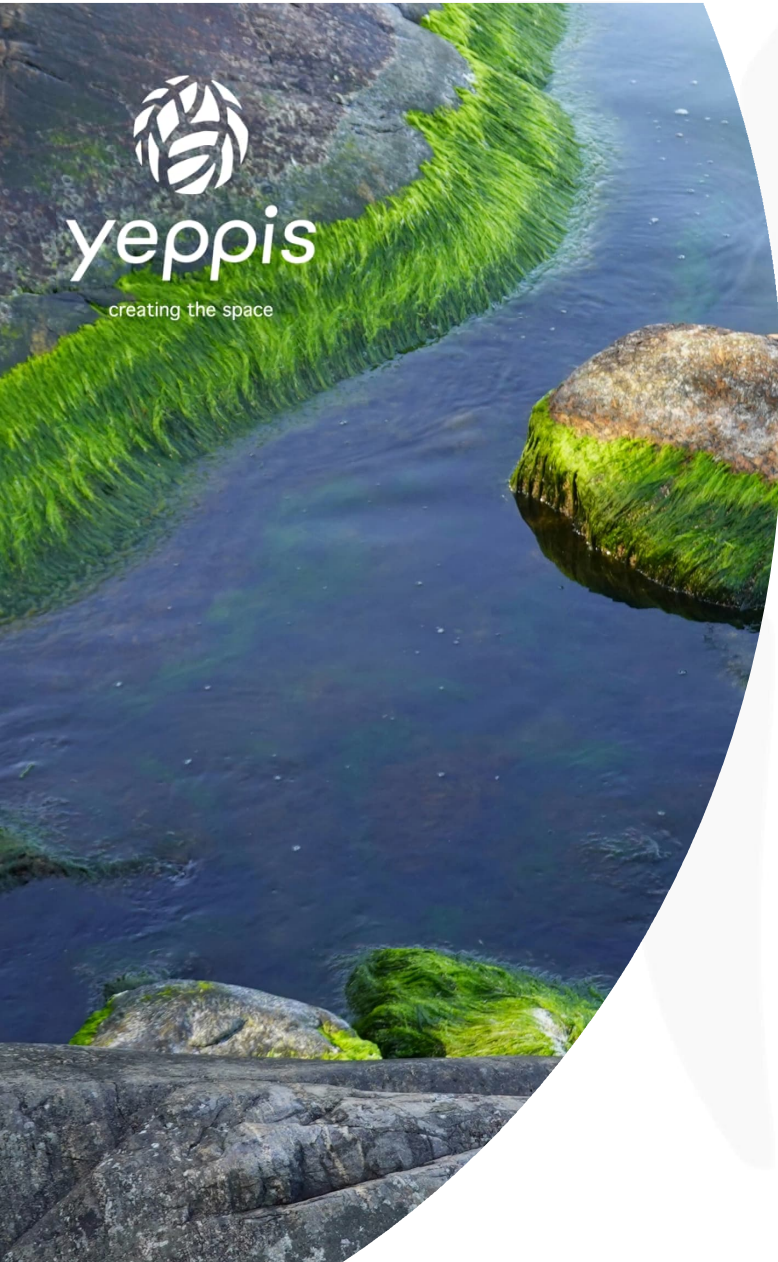




# Tervetuloa





yeppis

creating the space

## Week 1 Agenda

- 🌸 Your story
- 🌸 Expanding your insight of your customers
- 🌸 Identifying customer needs
- 🌸 New markets
- 🌸 Reflection



## Introduce yourself and your business to the group

- What personality traits or qualities made you become an entrepreneur?
- What motivated you or one event that made you decide to set up your own business?





Understanding the  
customer, customer  
base and markets.

## Insight into your customers and your customers' customers (B2B)

- What service or products is your customer providing?
- To whom are they providing the service or products?
- Who are their end customers?
- What kind of customer segments have you identified?
- What does your customer appreciate when doing business with you or others?
- Who are you competing against?



## Insight into your customer (B2C)

- What motivates them to use your services and when?
- What do the customers appreciate when they buy or use your products or services?
- What kind of customer segments have you identified?
- Who else is attracting your customer to spend their money and leisure time? Please list.
- Why are they spending their time and money elsewhere? What are they getting from them that they cannot get from your company?

