

LEADSPARK ✨

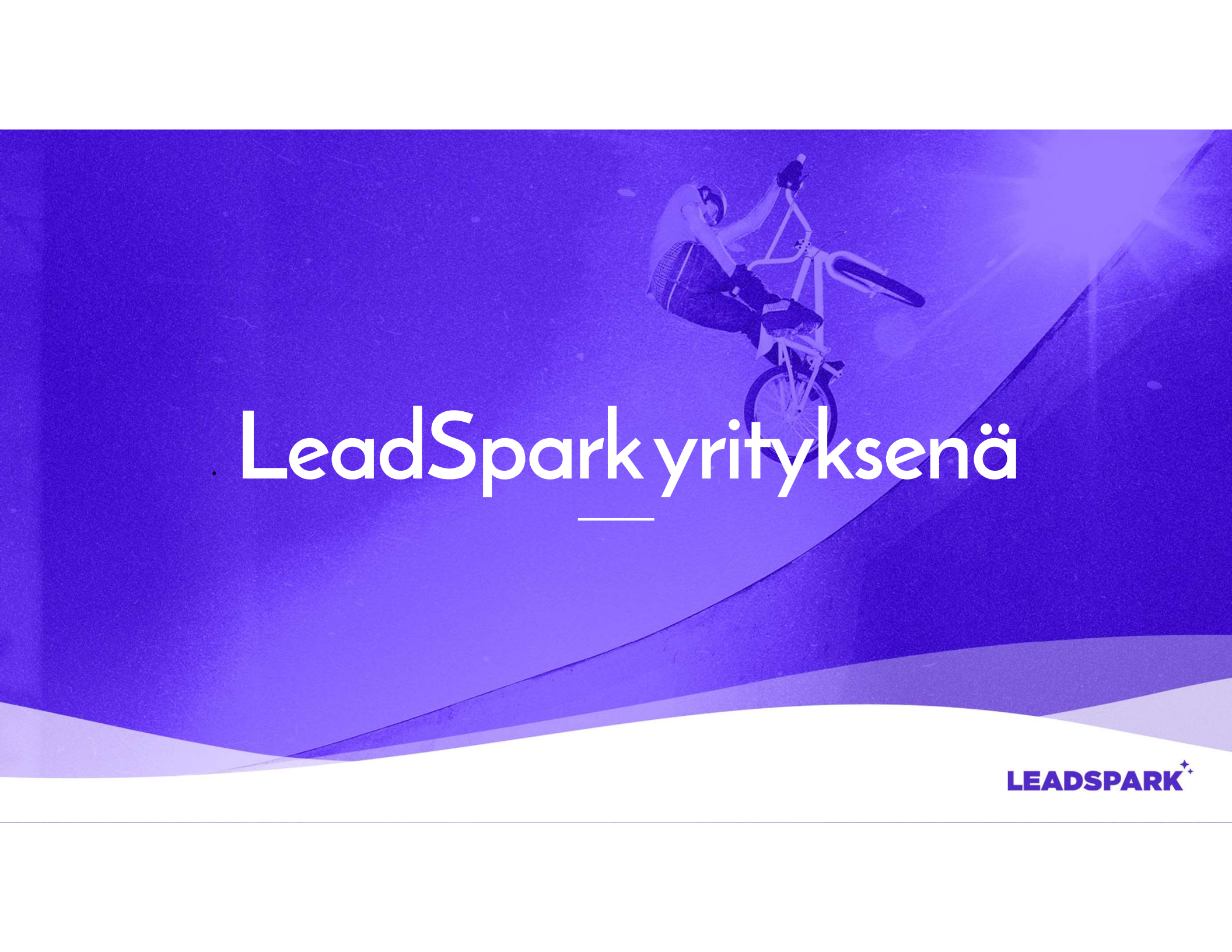
Kumppanisi
uusien asiakkaiden
hankintaan.



Esittely

- Reilun 20 vuoden kokemus media -ja markkinointialalta
- Liikkeenjohdon tehtävät mm. Itella (Posti) , Fonecta, Aller Media
- Erikoisosaaminen kuluttajadatan ja analytiikan saralla
- LeadSparkin toimitusjohtaja ja partneri

