

JAKOBSTADSREGIONEN
PIETARSAAREN SEUTU



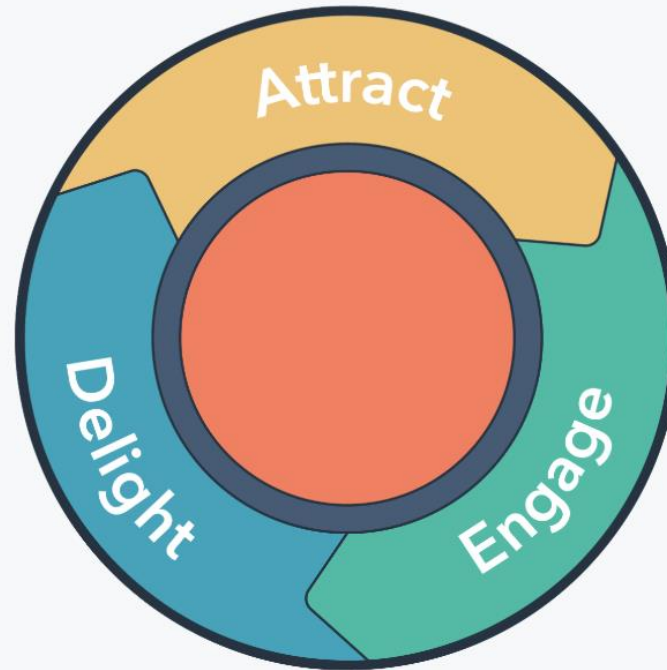
Österbottens förbund
Pohjanmaan liitto

YRKESHÖGSKOLAN
NOVIA

Det som planeras och mäts blir gjort.

“INBOUND IS A METHOD
OF ATTRACTING,
ENGAGING, AND
DELIGHTING PEOPLE TO
GROW A BUSINESS THAT
PROVIDES VALUE AND
BUILDS TRUST.”

[https://www.hubspot.
com/inbound-
marketing](https://www.hubspot.com/inbound-marketing)



Attract Tools

Ads
Video
Blogging
Social media
Content strategy

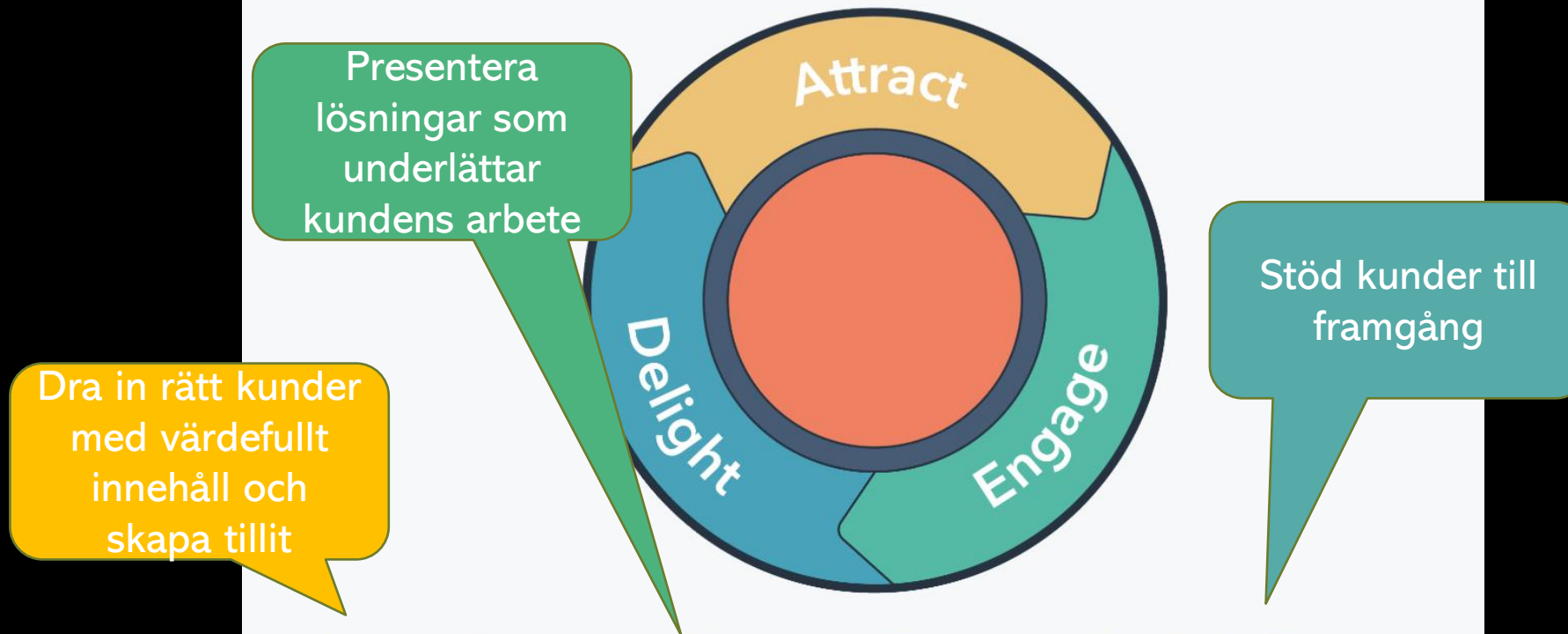
Engage Tools

Lead flows
Email marketing
Lead management
Conversational bots
Marketing automation

Delight Tools

Smart content
Email marketing
Conversations inbox
Attribution reporting
Marketing automation

<https://www.hubspot.com/inbound-marketing>



Attract Tools

Ads
Video
Blogging
Social media
Content strategy

Engage Tools

Lead flows
Email marketing
Lead management
Conversational bots
Marketing automation

Delight Tools

Smart content
Email marketing
Conversations inbox
Attribution reporting
Marketing automation

<https://www.hubspot.com/inbound-marketing>

INNEHÅLLS-
MARKNADSFÖRINGENS
VIKTIGASTE UPPGIFT ÄR

ATT LOTSA KUNDEN VIDARE PÅ RESAN

<http://www.sisaltomarkkinointi.fi/2017/12/01/miten-myyt-tuotteita-sisaltomarkkinoinnilla/#more-4270>, hämtat 30.9.19

VAD FRÅGAR
KUNDEN OM
DIN PRODUKT
ÄR SVARET?

