

Kalandustoodete
TURUNDUS
sotsiaalmeedias ja veebikanalites

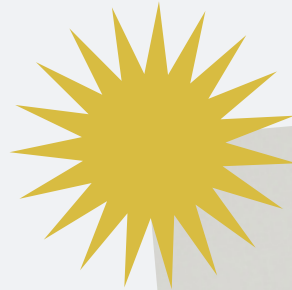


Koolitaja
AILE NÕUPUU

28.02.2023

WWW.AILEN.EE





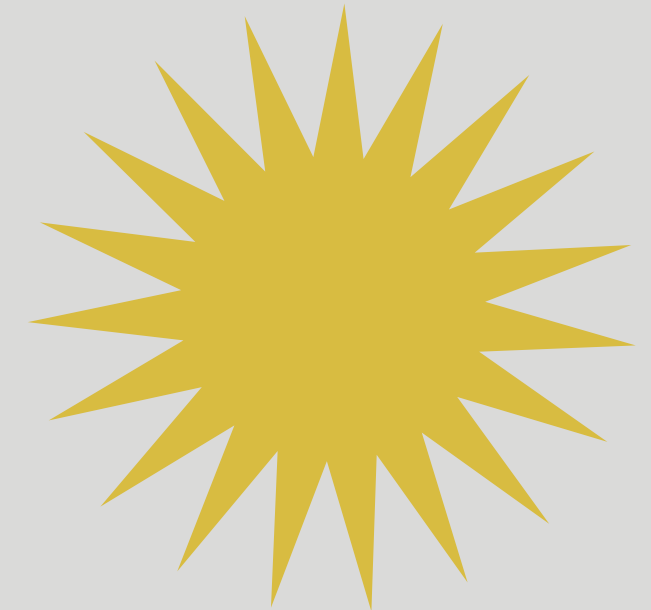
Minust

- ✓ **Koolitaja, fotograaf, kunstnik ja kujundaja**
 - 30 aastat pedagoogilist tööd
 - 17 aastat arendusjuht (turundus, avalikud suhted, projektid)
 - 10 aastat täiskasvanute koolitaja (fotograafia, veebiturundus)
 - Täiskasvanute koolitaja tase 7 kutsetunnistus
 - Aasta koolitaja 2022 eripreemia

- ✓ **Hobid: fotograafia, kunst, aiakujundus, raamatud**

Koolituse teemad

- ✓ Firmastiili olulisus ühtse brändikuvandi kujunemisel
- ✓ Eneseturundus on sinu edu tööriist
- ✓ Turundus sotsiaalmeedias
- ✓ Canva – tasuta ja lihtne graafilise disaini tööriist



Ajakava

10.00-12.00 KOOLITUS

12.00-12.30 LÕUNAPAUS

12.30-14.10 KOOLITUS

14.10-14.20 PAUS

14.20-16.00 KOOLITUS




FIRMASTIIL



Firma visuaalne identiteet

- ✓ Firmastiil on ettevõtte väline ilme, kuidas ettevõtte kliendile silma paistab
- ✓ Firmastiili juurde kuuluvad logo, värvid, mustrid, stiilielemendid, pildid, fotod, kirjastiil jm.
- ✓ Firmastiil aitab ettevõttel konkurentide seast välja paista ja tuntust suurendada
- ✓ Firmastiil räägib sellest, et ettevõtte on turul tugevalt kanda kinnitanud ja kavatseb sinna jääda pikaks ajaks ja tekitab sellega usaldust



Disain on Sinu
kaubamärki sõnatu
saadik 

Paul Rand

Milline paistab sinu firma visuaal vaatajale?



NAARI KALATALU

✓ Google

✓ Facebook

✓ Instagram

MEIE TOOTED

Tallinnas ja Pärnus TASUTA tarne tööle või koju. Mujale saadame termokastiga DPD pakiautomaati. Kasti läheb 14 purki. Lisandub saatmine 4,99 €



**Angerjas
marinaadis**

Purk on 500 ml ja maksab 15 €
NB! Ostes korraga 10 purki on hind 13 € purk



**Kuumsuitsu angerjas
marinaadis**

Purk on 500 ml ja maksab 15 €
NB! Ostes korraga 10 purki on hind 13 € purk



Kohaflee tomati marinaadis

Purk on 420 ml ja maksab 10 €



ENESETURUNDUS



Mida näitab sinu kohta Google?

- ✓ Kas see on see, mida sa tahaksid seal näha?
- ✓ Millest kirjutad oma blogis?
- ✓ Mis on sinu Facebooki voos?
- ✓ Kas oled üldse nähtav?
- ✓ Kas see on õige esitlus sinust kui oma valdkonna eksperdist või on see juhuslik, segane ja ebaprofessionaalne?



Eneseturundus loob sinu kui professionaali osas ootuse



Kas sul on:

- julgust eristuda?
- valmisolekut astuda mugavustsoonist välja?
- näidata oma oskusi ja huve?
- luua selle ümber oma isiklik suur või väike impeerium?

