



WEBINAARI

Sähköpostimarkkinointi



Sisältö

- **Sähköpostimarkkinointi**
 - Mitä sähköpostimarkkinointi on?
 - Sähköpostilistat ja niiden ylläpitäminen
- **Uutiskirjeet**
 - Kohderyhmät
 - Mitä, milloin ja kenelle
 - Mitä palveluita hyödyntää?
- **Ohjevideot**
 - Google Analytics & UTM-linkit
 - MailChimp (Media-assari)

Mitä sähköposti- markkinointi on?

Sähköpostimarkkinoinnilla tarkoitetaan sähköpostitse lähetettävää materiaalia, jonka tarkoitus on jollain tavoin edistää yrityksen tuotteiden tai palvelujen myyntiä.

Postia voi lähettää sähköisesti joko uutiskirjepalvelun tai normaalin sähköpostipalvelun kautta.



Miksi sähköposti-markkinointi?

- Tehokas tapa lisätä näkyvyyttä ja pysyä kohderyhmiesi mielessä.
- Useimmin suunnattu lämpimämmille asiakkaille.
- Tavoitteena lisätä myyntiä matalalla kynnyksellä (ei suoraa kontaktia).
- Tehostaa ajankäyttöäsi huomattavasti (useille viesti samalla vaivalla, hyvin toteutettuna ei lisäkysymyksiä, vain suoria konversioita)
- Kustannustehokasta ja ympäristöystävällistä.
- Voit saada myyntiä aikaiseksi ilman maksullista mainontaa (kun listat kunnossa, vaatii siis ensin työtä, mutta palkitsee kun valmis).



Mihin pyrkiä?

MILLAISTA ON HYVÄ SÄHKÖPOSTIMARKKINOINTI?

- suunnitelmallista (julkaisun ajankohta)
- helppokäyttöistä (linkit/polut toimivat)
- helposti luettavaa (kielioppi, jäsenmys, termistö/sanavalinnat)
- kiinnostava sisältö (minulle tarkoitettu, ei esim. kumppanikirjettä valmentajalle)
- analysoitua/mitattavaa

Haasteita

SÄHKÖPOSTIMARKKINOINNIN HAASTEITA:

- Vaatii alussa työtä, että listat saadaan tarpeeksi kattaviksi ja laajoiksi.
- Luvan kysymisen prosessi.
- Listojen ylläpitäminen vaatii järjestelmällisyyttä.
- Oikeiden kohderyhmien määrittely.
- Saavutettavuus (roskapostikansio).

HUOM UUTISKIRJEET: Koska ihmiset voivat itse kirjautua ulos, älä käytä uutiskirjeitä tärkeisiin sisäisiin viesteihin.



SÄHKÖPOSTIT (Gmail/Outlook..)

Tämä viesti on lähetetty aiemmin Pesäkarhujen harrastetoiminnassa mukana olleiden 2009-2012 -syntyneiden lasten vanhemmille.

Korttelipesiksen ilmoittautuminen on nyt auki!

2009-2012 -syntyneille suunnatun Korttelipesis-kenttien ilmoittautuminen on nyt auki osoitteessa www.korttelipesis.fi! Ryhmät käynnistyvät heti kesäkuun alusta.

Korttelipesiksessä eskarilaiset ja 1-3 -luokkalaiset pääsevät pesäpallon harjoittelun ohella kilpailemaan muiden Porin kortteleiden (Länsi-Pori, Toejoki, Urheilukeskus) kanssa kesäkuun aikana. Harjoituksia on arkena kaksi kertaa viikossa ja sunnuntaisin päästään pelaamaan pelipäivien merkeissä.

Lapsesi ei tarvitse Korttelipesikseen omasta takaa aiempaa pesistaustaa tai pesisvälineitä. Välineet löytyvät kentältä Pesäkarhujen puolesta.

