



Virpin testi 18.8.: Markkinointiviestinnän toimeksianto UUSI (60 osp) - Liiketoiminnan ammattitutkinto v.3

tekijältä [Virpi Ahtikivi](#)

Kuvaus

Liiketoiminnan ammattitutkinnon suorittajille.

Kerro lyhyesti ja esimerkkejä käyttäen mitä kukin kriteeri tarkoittaa juuri sinun työpaikallasi ja sinun työtehtävissäsi.

Opiskelija osaa

- selvittää toimeksiannon tarkoituksen ja tavoitteet
- suunnitella toimeksiannon toteuttamiseksi tarvittavat toimenpiteet
- toteuttaa toimeksiannon
- analysoida toimeksiannon toteutuksen vaikutuksia.

Näyttöjen arviointilomake työpaikkaohjaajalle (täytetty lomake tallennetaan seuraavan otsikon kohdalle - ks. alla)

Täytetty ja allekirjoitettu arviointilomake tallennetaan tähän pdf-muodossa

Näyttö 1/4

1. seuraa markkinointiviestintäalaa tunnistaen ja hyödyntäen siinä tapahtuvia muutoksia

Kouluttajan vinkki: Kerro, miten markkinoinnin ja markkinointiviestinnän alalla menee, ja miten se vaikuttaa siihen toimialaan, jossa oma organisaatioisi toimii.

Käsite *markkinointiviestintä* tarkoittaa kaikkia niitä organisaation käytettävissä olevia keinoja, joilla se voi viestiä kohde- ja sidosryhmilleen omasta toiminnastaan, tuotteistaan tai palveluistaan.

Käsite *sidosryhmä* tarkoittaa organisaatiolle oleellisia toimintaympäristön muita toimijoita eli kaikkia niitä tahoja, joiden kanssa organisaatio on vuorovaikutuksessa, jotka vaikuttavat sen toimintaan ja joihin sen toiminta vaikuttaa. Sidosryhmät voivat olla yksilöitä, ryhmiä tai organisaatioita. Sidosryhmiä ovat muun muassa omistajat, sijoittajat, työntekijät, asiakkaat, kumppanit, kilpailijat ja toimittajat.

2. ottaa huomioon yhteiskunnalliset ja markkinointiviestintäalan trendit

Kouluttajan vinkki: Kerro, miten yhteiskunnalliset ja markkinointiviestinnän trendit vaikuttavat organisaatioon. Esim. korona-ajan muutokset miten organisaatio muutti toimintaansa markkinointiviestinnässä mm. mainonnan, PR:n, myynninedistämisen, suhdetoiminnan tai myyntityön osalta.

3. noudattaa alaa koskevia säädöksiä, määräyksiä, ohjeita ja suosituksia

Kouluttajan vinkki: Alla listaus erilaisista laista, joita sinun tulee hyödyntää ja soveltaa oman organisaation toimeksiantoon.

Kuluttajansuojalaki 1978/38

Direktiivi sopimattomista kaupallisista menettelyistä 2005/29

Tuotevastuulaki 1990/694

Tuoteturvallisuuslaki 2011/920

Kansainvälisen kauppakamarin ICC:n Markkinointisäännöt Kilpailu- ja kuluttajaviraston linjaukset ja ohjeet

Hintamerkintäasetus 2013/553 EU:n tietosuojasetus 2016/679

Selvitä vielä mitä on hyvän tavan vastaisuus? Entäpä markkinoinnin tunnistettavuus? Näkyvätkö nämä organisaatiossa, jossa toimit?

4. käyttää markkinointiviestinnän terminologiaa myös yhdellä vieraalla kielellä

Kouluttajan vinkki: Kerro yhdellä vieraalla tästä markkinointiviestinnän toimeksiannosta niin, että käytät markkinointiviestinnän terminologiaa. Vaatimuksena 10 lausetta.

