

Digimarkkinoijan KÄSIKIRJA

On kaksi väylää hankkia kaupallisesti merkittäviä asiakkaita liiketoimintasi pariin verkossa. Valitse molemmat - ja kiidä kasvun tielle!



Mikko Raespuro

Digimarkkinoijan käsikirja

Omistettu

Kaikille suomalaisille yrittäjille.

Te olette kotimaamme perustukset ja peruskallio,
johon koko muu väestö voi turvallisesti nojautua!

Mikko Raespuro

Digimarkkinoijan käsikirja

**On kaksi väylää hankkia kaupallisesti merkittäviä
asiakkaita liiketoimintasi pariin verkossa. Valitse
molemmat – ja kiidä kasvun tielle!**

© 2018 Raespuro, Mikko

Kustantaja: BoD – Books on Demand, Helsinki, Suomi

Valmistaja: BoD – Books on Demand, Norderstedt, Saksa

ISBN: 978-952-80-0493-6

Sisällysluettelo

Alkuun.....	9
Tarina liikenteestä	10
Miten tämä kaikki johtaa liikenteen hankkimiseen oman liiketoiminnan pariin?	12
Johdanto.....	15
Osa 1 - Ilmaiset keinot	21
Moduuli #1: Hakukoneoptimointi	25
1. Avainsanatutkimus	27
a. Google Avainsanojen suunnittelija	28
b. Google Trends	33
c. Google Search Suggestions.....	39
2. Korkealaatuisen sisällön tuottaminen.....	42
1. Lisäarvon luominen	45
2. Tekniset seikat.....	48
3. Datan kerääminen ja sivuston toiminta.....	55
Moduuli #2: Linkittäminen	63
1. Vieraspostaaminen.....	66
Sponsoroitu postaus	68
2. Vaikuttajalinkittäminen	71
3. Korjaussarjalinkitys.....	76
Työkalujen hyödyntäminen	78
4. Kommenttilinkittäminen.....	80

a. Blogien hyödyntäminen	81
b. Foorumien käyttäminen.....	82
5. Some-linkitys	86
Moduuli #3: Sosiaalinen media	91
Automatisoi mahdollisimman paljon.....	94
Facebook	97
Kohderyhmätyökalu	98
Ryhmät	105
YouTube.....	111
Äänen hyödyntäminen	114
WhatsApp.....	116
Asiakaspalvelun tarjoaminen.....	118
Instagram	119
Shoutout	123
LinkedIn.....	125
Twitter	128
Pinterest.....	131
Snapchat.....	134
Osa 2 - Maksulliset eli investointikeinot	137
Moduuli #4: Google AdWords	143
AdWords – mainonnan perusteita.....	145
AdWords - mainoksen luominen	148
AdWords - hallintapaneeli.....	153
Mainosryhmät	155

Mainokset	156
Avainsanat.....	157
Yleisöt.....	158
Display-verkosto	160
YouTube.....	161
YouTube – videomainoksen luominen	162
Moduuli #5: Sosiaalisen median maksulliset kanavat	167
Facebook investointiliikenteen veturina	171
Millaisia seikkoja Facebook – mainos sisältää?	171
Pikseli	173
Kaksoisolentokohderyhmät	175
Facebook - mainoksen luominen	178
Mainoksen käytännön valmistaminen.....	179
Instagram	190
Instagram mainosmuodot.....	192
LinkedIn.....	196
Yritysprofiilin luominen	196
Mainostilin perustaminen	198
Lopuksi	207
1. Testaa, testaa ja vielä kerran testaa	209
2. Ulkoistaminen	211
3. Brändäys	213

Lähteet.....	215
Johdanto	215
Moduuli #1	215
Moduuli #2.....	215
Moduuli #3.....	216
Moduuli #4.....	217
Moduuli #5.....	218
Lopuksi.....	219

Alkuun



Tarina liikenteestä

Eräs tärkeimmistä asioista kaupallisesti menestyvän ja onnistuneen internet-liiketoiminnan takaa on kävijöiden hankkiminen oman bisneksen pariin. Eikä vain mitkä tahansa kävijät riitä - vaan heidän on mieluusti oltava tuotteestasi tai palvelustasi erittäin innostuneita ja kiinnostuneita henkilöitä.

Tällöin todennäköisyys sille, että potentiaalinen asiakas tekee haluamasi toiminnon, kasvaa merkittävästi.

Yksi loistava tapa aloittaa liikenteen metsästyksen (Lue: potentiaalisten asiakkaiden hankinta) on menestyvien internet-bisnesten tarkempi tarkasteleminen. On nimittäin hyvin tärkeää ymmärtää, millaisia syitä ja tekijöitä erilaisten menestystarinoiden parista löytyy.

