaan **avainsanatutkimukseksi**
- ◆ Valitse vain sanoja, joita haetaan!

- Mainostaja kirjoittaa yhden tai useamman tekstimainoksen, jota Googlen algoritmin ehtojen mukaan voi näyttää hakuvastaussivulla
- Eniten näyttyjä saavat mainokset, jotka parhaiten vastaavat käyttäjän hakuun, mainokset joita klikataan ja joiden laskeutussivut vastaavat käyttäjät tarpeen.

- ◆ Näiden tekijöiden avulla algoritmi muodostaa jokaisella avainsanalle **laatupisteet (1-10)**. Laatupisteet yhdessä klikkihintatarjouksen kanssa määräävät mille mainospaikalle mainoksesi sijoittuu

Googlen Avainsanasuunnittelija

lowreality
marketing
architects

The screenshot shows the Google Ads Keyword Planner interface. At the top, there's a search bar with the text "Hae sivua tai kampanjaa". Below the search bar, the main heading is "Avainsanojen suunnittelija". On the left side, there's a sidebar with a menu. The menu items are: "Luo" (with a plus icon), "Kampanjat" (with a megaphone icon), "Tavoitteet" (with a trophy icon), "Työkalut" (with a wrench icon, highlighted in blue), "Laskutus" (with a calendar icon), and "Järjestelmänvalvoja" (with a gear icon). The "Työkalut" section is expanded, showing a list of tools: "Suunnittelu" (with an upward arrow), "Avainsanojen suunnittelija" (highlighted in blue), "Tulossuunnittelija", "Tavoittavuuden suunnittelija", "Sovellusten mainontahubi", "Jaettu kirjasto" (with a downward arrow), "Sisällön sopivuus", "Data Manager", "Vianetsintä" (with a downward arrow), and "Joukkotoiminnot" (with a downward arrow). The main content area has two cards. The first card is titled "Löydä uusia avainsanoja" and features a lightbulb icon. The text below the icon says: "Avainsanaideat voivat auttaa sinua tavoittamaan käyttäjiä, jotka ovat kiinnostuneita tuotteestasi tai palvelustasi". The second card is titled "Katso hakujen määrä ja ennusteet" and features a line graph icon. The text below the icon says: "Katso hakujen määrä ja muut historiatiedot sekä ennusteet siitä, miten ne voivat toimia".

Työkalu löytyy Adsin sisältä, mutta aluun se antaa vain hakuhaarukoita 10-100, 100-1000, mutta kunhan olet käyttänyt euroja mainontaan saat tarkampia tietoja hakumääristä, kilpailusta ja hintatasosta.

Avainsanatyökaluja

- Avainsanojen keräämisessä ja ideoimisessa kannattaa hyödyntää tähän tarkoitettuja työkaluja, esim
 - Google Keyword Planner
 - keywordtool.io/google (“Questions”)
 - Ubersuggest, osin ilmainen
- Lisäksi voit käyttää mitä lähteitä vain keksit:
 - Kilpailijan verkkosivut
 - Googlen valmiiksi täytetty hakukenttä
 - Wikipedia
 - Kysymys-vastaa palvelu fi.quora.com ja muut keskustelupalstat

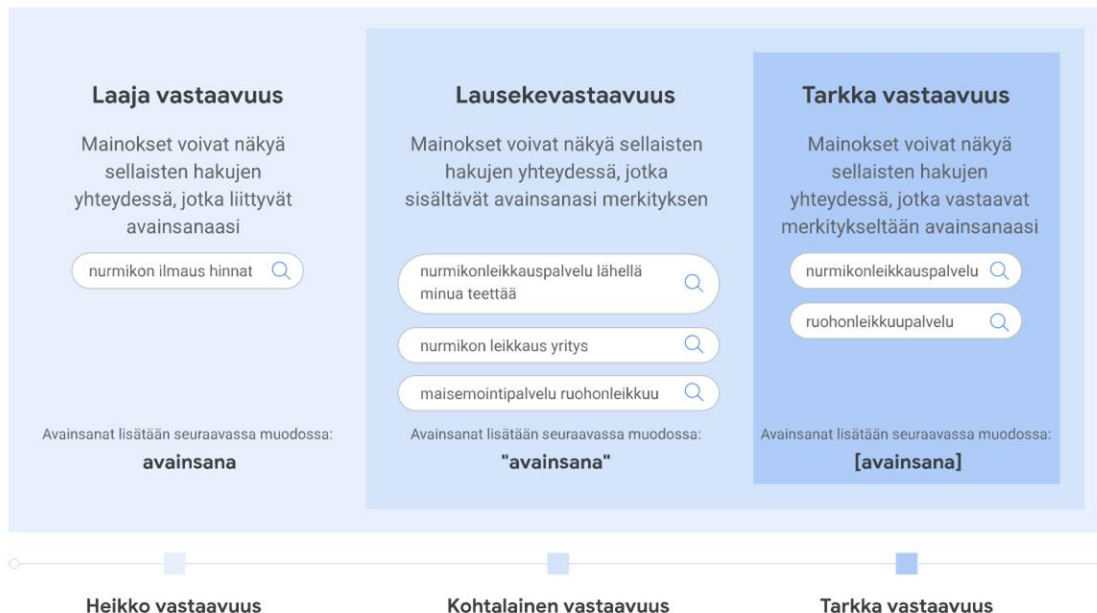
Tärkeintä on, että a) löydät vähitellen sanoja, joita haetaan b) ja niitä haetaan riittävästi, että voit saada oman osuutesi mainosnäytöistä ja siten klikeistä

Avainsanojen vastaavuustyytit

→ Erittäin tärkeä ymmärtää kolme avainsanojen vastaavuustyytiä

Avainsana "nurmikonleikkauspalvelu" voidaan yhdistää seuraaviin hakulausekkeisiin (🔍)

vastaavuustyytiä kohden



Negatiiviset avainsanat

Negatiivisella avainsanalla rajoitta mainosten näkymistä hauissa.

Huomaa: negatiiviset avainsanat eivät vastaa läheisiä muunnelmia tai muita laajempia termejä.

Jos käytät esimerkiksi negatiivista laajan vastaavuuden avainsanaa *kukat*, mainokset eivät näy haullla *punaiset kukat* mutta voivat näkyä haullla *punainen kukka*.

Negatiivisen laajan vastaavuuden
avainsana: juoksukengät

Haku	Voiko mainos näkyä?
siniset tenniskengät	✓
juoksukenkä	✓
siniset juoksukengät	✗
kengät juoksu	✓
juoksukengät	✗

Negatiivisen lausekevastaavuuden
avainsana: "juoksukengät"

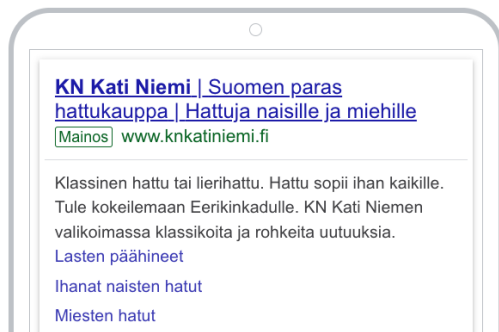
Haku	Voiko mainos näkyä?
siniset tenniskengät	✓
juoksukenkä	✓
siniset juoksukengät	✗
kengät juoksu	✗
juoksukengät	✗

Negatiivisen tarkan vastaavuuden
avainsana: [juoksukengät]

Haku	Voiko mainos näkyä?
siniset tenniskengät	✓
juoksukenkä	✓
siniset juoksukengät	✓
kengät juoksu	✓
juoksukengät	✗

Mainosten kirjoittaminen

Mosaiikit Mosaiikkitöihin | Upeat Mosaiikit |
MosaiikkiMyymäla
www.mosaiikkimymyala.com
Mosaiikkiharrastajan oma verkkokauppa.
Pohjoismaiden monipuolisin valikoima.
Edulliset hinnat! Nopea toimitus alk. 2,90€.
Tutustu & tilaa!



