

# MARKKINOINNIN TULOKSELLISUUS EI OLE MIELIPIDEKYSYMYKSI

ROMI-mallinnus markkinoinnin  
strategisena työkaluna

Anssi Saresvuo  
Customer Success manager  
Sanoma  
16.11.2021



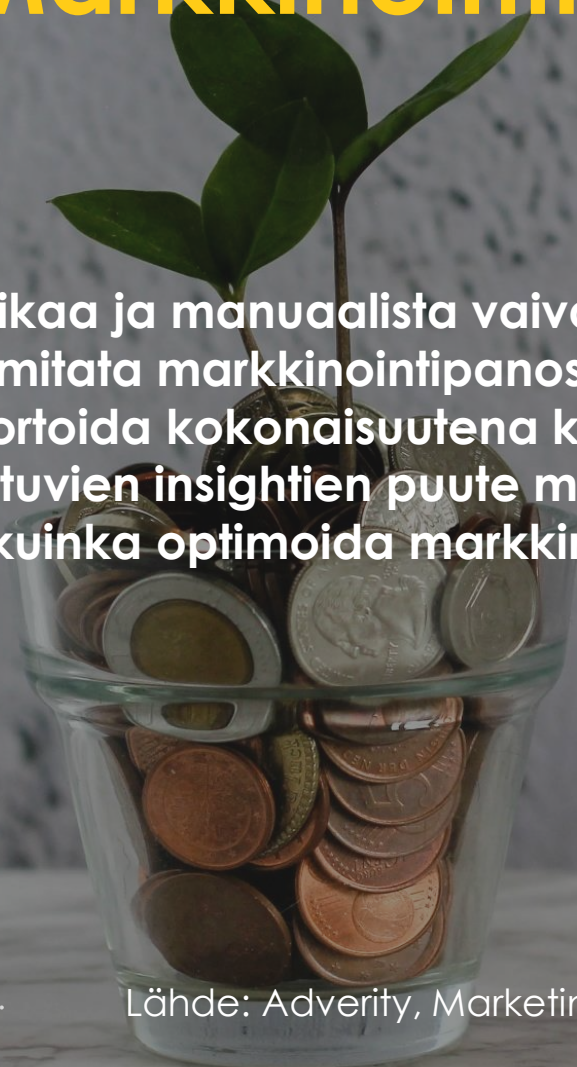


**Tiedolla johtaminen** on muotisana, joka kuulostaa hyvältä, mutta realisoituu vaihtelevasti.



# Markkinointipäättäjien haasteet:

1. Liian paljon aikaa ja manuaalista vaivaa tarvitaan datan kanssa säätämiseen raportointia varten
2. Kyvyttömyys mitata markkinointipanostusten ROI:ta
3. Haasteet raportoida kokonaisuutena kaikkia eri markkinointikanavia ja -toimenpiteitä
4. Dataan perustuvien insighttien puute markkinointistrategian ohjaamiseksi
5. Epävarmuus kuinka optimoida markkinointibudjettia





Markkinoinnin **tuloksellisuuden**  
**todentamisen** tarve yrityksissä on keskiössä.



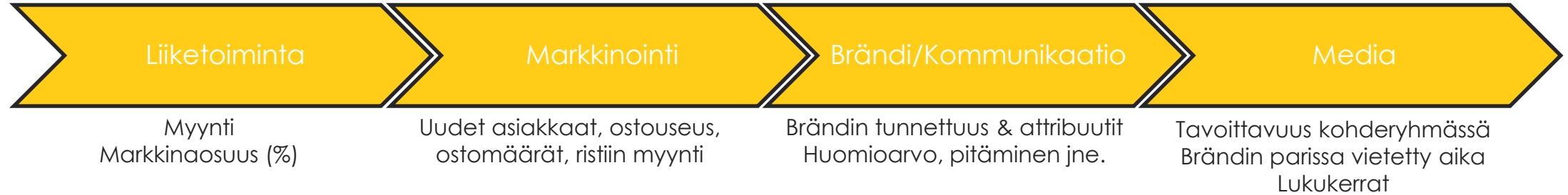




Markkinointipanostusten muuttaminen  
liiketoimintahyödyiksi, myynniksi  
ja kasvuksi on tiedolla johtamisen edellytys.

