



NordicHeel1

MARKKINOINTISUUNNITELMA

JOHDANTO

Budjetti (10 000 EUR) kohdistetaan 6 kk markkinointiin.

Markkinoinnissa suositetaan some-kanavia ja sisällön tuottamista klassisen televisio-, radio- tai lehtimainonnan sijaan, sillä pääkohderyhmä tavoitetaan somessa parhaiten.

Markkinoinnin onnistumisen arvinnissa käytetään eri alustojen omia analytiikkatyökaluja (Instagram, TikTok, Google)

NordicHeelille oleellinen strategia on influencersyhteistyön hyödyntäminen näkyvyyden saamiseksi.



NORDICHEEL
estd. 2024

KOHDERYHMÄ

B2C

Kaikki 20-45 vuotiaat, joilla on varaa maksaa laadusta sekä designista.

Panostamme some-mainostamiseen ja käytämme tämän takia mainontaan Instagramia sekä TikTokkia.

Instagramin käyttäjistä 62,4% on 18-34 vuotiaita, TikTokissa 69,3%.
Molemmissa kanavissa 35-44 vuotiaita käyttäjiä on 16 %.

<https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/>

<https://www.oberlo.com/statistics/tiktok-age-demographics>

STRATEGIA

YHTEISTYÖ VAIKUTTAJIEN KANSSA

Pyrimme löytämään pieniä sekä keskitason vaikuttajia, joiden kautta saamme näkyvyyttä brändillemme sekä tuotteillemme.

SISÄLTÖMARKKINOINTI

Päivitämme aktiivisesti sosiaalista mediaamme päämarkkinointikanavissamme.

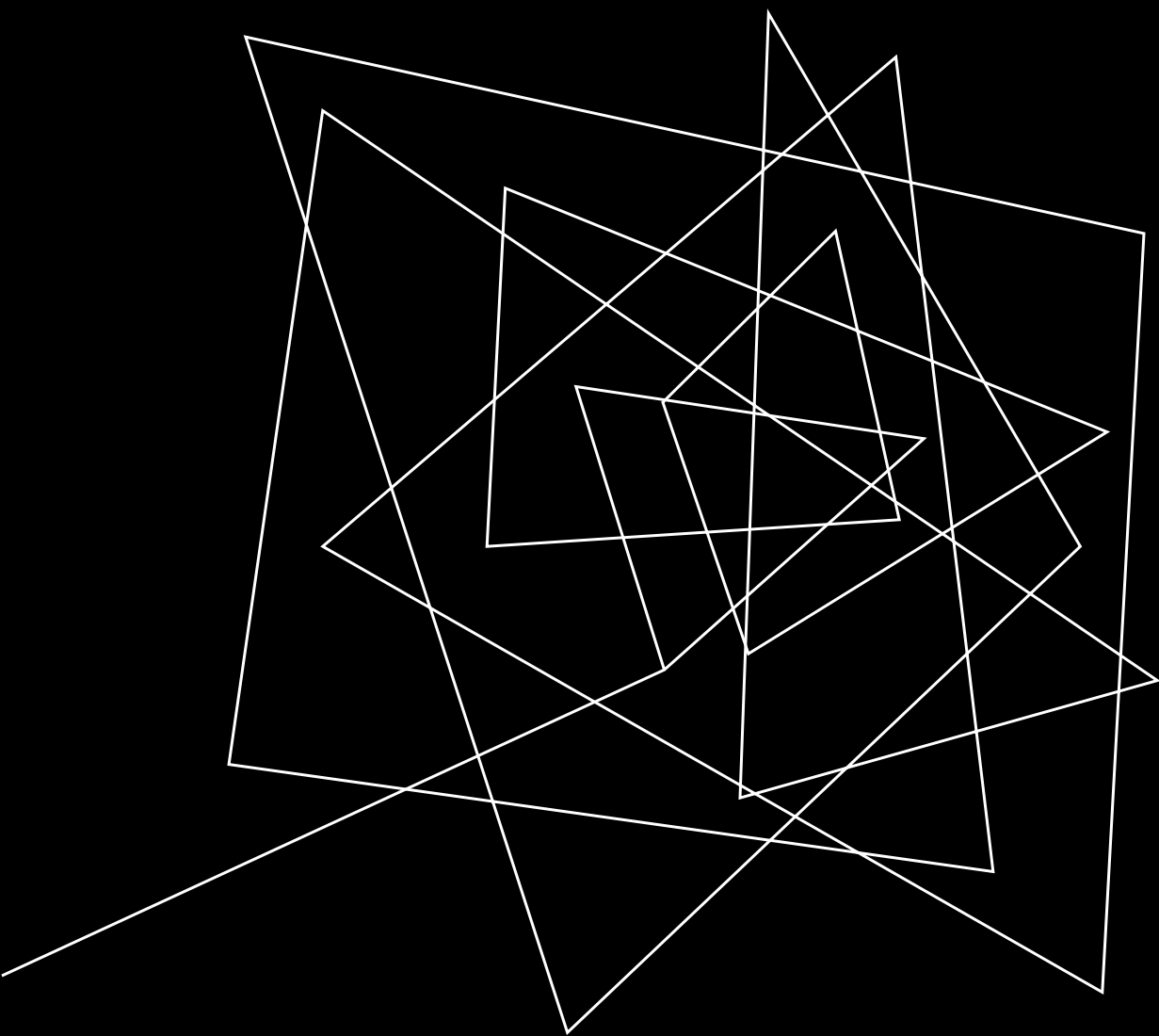
Ajoittain voimme myös pitää kilpailuja.