Attrahera kunder med att producera innehåll som ger värde

Bloggar

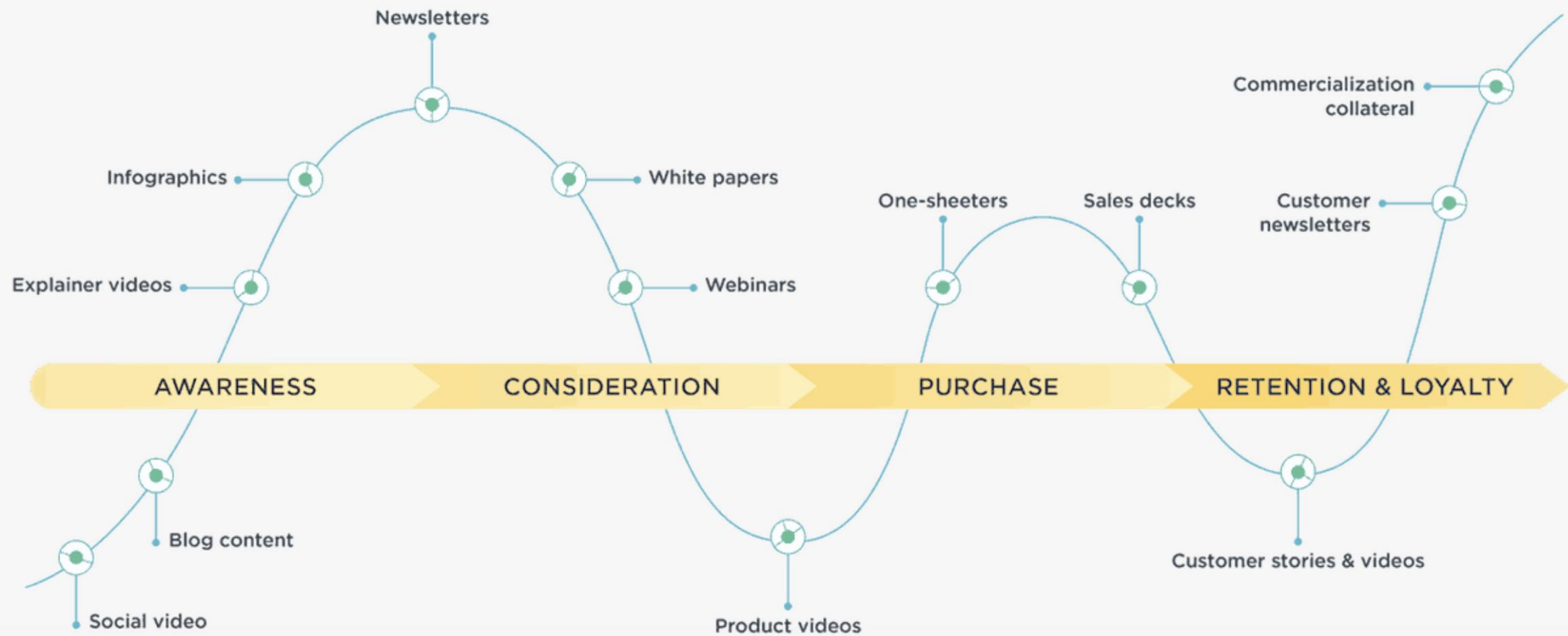
White papers /
artiklar

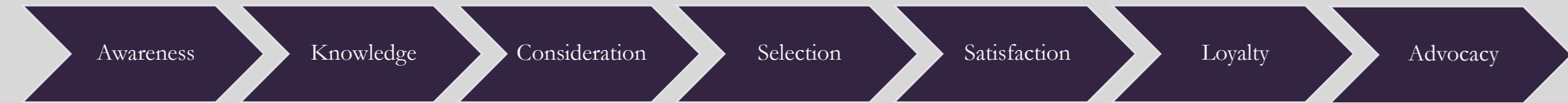
Sociala medier

Rapporter

Forskningsresultat

Ekonomiska
analyser etc





Web Ads	Landing page	Reviews, comparisons	Online discount offers	Surveys	Referral offers	Discounts
SEO	Micro sites	Hosted chat	Hosted chat	Support forum	Peer forums	Insider forums
Viral Video				Support chat	Product networks	Product networks
Targeted	Webinar	Webinar	Webinar	Customer communities	Customer communities	Customer communities



Hur producerar du bra innehåll?

Blog article canvas

the *less is more* methodology

project

date

persona

DEFINING

The topic

what is this article about?

The purpose

why do people need this article?

RESEARCH

The keywords

what are people searching for?

- _____
primary keyword
-
-
-

Common ideas

what are other people writing about this topic?

-
-
-
-

My contribution

what unique insight can I provide?

WRITING

The outline

what are the main ideas of the article?

-
-
-

The result

what do I want people to do after reading?

FINISHING TOUCHES

Visual aid

what images or videos do I need?

-
-
-

Link insertion

what websites do I need to reference?

-
-
-

Call to action

what do I ask people to do after reading?

Työotsikko:

Ratkaisu/palvelu, johon kirjoitus liittyy:

Lukijan tiedontaso aiheesta:

- ☐ Tietämätön – pitää herätellä!
- ☐ Tiedonhakija – vaatii syventymistä
- ☐ Harkitsija – etsii samaistumista
- ☐ Ostaja – haluaa saada palvelu- ja tuotetietoa
- ☐

Lukijan asema:

- ☐ Vaikuttaja, tiedonhakija
- ☐ Päättäjä
- ☐ Potentiaaliset uudet integratalaiset
- ☐

Titteli/huomioita:

Sisällön pihvi eli yksi asia, jonka pitää jäädä lukijan mieleen tekstin luettuaan:

Tavoite: miksi kirjoitan sisällön?

Mitä lukija tekee luettuaan?