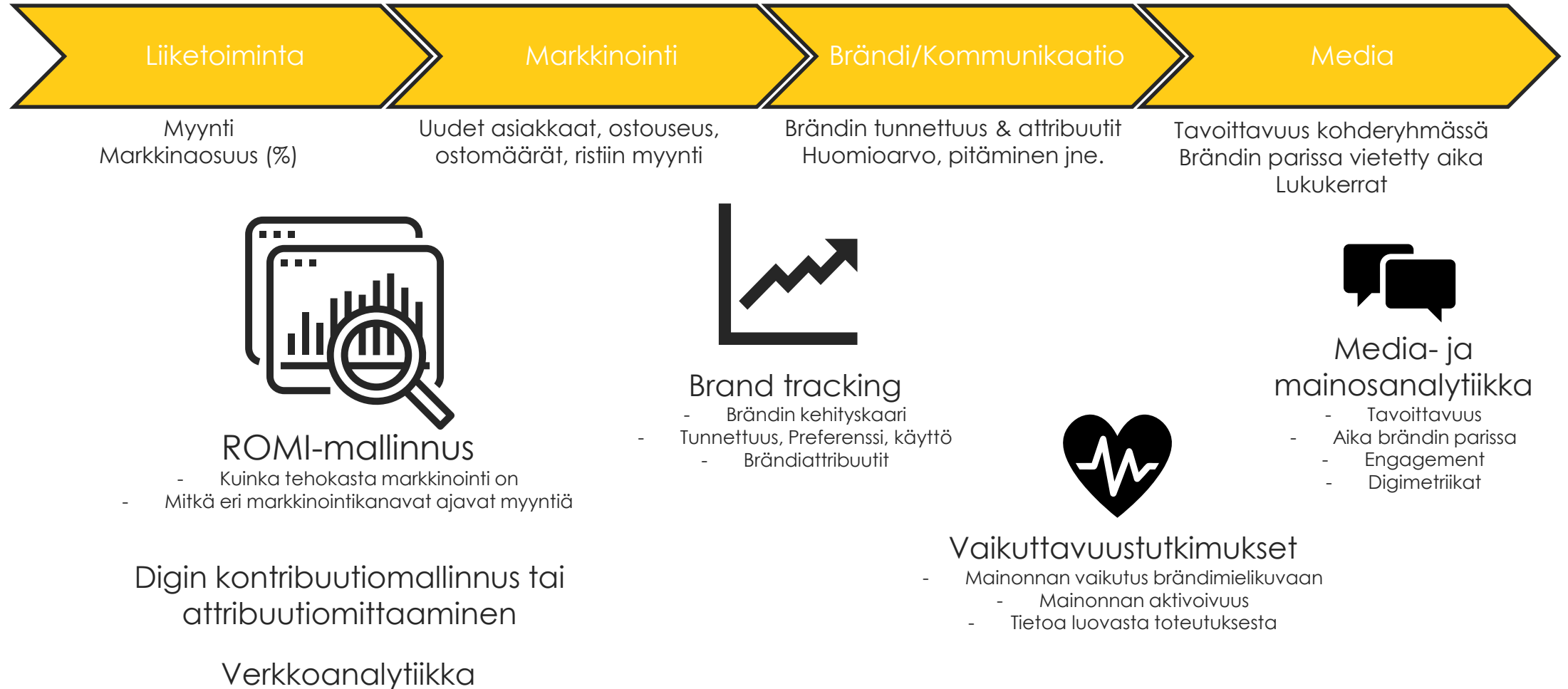
# MARKKINOINNIN TULOKSELLISUUS EI OLE MIELIPIDEKYSYMYS

## Tavoitteet ja mittaaminen




# MARKKINOINNIN TULOKSELLISUUS EI OLE MIELIPIDEKYSYMYS

## Tavoitteet ja mittaaminen



# ROMI-Mallinnus





ROMI-mallinnuksessa analysoidaan tilastollisin menetelmin ja tekoälyä hyödyntäen yrityksen liiketoiminnan avainmittareihin, kuten myynteihin tai asiakasvirtoihin, vaikuttavat eri tekijät.

# Ymmärrys kasvaa

ROMI-mallinnus kertoo, mistä elementeistä myynti rakentuu.