ASIAKKUUSOHJELMA

Tarjoamme etuja ja alennuksia asiakkuusohjelmaan liittyville kävijöille.

Ylläpidämme mainoksia Instagramissa sekä TikTokissa. Mainonnan määrä ja sisältö vaihtelee kanavittain sekä sesongin mukaan.

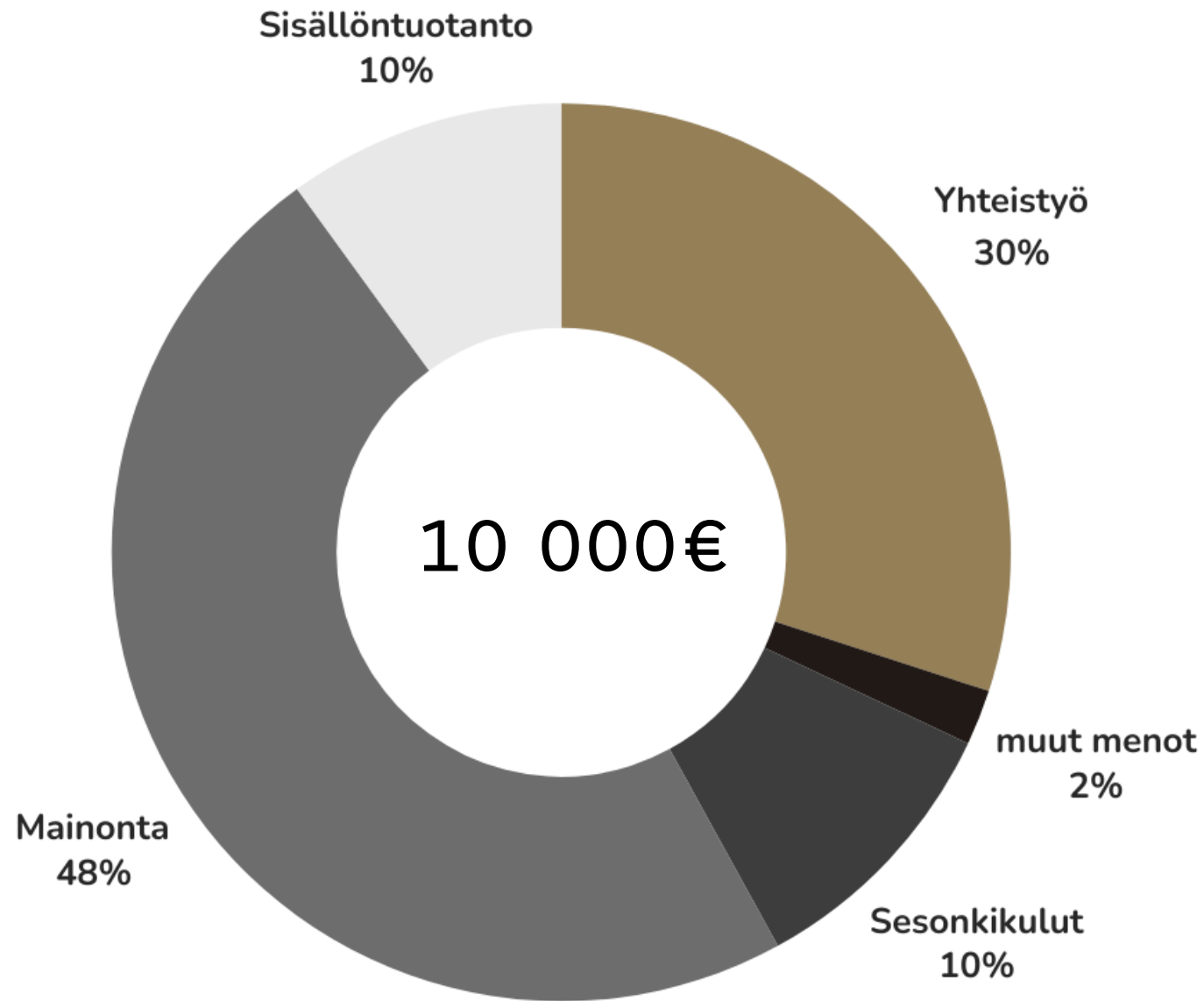
MAKSULLINEN SOME MAINONTA



BUDJETTI

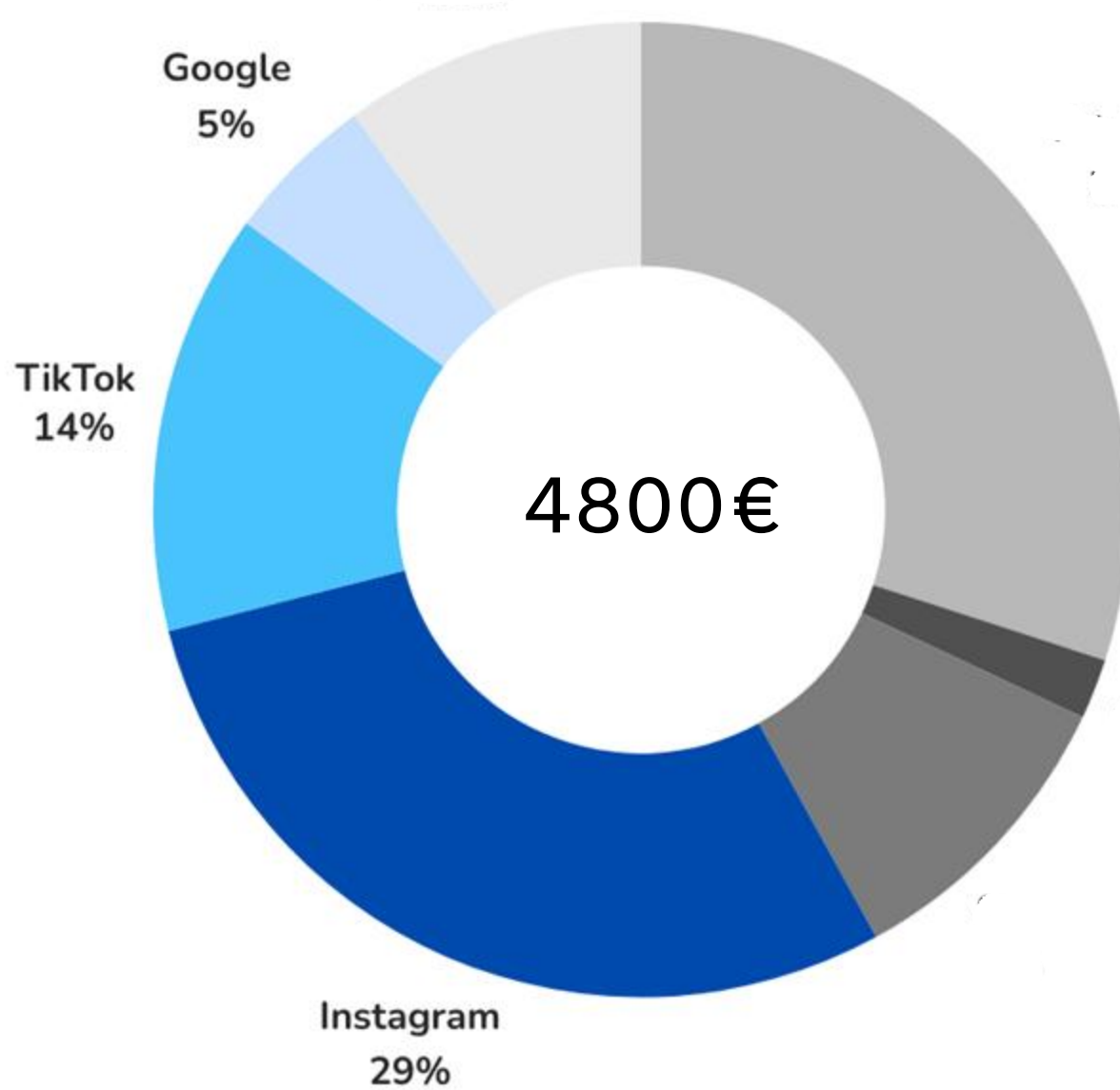
BUDJETTI

- Yhteistyö vaikuttajien kanssa
- Sesonkikulut (esim. ystävänpäivä)
- Maksettu mainonta
- Sisällöntuotanto
- Muut menot



BUDJETTI

- Painotus Instagramissa



INSTAGRAM

1 maksettu mainos: 90 EUR / 6pv (~9000-24000 katselukertaa)

2160 EUR/kk + lisäkulut keskittyneemmästä mainonnasta
tammi- sekä helmikuun alussa ja kampanja-aikaan.

TIKTOK

CPM keskimäärin 8,45 EUR, CPC 1 EUR. Kulut per kampanja min 500 EUR.

Mainontaa lähestytään kampanja kerrallaan. CPM edistää näkyvyyttä, CPC keskittyy katselijoiden käännytykseen.

GOOGLE

Käytetään hyvin valikoidusti (50 EUR-100 EUR / päivä) kun halutaan saada näkyvyyttä hakutuloksissa.

