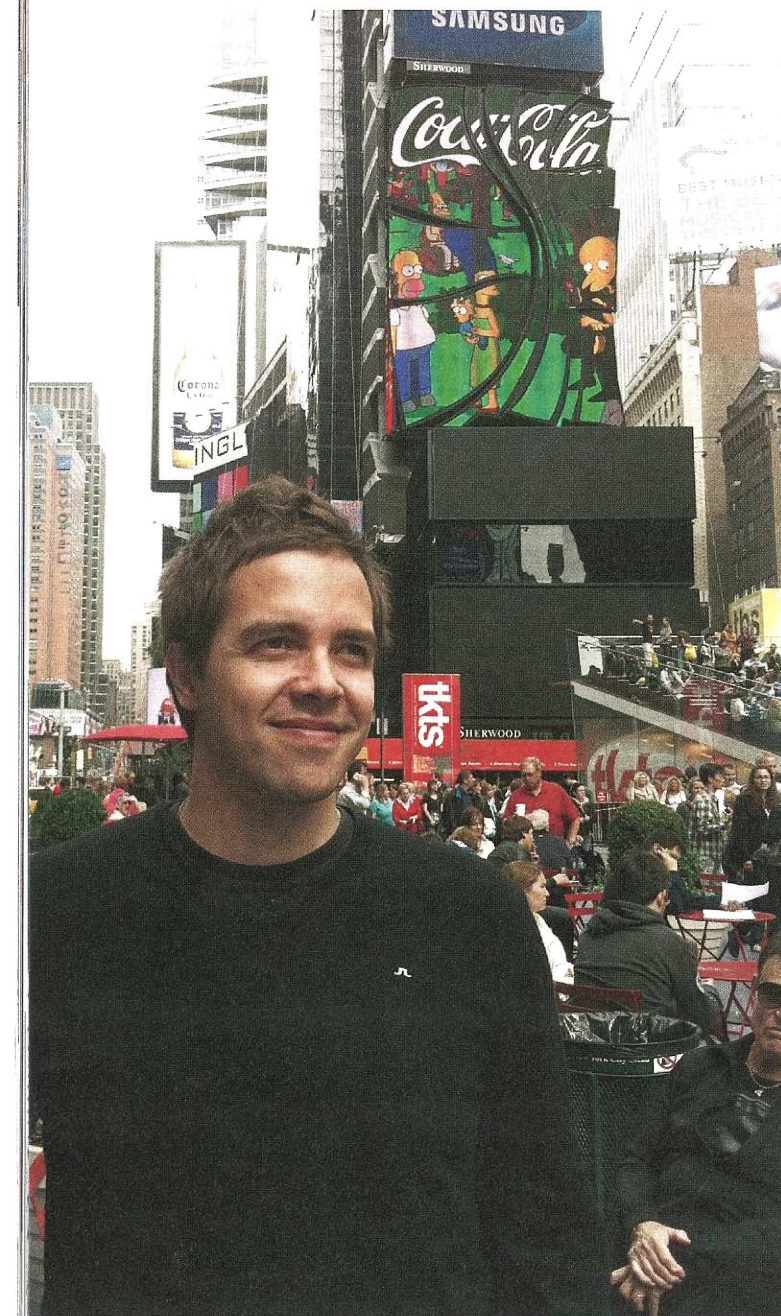


Kuinka tavoitat asiakkaan VERKOSSA 2012?

Facebookin käyttäjämäärä ylittää miljardin ennusteiden mukaan elokuussa 2012. Suomessa jo reilusti yli 100.000 päättäjää käyttää aktiivisesti LinkedIniä. Twitter on yleistynyt presidentinvaalien myötä. Sosiaalinen media on vahvistanut jalansijansa niin yksityis- kuin yrityselämässä. Mitä trendejä verkko tarjoaa liiketoiminnalle ja miten asiakas tavoitetaan?

Ilkka Kurkela, Johtamistaidon Opisto JTO, Digitaalisen myynnin ja markkinoinnin vastaava



Aluksi on syytä muistuttaa, että sosiaalisen median käyttö tarkoittaa nimenomaan vuorovaikutusta ihmisten välillä. Vaikka digitaalinen ympäristö onkin uusi, tekniikka on lopultakin vain toissijaista ja merkittävämpää on aito dialogi. Yrityksille avainasia on kuunnella asiakasta aktiivisesti, tarjota riittävän laajasti kanavia palautteen antamiseen ja keskusteluihin, sekä tietenkin mahdollistaa ostaminen. Keskeistä on, että verkkosivusi tukevat vuorovaikutusta mahdollisimman tehokkaasti.

Tässä muutama lähtökohta oman verkkostrategiasi suunnittelun pohjalle.