- ☐ Lukee seuraavan kirjoituksen
- ☐ Tilaa uutiskirjeen
- ☐ Ilmoittautuu tapahtumaan
- ☐ Lisää mut LI-verkostoonsa
- ☐ Varaa demon
- ☐ Ottaa yhteyttä
- ☐
- ☐

Dedikset

1. versio valmis:

Kaveri katselmoinut:

Markkinointi tsekannut:

Julkaisu:

Tunne, jonka haluan herättää:

- ☐ Valaistuminen
- ☐ Innostus
- ☐ Tarve muuttua
- ☐ Halu tietää lisää
- ☐ Epätoivo ;)
- ☐
- ☐

Avainsanat, joita tekstistä pitää löytyä:

1.
2.
3.

SOCIALA MEDIER

Navigera mellan kanaler och stärk din
närvaro på sociala medier

Erica Hjerpe

Sociala medier



Facebook



LinkedIn



YouTube



Instagram



Snapchat



Twitter



TikTok



Pinterest



Reddit

Vart tredje inlägg är ett sponsrat inlägg

 herbinavirallinen
Sponsored





[Learn More](#)



1 view

herbinavirallinen Eco by Herbina. Inspired by Her. 🌹 99%
luonnolliset hiustuotteet. Syntynyt luonnosta... [more](#)

Anna Bertills likes Finnair.

 **Finnair** ✓
Sponsored · 🌐

Maaailma avautuu. Syksyn suosikkikohteet myynnissä
kampanjahinnoin. Katso kaikki kohteet ja varaa lentosi nyt!



Alicante
Meno alk. **69€**

Berlino
Meno alk. **37€**

Syksyn kampanjakohteet
Varaa Finnairin lennot nyt [Book Now](#)

Syksyn kampa

 235  11 comments  5 shares 

 Like  Comment  Share



Facebook



Instagram

Organiska inlägg

Betalda annonser – FB Ads Manager

- Organiska inlägg är viktiga och fungerar som en av byggstenarna för din varumärkesuppbyggnadsprocess
- Lätt att få "gratis" synlighet
- Ju fler som engagerar med inlägget, desto bättre räckvidd

- Kampanjmålsättning, budget, tidsperiod
- Nå en specifik målgrupp på basen av plats, ålder, kön, intressen, språk etc.
- Call to Action = vad vi vill att målgruppen ska göra (t.ex. Kontakta oss, Boka tid, Visa meny, Köp nu, Prenumerera...)



LinkedIn

Maximera synligheten

- Företagsnyheter, kundcase och relevanta artiklar
- Uppmana anställda i företaget att dela inlägg via sina profiler
- Inläggen lever längre än på andra sociala medier som t.ex. Facebook och Instagram

Employer branding

- Visar ett bra varumärke utåt för att attrahera talanger till företaget



Mestro
1,140 followers
1d • Edited •

Balder ville bli mer datadrivna och valet föll på Mestro. Nu kan de på ett enkelt sätt initiera och följa upp energispar-tävlingar mellan olika förvaltare och kontor, med hela syftet att spara ännu mer energi. Läs hela [Fastighets AB Balder](#)s Mestro-story här! ⚡

[See translation](#)



“Varje kilowatt-timma som vi använder är en väl spenderad kilowatt-timma”

Balder har valt Mestro
mestro.com • 1 min read

12

Like Comment

Erica Hjerpe
Key Account Manager at Mestro, Co-Founder of Wera Agency and Pole Va...
nu •

Tipsa om vår nya kollega - vinn middag för två!

Mestro
1 083 följare
23 min •

Bra folk känner bra folk! Och kanske känner du vår nya Account Manager? Då kan du vinna en middag 🍷 [Erica Hjerpe](#) berättar mer här ⚡ #nyttjobb





YouTube

Live-sändning och webinarier

- Obs! Att sända live från mobil enhet kräver 1000 prenumeranter
- På facebook kan du sända live från mobil enhet utan prenumeranter

Möjlighet till analys

- Hur många som ser och vilka sekvenser av videon som är mest och minst intressanta



