



**Pitkospuu
Productions**

Vaikeita kysymyksiä markkinointi- ja mainostoimistoille

67 pohtivaa kysymystä

Jokainen toimisto pelkää tätä kysymyslistaa -

Vastaa näihin yksinkertaisiin, mutta kriittisiin kysymyksiin, kun etsit mainostoimistoa. Muuten jokainen mainontaan käytetty euro voi olla turha.

Markkinointitoimisto Pitkospuu

Käsityksesi lupauksista ja markkinoinnista tulee muuttumaan. Emme tuputa mitään, vaan autamme oppimaan.

Varmistamme menestyksesi.

Ota vastaan maailman ainoa toimija, joka luo kasvua teollisuuden toimijoille tulosvastuullisesti ilman sitoumuksia.



Meistä

Pitkospuu Productions kehittää ja jalkauttaa kasvuhaluisten teollisuusyritysten markkinointia. Autamme asiakkaitamme kivisellä matkalla markkinoinnin parissa suunnittelusta aina tyytyväisien asiakkaiden tekemiseen asti.

Meille tärkeintä on yhteinen matka kanssasi kohti tavoitteidesi saavuttamista, tulostavasti. Voimme ylpeästi sanoa olevamme Suomen edelläkävijöitä tällä haastavalla, mutta parhaimmillaan antoisalla liiketoiminnan sektorilla.



Tavoitteemme

- **Varmistamme menestyksesi.**
- Tuloksellisesta markkinoinnista mahdollista, muutamme käsitystä markkinoinnista ja sen mittaamisesta.
- Kehitämme osaamista läpinäkyväksi ja suunnitelmalliseksi.
- Visiomme on olla Pohjoismaiden johtava markkinointitoimisto teollisuuden parissa.

Mitä teemme?

Yritätkö kertoa monimutkaista asiaa? Se on vaikeampaa kuin luuletkaan. Tarvitset toimiston, joka ymmärtää toimialasi erityispiirteet, jotta se voi luoda sinulle menestyksekkäitä strategioita.

Teollisuuden markkinointiin erikoistuneen toimistomme avulla et ole enää yksin markkinointikokeilujen kohteena. Keskitymme yksinomaan sinun liiketoimintaasi ja tarpeisiisi.

Faktoja

Olemme tehneet yli

2,416,897,124

euroa asiakastuloissa

Olemme tuottaneet yli

52 000

liidiä asiakkaillemme

Verkostossamme on yli

20

digitaalisen markkinoinnin ammattilaista

Arvomme

Luotettavuus

Luotettavuus on meille kaiken A ja O, sillä jos sitä ei ole, ei ole myöskään tulevaisuutta. Luottamuksen synnyttäminen niin organisaation sisällä, ja sen ihmisten keskuudessa, kuin myös organisaation ulkopuolella, asiakkaissa sekä muissa sidosryhmissä on meille keskeistä ja haluamme vaalia sitä.

Rohkeus

Vahvuutta ja röyhkeyttä on olemassa maailmassa enemmän kuin paljon. Harva toimija on kuitenkin niin Rohkea, että uskaltaa näyttää omassa toiminnassaan pitkälle kantavia toiminnan arvoja sekä osaa rehellisesti myöntää olevansa etuoikeutettu ristiriitaisessa toimialassa.

Asiakaslähtöisyys

Asiakaslähtöisyys tarkoittaa meille avointa, oikeudenmukaista ja ymmärtävää tapaa toimia keskustellen tärkeimmän voimavaramme, eli asiakkaamme kanssa. Haluamme yhdessä haaveilla, kehittyä ja kokea monipuolisesti maailmaasi. Sinulle se voi tarkoittaa tuloksellisuutta, ja kollegallesi ratkaisua ongelmaan, joka mahdollistaa tiimisi menestyksen.

Yhdenvertaisuus

Yhdenvertaisuus on ihmisen perusoikeus, eikä siitä voida tinkiä. Edistämme sukupuolineutraalia kohtelua ja työoloja niin, että varmistamme viihtyvyyden sekä henkisen tasapainon työpaikan joustavuudella, että ehkäisemällä yhdessä sukupuoleen perustuvaa syrjintää tai seksuaalista häirintää.