1. Kuuntele asiakasta ja reagoi nopeasti

Asiakkaan kuuntelemisen merkitys korostuu verkossa. Väitän, että ne yritykset menestyvät tulevaisuudessa parhaiten, jotka tavoittavat asiakkaansa verkossa, seuraavat keskusteluja aktiivisesti ja reagoivat niihin riittävän nopeasti.

Verkkokeskusteluiden seurantaa helpottamaan on sosiaalisen median esiinmarssin myötä kehittynyt lukuisia työkaluja, joiden avulla kone perkaa verkon sisältöä yrityksen määrittämillä hakusanoilla. Näin yrityksen tehtäväksi jääkin päättää se, mitkä aiheet ja avainsanat ovat sille merkityksellisiä. Ei siis tarvitse pelätä, että sosiaalisen median seuranta olisi aikasyöppö kaikkien työntekijöiden yrittäessä vimmattusti seurata kaikkea, mitä yrityksestä keskustellaan.

Johtamisen näkökulmasta kuuntelu ja reagointi edellyttävät resursointia, selkeää työnjakoa ja rohkeutta toimia riittävällä nopeudella.

2. Houkuttele laadukkaalla sisällöllä

Miksi asiakas haluaisi tulla vierailemaan yrityksesi sivuille? Kun tavoittelet asiakasta verkossa, avainasemassa on laadukas sisältö. Yrityksesi tulee aktiivisesti tuottaa asiakkaalle arvoa tuottavaa sisältöä, joka houkuttelee asiakasta sivuillesi. Sisältö voi olla ajankohtaisia uutisia, tutkimuksia, videoesittelyitä tai vaikkapa kyselyitä. Olennaista on, että sisältö linkittyy omaan liiketoimintaan ja että sijoitetaan nimenomaan omaan mediaan (esimerkik-

Kirjoittaja työskentelee New Yorkista käsin JTO:lle ja tarkkailee digitaalista liiketoimintaa ja sosiaalisen median yrityskäyttöä Amerikassa. Jos haluat lisätietoja, ota yhteyttä ilkka.kurkela@jto.fi tai tutustu kirjoittajan blogiin osoitteessa <http://www.jto.fi/ilkka-kurkelan-blogi>.

si yrityksen omaan blogiin). Laadukasta sisältöä on kustannustehokasta markkinoida sosiaalisessa mediassa ja kokonaisvaltaisesti markkinointiviestinnässä.

3. Mahdollista ja kannusta sisällön jakamiseen

Kun sisältösi on riittävän laadukasta ja se tarjoaa asiakkaalle jotakin arvokasta, yrityksen tehtävä on mahdollistaa ja kannustaa asiakastasi sisällön jakamiseen, tai vaikkapa kommentointiin. Ajatuksena on, että asiakas itse jakaa sisältöä omalle verkostolleen ja siten markkinoi yritystäsi. Käytännössä tämä tarkoittaa esimerkiksi blogien kommentointimahdollisuutta ja Facebook, LinkedIn, ja Twitter -nappien lisäämistä sisältösi yhteyteen. Näin rakennat myös vuorovaikutusta asiakkaasi kanssa.

4. Aktivoi ostamiseen

Perinteinen myynnin ohje pätee myös verkossa: "Aina kun kohtaat asiakkaan, mahdollista tuotteesi ostaminen." Asiakkaalla on oltava mahdollisimman vaivatonta ostaa tuote mistä tahansa verkosta. Helppo tapa on pitää nettisivuilla yhteystiedot näkyvillä selkeästi ja linkit tuotteiden ostamiseen vaikkapa verkkokaupastasi.

5. Johtajuus ratkaisee

Edellä esittämäni toimintatavat ovat mahdollisia vain, kun taustalla on johdon vahva tuki, selkeät toimintamallit ja yhteiset tavoitteet. Elinkeinoelämän valtuuskunnan raportin "Suora yhteys - Näin sosiaalinen media muuttaa yritykset" (2011) keskeinen havainto oli, että vain yritykset, jotka kykenevät reagoimaan muutoksiin nopeasti ja hyödyntämään sosiaalista mediaa liiketoiminnassaan, tulevat menestymään jatkossa.

Erityisen suuressa roolissa ovatkin johtamistaidot ja johdon rohkeus panostaa uuteen toimintaympäristöön sen edellyttämällä laajuudella. Muuttuva maailma edellyttää aivan erityistä ketteryyttä organisaatiolta, jolloin muutosjohtamisen taitojen merkitys korostuu.

Uskon, että oikein johdettuna sosiaalinen media hitsaa vahvasti yhteen liiketoiminnan eri osa-alueita ja eheyttää toimintaa samansuuntaiseksi. Tämä integraatio tarkoittaa, että perinteiset rajat markkinoinnin, myynnin, tuotekehityksen, viestinnän ja asiakaspalvelun välillä kaatuvat vähitellen. Myös yrityksen ja asiakkaan välinen raja hämärtyy, kun toiminta muuttuu entistä läpinäkyvämmäksi.