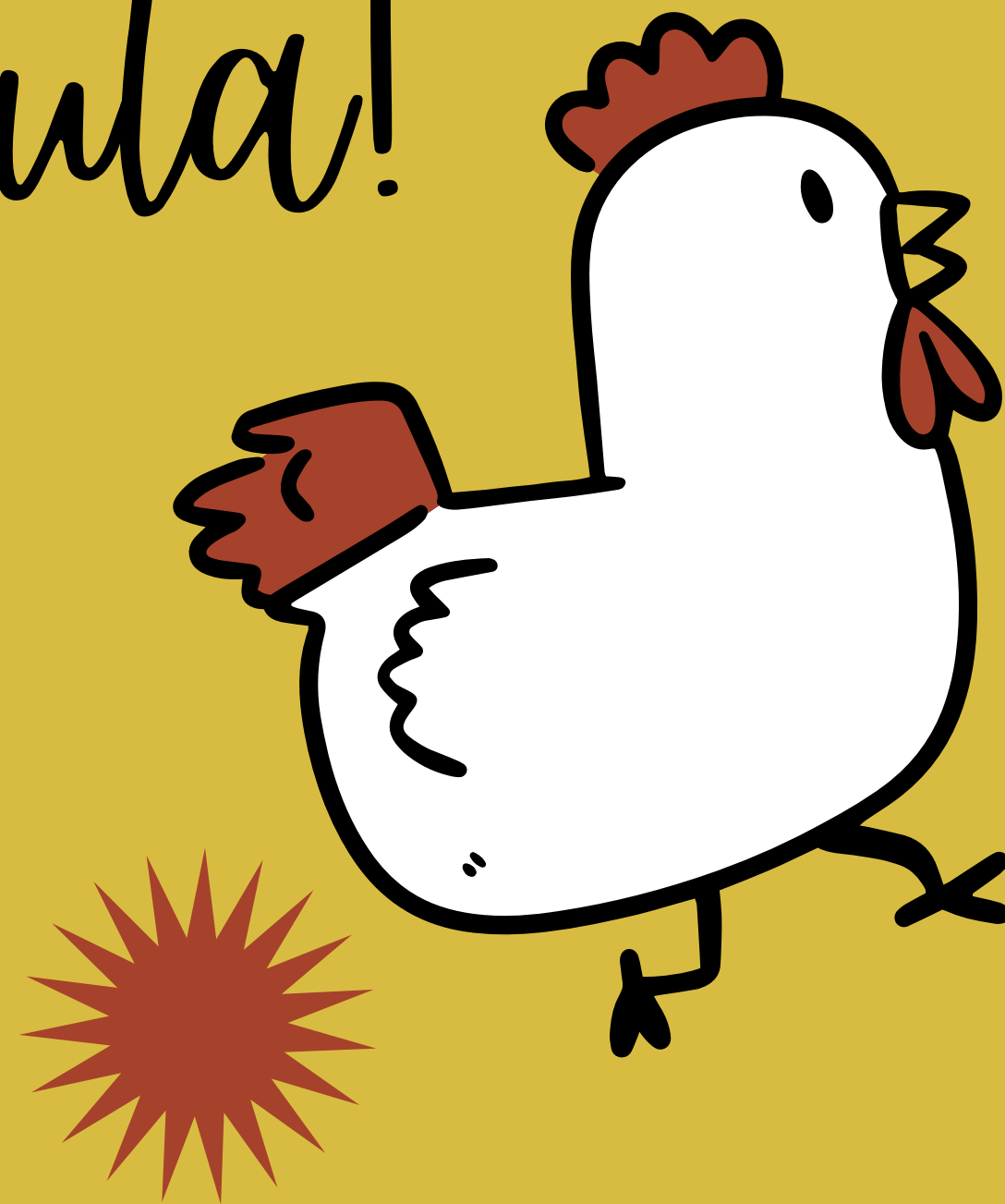


Mis see on:

- mis Sinu teenuse teistest erinevaks teeb?
- mis paneb Sinu ja Su kliendi silmad särama?



Kui mured,
siis kaaguta!



"Räägi oma lugu.

Räägi seda ise, sest kui sina
seda ei tee, siis teeb seda keegi teine
ja see lugu ei pruugi sulle meeldida."



Raul Rebane



Klient ei osta lihtsalt Sinu toodet - ta ostab ka Sinu lugu

Samalaadse toote ostmisel võib määravaks saada hoopis Sinu lugu, miks sa seda tööd teed, millega Sa veel tegeled, millega sa eristud - Sinu missioon, hoiakud, pühendumus, hobid, pere...



Küsi klientidelt, mida nemad teada tahavad

Ära jää kinni enda kiitmisesse, et küll ma teen ägedaid asju,
vaid räägi seda, mida kliendid ootavad.

Niimoodi kujuneb välja kuvand sinust kui professionaalist.



Hariv turundus

Hariv turundus laseb inimesel ise otsustada, et ostmine on hea mõte

- ✓ Kuidas sinu postitus aitab inimesi?
- ✓ Kuidas sina saad olla inimestele kasulik?
- ✓ Kuidas sina teed inimeste elu lihtsamaks?
- ✓ Kuidas sinu toode/teenus teeb inimese elu paremaks?



Lähene asjale ebatavalisest küljest

Too oma näiteid, räägi sellest,
mis sul untsu läks või hoopis ootamatult välja tuli.
Lugeja tahab põnevust ja uut infot.



Ära aja mulli

Kirjuta konkreetsetest asjadest isegi siis, kui tood üldisi näiteid.
Kõige parema tulemuse annavad konkreetset juhendid,
sammud ja näited, kuidas keegi juba teinud on.



Kui sõna saab ära võtta,
siis peab selle ära võtma



Kasuta värvikaid ja emotsionaalseid sõnu

Kirjutades oma tööst või ettevõttest on hea kasutada väljendeid,
mis lugejale eredalt mõtte kohale viivad.

Maali sõnadega pilt!



Räägi sama keelt oma klientidega

Lähene kliendile alustades probleemidest ja murekohtadest, mis Sinu potentsiaalset klienti kõnetavad.

Jälgi, et sõnad, mida sa kasutad, on sinu lugejale vastuvõetav keelekasutus.

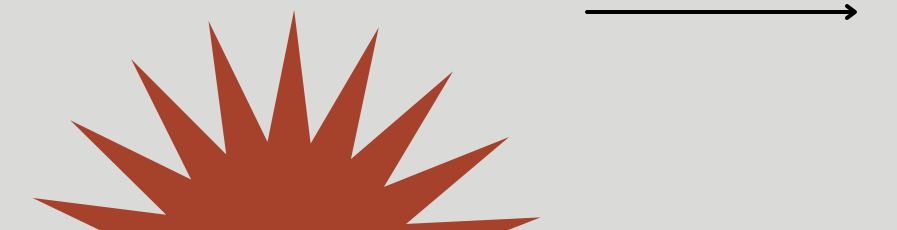
Väldi kantseliiti ehk spetsiifilist erialast sõnavara.



Tekst peab olema nii lihtne,
et Sinu vanaema sellest aru saab!



KODULEHT



Milleks on koduleht firmale vajalik?



1. **Digitaalne visiitkaart.** Hea esmamulje ning lühike ja selge vorm, lihtne struktuur, kiiresti leitav info ja kontaktandmed.
2. **Teavitaja ja tutvustaja.** Kes? Kus? Millal? Miks? – need on mõned küsimused, millele võib veebileht vastuse anda.
3. **Müüja.** Minimaalsete kulutustega võid jõuda miljonite inimesteni. Veebipood asub kõikjal, kus on internetiühendus.