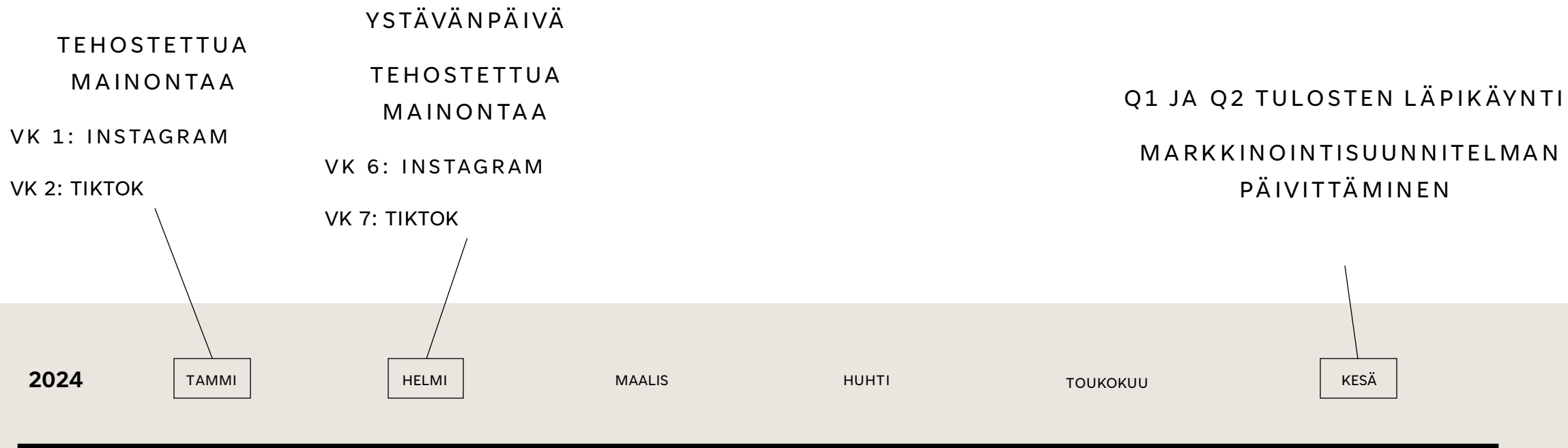
LÄHTEITÄ

<https://www.oyolloo.com/how-much-does-it-cost-to-advertise-on-tiktok/>

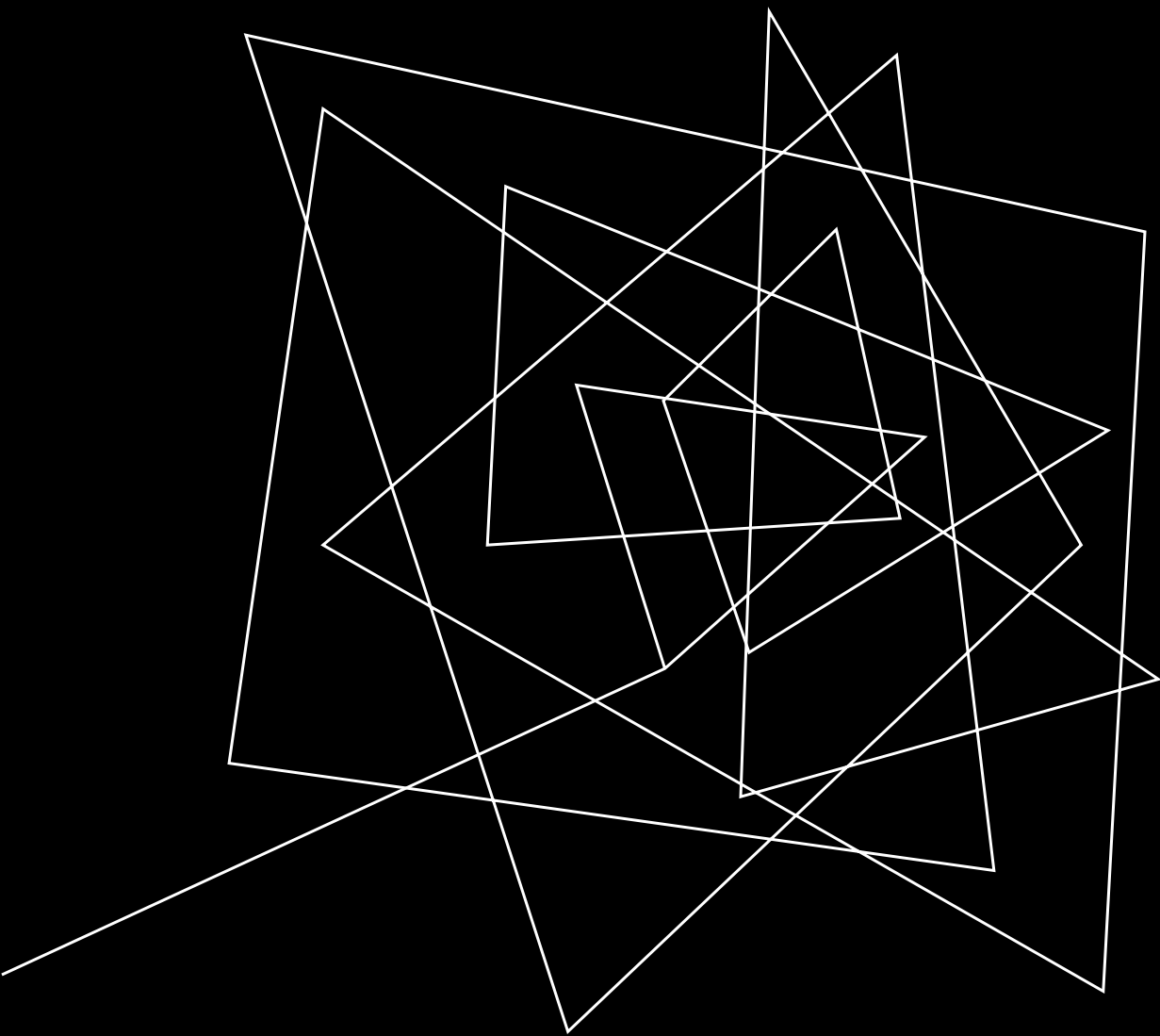
<https://www.webfx.com/blog/social-media/tiktok-pricing/>