Jokainen korttelipesisläinen saa pesäpalloliiton pesispassin, joka sisältää vakuutuksen. Vakuutuksen hankkimiseksi pyydämme maksusuorituksen yhteydessä toimittamaan nallepesisläisen henkilötunnuksen.

Korttelipesisläiset saavat myös maksutta yhden kuukauden heinäkuussa käynnistyvässä harrasteryhmässä! Lisäksi vanhemmat pääsevät korttelipesisläisen kanssa maksutta katsomaan perjantaina 12.7. pelattavaa Naisten Superpesiksen Pori-Lapua -ottelua

Ilmoittautumiset ja lisätiedot kentistä & Korttelipesiksestä osoitteessa: www.korttelipesis.fi.

Tervetuloa mukaan Korttelipesikseen!

Terveisin,
Marika Hannukainen
Pesäkarhujen junioripäällikkö

--

Marika Hannukainen
Pesäkarhut, junioripäällikkö
mh.pesakarhut@gmail.com
044 972 1717

Sähköpostipalvelut

- + Henkilökohtaisempi lähestyminen.
- + Tehokas kuumimpiin asiakkaisiin.
- + Sisäisen viestinnän pääväylä.
- + Viestit varmemmin perille.
- + Ajastamistoiminto.
- + Liitetiedostot.
- Enemmän kysymyksiä paluupostissa.
- Vähemmän ammattimaisen näköiset viestit.
- Muista lähettää piilokopioina!
- Ei avaustilastoja.
- Ei voi "kirjautua" ulos, vaan täytyy erikseen pyytää.
- (+) Itse manuaalisesti ylläpidettävät ja päivitettävät listaukset.

Sähköpostilistoja

Kohderyhmittäin jaettuja sähköpostilistauksia omassa exceleissä/hallintajärjestelmissä/sähköpostisovelluksessa

- johtokunta/hallitus
- seuran toimihenkilöt (pj, vpj, tj, valmennuspäällikkö, junioripäällikkö tms)
- jojat / rahurit / valmentajat / tyhet
- muut “ulkopuoliset” tuomarit
- edustusjoukkueen pelaajat / joukkueen toimihenkilöt
- harrasteryhmien lasten vanhemmat ryhmittäin
- aiemmin toiminnassa olleiden lasten vanhemmat ikäluokittain
- aikuisharrasteryhmien sähköpostiosoitteet ryhmittäin
- vanhemmat (?) vai jojojen kautta
- entiset valmentajat

Huomioitavaa

Määrittele itsellesi sopiva työpolku listojen ylläpitämiseen

- Kuka ylläpitää?
- Missä listat ovat (pilvi/tiedosto/muu)
- Mitä tietoja kerätään?
 - Kylmä vai lämmin (kiinnostunut vai jo jossain toiminnassa mukana oleva?)
 - Lapsen nimi & syntymävuosi
 - Huoltajan nimi & yhteystiedot
 - Missä ryhmissä ollut
 - Ikäluokkien määrät
- Milloin listalle lisätään
- Milloin listaa päivitetään / poistetaan
- Ennakointi (listan tarkkailemisen kautta) seuran ylempien toimihenkilöiden keskuudessa

UUTISKIRJEET

Uutiskirjeet

Pesäkarhut Pori
Lehtisätkäkuu

Katso videot soselemassa



**Pesäkarhujen
pressitilaisuus
torstaina 8.6.
Havanassa**

HAVANA
BAR & COFFEE

Tervetuloa Pesäkarhujen perinteiseen kahvihetkeen torstaina 8. kesäkuuta klo 15:00 Havanaan Promenadikavaleen.

Paikalla Jyväskylän Kirittäriä vastaan pelaavaa ottelua ennakoimassa pelinjohdaja Sami Österlund ja pelaaja Minttu Vehnänta.

Tervetuloa!



Osoitelähde: Asiakasrekisteri, uutiskirjeen tilaajat.
Jos et halua meiltä enempää postia, [klikkaa](#) postitilustusta.

