

Do's and don'ts



#effiefinland
#sanomista
#EffieEmo
@mtl_ry

mtl

#EffieEmon viisaudet:

Do's



Muista kohderyhmä:
markkinoinnin ammattilaiset



Kirjoita helposti luettavaa tekstiä



Kirjoita tärkein ensin



Kirjoita aidasta, ei aidan vierestä



Käytä ydinvirketekniikka

- Kampanja sai suuren huomion..Siitä kirjoitettiin...Sivustolla vieraili...

- Suora sanajärjestys: Kissa söi kalan.
- Lyhyitä virkkeitä, max 12 sanaa
- Vain kaksi lausetta peräkkäin
- Paljon pisteitä
- Kirjoita aina suomea, kun mahdollista
- Ole ytimekäs
- Muista välillisten vaikutusten maksimointi
- Argumentoi faktoin kaikki väitteesi



**Lyhennä, lyhennä,
lyhennä**

#EffieEmon viisaudet: **Don'ts**



Älä runoile, proosa heikentää mahdollisuuksia



Älä ripuloi, kaikki turha informaatio heikentää mahdollisuuksia



Älä käytä ylisanoja: uskomattoman, älyttömän, ylitti kaikki odotukset



#effiefinland #sanomista
@mtl_ry

Esimerkkejä: **Lyhennä**

- ✘ Kampanja tavoitteli vähintään 15 mediaosumaa. Lopulta kampanja kerrytti kaikkiaan 40 mediaosumaa, nostaan medianäkyvyyden kokonaiskattavuuden yli 5 500 000 lukijan. Myös paikallisuus haluttiin huomioida kampanjassa, ja tässä tavoitteessa onnistuttiin erittäin hyvin. Viesti nousi esiin alueellisissa paikallismedioissa, kaikissa kymmenessä Suomen suurimmassa kaupungissa.
- ✓ Tavoite oli vähintään 15 mediaosumaa, toteutuma 40. Medianäkyvyyden kokonaiskattavuus oli yli 5 500 000 lukijaa. Kampanjan tavoitteena oli XX mediaosumaa paikallismedioissa (kymmenessä suurimmassa..), toteuma oli XX.

#effieinland #sanomista
#EffieEmo @mtl_ry

Esimerkkejä: **KPI-mittarit**



Tuotteen oston aikaistus.

- Tavoitetta verrataan edellisen vuoden myytyyn määrään ja katteen kehitykseen vastaavina ajankohtina
- Mittari / aineistolähde: XXX myynnin osuus kokonaismyynnistä, kate



Myytyjen tuotteiden kasvu +20 %.

- Tavoitetta verrataan edellisen vuoden vastaaviin ajankohtiin



Nettisivuston kävijämäärän kasvu +30 %.

- Tavoitetta verrataan edellisen vuoden vastaaviin ajankohtiin



Ohjaus ostamaan verkosta: online-myyntin osuus 70 %.

- Kustannustehokkaampi myyntikanava. Asiakkaille entistä helpompi, ajasta ja paikasta riippumaton ostokokemus.
- Tavoitetta verrataan edellisen vuoden vastaaviin ajankohtiin

Esimerkkejä: **Älä juonna**

- ✘ Koska yritysX:n isona tavoitteena on liiketoiminnan kasvu, brändiuudistuksella ja sen lanseerauskampanjalla haluttiin tietenkin kasvattaa X myyntiä. Yksinkertaisena mittarina yrityksen myyntiluvut.
- ✘ Jotta myynti kasvaa, tarvitaan lisää tunnettuutta sekä mielikuva luotettavasta toimijasta, jolta X ostaminen on helppoa, vaivatonta ja turvallista.
- ✘ Koska yritysX toimii valtakunnallisesti verkossa ja toimittaa X veloitusetta asiakkaan luo kaikkialle Suomessa, tärkeänä tavoitteena oli saada uusia ihmisiä YritysX:n nettisivuille.

#effiefinland #sanomista
#EffieEmo @mtl_ry



Esimerkkejä: **Tavoitteet**

- ✓ Myynnin kasvu X %
- ✓ Tunnettuuden kasvu X %
- ✓ YritysX:n nettisivujen kävijämäärän kasvu X %



#effiefinland #sanomista
#EffieEmo @mtl_ry

A handwritten signature in black ink, consisting of the letters 'm', 't', and 'l' in a stylized, cursive font.

Esimerkkejä: **Tulokset**

- ✓ Lanseerauskampanjalla oli välitön ja merkittävä vaikutus X myyntiin. Kampanja nosti yrityksen tunnettuutta ja kun yritysX henkilökunta teki kaupan vallankumouksen teemat todeksi myyntitilanteissa, X myynti kasvoi 20 %.
- ✓ Myynnin nousun voidaan selkeästi osoittaa olleen lanseerauskampanjan ansiota. Kaikki muut vaikuttimet, kuten yritysX:n valikoima, myymälöiden määrä ja sijainnit sekä myyjien määrä pysyivät kampanjan aikana samana kuin aiemmin.
- ✓ Kampanjoinnilla saatiin myös merkittävä määrä uusia ihmisiä vierailemaan yritysX:n www-sivuilla. Kampanja-aikana nettisivuilla kävi xx xxx uutta käyttäjää (39,5 % kaikista käyttäjistä)



Esimerkkejä: **Tulokset**

✓ Myynnin kasvu X %

✓ Tunnettuuden kasvu X %

✓ YritysX:n nettisivujen kävijämäärän kasvu X %



#effiefinland #sanomista
#EffieEmo @mtl_ry

A handwritten signature logo consisting of the letters 'm', 't', and 'l' in a stylized, cursive font.

Aikataulu



Osallistumisen deadline on torstai 4.10.2019 klo 12.00
osoitteessa **www.effie.fi**



Extended deadline (lisämaksullinen jatkoaika) on torstai
10.10.2019 klo 12.00.



Kilpailussa mukana olevat osallistumislomakkeet on vahvistettava torstai 10.10. klo 12.00 mennessä. Tämän jälkeen järjestelmä sulkeutuu eikä lomakkeita enää pääse muokkaamaan tai täydentämään. Osallistumislomakkeen vahvistamisen jälkeen peruttuja osallistumisia ei hyvitetä.



Shortlistatut kilpailutyöt julkistetaan tammikuussa 2020.



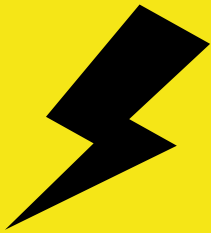
Effie palkintojenjako 6.2.2020

#effiefinland
#sanomista
#EffieEmo
@mtl_ry





KYSYMYKSIÄ



#effiefinland #sanomista
#EffieEmo @mtl_ry

