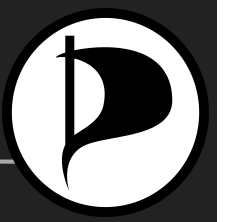




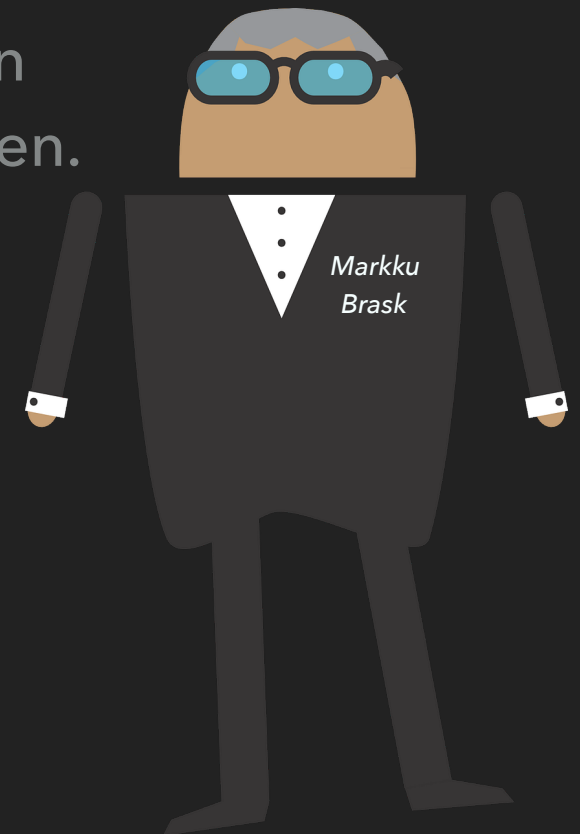
MARKKINOINNIN WORKSHOP

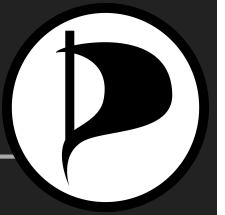
PUOLUEPÄIVÄT 2015



KUKA TOI TYPPI ON?

- ▶ Erilaisissa viestintä- ja markkinointitehtävissä, sekä palveluiden ja tuotteiden myynnin tehtävissä vuodesta 1989.
- ▶ Nykyisin eurooppalaisen ohjelmistotalon Suomen myyntivastuussa, kansainvälisen johtoryhmän jäsen.
- ▶ 44 vuotta, puoliso, 3 lasta ja koira
- ▶ Koti Vantaalla.
- ▶ Tuotan elektronista musiikkia harrastuksena, nuorempana myös työkseni.





MITÄ MARKKINOINTI ON?



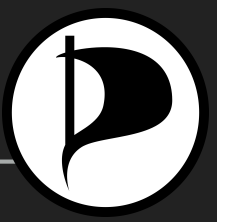
Hae sivustolta Wikipedia

Markkinointi



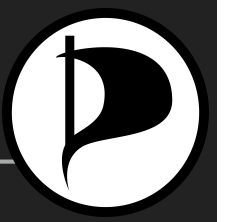
Sivun huomautukset

Markkinointi tarkoittaa toimenpiteitä, joilla yritys tai muu organisaatio pyrkii edistämään tuotteidensa tai palveluidensa myyntiä. Keinoja ovat mm. asiakkaisiin vaikuttavien tekijöiden analysointi, tutkiminen^{[selvennä](#)}, suunnittelu, toimeenpano^{[selvennä](#)} ja valvonta^{[selvennä](#)}.^[1] Siihen liittyvät itse tuotteen tai palvelun [suunnittelu](#) houkuttelevaksi, sen tuominen ostajien helposti saataville (ns. jakelutie), tuotteesta ja [tuotemerkistä](#) ja niiden ominaisuuksista kertominen ostajille ([myynti](#) ja [markkinointiviestintä](#)) sekä oikeanlainen [hinnoittelu](#), jolla tuotteet saadaan kaupaksi kannattavasti. Palvelujen markkinoinnissa korostuvat lisäksi palveluhenkilöstön taidot, palveluprosessin sujuvuus sekä palvelutoiminnan fyysiset puitteet.^[2]