Pesäkarhut Pori
Tiedote 1/5

Katso videot soselemassa



Osta liput!

**Satakunnan
Brändituote ja
Pesäkarhut
yhteistyöhön**



Pesäkarhut ja Satakunnan Brändituote ovat sopineet kolmivuotisen yhteistyökumppanuuden. Nuoren yhteistyön ensimmäisenä näkyminä hedelmänä on tänään julkaistu Pesäkarhujen uusi fanituotemallisto ja verkkokauppa!

Vieraila verkkokaupassa!



Osoitelähde: Asiakasrekisteri, uutiskirjeen tilaajat.
Jos et halua meiltä enempää postia, [klikkaa](#) postitilustusta.



PIKKUJOULUT BUCCOSSA!

Pikkujouluauka lähestyy ja Buccon tilojen varuskalenteri käy kuumana!

Bucco tarjoaa upeat puitteet niin isoihin, kuin pienempiinkin tilaisuuksiin, juhliin ja kokouksiin.

Tilamme:

- Ravintolatali (max. 100 henkilöä)
- Uusi juhlatila (max. 80 henkilöä)
- Kabinetti (max. 20 henkilöä)
- Vinoteca (max. 12 henkilöä)

Emme velota tiloistamme erikseen tilavuokraa.



Muista myös normaali pöytävaraukset!

Ota yhteyttä & räätälöidään juuri sinulle sopivin ratkaisu!

[Tarkastele Pikkujoulu-menvalikoittoa ja hintoja tästä.](#)

Tiedustelut ja varaukset:
02 622 6185 tai bucco@bucco.fi



Seuraa Buccoa Facebookissa ja Instagramissa!



Uutiskirjelistoja

Uutiskirje-palveluun luotavia listoja

- minä itse
- vanhemmat
- kumppanit
- media
- valtakunnallinen lehdistö
- jäsenet
- talkoolaiset
- kausikorttilaiset
- seuraväki (valmentajat, joukkueiden toimihenkilöt),
huom! vain tarjouksia, ei tärkeitä tiedotteita, koska
jotkut ovat voineet poistua itse listalta
- uutiskirjeen erikseen tilanneet
- johtokunta/hallitus

Sisältöjä

Uutiskirje-palvelun kautta lähetettäviä sisältöjä

- Mediatiedotteet
- Ennakot/Raportit
- Lehdistökutsut
- Kutsut (varmistaa, että menevät perille)
- Uutiskirjeet tietyin väliajoin
- Markkinointiviestit kohderyhmittäin
- Tarjoukset / kampanjat
- Uudet palvelut / uutuudet
- Lisäarvosisällöt (blogit, maksuttomat maistiaiset, tarjoukset vain tilaajille)
- Huomioiminen (kiitos kaudesta)

Miten kasvattaa listojasi?

- Kerää vanhempien yhteystiedot (lupa kysyttävä)
- Kerää seuraväen yhteystiedot (lupa kysyttävä)
- Kerää kumppanien sähköpostit (raksi ruutuun sopimukseen?)
- Kiinnostuneet-lista
- Ilmoittautumislomakkeet
- Porkkana sähköpostilistalle liittymisestä
 - Esim. maksuton kokeilujakso (ilmo)
 - Alennus kuten -10%,
 - Arvontaan osallistuminen, jos liittyy
- Listan kasvattaminen tapaamisten/soittojen/markkinointitempausten yhteydessä
- Ostetut osoitteistot
- Some-promo
- Pop-upit kotisivuilla ja ländäreillä

Uutiskirje -palveluita

MAILCHIMP (maksuton, aloittelijoille)

HUBSPOT (ilmainen, selkeämpi kuin MailChimp)

GETRESPONSE (myös ländärit, vaikeaselkoinen)

CREAMAILER (suomalainen, yksinkertaistettu, kallis)

ACTIVE CAMPAIGN (hintava, suomenkielinen mahdollisuus)

— — —

Esittely

MAILCHIMP

- yksi maailman suosituimmista sähköpostimarkkinoinnin palveluista
- sopii hyvin sähköpostimarkkinointia aloitteleville
- englanninkielinen
- maksuton tiettyyn määrään asti (pääsee tällä pitkälle)
 - New business: ilmainen rekisteröityminen: saat lähettää kuukaudessa maksimissaan 12 000 viestiä & listoillasi saa olla enintään 2000 sähköpostiosoitetta.



