

Ole tunnistettava

Toistolla ja johdonmukaisella
ulkoasulla yritys tunnistetaan!



- **Logo, värit, fontit** ja tapa esittää asioita luovat yhtenäistä linjaa niin visuaalisissa materiaaleissa kuin kampanjaviestinnässä.
- **Toistolla** vahvistetaan viestiä ja luodaan mielikuvaa yrityksestä.
- Kun käytetään **tunnistettavia elementtejä** johdonmukaisesti ja isompaa kuvaa tarkastellen, saadaan aikaan yhtenäinen kokonaisuus.

Jos epäilet, että tunnistettavuudessa on parantamisen varaa, **kannattaa käydä läpi yrityksen käytössä olevat markkinointimateriaalit ja sisältö**, mitä eri kanavissa jaetaan. Näyttääkö selkeältä kokonaisuudelta? Jos ei, niin tunnistettavuuteen ja sen parantamiseen kannattaa käyttää hieman aikaa ja vaivaa.

Jos omat resurssit eivät riitä, niin apua kannattaa kysyä ammattilaisilta. 😊

Laatu korvaa määrän

Panosta merkitykselliseen
sisältöön.



Mitä asiakas haluaa nähdä ja miksi?

Miten saat oman tärkeän viestisi kuuluviin ja näkyviin?

Kun tarjontaa on paljon, voi asia ja sen ydin hautautua massaansa. Myös itse voi tahtomattaan sortua turhaan säätämiseen ja hukata sekä aikaa että rahaa, jos ideoita on liikaa tai ei osata päättää, miten viestiä viedään asiakkaiden tietoisuuteen.

Panosta laatuun, keskity olennaiseen ja tee mieluummin yksi asia kunnolla kuin kymmenen kiireellä. Kun on selvillä mitä tehdään, kenelle ja miksi, on aika keskittyä markkinoinnin viestin suunnitteluun ja toteutukseen.

Kun timanttinen idea on syntynyt, luo laadukas sisältö, jota voi käyttää monessa eri kanavassa. Panosta siis kerralla hyvään ideaan ja laadukkaan sisällön tuottamiseen ja luo yhtenäinen linja, jolla viesti viedään perille.

Tarinasi kertoo "miksi"

Tarinalla valotat arvojesi ja annat mahdollisuuden tutustua sinuun.



Hyvän tuotteen ja palvelun takana on taustatarina.

Tarina jättää elävämmän muistijäljen kuin tarkat tuotetiedot ja -selosteet. Kun kilpailu tuotteen tai palvelun myynnissä on kovaa ja laadulla, ominaisuuksilla tai hinnoittelulla ei saa aikaan suurta eroa myyjien välille, kuvaan astuvat mielikuvat ja tunne. **Se, joka kilpailutilanteessa antaa asiakkaalle positiivisimman tunteen, vie usein voiton.**

- Miksi jokin tuote tai palvelu on kehitetty?
- Millaista yrityksessäsi on olla töissä?
- Miten tuotteitasi valmistetaan?

Raota siis hieman kulisseja ja anna asiakkaille tunne, että heidän kannattaa valita juuri sinun tuotteesi tai palvelusi.