Mainostekstillä vastataan **mahdollisimman tarkasti avainsanan sisällään pitämään tarpeeseen tai aikeeseen**. Relevantti mainos on mainostajalle edullisempi ja sijoittuu hakutulossivulla paremmin

- Mitä käyttäjä odottaa löytävänsä kullakin avainsanalla?
- Mainoksen tulee palvella avainsanaa mahdollisimman hyvin
- Muista toimintakehoite

Käytä kaikki mahdolliset tekstikentät mainostekstejä kirjoittaessa hyödyksesi

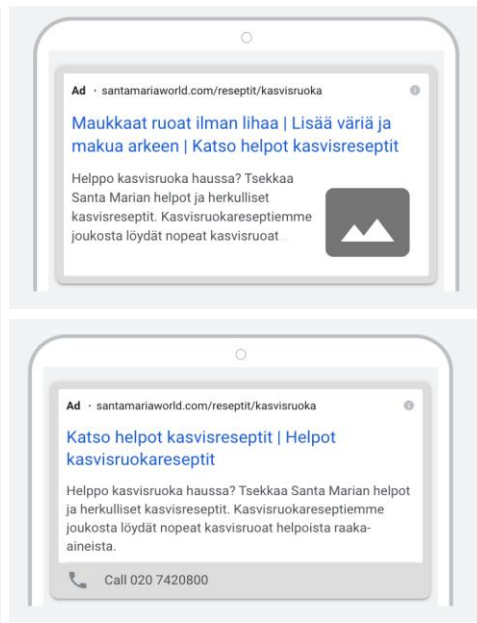
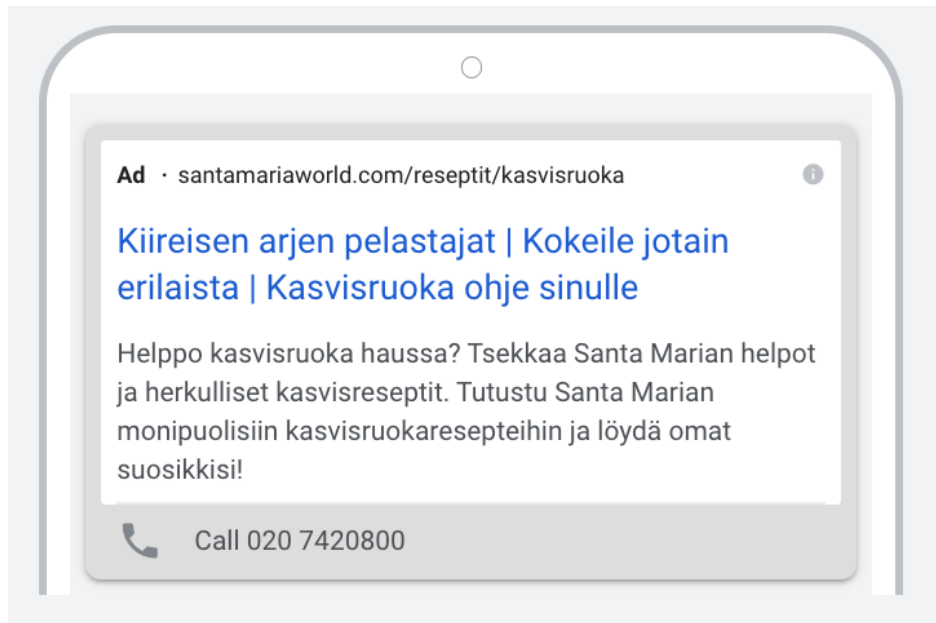
- Kokeile erilaisia mainosversioita - A/B-testaa
- Käytä avainsanan sijoittamista {Keyword: default} -muuttujaa, eli algoritmi korvaa muuttujan mainoksessa hakutermillä

Hakukoneen algoritmi arvottaa mainoksen ja avainsanan laatupisteitä mm. mainoksen osuvuudella

Millainen on hyvä hakumainos

lowreality
marketing
architects

Esimerkki mainoksesta jonka klikkiprosentti on yli 10% ja joka saanut tuhansia mainosnäyttöjä maaliskuussa



Puhutteleva

Aktiivinen

Toimintaan
kehoittava

Responsiivinen hakumainos

lowreality
marketing
architects

Responsiivisten hakumainosten avulla voit lisätä useita otsikoita ja kuvauksia, joiden pohjalta Google luo mainoksia. [?](#)
Lopullinen URL

<https://www.mosaikkimyyymala.com/fi> [?](#)

Näkyvä URL-osoite [?](#)
www.mosaikkimyyymala.com / / 0/15 0/15

Otsikot [?](#)

MosaikkiMyymä	16/30
Upeat Mosaikit	15/30
Mosaikit Mosaikkitoihin	25/30
Mosaikit edullisesti netistä	29/30
Mosaikki	9/30
Mosaikit edullisesti	21/30
Uusi otsikko	0/30

LISÄÄ OTSIKKO

Kuvaukset [?](#)

Edulliset hinnat! Nopea toimitus alk. 2,90€. Tutustu & tilaa!

Mosaikkiharrastajan oma verkkokauppa. Pohjoismaiden monipuolisin valikoima	61/90
Mosaikkiharrastajan paratiisi. Pohjoismaiden monipuolisin valikoima. Edullise	76/90
Nopea toimitus alk. 2,90€. Paljon ideoita ja vinkkejä. Tutustu ja ihastu!	87/90
	73/90

▼ Mainoksen URL-vaihtoehdot

Mainoksen vahvuus [?](#) Anna palautetta

Kokeile lisätä kuvauksiin enemmän avainsanoja [<](#) [>](#)

 Heikko

- Lisää otsikoita [Näytä ideat](#)
- Sisällytä suosittuja avainsanoja otsikoihin [Näytä ideat](#)
- Tee otsikoista yksilöllisempiä [Näytä ideat](#)
- Tee kuvauksista yksilöllisempiä [Näytä ideat](#)

Esikatsele [<](#) [>](#) [||](#) [📱](#) [💻](#)

Mainos · www.mosaikkimyyymala.com/

MosaikkiMyymä | Upeat Mosaikit

Mosaikkiharrastajan oma verkkokauppa. Pohjoismaiden monipuolisin valikoima. Edulliset hinnat! Nopea toimitus alk. 2,90€. Tutustu & tilaa!

Tässä esikatselussa näytetään materiaaliesi pohjalta koottuja potentiaalisia mainoksia. Kaikkia yhdistelmiä ei näytetä. Materiaalit voidaan näyttää missä tahansa järjestyksessä, joten varmistaa, että ne ovat järkeviä sekä yksittäin että yhdessä. Älä myöskään riko käytäntöjämme tai paikallista lakia. Joissakin mainosmuodoissa tekstiä saatetaan myös lyhentää. Voit halutessasi varmistaa, että tietty teksti näkyy mainoksesi. [Lue lisää](#)

Otsikoihin avainsanoja
Kuvaukseen avainsanoja

Pyri aina tekemään
vähintään “Good” eli
Hyvä mainos eli lisää
riittävästi vaikka
toimintokehoitteita
otsikoihin

*Heikko
Keskinen
Hyvä
Erinomainen*

Ad Strength

Tarkista että mainos on vähintään “hyvä”