Esittely

GETRESPONSE

- englanninkielinen, sähköpostimarkkinointiin perehtyneille
- sis. myös landing page- ominaisuuden
- kattavat automaitosointimahdollisuudet
- viestien ja ländärien helppo muokattavuus mobiiliin
- hinta: (180€ / vuosi) 1000 osoitteelle (sis. ländärit)
- paikoitellen pientä kömpelyyttä (tekstit, java-upotukset)
- 30vrk ilmainen kokeilujakso



Suunnitelmallisuus

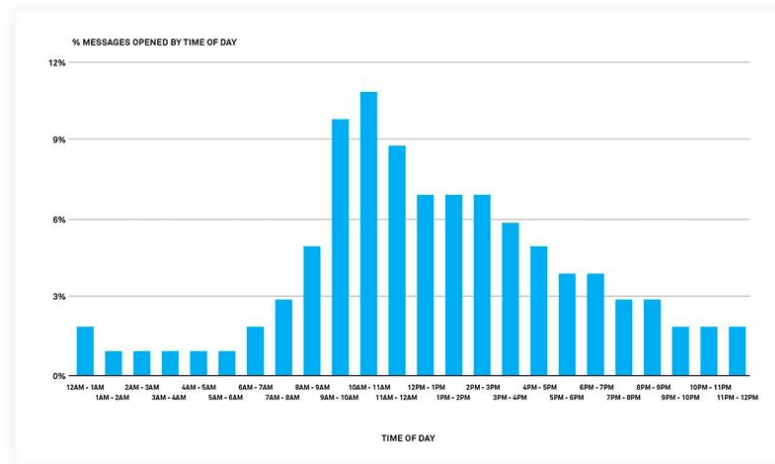
- Älä välttämättä lähetä samaa viestiä kaikille, vaan kustomoi kohderyhmittäin.
- Suunnittele seurallesi 2-3 toimivaa uutiskirje-pohjaa seurasi tarpeiden mukaan.
 - Mediatiedote-uutiskirje (tekstipohjainen)
 - Yhden tuotteen -uutiskirje (pääkuva + teksti + button)
 - Kausi-uutiskirje (esim. 1 krt/kk), linkkejä sen hetken pääuutisiin.
- Tee pohjasta selkeän yksinkertainen & sellainen joka on toimivan näköinen myös mobiilissa.
- Mieti oikea lähetysaika ja rytmi kohderyhmäsi mukaan.
- Lisää sähköpostimarkkinoinnin deadlinet/lähetyspäivät sisältösuunnitelmaasi/viestintästrategiaasi.



Avausprosentti

- Panosta otsikkoon! Jos otsikko on laimea vastaanottaja ei luultavimmin avaa sitä. Suosi lyhyitä, informatiivisia ja huomion herättäviä otsikoita.
- Kirjoita aiheista, jotka aidosti kiinnostavat listallasi olevia ihmisiä.
- Älä myy jokaisessa viestissä jotain.
- Älä tuhlaa listalaisiesi aikaa / älä anna heille syytä kirjautua ulos listalta.
- Jos haluat, voit käyttää omaa nimeäsi viestin allekirjoituksena henkilökohtaisemman ja helposti lähestyttävämmän mielikuvan luomiseksi.
- Ole ystävällinen, hyödyllinen ja antelias. Älä lähesty listalaisiasi vain silloin, kun tarvitset heiltä jotain.
 - Miten olisi vaikka hyvän joulun toivotukset?
 - Tai uusille ykkösluokkalaisille onnea kouluun?