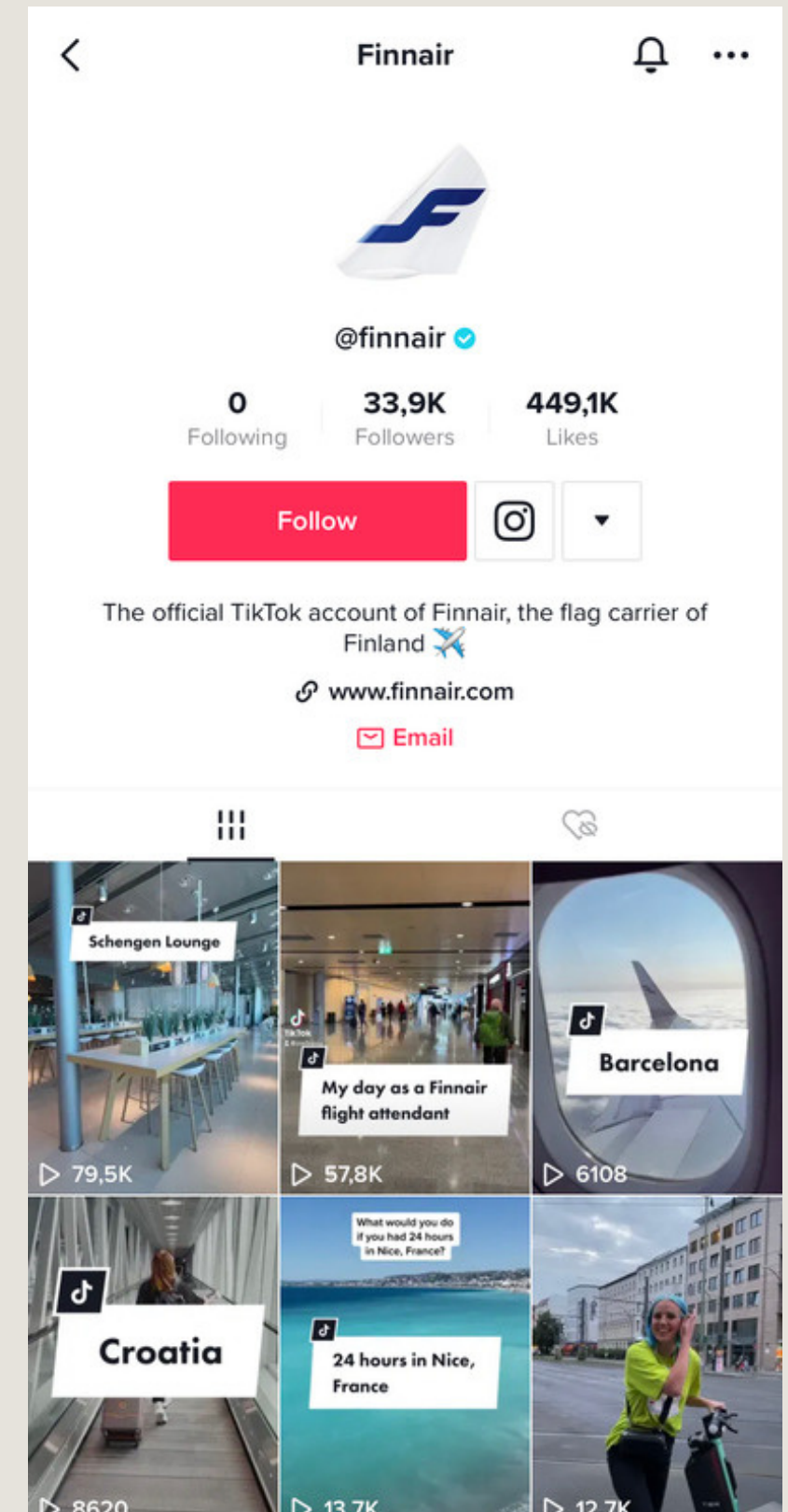
TikTok

Vad är en TikTok?

- Kort video på 15-60 sekunder
- Användare filmar korta klipp till musik eller annat ljud tillgängligt i appens ljudbibliotek
- Ljudet är avgörande
- Ofta humoristiska, vardagliga och/eller inspirerande

Hur särskiljer sig TikTok till övriga sociala medier?

- Enklare att skapa en trend och bli viral i jämförelse till t.ex. YouTube och Instagram
- Dock kan en trend gå över ganska fort





INNEHÅLLSPRODUKTION

Kommunicera med träffsäkerhet och kundinsikt

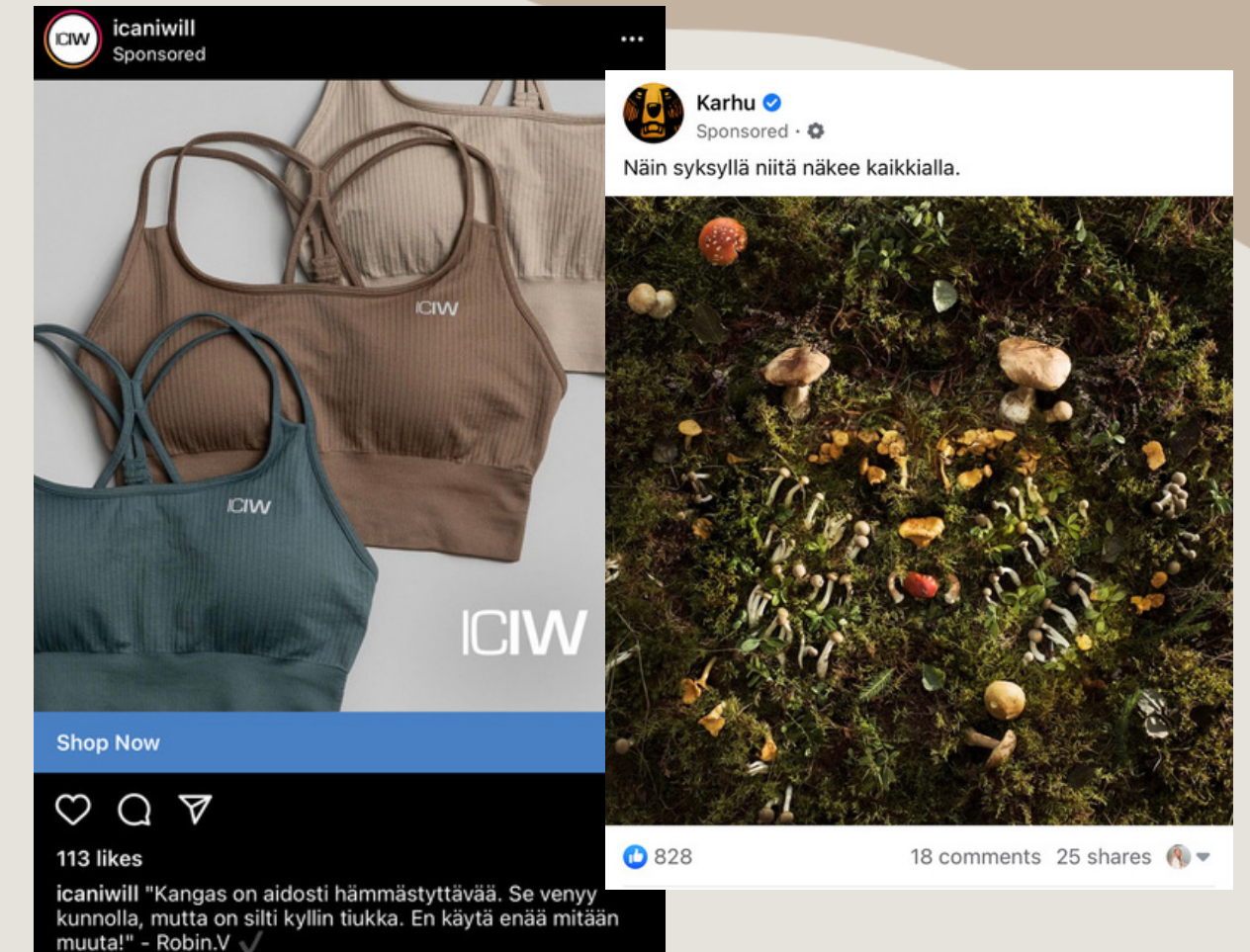
1. Vad är syftet och vem vill vi rikta oss till?

