

Mitattavat tulokset turvaavat markkinoinnin budjetit

*Management Events Studion toteuttama **Onko markkinoinnilla tulosvastuuta? - seminaari** kokosi miltei 40 korkean profiilin markkinointipäättäjää yritysmarkkinoinnin asiantuntijapuheenvuorojen äärelle.*

Suomen johtavan mediatoimiston Dagmarin Strategy Manager **Paula Peltoniemi** korosti kohderyhmätuntemuksen ja digitaalisten kanavien merkitystä.

- Pirstaloituneessa mediakentässä kohderyhmän ostoprosessien ja –motiivien ymmärtämiseen pohjautuva mediasuunnittelu nousee yhä kriittisemmäksi menestystekijäksi. Olennaista on yhdistää eri medioiden vahvuudet ja tuottaa näin kohtaamisten ketju, joka tavoittaa kohderyhmän oikealla viestillä oikeassa hetkessä. Digitaalisten kanavien rooli mielikuvan ja dialogin rakentamisessa nousee kaikissa asiakkuuden vaiheissa, tiivistä Peltoniemi.

Tarkoin rajatuissa yritysmarkkinoinnin päättäjäkohderyhmissä tapahtumapohjainen markkinointi on tehokas osa mediapaletteja.

- Medioiden joukossa tapahtumat alleviivaavat markkinoivan yrityksen ainutlaatuisia osaamista ja tukevat asiantuntija-aseman ominaista. Kohdennettavuus, uskottavuus ja dialogin aikaansaaminen voidaan nostaa tapahtumapohjaisessa markkinointiviestinnässä uudelle tasolle, Peltoniemi kiteytti. Tapahtumasisällön asiantuntijat vetävät kohderyhmää puoleensa ilman, että viestiä täytyy työntää väkisin eteenpäin.

Kauppatieteiden tohtori, Aspectumin hallituksen puheenjohtaja, **Jarmo R. Lehtinen** nosti esiin kohtaamisten eri ulottuvuuksia asiakkuuden kehityksessä. Ihmisten kohdatessa kasvotusten voidaan mielikuvaa luoda vetoamalla kaikkiin aisteihin. Ammattimaisesti rakennetulla ääni- ja tuoksumaisemalla, muotokielellä ja tarkoin valituilla mauilla voidaan tukea halutun viestin läpimenoa.

- Elämysten myötä asiakkaan aktiivisuus kasvaa, muistutti Lehtinen.

Valtiotieteiden tohtori, Studio Groupin johtaja **Pekka Mattila** painotti puheenvuorossaan yritysmarkkinoinnin mitattavuuden merkitystä. Ilman todennettuja tuloksia on markkinoinnin budjetit vaikea oikeuttaa:

- Organisaatiot, joissa markkinoinnin tuloksia mitataan suunnitelmallisesti, pystyvät myös muuntamaan liidit kaupoiksi kilpailijoitaan pienemmin kustannuksin.

Lisätiedot:

Toimitusjohtaja Mika Rautiainen, Management Events Studio Oy, +358 40 520 0301, mika.rautiainen(at)managementevents.com