

A black and white promotional photograph featuring two men. The man on the left has a beard and is wearing a dark sweater, pointing his right index finger towards the camera with a wide-eyed, open-mouthed expression. The man on the right is clean-shaven, wearing a dark polo shirt, and has both hands outstretched towards the camera with a similar excited expression. The background is a simple, light-colored wall with some white geometric shapes hanging from above. The overall mood is energetic and playful.

TÄTÄ ON JULKEE X LEMPEE

Julkee x Lempee

SE, MITÄ OIKEASTI SAATTE

Google Ads
hakumainonta

Meta ja YouTube
Shortform-videot ja
kampanjaluovat

Retargetointi
Yleisöpohjainen
uudelleenmarkkinointi

Sivuston SEO

XXXX

LÖYDETTÄVYYS

LÄSNÄOLO

AKTIVOINTI

KONVERSIO

OPTIMOINTI





ASSETTEJA

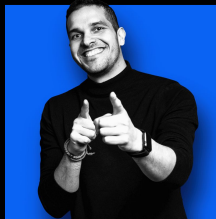


Tässä luovassa tarkoitus viestiä **tuotekategorioita/valikoimaa**, ei suoraan brändejä. Brändeille tulossa oma sarja vastaavia luovia.



Insight luovassa on puhutella autoilevaa kohdeyleisöä: oikea liikennekuva erottuu mainostulvassa ja voisi toimia hyvinkin sisäänvetäjänä sivuille. **Suosittelemme AB-testiä, joista paremmin performoinut jatkaa.**







YLEISSLIDET

MIKSI JULKEE X LEMPEE?



**Yhteinen arki suoraan
asiantuntijoiden kanssa**



**Kokonaisvaltainen ote
markkinointitekemiseen**



**100 % tyytyväisyystakuu ja yhden
päivän irtisanomisaika**

	Julkee x Lempee	Mainos- toimisto	Digitoimisto	Media- toimisto	Some- toimisto
Sisällöntuotanto	✓	✓			✓
Sosiaalinen media	✓	✓	✓		✓
Mainostuotanto	✓	✓			✓
SEM & SEO	✓		✓	✓	
Digitaalinen mainonta	✓		✓	✓	
Analytiikka & dashboardit	✓		✓		
Konsepti- suunnittelu	✓				
CRM	✓		✓		
Mediasuunnittelu ja ostaminen	✓			✓	