Asiakas onkin verkon myötä yhä tiiviimmin läsnä yrityksen toiminnassa aina tuotekehityksestä jälkimarkkinointiin asti. Tärkeää onkin säilyttää ja kehittää avointa dialogia asiakkaiden kanssa. Kuuntelemisen tärkeyttä ei koskaan voi korostaa liikaa.

www.linkedin.com/ilkkakurkela
www.twitter.com/ilkkakurkela

Tiesitkö että

Verkkoaktiivisuuden moniulotteiset hyödyt

Yritys hyötyy aktiivisesta toiminnasta verkossa ja sosiaalisessa mediassa monin tavoin. Eräs merkittävimmistä eduista on hakukonenäkyvyyden parantuminen. Yrityksen toiminnan aktiivisuus sosiaalisessa mediasa nimittäin korreloi suoraan tuotteiden hakukonenäkyvyyteen. Kun yritys perustaa esimerkiksi Facebook, LinkedIn, Twitter, Youtube -profiileja ja päivittää niihin laadukasta sisältöä riittävän usein, paranee hakukonenäkyvyys huomattavasti. Kukapa ei tahtoisi, että oma palvelu tai tuote löydetään niillä hakusanoilla, jotka ovat kaikkein tärkeimpiä? Toisaalta en suosittelen perustamaan profiileja ilman selkeää suunnitelmaa. Profiileja on aktiivisesti päivitettävä, ja hyödyn maksimoimiseen vaaditaan myös ripaus teknistä osaamista.

Eväitä hyvään
esimiestoimintaan,
kehittämiseen,
tuottavaan työhön
ja työhyvinvointiin

LEAN - KÄYTÄNNÖN PERUSTEET

Johdatus Lean-ajatteluun: Aluksi standardoidaan prosessit, jolloin havaitaan hukat ja mahdolliset ongelmat. Tietoja hyödynnetään jatkuvan parantamisprosessin käynnistämiseksi. Kesto 2 pv. Ajankohdat: 18. - 19.4. Lisätietoja: www.jto.fi/vaki

TYÖNTUTKIMUS- JA MITTAUSTUTKINTO

Osallistu työmarkkinajärjestöjen hyväksymään ohjelmaan, saat erinomaiset valmiudet tutkia, mitata ja kehittää työtä, työmenetelmiä ja palveluprosesseja. Ohjelman kesto 12 pv. Aloitus 16.4. Lisätietoja: www.jto.fi/tymi

KANNATTAVA ALOITETOIMINTA

Henkilöstön ideat tehokkaaseen käyttöön, aloitetoiminta yrityksen kehittämismuotona, palkitseminen, aloitetoiminnan viimeismät kehityssuunnat. Valmennus on tarkoitettu koko henkilöstölle. Kesto 1 pv. Ajankohta: 22.3. Lisätietoja: www.jto.fi/aloite

TYÖTURVALLISUUSKORTTIKOULUTTAJA-TÄYDENNYSKOULUTUS

Täydennyskoulutuksen hyväksytysti suorittaminen oikeuttaa Työturvallisuuskortin jatkokurssien järjestämisen sekä kurssinjohtajana edelleen toimimiseen eli kouluttajaoikeuksien päivittämiseen viideksi vuodeksi. Kesto 1 pv. Ajankohdat: 18.4., 4.9. ja 30.10. Lisätietoja: www.jto.fi/turkojatko

TYÖHYVINVOINTIKORTTIKOULUTUS

Koulutuksen teemoja ovat työhyvinvoinnin näkökulmat, työhyvinvointi johtamisessa, työyhteisön toiminta ja terveys ja työkyky. Koulutus on tarkoitettu mm. esimiehille ja työsuojelun yhteistointahenkilöstölle. Kesto 1 pv. Ajankohta: 24.4. Lisätietoja: www.jto.fi/tyhykortti

ESIMIESTAIDOT KÄYTTÖÖN (ETK)

ETK 1 tarjoaa konkreettisia taitoja jokapäiväiseen esimiestyöhön ja vuorovaikutustilanteisiin sekä aloitteleville että kokeneille esimiehille. Ohjelma luo valmiuksia hyvään esimiestyöhön ja itsensä kehittämiseen. ETK 2 soveltuu esimies- ja johtotehtävissä toimiville, jotka haluavat syventää ja monipuolistaa käytännön esimiestaitoja. Kummankin ohjelman kesto 5 pv.

- ETK 1 Kirkkonummella, aloitus 12.4., 20.9. ja 25.10.
- ETK 1 Turussa, aloitus 26.9.
- ETK 2 Kirkkonummella, aloitus 27.9.

Lisätietoja:
www.jto.fi/etk1 ja www.jto.fi/etk2

Lisätietoja myös numerosta 010 7555 440.

JTO | JOHTAMISTAIDON
OPISTO

KOULUTUS

KEHITYS

www.jto.fi