<https://videnglobe.com/blog/how-much-do-google-ads-cost#toc4>

LASKELMIA MAINONNASTA



PUOLENVUODEN KELLO

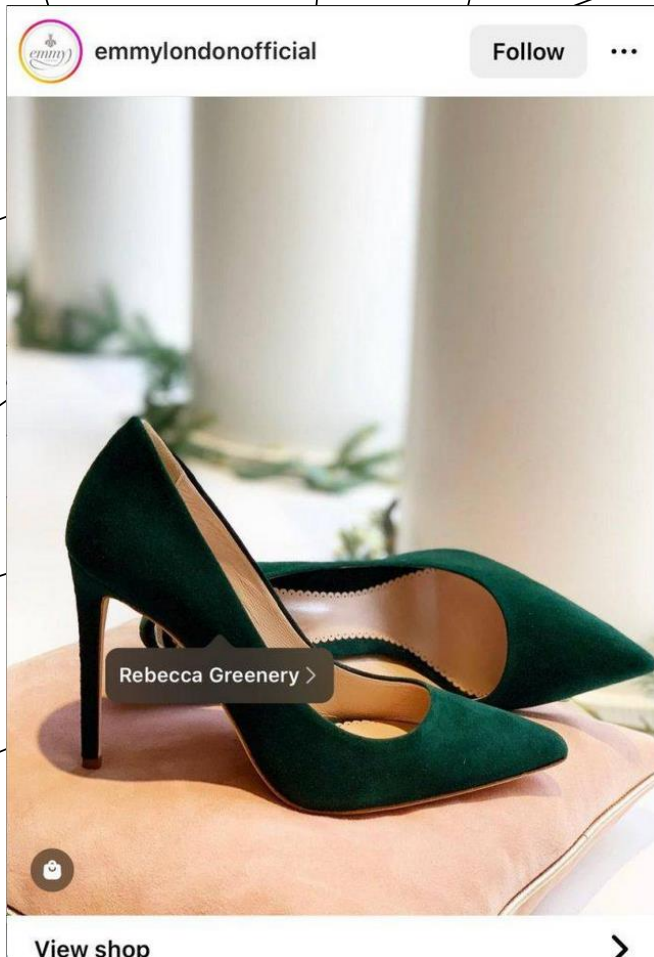


VAIKUTTAJAT JA
YHTEISTYÖ

VAIKUTTAJA STRATEGIA

- Valitaan pieniä ja keskitason vaikuttajia
- Micro- ja mid-tason vaikuttajien hinnat ovat Instargamissa ~\$100-\$5000 per postaus, TikTokissa ~\$25-\$1250 per postaus.
- Valitsemme alkuun jatkuvasti eri yhteistyökumppaneita
- Keskitymme vaikuttajien käyttöön normaalia vahvemmin alkuvuodesta

<https://www.shopify.com/blog/influencer-pricing#>



MAKSETTU YHTEISTYÖSISÄLTÖ

Yhteistyö vaikuttajan kanssa, jossa vaikuttaja esittelee tuotettamme yleisölleen. Sopimuksesta riippuen vaikuttajille voidaan luoda oma uniikki kumppanilinkki ja/tai -koodi, jonka käytöstä maksetaan provisiota.

Koodit tarjoavat asiakkaille prosentuaalisia alennuksia.

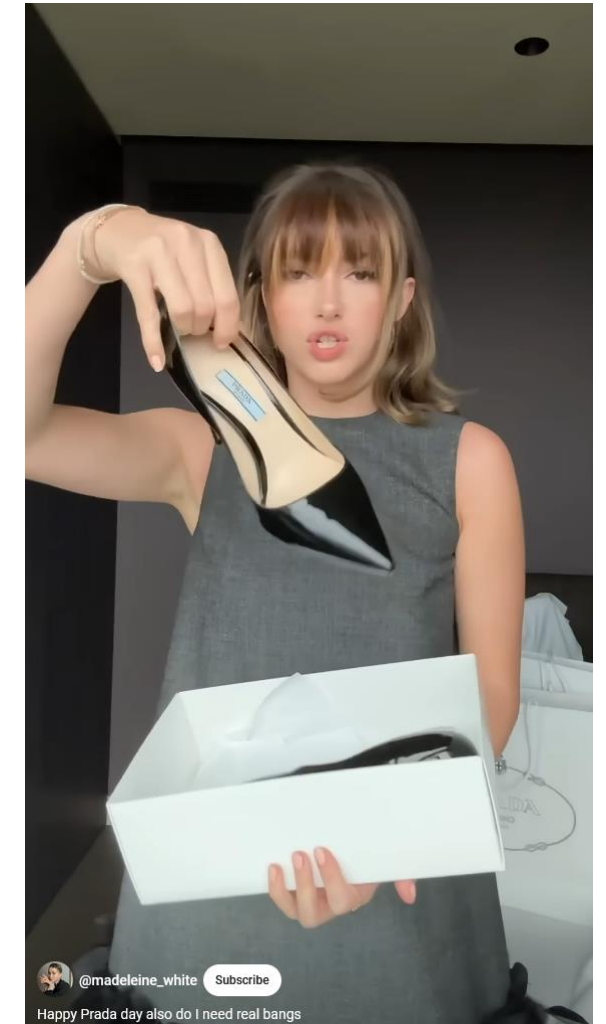
MAKSAMATON YHTEISTYÖSISÄLTÖ

Joillekin vaikuttajille lähetetään PR-paketteja ilman yhteistyösopimusta.