# MARKKINOINNIN TULOKSELLISUUS EI OLE MIELIPIDEKYSYMYS

## Ymmärrys

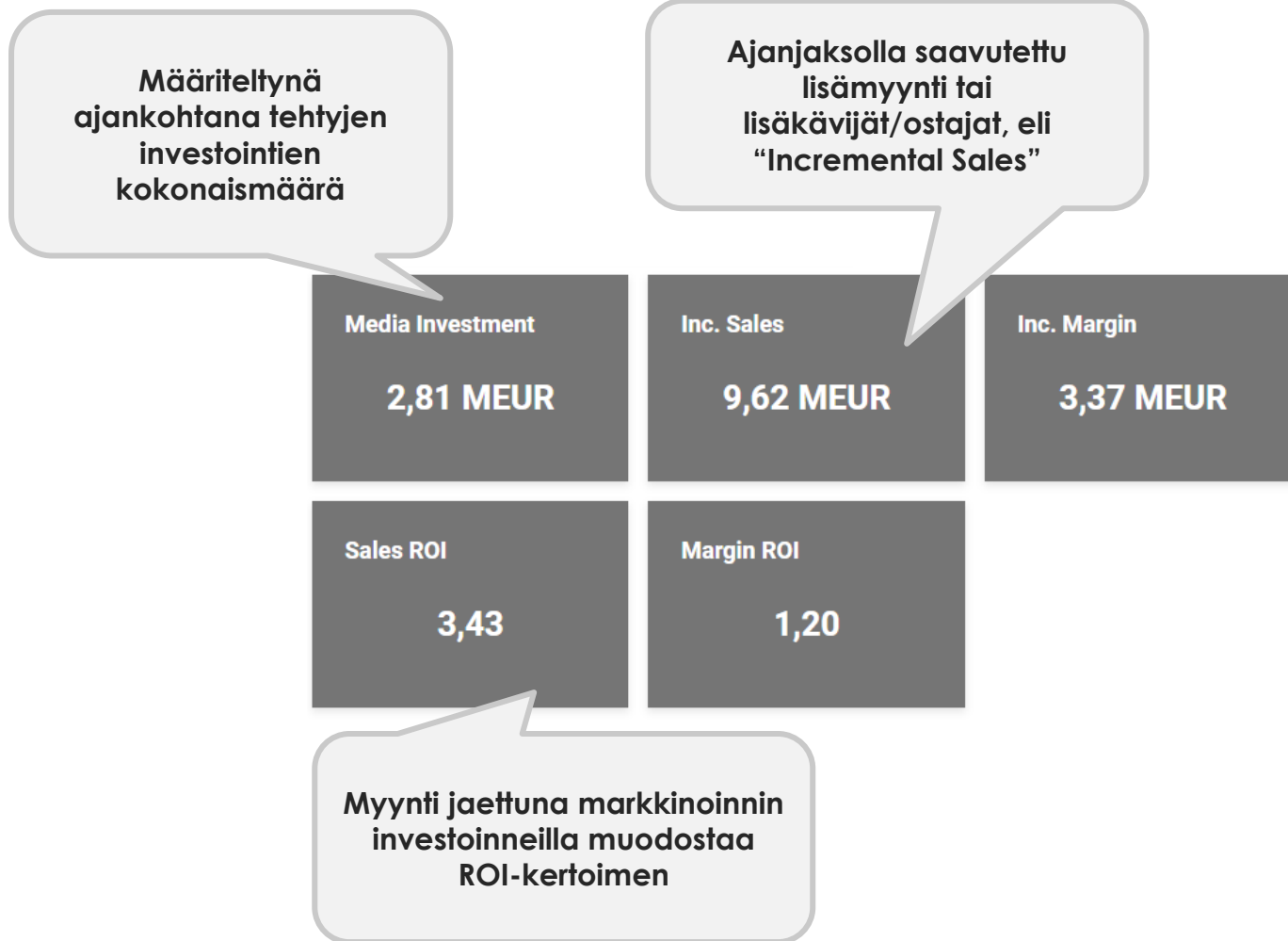
**Markkinoinnin vaikutus:**  
Markkinoinnin tuoma lisämyynti  
baselinen päälle

Esim. 12% myynnistä



# MARKKINOINNIN TULOKSELLISUUS EI OLE MIELIPIDEKYSYMYS

## Ymmärrys





# MARKKINOINNIN TULOKSELLISUUS EI OLE MIELIPIDEKYSYMYS

## Mahdollisuudet

- Markkinointi pystyy kommunikoimaan heidän tekemän työn ja median arvon konkreettisinä lukuina eteenpäin johdolle, hallitukselle ja sidosryhmille
- Optimaalisen markkinointi- ja mediabudjetin määrittäminen
- Business case budjetin lisäämiselle ja sen tuomalle lisämyynnille



# Kokonaisuuden mittaaminen

Mahdollistaa online- ja offline-kanavien  
mittaamisen samalla mitta-asteikolla.