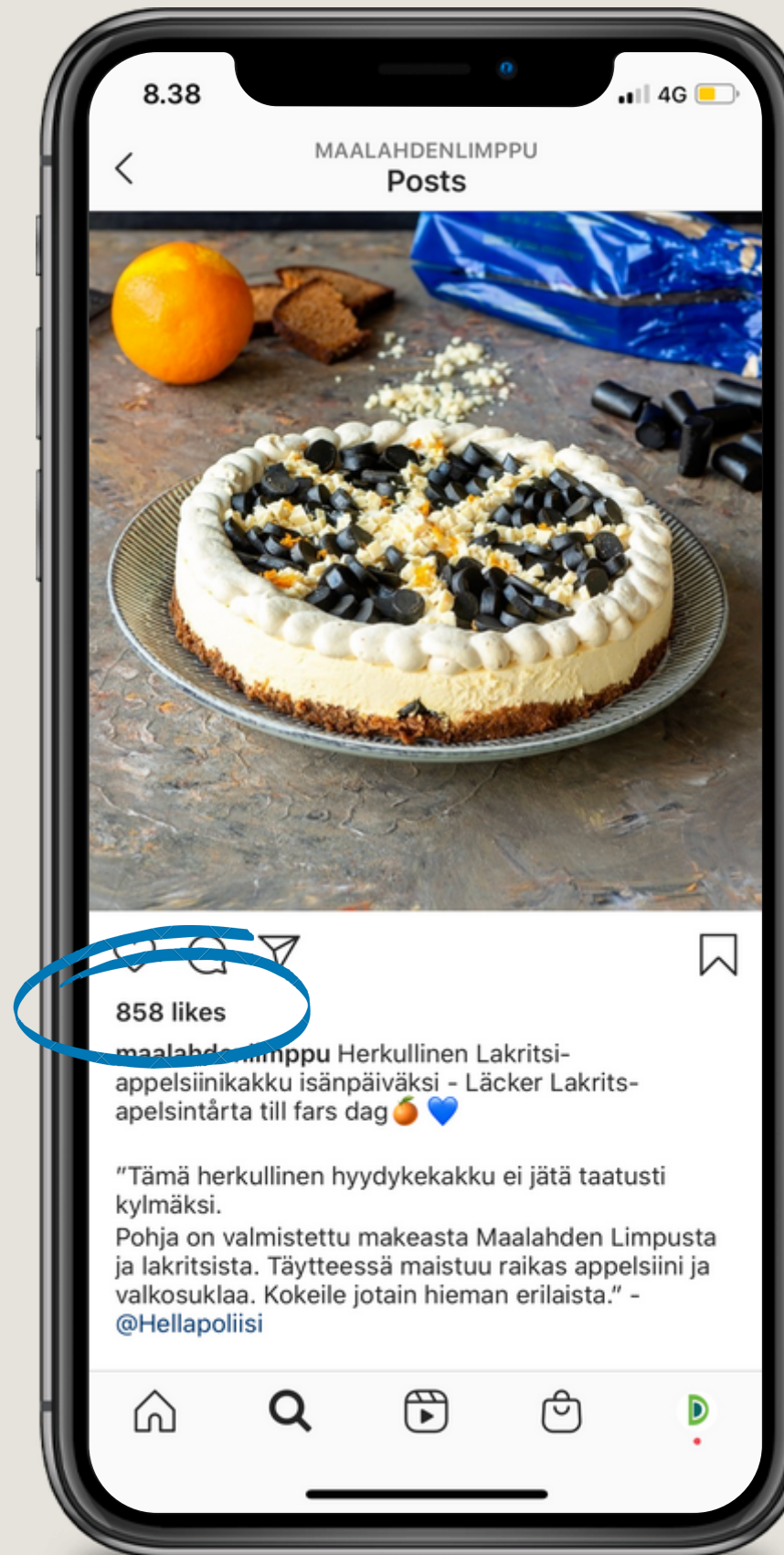
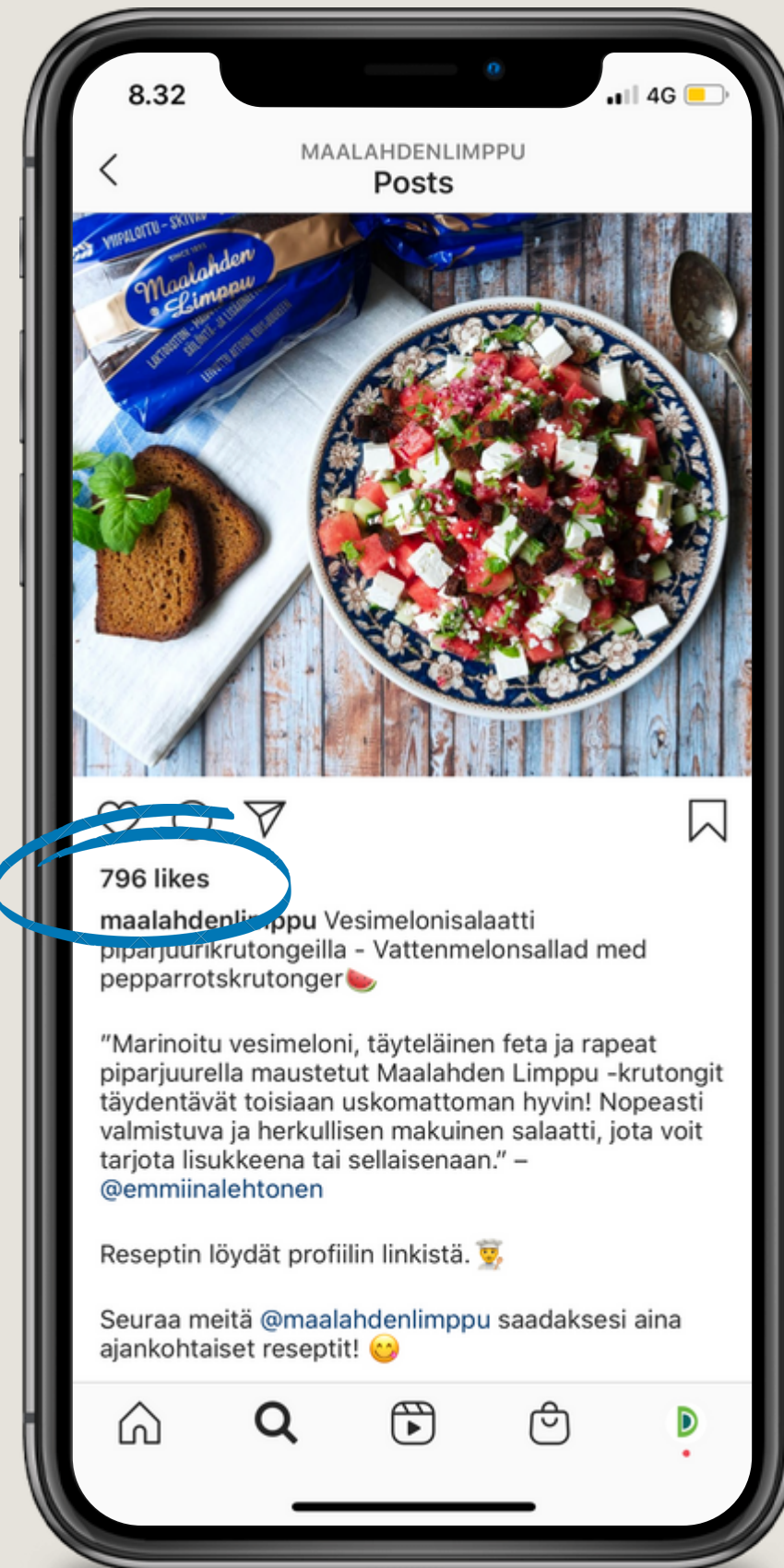
- B2B eller B2C
- Bransch och specifik nisch
- Segmentering och kundprofilering
- Hur ska vi prata med våra olika kundgrupper?
 - Tone-of-voice
 - Grafisk profil
 - Bildbank



