

Opas asiakkuus- markkinoinnin hyödyntämiseen



Kerromme tämän oppaan sivuilla, miten asiakkaamme ovat saaneet todellista, mitattavaa hyötyä asiakkuusmarkkinoinnin palvelujemme avulla.

Asiakkuusmarkkinointi perustuu kohderyhmien syvälliseen ymmärtämiseen. Sivu 3 • Näin lisää myyntiä kohderyhmätietoa hyödyntämällä. Sivu 5
Energia-alan yritys oppi tuntemaan asiakkaansa paremmin. Sivu 7 • Lähivakuutuksen myyjät löytävät asiakkaansa Fonectan Kohdistamiskoneen avulla. Sivu 8 • ISS Palvelut lisäsi myyntiä Fonectan kohderyhmäpalvelun avulla. Sivu 9 • Fonecta on uuden ajan mediatalo. Sivu 11

Asiakkuusmarkkinointi perustuu kohderyhmien syvälliseen ymmärtämiseen

KOHDENNETTU MARKKINOINTI LÄHTEE LIIKKEELLE KOHDERYHMIEN YMMÄRTÄMISESTÄ

Markkinointipanostusten tuottoja voi kasvattaa oleellisesti kohdentamalla markkinointitoimenpiteet oikein. Markkinointia – oli kyse sitten kuluttaja- tai yritysmarkkinoinnista – voi kohdentaa vasta, kun tunnistaa tavoitteiden kannalta keskeiset kohderyhmät ja ymmärtää niiden käyttäytymistä.

ASIAKASTA PITÄÄ PUHUTELLA HÄNEN OMILLA EHDOLLAAN

Kun kohderyhmä tunnetaan, sen jäseniä voidaan lähestyä henkilökohtaisesti asiakkuusmarkkinoinnin kanavien kautta – kirjeitse, puhelimitse, sähköpostilla tai tekstiviestillä. Nämä kanavat mahdollistavat sen, että vastaanottajaa lähestytään hänen omilla ehdoillaan.

ASIAKASTA PITÄÄ PUHUTELLA HÄNEN OMALLA KIELELLÄÄN

Kun kohderyhmä tunnetaan, sen jäseniä voidaan lähestyä viestillä, joka puhuttelee ja koskettaa. Markkinointiviestin sisältöä voidaan muokata ottaen huomioon esimerkiksi vastaanottajan taloudellinen tilanne tai ostokäyttäytyminen.

MITTAAMINEN ON KOHDENNETUN MARKKINOINNIN KULMAKIVI

Vain tehtyjen markkinointitoimenpiteiden vaikutusten johdonmukainen seuranta synnyttää kestäviä tuloksia. Mittaaminen pakottaa jo sinänsä ajattelemaan kohderyhmälähtöisesti. Ja mittauksen avulla voidaan suunnitella markkinointitoimenpiteet siten, että ne ovat liiketoiminnan tavoitteiden kannalta ihanteellisia.

FONECTA TARJOAA KATTAVAT ASIAKKUUSMARKKINOINNIN PALVELUT

Fonecta tuottaa asiakkailleen kohderyhmiä asiakkuusmarkkinoinnin eri kanavissa tehtäviin kampanjoihin. Tarvittaessa päivitämme asiakkaan asiakasrekisterit ajan tasalle. Vaativimmille asiakkaille tarjoamme asiakastietokantojen analyysipalveluita: profiloimme ja optimoimme kohderyhmiä sekä autamme hyödyntämään asiakastietokantoja kustannustehokkaasti ja tuloksellisesti.

Kohdennettu markkinointi on kohdistettua, vastaanottajia heidän omilla ehdoillaan lähestyvää markkinointia. Kaiken lähtökoh-
tana on kohderyhmien syvälinen ymmärtäminen, jonka varassa
voidaan tehdä asiakkaita todella puhuttelevaa markkinointia.



Näin lisäät myyntiä kohderyhmätietoa hyödyntämällä

Asiakkuusmarkkinointi on kohdennettua markkinointia, jonka lähtökohtana on kohderyhmien syvällinen ymmärtäminen. Kohdentamalla asiakasymmärryksen perusteella laadittu markkinointiviesti oikealle vastaanottajakunnalle markkinoinnin teho paranee oleellisesti.