ASIAKKAAT OVAT PARHAITA SUOSITTELIJOITAMME

SITOWISE



Fonecta



MEDIA GROUP

TOYOTA

MATERIAL HANDLING

PaHu

Silverskin
Information Security



SYÖ HYVIN VOI HYVIN
Pauliins



Helsinki Outlet



**Risi
frutti**

Bezala

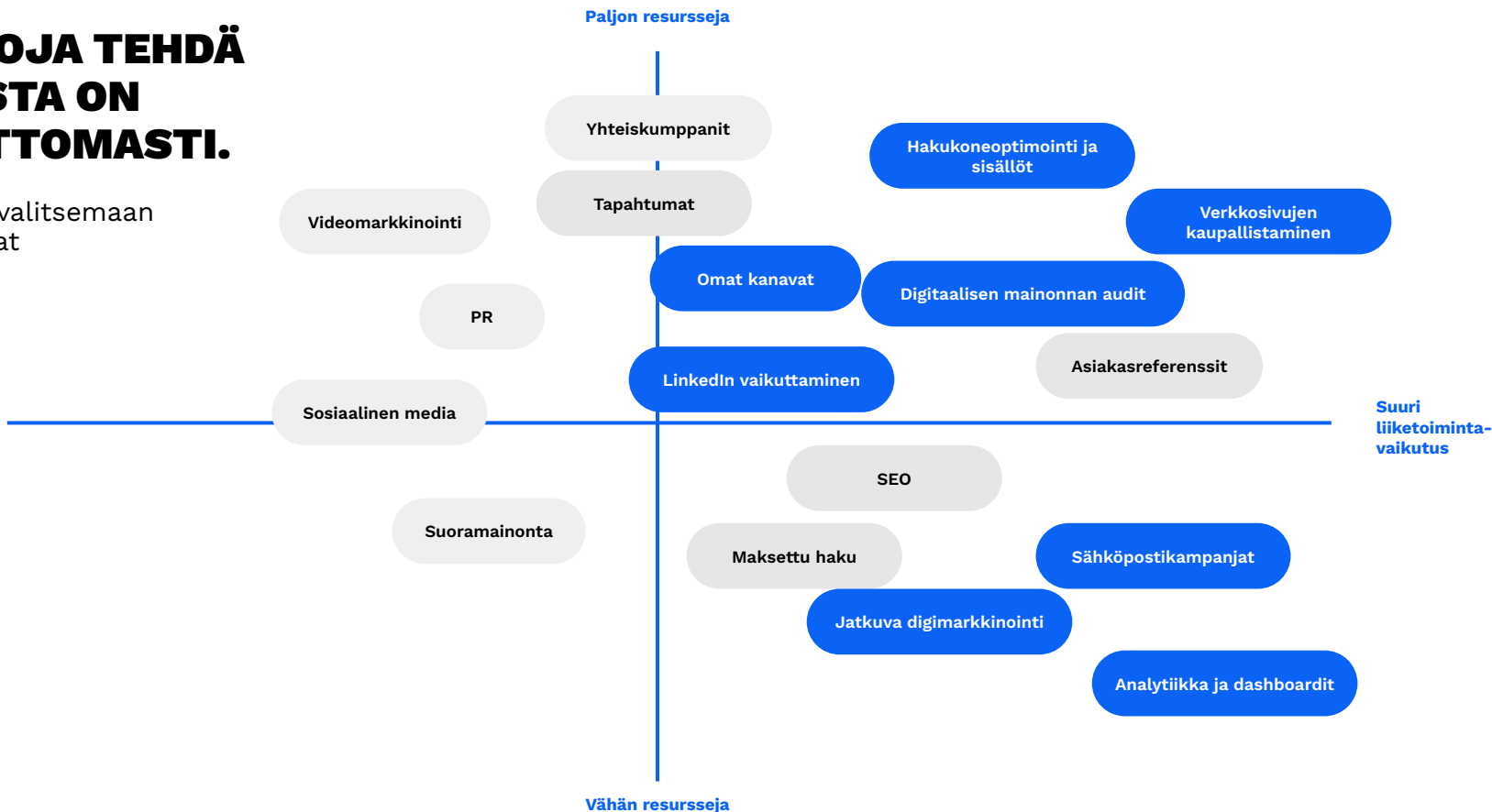




PAIKKOJA TEHDÄ TULOSTA ON LOPUTTOMASTI.

Autamme valitsemaan
parhaimmat

Vähäinen
liiketoiminta-
vaikutus





EPÄKONVENTIONAALINEN

KUINKA JULKEE OLET -MITTARI™

**KETÄÄN EI
KIINNOSTA**

JOKU SUUTTUU

KONVENTIONAALINEN



TÄLTÄ NÄYTTÄÄ YHTEINEN ARKEMME

PÄIVITTÄIN

Päivittäin huolletaan markkinointia, muokataan sisältöjä ja toteutetaan tuloksiin perustuvia optimointitoimenpiteitä

Työtapa: Slack / Teams



Jatkuvan markkinoinnin tehostaminen mikro-tavoitteiden mukaan

KUUKAUSITTAIN

Viikon työpalaverissa määritetään ja varmistetaan nykyiset ja seuraavat toimenpiteet sekä tulkitaan ja parannetaan markkinoinnin tehokkuutta

Kanavat: Etäpalaveri



Markkinoinnin toimenpiteiden positiivinen kehitys

KVARTAALEITTAIN

Kuukausiyhteenvedoissa vedetään yhteen opit kattotasolla ja kehitetään toimintaa strategisemmin

Kanavat: Live / etäpalaveri



Markkinoinnin ja asiakashankinnan strateginen kehittäminen ja liiketoiminnan kehitys