2. Värdeskapande innehåll

- Informativ text
 - gärna korta
 - tänk en till två rader
- Inspirerande berättelser – story telling
- Video (how-to-videon), bild med text
- Guida mottagaren till ett mål
 - En Call-to-action per inlägg på sociala medier för att inte orsaka förvirring
- Det ska gynna mottagaren att utföra Call-to-action
 - Kampanjkoder, få ladda ner en gratis guide, recept etc.





Förkorta kundresan



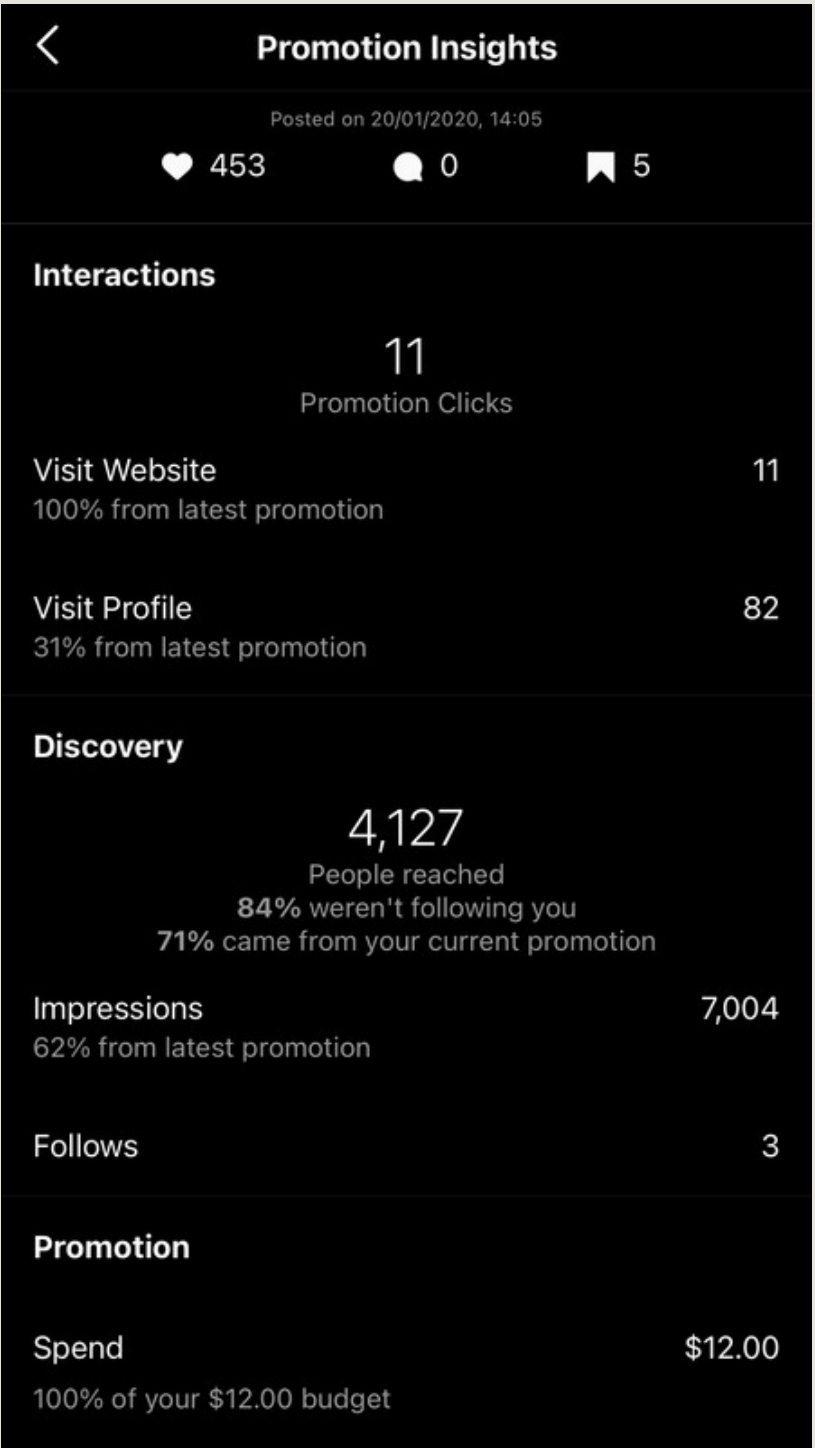
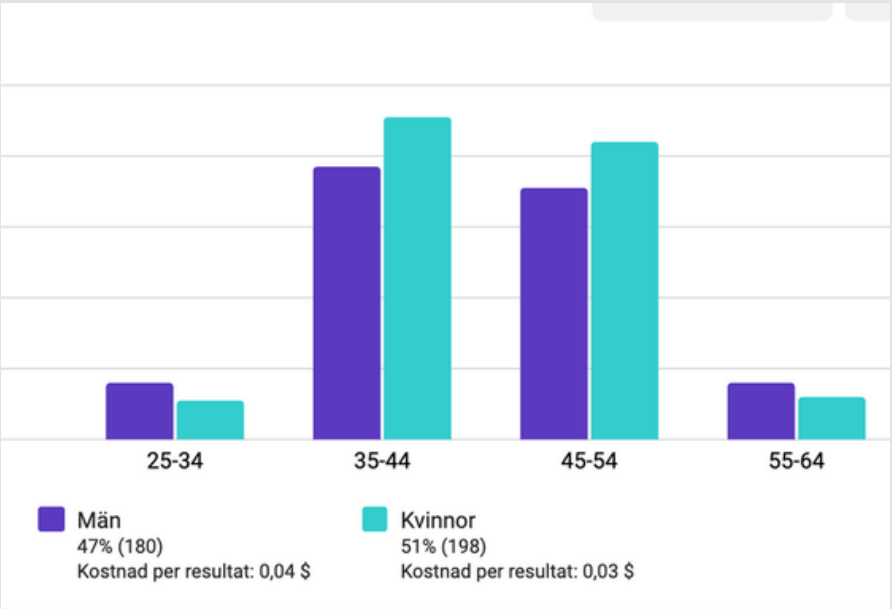
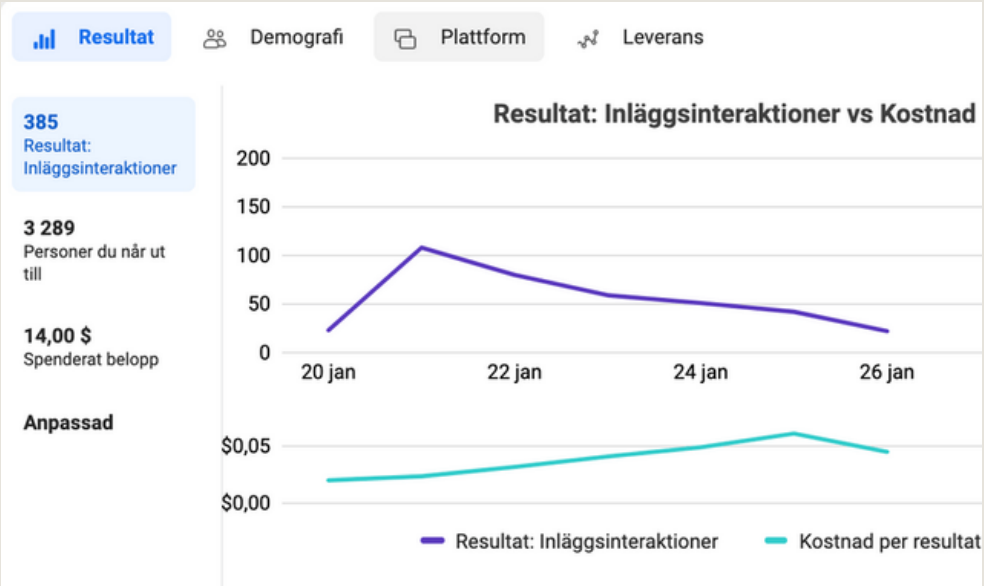
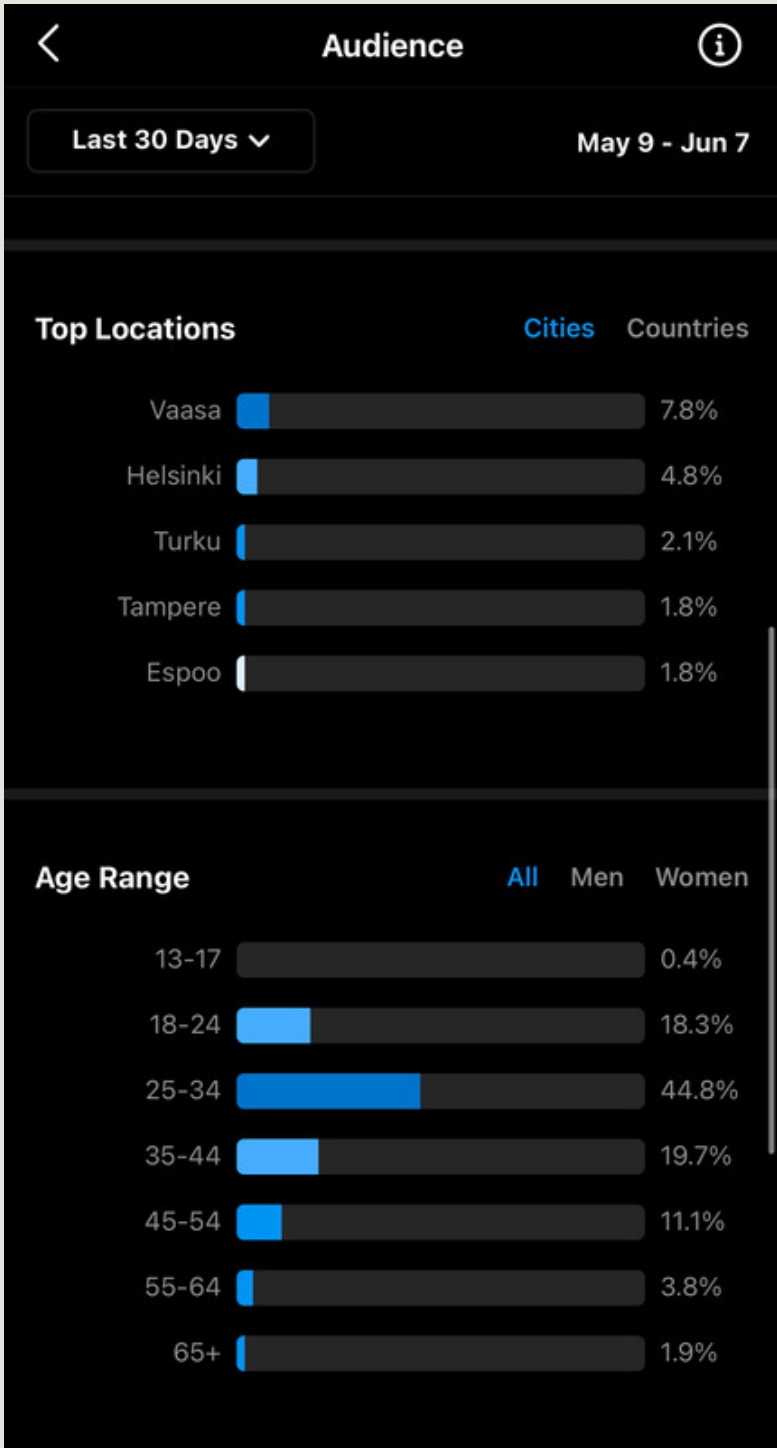
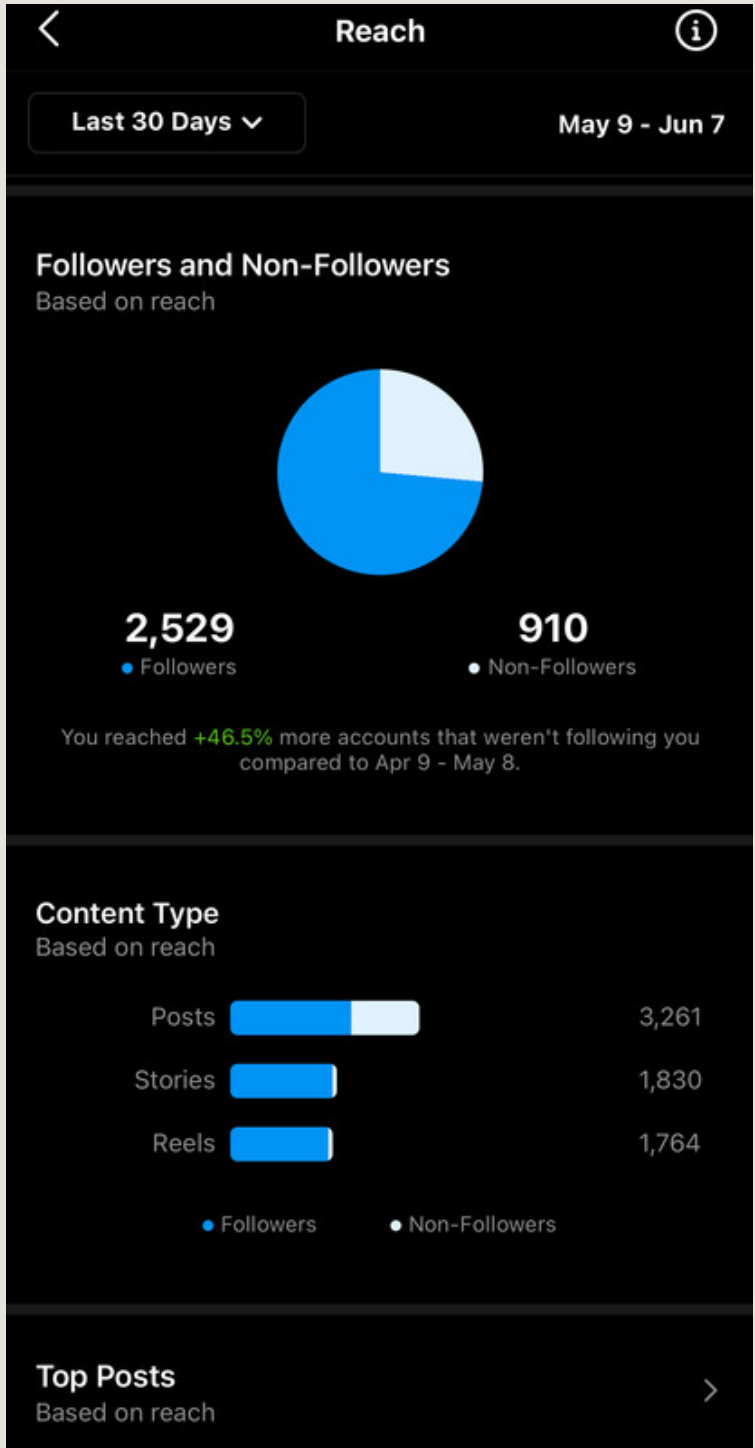