5. ottaa vastaan markkinointiviestintätoimeksiannon ja selvittää sen tavoitteet

Kouluttajan vinkki: Kerro, miten otit vastaan toimeksiannon organisaatiolta, ja miten päädyitte sen tavoitteisiin. Esim. palaverissa sovimme toimeksiannosta yhdessä esihenkilön kanssa tai sähköpostitse esihenkilö kertoi mitä toimeksianto sisällöltään ja mitä tavoitteita hän asetti.

6. määrittelee toimeksiannon mittarit yhdessä toimeksiantajan kanssa

Kouluttajan vinkki: Kerro selkeästi mitattavat laadulliset tai määrälliset tavoitteet, jotka yhdessä toimeksiantajan (organisaation) kanssa sovitte. Esim1. esihenkilön kanssa kävimme läpi sosiaalisen median kampanjaa, johon sovimme tavoitteiksi tykkäyksien ja kommenttien määrät. Esim2. Markkinointisuunnitelman toteutuksen tavoitteiksi sovittiin henkilöstökysely myynti- ja markkinointiosastolla. Huomaathan, että sinun tulee myös toteuttaa tässä tapauksessa ko. kyselyn kysymykset.

7. tutustuu tarvittavalla tasolla toimeksiantajan liiketoimintaan, toimintaympäristöön ja brändiin

Kouluttajan vinkki: Kerro organisaatiosta sen liiketoiminnasta, toimintaympäristöstä ja brändistä. Esim. Careerian nettisivuilta löytyy infoa koulutustoiminnasta. Toimintaympäristöä ovat organisaation taloudellinen, sosiaalinen, teknologinen ja poliittinen ympäristö. Tästä linkistä voit lukea mm. Careerian toimintaympäristökuvauksesta: <https://www.careeria.fi/ajankohtaista/careerian-uudessa-strategiassa-valmistaudutaan-vahvasti-tulevaisuuteen/>

Esimerkki Careerian brändistä löytyy <https://www.careeria.fi/ajankohtaista/uudet-tuulet-puhaltavat-koulutusten-markkinoinnissa/>

8. varmistaa toimeksiannon kytkeytymisen toimeksiantajan markkinointiviestintästrategiaan

Kouluttajan vinkki: Toimeksianto/toimeksiannot tulee näyttää yrityksen markkinointiviestinnällisen linjan. Tässä esimerkkilinkistä voit sivulta 14 lukea Careerian strategiasta ja huomaathan, että logot ja esitteen ulkoasun tulee näyttää Careerialta. <https://www.careeria.fi/contentassets/1ccb0835a98b4f5f8850d155555c66d6/careeria-story-2019-web.pdf>

9. määrittelee perustellen toimeksiannon kohderyhmän yhdessä toimeksiantajan kanssa

Kouluttajan vinkki: Kerro kohderyhmästä kenelle toimeksianto/toimeksiannot on määritelty. Käsite *kohderyhmä* tarkoittaa markkinoinnin tai markkinointiviestinnän ensisijainen vastaanottajajoukko tai sellaiseksi tarkoitettu; esimerkiksi tietyn ikäiset naiset, tietyn harrastuksen omaavat henkilöt. Sovella siis omaan toimeksiantoosi kohderyhmä-käsitettä.

10. kokoaa monipuolista tietoa toimeksiannon kohderyhmästä.

Kouluttajan vinkki: Kerro mahdollisimman laajasti toimeksiantosi kohderyhmästä ja kuvaile sitä toimeksiantosi mukaisesti. Esim. Jos toimeksiantosi on lasten vaatteiden kesäkampanja, kuvaile lapsia kohderyhmänä iän, vaatteiden tarkoituksen ja kampanjaan mukaan.

