



Kuinka digitalisoida b2b-liiketoimintaa yhdessä asiakkaiden kanssa

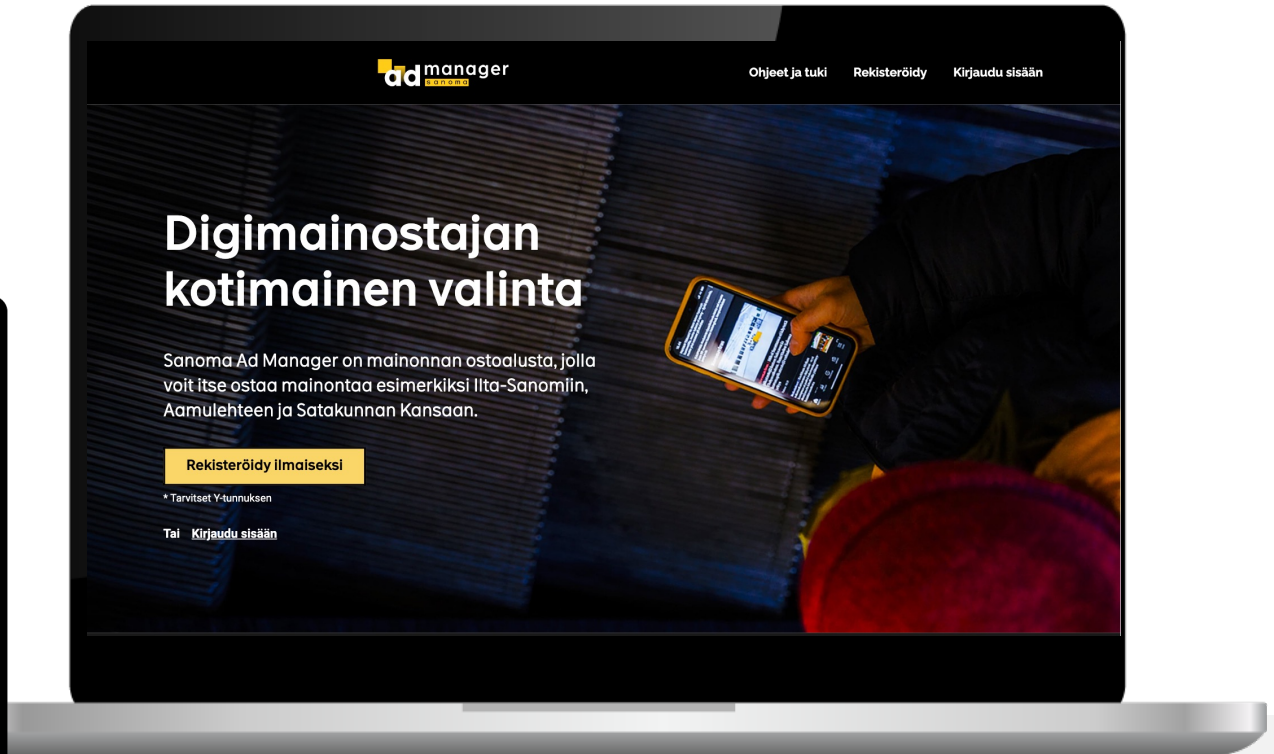
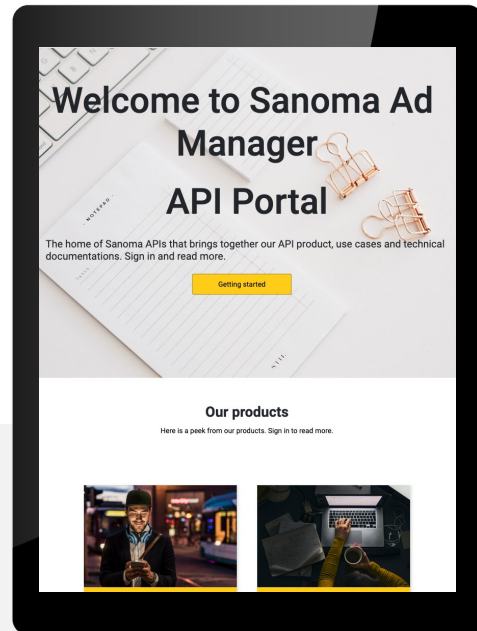
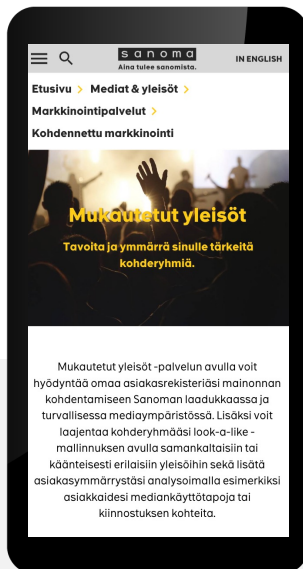
**AAPU VON CREUTLEIN
DEVELOPMENT MANAGER
B2B DIGITAL PLATFORM**