SEO - kodulehe optimeerimine otsingumootoritele

1. Kasuta **märksõnu** sisulehe URL-is, tiitlis, olulisemate piltide kirjeldustes ja mõned korrad põhisissus
2. Kirjuta põhikonkurendist **rohkem ja põhjalikumalt** (min 800 sõna)
3. Strateegiliselt vähem olulisemates alapealkirjades ja põhisissus kasuta **erinevaid sünonüüme ja seonduvaid märksõnu**
4. Ära pinguta **märksõnade kordamisega** üle
5. Loo oma postituses **kodulehe siseseid linke** ja viiteid **autoriteetsetele lehtedele**
6. Hangi **väliseid linke**, et läbi viidete vaatajaid sinu lehele tuua



Milleks kasutada sotsiaalmeediat?




- ✓ Brändi tuntuse ja teadlikkuse tõstmine
- ✓ Kodulehele liikluse toomine
- ✓ Huvi tekitamine
- ✓ Nõudluse kasvatamine
- ✓ Inimeste kaasamine
- ✓ Klientide arvu suurendamine



SOTSIAALMEEDIA

1 Instagram

2 facebook

3 



facebook

- 2,4 miljardit kasutajat
- vanemad kasutajad
- on avalikum
- saad sisu ja infot jagada
- saad suhelda inimestega
- saad luua lehti, grupe, üritusi
- rohkem sisupõhine
- lokaalne

Instagram

- 1,1 miljardit kasutajat
- 71% kasutajaid alla 35 aasta
- on isiklikum
- saad anda ülevaate
- saad kaasata inimesi
- hashtagid #
- rohkem fotopõhine
- globaalne





facebook



Mida postitada Facebookis?

- ✓ Facebookis ei müüda toodet, vaid ideed tootest.
- ✓ Facebook ei ole pood! Pood on sinu kodulehel ja inimene tuleb sinna kutsuda.
- ✓ Kirjuta või jaga postitusi, millist kasu saavad inimesed sinu toote või teenuse kasutamisel.
- ✓ Jaga väliseid postitusi, mida sinu, su firma või toodete ja teenuste kohta on kirjutatud.
- ✓ Facebook armastab videosid.



Dirhami kalakohvik

- Kodulehel e-pood
- Oluline info esile tõstetud
- Välised lingid
- Loosimängud
- Palju koostööd
- Klientide äramärkimised
- Videote kasutamine



Ametliku lehe loomine Facebookis



- ✓ Ametliku lehe loomiseks peab eelnevalt olemas olema **isiklik konto**
- ✓ Vali isiklikul lehel vasakul küljel **Lehed - Loo uus leht / Create page**
- ✓ Vali **kategooria**, mis valdkonnas tegutsed + spetsiifiline info oma tegevusala kohta
- ✓ Loe läbi **kasutustingimused** ja märgi kasti ✓ **Alusta**
- ✓ Lehele saab lisada **teisi administraatoreid** ja saab valida neile **rollid**, mida nad teha saavad
- ✓ Vali leheküljele **sobiv nimi ja lühike URL aadress**, nt AileN FOTO, www.facebook.com/aillenfoto
- ✓ Ametlikul lehel saad **muudatusi** teha ainult siis, kui oled **vahetanud isikliku lehe konto ametliku lehe konto vastu**. (Näiteks: kuigi ma olen ametliku lehe loonud oma isikliku konto kaudu, saan ma muudatusi teha ja saadetud sõnumeid lugeda ainult ametliku kontoga).



Gruppide loomine Facebookis



Vali vasakul servas gruppide juures **Loo uus grupp**

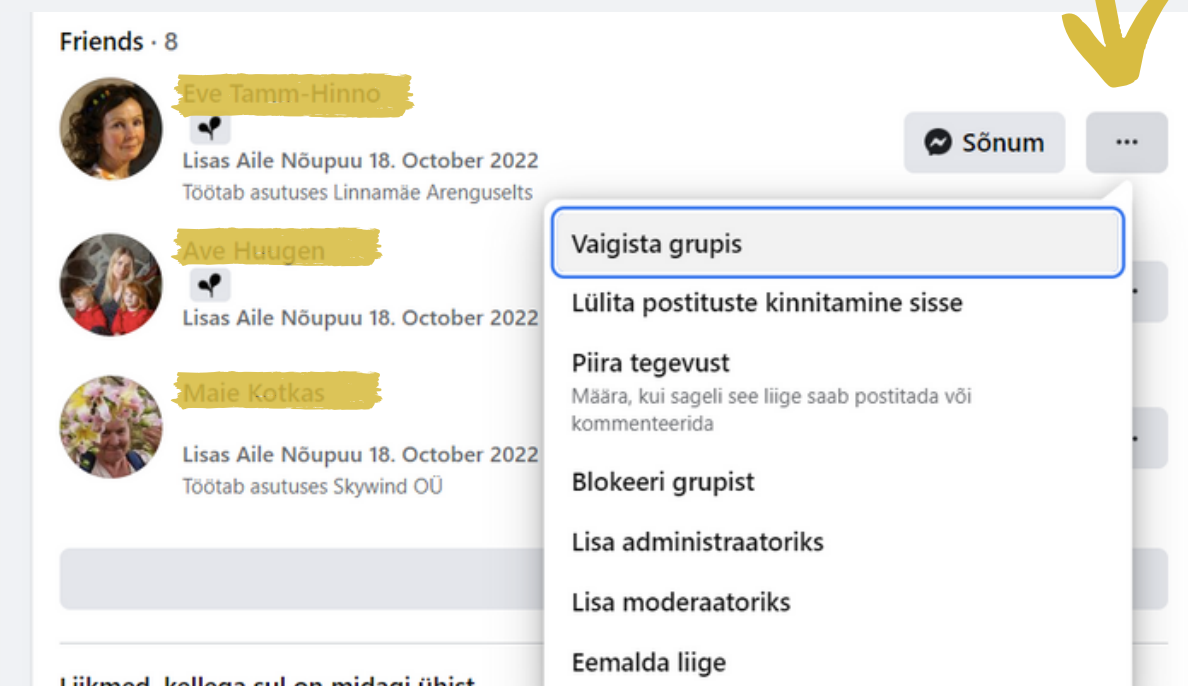
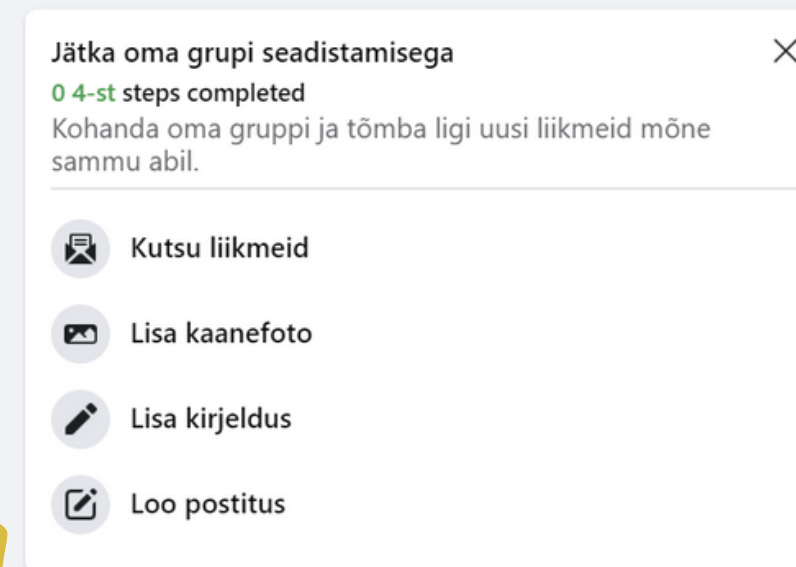
Pane grupile **nimi**