Present your findings to the group.

As a group, what are the common themes in everyone's answers

# Insight into your customers and your customers' customers

## B2B

- What service or products is your customer providing?
- To whom are they providing the service or products?
- Who are their end customers?
- What kind of customer segments have you identified?
- What does your customer appreciate when doing business with you or others?
- Who are you competing against?

## B2C

- What motivates them to use your services and when?
- What do the customers appreciate when they buy or use your products or services?
- What kind of customer segments have you identified?
- Who else is attracting your customer to spend their money and leisure time? Please list.
- Why are they spending their time and money elsewhere? What are they getting from them that they cannot get from your company?



## Identifying customer needs

In the previous exercise, we identified who are the other players competing for your customer's money and time. Now, we should identify what your customer's needs are and what is driving them to buy from you and your competitors.

Please list the following:

- What are your customers looking for when they use their money and time with you and other players?*
- What are they hoping to get, feel or experience?*
- What needs are being met when they buy or use their money on your service or competitors? Please list at least five needs*



# What interests you?



Matriisin neljä kasvustrategiaa ovat:

## 1. Markkinoiden kehittäminen

- Yritys pyrkii kasvattamaan markkinaosuuttaan nykyisillä markkinoilla nykyisillä tuotteilla.
- Keinoja tähän voivat olla esimerkiksi mainonta, hinnoittelustrategiat ja asiakasuskollisuuden vahvistaminen.

## 2. Tuotekehitys

- Yritys kehittää uusia tuotteita nykyisille markkinoille.
- Tähän kuuluvat innovaatiot, tuoteparannukset tai kokonaan uusien tuotteiden lanseeraaminen vastaamaan asiakkaiden muuttuvia tarpeita.

## 3. Markkinakehitys

- Yritys tuo nykyisiä tuotteitaan uusille markkinoille, esimerkiksi uusille maantieteellisille alueille tai uusille asiakassegmenteille.
- Tämä voi sisältää kansainvälistymistä tai uusien jakelukanavien hyödyntämistä.

## 4. Diversifikaatio

- Yritys kehittää uusia tuotteita uusille markkinoille.
- Tämä on riskialttein strategia, koska yritys siirtyy sekä uusille markkinoille että uusien tuotteiden pariin, mikä vaatii paljon resursseja ja osaamista.





## New markets and existing customers

- 🌸 What other needs do the customers have when they use your services or products?
- 🌸 Are there any products or services you can develop to answer your customers' other needs?