Esityksen teemat

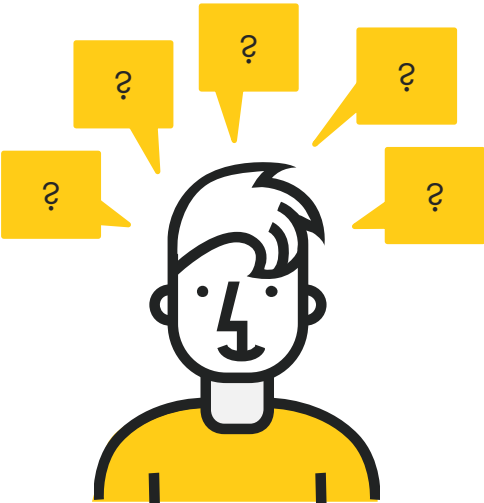
- ✓ Valottaa mitä Sanoma B2B:n kulisseissa tapahtuu
- ✓ Jakaa muutama viitekehys ja best practise
- ✓ Case Sanoma Ad Manager: Miten digitaalinen palvelu luodaan nollasta ja viedään kasvun kynnykselle



Sanoma Digital Platform – kokonaisuus uutta digitaalista liiketoimintaa



1. Aloita asiakkaasta



Ohje- ja tukikeskus

admanager

Sanoma

Demoympäristö

Sanoma Demo

Kirjaudu ulos

Ad Manager / Luo kampanja

Tallenna

Takaisin

Jatka

1 Valitse tavoite

2 Valitse kohderyhmä ja budjetti

3 Luo mainos

4 Tarkista ja vahvista

Luo mainos

Mainoksen sisältö

Kuva

Minimikoko 600 x 314 px • jpg tai png, tiedoston maksimikoko on 300 kb

Kuva*

SanomaB2B-tuotenosto-600x3

Valitse

Mainostajan nimi

Nimi *

Sanoma Ad Manager

15

Otsikko

Otsikko *

Digimainostajan kotimainen valinta

46

Kuvausteksti

Teksti (valinnainen)

Sanoma Ad Manager on mainonnan ostoalusta, jolla voit itse ostaa mainontaa esimerkiksi Ilta-Sanomasta.

Toimintokehoitepainike (CTA)