Visiomme

Olemme Pohjoismaiden johtava markkinointitoimisto teollisuuden parissa. Työskentelemme kansainvälisessä toimintaympäristössä parhaiden asiantuntijoiden osaamispääoman kanssa.



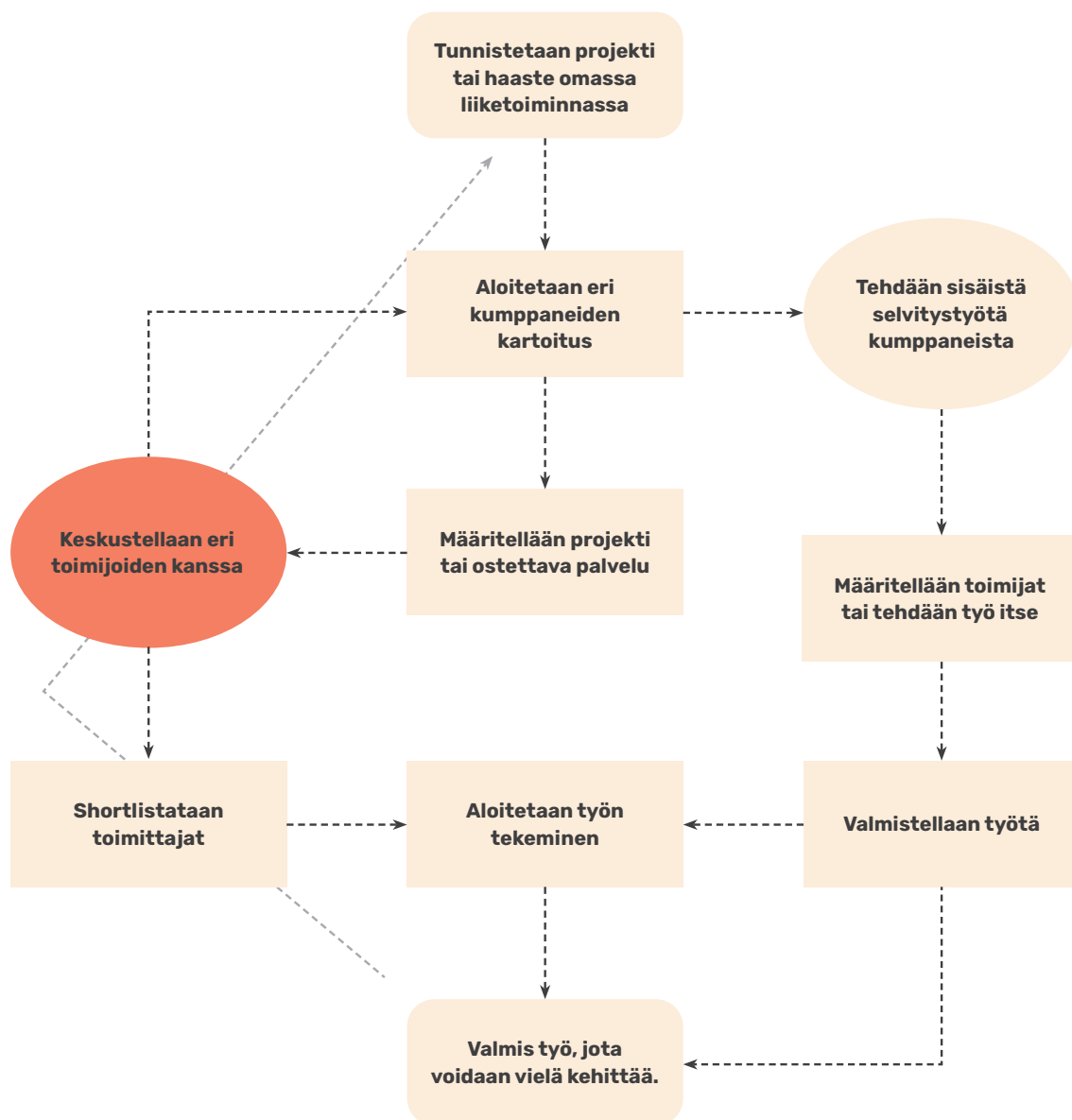
Missiomme

Varmistamme menestyksesi.