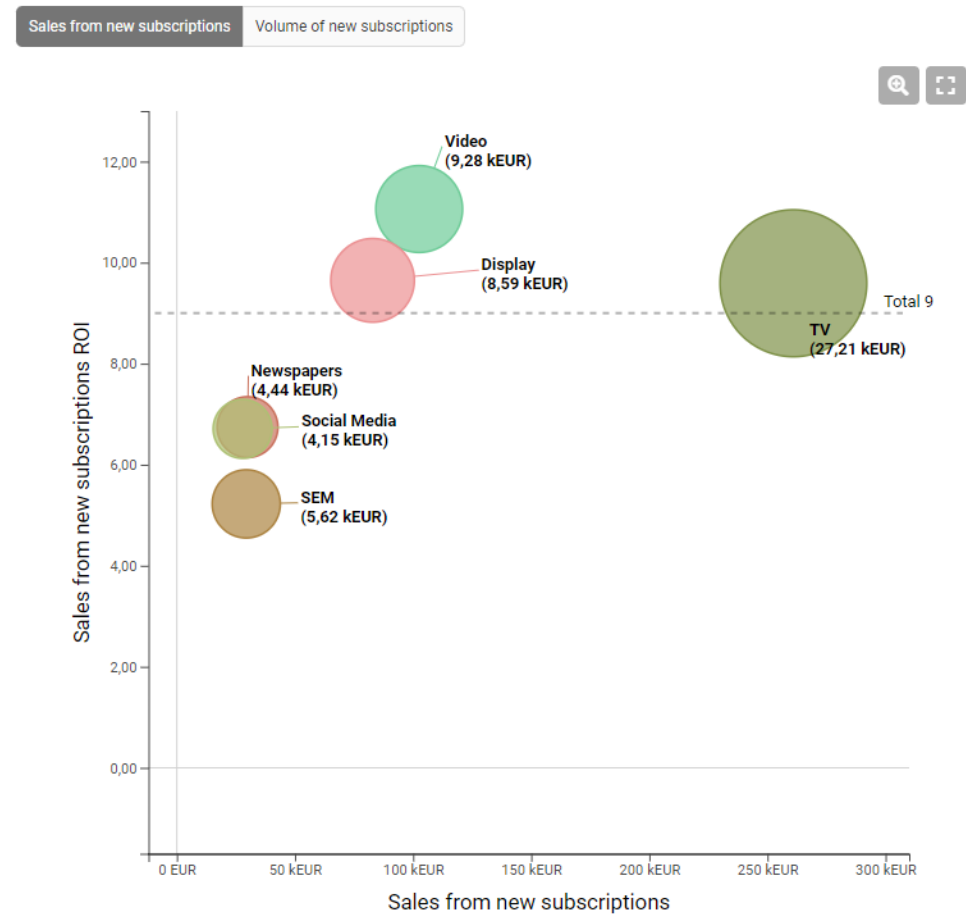
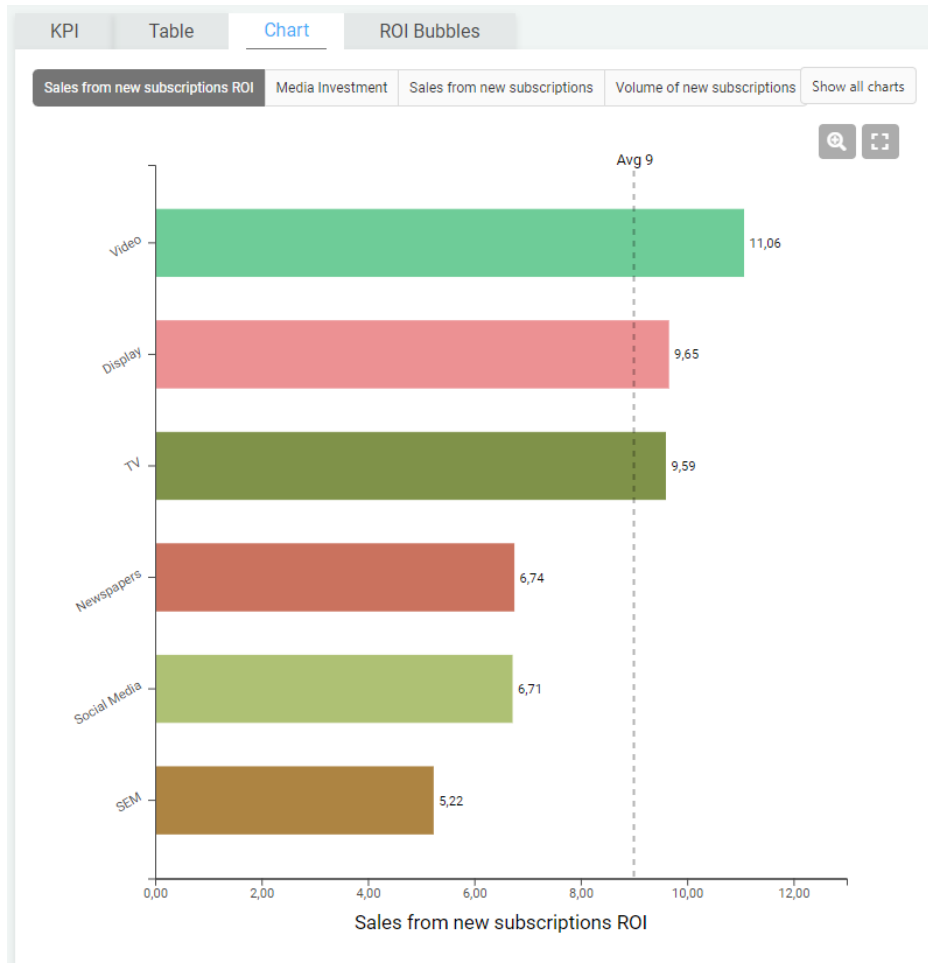