Vali privaatsusaste - kas **avalik või privaatne**; kas grupp on **nähtav või peidetud**

Grupiga liituma saad kutsuda oma **Facebooki sõpru** või saata **kutse emaili kaudu** [+ Kutsu](#)

Jätka grupi **4-astmelise seadistamisega**

Kui tahad lisada **kaasautoreid (administraatoreid ja moderaatoreid)**, siis grupi liikme nime taga kolme täpi alt saad määrata liikme rolli grupis.



Ürituste loomine Facebookis



- ✓ Üritusi saab luua nii Facebooki **isikliku kui ametliku lehekülje kaudu** ja ka **grupis**
- ✓ Isiklikul lehel vali üleval servas **Veel - Üritused**; ametlikul lehel vali vasakul **Professionaalne töölaud - Üritused**.
- ✓ Vali **kategooria**, mis valdkonnas tegutsed + spetsiifiline info oma tegevusala kohta
- ✓ Vali leheküljele **sobiv nimi ja lühike URL aadress** (grupi seaded - Web address)

Create Event

Drag to Reposition

Edit

Aile Nõupuu
Host - Your Profile

Sündmuse nimi

Alguskuupäev
23. veebr 2023

Algusaeg
12:00

+ Lõppkuupäev ja -aeg

Is it in person or virtual?

Kes seda näevad?
Joonistamise õpituba

Group event privacy
Members only

Kutsu kõik grupiliikmed
Kõik grupiliikmed kutsutakse üritusele

Mis on üksikasjad?

Loo üritus



KKK - Korduma Kippuvad Küsimused

- **Kuidas Facebookis lisada bold, italic, täpp- ja numberloendi, tõsta esile jutumärkidega?** Saab teha gruppides, kus edastatakse teateid.
- **Kuidas FB postituses linkida?** Lisada ette @, siis muutub postitus lingitavaks, kui lingitaval on olemas FB konto.
- **Kuidas teha linke tekstis?** – vali ahela märk. 
- **Kuidas teha viisakaid linke?** – kirjutada sõnaviide ja lisada sellele link, ei jää nähtavale aadress.
- **Kuidas lühendada linke?** – bitly.com
- **Fotode soovituslik formaat ja paigutus veebis?** Oleneb kanalitest, mida kliendid kasutavad. Arvutis enamasti horisontaalne, Instagramis ruut, FB ja Instagram Story püstpaigutus.
- **Optimaalne postituste intervall sotsiaalmeedias?** Mida rohkem postitad, seda nähtavam sa oled ja tuntumaks sa saad.



Instagram



Instagram tahab postitusi iga päev



- ✓ Loo sisu, mida sa ise tahaksid jälgida
- ✓ Ole oma ala ekspert, teeni välja jälgijate usaldus
- ✓ Räägi toote/teenuse kasulikkusest ja näita tulemusi
- ✓ Näita oma toote kasutamist – lihtsalt ja loogilisest
- ✓ Ole inspireeriv ja kasulik
- ✓ Tunnusta oma kliente



Nii tihti kui Instagramis
postitad, nii kiiresti ka kasvad



Instagrami postituse sisu

- ✓ Emotsioon on olulisem kui foto kvaliteet
- ✓ Inimesel peab olema näha nägu
- ✓ Emotsioon + firma logo
- ✓ Tekst pildi all ei pea alati kirjeldama pildil toimuvat - pilt räägib ise enda eest
- ✓ Kasuta tagasiside lauset postituse kirjelduses