Määrittely

Perinteiset raamit ovat sikäli rikkoutumassa, sillä myös mainostoimistot osaavat itse tehdä yhteistyötä eri osaamisen ostamisen kanssa, joka poistaa taakkaa yksittäisen yrityksen markkinointipäätäjältä. Riippuen hieman toimijasta, voi mainostoimisto olla titteliltään myös markkinointitoimisto, viestintätoimisto tai esimerkiksi suunnittelutoimisto.

Tärkeää valittaessa osaamista tai useita osajia, onkin mainos- tai markkinointiprojektin määrittely ennakkoon. Mitä ollaan oikeasti ostamassa, mihin haasteeseen projekti vastaa sekä mitä lopputuloksella tavoitellaan?



Miksi kumppanilla on väliä?

93% 93 % ihmisistä on valmiita ostamaan uudelleen yrityksestä, josta saa erinomaista palvelua, ja 77 % on jakanut hyvän kokemuksen arvostelusivustolle tai ystävälle viimeisen vuoden aikana.

74% 74 % ostajista vaihtaa palveluntarjoajaa, jos ostaminen koetaan vaikeana, ja 51 % asiakkaista ei halua asioida uudelleen saman yrityksen kanssa, jos on kokenut yhdenkin negatiivisen kokemuksen.

Vuorovaikutus on keskiössä

- Konsultointia tekevillä yrityksillä maailmanlaajuisesti NPS-tuloksen keskiarvo on Retentlyn tekemän tutkimuksen mukaan (2020) +51.
- Referenssit kertovat työn ja asiakassuhteen onnistumisesta. Monesti kolikon toiselle puolelle jäävät epäonnistumiset, joista ollaan hiljaa.
- Voitko löytää kumppanin, kenen kanssa voit onnistua ja nauraa epäonnistumisille?

Asiakkaan ostaminen on muuttunut huomattavasti, sillä 2020-luvulla ostajilla on valta kerätä tietoa verkosta ennen ostopäätöstä. Liiketoiminnan kasvu syntyy kuitenkin markkinoinnista, joten asiakkaan kokemukset ovat muodostuneet entistä tärkeämmäksi osaksi myyntiä ja markkinointia.

Inbound-markkinointi on tapa toteuttaa markkinointia asiakaslähtöisesti, auttamalla.

Inbound-menetelmä tukee markkinoinnin lisäksi myös myyntiä sekä asiakaspalvelua.

Inbound-markkinointi tai -myynti voidaan käsittää tapana kohdata ihminen luontaisesti, auttavasti ja arvoa tuottavasti.

Se on tapa auttaa oppimaan, ostamaan, kokemaan sekä suosittelemaan.

Kysymykset

Saamme usein sähköpostiviestejä yrittäjiltä ja markkinoijilta, jotka ovat menettäneet rahaa johonkin markkinointikumppaniin tai markkinointivälineeseen. Tämä vain muistuttaa meitä siitä, miten markkinointi-investointejamme tulisi hallita. Huonot mainos- ja markkinointikumppanuudet voivat johtaa ajan ja rahan menetykseen.

Jos kumppanuus ei toimi, se voi aiheuttaa useita ongelmia. Tässä on luettelo kysymyksistä, jotka jokaisen yrityksen omistajan ja yrittäjän tulisi kysyä potentiaaliselta markkinointikumppanilta ennen minkäänlaisen kumppanuuden solmimista.

Nämä kysymykset antavat sinulle vipuvartta keskusteluihin

Pystyt muodostamaan kokonaiskuvan ostettavasta tuotteesta, saat lisää tietoa, oppia ja ajatuksia. Näiden kysymysten avulla pystyt arvioimaan onko kumppani luotettava jo ennen, kuin sitoudut kumppanuuteen.

Saat tehtyä ennakkosuunnitelman, jonka pohjalta on helppo lähteä luomaan markkinointikumppanuutta.

1

Strategiakysymykset

Strategiakysymykset antavat lisätietoa toimista, tiimistä, taustoista sekä toimintatavoista. Näiden kysymysten avulla voit arvoida, onko mainos- tai markkinointitoimisto sinulle sopiva.