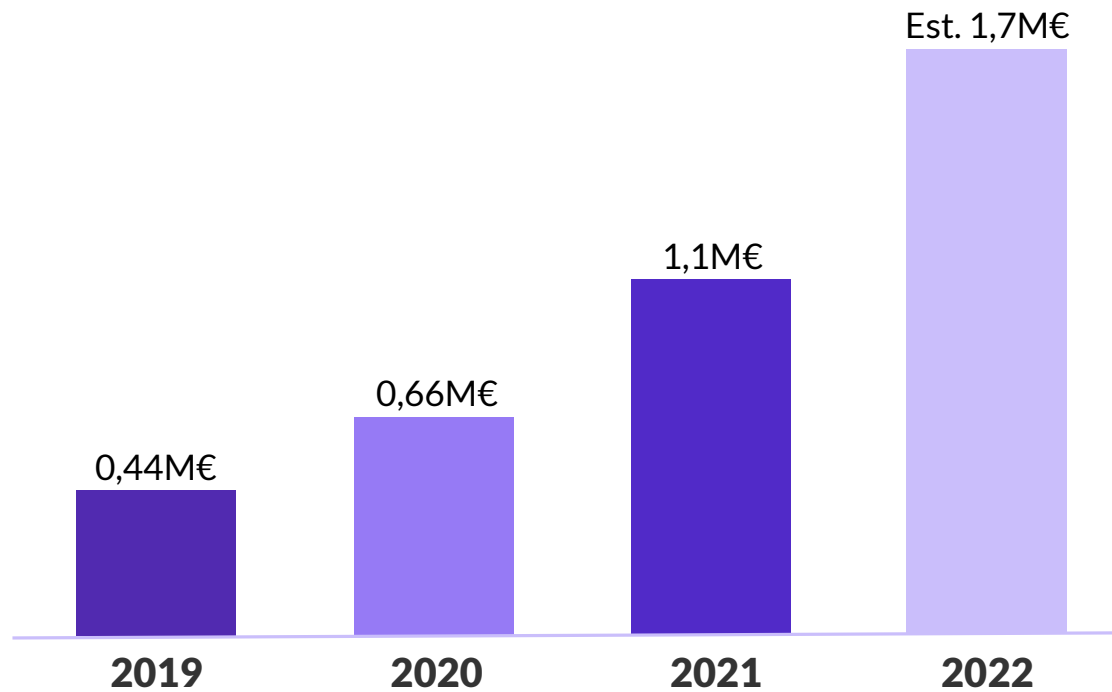




LeadSpark yrityksenä

LEADSPARK 

Kova kasvuvauhti päällä!



Kotimainen asiakashankintaan keskittynyt yritys

LeadSpark on suomalainen teknologiayritys, joka tuo **uusia kuluttaja-asiakkaita** eri alojen yrityksille, kuten teleala, elektroniikka, vakuutus ja terveydenhoito.

LeadSparkin palvelut tuotetaan huolellisesti yritysasiakkaiden toiveiden ja tarpeiden pohjalta. LeadSparkin **oma kyselyteknologia** ja **reaaliaikainen raportointi** mahdollistavat asiakkaalle juuri oikeat ja ostokiinnostuneet kuluttajaliidit ja soittokohderyhmät.

elisa

fortum

teva oomi

ifolor.