Instagram Slideshow / Karuseell



Loo jagatud panoraam

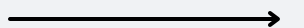
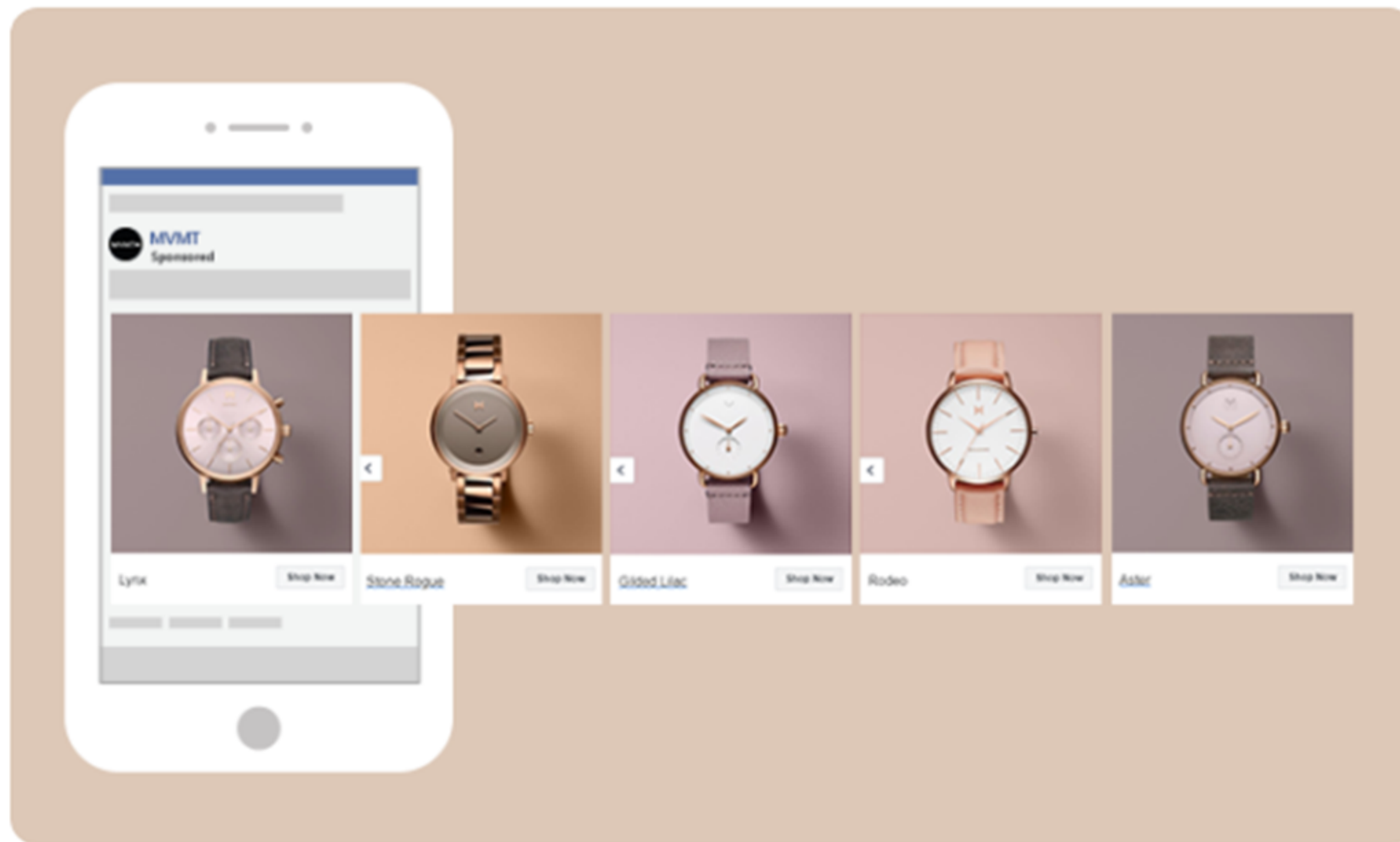




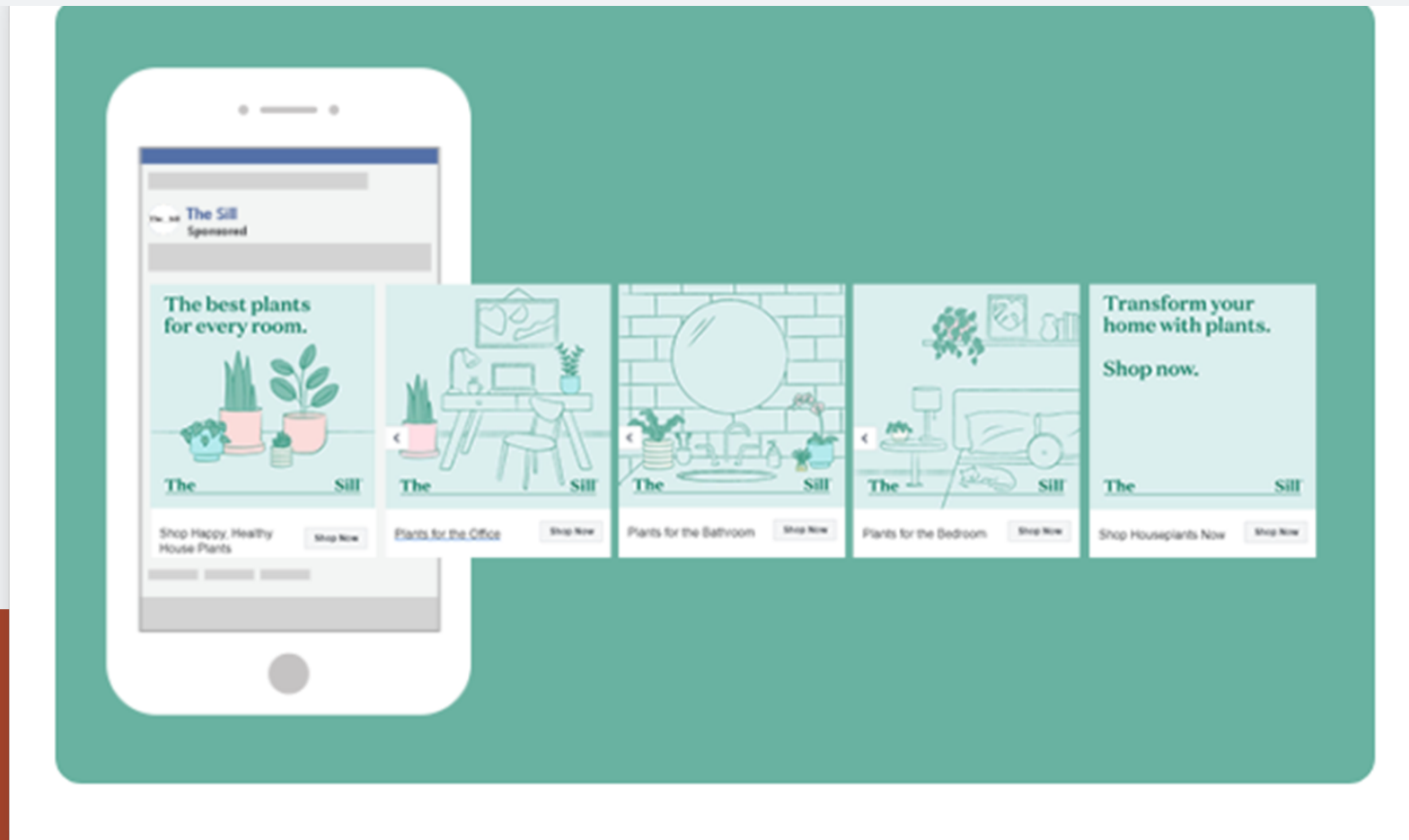
Foto tükeldamise
rakendused
mobiiltelefonis:
Photosplitter
Panorasplit