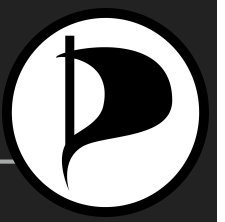
MARKKINOINNIN HAASTEITA

- ▶ Markkinoinnilla ei ole tällä hetkellä yksittäistä sitoutunutta omistajaa, eikä vastuuhenkilöitä piireissä.
- ▶ Ulkopuolisia resursseja ei voida vielä käyttää, koska se on kallista.
- ▶ Markkinoinnin resurssit ovat puolueen aktiivit.
- ▶ Yhteisiä tavoitteita markkinoinnille kannattaa selkeyttää.



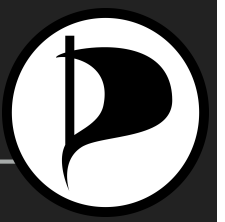
MITÄ TEHDÄÄN TÄLLÄ HETKELLÄ?

- ▶ Onko yhdessä tekemisen kulttuuria?
 - ▶ Vapaata keskustelua aiheesta.
- ▶ Mitä voidaan tehdä ilman budjettia?
 - ▶ Esim. blogien järjestelmällinen postaaminen lehtien mielipideosastoille, asiaamme ajavien uutisten postaaminen ja kommentointi (kuten libera ajatushautomo), jalkautuminen erikseen ja yhdessä.



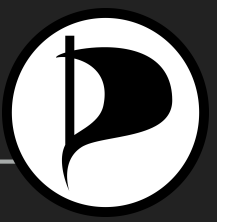
KELAILUSESSIO 1

- ▶ 5 minuuttia
- ▶ yksilöt vs ryhmät, ideoikaa ensin yksin ja sitten 3:n hengen ryhmissä millaisia viestintä- ja markkinointitoimia voidaan toteuttaa ilman budjettia / pienellä budjetilla - edellä mainittujen lisäksi?



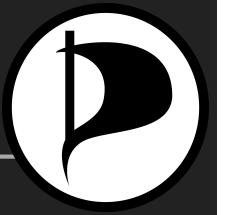
USKOTTAVUUS

- ▶ Suomi on herännyt ennennäkemättömällä tavalla vuonna 2015, syynä tähän ovat olleet mm. uuden hallituksen tapa toimia ja pakolaiskriisi.
- ▶ Valtava potentiaali Piraattipuolueen agendalle, jos se saadaan hyödynnettyä.
- ▶ Byrokratian purkaminen ja avoimuuden lisääminen vetoaa tällä hetkellä satoihin tuhansiin ihmisiin.
- ▶ Inhimilliset arvot ja vapaan liikkuvuuden lisääminen, samanvertaisuus, tasa-arvo vs muukalaisvihamielisyys ja pelko erilaisuutta kohtaan.



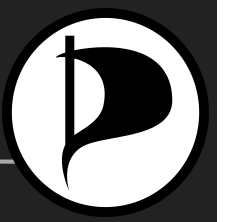
USKOTTAVUUS

- ▶ Erinomainen tilaisuus tuulettaa Piraateista syntyneitä vääriä mielikuvia ja tarjota tilalle kokemus ja tunne siitä mistä todella on kyse.
- ▶ Johdonmukaisella ja vahvalla viestinnällä mielikuva muuttuu.
- ▶ Perheet, lapset, keski-ikäiset liberaalit, ihmisläheisyys vs asiakeskeisyys. Miten voimme lähestyä uusia kohderyhmiä?
- ▶ Annetaan enemmän kuin pyydetään, esim. piraattipuolue.fi sisääntulosivun sisältö.
- ▶ Helppous ja selkeys, yksinkertaistettu sanoma.



