DIGIMARKKINOINTI HALTUUN SOTE-ALAN YRITYKSISSÄ!

MIKKO TOIVIAINEN &
MIKA TONDER, TAMORA OY





KENELLE?

Sotealan PK-yrityksille, jotka haluavat hyödyntää sosiaalista mediaa, moderneja viestintävälineitä ja verkkosivuja tehokkaasti liiketoiminnassaan. Koulutuksessa yrittäjä oppii hyödyntämään verkkokanavia oman yrityksen näkyvyyden kasvattamiseksi, kohderyhmien tavoittamiseksi ja liiketoiminnan tehostamiseksi.

KÄTEVÄSTI ETÄNÄ!

Osallistu turvallisesti mistä vain. Käytämme työvälineenä Teamsia. Kaikista valmennusjaksoista jää käyttöösi täysimittainen tallenne kaikkine sisältöineen. Voit palata askarruttaviin seikkoihin sinulle sopivana ajankohtana, ajasta ja paikasta riippumatta.

CASET SOTEALALTA

Toiviainen ja Tonder työskentelevät jatkuvasti sotealan digiosaamisen kehittämisen parissa ja käyttävät aitoja, mielenkiintoisia arkielämän case-esimerkkejä sotealan yrmpäristöistä. .

DIGIKANAVAT HYÖTYKÄYTTÖÖN PALVELUIDEN MARKKINOINNISSA

Digitalisoituva, monikanavaistuva ja alati muuttuva maailma asettaa uusia haasteita myös sotealan yrityksille. Palveluiden markkinointi ja mainekuvan rakennus ja jatkuva ylläpito vaatii osaamista ja uudenlaisia resursseja. Tämän valmennuskokonaisuuden tavoitteena on tarjota tiedot, taidot ja käytännön työkalut sotealan yrityksen digimarkkinoinnin menestykseekkääseen toteutukseen.

JAKSO 1. PERUSTA KUNTOON 31.3.2021 KLO 13.00-16.15.

Millä tolalla yrityksesi näkyvyys on tällä hetkellä? Mikä on tärkein kohderyhmäsi ja miten tavoittat sen?

Ensimmäisellä jaksolla hankimme selkeän käsityksen yrityksen näkyvyyden nykytilasta ja kehittämisen kohteista määritetyjen kohderyhmien tavoittamisessa.

Mitä tarkoittaa oma, ansaittu ja ostettu media sotealalla ja digikanavissa? Mihin voimme itse vaikuttaa yrityksen mainekuvan rakentamisessa tavoitellessamme uusia asiakkaita tai vaikkapa uusia työntekijöitä? Mikä on vaikuttavinta ja taloudellisesti kannattavinta markkinointia? Jakson tavoitteena on rakentaa riittävä tietopohja digitaalisissa kanavissa toimimisen perustaksi.

Jakson sisältö:

- Kohderyhmät. Kenelle kohdistan viestini ja miten saan sen perille. Vaikuttavuuden varmistaminen.
- Oma, ansaittu ja ostettu media. Mihin voin vaikuttaa itse ja miten voin osallistaa muita viestini levittämisessä?
- Kehittämiskohteiden kartoitus ja käytännön toimenpiteet näkyvyyden parantamiseen.

JAKSO 2. TULE LÖYDETYKSI JA VAIKUTA VERKKOSIVUILLA 21.4.2021 KLO 13.00-16.15

Verkkosivut, digiajan käyntikortti vai polku asiakkaiden ymmärtämiseen? Tavoittaako verkkosivusi oikean kohderyhmän?

Verkkosivut löytyvät nykypäivänä lähes jokaiselta yritykseltä, mutta osataanko nettisivujen tarjoamaa informaatiota hyödyntää liiketoiminnassa? Sisältääkö sivut käyttökelpoista materiaalia ja tavoittaako sivut kohderyhmän? Voisiko verkkosivut tarjota pienillä muutoksilla parempaa kokemusta kävijöilleen? Miten parannan seuraavaa versiota sivuistani sivujen hallinnoijan kanssa tehdessäni seuraavaa päivitystä?

Jaksossa kurkistetaan nettisivujen näkyvän osion taakse, analytiikkatyökalujen ja hakukoneoptimoinnin maailmaan. Koulutuksen aikana jokainen saa helppokäyttöiset työkalut omien nettisivujen kriittiseen ja mielenkiintoiseen tarkasteluun. Koulutus on yksiosainen, kestoltaan 4 tuntia.