Kun näitä tekijöitä alkaa systemaattisesti etsimään, katsomaan ja sitä kautta löytämään, on myös sinunkin mahdollista nähdä suurempi kokonaiskuva ihmisten sitouttamiseksi oman toimintasi pariin.

Ymmärryksen kautta voit mallintaa löytämiäsi seikkoja oman kohdeyleisön rakentamiseen

Kun itse aloitin rakentamaan Verkosta Vapauteen - teemaa ja liiketoimintamallia, olin kerännyt sekä tiedostamattani että osin myös tietoisesti pohjaa ja alustaa taipaleelleni lukemattomien kirjojen, artikkeleiden, verkkokurssien sekä muiden nettilähteiden parista noin 10 vuoden ajalta.

Tuon 10 vuoden aikana kerätty tietopankki ei kuitenkaan pelkästään riittänyt kipinän leimahtamiseksi liekkeihin.

Siihen tarvittiin myös kuvainnollisesti bensaa.

Oma 'ahaa-elämykseni' tapahtui erään amerikkalaisen internet-markkinoijan mahtavan kirjan sivuilta. Kirja sisältää timanttista tietoa oman liiketoiminnan luomiseksi sivu toisensa jälkeen.

Yksi suurimmista erottavista seikoista useimpien vastaavien aiemmin lukemieni opuksien osalta oli se, että käytännössä kirjan jokainen sivu opetti jotain merkittävää menestyvän bisneksen osalta. Nämä tiedot ja periaatteet eivät koske pelkästään nettiliiketoimintaa vaan yhtä lailla perinteisempää kivijalkabisnestä.

Kirjan tärkein sanoma oli se, että sinun ei tarvitse keksiä pyörää uudestaan.

Eli käytännössä: Jos tarkastelet menestyviä bisneksiä sekä netissä että kivijalkamaailmassa, voit mallintaa löytämiäsi asioita, kerätä ne yhteen, luoda oma persoonallinen kehys ja tehdä kaupallisesti menestyvää liiketoimintaa muiden näyttämien esimerkkien perusteella.

Tämä ei siis tarkoita suoraan kopiointia.

Kopioiminen ei opeta sinua juuri ollenkaan, etkä täten sisäistä tarkastelemiesi asioiden perimmäisiä syitä ja tekijöitä.

Miten tämä kaikki johtaa sitten liikenteen hankkimiseen oman liiketoiminnan pariin?

Siten, että voit mallintaa toimivaksi todettuja malleja myös kävijöiden saamiseksi menestyvien bisnesten osalta.

Tällöin koko prosessin ei tarvitse olla niin haastava ja hankala. Tiedät suoraan mikä toimii ja mikä puolestaan ei.

Toki on hyvä pitää mielessä se, että mallinnettavat yritykset ja liiketoiminnat olisivat mahdollisimman lähellä omaa alaa ja tavoitettasi. Isot yritykset käyttävät ja hyödyntävät massiivisia markkinointibudjetteja asiakkaiden sitouttamiseksi, johon meillä pienemmillä yrittäjillä eivät resurssit yksinkertaisesti riitä.

*Nimittäin markkinointimaailmassa pyörivän
sanonnan mukaan se taho, joka käyttää eniten
rahaa asiakkaan hankkimiseen, voittaa
kilpajuoksun.*

Meidän on täten tehtävä liikenteen hankkiminen myös viisaammin haulikkostrategian sijaan (tämä strategia tarkoittaa siis sitä, että ammutaan haulikolla seinään ja katsotaan mikä osui - eli käytännössä kokeillaan tuhat ja yksi eri tapaa hankkia asiakkaita, jonka jälkeen analysoidaan toimivat keinot).

Digimarkkinoijan käsikirja on tarkoitettu kotimaisille yrittäjille ja pk-yrityksille (pienet ja keskisuuret yritykset), jotka haluavat hankkia jo olemassa olevalle verkkoliiketoiminnalleen enemmän relevantteja ja kaupallisesti potentiaalia omaavia prospekteja ja asiakkaita.

Kahlaamalla nämä tulevat sivut läpi saat paljon arvokasta tietoa siitä, mitkä lähteet, palvelut ja alustat toimivat tällä hetkellä tehokkaimmin sekä ilmaista että maksullisten asiakkaiden hankintakeinojen osalta internetissä

*On vain kaksi väylää hankkia kaupallisesti
merkittäviä asiakkaita liiketoimintasi pariin. Valitse
molemmat - ja kiidä kasvun tielle!*

Ai niin - mikäköhän tämä oman 'ahaa-elämyksen' tuottama kirja oikein olikaan?