lowreality
marketing
architects

Mainokset

Oma

31. elok. 2024

<

>

Näytä

Vertaa ajanjaksoon 31. heinäk. 2024

1

Mainoksen tila: Käytössä, keskeytetty

Lisää suodatint

Hae

Ryhmittele

Sarakkeet

Raportit

Lataa

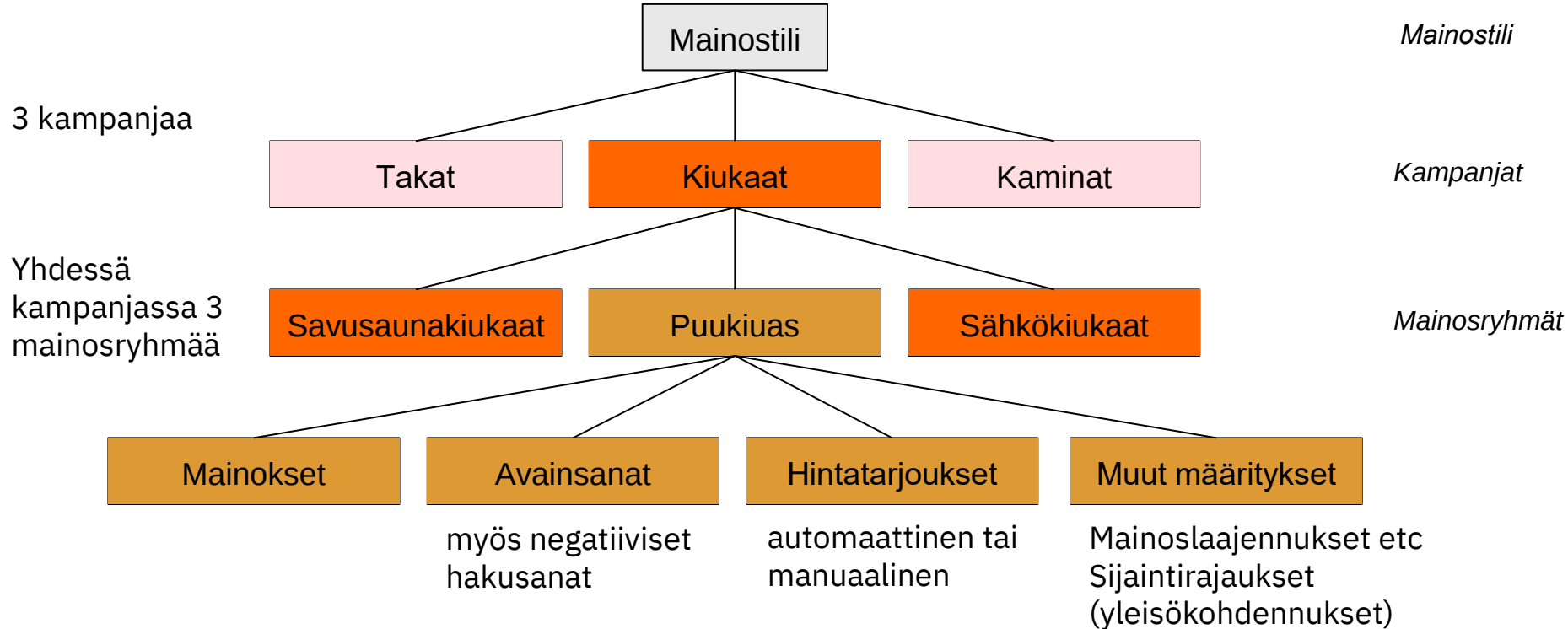
Laajenna

☐ ☒ Mainos ↓	Kampanja	Mainosryhmä	Tila	Mainostyyppi	Mainoksen vahvuus
Yhteensä: Mainokset nykyisessä näkymässä 2					
☐ ☒ Synttärät SuperParkissa Uudistimme lastenjuhlat SuperPark Turku +11 muuta www.superpark.fi/turku/synttaarit Millainen on lapsesi näköinen juhla? Varaa nyt haluamasi kokonaisuus, rentoudu loppuaika. Synttäreiden järjestämine... Näytä elementtien tiedot	Yleinen Synttärät Turku BMM	Geneeriset Turku Synttärät BMM	Hyväksyttävä	Responsiivinen hakumainos	Hyvä
Google Haku: yläosa 2 Google-haku: muut 2 Google Display -verkosto 2 Hakukumppanit: yläosa 2 Hakukumppanit 2 Kaikki verkostot huomioiva					

Ryhmittelemällä voit katsoa tuottaako muu kuin puhdas haku tapahtumia

Ryhmittelemällä
voit katsoa
tuottaako muu
kuin puhdas haku
tapahtumia

Mainostilin struktuuri, hakumainonta, esimerkki



Millaisia tuloksia voi odottaa?

Hyvän hakumainoksen odotettu **klikkiprosentti (CTR%) on 5,0%**, mutta tässä on toimialakohtaisia vaihteluja.

Jos käytät tuotenimeä, brändiä, avainsananna, voit odottaa jopa 60-70% klikkiprosenttia. Ihmiset hakevat yritystäsi ja klikkaavat ensimmäistä linkkiä.

VINKKI: vaikka tuntuu omituiselta tehdä omalle yrityksen nimelle hakumainontaa, se on järkevää. Ensinnäkin estät kilpailijaa tekemästä sillä näkyvää mainontaa.

Toiseksi dominoit hakuvastaussivua. Ja kolmanneksi, huutokaupparaportilta näet ketkä muut huutavat (=bidaavat) yrityksesi nimeä Adsissä

Mainonnan optimointi ja **laatupisteet** (Quality Score)

Laatupisteet ovat algoritmin arvioita mainosten, avainsanojen ja laskeutumissivujen laadusta. Jokainen avainsanasi saa lopulta laatupisteet)



Mainoksen sijoitus = $f(\text{hintatarjous} \times \text{laatupisteet})$

Hakumainonta - ostoikkuna on ainakin raollaa

- **Tekstipohjaista mainontaa (SEM)** maailman suosituimman hakukoneen hakutuloksissa
- Tulokset (näytöt, klikit, klikkiä seuranneet tapahtumat) seurattavissa lähes reaaliajassa
- Hakumainonnan kohdennus perustuu käyttäjän aikomukseen
- Vaatii aikaa ja paneutumista enemmän kuin esim. Facebook-mainonta
- Järkevästi tehtynä tuloksellista ja kannattavaa mainontaa

SOSIAALISEN MEDIAN MARKKINOINTI: sisältömarkkinointi

Miksi somealustat on hyvä osata

Facebook
2.9M

Instagram
3.0M

Youtube
3.0M

Isossa kuvassa keskeisiä syitä miettiä erilaisia some-alustoja mainonnan käyttöön ovat

- mediakäytön digitalisoituminen
- sosiaalisen median käyttöuseus
- some-palvelujen suosio
- mainonnan edullinen hintataso
- erinomaiset kohdennuskeinot, esim Metan on vuosia mallintanut käyttäjiensä toimintaa myytäväksi dataksi
- kohtuullisen käteviä itsepalvelutyökaluja mainonnan operointiin ja seurantaan
- esimerkiksi tärkeän taktisen työkalun uudelleenkohdennusmainonnan toteutus on varsin vaivatonta
- hyviä algoritmeja etsimään sopivia yleisöjä automaattisesti

Some-markkinoinnissa on kaksi osin päällekkäistä toimintapaa

1. Teet sisältöä ja viestintää omiin (tai kumppaneiden) some-kanaviin, haet niihin reaktioita, sitä kautta tunnettuutta, huomiota, jakoja, kommentteja ja vähitellen kauppaa
1. Teet some-mainontaa, jolla haet suoraviivaisemmin kävijöitä verkkosivuille tai -kauppaan.

Hyvää: rakentaa fani, seuraaja-kuntaa, ei maksa kuin työaikaa, ehkä ansaittua mediaa

Huonoa: ei rakenna peittoa ja toistoa. Ihmiten aktivointi haastavaa.

Hyvää: saat nopeasti huomiota viestillesi, useimmissa kanavissa hyvin edullista

Huonoa: somessa ei sesonkeja lukuunottamatta hengailta ostamassa

- Sosiaalisen median markkinointi pähkinäkuoressa

Sosiaalista mediasta markkinoija hakee yleensä yhtä tai useampaa näistä

- ★ Tunnettuuden kasvattaminen
 - ★ Mielenkiinnon lisääminen
 - ★ Myynnin kasvattaminen
 - ★ Asiakaspalvelun parantaminen
 - ★ Yhteydenpito asiakkaisiin
- _jotain muuta_?

**KONKREETTISET RATKAISUT JAKAUTUVAT KAHTEN OSAAN: SISÄLLÖNTUOTANTOON JA
VIESTINTÄÄN OMIIN KANAIVIIN JA/TAI MAINONTAAN SOME-ALUSTOILLA**

Omat sosiaalisen median kanavat
ja sisällön tuotanto

Sosiaalisen median kanavat
mainosmediana

Sisällön rooli eli miksi sisältöä sosiaaliseen mediaan

- ★ Myynnin tekijä: uusi tai palaava asiakas, lisä-ristiinmyynti, promootiot
- ★ Myynninedistäjä: käyttöideat, how to, edut, hyötyjen esittäminen asiakkaalle
- ★ Tuotteen tai palvelun käytön tukimateriaalit
- ★ Vuorovaikutuksen hakeminen
- ★ Yritysviestintä, kriisiviestintä

Olisiko muita näkemyksiä?