# Jatkuva optimointi

Toistuva mallinnus mahdollistaa jatkuvan näkyvyyden ja optimoinnin markkinoinnin tehokkuuteen

# MARKKINOINNIN TULOKSELLISUUS EI OLE MIELIPIDEKYSYMYYS

## Mediakanavat samalla lähtöviivalla





## MARKKINOINNIN TULOKSELLISUUS EI OLE MIELIPIDEKYSYMYS

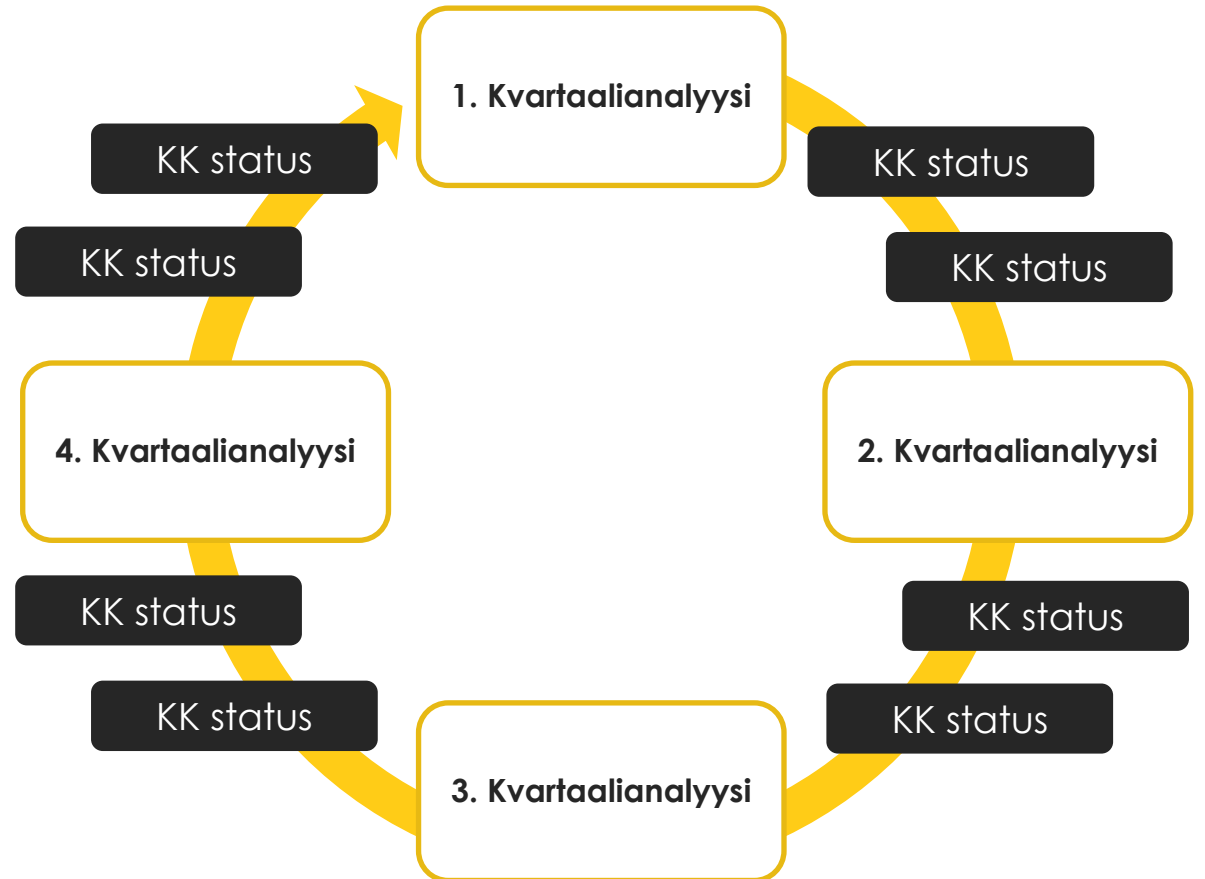
### Otetaan käyttöön ketterä, testaamiseen ja oppimiseen nojautuva toimintamalli

#### ✓ Kvartaalianalyysit

- Laajempi yhteenveto ja tavoitteet seuraavalle vuosineljännekselle. Yhteinen suunta ja ymmärrys prioriteeteista.
- Tavoite: Edellisen vuosineljänneksen analyysi ja opit. Seuraavan vuosineljänneksen tavoitteet ja suositukset.

#### ✓ Kuukausitiedot:

- ROMI-tulosten seuranta, hienosäätösuositukset ja optimointi
- Tavoite: Analyysi optimoinnin positiivisesta vaikutuksesta markkinoinnin tehokkuuteen ja etsitään tapoja parantaa tuloksia.



A photograph of an elderly couple jumping joyfully in a bedroom. The man is on the left, wearing a white t-shirt and grey pants, and the woman is on the right, wearing a white t-shirt and grey leggings. They are both smiling and holding hands. The room has white brick walls, a large window with white frames, and a bed with white linens. The overall mood is happy and energetic.

**Lisää tehoa** markkinointiin tyypillisesti  
**10-30%**



# Yhteenveto:

~~1. Liian paljon aikaa ja manuaalista vaivaa tarvitaan datan kanssa säätämiseen raportointia varten~~

**Uskalla lähteä muutosmatkalle ja rakenna itsellesi data-automatisoitu ROMI-mallinnus. Tutki ja analysoi muitakin relevantteja asioita. 😊**

~~2. Kyvyttömyys mitata markkinointipanostusten ROI:ta~~

~~3. Haasteet raportoida kokonaisuutena kaikkia eri markkinointikanavia ja -toimenpiteitä~~

**ROMI-mallintamalla kykenet mittaamaan kokonaisuuden ROI:n sekä pilkkomaan sen pienempiin tekijöihin.**

~~4. Dataan perustuvien insightien puute markkinointistrategian ohjaamiseksi~~

~~5. Epävarmuus kuinka optimoida markkinointibudjettia~~

**Mallinnuksesta saatavilla insighteilla saat markkinointistrategian tueksi paljon lisätietoa ja kaiken tarpeellisen markkinointibudjetin optimoimiseen.**



**s a n o m a**

**Aina tulee sanomista.**

**Kiitos!**