DNA

VATTENFALL

LEADSPARK⁺

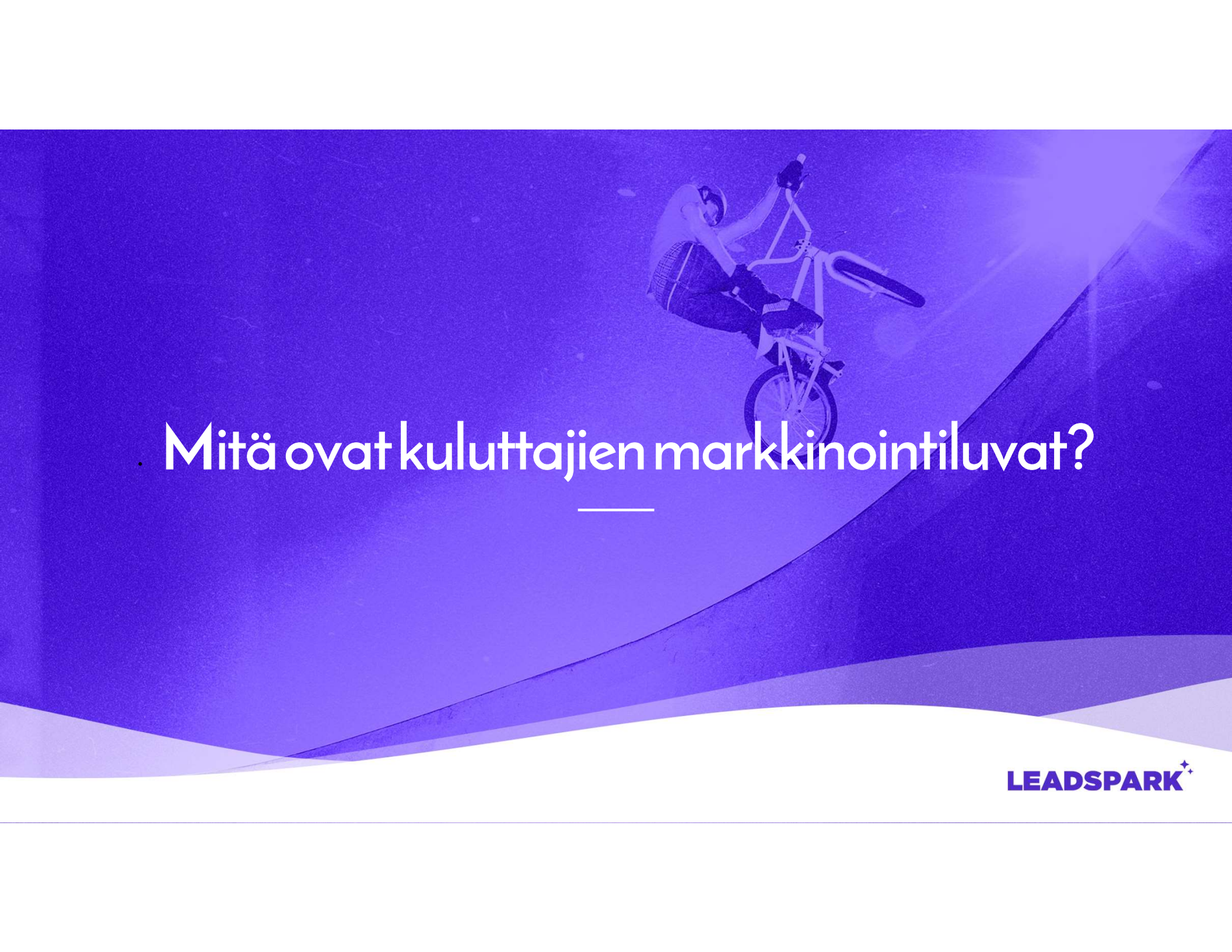
Miksi valita LeadSpark kumppaniksi?



Ainoa täysin suomalainen kuluttajaliideihin erikoistunut yritys, **ASML**-jäsen.

Oma, itse rakennettu pelkästään Lead Generation -kyselyyn rakennettu teknologia.

- ✓ **Liidien validointi** – esim. sähköpostien ja puhelinnumeroiden validointi, ristiinajo asiakkaiden omiin kantoihin sekä tarvittaessa ulkopuolisiin rekistereihin
- ✓ **Liidien automaattinen prosessointi** esim. toimitus asiakkaan toivomalla tavalla, oikeaan aikaan ja halutut määrät
- ✓ **Automaattinen optimointi datan perusteella**
- ✓ **Tuottavimpien kysymys- ja vastausvaihtoehtojen optimointi datan perusteella**

A person is riding a bicycle on a ramp, performing a trick. The image is overlaid with a solid blue color. A white horizontal line is positioned below the text.

Mitä ovat kuluttajien markkinointiluvut?

Kuluttajaluvat ja markkinasta yleisesti

Kuluttajaliidit/ kuluttajakontaktit/ kuluttajaluvat voidaan jakaa kaupalliseen ostamiseen ja yrityksen omaan tuottamiseen.

Pääosa kaupallisista ostetuista kuluttajaliideistä hyödynnetään telemarkkinoinnissa ja yrityksen itse tuottamista liideistä valtaosa menee sähköpostimarkkinointiin.



LEADSPARK

Kaupallinen ostaminen

Kylmä liidi

Kontakti joka poimitaan yleisestä kuluttajarekisteristä esim. numerokannasta
→ *Ei markkinointilupaa kuluttajalta*