Milloin lähettää viesti?



- Useat rekisteröityvät listoille sekaisin omien ja työsähköpostien kanssa.
- Älä siis lähetä viestejä viikonloppuna (sulkee pois työsähköpostit).
- Maanantaisin ruuhkaa sähköpostissa, suosi siis ti-to-väliä.
- Lähetä viestisi niin, että aamun sähköpostiruuhka on jo selätetty (n. 10:00-12:00) tai iltapäivällä (n. 13-14:00).

Sähköpostin otsikointi

- Viisi sanaa aikaa vakuuttaa vastaanottaja viestin avaamisesta.
- Kysymysmuotoiset otsikoinnit toimivat paremmin, kuin toteavat otsikot.
- Sähköpostipalveluja hyödyntämällä uutiskirjeen otsikkoon voi saada automatisoitua myös vastaanottajan nimen (esim. Kiinnostaako mahtavat tarjoukset, Marika?”).
- Erotu joukosta välimerkeillä, numeroilla ja hymiöillä (esim. ? / ! / - / &).

“Valkoinen lista”

- Miten varmistaa, ettei sähköpostisi päädy roskapostikansioon?
- Sähköpostilistalle kirjauduttaessa vastaanottajan täytyy vahvistaa listalle liittyminen sähköpostiin tulevan vahvistusviestin kautta
 - MailChimp tms, ei mahdollista normaalilla sähköpostilla
- Normaalaa sähköpostia käytettäessä esim. tekstari perään, että henkilö osaa etsiä viestiä myös roskapostista (jatkossa menee helpommin oikeaan paikkaan).

Luvat

- Sähköpostimarkkinointia saa kohdistaa vain sellaisille henkilöille, jotka ovat antaneet siihen ennalta suostumuksensa.
- Listaa ylläpitävän tahon pitää mahdollistaa maksutta listalta pois pääsy helposti.
- Et voi lähettää sähköpostitse suoramarkkinointia, jos olet kerännyt vastaanottajarekisterin johonkin muuhun tarkoitukseen.

HUOM KUMPPANIT:

- Jos vastaanottava henkilö toimii yhteisössä tietyssä asemassa, jonka tehtäviin suoramarkkinoinnilla tarjottavat hyödykkeet ja palvelut olennaisesti liittyvät, etukäteissuostumusta ei tarvita, vaan kyseisellä henkilöllä on kielto-oikeus.
- Mainostajalla on selvitysvastuu siitä, että mainostettu tavara tai palvelu liittyy olennaisella tavalla vastaanottajan työtehtäviin.



Automatisointi

- Automatisointi eli “ajastaminen” (esim. tervetuloa-viesti, viestipolku)
- Tarkoituksena säästää aikaa, tämän keinon täydellinen hyödyntäminen voi olla kuitenkin urheiluseuran toiminnassa hankalaa.

Tervetuloa-viesti:

- Uudelle listalle itse kirjautuneelle on mahdollista automatisoida “Tervetuloa *seuran nimi* uutiskirjeen tilaajaksi!” -viesti.
- Miksi?
 - Kirjautumisen jälkeen voi kestää kauankin, ennen kuin seuraavan kerran lähetät viestiä, joten näin uusi listalainen tietää ilmoittautumisen menneen perille.