Russell Brunsonin kirjoittama Expert Secrets (huomaa, että kirja vaatii englannin kielen taitoa tämän arvokkaan tiedon omaksumiseksi).

**Olet oikeutettu ilmaiseen lahjaan
valtavana kiitoksena tämän
Digimarkkinoijan käsikirjan
hankkimisen vuoksi.**

**Vieraile vain osoitteessa
<https://mikkoraespuro.com/lahja>
poimiaksesi oman lahjasi talteen!**

Johdanto



Digimarkkinoijan käsikirja on jaettu kahteen eri osaan kokonaiskuvan hahmottamisen helpottamiseksi. Nämä kaksi osaa sisältävät yhteensä viisi eri moduulia, joista kolme ensimmäistä sisältyvät ensimmäiseen ja kaksi jälkimmäistä toiseen osaan.

Pähkinäkuoressa siis: Liikenteen, eli kävijöiden hankkimiseen internetissä, on käytännössä kaksi eri vaihtoehtoa:

- 1. Ilmaiset keinot**
- 2. Maksulliset eli investointikeinot**

Molemmat väylät sisältävät lukemattomia eri mahdollisuuksia tavoittaa kohdeyleisösi. Nämä erilaiset mahdollisuudet sisältävät mm. hakukoneiden hyödyntämisen, sosiaalisen median palveluiden käyttämistä, kotisivuston optimoimista, videoiden kuvaamista, äänen tallentamista tai sähköpostilla sitouttamista.

Ensimmäinen vaihtoehto vie enemmän arvokasta aikaa kuin rahaa. Jälkimmäinen tapa päinvastoin vaatii kukkaroltasi täytettä pelkän matin sijasta mutta samalla toki nopeuttaa ajallista tarvetta.

Perusperiaate on kuitenkin aina sama riippumatta siitä, mitä alustaa, palvelua tai sivustoa hyödynnät: Tavoitteena on tuottaa korkealaatuista sisältöä, joka ratkaisee jonkun tietyn kohdeyleisösi ongelman tai vastaavasti vahvistaa heidän intohimoaan teeman ympäriltä.

Mikä on Digimarkkinoijan käsikirja?

Digimarkkinoijan käsikirja käsittelee kaupallisesti merkittävien asiakkaiden ohjaamista liiketoimintasi pariin verkossa.

Kirjan avulla on mahdollista hankkia useita erilaisia liiketoimintaa kasvattavia asiakasvirtoja. Vaikka yksi keino tyrehtyisikin syystä tai toisesta, liiketoiminnan kasvu ei lopu kuin seinään.

Digimarkkinoijan käsikirja osoittaa kaksi isoa kävijöiden hankkimisteemaa viiden helposti seurattavan moduulin muodossa mm. seuraavia asioita:

- Opi käyttämään kolmea liiketoimintaa kasvattavaa pienten pääomien markkinointikanavaa
- Löydä kaksi tehokasta keinoa aihealueeseesi tiiviisti liittyvän kohderyhmän paikallistamiseksi
- Hyödynnä ilmaisia kävijöiden hankintamalleja liiketoiminnan pohjana toimivan peruskallion muuraamiseksi
- Näe tavat sosiaalisen median valjastamiseen laadukasta lisäarvoa ja ongelmia ratkaisevaa sisältöä tuottamalla
- Hanki tietous itsesi vapauttamiseen oravanpyörästä automatisoimalla liiketoimintasi pullonkauloja



Mikko Raespuro on toiminut digitaalisen markkinoinnin parissa 10 vuoden ajan seuraamalla tarkasti alan muuttuvia trendejä, joista kolmen ensimmäisen vuoden jälkeen yrittäjänä Webbipiste - yrityksen parissa.

Digitaalisen markkinoinnin peruseriaatteet pysyvät kuitenkin trendeistä riippumatta aina samankaltaisena:

Laadukkaan ja korkeaa lisäarvoa tuottavan sisällön tarjoaminen sekä intohimojen vahvistamiseen että ongelmien ratkaisuun liiketoimintamalliin

sopivien myyntisuppiloiden kautta.

Ura internet-liiketoiminnan parissa käynnistyi pakon sanelemana laman vietyä turvallisuutta luovan työpaikan ja toimeliaisuuden romahtaneen terveyden muodossa.

Hän on paketoitunut vuosien aikana kartuttamansa käytännön osaamisen asiakkaiden hankkimisen osalta tiiviiksi paketiksi, jonka tuloksena Digimarkkinoijan käsikirja on syntynyt.

Kysymys kuuluukin, oletko valmis valitsemaan kaksi väylää hankkia kaupallisesti merkittäviä asiakkaita liiketoimintasi pariin verkossa?

Valitse molemmat - ja kiidä kasvun tielle!



9 789528 004936