Puolilämminliidi

Osallistunut kyselyihin, antanut markkinointiluvan

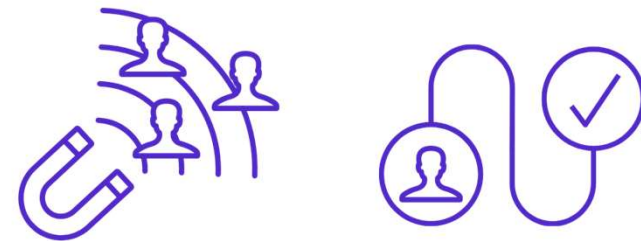
Lämminliidi

Kuluttaja kiinnostunut saamaan yhteydenoton juuri kyseiseltä yritykseltä

Yrityksen oma liidin kerääminen

Itsekerätty liidi

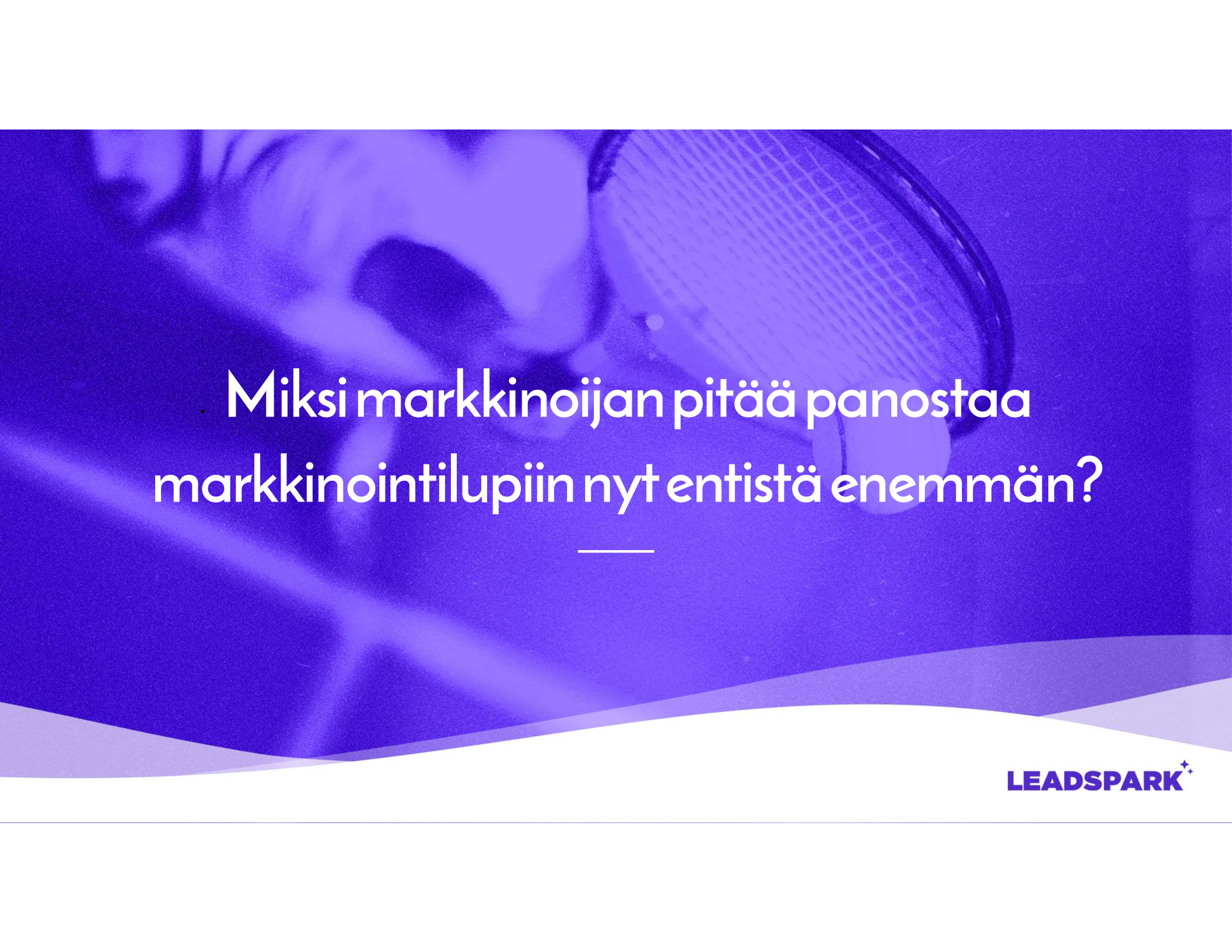
Nettisivut, kivijalka, Facebook, Instagram, liidin keräys teknologiat, jne...



Kaupalliset liidit (ostettavat markkinointiluvat)

Kaupalliset liidit (markkinointiluvat) ja niiden tuottaminen voidaan jakaa telemarkkinointilupiin ja sähköisiin markkinointilupiin.

- ✓ **Telemarkkinointilupia** keräävät yritykset, joiden myynnin pääasiallinen kontaktointitapa uusiin, potentiaalsiin kuluttajiin on telemarkkinointi (mm. vakuutusyhtiöt, sähköyhtiöt, operaattorit)
- ✓ **Sähköisiä markkinointilupia** kerätään pääsääntöisesti sähköposti uutiskirjekannan kasvattamiseen (mm. bränditoimijat, vähittäiskauppa)



Miksi markkinoijan pitää panostaa
markkinointilupiin nyt entistä enemmän?