CASE:

Mosaiikkimyymälä

Pohjoismaiden suurin
mosaiikkiaskartelun
erikoiskauppa (myymälä
ja verkkokauppa).

Tavoite: myynti ja
markkina-asema

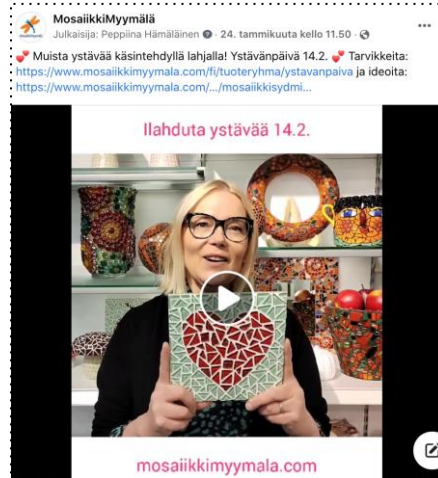
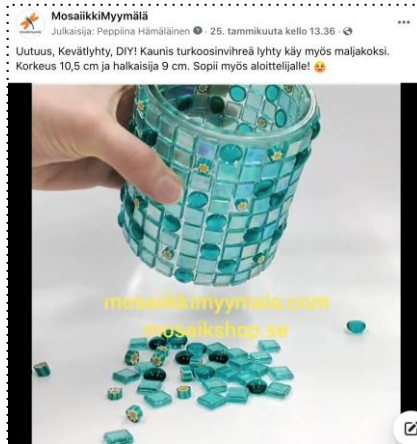
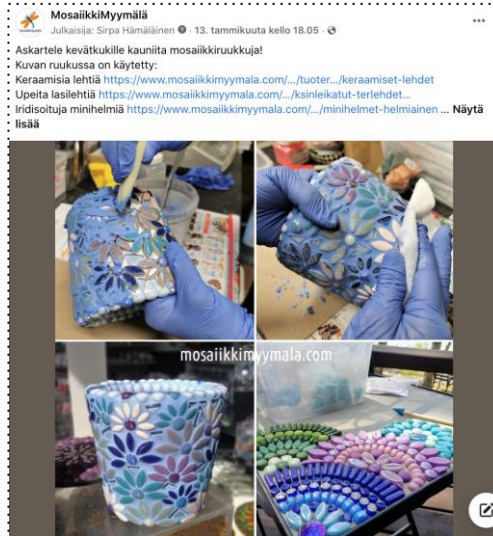
Kory: N45+

Sisällöt: tee-se-itse
videot ja kuvasarjat

Facebook+Instagram

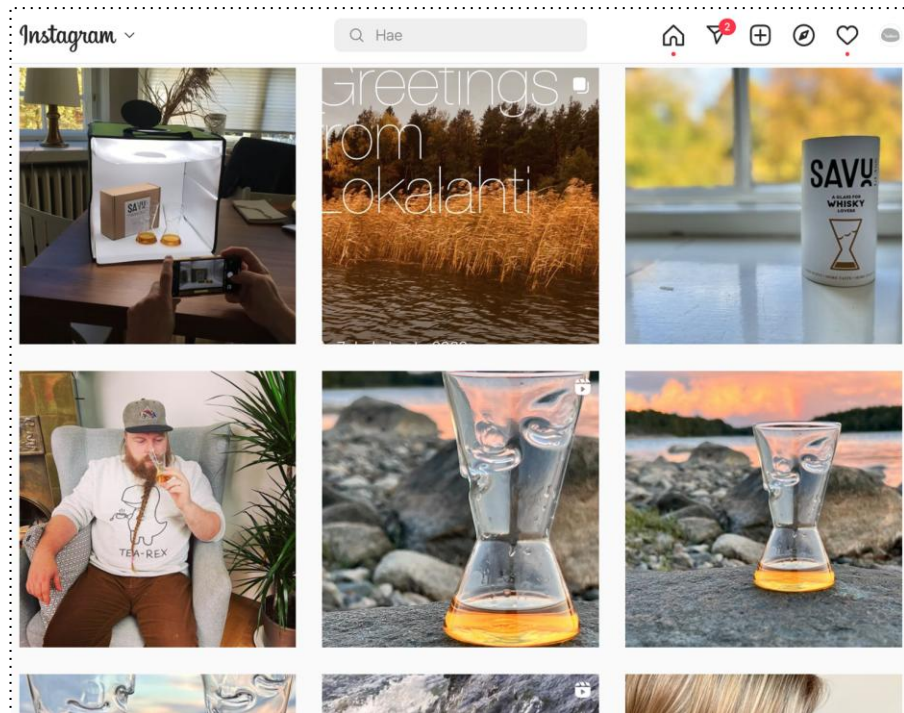
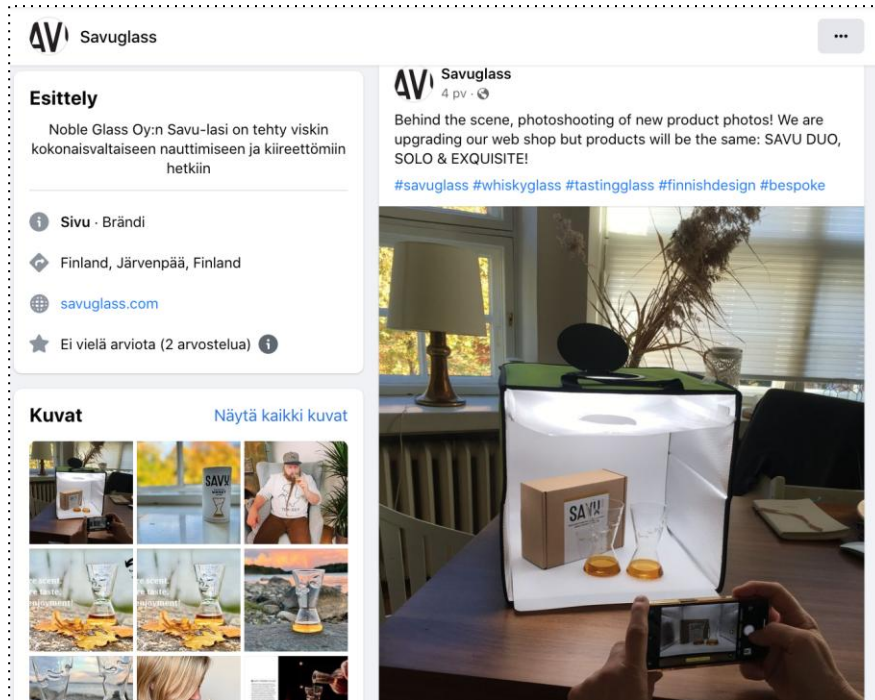
Mainonnassa tuotteita

<https://www.facebook.com/mosaiikkimyymala>



lowreality
marketing
architects

CASE: Savu-viskilasi. Some-sisällöillä kerrotaan mitä brändin ympärillä tapahtuu ja muistutetaan tarjouksista



<https://www.facebook.com/savuglass>

<https://www.instagram.com/savuglass/>

Vinkki: varaa itsellesi mahdollisimman nopeasti tuotteet tai firman nimiset some-kanavat vaikka et heti tekisikään sisältöä juuri sinne!

lowreality
marketing
architects



Savu Whisky Glass

@savuglass · 19 subscribers · 11 videos

This is a video channel of the revolutionary SAVU Whisky Glass. SAVU makes sensing whis... >

savuglass.com/shop and 2 more links

Subscribe

Home Videos Playlists Community

Latest Popular Oldest



Only truly functional whisky glass: SAVU.

36 views · 1 month ago



SAVU Whisky Glass. A product video explaining its key features.

611 views · 9 months ago



How does SAVU Whisky glass work?

134 views · 11 months ago



The of SAVU whisky glass is its unique design

24 views · 11 months ago



SAVU whisky glass is a revolution in whisky tasting

66 views · 11 months ago



Head Distiller Asko Rynnänen, Valamo Monastery Distillery x SAVU

358 views · 1 year ago



More scent. More taste. More enjoyment.