3. Optimera organiskt innehåll

- Ju fler som interagerar med inlägget när det sätts upp, desto fler kommer att se inlägget (längre räckvidd)
 - Uppmuntra anställda i företaget att engagera
 - Aktiv dialog med kunder
 - Gilla, dela och kommentera
- Använd relevanta #, tagga personer/företag och ange plats
- Återförsäljares, kunders, leverantörers digitala kanaler?
- Var först ut med att haka på en trend eller försöka skapa en trend
 - Instagram Reels och TikTok

4. Analysera och utvärdera

- Metrics och Key Performance Indicators
- Hur mäter vi att inlägget eller kampanjen fungerade?
 - Rabattkod
 - Antal exponeringar
 - Engagemang (kommentarer och gillningar)
- Företagskonto på sociala medier
 - För att kunna samla data
 - Ger dig indikation på om du är på väg mot "rätt håll"



3 steg för att komma igång

1. Strategi

Var finns vi nu och var borde vi finnas? Var finns våra existerande- och potentiella kunder? Vilka verktyg kan gynna ert företag?

2. Årsklocka

Gå igenom hela året och planera in vilka åtgärder som ni kan ta till för att öka synligheten (med hjälp av en enkel kalender)

- B2C: olika högtider
- B2B: viktiga händelser inom er bransch

3. Engagera hela personalen

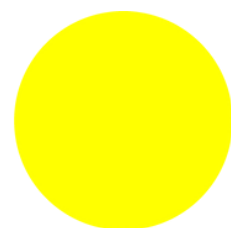
Gör det där lilla extra: Lämna ett "videobud" ta som exempel: Vaam

Boosting Digimarketing in Jakobstad Region.

www.jakobstadsregionen.fi

www.pietarsaareenseutu.fi

#världensbästaplatz #maailmanparaspaikka #thebestplaceintheworld



JAKOBSTADSREGIONEN
PIETARSAAREN SEUTU



Österbottens förbund
Pohjanmaan liitto

YRKESHÖGSKOLAN
NOVIA