

Työpaja 4

Kurssin rakenne

Markkinoinnin etiikka ja yhteiskuntavastuu

Asiakaslähtöinen liiketoiminta

Asiakas- ja markkina-ymmärrys

Kohde-
markkinan
valinta

Asiakasarvon luominen

Brändien rakentaminen ja hallinta

Tuotteiden ja palveluiden kehittäminen

Asiakasarvon jakelu & viestintä

Jakelu-kanavat ja hinnoittelu

Markkinointi-
viestintä

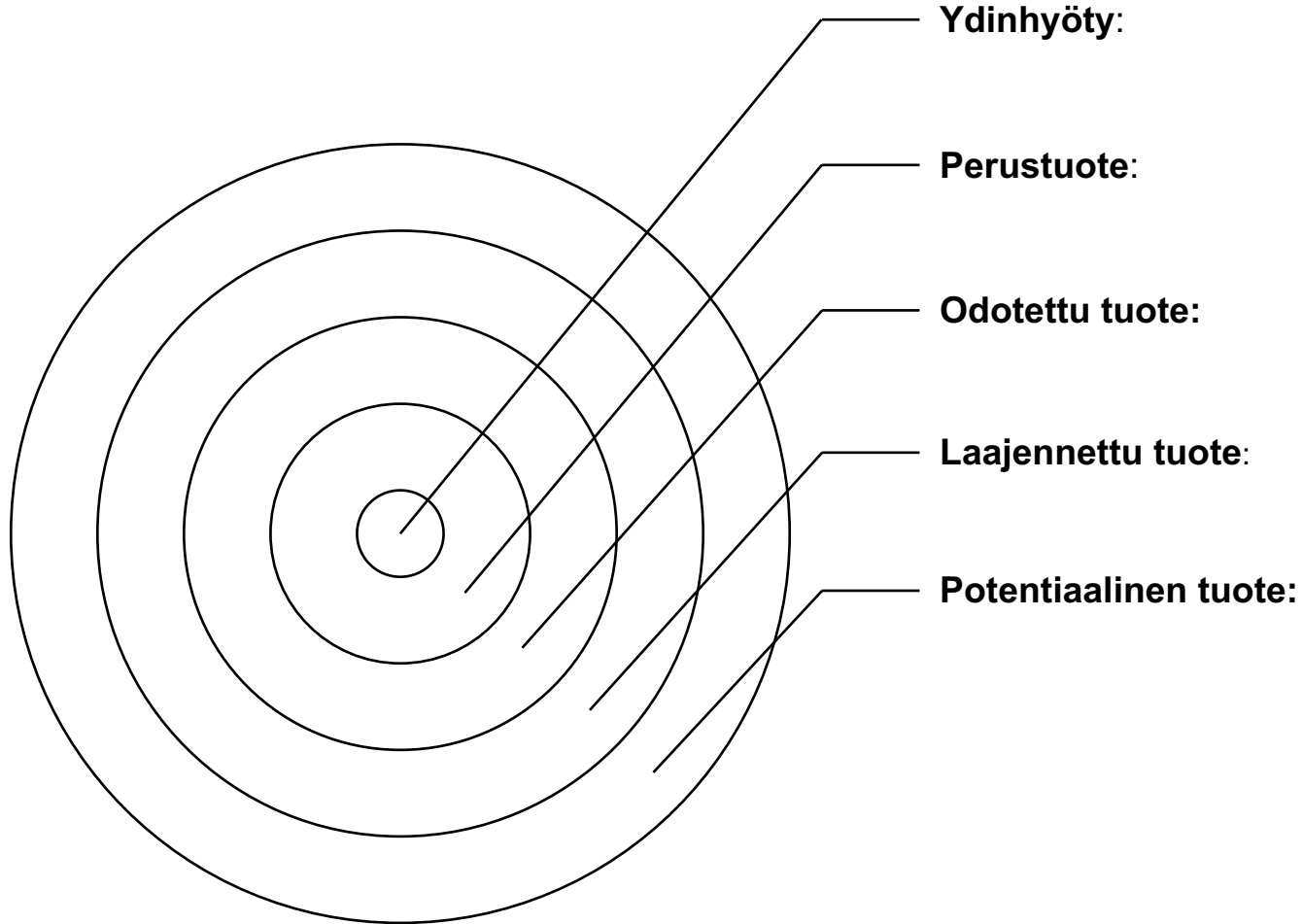
Asiakas-
suhteiden
hallinta

Markkinoinnin kannattavuuden mittaaminen

Kotitehtävä: Tuote

- 1. Pohdi ja analysoi tuotetta /palvelutuotetta tuotteen kerroksellisuuden kautta.**
- 2. Arvioi missä elinkaaren vaiheessa tuotteesi on. Perustele.**
 - Kauanko tuote on ollut markkinoilla?
 - Mikä on kilpailutilanne?
 - Onko tuotetta kehitetty ja parannettu vuosien myötä?

