

# Opas hakumedioiden hyödyntämiseen



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

Hakumedia tavoittaa ostavan asiakkaan. Sivu 3 • Näin lisää myyntiä painettujen ja sähköisten hakumedioiden avulla. Sivu 5 • Akku-Ekspertti tuplasi myyntinsä hakumedioiden avulla. Sivu 7 • Sata-Vet sai Keltaisten Sivujen ilmoituksella 90 000 euron tuoton. Sivu 8 • Kontiopuun ilmoitus poiki yhteydenottoja ja sai aikaan kauppaa. Sivu 9 • Fonecta on uuden ajan mediatalo. Sivu 11

# Hakumedia tavoittaa ostavan asiakkaan

## HAKUMEDIA TAVOITTAÄ KAIKENLAISET ASIAKKAAT KAIKKIALLA



Painetut puhelinluettelot, online-hakemistot ja numerohaku täydentävät toinen toisiaan. Hakumediat tavoittavat niin kuluttajat kuin yritysasiakkaatkin, missä ikinä he huomaavatkaan tuotteitasi tai palveluitasi tarvitsevana.

## ERI HAKUMEDIOISTA TEHDÄÄN MILJONIA HAKUJA PÄIVITTÄIN



Hakumedioiden teho perustuu niiden jokapäiväiseen käyttöön. Esimerkiksi 1 448 000 suomalaista etsii tietoja painetuista puhelinluetteloista joka viikko. Yritystietoja haetaan eri online-palveluista useita satoja tuhansia kertoja joka päivä.

## FIKSU NAPPAA ETSIJÄN HUOMION



Hakumediassa kaupan vie se, joka osaa kiinnittää ostajan huomion. Pelkkä läsnäolo ei kuitenkaan riitä takaamaan parasta tulosta, vaan hakutilanteessa voiton ratkaisevat tietojen löydettävyyt, sijoittuminen hakutuloksen kärkeen ja sisällön mielenkiintoisuus.

## HAKUMEDIAN TEHO ON TARKKAAN MITATTAVISSA



Painettujen puhelinluetteloiden ilmoitusten aikaansaamat tulokset voidaan mitata tarkkaan. Investoinnin tuotto voidaan arvioida etukäteen ja laskea jälkikäteen helposti. Myös online-hakumedian teho on mitattavissa.

## HAKUMEDIA ON ERITTÄIN KUSTANNUSTEHOKAS TAPA TAVOITTAÄ OSTAVAT ASIAKKAAT



Luotettuun ja käytettyyn hakumediaan huolella laadittu ilmoitus toimii todistetusti. Esimerkiksi puhelinluetteloilmoitus voi maksaa itsensä satakertaisesti takaisin. Ja jo pieni lisäpanostus perusilmoitukseen tuo helposti kymmenkertaisen hyödyn.

Yritystäsi ei ole olemassa, ellei sitä löydy niistä hakumedioista, joita ostavat asiakkaat käyttävät. Mutta laadukkaaseen mediaan oikealla tavalla laadittu ilmoitus voi maksaa itsensä satakertaisesti takaisin.



# Näin lisäät myyntiä painettujen ja sähköisten hakumedioiden avulla

Hakumediat yhdistävät ostajan ja myyjän keskenään. Käyttäjä etsii hakumediasta itselleen merkityksellistä tietoa tarvitsemistaan tuotteista ja palveluista. Tarjoa sitä.

## **1) ASETA HAKUMEDIAMARKKINOINNILLE LIIKETOIMINNALLISET TAVOITTEET**

Mieti ensin, mitä haluat markkinoinnilla saavuttaa. Tavoitteletko ensisijassa kuluttaja- vai yritysasiakkaita? Toimitko paikallisesti, alueellisesti vai valtakunnallisesti?

## **2) MIETI, MITÄ HAKUMEDIOITA ASIAKKAASI KÄYTTÄVÄT**

Yritystäsi ei ole olemassa, ellei sitä löydy hakumedioista. Markkinointipanostus kannattaa suunnata sellaiseen hakupalveluun, joka on tunnettu, luotettu ja jota käytetään paljon. Muista, että markkinoilla on paljon online-hakupalveluita, jotka näyttävät hyvältä, mutta joita ei kuitenkaan käytetä.