59 views · 1 year ago



Interview: What makes SAVU whisky glass unique?

397 views · 1 year ago



SAVU glass

SAVU Whisky Tasting Glass is designed to eliminate the element of ethanol, leaving room to enjoy the whisky aromas.

Manufacturing · Järvenpää · 54 followers · 2-10 employees

Peter & 22 other connections follow this page

Message Following More

Home About Posts Jobs People

About

SAVU premium whisky glass makes sensing whisky aromas easy for everyone. SAVU bridges chemistry with gastronomy in a new way and makes the sensing of whisky aromas easy for everyone. SAVU is science-proven (universities in Helsinki and Turku in Finland), patented handmade design gl ... see more

Show all details →

Page posts



SAVU glass

23h · Edited · 0

Hello Sweden! We have an importer in Sweden now. Please visit www.whiskysweden.se ... see more



HELSEIN SVERIGE!

11 · 3 reposts

Like Comment Report Send



SAVU glass

23h · Edited · 0

What is SAVU? How to use SAVU? Take a closer look while our CMO Jari Savu ... see more



11 · 3 reposts

Like Comment Report Send

<https://www.youtube.com/@savuglass>

Sosiaalisen median käyttäminen markkinoinnissa

#1 Julkaise säännöllisesti. Kaksi kertaa vuodessa joka vuosi on säännöllistä, mutta mainonta voi auttaa asiakashankinnassa niiden välissä.

#2 Julkaise sisältöä, joka on suunnattu ideaali-asiakkaalle. Jos korjaat autoja, kerrot autojen korjaamisesta, et säätilasta tai toimistokoirasta.

Julkaisun tavoite on aidosti auttaa, vinkata, antaa tukea, helpottaa tai viihdyttää.

Näillä ajatuksilla saat vähemmän tykkäyksiä ja seuraajia mutta suhteessa enemmän yhteydenottoja, kyselyjä ja asiakkaita.

Facebook- ja Instagram ovat keskeisiä medioita asiakkaan ostopolulla

- ❖ Nämä kanavat ovat hyviä tavoittamaan suomalaisia
- ❖ Verkkoanalytiikan mukaan kanavista tulee melkein aina hyvin kävijöitä verkkosivustolle tai -kauppaan verrattuna muihin digimainosmedioihin

- ❖ Mainoskanavina kohtuu hyvin toimivia
 - Klikkiprosenttitavoite on yleensä 1,0% (eli sadasta mainoksen nähneestä yksi klikkaa verkkosivustolle)

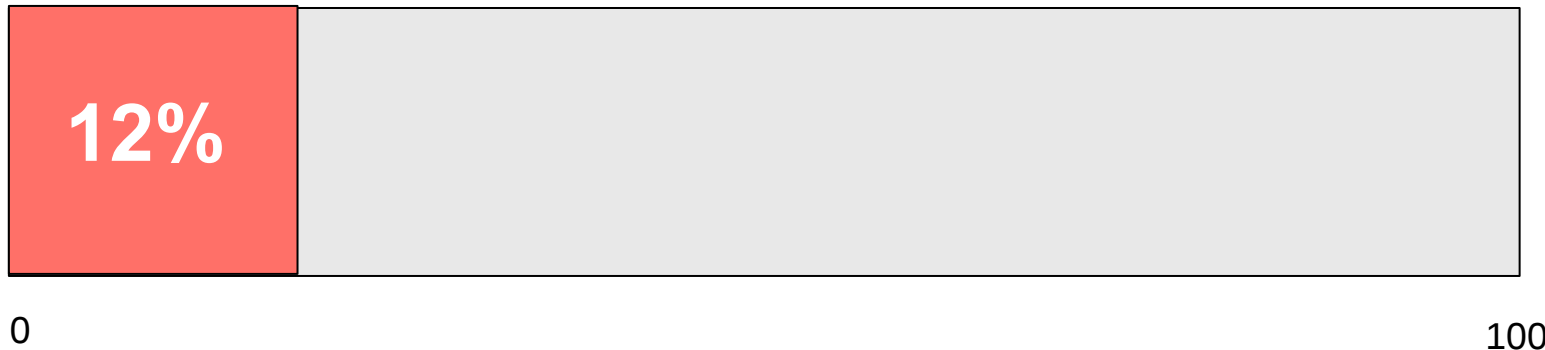
- ❖ Mutta: palveluja käyttävät ihmiset ovat niissä muusta syystä kuin nähdäkseen tai klikatakseen mainosta.
 - Facebookin ja Instagramin rooli asiakkaan ostopolulla on yleensä huomion herättäminen, mielenkiinnon kasvattaminen ja ohjaaminen lisäinformaation luo
 - Eli Googlen hakumainonta on usein paras maksullinen keino saada verkosto ostohalukkaita kävijöitä sivustolle

SOSIAALISEN MEDIAN MARKKINOINTI: mainonta

ORGAANINEN JULKAISUN NÄKYVYYS ON USEIN VAATIMATONTA, JOTEN MAINONTA SOMESSA ON KÄYTÄNNÖSSÄ VÄLTTÄMÄTTÖMYYS

Facebookin ilmoituksen mukaan Suomessa käyttäjä näkee noin 1/20 sivujen viesteistä, jotka hän voisi nähdä. Eniten viestien näkyvyyteen vaikuttavat niiden merkityksellisyys sekä se, keneltä ne tulevat.

yhden asiakkaani seuraajista 12% keskimäärin näki jonkin sisältöpostauksen vuoden aikana



Some- mainonnasta

Maksettua markkinointiviestintää, mainontaa, voi tehdä kaikissa sosiaalisen median palveluissa, sillä niiden ansaintamalli perustuu mainontaan lähes poikkeuksetta.

Kaikilla palveluilla on itsepalvelutyökalu, verkkosivusto, josta mainonta ostetaan ja kohdennetaan

business.facebook.com

ads.twitter.com

ads.snapchat.com

ads.tiktok.com

linkedin.com/campaignmanager/

ads.google.com (Youtubea varten)

ads.pinterest.com

jne

business.facebook.com

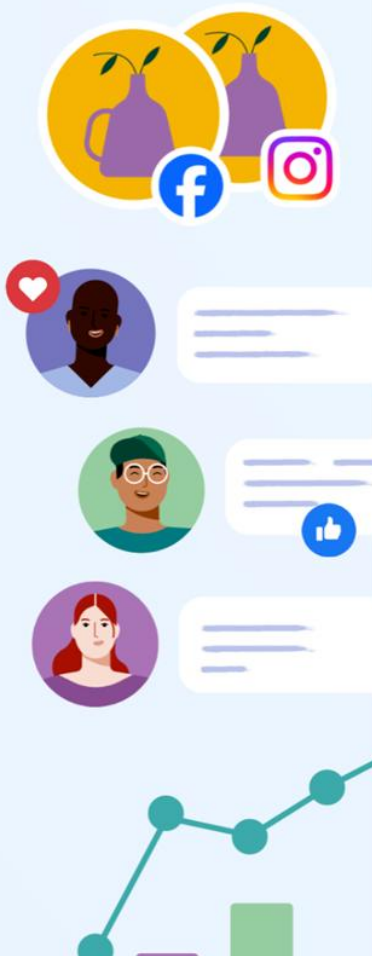


Aloita Meta-yritystyökalujen käyttö

Kirjautumalla sisään voit siirtyä käyttämään kaikkia yritystyökaluja, kuten **Meta Business Suitea**, **Business Manageria** ja **mainosten hallintaa**, jotta voit olla yhteydessä asiakkaisiisi ja saada entistä parempia liiketoimintatuloksia.