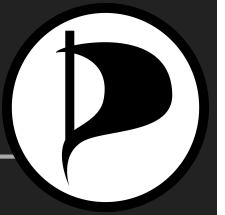
KELAILUSSIIO 2

- ▶ Uskottavuuden lisääminen, 5 minuuttia.



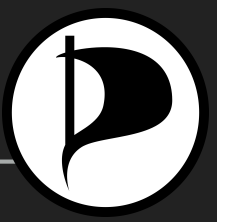
KELAILUSSIIO 2

- ▶ Johdonmukaisuus on hyvin tärkeää.
- ▶ Samoin selkeys kaikessa mitä tehdään.
- ▶ Jonkinlaiset pelisäännöt voisivat olla tarpeen sen suhteen miten viestitään jos puolue mainitaan viestijän tai viestin yhteydessä.
- ▶ Organisoitumisen tarve ja projektiajattelu.



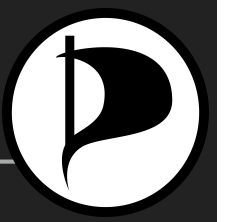
PROJEKTIT

- ▶ Markkinoinnissa tulisi olla koko ajan puolueen asiaa ajava projekti käynnissä. Mielellään useampia yhtäaikaan. Juuri nyt projekteina on / voisi olla:
 - ▶ Kannatuskorttien kerääminen
 - ▶ Jäsenien rekrytointi
 - ▶ Kuntavaaleihin valmistautuminen
 - ▶ MieliPIDetutkimukset eri puolilla maata
 - ▶ ym. ym.



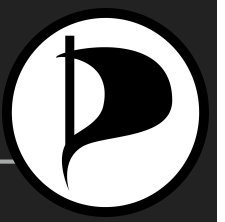
PROJEKTIT

- ▶ Yksittäiset yksilötasolla toteutetut tempaukset ovat kivoja, mutta eivät kovin tehokkaita. Kannattajakorttikertymä on tästä hyvä esimerkki. Oma jäsenmäärä riittäisi jo sinällään tuottamaan tarvittavan kannattajakorttimäärän.
- ▶ Muutamasta tuhannesta jäsenestä vain reilu 600 on mukana avoimessa Facebook-ryhmässä, miksi?
- ▶ Organisaation osalta toimiva malli voisi olla, että hallituksessa olisi henkilö joka on vastuussa koko puolueen markkinoinnista. Tämän lisäksi piireissä voisi olla oman alueensa vastuuhenkilöt. Heidän tehtävänään voisi olla esim. lanseerata yhteisiä kampanjoita paikallistasolla, sekä huolehtia mm. siitä että oman piiriin bloggaajien parhaat tuotokset saavat mahdollisimman suuren jakelun ja näkyvyyden - muistuttamalla bloggaajia lähettämään tekstejään ennalaselvitettyihin ja valittuihin medioihin omalla alueellaan.



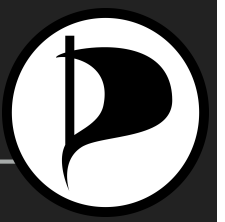
PROJEKTIT – KESKUSTELUA

- ▶ Miten voisimme edistää projektimuotoista markkinointia?



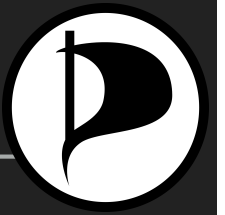
PROJEKTIT – MUUTAMIA IDEOITA 1.

- ▶ Keräysviikonloppu, joka lanseerataan piirien kautta koko maahan.
- ▶ Työttömille ja opiskelijoille jäsenmaksuvapautus vuodeksi 5:n tai 10:n kannattajakortin toimittamisesta? Edellyttäisi toki että jäsenmaksu olisi kaikille pakollinen.
- ▶ Tietoiskut piraattien agendasta ympäri maata, piirien organisoimina. Paikat tietoiskuille tehokkuusnäkökulmasta. Kaikilla samat keskitetysti tuotetus aineistot.
- ▶ Näkyvyyden lisääminen 12-18kk ennen kuntavaaleja, ylläpitäminen ja jatkuva kehittäminen. Flahsmob, festarit, videomateriaalin tuottaminen eri aiheista, blogien julkaiseminen laajasti, uutisnäkyvyyden hyödyntäminen, web uudistus?