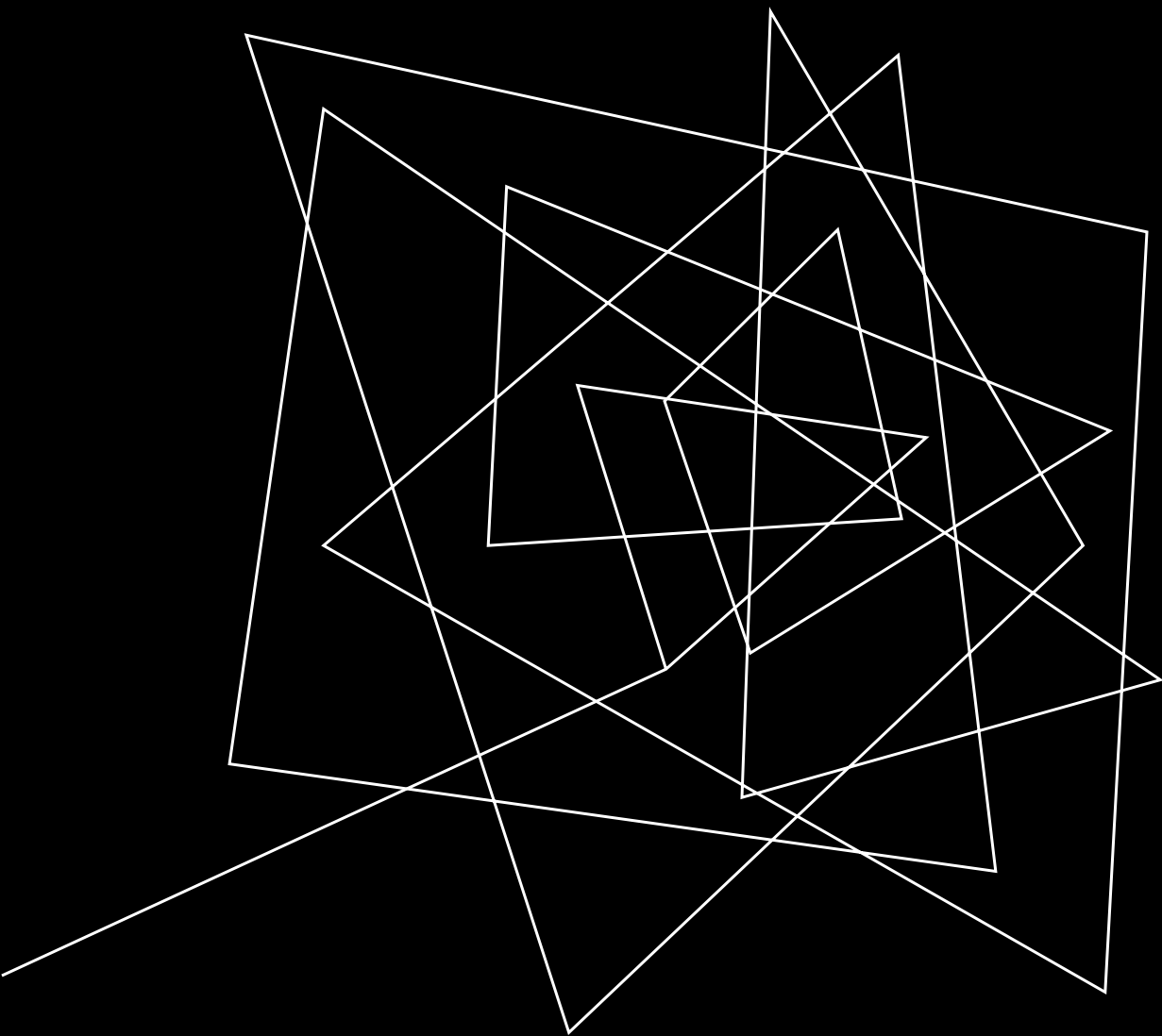
Vastaanottaja saattaa esitellä saamaansa pakettia suoraan, tuote saattaa myös näkyä epäsuorasti yleisölle osana asukokonaisuutta tai vaikuttajan sisällön taustalla.

MUU KAUPALLINEN YHTEISTYÖ

NordicHeel voi tulevaisuudessa tehdä yhteistyötä jonkun suunnittelijan (esim. Minna Parikka) tai brändin (esim. Nike) kanssa.



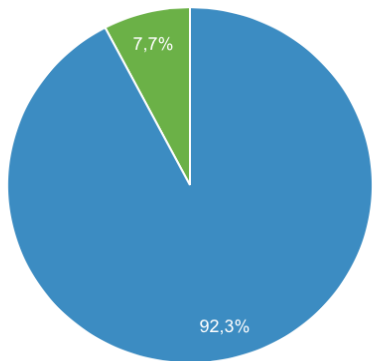
YHTEISTYÖ



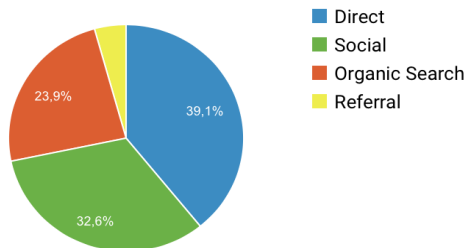
TULOSEN ANALYSOINTI

GOOGLEN ANALYTIIKAT

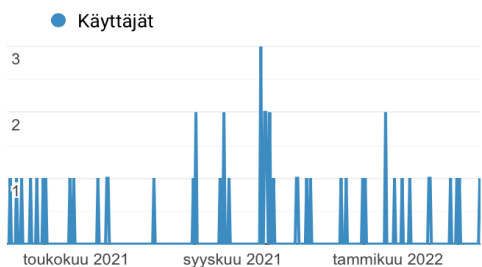
■ New Visitor ■ Returning Visitor



Suosituimmat kanavat



Käyttäjät



Käyttäjät
84

Uudet käyttäjät
85

Istunnot
93

Istuntojen lukumäärä käyttäjää kohti
1,11

Katselukerrat
258

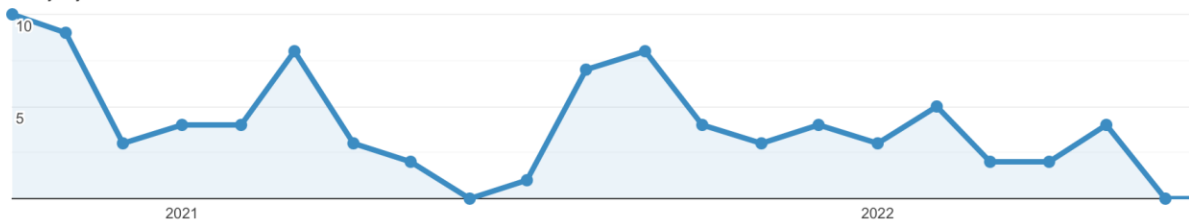
Sivut/istunto
2,77

Istunnon keskim. kesto
00:00:33

Välitön poistuminen prosentteissa
29,03 %

Käyttäjät / Valitse tiedot

● Käyttäjät



Kieli	Käyttäjät	% Käyttäjät
1. fi-fi	70	82,35 %
2. en-us	5	5,88 %
3. fi	5	5,88 %
4. en-gb	4	4,71 %
5. de	1	1,18 %

