

KAMPANJASUUNNITTELU

Digitaalisen markkinoinnin kampanjoiden suunnittelu keskittyy tavoitteiden mukaisten sisältöjen suunnitteluun, kanavavalintoihin ja yksittäisten toimenpiteiden aikatauluttamiseen annetun budjetin puitteissa.

Lue [Digitaalisen markkinoinnin käsikirja](#) luku 5.5 (sivut 108–113).

KAMPANJAN AIHE

▶ *Esim. Uuden tuotteen lanseeraus*

KAMPANJAN TAVOITE

Mitä kampanjalla tavoitellaan? Esim. tiedottaminen, näkyvyys, bränditietoisuus, myynnin kasvattaminen, työntajamielikuva? ▶ Esim. Levittää tietoa uudesta tuotteesta, myyntitavoite kampanja-aikana 50 000 €

KAMPANJAN MITTARIT

Miten onnistumista mitataan? Määrittele kampanjalle KPI-mittarit.

▶ *Esim. Kuinka monta ihmistä kampanjalla tavoitetaan (mittari: kattavuus/näyttökerrat), liikenne verkkosivustolle (mittari: liikenne), myynti (mittari: myynti €)*

KOHDERYHMÄ

Ketä kampanjassa tavoitellaan?

▶ *Esim. 20–30 v, asuinpaikka Pohjois-Pohjanmaa, kiinnostunut juoksemisesta*

KANAVAT

Mitä kanavia kampanjassa aiotaan hyödyntää? Mitkä ovat kanavien roolit?

▶ *Esim. Verkkosivut / kampanjan laskeutumissivu (konversio: ostaminen), YouTube (tuotetieto), Facebook, Google Ads ja sähköpostimarkkinointi (liikenteen ohjaaminen verkkosivustolle)*

KAMPANJAN RAKENNE

Milloin kampanja alkaa ja päättyy? Mikä on kampanjabudjetti? Lisää myös kanavakohtaiset aikataulut ja budjetit.

- ▶ *Esim. Kampanja-aika 1.3.–10.4.2022. Verkkosivut 1.3.–10.4., sähköpostimarkkinointi 1.3. ja 5.4., Facebook-mainonta 1.3.–10.4. (300 €) jne.*

SISÄLLÖT JA AVAINSANAT

Miten kampanjasta viestitään eri kanavissa? Suunnittele aikakin 2–3 erilaista tekstiä.

▶ 1.

▶ 2.

▶ 3.

Avainsanoja:

VISUAALINEN MATERIAALI

Mitä visuaalista materiaalia kampanjassa hyödynnetään? Löytyykö valmista materiaalia? Jos täytyy tuottaa uutta materiaalia, kannattaa se huomioida kampanjabudjetissa. ▶ Esim. Kuvat A, B, ja C, video X ja infograafi Y

TOTEUTUS, SEURANTA JA RAPORTOINTI

Kuka tai ketkä ovat vastuussa kampanjan toteuttamisesta? Esim. kuka suunnittelee sisällöt, visuaalisen materiaalin, ajastaa julkaisut, tekee mainokset, seuraa tuloksia kampanjan aikana ja raportoi tuloksista kampanjan päätyttyä?

- ▶ *Esim. Henkilö A (copy ja visuaalinen materiaali) ja Henkilö B (sisältöjen ja mainosten julkaisu, raportointi)*