Yritystyökalumme voivat auttaa sinua seuraavissa toiminnaissa:

- Säästä aikaa käyttämällä kaikkia yrityksesi hallinnointiin tarvittavia kohteita Facebookissa, Instagramissa ja Messengerissä yhdessä paikassa
- Ole yhteydessä yrityksellesi merkityksellisiin ihmisiin yhden postilaatikon kautta
- Seuraa Meta-teknologioiden tehokkuuden kävijätiedoista, mikä toimii parhaiten



Kirjaudu Meta-yritystyökaluihin

 Kirjaudu Facebook-tunnuksilla

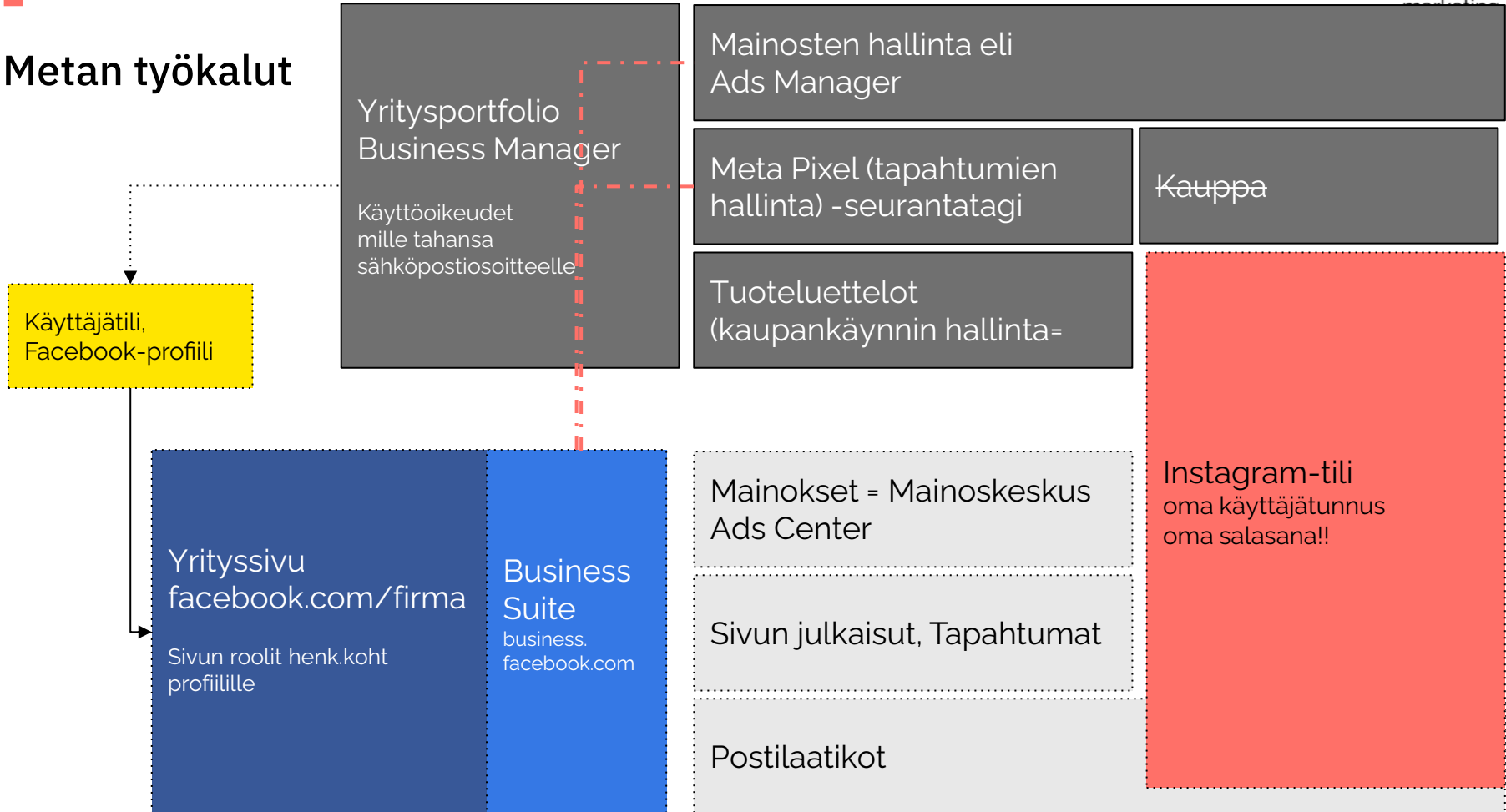
 Kirjaudu Instagram-tunnuksilla

Luo uusi tili

Kirjaudu hallinnoidulla Meta-tilillä

 Meta

Metan työkalut



Business Suiten Kaikki työkalut - valikosta löydät pääsyn Mainosten hallinta -työkaluun.

Se on siis eri asia kuin
Mainokset- työkalu!!!

HUOM. Facebook
Yrityssivun ylläpitäjä saa
aina pääsyn Business
Suiteen, sitä ei siis
erikseen perusteta



Kaikki työkalut



Search all tools for keywords

Luo

- Julkaise
- Tarina
- Mainos



Sitouta kohderyhmäsi



Julkaisut ja tarinat

Ajasta, julkaise ja hallinnoi julkaisuja ja tarinoita, luo luonnosjulkaisuja ja tarkastele Facebook-kuvia.



Postilaatikko

Vastaa viesteihin ja kommentteihin ja määritä automaattisia vastauksia ja konversioita.



Suunnittelutyökalu

Suunnittele markkinointikalenteriäsi luomalla, ajastamalla ja hallinnoimalla sisältöäsi.

Mainosta



Kohderyhmät

Luo mainoskampanjoille mukautettuja kohderyhmiä, samankaltaisuuteen perustuvia kohderyhmiä tai tallennettuja kohderyhmiä.



Mainokset

Luo mainoksia, hallinnoi niitä ja seuraa niiden tehokkuutta Facebook-sivulla ja yhdistetyllä Instagram-tilillä.



Mainosten hallinta

Luo ja hallinnoi kampanjoita, mainosjoukkoja ja mainoksia mainostilillesi ja seuraa niiden tehokkuutta.



Pikalomakkeet

Hallinnoi lomakkeita ja yhdistä CRM-ohjelmisto, jolla liidimainoksia käsitellään.



Sovellukset

Määritä ja hallinnoi yritykseesi yhdistettyjen mobiilisovellusten mainosasetuksia.



Tapahtumien hallinta

Yhdistä tietoja sivustoltasi, sovelluksestasi tai kaupastasi ja saa käsitys asiakkaiden toiminnoista.

Hallinnoi



Laskutus

Näytä mainostilien maksuhistoria.



Profiilit

Tarkastele Facebook-sivua ja ole siihen vuorovaikutuksessa.



Sivun asetukset

Hallinnoi sivun rooleja, Instagram- ja WhatsApp-yhteyksiä ja muita sivuusi liittyviä tietoja.



Tiedostonhallinta

Hallinnoi ja järjestele kuva- ja videotiedostoja, joita voit käyttää julkaisuissasi ja tarinoissasi.



Tilin laatu

Hallinnoi mainoskäytäntöjämme rikkovia mainoksia ja pyydä uutta tarkistusta.



Yrityssovellukset

Yhdistä Facebook-sivusi sovelluksiin, joiden avulla voit hallinnoida yritystäsi ja kasvattaa liiketoimintaasi.

Analysoi ja raportoi



Kävijätiedot

Tutustu kohderyhmäsi koskeviin trendeihin, muun muassa ikä- ja sijaintitietoihin. Näe nopeasti tehokkain sisältö ja muut tärkeät seikat.



Mainosraportit

Luo joustavia raportteja mainosten tehokkuuden analysointia ja optimointia varten.

