



Somestrategia-työkirja

# Mitkä ovat B2B-yrityksen tärkeimmät kanavat?

## Tee nämä ennen jakelun aloittamista

- 1 Kuka olet? Määrittele yrityksesi ydinviesti.
- 2 Ketkä ovat asiakkaitasi? Kuvaile tärkeimmät ostajapersoonat.
- 3 Miten autat asiakkaitasi? Sisältöstrategia määrittelee ne tärkeimmät teemat, joista viestit asiakkaillesi.



[www.verkkoasema.fi](http://www.verkkoasema.fi)

# B2B-yrityksen TOP5 tärkeintä kanavaa



## 1 Verkkosivut

Verkkosivut ovat digimarkkinointisi kotipesä. Kaikki liikenne eri kanavista ohjataan pääsääntöisesti tänne. Mitä tapahtuu, kun olet saanut asiakkaasi huomion? Millaista sisältöä verkkosivusi tarjoavat? Puhutko pelkästään itsestäsi vai tarjoatko verkkosivuilla apua asiakkaillesi? Mieti sisältö ja kävijäpolut huolella, muuten jakeluun käytetty panostus valuu hukkaan. Opi optimoimaan verkkosivujasi asiakkaita varten, katso veloitukseton webinaari: <http://bit.ly/2vtGCW9>



## 2 Facebook

Somekanavien jättiläinen eli Facebook tarjoaa mahdollisuuden massamarkkinointiin. Suuri yleisö viihtyy Facebookissa ja kanava tarjoaakin tehokkaan keinon tavoittaa tulevia asiakkaita. Hyödynnä Facebookia maksullisena medianä ja kohdenna viestisi tarkoin! Älä pelkästään postaile ja boostaile, vaan tutustu Facebookin tarjoamiin kohdentamismahdollisuuksiin: Ydinkohderyhmät, mukautetut kohderyhmät ja samankaltaisuuteen perustuvat kohderyhmät. Opiskele kohdentamaan paremmin, veloitukseton webinaari: <http://bit.ly/2TCOpIV>



## 3 LinkedIn

Asiantuntijasome LinkedIn kasvattaa suosiotaan jatkuvasti. LinkedIn:n feed päivittyy tiheään, kun käyttäjät ovat aktivoituneet keskustelun aloituksissa ja kommentoinnissa. B2B-yrityksen näkökulmasta kustannustehokkain keino saada näkyvyyttä LinkedIn:ssä on kannustaa johtoa ja asiantuntijoita mukaan LinkedIn:ssä tapahtuvaan keskusteluun. Yritystilin kautta tehdyt päivitykset näkyvät vain harvoille, sen sijaan henkilöprofiilien kautta tehdyt kiinnostavat keskustelunaloitukset saattavat parhaimmillaan tavoittaa satojentuhansien yleisön. Ilman mediabudjettia. Maksullisena medianä LinkedIn on huomattavasti kalliimpi kuin Facebook, mutta tarjoaa yhtä erinomaiset kohdentamismahdollisuudet. Opiskele hyödyntämään LinkedIn:n tarjoamaa näkyvyyttä ilman mainoskuluja, veloitukseton webinaari: <http://bit.ly/2wvd5LS>



## 4 Uutiskirjeet

Sähköpostispämmäys on menneen ajan markkinointia, mutta hyvin kohdennettu ja oikein ajoitettu viestintä toimii edelleen kuin häikä. Parhaimmat uutiskirjeet avataan 60-80 % varmuudella, koska viesti kiinnostaa ja on ajankohtainen. Jotta osataan ajoittaa uutiskirjeviestintä oikein, tulisi hyödyntää markkinoinnin automaatio -työkaluja, joita on markkinoilla saatavilla runsaasti ja järkevillä kuukauslisensseillä. Unohda kvartaalitetiedotteet ja opi lisää toimivasta uutiskirjeviestinnästä veloituksettomassa webinaarissa: <http://bit.ly/38o8y12>

## 5 Google

Hakujättiläinen Google on tarvelähtöinen kanava. Asiakkaat etsivät sieltä suoraan tietoa tuotteista/palveluista tai ratkaisua ongelmaansa. Tarjouspyynnön saavat ne yritykset, jotka ovat löydettävissä ja tarjoavat selkeimmän ratkaisuehdotuksen ongelmaan. B2B-yrityksen tulisi olla Googlessa esillä niillä avaintermillä, jotka liittyvät lähiseesti ydinliiketoimintaan ja ovat myös asiakkaille tuttuja. Tehokkain ja nopein keino saavuttaa näkyvyyttä valituilla avainsanoilla tietyllä maantieteellisellä alueella on Google Ads -mainonta. Opiskele kuinka voit hyödyntää hakukonemainontaa tehokkaasti: <http://bit.ly/2lkpSTK>



 Torikatu 26, 90100 Oulu, Finland  020 735 0299

 Myynti: [sales@verkkoasema.fi](mailto:sales@verkkoasema.fi)  Tuki: [tuki@verkkoasema.fi](mailto:tuki@verkkoasema.fi)