Miksi markkinointilupia lisää?

- ✓ Suora kontakti kuluttajaan on huippuarvokas nyt ja jatkossa!
- ✓ Mahdollistaa monikanavaisen lähestymisen, email + SMS
- ✓ Evästemuutokset vaikeuttavat datan keräämistä
- ✓ Oma tekeminen riittää johonkin, mutta buustaamisen tarvitaan apuja!





LeadSparkin avaimet käteen-palvelut markkinoijalle

Audience – kuluttajakysely

- ✓ **Kilpailu.fi-sivuston kuluttajakysely**
Kilpailu.fi sivustolla olevan kuluttajakyselyn kautta tuotamme markkinointilupia kuluttajamarkkinointia tekeville yrityksille
- ✓ **Laadukkaita kuluttajakontakteja reaaliaikaisesti**
Mitä sujuvampi kilpailuun osallistuminen kuluttajalle sitä laadukkaampi kontakti asiakasyritykselle
- ✓ **Sähköpostiosoitteet ja puhelinnumerot**
Tuotamme asiakkuuksia telemarkkinointiin, sähköpostimarkkinointiin sekä SMS-markkinointiin.



Brand - räätälöity kampanja

Yritykselle räätälöity kampanjasivu. Tehokkaalla Brand-kampanjalla saat tele- ja sähköpostimarkkinointiluvat, sekä medianäkyvyyttä yrityksellesi.

- ✓ **Korkealaatuiset kontaktit**
Oikeasti ostokiinnostuneita kuluttajia
- ✓ **Läpinäkyvyys**
Mitä sujuvampi kilpailuun osallistuminen kuluttajalle sitä laadukkaampi kontakti asiakasyritykselle
- ✓ **Maksat vain määritellyt kriteerit täyttävistä vastaajista**
- ✓ **Medianäkyvyyttä yrityksellesi**



[illegible][illegible]

Valitse Apilanlehden kaunein astiasto



EN OSAA SANOJA

KILPAILU.FI | PALVELUN KÄYTTÖEHDOT | TIETOSUOJA



JÄTÄ YHTEYDENOTTOOPYNTÖÄ JA OSALLISTU ARVONTAAN

Jätä meille yhteystietosi, niin saat DNA:ta puhelini liittymätarjouksen puhelimitse. Sittoutuvan antaneiden kesken arvomme **Samsung Galaxy S20 5G**-puhelimien, jonka arvo on 999 €.

Kilpailupaikka 1.9.2020 – 31.12.2020. **Omaa arvonta!**

Syntymäaika

Mikä nykyinen puhelini liittymäsi on?

☐ DNA

☐ Telia / Sonera

☐ Moi Mobili

☐ Elisa / Saunalahti

☐ TeleFinland

☐ Prepaid tai muu

☐ Lisäksi haluan saada sähköpostitse, tekstiviestinä tai postitse DNA huipputarjouksia ja tietoja uutuuksista [Suoramarkkinointiviestit](#)