Kehoite, joka ohjaa käyttäjää tekemään halutun toiminnon

Toimintokehoite *

Rekisteröidy

Laskeutumissivu

Sivu, jolle käyttäjä ohjataan kun hän klikkaa mainosta

Verkko-osoite *

https://www.admanager.fi/?utm_source=sanomaRON&utm_medium=cpc&utm_campaign=sy,

Päivitä UTM-parametrejä

Esikatselu

MAINOS: SANOMA AD MANAGER

Digimainostajan kotimainen valinta

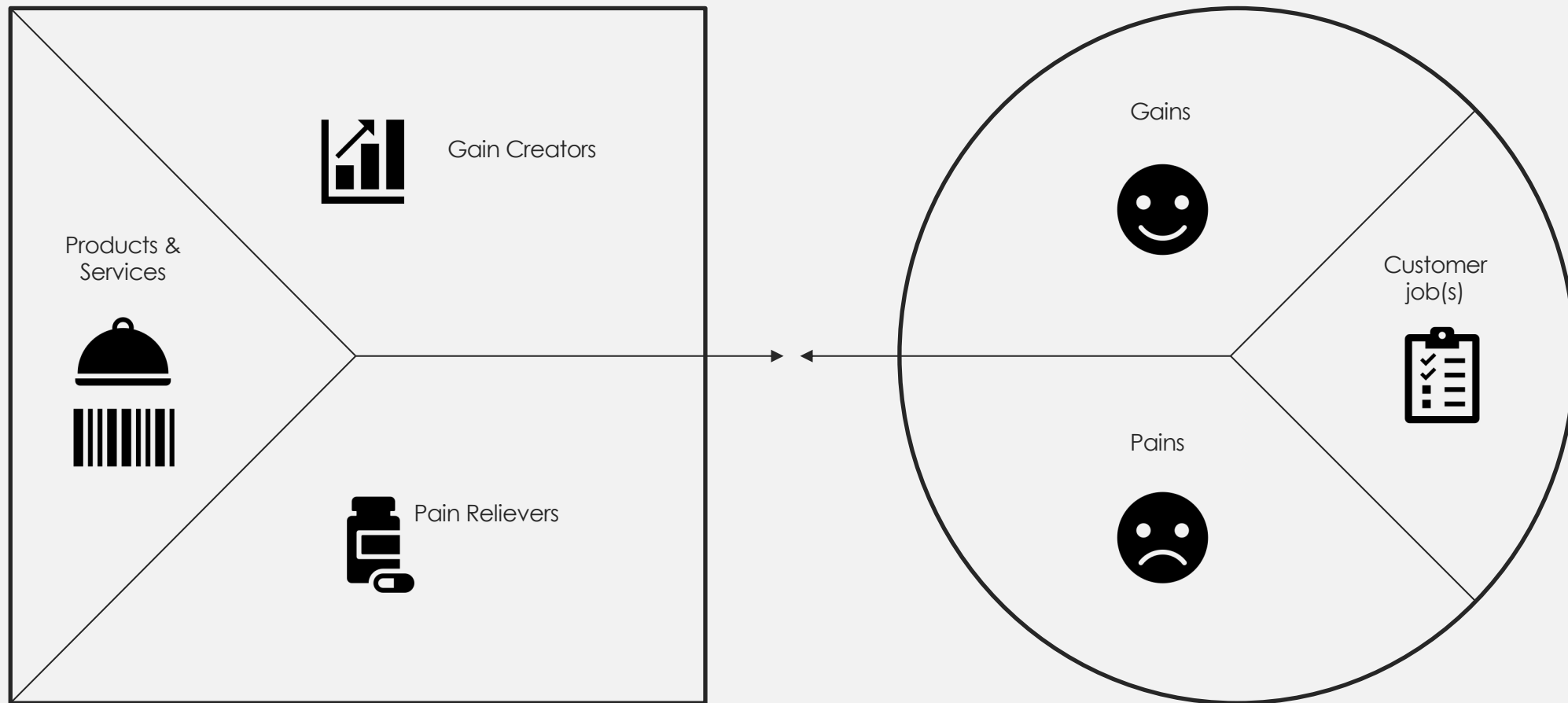
Sanoma Ad Manager on mainonnan ostoalusta, jolla voit itse ostaa mainontaa esimerkiksi Ilta-Sanomisiin, Aamulehteen ja Satakunnan Kansaan.

REKISTERÖIDY

Näkemäsi esikatselu on esimerkki joka pyrkii vastaamaan oikeaa mainosta, jonka asiakkaasi tulevat näkemään. Tarkastathan mainoksen sisällön niin tekstien kuin kuvien suhteen huolellisesti.

VALUE PROPOSITION CANVAS

2. Määritä arvolupaus



3. Tee itse ja säästä

https://admanager.fi/create-campaign

Ratkaisun valinta

Aineisto

Kampanja ja kohdentaminen

Lisää tilaajia (2 / 3)

Valitse kohdennukset

☐

Automaattinen optimointi

Järjestelmä optimoi kampanjasi automaattisesti siten että se kohdennetaan mainonnastasi kiinnostuneille ja siten, että saat mahdollisimman edullisen klikkihinnan.

Valitse demografia ja elämäntilvaihekohdennukset

Sukupuoli - Naiset

Valitse kontekstikohdennukset

Hyvinvointi

Valitse intressikohdennukset

Kuntoilu

Valitse ostoalekohdennukset

Jooga

Kohderyhmä

Kohderyhmän tiedot

Demografia: Naiset

Intressi: Kuntoilu

Kontekstikohdennus: Hyvinvointi, ravitsemus, liikunta, jooga...

Ostoalekohdennus: Jooga

Kohdentamisesta

Suosittelimme kohdentamaan harkiten.

Liian tarkka kohdentaminen johtaa yleensä liian pieniin kampanjakokoihin sekä monesti myös huonompiin tuloksiin. Kannattaa myös muistaa, että kohdennukset eivät ole 100% täsmällisiä ja tiettyjen kriteerien ulkopuolelta löytyy myös kohderyhmääsi.

Ad Manager

Tavoitelähtöinen ratkaisun valinta

Valitse kohderyhmäsi ja tavoitteesi

Haluan tavoittaa asiakkaani paikallisesti

Haluan tavoittaa kohderyhmäni

Saada lisää tilaajia



Kerro palvelustasi tai tuotteestasi lyhyesti ja ohjaa tilaamaan.

[Katso esimerkki](#)

Haluan esitellä tuotevalikoimaani



Nosta esiin 3-8 tuotettasi ja ohjaa niihin.