2

Asiakaskokemus

Asiakaskokemukseen liittyvät kysymykset antavat sinulle kokonaiskuvan, kuinka hyvin toimisto hoitaa asiakassuhteitaan ja millaista kohtelua voit odottaa.

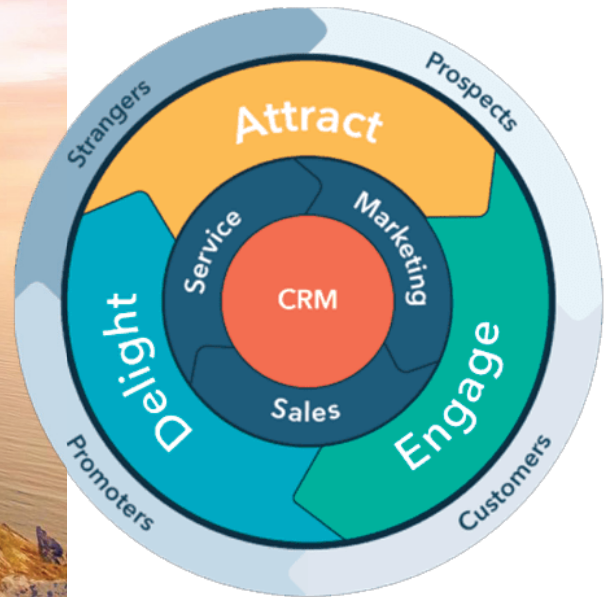
Kartoitat myös helposti projektinhallintaan ja viestintään liittyviä asioita.

3

Teknologia ja nettisivut

Teknologiakysymysten tarkoituksena on ohjata sinua toimittajariippumattomaan malliin, jotta turvaat selustasi tulevaisuutta varten.

Saat selville myös hinnoittelu- ja vastuuasioita.



4

Visuaalinen suunnittelu

Visuaalisissa kysymyksissä selvität toimiston motivaatiotekijöitä, toimintatapoja sekä osaamista. Kartoitat kokonaiskuvaa luovuudesta sekä osallistumistavoista erilaisiin projekteihin.

5

Perustelu, hinnoittelu ja raportointi

Toimintatapojen perustelussa, hinnoittelussa ja raportoinnissa saat tietoa toimiston liiketaloudellisesta osaamisesta, sitoutumista sekä tuloksellisuudesta.

Saat vastauksia siihen, kannattaako minun aloittaa yhteistyö tämän toimiston kanssa, vai ei.



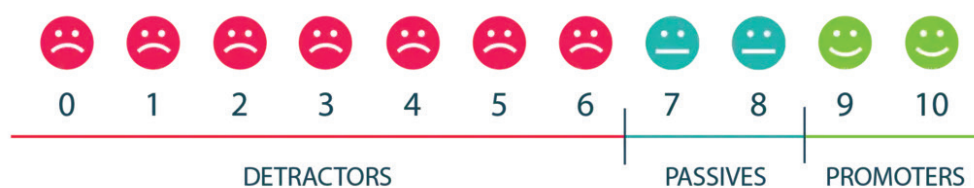
“Saavutetut tulokset ovat ainoa oikea keino mitata toiminnan tehokkuutta ja investoidulle pääomalle saatua tuottoa.”

Strategiaan liittyviä kysymyksiä

1. Kuinka paljon tiedät yrityksestämme?
2. Keitä asiakkaananne on ja mihin toimialoihin keskitytte?
3. Oletko työskennellyt saman alan yritysten kanssa? Mitä he pitivät arvokkaana?
4. Kenen muiden kanssa työskentelet alallani? Onko kilpailusuhteita, joista minun pitäisi tietää?
5. Millainen on ihanteellinen asiakkaasi ja miksi?
6. Miksi haluatte työskennellä meille?
7. Kuka ei sovi toimistollesi? Millaisien asiakkaiden kanssa et halua työskennellä?
8. Miten kuvailisit toimistosi kulttuuria?
9. Mikä on yrityksesi tarkoitus ja miten se auttaa ihmisiä tai miten ne vaikuttavat asiakkaisiin?
10. Kauanko olette työskennelleet alalla?
11. Millaista osaamista tiimilläsi on?
12. Millaista koulutusta tarjoat tiimillesi?
13. Mikä tekee toimistostanne ainutlaatuisen?
14. Kenen kanssa tulen työskentelemään ja miten tämä henkilö on valittu toimimaan kanssani?
15. Millaisiin markkinointi- ja mainontatoimintoihin olette erikoistuneet? Mikä onnistuu parhaiten?
16. Ulkoistatteko työtä? Jos ulkoistatte, niin kenelle ja mitä?
17. Teettekö markkinatutkimusta ennen kumppanuutta, projektin tai kampanjan aloitusta?
18. Miksi etsitte uusia asiakkaita?