Please list those and present them to your group

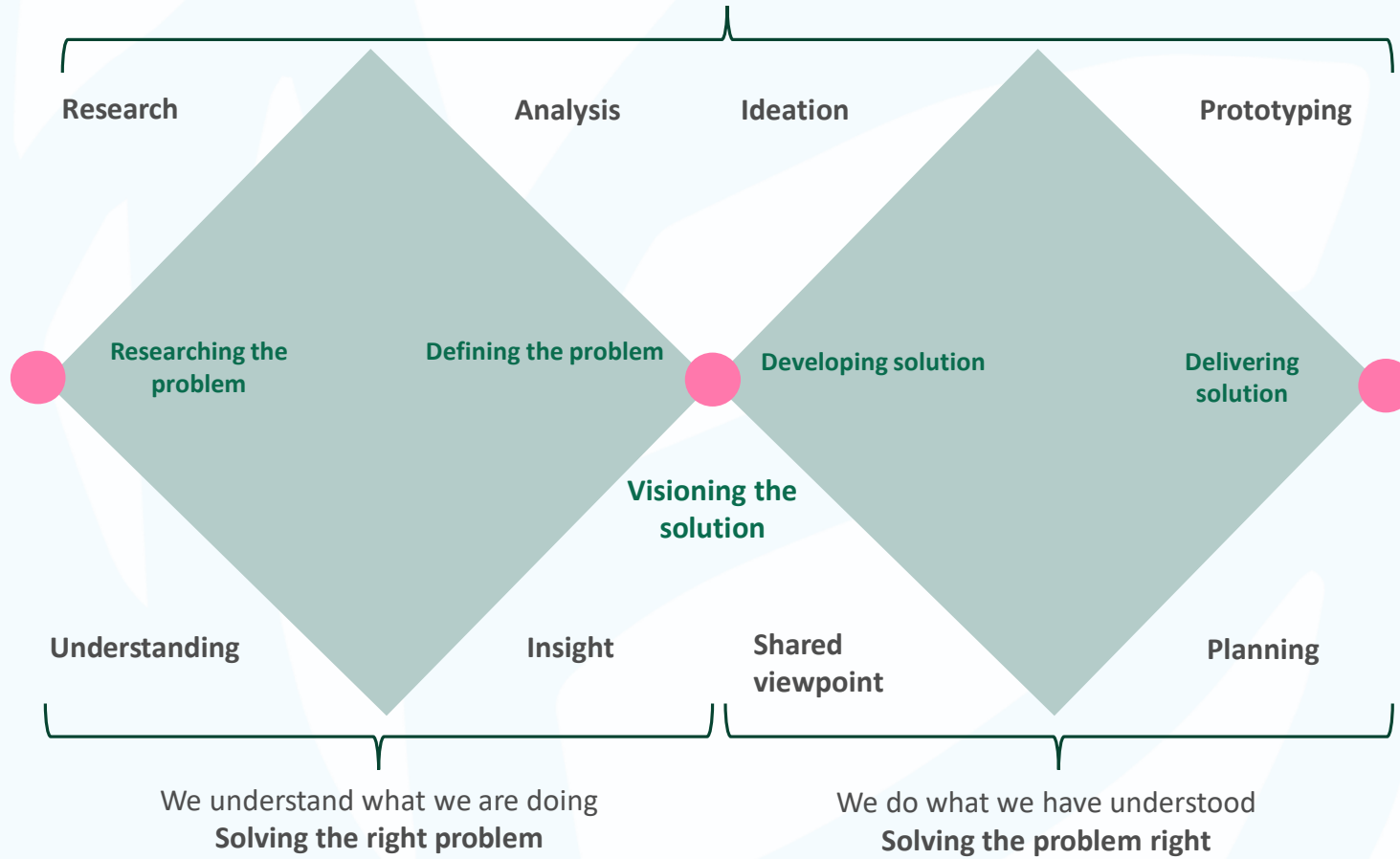
As a group, discuss what you have discovered from everyone's presentations



Double diamond

Service design process

Learning process





## List the answers to the following questions (Understanding your strengths)

- 🌸 Out of all the options your customer has, why have they chosen you?
- 🌸 What is unique in your product or service that makes them choose you?
- 🌸 What features or qualities you have over others in your market that make you the preferred choice by your customers?
- 🌸 Present your findings to the group



## Week 2 Agenda

- 🌸 Recap of last week
- 🌸 Future trends
- 🌸 Future skills in Marketing and Sales
- 🌸 Homework for next week

Creating the space





## Recap of last week

- 🌸 What have you learned during the last week about your customer?
- 🌸 What new need have you discovered that they might have?
- 🌸 What message would you like to give your customer about your company, products and services?



## Future trends

*In groups of three, ask ChatGPT about the future trends in marketing and sales.*

- 🌸 In the future, what will change and what will remain the same in marketing and sales in your business?
- 🌸 Ask ChatGPT how to maximise your marketing results for your company based on these future trends.
- 🌸 Present a recap (summary) of the findings to the whole group
- 🌸 Does the group agree with the results?

# Future trends

## Personoitu markkinointi

- Kuluttajat odottavat räätälöityjä viestejä ja tarjouksia, jotka vastaavat heidän yksilöllisiä tarpeitaan ja kiinnostuksen kohteitaan. Koneoppimisen ja datan analysoinnin avulla yritykset voivat luoda hyvin kohdennettua sisältöä ja kokemuksia.
- Esimerkiksi sähköpostimarkkinointi, jossa viestit räätälöidään käyttäjän aikaisemman käyttäytymisen perusteella, on yhä tehokkaampaa.

## Vastuullisuus ja arvopohjainen markkinointi

- Yhä useammat kuluttajat tekevät ostopäätöksensä arvojensa perusteella, ja he haluavat yritysten osoittavan vastuullisuutta ympäristön, sosiaalisten asioiden ja eettisyyden suhteen.
- Vastuullisuudesta viestiminen ja kestävien toimintatapojen korostaminen markkinoinnissa rakentaa luottamusta ja pitkäaikaisia asiakassuhteita.