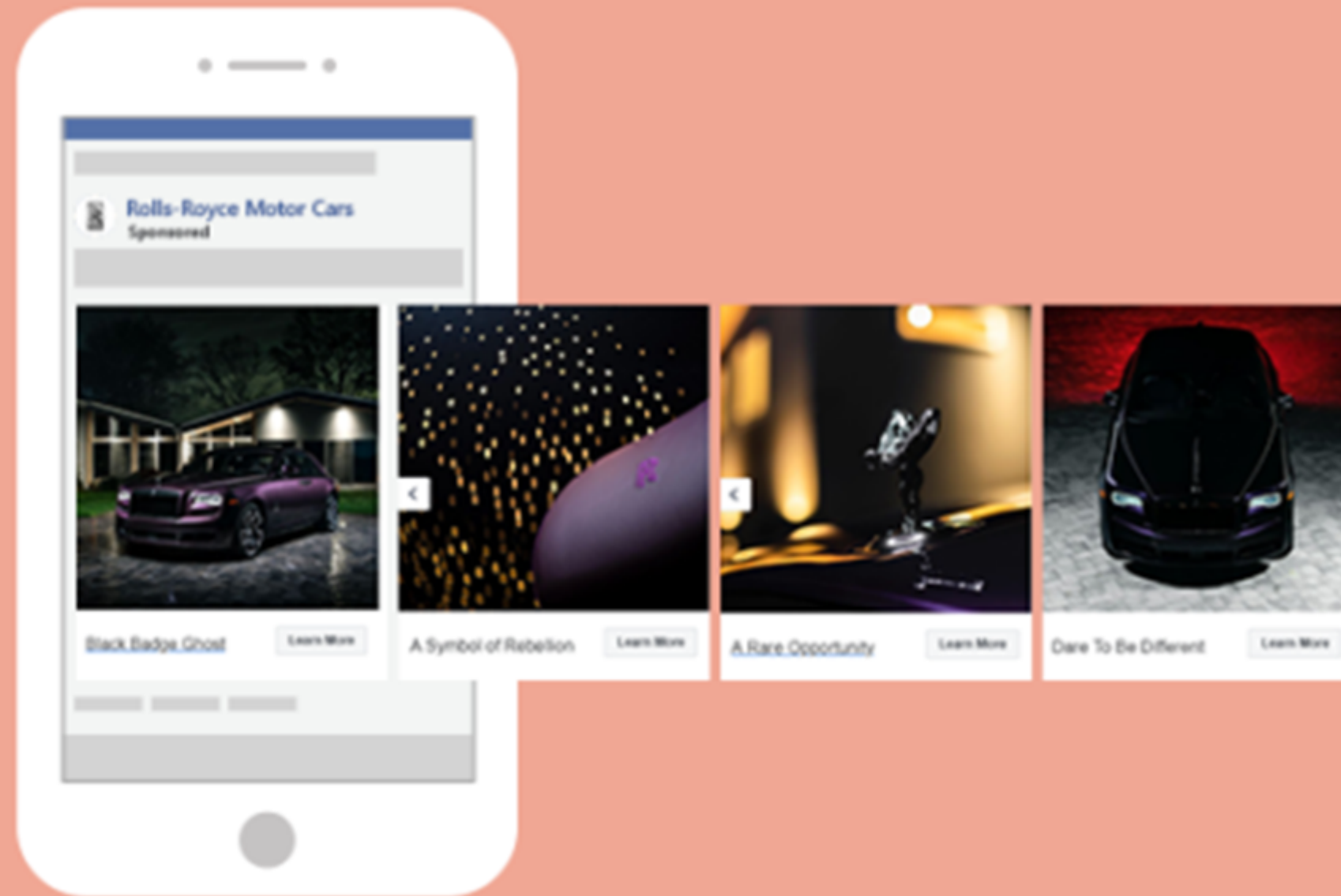
Näita mitut toodet



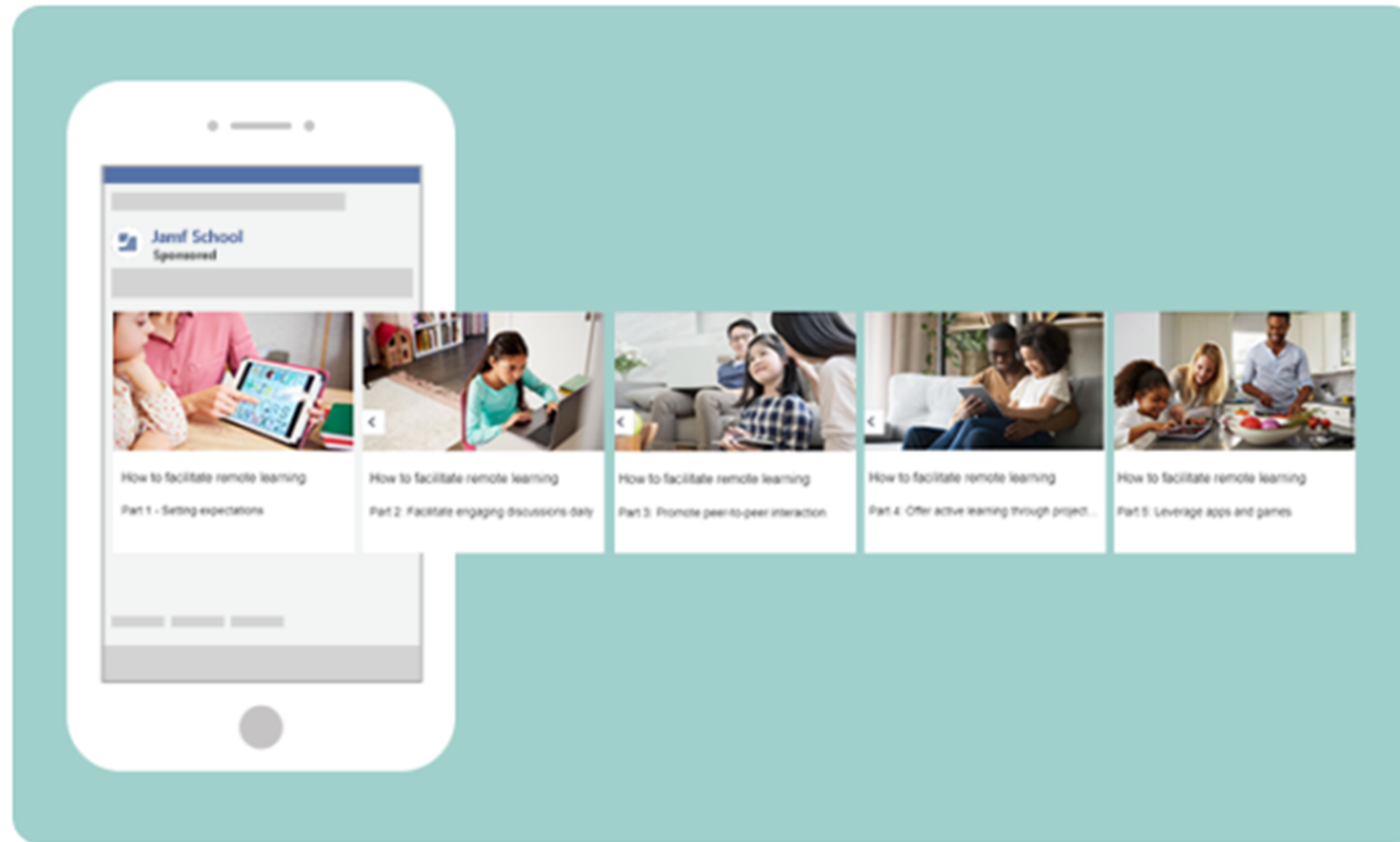
Selgita protsessi



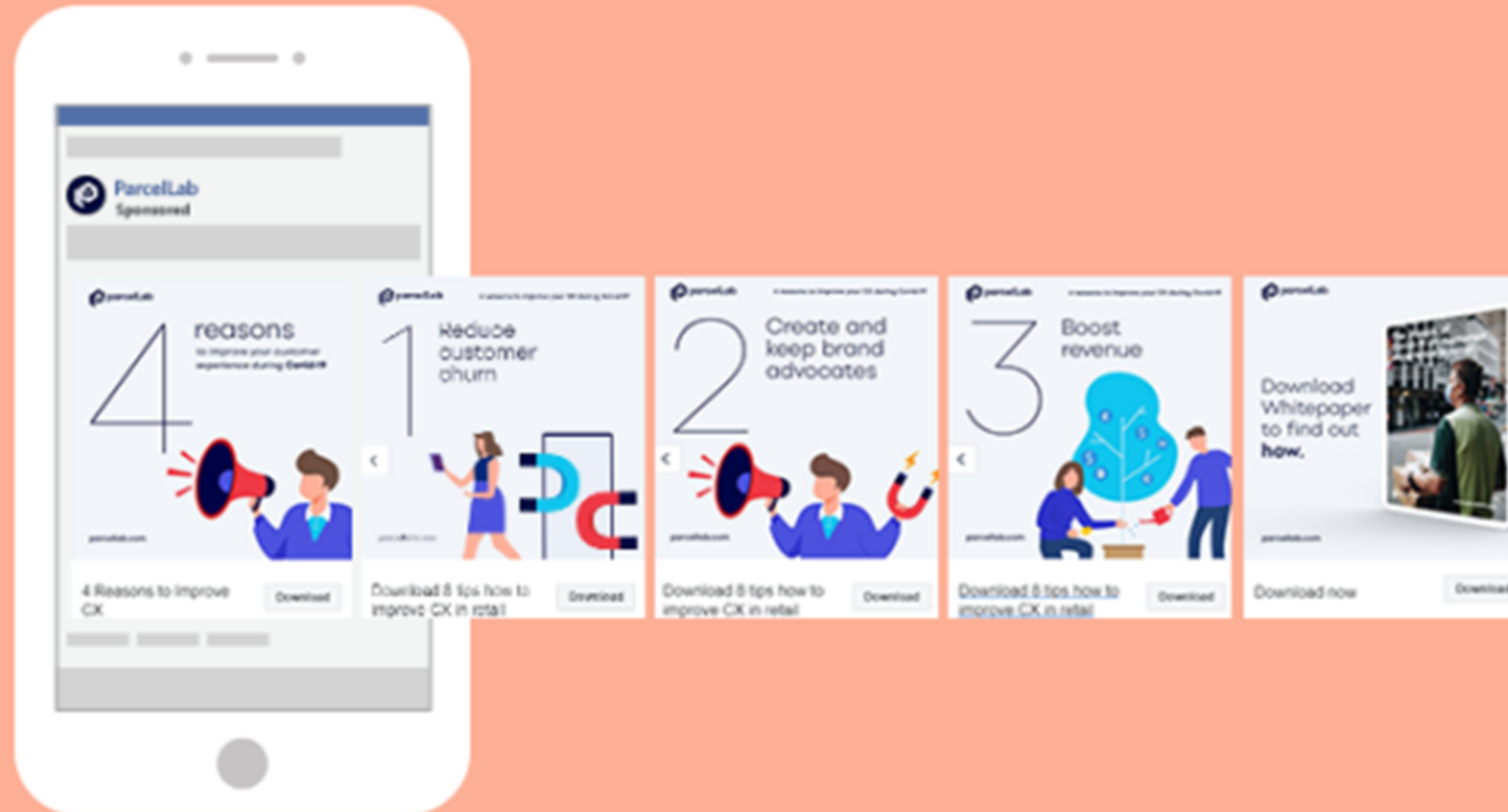
Jutusta lugu



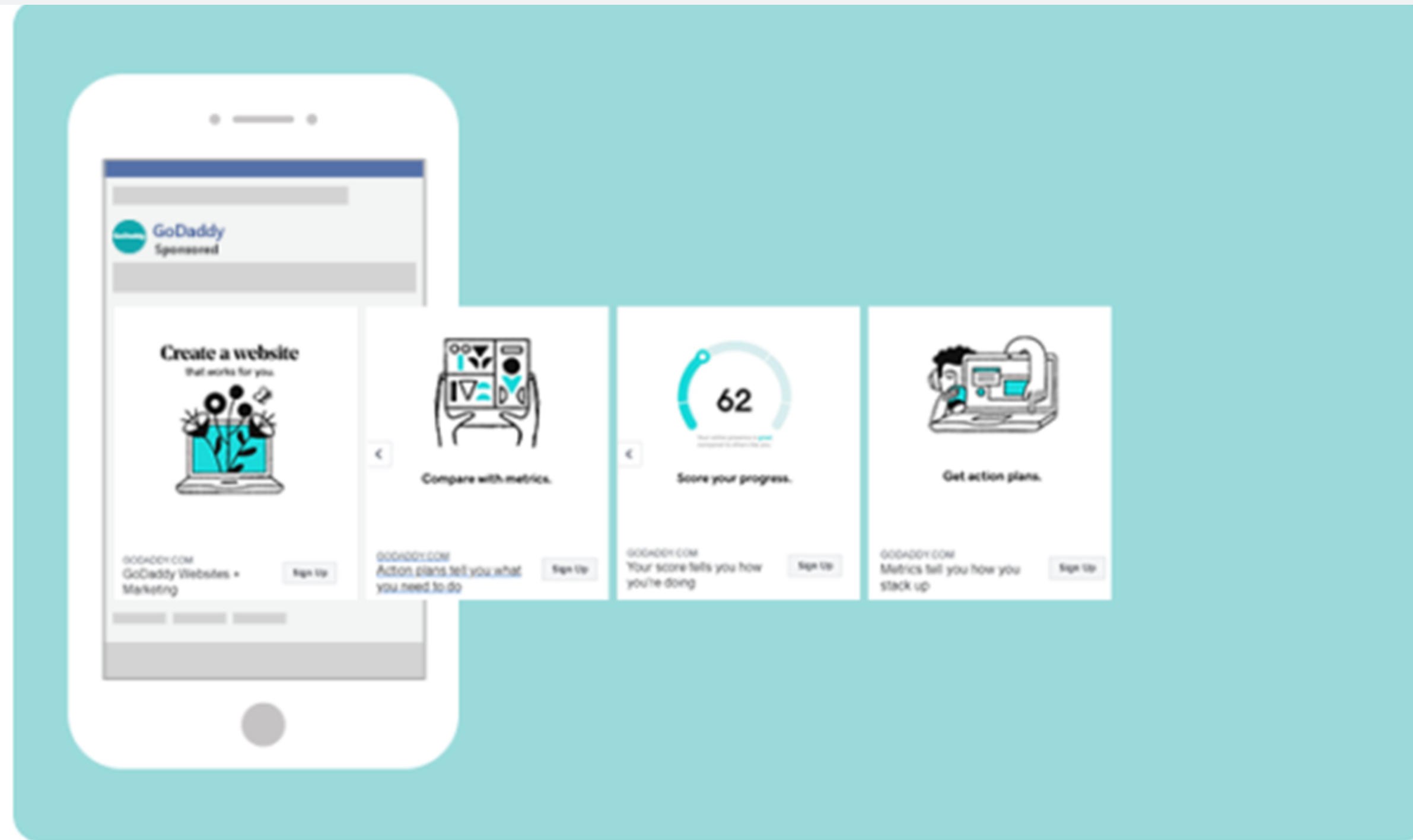
Jaga oma sisu



Reklaami juhendit samm-sammult



Näytä oma saavutus



Instagram Reels



- ✓ Põhieesmärgiks on jagada oma publikuga midagi meelelahutuslikku, õpetlikku või kombineerida mõlemat
- ✓ Kui postitad regulaarselt reelse, siis kasvab sinu nähtavus hüppeliselt

12 lihtsat Reelsi ideed



1. Jaga rütmika helikliipi taustal 5 kasulikku fakti enda valdkonnast
2. Õpeta midagi ekraanisalvestuse abil
3. Räägi mõni isiklik või inspireeriv lugu