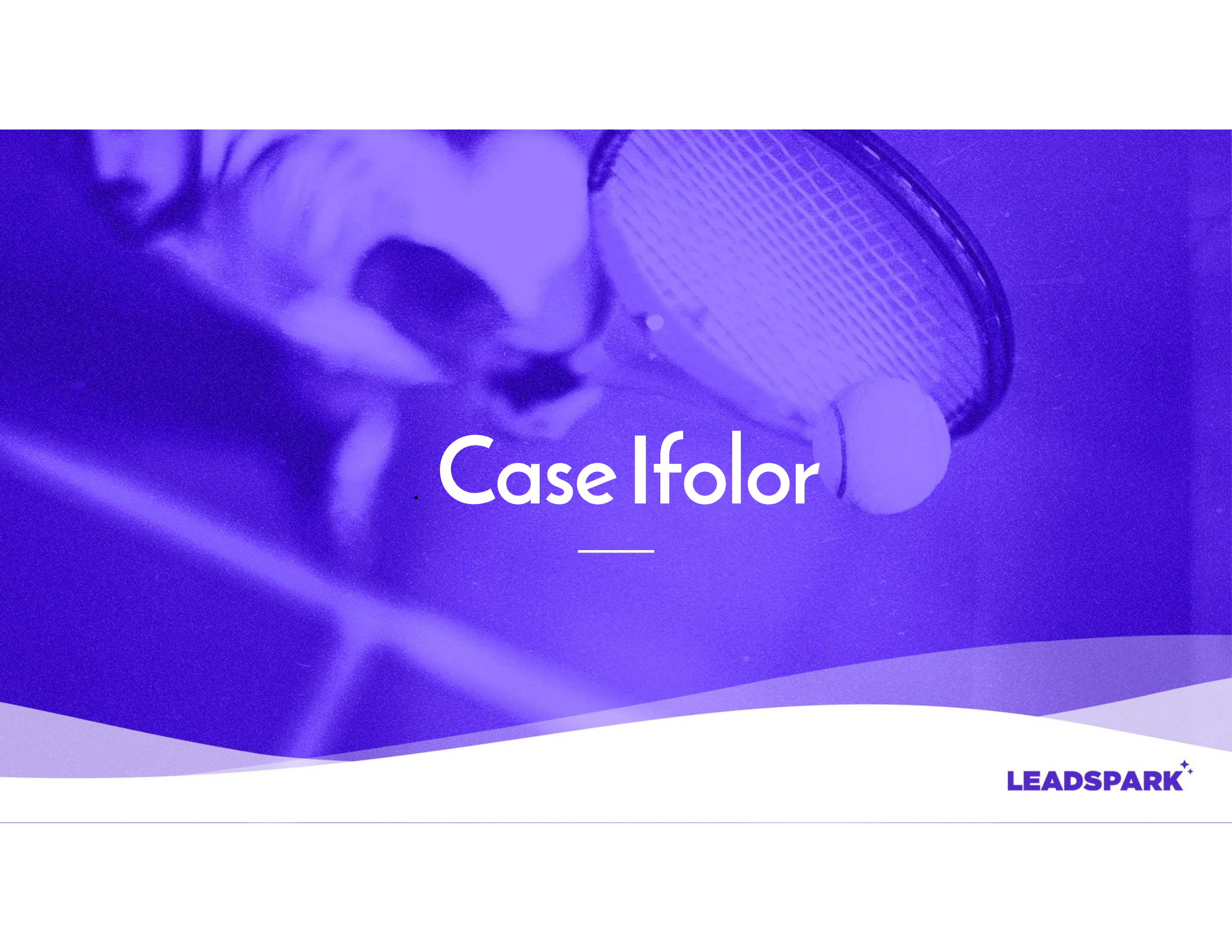
☐ Hyväksyn kilpailuehdot [lue lisää täältä](#).

OSALLISTU TÄSTÄ

~ Miten tietojani käytetään?

YHTEISTYÖSSÄ KILPAILU.FI | DNA SAANNOT | KILPAILU.FI KÄYTTÖEHDOT

YHTEISTYÖSSÄ



Case Ifolor

Lue lisää tästä.', 'Kyllä, hyväksyn ifolorin tietosuojaselosteen. [Tietosuojaseloste](#)', and 'Minua saa lähettää SMS-viestillä ajankohtaisia tarjouksia (1-4 kertaa vuodesta)'. A red button at the bottom says 'OSALLISTU TÄSTÄ'. At the very bottom, small text reads 'YHTEISTYÖSSÄ KUPALLI FI / ARVONKUN SAANOITTI / KUPALLI FI KÄYTTÖEHDOT'."/>

Asiakkaan tarve:

Lisää nopeasti ja tehokkaasti uusia uutiskirjetilaaajia (sähköinen markkinointilupa, sähköposti ja SMS)

Toteutus:

Räätälöity landing page, avaimet käteen-toimitus

Tulokset:

Aloittivat keväällä 2021 kampanjalla, Jatkoivat syksyllä ja nyt tekevät sitä meidän kautta jatkuvasti



Case: Ifolor

Ifolor päätti lähteä hankkimaan lisää uutiskirjeen tilaajia LeadSparkin avulla, koska GDPR:n myötä uudet asiakkaat ovat vähentäneet uutiskirjeiden tilaamista. Johanna näkee uutiskirjeen tärkeänä kanavana myynnin ja uusien tuotelanseerauksien kannalta. Uutiskirjeet ovat myös oiva kanava muistuttaa ja inspiroida asiakkaita luomaan kuvatuotteita esimerkiksi sesonkien alla.

Ifolor tulee jatkamaan uutiskirjetilaajien hankintaa, koska evästeiden poistuessa vuonna 2023 on entistä tärkeämpää löytää uusia asiakkaita. Ifolorin myyntipäällikkö, Valtteri Lauri kertoo heidän kokeilevan myös SMS-markkinointia, koska sen avulla voi helposti erottua lukuisten uutiskirjeiden joukosta.

