

Account Based Marketing

Opas yksittäisten yritysten tavoittamiseen 2020

KANAVA.TO

The background is a blue-tinted collage of financial data. It includes a candlestick chart in the upper left, a bar chart at the bottom, and a line graph with a red arrow pointing upwards and to the right. The arrow starts near the center and points towards the top right corner. Various text elements are visible in the background, including '0.466', 'Summary', 'Quarter 4', 'Australia', 'Newze', 'Japan', and 'An'.

Mikä kohderyhmä on kannattavin

Miksi Account Based Marketing?

Account Based Marketing tarkoittaa markkinoinnin kohdentamista sellaisiin kohderyhmiin tai yksittäisiin yrityksiin, jotka ovat kannattavimpia.



Miksi Account Based Marketing

Tavoitat valitun kohderyhmän

Myynnin resursointi helpottuu

**Markkinoinnin tuloksellisuus
kasvaa**

1. Kohderyhmät

Mitkä kohderyhmät ovat yritykselle kiinnostavimmat?

2. Tavoitteet

Millaisia tuloksia tavoitellaan? Millaisella volyymillä myynti on tehokkainta?

3. Tulosten mittaaminen

Miten mitataan markkinoinnin onnistuminen?

**Hyvä
huomioida
ennen
aloittamista**

Miksi Account Based Marketing kannattaa?

**Tarkalla kohdistuksella
mediakustannukset
pienet**

**Kohdistuksen ansiosta
voidaan mm.
bannerimainontaan
ottaa isoimmat
mainoskoot käyttöön**

**Tarkan kohdistuksen
ansiosta myyjät
ehtivät hoitamaan
kiinnostuneet**

**Tuloksia voidaan
saavuttaa nopeastikin**

The image shows six men in business attire standing in a row, each facing a different colored door. From left to right: a man in a dark suit scratches his head at a grey door; a man in a dark suit gestures towards a white door; a man in a light shirt gestures towards a dark red door; a man in a dark suit stands with hands behind his back at a white door; a man in a light shirt flexes his arm at a dark red door; and a man in a light shirt scratches his head at a tan door. The background is a dark, textured wall.

Account Based Marketingin tekniikat

Miten markkinoinnin kohdistus toteutetaan?

Account Based Marketing on myynnin ja markkinoinnin yhteistyötä. Tarkalla profiloinnilla saadaan markkinoinnin toimenpiteet ja sisällöt kohdistettua oikein.



Esimerkki kohdistetusta B2B-kampanjasta

1. Valitaan yritykset
2. Tehdään kohderyhmälle laskeutumissivu verkkosivuillemme
3. Kerätään mailiosoitteet
4. Lähetetään sähköposti
5. Seurataan henkilötasolla
6. Kohdistetaan mainontaa
 - a. IP-kohdistettu
 - b. LinkedIn
 - c. Geo-kohdistettu
7. Automaatiot sähköpostilla
8. Remarketing verkkosivuilla käyneille





Kohderyhmälle räätälöityä sisältöä

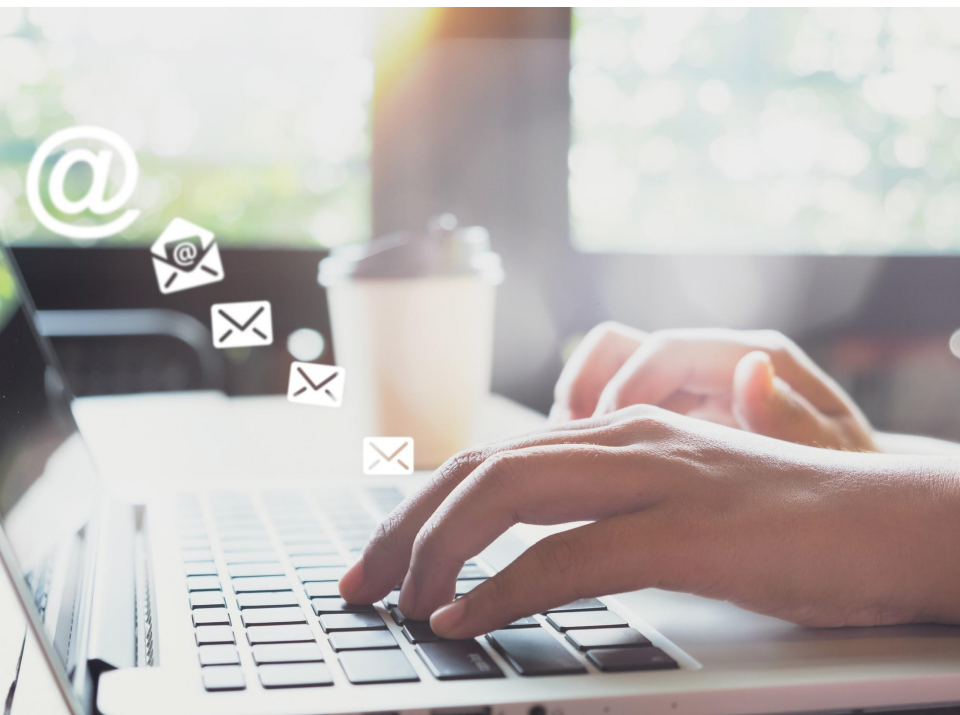
Tehdään laskeutumissivu kyseiselle kohderyhmälle tai yksittäiselle yritykselle, jolloin saadaan nostettua esille juuri heitä kiinnostavat argumentit. Sivua voidaan tehdä julkiseksi tai hakukoneilta piiloon.