Asiakaskokemukseen liittyviä kysymyksiä

19. Ketkä ovat menestyneimpiä asiakkaitanne?
20. Mikä on paras yksittäinen työnne? Voitko antaa esimerkkejä?
21. Kuvaile tyypillistä projektia asiakkaan kanssa?
22. Miten kommunikoimme toimistosi kanssa?
23. Kerro kuinka pysytte aikataulussa tai priorisointte työtä toimistonne sisällä?
24. Mikä on "kiireellinen" teille?
25. Onko työlle olemassa projektinhallintajärjestelmä tai -prosessi, joka vaikuttaa tekemiseen?
26. Millainen prosessi teillä on haasteiden tai ongelmien sekä reklamaatioiden ratkaisemiseksi? Kuka niistä vastaa?
27. Miten hoidatte dokumentoinnin?
28. Kuinka usein tapaan asiakasvastaavaani, projektipäällikköäni tai kampanjavastaavaa? Miten nämä tapaamiset toteutetaan?
29. Kerro minulle projektista, joka ei toiminut tai epäonnistui ja mitä teitte sen eteen?
30. Mitä tekisit auttaaksesi asiakasta, joka ei ole ollut tyytyväinen työhönne tai sen tuloksellisuuteen?
31. Mitkä ovat suurimmat vahvuutenne ja heikkoutenne?
32. Miten seuraatte ja kehitätte asiakastyytyväisyyttä?



Nettisivuihin ja markkinointiteknologioihin liittyviä kysymyksiä

- 33. Millä teknologialla toteutate nettisivuja ja miksi?
- 34. Mitkä ovat tärkeimmät ja isoimmat markkinoinnin trendit nykyisin?
- 35. Onko sivun taustalla järjestelmä avoimen lähdekoodin, vai suljettu järjestelmä?
- 36. Jos haluamme vaihtaa toimittajaa, onnistuuko se ja millaisia kustannuksia voimme odottaa?
- 37. Miten sivuston ylläpito on hoidettu (esim. tietoturvapäivitykset)?
- 38. Kuka vastaa, jos sivusto kaatuu tai hakkeroidaan tänään?
- 39. Miten seuraatte sivuston toimintaa, että se tukee liiketoiminnallisia tavoitteitamme?
- 40. Millä mallilla, tai miten sivua kehitetään ja miten tuloksellisuutta seurataan?
- 41. Kuinka paljon minun kannattaa varata aikaa sivuston ylläpitoon vuositasolla (pois lukien sisältöpäivitykset)?
- 42. Miten toteutate itse asiakashankintaa?
- 43. Mihin markkinointiohjelmistoihin olet erikoistunut? Miksi olette valinneet nämä ohjelmat?
- 44. Miten markkinointiohjelmanne toimii muiden markkinoilla olevien kanssa?
- 45. Onko ohjelmistossa avoin (API-) rajapinta? Mitä sen käyttö maksaa?
- 46. Toimiiko ohjelmisto yleisimpien automaatiopalveluiden (kuten Zapierin tai IFTTT:n) kanssa?
- 47. Paljonko minun tulee varata aikaa ja rahaa palvelun ylläpitoon?
- 48. Millainen käyttönottoprosessi on?
- 49. Miten teknologiavalintanne ovat kehittyneet tai muuttuneet viimeisen viiden vuoden aikana?