1) KIRKASTA TOIMINNALLINEN TAVOITTEESI

Tavoitteletko lyhyen vai pitkän aikavälin lisämyyntiä? Asiakkuusmarkkinoinnin kanavilla voi toteuttaa sekä lyhyen että pitkän aikavälin myyntiedellytyksiin vaikuttavaa kampanjointia. Lyhyellä tähtäimellä kannattaa panostaa nykyisiin asiakkaisiin – usein myynti saadaan näin kasvamaan eniten.

2) MÄÄRITTELE MARKKINOINNIN KOHDERYHMÄ

Kuluttajakohderyhmää voi määritellä ja rajata niin perinteisten demografiamuuttujien (ikä, sukupuoli, talouden koko jne.) kuin ostovoimaan, elämäntapaan tai ostokäyttäytymisprofiiliin liittyvien tietojen pohjalta. Yritys- ja päättäjäkohderyhmien osalta on mahdollista käyttää erilaisia yritysten toimialaan, kokoon, taloudellisiin tunnuslukuihin, päättäjien vastuualueisiin, titteleihin ja muihin tekijöihin liittyviä tietoja.

3) LAADI MARKKINOINTIVIESTI KOHDERYHMÄÄ PUHUTTELEVAKSI

Hyödynnä saatavilla olevaa kohderyhmätietoa ja -ymmärrystä ja personoi viestisi vakuuttavaksi ja vaikuttavaksi.

4) HYÖDYNNÄ ASIAKASMARKKINOINNIN KANAVIA MONIPUOLISESTI

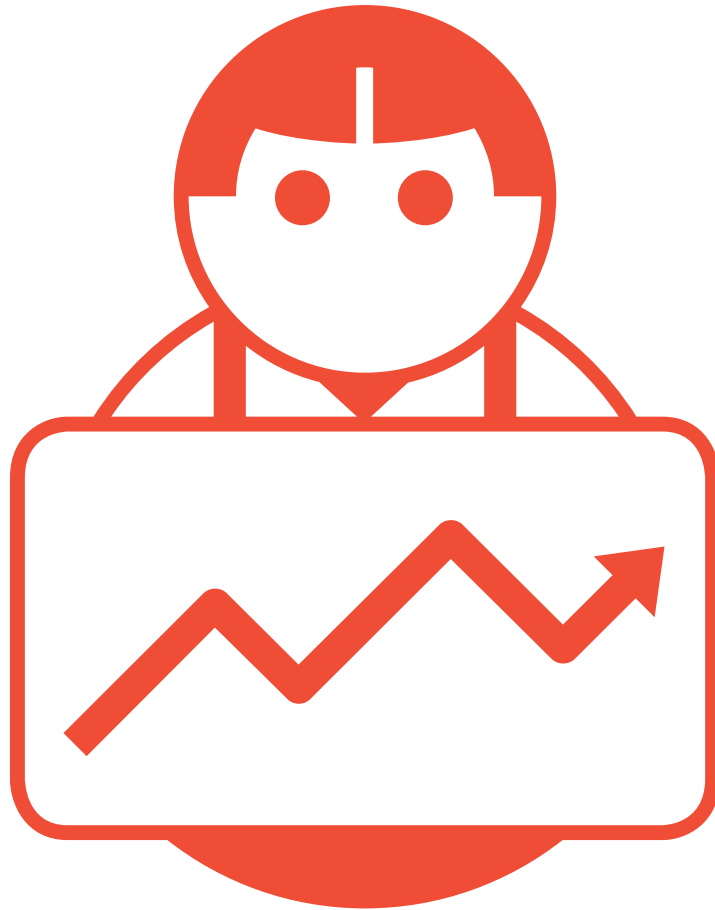
Asiakkuusmarkkinoinnin eri kanavat tarjoavat henkilökohtaisen kontaktin vastaanottajaan. Kirjekampanjan yhteydessä toteutetulla tele-, sähköposti- tai mobiilisuoralla voit saada olennaista lisätehoa kampanjointiisi. Osut tarkemmin ja viestisi vaikuttaa varmemmin.

5) SEURAA KAMPANJOINNIN TULOKSIA

Vasta toimenpiteiden tuloseuranta mahdollistaa kestäväen kehittämisen. Kampanjoinnin vaikutusten mittaaminen ja analyysi mielletään usein hankalaksi. Fonectan apuvälineitä ja asiantuntemusta hyödyntämällä mittaaminen on kuitenkin helppoa ja kustannustehokasta.