Näyttö 2/4

1. ideoi ja suunnittelee markkinointiviestinnän ratkaisuja, joiden tavoitteena on asetettujen tavoitteiden mukaisesti edistää toimeksiantajan liiketoimintaa ja tunnettuutta

Kouluttajan vinkki: Kerro, mitä ratkaisuja ideoidaan ja suunnitellaan. Esim. osallistut mahdollisesti palavereihin tai ideointiriiheen, joiden pohjalta sinä lähdet ideoimaan ja suunnittelemaan esim. messuja, tapahtumia, kampanoita tai sosiaalisen median käyttöä. Huomaathan, että markkinoinnissa ja markkinointiviestinnässä tulee aina olla tavoitteet joko laadulliset tai määrälliset. Ja ota huomioon yrityksen/organisaation toimintatavat.

2. suunnittelee toimeksiannon toteuttamisen siten, että sen tavoitteena on vahvistaa toimeksiantajan brändiä

Kouluttajan vinkki: Sinun tulee tutustua aikaisempaa toteutettuun vastaavaan tai samantyyppiseen toimeksiantoon ko. organisaatiossa, ja lähteä sen pohjalta miettimään tavoitteellista toimeksiantoa. Pohdi siis, miten suunnittelet ja miten lähdet liikkeelle?

3. hyödyntää kokoamaansa tietoa toimeksiannon suunnittelussa

Kouluttajan vinkki: Kerro yksikertaisesti mistä olet hakenut tietoa ja miten ryhdyt sitä käyttämään toimeksiannon edistämiseksi.

4. laatii toimeksiannolle budjetin tai osabudjetin

Kouluttajan vinkki: Tee budjetti tai sen osa ja liitä se materiaalisi ePortfolioon.

5. hyödyntää digitaalista markkinointia ja markkinoinnin automaatiota

Kouluttajan vinkki: Kerro, mitä digitaalista markkinointia on organisaatiossa ja mitä automaatioita näihin sisältyy. Esim. Google-mainonta ja sen tilastointi.

6. hyödyntää käytössään olevia markkinoinnin analytiikkatyökaluja

Kouluttajan vinkki: Kerro, millaisia analytiikkatyökaluja organisaatiosi käyttää ja miten hyödynnät niitä tässä toimeksiannossa. Esim. Sähköpostitse lähetettävä uutiskirje ja sen tilastointi.

7. hyödyntää käytettävissään olevia resursseja tehokkaasti aikataulua noudattaen

Kouluttajan vinkki: Kerro, miten seuraat toimeksiannon aikataulutusta, ja onko mahdollisesti toimeksiantoa toteuttamassa mukana muita organisaation jäseniä.

8. noudattaa tekijänoikeuksia ja markkinoinnin säädöksiä

Kouluttajan vinkki: Kerro, miten tekijänoikeus ja markkinoinnin säädökset näkyvät toimeksiannossa. Huomaathan, että sosiaalisessa mediassa omat erityissäännöksensä.

Tekijänoikeuslaki: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1961/19610404>

9. tekee tarjouspyyntöjä ja kilpailuttaa alihankkijoita tarvittaessa

Kouluttajan vinkki: Pyydä vähintään kaksi tarjouspyyntöä liittyen toimeksiantoon ja sen jälkeen kilpailuta ne, mikäli sinulla on valtuudet.

10. esittelee ja hyväksyttää toimeksiantosuunnitelman.

Kouluttajan vinkki: Kerro tilanne, missä esittely toimeksiantosuunnitelmaan tapahtuu ja todistettuna siitä tulee olla allekirjoitettu muistio tai sähköpostissa hyväksyntäkuittaus vastaanottajalta.

Näyttö 3/4

1. noudattaa toimeksiannon suunnitelmaa

Kouluttajan vinkki: Kerro, miten toimeksiantoa lähdet toteuttamaan aikataulun, toimenpiteiden ja mahdollisten muiden toimeksiantoon osallistuvien henkilöiden roolituksen osalta. Esim. projektisuunnitelma, jota noudatat toimeksiannon toteutuksessa.