Visuaaliseen suunnitteluun liittyviä kysymyksiä

- 50. Kuinka paljon voin muokata, tarkistuttaa tai muuten uudelleen muotoilla työtä? Onko versioille rajaa?
- 51. Voinko saada suunnittelutyölle kiinteän hinnan tai esimerkiksi tyytyväisyystakuun?
- 52. Millaiset suunnitteluprojektit kiinnostavat teitä?
- 53. Mitä työkaluja käytätte graafiseen suunnitteluun?
- 54. Miten pidätte yllä mielenkiintoa pitkäaikaisesti yhden brändin visuaalisessa suunnittelussa?
- 55. Miten mielestäsi painetun median suunnittelu eroaa digitaalisen median suunnittelusta?
- 56. Miten keräät palautetta työstäsi niin vedosvaiheessa, mutta myös sen jälkeen?
- 57. Kerro jostain esimerkkicasesta, josta olet ylpeä ja kuvaile siihen liittyvää prosessia.
- 58. Työskentelettekö mieluummin yksin vai tiimissä? Miksi?
- 59. Millainen suunnittelu on vahvuutenne? Entä heikkous?
- 60. Miten hinnoittelunne rakentuu? Miten laskutatte?
Tuntikohtaisesti, projektikohtaisesti vai kenties tulokohtaisesti?



Toimintojen perusteluun, hinnoitteluun ja raportointiin liittyviä kysymyksiä

- 61. Mitä minulta vaaditaan auttaakseni sinua hinnoittelemaan ja määrittelemään kokonaisuus tarkasti?
- 62. Millaiseen sitoumuksen teen kanssanne, jos aloitamme yhteistyön, onko yhteistyö lopetettavissa, jos emme ole tyytyväisiä tuloksiin?
- 63. Mikä on paras tapa seurata kampanjan tai muun toimenpiteen tehokkuutta sekä tuloksellisuutta?
- 64. Miten mittaat projektin tai kampanjan tuloksia?
- 65. Mitä mittareita seuraat, ja miten seuraat niitä?
- 66. Miten raportoit asiakkaiden edistymisestä ja tuloksista? Millaisia työkaluja käytät ja millaisia raportteja voin saada?
- 67. Teettekö muutoksia pohjautuen näihin mittareihin itse, vai konsultoitteko minua ensin?



Pitkospuun tiimi

Tiimissämme on useita markkinointi- mainos ja videotuotantoalan ammattilaisia. Lisäksi käytössämme on kymmenien freelancerien verkosto, jonka kanssa työskentelemme päivittäin. Henkilöstömme ajattelee globaalisti, minkä ansiosta he voivat laajentua kansainvälisille markkinoille ja tarjota ainutlaatuisen arvolutapauksen.

Haluatko työskennellä maailman älykkäimpien ihmisten kanssa?

Visionamme on henkilöstön osalta on työskennellä kansainvälisessä toimintaympäristössä parhaiden asiantuntijoiden osaamispääoman kanssa.



Juha Kummunmäki
Asiakkuudet

Juhan tehtävänä on luotsata asiakkaita tyytyväisesti projektipäällikön osaavan tiimin siipiin.

+358 40 719 6753
juha@pitkospuu.fi



Marko Leminen
Projektipäällikkö

Markon tehtäviin kuuluu projektijohtaminen ja tuotannon hallinnointi.

+358 44 0919039
marko@pitkospuu.fi



Matti Ruuska
Markkinointiasiantuntija

Matti vastaa asiakkaiden oppimisesta myyntiin ja markkinointiin.

+358 40 171 1045
matti@pitkospuu.fi

Sinä tässä?

Otamme vastaan avoimia hakemuksia. Voit jättää esittelysi sähköpostitse osoitteeseen rekry@pitkospuu.fi. Laita mukaan CV:n lisäksi ainakin videoesittely itsestäsi. Hyville tyypeille on aina hommia!



Pitkospuu Productions

Osoite

Länsikatu 15
80110 Joensuu
Suomi, Finland

Puhelin

Matti	+358 44 171 1045
Juha	+358 40 719 6753
Marko	+358 44 091 9039

Online

Yleinen	terve@pitkospuu.fi
Muut	[etunimi]@pitkospuu.fi
Verkossa	https://pitkospuu.fi