Digitaalinen markkinointi ja SEM ja SEO

Data ja työkalut

Monikanavaisuus ja suunnittelu

Sisällöt ja formaatit

Oma media ja konversiot

Strateginen suunnittelu

Kokenut tiimi markkinoinnin asiantuntijoita kootaan tarpeisiin

Tapaa tiimi osoitteessa

julkeexlempee.fi/asiantuntijat

julkeexlempee.fi/asiantuntijat



Riina Salo

Sisällöt ja materiaalit

Kokemus 5+ vuotta
Orkla, Mysoda,
Otavamedia, Kiitoskauppa



Roni Rintala

Digitaalinen markkinointi

Kokemus 6+ vuotta
Orkla, Mysoda,
Otavamedia, Kiitoskauppa



Lasse Iskanius

Strategi ja asiakkuus

Kokemus 15+ vuotta
Veikkaus, S-Ryhmä,
Valio, Terveystalo, H&M



Jan Kuivalainen

Paid Search

Kokemus 3 vuotta
Orkla, M Room, Ilmatar,
Mysoda



Venla Hannola

Visuaalinen muotoilu ja
brändi-ilmeet

Kokemus 4 vuotta
Orkla, Fort Deli, Anyday
Nuts, RE-Tech



Jouni Ikävalko

Markkinointianalytiikka ja -
teknologia ja insight

Kokemus 10+ vuotta
Sanoma, Power, Vattenfall, UPM

YKSINKERTAISESTI HYVÄ DIILI

Julkee x Lempee ja MBD yhdistävät kokonaisvaltaisen markkinointiosaamisen ja Baltian johtavan digiosaamisen, tarjoten sinulle tehokkaan ja kansainvälisen markkinointikumppanin.

MITEN HYÖDYT?

- Syvä ymmärrys Suomen markkinoista ja kuluttajakäyttäytymisestä.
- MBD:n digistrategiat avaavat ovet Baltiaan ja Eurooppaan.
- 130+ ammattilaista kattamaan luovat ja digitaaliset tarpeet.
- Datalähtöiset työkalut varmistavat markkinoinnin tehokkuuden.

Julkee x Lempee

EXCLUSIVELY WITH MBD.

HELSINKI
TALLINN





PELISÄÄNNÖT ONNISTUNEeseen YHTEISTYÖHÖN

1. Hyvät viestintäkanavat ja työtavat

Slack-alustalla tapahtuvat selkeän viestinnän avulla jokainen meistä pysyy informoituna ja ajan tasalla yhteistyön etenemisestä ja yksittäisistä työvaiheista.

2. Rohkeaa näkemyksellisyyttä

Asiat voivat kehittyä vain tekemällä ne eri tavalla kuin aikaisemmin. Se onnistuu avoimella suhtautumisella molempien osapuolten ideoihin ja näkemyksiin.

3. Työn ja mielipiteiden arvostus

Kunnioitetaan toistemme työpanosta ja pidetään palaute aina ratkaisukeskeisenä ja rakentavana.



Todellakin, haluan asiakkaaksi ja hyväksyn pelisäännöt

Asiakkaan nimi

Luit tänne asti, kiitos.

Mitä haluat tehdä seuraavaksi?

Tämä on hyvä, milloin aloitetaan?

Haluan nähdä lisää referenssejä →

Sebastian Solomon
sebu@julkee.fi
+358 445 719 267



Luit tänne asti, kiitos.

Mitä haluat tehdä seuraavaksi?

Tämä on hyvä, milloin aloitetaan?