6) ÄLÄ MIETI KAIKKEA ITSE, KÄÄNNY ASIAKASAMMÄRRYKSEN PUOLEEN

Kaikeeta ei kannata tehdä itse, eikä pyörää pidä keksiä uudelleen. Fonecta tarjoaa asiakkailleen täsmäkontakteja tuottoisimpiin kohderyhmiin, syvempää asiakas- ja kohderyhmäymmärrystä sekä kattavat kampanjaratkaisut mittaus- ja analyysipalveluineen.



Seuraavaksi kerromme kolmesta yrityksestä, jotka ovat lisänneet markkinoinnin tehoa ja kasvattaneet myyntiä Fonectan asiakkuusmarkkinoinnin palveluiden avulla.





Energia-alalla toimiva yritys hyödynsi jo ostavista asiakkaista tehtyä kohderyhmäprofiilia uusasiakashankinnassaan. Asiakasymmärryksen syvennyttyä myynnin kohderyhmiä pystyttiin täsmentämään ja markkinointiviestejä tarkentamaan juuri näitä kohderyhmiä silmällä pitäen.

*) Ostokäyttäytymislukitus on Fonectan ja TNS Gallupin yhteinen kuluttajasegmentointiratkaisu, jonka avulla on mahdollista syventää kohderyhmäymmärrystä ratkaisevasti ja kohdistaa markkinointitoimenpiteitä tuottavammin. Ostokäyttäytymislukitus jakaa suomalaiset kuluttajat ostokäyttäytymispiirteiden ja elämäntavan perusteella erilaisiin ryhmiin. Ostokäyttäytymislukitus tarjoaa täsmätietoa markkinoinnin kohdistamiseen markkinoijalle, jonka päämääränä on vaikuttaa kohderyhmänsä käyttäytymiseen. Luokituksen hyödyntäminen ei edellytä omaa asiakastietokantaa.

Asiantuntija-apua markkinoinnin tuottavampaan kohdistamiseen Fonectan kohdistusälypalvelut tekevät asiakkuusmarkkinoinnistas kannattavampaa. Tuotamme liidejä kirje-, tele-, sähköposti- tai mobiilikampanjoihin. Kuvaamme parhaita asiakas- / prospektiryhmiä yhdistävät piirteet ja jalostamme asiakastietokantojasi dataa asiakasymmärrykseksi asi. Fonecta on Väestötietojärjestelmän tietopalveluiden virallinen jälleenmyyjä.

CASE: Energia-alan yritys oppi tuntemaan asiakkaansa paremmin

Energia-alalla toimiva yritys uskoi tuntevansa omat asiakkaansa melko hyvin. Fonectan profilointi- ja kampanjankohdistuspalveluista kuultuaan yritys päätti kuitenkin kokeilla, voisiko niiden avulla tehostaa markkinointia ja lisätä myyntiä.

Fonectan asiantuntijat saivat analysoitavaksi muutamia kiinnostavia asiakasryhmiä, joista muodostettiin asiakasprofiilit. Profilointi toteutettiin hyödyntämällä asiakkaita koskevia Väestötietojärjestelmä- ja Ostokäyttäytymislukitustietoja.* Osittain profiilit vahvistivat yrityksellä ennestään ollutta käsitystä asiakkaistaan, mutta täysin uutta ja yllätyksellistä tietoa löytyi myös runsaasti. Vastoin odotuksia asiakasryhmät osoittautuivat hyvin erilaisiksi suhteessa toisiinsa ja muihin suomalaisiin.

Uutta asiakasymmärrystä hyödynnettiin muun muassa markkinoinnin kohderyhmien täsmennyksessä ja markkinointiviestien sisällön suunnittelussa. Näin yritys pystyy myymään palvelujaan potentiaalisille asiakkaille entistä tarkemmin ja tehokkaammin.

Yritys aikoo vastaisuudessa jatkaa asiakasymmärryksen syventämistä yhteistyössä Fonectan kanssa. Seuraavassa vaiheessa tarkoitus on ottaa tarkastelun kohteeksi lisää asiakasryhmiä, jotka vaikuttavat kiinnostavilta myynnin näkökulmasta.

Mitä hyötyä kohderyhmäprofiloinnista on?