Seurattavat linkit (UTM)

- GoogleAnalytics ja UTM-linkit (Urchin Tracking Module)
- Keino saada selville, mistä henkilö on tullut sivullesi
- Kaikki käytetyt linkit olisi hyvä olla sellaisia, joita pystyy seuraamaan.
- Linkeistä tulee pitkiä, joten kannattaa jälkikäteen lyhentää linkki (esim. bit.ly:llä)
- Tee koodi: Googlen Campaign URL Builder

UTM jatkuu

ESIMERKKI:

Lähetetään uutiskirjemainos talven nallepesisläisten vanhemmille kesän Nallepesisestä, ilmoittautumaan ohjataan tällä linkillä:

https://www.nallepesis.fi?utm_source=sposti&utm_medium=uutiskirje&utm_campaign=npkesa2020

- Alussa osoite, jonne ohjautumista halutaan seurata
- ?-merkin jälkeen alkaa UTM-koodisto
- & = edellisen parametrin päättyminen ja seuraavan alkaminen
- utm_source = mistä
- utm_medium = millä markkinointivälineellä
- utm_campaign = mikä kampanja



UTM jatkuu

UUTISKIRJE:

https://www.nallepesis.fi?utm_source=sposti&utm_medium=uutiskirje&utm_campaign=npkesa2020

FB-JULKAISU (KUVA)

https://www.nallepesis.fi?utm_source=facebook&utm_medium=julkaisu&utm_campaign=npkesa2020

FB-JULKAISU (VIDEO)

https://www.nallepesis.fi?utm_source=facebook&utm_medium=video&utm_campaign=npkesa2020

FB -MAKSULLINEN MAINOS

https://www.nallepesis.fi?utm_source=facebook&utm_medium=euro&utm_campaign=npkesa2020

INSTAGRAM-PROFIILI

https://www.nallepesis.fi?utm_source=insta&utm_medium=biolinkki&utm_campaign=npkesa2020

Muita: sisäinen sposti, ikäluokkalistat, Flyer, Twitter...

Mitä nyt?

MISSÄ MENET NYT & MITÄ SEURAAVAKSI?

- Millaista sähköpostimarkkinointisi on nyt?
- Onko sinulla tallessa aiempien asiakkaidesi sähköpostiosoitteita? Oletko kerännyt ne “yksiin kansiin”?
- Keräätkö tällä hetkellä sähköpostiosoitteita, miten?
- Luo itsellesi suunnitelmallinen prosessi sähköpostilistojen ylläpitämiseksi. Esim. aina kun ilmo tulee, kerran kuussa vai kun ryhmä on päättynyt?

TEHTÄVÄ: Kirjaa talteen ideoitasi sisällöistä tai kysymyksistä, joista sinä voisit kirjoittaa sähköpostilistalaisillesi!



VINKKEJÄ / ÄLÄ UNOHDA!

1) Aloita sähköpostimarkkinointisi määrittelemällä sen tavoitteet seurallesi.

2) Aseta tavoite sähköpostilistojesi koolle ja kasvamiselle tiettynä aikavälinä (esim. kauden aikana).

3) Valmiiden listojen ostaminen tai arvonta ei välttämättä tuo juuri sinulle sopivia ihmisiä listallesi. Pohdi, miten saat potentiaalisia ihanneasiakkaitasi parhaiten listoillesi?

4) Sähköpostilistasi on yrityksesi omaisuutta,
voit hyödyntää sitä vapaasti.

5) Tee uutiskirjepalvelulla “mainosviesti” ja lähetä se vain itsellesi. Jaa se sitten eteenpäin sähköpostipalvelusi kautta listoillesi (viesti varmemmin perille).

6) Varmista, että kaikista seurasi toiminnassa olleista / käyneistä / poistuneista jää listoillesi sähköpostiosoite (ellei henkilö erikseen toivo, että hänet poistetaan)

7) Suunnittele eri listoillesi lähtevät viestit kausitasolla, kuinka usein on ok lähettää viestejä, milloin ei kannata lähettää mitään. Aseta itsesi vastaanottajan asemaan.

8) Tekemällä oppii! Älä pelkää testailla ja kokeilla!

OHJEVIDEOT

Materiaalit

OHJEVIDEOT (pesis.fi -> Webinaarit)

- Google Analytics ja UTM-linkit
- MailChimp (Media-assari)
 - uutiskirjepalvelun käyttäminen
 - automatisointi