Haluan nähdä lisää referenssejä →

Lasse Iskanius
lasse@julkee.fi
+358 40 8356074





STRATEGIA



MARKKINOINNIN KYPSEYSTASOT				
	TASO 1 Satunnainen markkinointi	TASO 2 Perustasoinen tekeminen	TASO 3 Järjestelmällinen markkinointi	TASO 4 Datavetoisesti johdettu markkinointi
MILTÄ TUNTUU	Reaktiivista tekemistä, sammutellaan tulipaloja 😓🔥	🌱📅 Rakenteet syntyessä, kampanjoita saadaan ulos	⚙️📈 Ennustettavaa ja datavetoista, toimii kuin kone	🏆📊 Strateginen ja johtava, markkinointi ohjaa kasvua
MARKKINOINTI-BUDJETTI	Ei asetettu	Sama kuin viime vuonna	Tavoitteisiin pohjaava	
SUUNNITTELU	Ei strategiaa tai vastuita	Suunta ja tavoitteet alkavat hahmottua	Selkeät tavoitteet ja roolit	Ennakoiva suunnittelu ja jatkuva optimointi
	Yksittäisiä kampanjoita silloin tällöin	Vuosisuunnitelma ja kalenteri	Säännölliset kampanjat ja sisällöt	ROI ja vaikuttavuus mitattavissa
	Ei johdonmukaista brändiviestintää	Myynti ja markkinointi alkavat linkittyä	Automaatiot käytössä	Kokeilukulttuuri ja personointi
KANAVAT	1–2	3–4	5–6	6+
ESIMERKIKSI	Some ja verkkosivut	Uutiskirje, some, hakumainonta, verkkosivut)	Hakumainonta, uutiskirje, maksettu some, verkkosivut, blogi, tapahtumat	Kaikki keskeiset digikanavat hallinnassa ja integroituna
ASIAKASYMMÄRRYS	Arvaukset ja mutu ohjaavat tekemistä	Perustason käsitys asiakkaista, ei vielä dataohjattua	Selkeät segmentit ja käyttäytymistieto käytössä.	Reaaliaikainen data ja syvä ymmärrys asiakkaista.
BRÄNDI	Viestit vaihtelevat, ei yhtenäistä linjaa	Ensimmäinen yhtenäinen brändi-ilme ja tyyli.	Brändi ja tyyli yhtenäinen kaikissa kanavissa	Brändi mukautuu dataan ja yleisön tarpeisiin.
KOHDENNUKSET JA YLEISÖ	Ei määriteltyjä kohderyhmiä	Ensimmäiset kohderyhmät määritelty	Segmentoidut yleisöt eri tarpeille	Dynaamiset ja käyttäytymiseen perustuvat yleisöt
	Kaikille sama viesti	Yleisöt perustuvat demografiaan tai kiinnostuksiin	Kohdennetut sisällöt ja mainokset	Personoidut viestit ja automaatio
	Ei datan hyödyntämistä kohdennuksessa	Viestit vielä laajoja	Uudelleenmarkkinointi käytössä	Asiakasdatan hyödyntäminen reaaliaikaisesti
DATA JA MITTAAMINEN	Perusmittarit (esim. seuraajamäärät)	Perusseuranta KPI-tasolla	KPI:t yhdistetty myyntiin	Yhdistetty näkymä koko asiakaspolusta
	Ei raportointia tai seurantaa	Dataa eri kanavista, mutta ei yhdistettynä	Raportointi säännöllistä ja datalla johdettua	Ennustava analytiikka ja automaattinen raportointi
TEKNOLOGIA	Ei järjestelmää tai vain Google Analytics	Google Analytics, Meta Ads Manager, uutiskirjetyökalu	CRM + automaatiojärjestelmä (esim. HubSpot, ActiveCampaign) Google Tag Manager, BI-työkalu	Täysi integraatio (CRM, BI, CDP, automaatio, mainosalustat)