4. Pane kokku slideshow klientide tagasisidest
5. Näita sobiva muusika taustal oma toote kasutamist
6. Pane kokku klipp enne-pärast tulemustest
7. Loo time-lapse video oma tööprotsessist
8. Taaskasuta mõne feedi postituse sisu ja loo sellest reelsi formaat
9. Filmi üles klipikesi oma tööpäevast ning pane need reelsiks kokku
10. Näita telgitaguseid sobiva heli saatel
11. Muuda üks highlights reelsiks (*Create*)
12. Tutvusta tiimi

Instagram Story



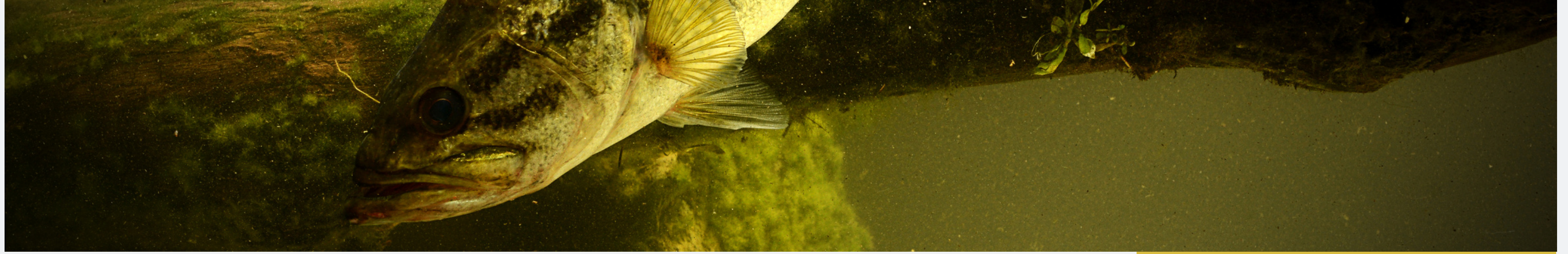
- ✓ Story'sse sobivad vähem atraktiivsed ja töötlemata fotod
- ✓ Rohkem igapäevaseid tegemisi, vahetu suhtlus, üles laetud elu
- ✓ Teha plaan paariks nädalaks, nt 3 korda nädalas postitada ja millistel nädalapäevadel (nt isiklik, toode, tagasiside, õpetus vmt)
- ✓ Märkmikku või telefoni kogu ideid, mida postitada
- ✓ Story fotole jäta vaba pinda teksti lisamiseks
- ✓ Võid teha taustast eraldi tühja pildi või video, millele saad teksti või kleebiseid lisada
- ✓ Foto asemel võid kasutada videot, siis on postituses rohkem elu
- ✓ Grupeeri oma story'd erinevate highlightide kaupa





Canva - www.canva.com

- ✓ Teksti kujundamise tööriistad
- ✓ Fotode töötlemine
- ✓ Kujundusmallide kasutamine
- ✓ Lehe, teksti ja elementide animatsioonid
- ✓ Video monteerimine



AITÄH!



WWW.AILEN.EE