[näytä koko raportti](#)

Ensisijainen ulottuvuus: Kieli

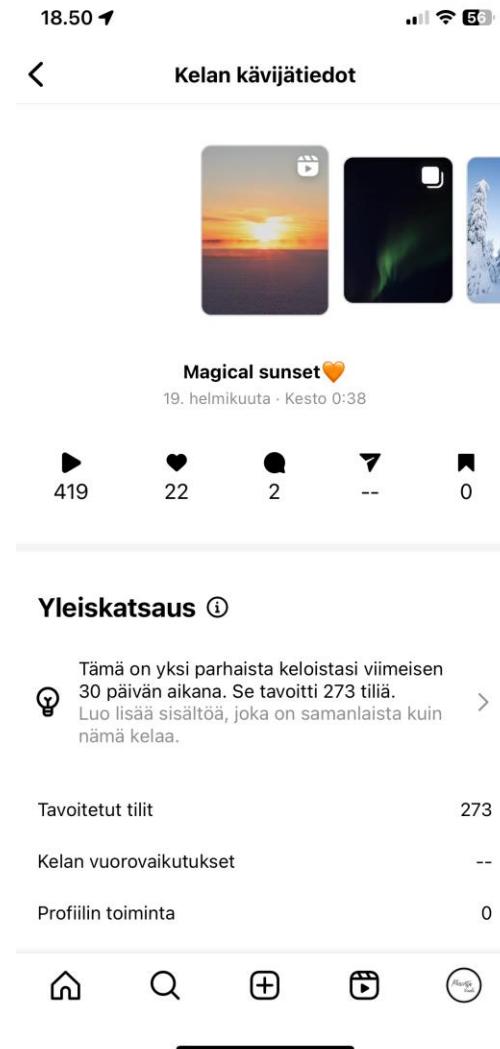
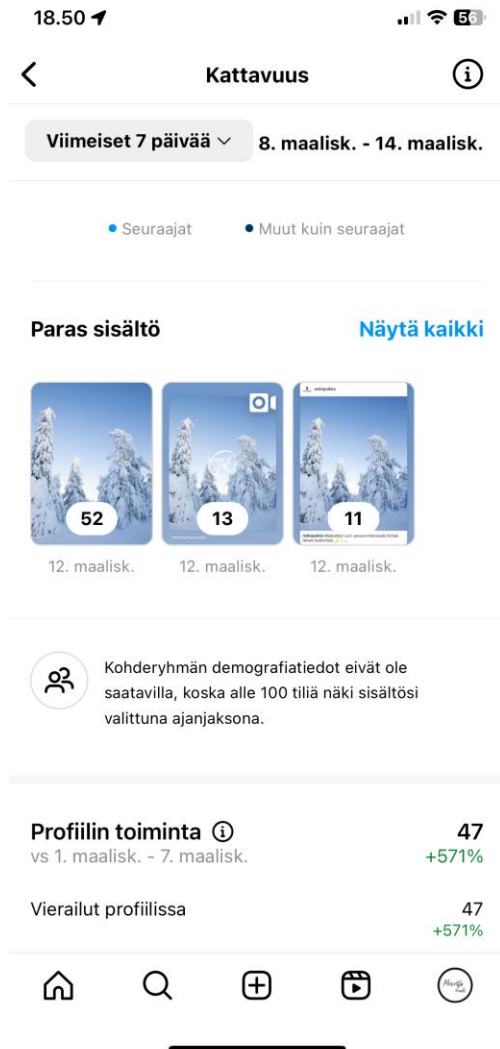
Kieli	Hankinta			Käyttäytyminen			Konversiot	
	Käyttäjät	Uudet käyttäjät	Istunnot	Välitön poistuminen prosentteissa	Sivut/istunto	Istunnon keskim. kesto	Tavoitteen konversioprosentti	Tavoitteen toteutumiset
	84 % kokonaismäärästä: 100,00 % (84)	85 % kokonaismäärästä: 100,00 % (85)	93 % kokonaismäärästä: 100,00 % (93)	29,03 % Näkymän keskiarvo: 29,03 % (0,00 %)	2,77 Näkymän keskiarvo: 2,77 (0,00 %)	00:00:33 Näkymän keskiarvo: 00:00:33 (0,00 %)	0,00 % Näkymän keskiarvo: 0,00 % (0,00 %)	0 % kokonaismäärästä: 0,00 % (0)
1. fi-fi	70 (82,35 %)	71 (83,53 %)	76 (81,72 %)	31,58 %	2,75	00:00:32	0,00 %	0 (0,00 %)
2. en-us	5 (5,88 %)	5 (5,88 %)	5 (5,38 %)	40,00 %	2,20	00:00:27	0,00 %	0 (0,00 %)
3. fi	5 (5,88 %)	4 (4,71 %)	5 (5,38 %)	0,00 %	3,00	00:00:45	0,00 %	0 (0,00 %)
4. en-gb	4 (4,71 %)	4 (4,71 %)	5 (5,38 %)	20,00 %	3,40	00:00:53	0,00 %	0 (0,00 %)
5. de	1 (1,18 %)	1 (1,18 %)	2 (2,15 %)	0,00 %	3,00	00:00:30	0,00 %	0 (0,00 %)