MARKKINOINNIN KYPSEYSTASOT				
				TASO 4 Datavetoisesti johdettu markkinointi
	TASO 1 Satunnainen markkinointi	TASO 2 Perustasoinen tekeminen	TASO 3 Järjestelmällinen markkinointi	
MILTÄ TUNTUU	😓 Reaktiivista tekemistä, sammutellaan tulipalo	🌱 Rakenteet syntymässä, kampanjoita saadaan ulos	✅ Ennustettavaa ja datavetoista, toimii kuin kone	🏆 Strateginen ja johtava, markkinointi ohjaa kasvua
MARKKINOINTI-BUDJETTI	Ei asetettu	Sama kuin viime vuonna	Tavoitteisiin pohjaava	Dataan ja ROI:hin sidottu budjetointi
SUUNNITTELU	Ei strategiaa tai linjaa	Tavoitteet ja kalenteri hahmottuvat	Selkeät roolit ja prosessit	Kokeilukulttuuri ja personointi
KANAVAT	1–2	3–4	5–6	6+
ESIMERKIKSI	Some ja verkkosivut	Uutiskirje, some, hakumainonta, verkkosivut)	Hakumainonta, uutiskirje, maksettu some, verkkosivut, blogi, tapahtumat	Kaikki keskeiset digikanavat hallinnassa ja integroituna
ASIAKASYMMÄRRYS	Arvaukset ja mutua	Perustaso, ei vielä dataohjattua	Segmentit ja käyttäytymistieto käytössä	Reaaliaikainen data ja syvä ymmärrys
BRÄNDI	Vaihtelevat viestit, ei linjaa	Ensimmäinen yhtenäinen ilme	Yhtenäinen tyyli kaikissa kanavissa	Brändi mukautuu dataan ja yleisöön
KOHDENNUKSET JA YLEISÖ	Sama viesti kaikille, ei dataa	Perussegmentit (demografia / kiinnostus)	Kohdennetut sisällöt ja automaatiot	Dynaamiset yleisöt ja personoidut viestit
DATA JA MITTAAMINEN	Perusmittarit	KPI-seuranta	KPI:t yhdistetty myyntiin	Ennustava analytiikka ja optimointi
TEKNOLOGIA	Ei järjestelmää tai vain GA	GA, Meta Ads, uutiskirje	CRM + automaatiotyökalu (esim. HubSpot)	Täysi integraatio (CRM, BI, CDP, automaatiot)



JATKUVAN MARKKINOINNIN FILOSOFIAMME

70 %

70 % - Toimivaksi todetut ja vakiintuneet markkinointitoimet

Suurin osa (70 %) resursseista kohdistetaan markkinointitaktiikoihin ja kampanjoihin, jotka ovat jo osoittautuneet tehokkaiksi.

Näitä ovat esimerkiksi toimivat digitaaliset kampanjat, maksettu mainonta, jotka tuovat tasaisesti tuloksia.

20 %

20 % - Innovatiiviset ja uudemmat lähestymistavat

Keskitytään uusien markkinointitaktiikoiden kokeilemiseen, jotka ovat lupaavia mutta eivät täysin vakiintuneita.

Näitä voivat olla esimerkiksi uudet markkinointikanavat, kuten trendikkäät sosiaalisen median alustat tai uudet automaattioratkaisut.

10 %

10 % - Kokeilut ja riskinotto

Viimeiset 10 % resursseista käytetään kokeileviin ja innovatiivisiin projekteihin, joilla ei ole aiempaa näyttöä tai jotka voivat tuntua riskialttiilta, mutta joilla on potentiaalia olla tulevaisuuden menestystaktiikoita. Uusien teknologioiden hyödyntäminen, tai tuntemattomat markkinointikanavat voivat kuulua tähän kategoriaan.

70-20-10-strategia varmistaa, että suurin osa resursseista menee tuloksellisiin, toimiviin käytäntöihin, mutta samalla markkinoinnissa on joustoa kokeilla uusia ideoita ja kehittää uusia, tulevaisuuteen tähtääviä ratkaisuja.



YLEENSÄ ALOITAMME NÄIN

1 kk
Retro

Biweekly
- työpalaveri

2 kk
Retro

Biweekly
- työpalaveri

3 kk
Retro

Sisällöt, viestit ja materiaalityönto

Jatkuva digimarkkinointi

Landing-sivut ja inbound

Käynnistys 

Myyntin ja markkinoinnin yhteispeli

Sisältöstrategia ja jalkautus

Jatkuva myynnin ja markkinoinnin yhteistyö

Optimointi ja kehitys

Suunnittelu ja johtaminen

0 kk TAVOITE

Pohja kuntoon

- Markkinointistrategian jalkautus
- Markkinointiviestin kiteyttäminen
- Markkinointiteknologia
- Tilisetup ja Lookerstudio

