



# Markkinointi- ja mainontatavat

Sähkö- ja teleurakoitsijaliitto STUL ry  
Satu Lehtonen

LÖYDÄ SÄHKÖMIES 

## ■■■ Kysyntä pitää luoda

---

- Tavalliset ihmiset eivät tiedosta kotiensa sähköistyksen puutteita / mahdollisuuksia
- Tavalliset ihmiset eivät tiedä, mistä löytää sähkömiehen, sähköurakoitsija-nimike vieras
- On tavanomaista, että kaupantekoa edeltää markkinointi ja myynti
- Paras markkinointikeino on henkilökohtainen myyntityö. Ajan riittävyys?

## ■ ■ ■ Mitä markkinointi on?

---

- Viestintää ja asiakaskohtaamisia tavoitteena kannattava kaupanteko: jokainen kohtaaminen hyötykäyttöön
- Tarpeiden ja kiinnostuksen herättämistä ja luomista
- Suoramarkkinointi on kohdennettua: maantieteellinen alue, henkilön ominaisuudet (ikä, sukupuoli, ammatti, tulotaso, asumismuoto jne.)
- Tässä esittelyssä liiton tukitoimet ja sähkömiesten omat aktiviteetit



# Toimenpiteitä tehty ja jatketaan

	TOIMENPITEITÄ
LÖYDÄ SÄHKÖMIES KAMPAJAN AKTIVITEITIT	Radio Nova, Nostalgia, Radio SuomiPop, GrooveFM, MetroFM, Auran Aallot, Radio Jyväskylä, Iskelmä Lahti, City Pohjanmaa, Iskelmä Rex, Iskelmä Oikea Asema Kuopio, Suomen blogimedia jne.
	Löydäsähkömies.fi; tee sähkötesti, tutustu vaihtoehtoihin, löydä sähkömies, pyydä kontaktia
	Google ADS: Sponsoroidut hakutulokset ohjaavat nettisivustoon
	Facebook: yhteisösivu ohjaa nettisivustoon
	Lehdistötiedottaminen+kumppanuusmediat+artikkelit kuluttajalehtiin
	SähköalaKoti-lehti: 80 000 lehteä jaetaan paikallisesti messuilla, postitus uudet rakennusluvan saaneet
	Messut: yhdeksät rakennuttajamessut, kävijät ohjataan nettisivustoon Radiomainonta messupaikkakunnilla
URAKOITSIJAN AKTIIVISUUS	Markkinointi: Omien palveluiden suoramarkkinointi, valmiit materiaalit hyödynnettävissä
	Messut: Osallistuminen rakennuttajamessuille – omien palveluiden esittely
	Radio: Radiomainokset hyödynnettävissä, jos haluaa hankkia lisää radioaikaa
	Mainonta: Valmiit mainosmallit hyödynnettävissä jos haluaa hankkia mainostilaa paikallislehdissä

## ■■■ Alueellinen suoramarkkinointi

---

- Kohdennettu markkinointi on tehokasta ja edullista, mutta ei usein yksinään riitä
- Toisto! Näkyvyys useissa eri paikoissa!
- Käytä valmiita malleja ja testaa eri yhdistelmiä
- Suositus: Pieniä eriä kerrallaan hallitusti ja seuratusti

Valmiiksi tuotetut materiaalit:

- [Markkinointikirjeet](#) 3 eri tyylistä: – lisää yhteystiedot – tulosta – jakele
- Postikortit 5 erilaista: – lisää yhteystiedot - jakele

## ■ ■ ■ Jakelu

---

- Käytä hyväksesi urheiluseurojen junioreja mainosten jakeluun, pieni & eettinen tuki toiminnalle
- Kysy jakeluvaihtoehtoja paikallisesta postista (esim. osoitteettomat jakelut tietyille postinumeroalueelle)
- Missä käy ihmisiä? Hyödynnä paikalliset tilaisuudet, urheilutapahtumat tms., sovi järjestäjien kanssa mainosjakelusta
- Toisto! Samaan aikaan ilmoitus paikallislehteen
- Yhteisilmoitukset alueen muiden löydä sähkömies palvelussa olevien kanssa

## ■ ■ ■ Ilmoitustaulut

---

- Perinteiset kauppojen ilmoitustaulut hyviä tiedotuspaikkoja
- Pylväät, tolpat ja muut näkyvillä paikoilla olevat kiinnitysalustat
- Pienellä vaivalla useita katselijoita
- Kontaktit juuri oikealta alueelta

Valmiiksi tuotetut materiaalit:

- [Ilmoitus](#) yhteystiedoilla – lisää oma puhelinnumero-tulosta – laita kaupan ilmoitustauluun tms. julkiseen jakelutilaan

## ■ ■ ■ Lehtimainonta

---

- Paikallislehtiä luetaan ahkerasti (paikallismediat tutkimuksen mukaan ilmaisjakeluita luki viikon aikana 60 % vastaajista, paikallislehtiä 89 %)
- Paikallislehti myös luetaan tarkempaan
- 61 % lukijoista pitää paikallislehteä parhaana tietolähteenä asuinkunnan alueella tarjottavista palveluista
- Paikallislehti on usein ilmestymispaikkakuntansa tihein ja useimmissa Suomen kunnista tilatuin lehti
- Paikallislehtien mainontakulut huokeammat kuin valtamedioissa

Valmiiksi tuotetut materiaalit:

- [Lehti-ilmoitusaineisto](#) – valitse koko – varaa ilmoitustilaa  
– toimita aineisto lehteen ja pyydä lisäämään oikeat yhteystiedot





# Lehtimainosten hinnoista

---

Paikallislehdissä ilmoitusten hinnat vaihtelevat levikin mukaan. Esimerkkejä Savosta:

Pielavesi-Keitele –lehti, levikki 6118, ilmoituksen hinta noin

- A6-koko 200 euroa
- A5-koko 350 euroa

Sisä-Savo –lehti, levikki 7600, ilmoituksen hinta noin

- A6-koko 345 euroa
- A5-koko 620 euroa

Heinäveden lehti, levikki 3648, ilmoituksen hinta noin

- A6-koko 260 euroa
- A5-koko 650 euroa

Hinnat ovat listahintoja eli ovat AINA neuvoteltavissa alaspäin.