Energia-alan yritys kykeni muodostamaan aikaisempaa selkeämmän kuvan potentiaalisista uusista asiakkaista ostavia asiakkaitaan analysoimalla.

Miten tämä on mahdollista?

Fonecta laati Väestötietojärjestelmän tietojen ja Ostokäyttäytymislukituksen perusteella profiilit yrityksen olemassa olevista asiakasryhmistä. Uutta ymmärrystä hyödynnettiin markkinoinnin kohdentamisessa ja markkinointiviestien suunnittelussa.



CASE: Lähivakuutuksen myyjät löytävät asiakkaansa Fonectan Kohdistamiskoneen avulla

Valtakunnallinen Lähivakuutus -ryhmä on asiakkaitensa omistama keskinäinen vakuutusyhtiö. Sillä on yli 530 000 asiakasomistajaa ja se hoitaa yhteensä 1 800 000 kotien, yritysten ja maatilojen vakuutusta.

Lähivakuutus Keskinäinen Yhtiö Espoo on käyttänyt Fonectan Kohdistamiskonetta parin vuoden ajan. Yksikönjohtaja Hanna-Leena Jauho kertoo työkalun auttavan myyjä tekemään työnsä tuloksellisesti.

”Myynteille ja markkinoinnille annetaan aina kovia tavoitteita, mutta mikäli työvälineet eivät ole kunnossa, on erittäin vaikea onnistua.” Fonectan Kohdistamiskoneen avulla voi rajata, kohdentaa, analysoida ja tulostaa markkinoinnin kohderyhmiä. Palvelun avulla voi myös laajentaa, tuoreuttaa ja ylläpitää asiakasrekisteriä sekä tunnistaa ja poistaa päällekkäisyydet kampanjoiden kohderyhmistä.

”Palvelua on todella helppo käyttää ja kohderyhmien tekeminen onnistuu hyvin käytettävillä kriteereillä. Jopa yksikön myyntiä tekevät yrittäjät käyvät palvelussa omatoimisesti ja ehdottavat haluamiaan kohderyhmiä”, kertoo palvelun pääkäyttäjä Satu Tammisto. ”Mikäli tapaamisia ei tulisi, niin yrittäjät antaisivat heti palautetta”, vahvistaa Hanna-Leena Jauho.



Lähivakuutus Keskinäinen Yhtiö Espoo asettaa myynnille kovia tavoitteita ja hyödyntää Fonectan kohderyhmyökaluja, jotta tavoitteet myös saavutetaan.

Mihin Fonectan Kohdistamiskonetta voi käyttää?

Lähivakuutus Keskinäinen Yhtiö Espoo hyödyntää Fonectan kohderyhmyökaluja markkinoinnin ja myynnin kohderyhmien analysointiin ja rajaamiseen.

Mitä hyötyä Kohdistamiskoneesta on?

Fonectan Kohdistamiskone on markkinoiden edullisin tapa hakea yrityksistä perustietoja. Löydät sen avulla asiakkaasi helposti ja kustannustehokkaasti – voit keskittyä ampumaan kiväärillä haulikon sijasta.



CRM + Fonecta =



ISS Palvelujen henkilöstö kyllästyi päivittämään asiakastietoja CRM-järjestelmään manuaalisesti. Uusi työkalu teki asiakkuudenhallinnasta vaivatonta.

CASE: ISS Palvelut lisäsi myyntiä Fonectan kohderyhmäpalvelun avulla

Suomen johtavan kiinteistö- ja toimitilapalveluyrityksen, ISS Palvelujen, myynti- ja markkinointihenkilöt turhautuivat joutuessaan täyttämään asiakastietoja manuaalisesti CRM-järjestelmään. Kallista työaikaa kului hukkaan.

”Toiveena oli saada ulkopuolelta tuleva ajantasainen asiakastietokanta integroitua järjestelmään helpottaaksemme ja nopeuttaaksemme myyjiemme työtä”, kertoo projektipäällikkö Tommi Rehn ISS:ltä.

Ratkaisuksi pulmaan keksittiin Fonectan ja Microsoftin tarjoama CRM-integraatiopalvelu. Valinta oli selkeä, sillä toista vastaavanlaista työkalua ei Suomesta löydy.