[Katso esimerkki](#)

Ohjata asiakkaita Facebook sivulleni



Hyödynnä Facebook sivusi tai mainoksesi aineistoa.

[Katso esimerkki](#)

Ohjata asiakkaita kotisivulleni



Liikennettä sivullesi mahdollisimman edullisesti.

[Katso esimerkki](#)

Ohjata asiakkaita sisältöihini



Ohjaa asiakkaita sekä kotisivullasi oleviin sisältöihin ja vuorovaikutukseen FB-sivullesi.

[Katso esimerkki](#)

Tavoittaa mahdollisimman paljon ihmisiä



Tavoita mainoksellasi mahdollisimman moni.

[Katso esimerkki](#)

4. Lanseeraa pian ja kevyesti

“Soft launch on yksi pelinkehittämisen haasteellisimmista vaiheista. Sen aikana pelitiimin luova visio sovitetaan yhteen pelaajien todellisen käyttäytymisen kanssa.

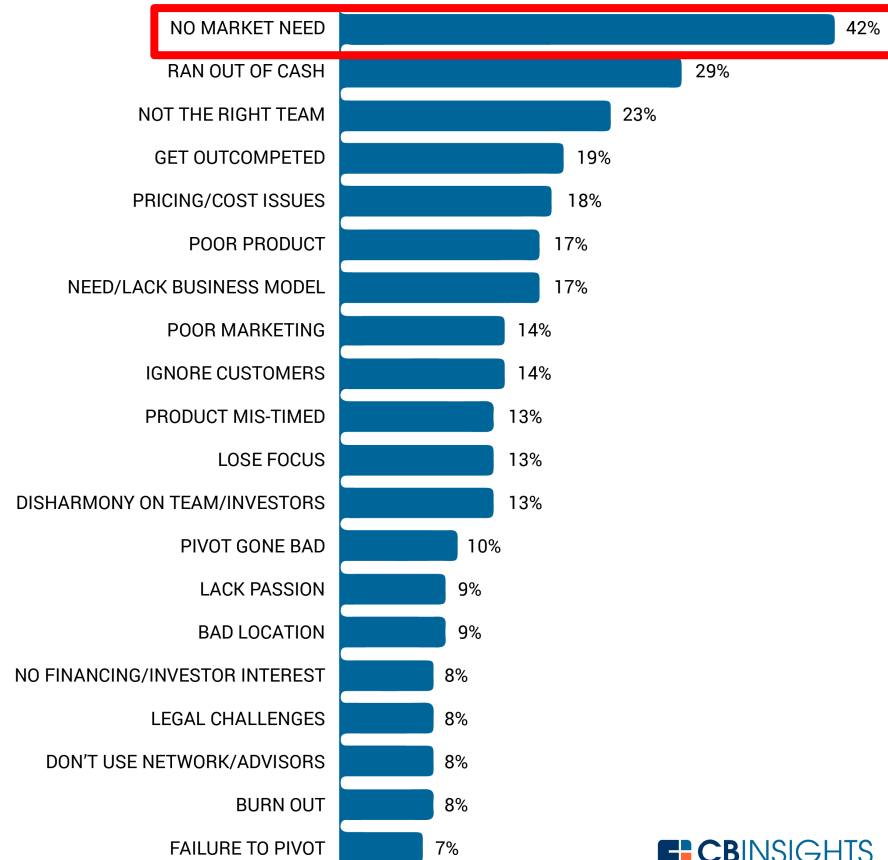
Tässä eivät käyttäjätutkimukset auta, koska ihmiset osaavat vastata niihin vain aiemman kokemuksen perusteella.

*Siksi peli pitää päästää aikaisessa vaiheessa ulos testattavaksi.”**

5. Varmista alustava product-market fit

THE TOP 20 REASONS STARTUPS FAIL

Based on an Analysis of 101 Startup Post-Mortems



CBINSIGHTS



Lähde: <https://www.entrepreneur.com/article/307724>

6. Arvioi product-market fitiä jatkuvasti



7. Tee tuotepäätökset asiakasarvo edellä, pienessä tiimissä



Lyhyen aikavälin
kehitys



Pitkän aikavälin
kehitys



Näin luot uuden digitaalisen palvelun tyhjästä:

1. Aloita asiakasymmärryksestä
2. Määritä arvolupaus
3. Tee itse ja säästä
4. Lanseeraa pian ja kevyesti
5. Varmista alustava product-market fit
6. Arvioi product-market fitiä jatkuvasti
7. Tee tuotepäätökset asiakasarvo edellä, pienessä tiimissä
8. **Skaalaa**

s a n o m a

Aina tulee sanomista.