Myy tuotteita ja palveluja

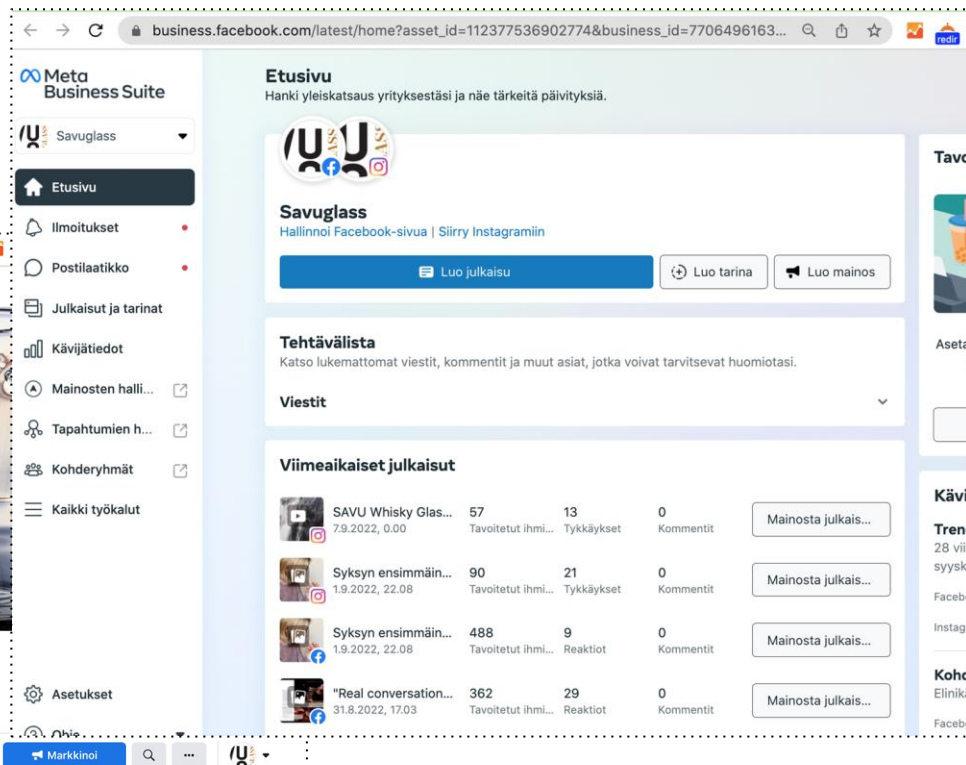
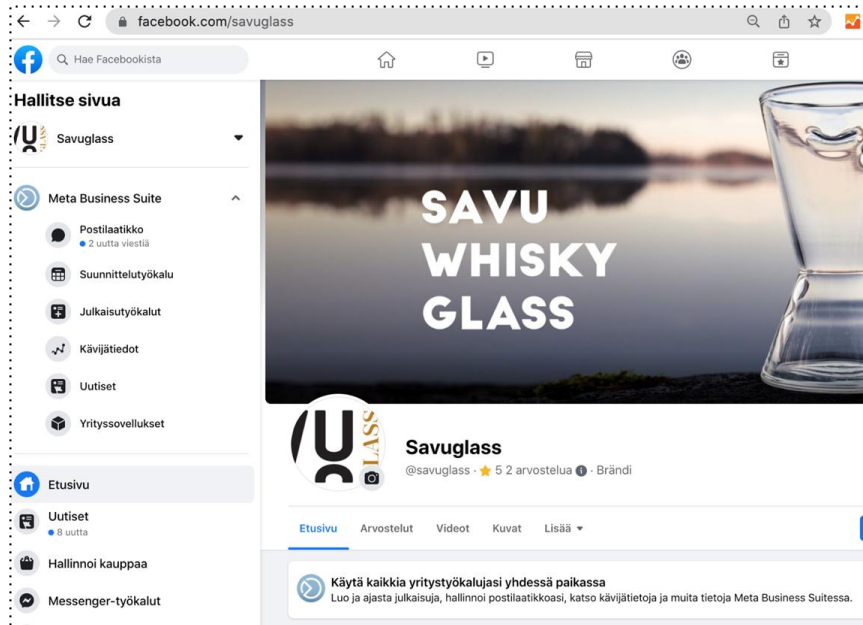


Kaupankäynti

Hallinnoi inventaariota ja myyntiä Facebookissa ja Instagramissa.

Yrityssivu, pakollinen välttämättömyys aloitus:

<https://www.facebook.com/pages/creation/>



Yritystyökalu
Meta Business Suite, tulee käyttöön automaattisesti sivun perustajalle, mutta käyttäjät lisätään erikseen

Business Suiten Kaikki työkalut - valikosta löydät pääsyn Mainosten hallinta -työkaluun.

*Se on siis eri asia kuin
Mainokset- työkalu sen
yllä.*

Facebook Yrityssivun
ylläpitäjä saa aina pääsyn
Business Suiteen, sitä ei
siis erikseen perusteta



Kaikki työkalut



Search all tools for keywords

Luo

- Julkaise
- Tarina
- Mainos



Sitouta kohderyhmäsi



Julkaisut ja tarinat

Ajasta, julkaise ja hallinnoi julkaisuja ja tarinoita, luo luonnosjulkaisuja ja tarkastele Facebook-kuvia.



Postilaatikko

Vastaa viesteihin ja kommentteihin ja määritä automaattisia vastauksia ja konversioita.



Suunnittelutyökalu

Suunnittele markkinointikalenteriäsi luomalla, ajastamalla ja hallinnoimalla sisältöäsi.

Mainosta



Kohderyhmät

Luo mainoskampanjoille mukautettuja kohderyhmiä, samankaltaisuuteen perustuvia kohderyhmiä tai tallennettuja kohderyhmiä.



Mainokset

Luo mainoksia, hallinnoi niitä ja seuraa niiden tehokkuutta Facebook-sivulla ja yhdistetyllä Instagram-tilillä.



Mainosten hallinta

Luo ja hallinnoi kampanjoita, mainosjoukkoja ja mainoksia mainostilillesi ja seuraa niiden tehokkuutta.



Pikalomakkeet

Hallinnoi lomakkeita ja yhdistä CRM-ohjelmisto, jolla liidimainoksia käsitellään.



Sovellukset

Määritä ja hallinnoi yritykseesi yhdistettyjen mobiilisovellusten mainosasetuksia.



Tapahtumien hallinta

Yhdistä tietoja sivustoltasi, sovelluksestasi tai kaupastasi ja saa käsitys asiakkaiden toiminnoista.

Hallinnoi



Laskutus

Näytä mainostilien maksuhistoria.



Profiilit

Tarkastele Facebook-sivua ja ole siihen vuorovaikutuksessa.



Sivun asetukset

Hallinnoi sivun rooleja, Instagram- ja WhatsApp-yhteyksiä ja muita sivuusi liittyviä tietoja.



Tiedostonhallinta

Hallinnoi ja järjestele kuva- ja videotiedostoja, joita voit käyttää julkaisuissasi ja tarinoissasi.



Tilin laatu

Hallinnoi mainoskäytäntöjämme rikkovia mainoksia ja pyydä uutta tarkistusta.



Yrityssovellukset

Yhdistä Facebook-sivusi sovelluksiin, joiden avulla voit hallinnoida yritystäsi ja kasvattaa liiketoimintaasi.

Analysoi ja raportoi



Kävijätiedot

Tutustu kohderyhmääsi koskeviin trendeihin, muun muassa ikä- ja sijaintitietoihin. Näe nopeasti tehokkain sisältö ja muut tärkeät seikat.



Mainosraportit

Luo joustavia raportteja mainosten tehokkuuden analysointia ja optimointia varten.

Myy tuotteita ja palveluja



Kaupankäynti

Hallinnoi inventaariota ja myyntiä Facebookissa ja Instagramissa.

Facebook- mainonnan kohdentamisen parametrit

- Sivuston kävijät
- Demografian perusteella kohdentaminen
- Sijainnin perusteella kohdentaminen
- Kiinnostuksen kohteiden perusteella kohdentaminen
- Käyttäytymisen perusteella kohdentaminen

Yksinkertaisuus helpottaa markkinoinnin tulosten analysointia, joten käytä vain 1-2 parametria kerrallaan

Ota käyttöön henkilökohtainen työkalu Sivun ja mainonnan hallintaan

<http://business.facebook.com>

Luovat ratkaisut

Taas yksinkertaistaen, mainonnan luova ratkaisu on joko **yrittäjästä löytyvä julkaisu** tai erikseen mediaan **ladattava (=trafikoitava) aineisto**.

Julkaisujen käyttöä kutsutaan usein *sponsoroinniksi* (sponsoroitu postaus) erotuksena erikseen tehtävästä mainonnasta.