## Videomarkkinointi ja lyhytvideoalustat

- Lyhytvideoalustat, kuten TikTok, Instagram Reels ja YouTube Shorts, ovat kasvattaneet suosiotaan, ja video on noussut ensisijaiseksi sisällön muodoksi. Lyhyet, napakat videot tavoittavat erityisesti nuoremman yleisön ja pitävät heidän huomionsa.
- Suorat lähetykset ja interaktiivinen videomarkkinointi mahdollistavat myös reaaliaikaisen vuorovaikutuksen.

## Tekoäly ja automaatio markkinoinnissa

- Tekoälyä (AI) ja markkinoinnin automaatiota käytetään monilla alueilla: asiakaspalvelun chatbotit, automaattinen sähköpostimarkkinointi, kohdennettu mainonta ja ennakoiva analytiikka.
- Nämä työkalut parantavat asiakaskokemusta, säästävät resursseja ja optimoivat markkinointiponnisteluja tehokkaammin kuin manuaaliset prosessit.

## Omnikanavainen markkinointi ja saumattomat asiakaskokemukset

- Asiakkaat odottavat yhtenäistä kokemusta eri kanavissa, olivatpa he sitten sosiaalisessa mediassa, yrityksen verkkosivuilla, sähköpostissa tai myymälässä.
- Omnikanavaisessa markkinoinnissa kaikki kanavat yhdistetään saumattomasti, mikä mahdollistaa yhtenäisen ja sujuvan asiakaskokemuksen.

## Vaikuttajamarkkinoinnin laajentuminen ja mikrovaikuttajat

- Vaikuttajamarkkinointi on muuttunut: mikro- ja nano-vaikuttajat, joilla on pienempi mutta uskollisempi seuraajakunta, ovat usein tehokkaampia kuin suuret julkkikset.
- Myös yritysten omat työntekijät voivat toimia vaikuttajina, jolloin markkinointi tuntuu aidommalta ja läheisemmältä.

## Interaktiivinen ja osallistava sisältö

- Käyttäjät haluavat olla osa sisältöä. Kyselyt, äänestykset, pelillistäminen, virtuaaliset testit ja AR (lisätty todellisuus) -kokemukset tuovat vuorovaikutusta markkinointiin.
- Esimerkiksi AR-tekniikan avulla asiakkaat voivat kokeilla virtuaalisesti tuotteita ennen ostopäätöksen tekemistä.

# Future trends

## Äänihaku ja äänimarkkinointi

- Äänihaku ja virtuaaliavustajien, kuten Amazon Alexan ja Google Assistantin, käyttö on kasvussa. Tämä on tuonut markkinoinnille uusia vaatimuksia, sillä hakukoneoptimointiin liittyy nyt myös äänihakuihin liittyviä strategioita.
- Äänimarkkinointi sisältää myös yritysten äänibrändäyksen ja mainostamisen ääni- ja podcast-alustoilla.

## Data-analytiikka ja ennakoiva analytiikka

- Yritykset panostavat yhä enemmän datan analysointiin ymmärtääkseen asiakkaiden käyttäytymistä ja ennakoidakseen heidän tarpeitaan.
- Ennakoivan analytiikan avulla yritykset voivat tunnistaa trendejä ja optimoida markkinointikampanjoitaan.

## Yhteisöpohjainen markkinointi

- Yhteisöpohjainen markkinointi pyrkii rakentamaan brändiyhteisöjä, joissa asiakaskunta ja brändi voivat olla tiiviissä vuorovaikutuksessa. Asiakkaiden osallistuminen ja sitoutuminen brändiyhteisöön luo syvempiä asiakassuhteita.
- Yhteisöt voivat syntyä sosiaalisen median ryhmissä, brändin omilla foorumeilla tai jopa offline-tapahtumissa.





## Future skills in Marketing and Sales

- What skills will you need to develop?
- Where do you get the resources to develop your skills?
- How to use AI tools to develop your marketing activities?
- What can digitalisation not help you with?
- What people skills would you like to develop as an entrepreneur?



## Homework for next week

Ask ChatGPT to make a marketing strategy for your business.

Identify which strategies are most practical for your business.

Identify if any of these strategies are being used by your competitors?



**Kiitos!**

Creating the space