Tuotteen tasot



Missä elinkaaren vaiheessa tuotteesi on? Perustele.



Kotitehtävä: Hinta

1. Tarkastele ja arvioi tuotteen hinnoittelua, vertaa myös kilpailijoihin.

- Pystytkö tunnistamaan hinnoittelumenetelmiä mitä yritys on käyttänyt? (Voit verrata esim kilpailijoihin, muihin samankaltaisiin tuotteisiin. Mikäli selvittää, keskity erityisesti seuraavaan kysymykseen!)
- **Miten yritys/brändi käyttää hinnoittelua markkinoinnissa?**

Hinnoittelumenetelmiä



Hinnoittelun käyttö markkinoinnissa

- **Hintadifferointi** (hintojen porrastus; sama tuote eri hinnoilla eri asiakkaille, esim. ennakkotilaaja, ikäporrastus)
- **Alennukset** (esim. kanta-asiakasalennus, käteisalennus..)
- **Hintojen pilkkominen / paketointi** (esim. auto+ lisävarusteet / hampurilaisateria)
- **Maksuehdot ja rahoitusmuodot**
- **Psykologinen hinnoittelu** (Hinnan esittämistapa esim. hintojen esittely 1,95€ / 49€; kuntosalijäsenyyden vuosihinta esitetään x€/pvä; hintaan liitetään ostorajoitus: 1kpl/talous)

Kotitehtävä: Jakelukanavat ja saatavuus

1. Havainnoi yrityksen/brändätyn tuotteen saatavuutta (sisäistä ja ulkoista) seuraavan viikon aikana.

- Mistä tuotetta voi ostaa/hankkia? Saako tuotetta online/offline?
- Onko tuote helposti saatavilla?
- Miten tuote on sijoitettu kilpailijoihin nähden (sisäinen saatavuus)?
 - Mikä vaikutus ympäröivillä tuotteilla tai tuoteryhmillä on mielestäsi tuotteen esillepanoon? Entä onko myyvällä liikkeellä mielestäsi vaikutusta brändi/tuotemielikuvaan, miten?

Rikasta raporttiasi kentältä kerätyillä muistiinpanoilla ja kuvakaappauksilla.

Ulkoinen saatavuus

Mistä tuotetta voi ostaa?

Saavutettavuus 1 2 3 4 5

Jakelukanavien vaikutus tuote/brändimielikuviin:

Muita havaintoja, etuja ja haasteita:

Sisäinen saatavuus

Muut tuotteet ja kilpailijat sekä niiden vaikutus:

Tuotesijoittelu kaupassa, löydettävyys 1 2 3 4 5

Muita havaintoja, etuja ja haasteita:

Kotitehtävä: Markkinointiviestintä

- 1. Kerää esimerkkejä (esim. kuvina) yrityksen markkinointiviestinnästä.**
- 2. Tarkastele mitä eri markkinointiviestinnän keinoja yritys käyttää ja miten ne sopivat kohderyhmälle.**
 - Onko viesti ja sanoma yhdenmukainen kanavasta riippumatta?
 - Millä tasolla yritys on mielestäsi pyrkinyt vaikuttamaan kuluttajaan viestintänsä kautta?
- 3. Arvioi millä tasolla (kognitiivinen/affektiivinen/behavioraalinen) yrityksen markkinointiviestintä pääasiassa operoi. Pohdi analyyttisesti ja perustele esimerkein.**

Kohderyhmä

Mikä on viestinnän keskeinen sanoma? Onko eri kohderyhmille eri sanomia? Onko sanoma kohderyhmälle merkityksellinen?)

Mitkä ovat viestinnän valitut media(t)? Millaisia medioita yritys käyttää? Ovatko ne kohderyhmälle oleellisia?

**Markkinointiviestinnän
keinot:**

**Sanoma /
viesti**

**Media /
kanavavalinnat**

Sopiiko viesti mielestäsi valittuun mediaan?

Markkinointiviestinnän operointitaso