Näytettävät rivit: 10 Siirry: 1 1-5 / 5

Tämä raportti on luotu 15.3.2024 16.22.59 - Päivitä raportti

Yhteenvetoesitys

INSTAGRAMIN ANALYTIIKAT



LIIKETOIMINTAMALLI

ABSTRAKTI

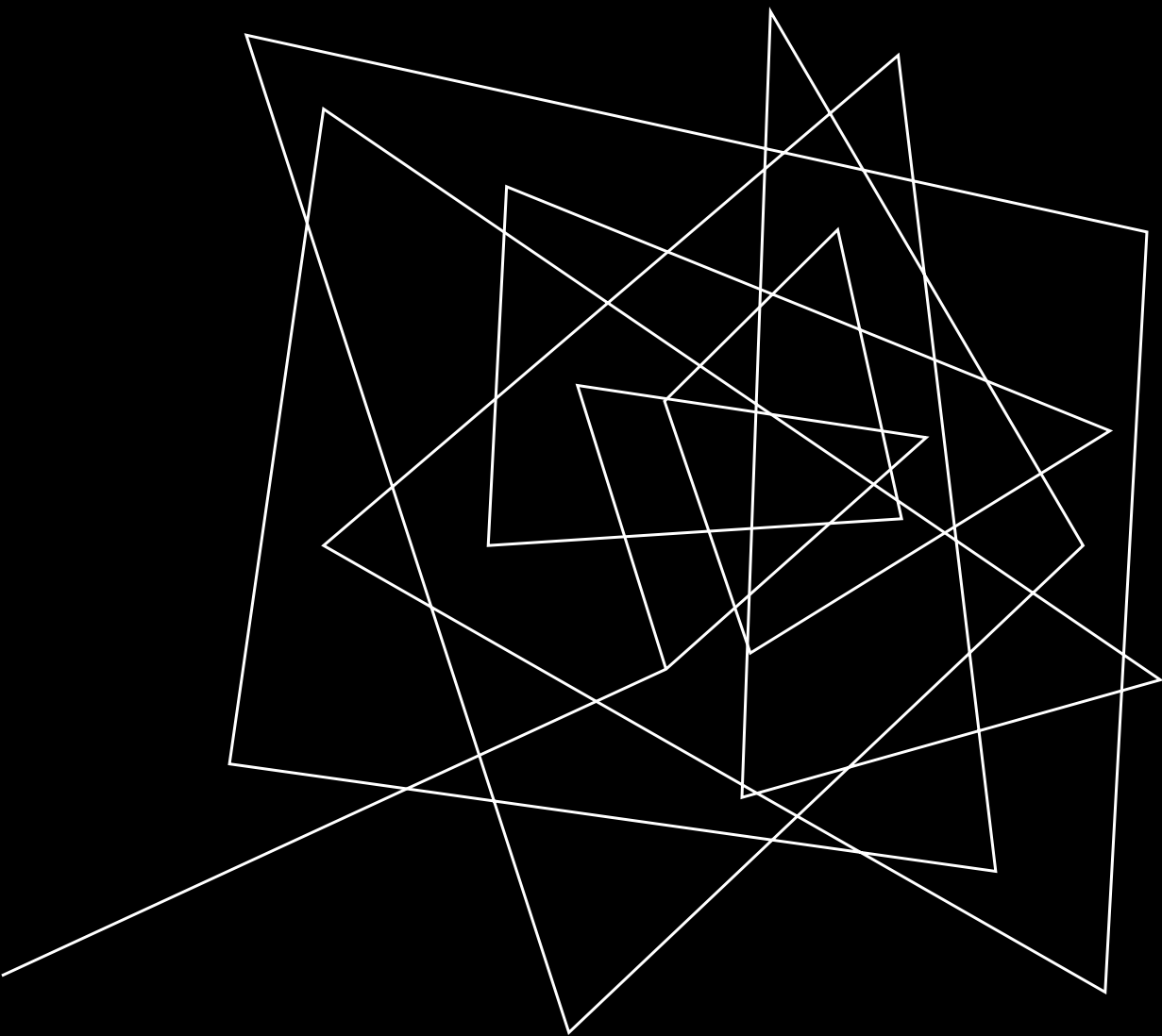
Tutkimuksemme perustuu markkinatrendeihin ja sosiaaliseen mediaan

SUUNNITTELU

Uskomme, että ihmiset tarvitsevat enemmän tuotteita, jotka on erityisesti tarkoitettu tälle niche-markkinalle

TUTKIMUS

Minimalistinen ja helppokäyttöinen



SESONKI,
ASIAKKUUS JA
HOUKUTTIMET

MARKKINAVERTAILU



**MAHDOLLISUUS
RAKENTAA**
Kokonaismarkkina



VAPAAUS KEKSIÄ
Palvelukelpoinen markkina



VÄHÄN KILPAILIJOITA
Saatavissa oleva markkina



KILPAILU

CONTOSO

Tuotteemme on hinnoiteltu halvemmaksi kuin muiden, kyseisellä markkinalla toimivien yritysten tuotteet

Muotoilu on yksinkertainen ja tuote helppokäyttöinen verrattuna kilpailijoiden monimutkaisiin tuotteisiin

Tuotteemme edullisuus on kuluttajien kannalta tärkein houkutin

KILPAILIJAT

Yritys A

Tuote on kalliimpi

Yritykset B ja C

Tuote on kallis ja epämukava käyttää

Yritykset D ja E

Tuote on edullinen mutta epämukava käyttää



YHTEENVETO

Me...

HAVAINNOLLISTAVAA MATERIAALIA

Text text.





KIITOS