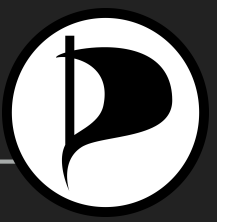
PROJEKTIT – MUUTAMIA IDEOITA 2.

- ▶ Keskitetysti organisoidut asenneilmapiiritutkimukset Piraattipuolueesta.
- ▶ Valmiit kyselylomakkeet ja riittävä otanta, joku tilastotieteiden taitaja voi kommentoida mikä on riittävä.
 - ▶ Voidaan hyödyntää monella tavalla; toiminnan kehittämiseen, julkaista omia löydöksiä tutkimuksesta median julkaistaviksi, käyttää vasta-argumenttien rakentamisen perusteluina, tutkia missä ihmisryhmissä meitä kannatetaan ja mitkä teemat toimivat parhaiten, ym. ym.
- ▶ Kaikkien edellämainittujen ideoiden toimivuuden edellytyksenä on että pystymme toimimaan organisoidusti ja sovitulla tavalla yhdessä. Yhdessä tekeminen on vahvin voimavaramme.



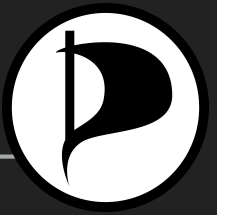
VARAINHANKINTA

- ▶ Miten muut puolueet rahoittavat toimintaansa puoluetuen lisäksi?
 - ▶ iltalehti.fi/uutiset/2014010417897937_uu.shtml
- ▶ Varainhankinta nyt = jäsenmaksut, verkkokauppa, lahjoitukset.



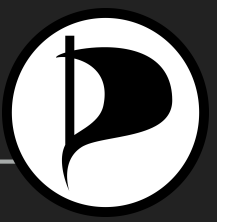
KELAILUSESSIO 3

- ▶ Mitä muuta voidaan tehdä varainhankinnan edistämiseksi?



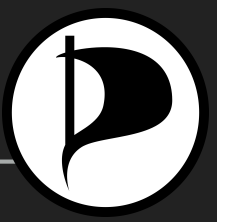
VARAINHANKINTA – IDEOITA

- ▶ Jäsenmaksun pakollisuus.
- ▶ Lehden julkaiseminen / mainosmyynti.
- ▶ Ylläpidettävät softapaketit / mahdollisuus lahjoitukseen.
- ▶ Verkkokaupan tuotteiden kehittäminen ja tehokkaampi markkinointi.
- ▶ Puhujien vuokraaminen teemoiltaan sopiviin tilaisuuksiin.
- ▶ Asiantuntijoiden välittäminen.



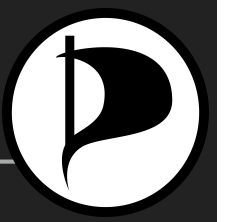
GRAAFINEN ILME JA SISÄLTÖ WEBISSÄ 1

- ▶ Muiden puolueiden web-sivustot.
- ▶ Miksi kirjoitettuja blogeja ei kerätä etusivulle?
- ▶ Miksi jäseneksi liittyminen vaatii etsimistä, pitäisi olla etusivulla! Myös agenda on piilossa.
- ▶ Mikseivät uutiset ole blogien kanssa etusivulla?
- ▶ Olemme tietoyhteiskuntapuolue, mutta tiedon löytäminen meistä vaatii keskimääräistä useamman klikkauksen, miten tämä ajaa asiaamme?
- ▶ Ihmiset ovat laiskoja.