## **3) YHDISTÄ SÄHKÖISTEN JA PAINETTujen HAKUMEDIOIDEN HYÖDYT**

Asiakas käyttää erilaisia hakumedioita eri tilanteissa eri tarpeisiin. Puhelinluetteloa käytetään tyypillisesti kotona ja internetiä työpaikalla, mobiilihakuja taas tehdään liikkeellä ollessa. Hyödynnä koko palettia, niin olet aina löydettävissä, kun asiakas tarvitsee sinua.

## **4) VARASTA HUOMIOARVO**

Pelkkä löydettävyyys ei riitä, vaan ilmoituksesi on erotuttava kilpailijoiden joukosta. Toimiva ilmoitus on selkeä, helppolukuinen, informatiivinen ja se tarjoaa vastaanottajalle hyödyn, eli syyn ottaa yhteyttä. Puhelinluetteloissa koko ja väri ratkaisevat. Sähköisellä puolella video on uusi tapa herättää huomiota ja tarjota vastaanottajalle hyödyllistä informaatiota.

## **5) MITTAA TULOKSET**

Mittaa, miten saamasi tulokset suhteutuvat markkinoinnille asettamiisi tavoitteisiin. Sekä sähköisiin että painettuihin hakumedioihin satsattujen markkinointipanosten tuotto on helposti laskettavissa. Pienellä lisäpanoksella saa helposti moninkertaisen tuoton.

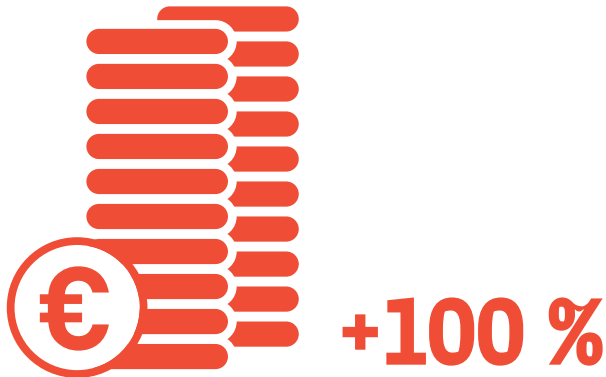
## **6) ÄLÄ MIETI KAIKKEA ITSE, KÄÄNNY ASiantuntijan puoleen**

Kaikeaa ei kannata tehdä itse, eikä pyörää pidä keksiä uudelleen. Fonectalla on markkinoiden paras kokemusperäinen näkemys siitä, miten hakumedioita hyödynnetään tehokkaasti.



Fonectan hakumedioita käyttää 3,5 miljoonaa suomalaista. Seuraavaksi kerromme kolmesta yrityksestä, jotka ovat saaneet lisää kontakteja, kauppaa ja tuottoa hakumedioiden avulla.





Akku Ekspertti Yhtiöt nosti tunnettuuttaan kuluttajien joukossa Fonectan painettujen ja sähköisten hakumedioiden avulla. Tehtyjen toimepiteiden myötä yhtiön liikevaihto tässä asiakassegmentissä tuplaantui.

## CASE: Akku-Ekspertti tuplasi myyntinsä hakumedioiden avulla

Akku Ekspertti Yhtiöt on Tampereella, Turussa, Helsingissä, Lappeenrannassa, Porissa ja Kemissä toimiva, Suomen suurin akkualan erikoisliike. Vuonna 1965 perustettu yritys on aina ilmoittanut Keltaisilla Sivulla pienessä mitassa. Pari vuotta sitten yhtiössä tehtiin päätös tehdä imagomainontaa ja lanseerata logo ja tuotemerkit kuluttajien tietoisuuteen aiempaa vahvemmin.