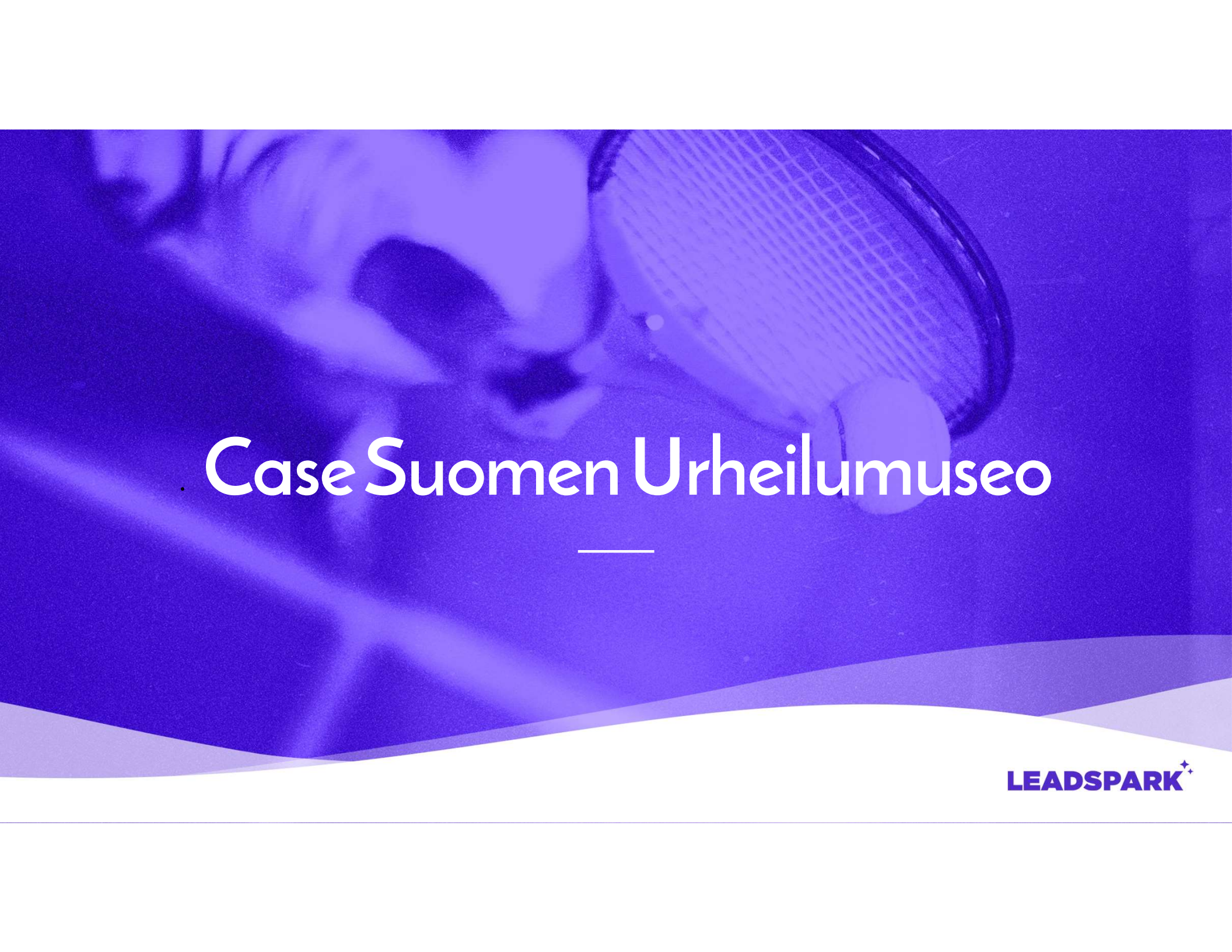
Ifolorin tiimi kertoo olevansa tyytyväinen yhteistyöhön LeadSparkin kanssa, ja Johanna kuvailee yhteistyötä seuraavasti: *"LeadSparkin kautta olemme saaneet kivasti uusia uutiskirjeen tilaajia Suomessa. Yhteistyö on ollut helppoa ja vaivatonta meille, kampanjat on saatu ketterästi pystyyn ja konsepti on selkeä."*