2. tuottaa organisaation graafisen ohjeiston mukaista materiaalia valittuihin kanaviin

Kouluttajan vinkki: Sinun tulee tehdä toimeksianto niin, että se näyttää valitsemasi organisaatiolta ja valita siihen soveltuva kanava esim. organisaation nettisivut, some, radio tai tv jne.

Käsite *graafinen ohjeistus* tarkoittaa mm. yrityksen logot, fontit, värit, bränditiedot jne.

Linkistä pääset tutustumaan Careerian visuaaliseen ohjeistukseen: https://careeria.fi/contentassets/aa909ff46c8641f195a146cdacdc8c1e/careeria_br_andbook_final.pdf

3. hyödyntää visuaalisia elementtejä markkinointiviestinnän merkitysten rakentajina

Kouluttajan vinkki: Toimeksiannossa tulee olla esim. kuvaa, videoita, logo jne. Huomaathan näissä tekijänoikeudet ja organisaatioin ohjeistukset.

4. tuottaa oikeakielistä tekstiä huomioiden mahdollisten kieliversioiden vaatimukset

Kouluttajan vinkki: Ota kuvakaappaus kirjoittamistasi toimeksiannon teksteistä ja lataa se tänne ePortfolioon.

5. huomioi teknisten toteutusten vaatimukset

Kouluttajan vinkki: Kerro, kuinka otat huomioon erilaiset ohjelmat esim. InDesign, Photoshop, Canva, Scribus, ja kerro miten käytät sitä kuvakaappauksen avulla.

6. seuraa asetettujen tavoitteiden saavuttamista sovittujen mittareiden mukaisesti

Kouluttajan vinkki: Kerro tilanne siitä, mitä olet tehnyt, ja miten aioit vielä edetä. Ja huomaathan, että mittaristo esim. somen tykkäykset tulee raportoida tähän. Tämä on välikatsaus siitä missä mennään.

7. viestii sidosryhmille toimeksiannon etenemisestä ja tavoitteiden saavuttamisesta.

Kouluttajan vinkki: Kerro, millä tavoilla viestit sidosryhmille ja mitä olet tehnyt tähän asti eli missä mennään väliaikatieona.

Näyttö 4/4

1. arvioi mitattuja tuloksia ja vertaa niitä asetettuihin tavoitteisiin

Kouluttajan vinkki: Kohdassa *1. ideoi ja suunnittelee markkinointiviestinnän ratkaisuja, joiden tavoitteena on asetettujen tavoitteiden mukaisesti edistää toimeksiantajan liiketoimintaa ja tunnettuutta* sinun tulee varmistaa, että tulokset on toteutettu alussa suunnittelemissi tavoitteiden mukaisesti.

2. koostaa digitaalisen markkinoinnin ja markkinoinnin automaation avulla saadut tulokset, analysoi ne ja raportoi eteenpäin

Kouluttajan vinkki: Kuvakaappausten perusteella koosta selkeä raportti tuloksista, ja kerro sen pohjalta miten saavutit toimeksiannon tulokset. Huomaathan, että raportti tulee tehdä sellaiseksi, että voit välittää sen toimeksiantajan käyttöön.

3. analysoi toimeksiannon vaikutuksia valituissa kohderyhmissä

Kouluttajan vinkki: Kerro, miten kohderyhmän valinta onnistui ja miten toimeksianto tuki kohderyhmää. Esim. lastenvaatekampanja ja lapsiperhe.

4. kokoaa tulokset ja materiaalin toimeksiantajan käyttöön

Kouluttajan vinkki: Kerro toimeksiannon lopullinen tulos ja koko se toimeksiantajaa varten.

5. esittelee tulokset johtopäätöksineen toimeksiantajalle

Kouluttajan vinkki: Kerro, kenelle ja koska ja miten esittelet toimeksiannon tulokset.

6. tallentaa aineiston organisaation käyttöön.

Kouluttajan vinkki: Kerro, minne tallennat ko. tekemäsi aineiston ja materiaalin. Kuvakaappaus riittää todennukseksi tallennuksesta.