”Teimme yhdessä Fonectan kanssa suunnitelman, miten hyödyntäisimme sekä keltaisia että valkoisia sivuja ja internetin hakemistoja yhteys- ja karttatietoineen systemaattisesti ja aikaisempaa paljon voimallisemmin”, kertoo toimitusjohtaja **Henrik Niemelä**. Niemelän mukaan panostus kannatti. ”Kun esimerkiksi Keltaisten Sivujen kautta tuli aiemmin muutamia kymmeniä yhteydenottoja vuosittain, niin nyt puhutaan useista sadoista.”

”Keltaiset Sivut ovat vahventaneet asemaansa nimenomaan ostavien asiakkaiden medianäkökulmasta”, Niemelä kertoo. ”Kun aikaisemmin ehkä yksi kymmenestä Keltaisilta Sivuilta tulleista yhteydenotoista johti kauppaan, niin tätä nykyä puolet näistä kontakteista päättyy ostopäätökseen. Ilmeisesti internet helpottaa hintavertailuja niin paljon, ettei tämäntyyppisiä yhteydenottoja enää tule.”

Niemelän mukaan Fonectan hakumedioilla haluttiin puhutella nimenomaan kuluttaja-asiakkaita. ”Tehtyjen toimenpiteiden avulla liikevaihtomme tällä segmentillä on vähintäänkin kaksinkertaistunut.”

---

### Mitä hyötyä on markkinoinnista painetuissa ja sähköisissä hakumedioissa?

Akku Ekspertti Yhtiöt tuplasi liikevaihtonsa kuluttajasegmentissä Fonectan hakumedioiden avulla.

### Miten tämä on mahdollista?

Sähköinen hakumedia tavoittaa liikkuvat asiakkaat. Keltaiset Sivut ovat aiempaa enemmän juuri ostavien asiakkaiden media.



$$1000 \text{ €} \times 86 =$$

.....

$$86 \text{ 000 €}$$

Porilainen eläinlääkäriasema, Sata-Vet, halusi olla asiakkaittensa tavoitettavissa, kun nämä tarvitsevat sen palveluita. Ilmoitus alueellisilla Keltaisilla Sivuilla poiki 1 500 asiakasta ja 90 000 euron tuoton.

## CASE: Sata-Vet sai Keltaisten Sivujen ilmoituksella 90 000 euron tuoton

Sata-Vet on toiminut Porissa jo 15 vuotta ja on sikäli tuttu kaupungin eläinten-omistajien keskuudessa. Yrittäjä **Sari Naukkarinen** on kuitenkin sitä mieltä, että eläinlääkäriaseman tietojen on oltava helposti löydettävissä myös Keltaisilta Sivuilta.

Niinpä yritys laati ilmoituksen ja sijoitti sen paikalliseen luetteloon. Ilmoitusta laadittaessa otettiin huomioon kolme puhelinluetteloilmoituksen toimivuuden kannalta tärkeintä tekijää: löydettävyys, sijoittuminen ja sisällön puhuttelevuus.

Koska ilmoituksessa oli Sata-Vetille oma ainutkertainen puhelinnumeronensa, sen tehoa pystyttiin hyvin mittaamaan. Tulos oli erittäin hyvä. Keltaisten Sivujen ilmoituksen perusteella Sata-Vet sai neljässä kuukaudessa 1 749 yhteydenottoa, joista noin 1 500:sta tuli Sata-Vetin ostavia asiakkaita. Kun asiakkaan keskimääräinen ostos on 60 euron paikkeilla, ilmoituksen voidaan laskea tuottaneen Sata-Vetille liikevaihtoa 90 000 euroa neljässä kuukaudessa.

Ilmoitus maksoi eläinlääkäriasemalle noin tuhat euroa. Se tuotti siitä koituneet kustannukset takaisin 86-kertaisesti.

---

### Mitä hyötyä ilmoituksesta Keltaisilla sivuilla on?

Eläinlääkäriasema Sata-Vetin ilmoitus Porin Keltaisilla Sivuilla poiki neljässä kuukaudessa 1 500 maksavaa asiakasta.

### Miten tämä on mahdollista?

Joka viikko 1 448 000 suomalaista etsii tietoja painetusta puhelinluettelosta.

