



DIGITAALINEN MARKKINOINTI

Digitaalinen markkinointi tarkoittaa sitä, että sähköiset mediavälineet lisäävät tuotteiden myyntiä. Sähköisiä mediavälineitä ovat tietokoneet, älypuhelimet, tabletit, älytelevisiot ja pelikonsolit.

On tärkeää tietää, mitä mediaa eri kohderyhmät käyttävät ja miten heidät sieltä parhaiten tavoittaa. Esimerkiksi nuoret käyttävät digitaalisia laitteita ja ohjelmia, ja he kuluttavat ja tuottavat paljon sosiaalista mediaa. Digitaaliset laitteet, sovellukset ja mediat kehittyvät ja muuttuvat jatkuvasti. Siksi digitaalinen markkinointi vaatii sitä, että markkinointi pysyy ajan tasalla.

"Dataan kuuluvaa liiketoimintaa sanotaan datataloudeksi."

Digitaalinen eli sähköinen media tekee mahdolliseksi tiedon keräämisen kuluttajien käyttäytymisestä.

Esimerkiksi yritys voi seurata, mitä kuluttajat katsovat, kuinka kauan ja miten usein. Yritys voi analysoida ja selvittää, mikä sisältö toimii eri kohderyhmille ja mikä ei.

Jos yrityksellä on nettikauppa, sieltä yritys saa myös tietoa siitä, mikä sisältö on johtanut ostotapahtumaan. Tällaisella tiedolla eli datalla on paljon arvoa. Myös siitä käydään kauppaa. Dataan kuuluvaa liiketoimintaa sanotaan **datataloudeksi**.

Digitaalisessa markkinoinnissa tarvitaan taitoa ja luovuutta

Digitaaliset palvelut auttavat markkinoinnissa. Niillä voidaan saada kuluttajien huomio, mutta tärkeintä on digitaalisen markkinoinnin sisältö ja laatu.

Monet yritykset käyttävät esimerkiksi blogeja ja vlogeja. Bloggaajien ja vloggaajien eli videobloggaajien avulla yritys voi saada näkyvyyttä, joka on tehokasta, kohdennettua ja myönteistä. Todella monet vlogit alkavat maininnalla, että video on tuotettu kaupallisessa yhteistyössä yrityksen kanssa. Yrityksen nimi ja tuote tai palvelu näkyvät videossa.

Luovat ja kekseliäät kampanjat voivat saada suuren yleisön. Silloin mainosviesti voi siirtyä nopeasti kuluttajalta toiselle, koska he jakavat sitä toisilleen. Se on yritykselle kustannustehokasta, kun sitä vertaa perinteisiin markkinoinnin toimenpiteisiin.

Tehokas ja iso markkinointikampanja kuitenkin yhdistää perinteisiä ja digitaalisia keinoja sekä mediaa. Tärkeintä on, että viesti on yhtenäinen, tukee yrityksen tarinaa ja saavuttaa potentiaaliset eli mahdolliset asiakkaat.

Photo by Glen Carrie on Unsplash



Sosiaalinen media on tärkeä osa digitaalista markkinointia

Sosiaalinen media eli some tarkoittaa yhteisöllisiä verkkopalveluja, joissa käyttäjä voi tuottaa sisältöä tai kommentoida sitä. Yritys voi luoda oman profiilin ja kerätä sinne seuraajia.

Sosiaalisen median verkkopalveluita ovat:

- **Facebook**
- **Twitter**
- **LinkedIn**
- **Instagram**
- **Pinterest**
- **Snapchat.**

Sosiaaliseen mediaan kuuluu myös muita sivustoja, joissa käyttäjät tekevät sisällön, esimerkiksi:

- **Wikipedia**
- **blogit**
- **Chat-sivustot**
- **keskustelufoorumit.**

Nykyisin yritykseltä odotetaan, että se käyttää sosiaalista mediaa. Yrityksen täytyy tuottaa sisältöä ja seurata keskustelua sosiaalisessa mediassa. Keskusteluun täytyy osallistua aina, kun se on yrityksen edun mukaista.

Aikaisemmin yritykset pystyivät paremmin vaikuttamaan, mitä tietoa he välittivät kuluttajille. Nykyisin kuluttajat jakavat somessa tietoa keskenään. Monet tutkimukset osoittavat, että se vaikuttaa kuluttajiin enemmän kuin yrityksen mainokset. Kuluttajat ostavat helpommin tuotteita, joita ystävät tai muut mielipidejohtajat suosittelevat. Tämä haastaa yritykset kiinnittämään huomiota asiakaspalveluun ja asiakkaiden kokemuksiin.

Sosiaalinen media voi olla yrityksille haaste, mutta asiakkaille se on etu. Somessa asiakkaat saavat tietoa monista eri lähteistä, ja sen avulla he voivat löytää parhaan tuotteen tai palvelun.