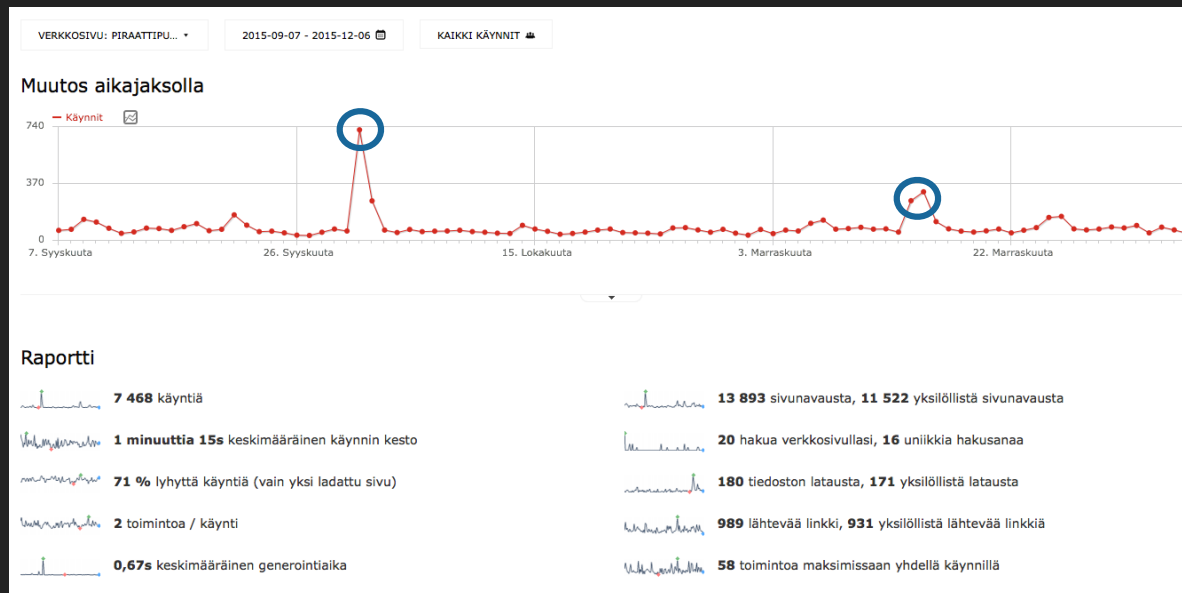
GRAAFINEN ILME JA SISÄLTÖ WEBISSÄ 2

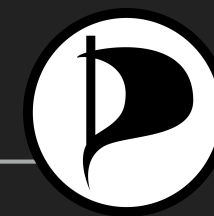
- ▶ Kävijöiden tehokkaampi ohjaaminen sivustolle.
 - ▶ Kaikkiin enemmän ja vähemmän virallisiin paikkoihin täytyy saada sivustolle ohjaava banneri/linkki.
 - ▶ Somet, blogit, ym. ym.
- ▶ Vapaaehtoinen linkittäminen.
 - ▶ Vaalisivut, vaaliprofiilit
 - ▶ Ajaa kaikkien asiaa että näymme kaikkialla missä voimme näkyä.



GRAAFINEN ILME JA SISÄLTÖ WEBISSÄ 3

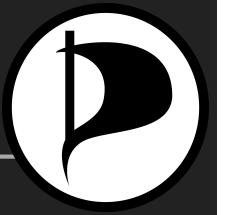
- ▶ Sivustolle löytävän liikenteen seuranta ja sen hyödyntäminen:
 - ▶ 1.10.2015 yhteensä 716 käyntiä, [miksi?](#)
 - ▶ 14.-15.11.2015 yhteensä 568 käyntiä, [miksi?](#)