Markkinoinnin automaation hyödyntäminen

Kun sähköpostikampanja valitulle kohderyhmälle toteutetaan markkinoinnin automaatiota hyödyntäen saadaan kohderyhmän verkkokäyttäytymisestä tarkempaa tietoa ja voidaan automatisoida jatkotoimenpiteitä mm.

- syventävää viestintää
- myyjille ilmoituksia lead scoresta
- IP-osoitteita kohdistavaan mainontaan





Mailiosoitteille kohdistus

Useat sosiaalisen median alustat mahdollistavat sähköpostiosoitteiden mukaan mainonnan kohdistamisen.

Lisäksi mm. LinkedInissä voi kohdistaa suoraan yrityksen nimellä henkilöille, jotka ovat merkinneet itsensä kyseiseen yritykseen. Kohdistusta voidaan rajata lisäksi mm. tittelin mukaan.

IP-kohdistettu mainonta

Kun saadaan tietoon haluttujen kohderyhmien käyttämät IP-osoitteet, voidaan mainontaa kohdistaa valituille IP-osoitteille.

Yleensä yksittäisen yrityksen verkkoliikenne menee yhden IP-osoitteen kautta, jolloin esim. bannerimainontaa voidaan kohdistaa koko yrityksen henkilökunnalle. Tällöin saadaan varmistettua, että useat yrityksen päättäjät näkevät mainontaa.



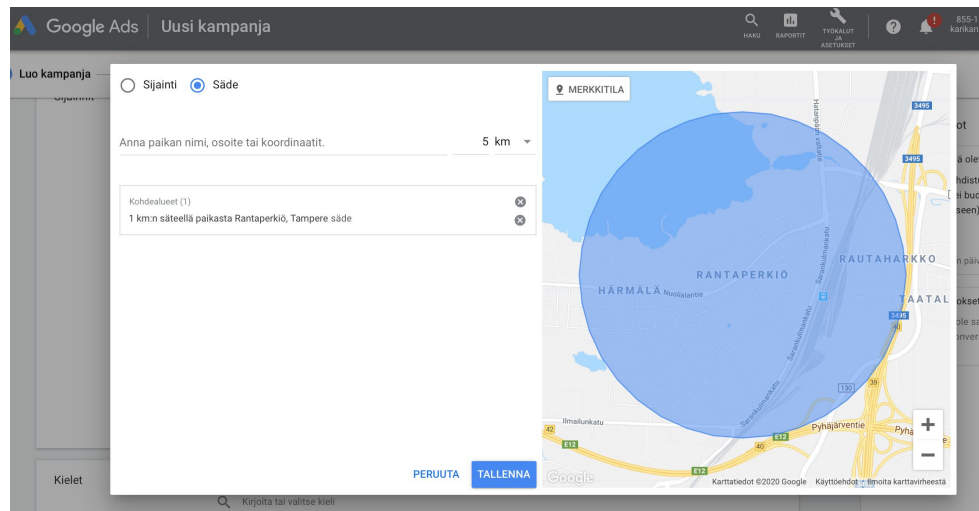


Muistuttava remarketing

Perinteinen remarketing banneri- ja somemainonnalla kohdistetaan kaikille, jotka ovat käyneet kyseiselle kohderyhmälle tehdyllä laskeutumissivulla on kustannustehokas keino muistuttaa olemassaolosta.

Maantieteellinen kohdistus

Banneri- sekä somemainonnassa voidaan kohdistaa mainontaa halutuille maantieteellisille alueille, jolloin mainonta näkyy kyseisellä alueella oleville yrityksille ja ihmisille (geo-kohditus).



**Mitä Account Based
Marketing mahdollistaa?**

Millaisia tuloksia haetaan?

**Ovien avaamista
tavoiteyrityksiin**

**Nykyisten
asiakkaiden
sitouttaminen ja
lisämyynti**

**Nopeuttaa
ostopolkua**

Onnistuneen Account Based Marketingin oletuksena on, että myynti ja markkinointi tekevät tiivistä yhteystyötä - markkinointi lämmittää ja myynti klousaa.