Toistoalennus eli että sama ilmoitus laitetaan useampaan kertaan on – 20 – 30 % riippuen toistojen määrästä.

## ■ ■ ■ Radiomainonta

---

- Radiota kuunnellaan keskimäärin 3 h / päivä
- Paikallisradioissa mainostetaan eniten paikallisia palveluita
- Kontaktit oikealla alueella
- Paikallisradioiden hinnoittelu luokkaa 1/10 valtakunnallisista (Nova 350€/spotti/toisto, Auran aallot 35€/spotti/toisto)

Valmiiksi tuotetut materiaalit:

- [Radiospotit](#)

# ■ ■ ■ Radiomainontaa -esimerkki

---

**Iskelmä Oikea Asema:** Iisalmi 89,5 Kuopio 96,7 Varkaus 92,7

## **1 viikko**

Spotit	45 kpl/viikko	(+ 3 kpl la veloitusetta)
Pituudet	20, 10 ja 5 sek	
Sijoittelu	1 kpl 20sek ja 6 kpl 10sek sekä 2 kpl 5sek	

Hinta 500,00 eur (netto)

## **2 viikon kampanja – 15%**

Spotit	90 kpl (+ 6 kpl lauantait veloitusetta)
Pituudet	20, 10 ja 5 sek
Sijoittelu	1 kpl 20sek ja 6 kpl 10sek sekä 2 kpl 5sek
Hinta	850,00 eur ( - 15% )
Tuotanto	sis. hintaan (alueellisten yhteystietojen lisääminen).
Muuta	Asiakas toimittaa valmiit mainokset mp-3 muodossa.

**MAINOSTAKAA YHDESSÄ!**

LÖYDÄ **SÄHKÖMIES** 

## ■ ■ ■ Radiomainonta

---

- Rakentajamessuilla vuosittain noin 180 000 kävijää
- Messukävijöillä yleensä tarve olemassa
- Yksittäinen näkyvä paikka esitellä omaa osaamistaan
- Suorat kontaktit asiakkaaseen, keskusteluita ja kauppaa

### Valmiiksi tuotetut materiaalit:

- Messuosallistumiset koordinoitu kokonaisuutena STUL:n alueosastojen kautta
- Osastovaraukset, -varusteet ja logistiikka
- Osastojen visuaalinen ilme ja tukimateriaalit
- Messukilpailut ja palkinnot

## ■ ■ ■ Internet

---

- Omat www-sivut: erilaisia ja eritasoisia tapoja toteuttaa
- Hakemistot: maksulliset yleishakemistot, tilaajavastuu.fi, urakoitsija.fi, löydäsähkömies.fi
- Mainokset: bannerit, hakutulossponsorointi
- Yhteistömediat: Facebook, Suomi24, Rakentaja.fi

Valmiiksi tuotetut materiaalit:

- [www.loydasahkemies.fi](http://www.loydasahkemies.fi)
  - Kontaktipalvelu
  - Tietoa ratkaisuista selkokielellä
- Yhteistösivu: [Facebook](https://www.facebook.com/)
- Bannerit
- Lisäksi: STUL jäsenmerkki ja Luotettava Kumppani-tunnus

## ■ ■ ■ Suosittele

---

- Maailman paras markkinointikeino on suusta suuhun markkinointi
- Luotetun henkilön suosittelu lisää kontakteja ja sitä kautta kauppaa
- Hyvästä kokemuksesta kerrotaan keskimäärin yhdelle, huonosta kymmenelle
- Hoida hommat siihen malliin että asiakas jää niin tyytyväiseksi, että kehuu sinua tuttavillean
- Yksi ajava voima on kateus, naapurin sähköistykset paremmassa kunnossa kuin omat

## ■ ■ ■ Ole luova ja rohkea

---

- Tarkkaile ympäristöäsi: missä liikkuu ihmisiä
- Ole ennakkoluuloton: missä kaikkialla mainoksesi / yhteystietokorttisi voisi olla jakelussa
- Voisiko yritysasiakkaasi viedä viestiä? Lehdet, tiedotteet, nettisivustot jne. KYSYVÄ EI...
- Käytä rohkeasti hyväksi mielipidevaikuttajia
- Ole ylpeä osaamisestasi, tuo se myönteisesti esiin (ylpeys osaamisesta on eri asia kuin ylimielisyys)
- Älä ahnehdi: jos et itse ehdi, vinkkaa kaverille; pahinta on jättää kokonaan hoitamatta
- Verkotu erikoisosaaajien kanssa
- Huomioi erilaiset korjaussesongit ja tarjoa näitä ratkaisuja ajoissa
- Kysy liiton yhteyshenkilöiltä neuvoa ja ideoita!