KUVAT VIESTINNÄSSÄ

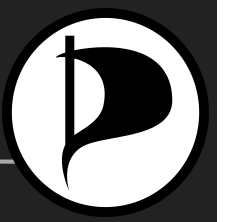




KUVAT VIESTINNÄSSÄ

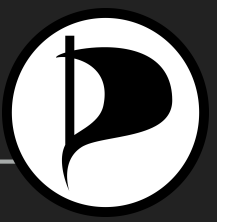
**SANANVAPAAUS
VERKOSSA.**





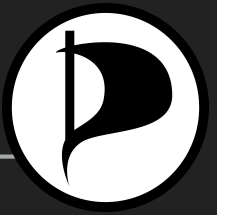
KUVAT VIESTINNÄSSÄ





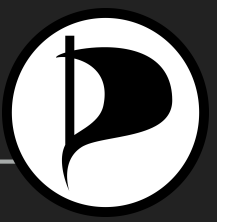
KUVAT VIESTINNÄSSÄ





KUVAT VIESTINNÄSSÄ

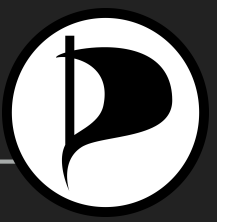




KUVAT VIESTINNÄSSÄ



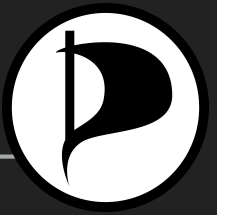
TIETOYHTEISKUNTAPUOLUE.



KUVAT VIESTINNÄSSÄ



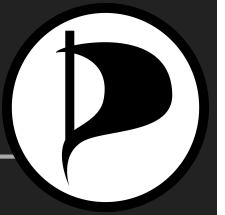
**OSALLISTAVA
DEMOKRATIA.**



KUVAT VIESTINNÄSSÄ



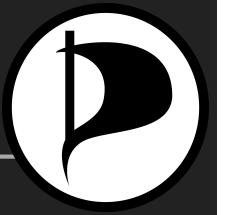
YKSILÖNVAPAUDET.



KUVAT VIESTINNÄSSÄ

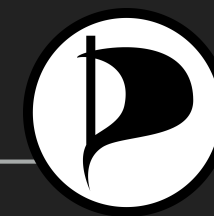


**YKSITYISYYDEN
SUOJA
LIIKENTEESSÄ.**



KUVAT VIESTINNÄSSÄ





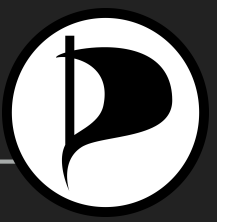
KUVAT VIESTINNÄSSÄ



MAAILMANKATSOMUS.

KUVAT VIESTINNÄSSÄ

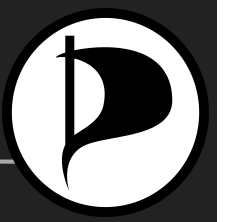




KUVAT VIESTINNÄSSÄ

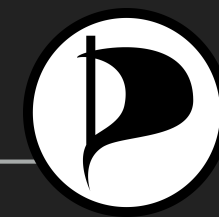


OIKEUSTURVA.



KUVAT VIESTINNÄSSÄ

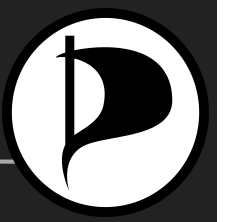




KUVAT VIESTINNÄSSÄ



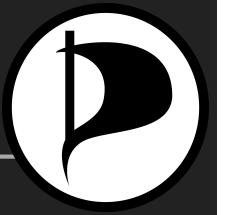
**SEKSUAALISUUS
JA AVIOLIITTO.**



KUVAT VIESTINNÄSSÄ



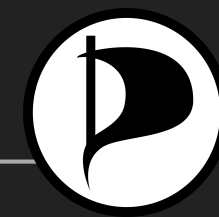
**OPETUSMENETELMIEN
AJANMUKAISTAMINEN.**



KUVAT VIESTINNÄSSÄ

**KANSALLINEN
LIIKKUMAVARA EU:SSA.**





KUVAT VIESTINNÄSSÄ



**LIIKETOIMINNAN
HARJOITTAMISEN
VAPAUTTAMINEN.**



VALITSEVAPAU!