- Omat www-sivut. Miltä näyttävät asiakkaan silmin?
- Hakukonelöydettävyys. Miten nousen Googlen hakutulosten kärkeen ja asiakkaideni nähtäville? Miten hakukoneeseen syötetyt hakusanat löytävät juuri minun sivuni.
- Kuinka toimin tehokkaasti yhteistyössä verkkosivujeni tekijöiden kanssa ja saan parhaan vastineen rahoilleni.
- Google Analytics. Mitä sivuni kertovat minulle kävijöistään? Kuka sivuillani vierailee, kuinka usein ja mitä kautta yritykseni verkkosivut löydetään?

DIGIMARKKINOINTI HALTUUN!

MIKKO TOIVIAINEN &
MIKA TONDER





JAKSO 3. INNOSTA JA SITOUTA SISÄLLÖLLÄ 4.5.2021 KLO 13.00-16.15.

Mitä kertoisin yrityksestäni ja miten sen käytännössä teen?

”Jos siitä ei ole kuvaa, sitä ei ole olemassa” on usein kuultu hokema, mutta alati digitalisoituvassa maailmassa tällä kuluneella lauseella on entistäkin suurempi merkitys. Sotealalla tehdään valtavasti ihmisläheistä, arvokasta ja kaunista työtä, mutta valitettavan harvoin tätä työtä tehdään näkyväksi suurelle yleisölle. Mistä löydän varmuutta, rohkeutta ja ohjeita siitä mitä voin julkaista? Mitä voin kertoa omasta työstäni yritykseni seinien ulkopuolelle?

Yrityksen mainekuvaan voidaan vaikuttaa vahvasti laadukkaalla sisällöllä ja oikein ajoitulla veistinnällä. Mille yritykseni toiminta ja mainekuva näyttää rekrytoidessani uusia työntekijöitä? Millaista työnantajabrändiä rakennan ja miten? Näihin asioihin paneudumme 3. jaksolla. Koulutus on yksiosainen, kestoltaan 4 tuntia.

Koulutuksessa käsiteltäviä aiheita:

- Sisällöntuotanto ja julkaisut: postaukset, blogit, kuvat ja videot. Julkaisutiheys, tyylit, sisällöt ja mediat. Käytännön vinkit postausten tekemiseen.
- Mainekuvan rakentaminen ja ylläpito digikanavissa.
- Markkinointikalenteri. Sekamelskasta suunnitelmallisuuteen. Mitä ja milloin julkaisen työstäni ja miten saan riittävän paljon yritykseni jäseniä mukaan viestintään? Kuinka osallistan henkilökuntaani sisällöntuotantoon ja kuinka suunnittelen näkyvyytemme yhdessä ja proaktiivisesti?

JAKSO 4. SOME HALTUUN 19.5.2021 KLO 13.00-16.15

Kuinka toimin oikein ja edustavasti somen eri kanavissa?

Missä ja miten tulee olla läsnä? Tiktok, Instagram, Youtube, Twitter vai Facebook? Vaiko kaikki näistä? Miten ihmeessä ehdin? Mitä jos vain jättäydyn pois somesta? Kuuluuko some edes sote-alan palveluiden markkinointiin? Entä jos somessa syntyy kohu yritykseni ympärille? Koulutuksen aikana perehdymme eri somekanavien ominaispiirteisiin, toimintoihin ja käytön vaikutuksiin melenkiintoisten, aitojen arkielämän case-esimerkkien kautta niin asiakkaiden, läheisten kuin myös henkilökunnan ja johdon silmin.

Perehdymme myös yrityksen sisäisen viestinnän työkaluihin ulospäin tapahtuvan markkinointiviestinnän lisäksi. Millaisia keinoja on tiimin sisäisen viestinnän parantamiseen? Koulutus on yksiosainen ja kestoltaan 4 tuntia.

Koulutuksessa käsiteltäviä aiheita:

- Facebook, Instagram, Youtube, Twitter. Missä kanavissa juuri minun yritykseni kannattaa olla läsnä ja miksi?
- Kampanjat somessa. Kuinka tavoitan viestilläni oikeaan aikaan oikean kohderyhmän?
- Kuinka usein viestin ja miten seuraan viestini kohderyhmän tavoittamista?