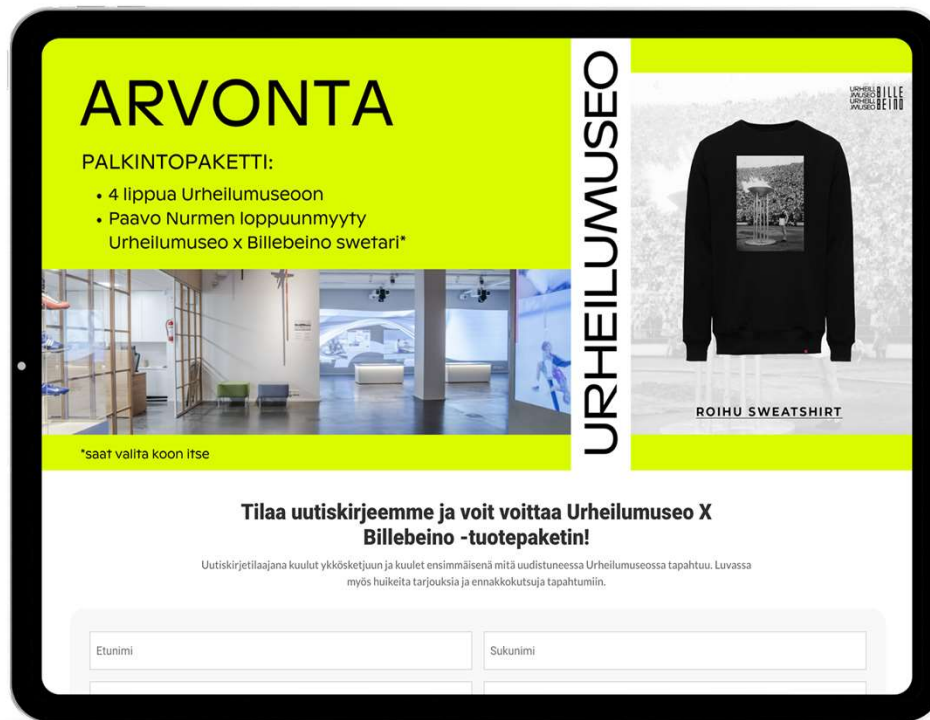
Johanna
Bussman-Laalo

Data, Loyalty ja Performance -
tiimin vetäjä, Ifolor

"LeadSparkin kautta olemme saaneet kivasti uusia uutiskirjeen tilaajia Suomessa"
"Yhteistyö on ollut vaivatonta meille, kampanjat saatu ketterästi pystyyn ja konsepti on selkeä"



Case Suomen Urheilumuseo



Asiakkaan tarve:

Lisää nopeasti ja tehokkaasti uusia uutiskirjetilaajia (sähköinen markkinointilupa, sähköposti)

Toteutus:

Räätälöity landing page, avaimet käteen-toimitus

Tulokset:

Toimitettiin marras-joulukuussa 3500 uutta markkinointilupaa

Case: Urheilumuseo

Urheilumuseon suurin syy hakea uutiskirjeen tilaajia on asiakaskunnan laajentaminen. Heidän asiakaskuntansa on melko ohut, ja perusasiakkaat koostuvat pitkälti urheilusta kiinnostuneista mieshenkilöistä. Uutiskirje on hyvä väline laajentaa asiakaskuntaa ja päivittää ihmisten mielikuvia Urheilumuseosta.

”Monilla on Urheilumuseosta vanhat, pölyttyneet muistikuvat, joista olemme uudistuneet valtavasti. Palveluita pitää avata, ja uutiskirje on siihen hyvä väline. Uutiskirjeellä on mahdollisuus tavoittaa satoja tai tuhansia ihmisiä. Emme voi kaikkia kävelyttää Urheilumuseoon.”

Urheilumuseon tavoitteena on jatkaa uutiskirjeen tilaajien hankintaa myös tulevaisuudessa. Tahtotilana on saada yrityksen sisäinen systematiikka kuntoon, ja juurruttaa uutiskirjeet osaksi rutiinia.

Jukka-Pekka kuvaa yhteistyötä LeadSparkin kanssa seuraavasti:

”Työskentely LeadSparkin kanssa on vastannut odotuksia. LeadSpark on kasvavalla alalla, ja teillä on uudet ja monipuoliset ratkaisuvaihtoehdot ja osaamista. Asiakkaista pidetään hyvin huolta. Suosittelen ehdottomasti LeadSparkia muillekin.”

”Työskentely LeadSparkin kanssa on vastannut odotuksia. LeadSpark on kasvavalla alalla, ja teillä on uudet ja monipuoliset ratkaisuvaihtoehdot ja osaamista. Asiakkaista pidetään hyvin huolta. Suosittelen ehdottomasti LeadSparkia muillekin”

URHEILUMUSEO



Jukka-Pekka
Vuori

Toimitusjohtaja, Urheilumuseo

Yhteenvetona:

- ✓ Panosta voimakkaasti markkinointilupien keräämiseen!
- ✓ Panosta voimakkaasti markkinointilupien keräämiseen!
- ✓ Panosta voimakkaasti markkinointilupien keräämiseen!

Kiitos!

LEADSPARK ✨



Sami Lahtinen

+ 358 40 825 3080

sami.lahtinen@leadspark.io