### Mitä tämä maksaa?

Sata-Vetin ilmoitus maksoi yritykselle noin 1 000 euroa. Sijoituksen tuotto oli 86-kertainen.



1 ilmoitus = 80 yhteydenottoa  
= 20 asiakkuutta  
= 90 000 €

Kontiolahdella toimiva Kontiopuu laati Pohjois-Karjalan puhelinluetteloon ilmoituksen, joka poiki 80 yhteydenottoa alle vuodessa. Jo ensimmäinen ilmoituksen perusteella tehty kauppa kattoi ilmoittelun kustannukset.

## CASE: Kontiopuun ilmoitus poiki yhteydenottoja ja sai aikaan kauppaa

Kontiolahdella toimiva Kontiopuu Oy on erikoistunut myymään keittiö- ja erityiskalusteita sekä säilytysratkaisuja koteihin ja työpaikoille eri puolille Suomea.

Laadukkaista tuotteistaan tunnettu yritys laati Fonectan Pohjois-Karjalan Puhelinluetteloon ilmoituksen, jota suunniteltaessa otettiin huomioon kolme ilmoituksen toimivuuden kannalta tärkeintä tekijää: löydettävyyttä, sijoittuminen ja sisällön puhuttelevuus.

Ilmoitus poiki alle vuodessa 80 yhteydenottoa. Toimitusjohtaja **Pentti Martikainen** arvioi tyytyväisenä, että yhteydenottoista noin neljännes on sittemmin kehittynyt asiakassuhteiksi.

”Alallamme tämä suhdeluku on erinomainen. Asiakkaamme tyypillinen keskiostos on noin 4 000–5 000 euron arvoinen, joten jo ensimmäinen ilmoituksen perusteella syntynyt kauppa maksoi ilmoituskulut”. Martikaisen mukaan tulokset osoittavat, että Pohjois-Karjalan Puhelinluettelo on vahva alueellinen ilmoituskanava, jolla tavoittaa hyvin sekä seudun kuluttajat että yritykset.

---

### Mitä hyötyä puhelinluetteloilmoituksesta on?

Kontiopuun ilmoitus Pohjois-Karjalan Puhelinluettelosta poiki 80 yhteydenottoa alle vuodessa.

### Miten tämä on mahdollista?

Ilmoitusta laadittaessa otettiin huomioon kolme puhelinluetteloilmoituksen toimivuuden kannalta tärkeintä tekijää: löydettävyyttä, sijoittuminen ja sisällön puhuttelevuus.

### Mitä tämä maksaa?

Kontiopuun asiakkaan keskiostos on 4 000 – 5 000 euron arvoinen. Jo ensimmäinen ilmoituksen johdosta syntynyt kauppa kattoi ilmoittelun kustannukset.

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](http://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](http://www.fonecta.com/asiakkuusmarkkinointi)
- Hakumediat: [www.fonecta.com/hakumediat](http://www.fonecta.com/hakumediat)
- Hakukonemarkkinointi: [www.fonecta.com/hakukonemarkkinointi](http://www.fonecta.com/hakukonemarkkinointi)
- Digitaalinen suoramarkkinointi: [www.fonecta.com/digitaalinsuora](http://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](mailto:asiakaspalvelu@fonecta.com)
- **Hakumediat:**  
Asiakaspalvelu: 020 692 999, [asiakaspalvelu@fonecta.com](mailto:asiakaspalvelu@fonecta.com)
- **Hakukonemarkkinointi:**  
Asiakaspalvelu: 010 387 2200,  
[asiakaspalvelu@fonectahakukonemarkkinointi.fi](mailto:asiakaspalvelu@fonectahakukonemarkkinointi.fi)
- **Digitaalinen suoramarkkinointi:**  
Asiakaspalvelu: (09) 4286 0903, [digitaalinsuora@fonecta.com](mailto:digitaalinsuora@fonecta.com)

Alueelliset puhelinluettelot · Paikalliset puhelinluettelot · Yrityspuhelinluettelot · Fonecta.fi · Finder

***Fonecta***<sup>®</sup>

Hakumediat