

## Delicioats antoi askelmerkit somensomemarkkinointiin

*Syyskuussa päättyvä Delicioats-projekti valmensi kaura-alan yrityksiä tekemään kauratuotteiden vientimarkkinointia somen avulla. "Selkeä, monipuolinen ja hyödyllinen kurssi. Antoi paljon konkreettisia uusia työkaluja", kiittelivät osallistujat.*

Delicioats antoi kaura-alalle paremmat valmiudet näkyvyyden nappaamiseen maailmalta. Brändit rakennetaan somessa, kuluttajat kohdataan somessa ja ostopäätökset tehdään somessa. Siksipä on tärkeää, että myös vientiyritykset sukkuloivat mahdollisimman taitavasti sosiaalisessa mediassa.

### **Käytännön oivalluksia myyjän työn tueksi**

Jotta kiinnostavia somesisältöjä voidaan tehdä, pitää tuntea henkilö, jolle ne tehdään. Opettelimme luomaan ostajapersoonat tuotteiden ulkomaisista käyttäjistä. Yritykset sanoivat, että ostajapersoonista syntyi heille kätevä työkalu niin kotimaan myyntiin kuin vientimarkkinointiin!

Totesimme, että jokainen menestys vaatii taakseen strategian. Opettelimme, mikä on somestrategia ja miten se luodaan. Osallistujayritysten omat somestrategiat valmistuivat kuin huomaamatta.

Yritysten mukaan strateginen suunnittelu antoi ryhtiä muuhunkin markkinointiviestinnän suunnitteluun.

### **Sometus on jatkuvaa oppimista**

Havaitsimme, että taitavaksi somemarkkinoijaksi kehittyy vähitellen. Tärkeää on skannata, missä ihmiset viettävät aikaansa. Onko ajanviettopaikka esimerkiksi saksalaisten oma LinkedIn eli XING tai pikaviestipalvelu WhatsApp? Kohdennetaan tekemisemme sinne.

Mitä konkreettisemmat ovat tavoitteet, sitä paremmin ne ohjaavat tekemistä. Se sopii neuvoksi moneen - somemarkkinointiin ja kaikkeen tekemiseen!

### **Mitä tuotteita markkinoidaan somessa seuraavaksi?**

Delicioatsiin osallistui 22 kaura-alan toimijaa 12 yrityksestä. Yhdessä oppiminen oli niin saumatonta, että voidaan jopa puhua Delicioats-yhteisöstä, joka kurssilla rakentui.

Vaikka Delicioats päättyy, somen parissa tehtävä työ on vasta alussa. Kurssilla luotiin elintarvikeviennin somemarkkinoinnin malli, joka on valmis sovellettavaksi myös muiden ruokaviejien käyttöön. Ketkä ilmoittautuvat seuraavaksi somemarkkinoinnin oppijoiksi?

Projektin päärahoittaja toimi MMM Ruokaketjun edistämisen varoista. Asiantuntijoita olivat somemarkkinoinnin ammattilaiset Kubo Oy:stä ja

kuluttajatutkimuslaitos Innolink Research Oy. Projektin toteutti Fennopromo Oy.

Delicioas - oat takes over. Kääritään hihat ja ryhdytään somettamaan!

Lisätiedot:

[www.delicioats.fi](http://www.delicioats.fi), @delicioatsproject,  
[info@delicioats.fi](mailto:info@delicioats.fi), +358 40 833 7727

**Yritysten antamia palautteita Delicioats-projektista:**

- "Koulutuksen sisältö on ollut ajatuksia herättävä. Pidin siitä, että aikaa käytettiin strategian laatimiseen ja strategian merkitystä korostettiin myös somemarkkinoinnin saralla. Hyviä vinkkejä ja perustyökaluja someen liittyen niin koti- kuin ulkomailla toimiessa."
- "Hyvä materiaali. Hyvät konkreettiset esitykset."
- "Erittäin hyvä, käytännönläheinen opetusote."
- "Selkokielellä todella kattava paketti. Paljon asiaa, mutta hyvin esitelty. Ei tullut 'paniikkiähkyä'. Kiitos!"
- "Mahtava tietotulva ja puheliaat vetäjät."
- "Hyvää konkretiaa ja valmennettavien ongelmiin paneutumista."
- "Teoria/käytännön esimerkeillä höystetty tietoisuus, josta asiaa vähän tunteville tuli selvät askelmerkit käytäntöä varten."