Uuden työkalun avulla ISS Palvelujen Dynamics CRM-järjestelmä nivotaan Fonectan tietokantaan. Kannasta on helppo hakea yhteys- ja päättäjätietoja sekä tehdä kohderyhmiä myyntiin ja markkinointiin. Ryhmiä voidaan myös tuoda CRM-järjestelmään jatkotoimenpiteitä varten. Järjestelmään voidaan myös tallentaa kullekin asiakkaalle tehdyt tarjoukset sekä muut yhteydenotot.

Rehn kertoo ISS:n olleen tyytyväinen CRM-integraatiopalveluun. ”Palvelu on hyödyllinen varmasti kaikille yrityksille, mutta etenkin sellaisille, jotka käsittelevät paljon asiakastietoja”, hän toteaa.

Miten CRM-integraatiota voi tehdä?

ISS Palvelut yhdisti oman CRM-järjestelmänsä Fonectan tietokantaan.

Mitä hyötyä CRM-integraatiosta on?

Uusi työkalu säästää aikaa ja vaivaa, kun manuaalisesta tiedonsyötöstä on päästy eroon.

Fonecta auttaa ihmisiä ja yrityksiä löytämään toisensa. Toteutamme tehtäväämme tarjoamalla laajan valikoiman markkinoinnin palveluita, joissa olemme Suomen markkinajohtaja. Takaamme, että kontaktit löytyvät, että viesti menee perille ja että saat markkinointipanostuksellesi parhaan mahdollisen tuoton.



Fonecta on uuden ajan mediatalo

Fonecta on Suomen nopeimmin kasvava mediatalo ja yhteystietoalan markkinajohtaja. Fonectan myynnintehostamisratkaisuja käyttää 110 000 yritystä ja sen kattavien palveluiden kautta haetaan tietoa päivittäin yli 2 miljoonaa kertaa. Fonecta työllistää yli 1 000 ihmistä ympäri Suomea. Vuonna 2009 konsernin liikevaihto oli 185 miljoonaa euroa. www.fonecta.com

Fonecta Hakumediat

- Lupaus: Fonectan hakumediat yhdistävät ostajan ja myyjän.
- Palvelut: Tutkitusti toimivaa mediatilaa markkinoiden parhaisissa sähköisissä ja painetuissa hakumedioissa.

Fonecta Digitaalinen suoramarkkinointi

- Lupaus: Oikea viesti, oikeaan aikaan, oikealle asiakkaalle.
- Palvelut: Suoramarkkinointikampanjoiden suunnittelu ja toteutus kustannustehokkaasti, avaimet käteen periaatteella.

Fonecta Hakukonemarkkinointi

- Lupaus: Mitattavaa ja tehokasta mainontaa.
- Palvelut: Kotisivut, kävijäseuranta, hakukoneoptimointi, -mainonta ja verkkokauppa – kaikki helposti samalta luukulta.

Fonecta Asiakkuusmarkkinointi

- Lupaus: Autamme sinua kohdistamaan markkinointiasi tuottavammin.
- Palvelut: Täsmäkontakteja tuottoisimpiin kohderyhmiin, syvempää asiakas- ja kohderyhmäymmärrystä sekä kattavat kampanjaratkaisut mittaus- ja analyysipalveluineen.

Mistä saan lisää tietoa?

- Asiakkuusmarkkinointi: www.fonecta.com/asiakkuusmarkkinointi
- Hakumediat: www.fonecta.com/hakumediat
- Hakukonemarkkinointi: www.fonecta.com/hakukonemarkkinointi
- Digitaalinen suoramarkkinointi: www.fonecta.com/digitaalinsuora

Miten pääsen alkuun?

Alkuun pääseminen vaatii vain puhelinsoiton tai sähköpostiviestin. Ota yhteyttä, jotta voimme auttaa.

- **Asiakkuusmarkkinointi:**
Asiakaspalvelu: 020 692 999, asiakaspalvelu@fonecta.com
- **Hakumediat:**
Asiakaspalvelu: 020 692 999, asiakaspalvelu@fonecta.com
- **Hakukonemarkkinointi:**
Asiakaspalvelu: 010 387 2200,
asiakaspalvelu@fonectahakukonemarkkinointi.fi
- **Digitaalinen suoramarkkinointi:**
Asiakaspalvelu: (09) 4286 0903, digitaalinsuora@fonecta.com

Kohderyhmäpalvelut · Asiakasanalyysipalvelut · Asiakastiedon jalostamisen palvelut · Kohdistamiskone

Fonecta[®]

Asiakkuusmarkkinointi