Luovia ratkaisuja siis ovat esim

- sponsoroitu teksti-, kuva- tai videojulkaisu
- kuva- tai videomainos selittävällä tekstillä
- karusellimainos

Lisäksi jokaisella some-kanavalla on omia mainosmuotoja. Esimerkiksi Reels/Keloja voi käyttää IG:ssä toisissa keloissa tai LinkedInistä löytyy sisäinen suoramainos

TEE MAINOS UUTISVIRTAAN

Ihmiset kohtaavat julkaisut ja mainokset osana Facebookin uutisvirtaa

Hyvä mainos on:

1. Visuaalinen
2. Merkityksellinen esim ajankohta
3. Houkutteleva
4. Sisältää toimintaan kehoituksen

- Pysäyttääkö mainos uutisvirran vierittämisen?
- Kertooko mainos nopeasti mistä on kyse

CTR 5,4%
9100 näyttöä, 5,6% korystä
CPM 3,6€



KUI Design
Sponsoroitu · 🌐

KUI Designin uuden upean myymälän löydät osoitteesta Kristiinankatu 6.
Tervetuloa hyvänmielen ostoksille 😊

WWW.KUIDESIGN.FI
MA-PE 11-18, LA 11-16
Kristiinankatu 6

LUE LISÄÄ

Tykkää Kommentoi Jaa

Turun Toriparkki
Sponsored · 🌐

Osallistu arvontaan ja voita viikon ilmaiset pysäköinnit joulukuulle tai tammikuulle: seuraa FB-sivua ja jaa tämä postaus ...see more



VOITA VIIKON
ILMAISET
PYSÄKÖINNIT!

TORIPARKKI

👍 😄 Riina Pyöttiö... 11 comments 8 shares

👍 Like 💬 Comment ➦ Share

Huom: “...see more” klikkaus luetaan CTR (All clicks) tunnuslukuun mukaan vaikka kävijä ei ole tullut sivullesi

KN Kati Niemi
Sponsoroitu · 🌐

Kaipaatko uutta hattua? Katso Kati Niemen upeat päähineet verkkokaupastamme niin n... Näytä lisää



Merida is a KN Kati Niemi straw brim hat...
Merida

Osta nyt

100% cotton
Italy
Haley Cotton

KN

Kati Niemen verkkokaupan mainonnassa käytetään Shopify-alustan tuotesyötettä.

lowreality




Naava is a KN Kati Niemi brim hat for women. It is

Naava



Tuscany is KN Kati Niemi scarf with a stripe detail

Tuscany




Osta nyt


Savuglass
 24 May · 🌐

Ainutlaatuinen kotimainen lahja Hänelle, jolla kaikkea - viskimaistelulasi! Suomalainen innovaatio juoman ystäväille! Tilaa lahjaksi vain 50€/paketti!



Koe viskin aromit aivan uudella tavalla!
Keräilyerä myynnissä

Subscribe

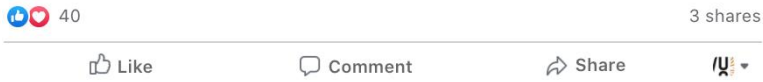


Näyttävä lahjaidea juoman ystäväille

Subscribe



Kahc
kier:



40 3 shares


 Comment as Savuglass


MosaiikkiMyymä
 Published by Antti Leino · 30 October at 12:02 · 🌐

Joulu alkaa nyt! 🌲 Tee ihania mosaiikkitoita DIY-pakkausten avulla. Itselle tai lahjaksi. Mukana suomenkieliset ohjeet 🌲



Upeat kuuset silmäniloksi
Lasimosaiikkia

Shop Now



Jouluaskartelu alkaa nyt!
Kivat tontit ja kuuset

Shop Now



Nop:
tont
Lahj



17


 Comment as MosaiikkiMyymä

Karusellimainoksella voi kertoa monipuolisesti tuotteista ja tarjoomasta

71

Case: La Tartufata. Italialainen elintarvikeliike Helsingissä

Henkilön asuinpaikka

Ikähaitari

Kiinnostusalueet
Metan datalla

Kaikki kielet

Kohderyhmä

Valitse, keille mainosta näytetään. [Lisätietoja](#)

Luo uusi kohderyhmä Käytä tallennettua kohderyhmää ▾

Mukautetut kohderyhmät

Luo uusi ▾

Sulje pois

Sijainnit

Sijainti – asuu paikassa:

- Suomi: Katajanokka (+2 km), Arabianranta, Helsinki (+2 km) Uusimaa; Eira Uusimaa, Ullanlinna Uusimaa, Kaartinkaupunki Uusimaa, Lehtisaari Uusimaa, Kuusisaari Uusimaa, Punavuori Uusimaa, Haukilahti Uusimaa, Kaivopuisto Uusimaa, Kallio Uusimaa, Kamppi Uusimaa, Kruununhaka Uusimaa, Kulosaari Uusimaa, Lauttasaari Uusimaa, Marjaniemi Uusimaa, Meilahti Uusimaa, Munkkiniemi Uusimaa, Tapiola Uusimaa, Töölö Uusimaa, Westend Uusimaa

Ikä

25 - 65+

Sukupuoli

Kaikki sukupuolet

Tarkka kohdentaminen

Vastaavat ihmiset:

- Kiinnostuksen kohteet: Italia, Italialainen keittiö tai Christmas dinner

Tarkan kohdentamisen laajentaminen:

- Ei käytössä

Kielet

Kaikki kielet

[Näytä lisäasetukset ▾](#)

Kohderyhmän määritelmä

Tarkka Laaja

Kohderyhmäsi valinta on melko laaja.

Potentiaalinen kattavuus: 34 000 henkilöä ⓘ

Arvio päivittäisistä tuloksista

Kattavuus ⓘ

850–2,5K

Linkin klikkaukset ⓘ

5–24

Arvioiden tarkkuus riippuu muun muassa aiemmista kampanjatiedoista, määrittämästäsi budjetista, markkinatiedoista, kohdentamishetkeistä ja mainosjohdattelusta. Näkemäsi arvot antavat viitteitä budjetin tehokkuudesta, mutta ovat vain arvioita. Tuloksia ei taata.

[Oliko arvioista hyötyä?](#)

reality
arketing
chitects

*Tämä arvio on todellakin
arvio josta voi ehkä katsella
alarajaa, minimilukuja*

16 sijoittelua

Facebook...
Syött...

Muokkaa

La Tartufata Helsinki
Sponsoroitu

Muista lahjakortilla - italialaiset panettone ja pandoro -kakut, cantuccini-keksit, tryffelimakeiset, balsamietikat ja öljyt jouluksi!



Viidessä minuutissa valmistuvan pasta-aterian ainekset...
Colori di Natale, 49€

Jouluna -kakut
Useita eri

Matias Saarikoski

Tykkää Kommentoi Jaa

Syötteet

Tarinat

Facebook
Syötteet

La Tartufata Helsinki
Sponsoroitu

Varaa oma italialainen ruokaostoskäynti itsellesi, perheellesi tai pienelle ryhmälle. Myyjämme on paikalla vain sinua ja teitä varten.



LATARTUFATA.FI
Aito italialainen elintarvikekauppa Helsingissä

VARAA NYT

Helena Voipio ja... 3 kommenttia 2 jakoa

Tykkää Kommentoi Jaa

YHTEENVETO

PK-yrityksen tärkeimmät digitaalisen markkinoinnin työkalut myynnin lisäämiseksi

Google	Haku- ja muu näkyvyys Googlen kautta	Hakumainonta Display- ja natiivimainonta Youtube-videomainonta Hakukoneoptimointi
Sosiaalinen media	Näkyvyys Tunnetuksi tekeminen Liidien hakeminen	esim Facebook- ja Instagram-mainonta, Linkedin-mainonta
Oma verkkosivusto, yrityksen sosiaalisen median läsnäolo	Myynti, liidit, yhteydenotot, tarjooman ja palvelujen esittely, testimoniaalit ja muu myynnin tuki	
Sähköposti	Uutiskirje, liidien hoitaminen, yhteydenpito asiakkaisiin ja potentiaalisiin asiakkaisiin	



Nähdään 29.4.
Mikkelissä

Whenever you 're ready,
I can make you better

Antti Leino

*digitaalisen markkinoinnin, mainonnan ja
myynnin osaaja, konsultti, valmentaja pienille ja
keskisuurille yrityksille 25+ vuoden alan
kokemuksella*

antti.leino@gmail.com

www.lowreality.com

0405707959