1 kk TAVOITE

Siirrytään alkuprojekteista jatkuvaan jalkautukseen

- Myynnin ja markkinoinnin yhteispeli
- Jatkuva markkinointi
- Feedback cycle
- Myynnin tulokset

TAVOITE

Jatkuva sujuva ja tehokas yhteistyö

- Feedback cycle - Tulosten parantaminen
- Jatkuva myynnin ja markkinoinnin kehitys
- Myynnin tulokset



JATKUVA MARKKINOINNIN MALLI

KAMPAJAT

ALWAYS ON

LIIDIT

TUNNUSLUVUT

BRÄNDIHAUT

TUTKIMUKSET

VERKKOSIVULIIKENNE

OPERATIIVISET MITTARIT

MAINONNAN TEHOKKUUS

LIIKETOIMINNAN MITTARIT

OSTOT

CRM-LUVAT

Jatkuva sisältöjen editointi ja jalkautus

Kohdennettu digimainonta

Ulkoinen media

Kampanjat

Kohdennettu
digimainonta

Verkkokauppamainonta

Sponsoroitu
orgaaninen some

Vaikuttajat

Konversio-optimoitu digimainonta

CRM

Hakumarkkinointi

Remarketing

Jatkuvan markkinoinnin malli antaa mahdollisuuden rakentaa monikerroksisen markkinointi- kokonaisuuden, jota ohjataan datasta johdetulla tiedolla.

NÄIN KOHDENNAMME JA KÄYTÄMME MAINOKSIA

TUNNETTUUS

Kerro **uusille silmäpareille** mitä, missä miksi?

PROSPEKTOIVA
YLEISÖ

Brändilliset viestit // 75 %

Taktiset viestit // 25 %

KIINNOSTUS

Synnytä **kiinnostuneille** osto- ja käyntihalua

RETARGETING
YLEISÖ

Brändilliset viestit // 25 %

Taktiset viestit 75 %

TOIMINTA

Anna **asiakkaalle** syy palata uudelleen.

JÄSENET JA
OSTANEET

Sovellusnostot

Jäsenviestintä

Automaatiot



METAA

LUOVAN

LUOVIMME

BRÄNDIOHJEISTOT

VISUAALISET ILMEET

GRAAFINEN SUUNNITTELU

KUVITTAMINEN

LIIKKUVA GRAFIIKKA

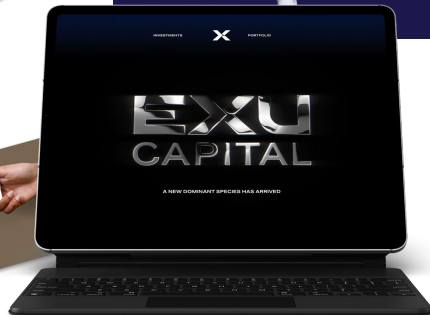
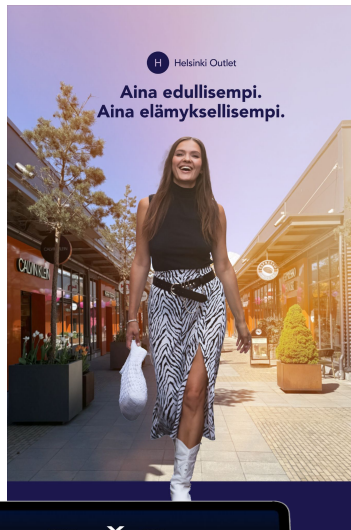
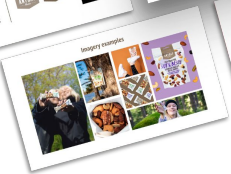
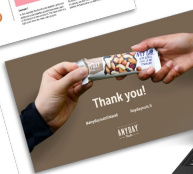
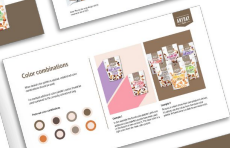
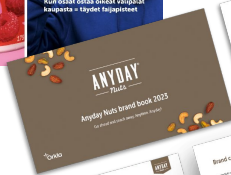
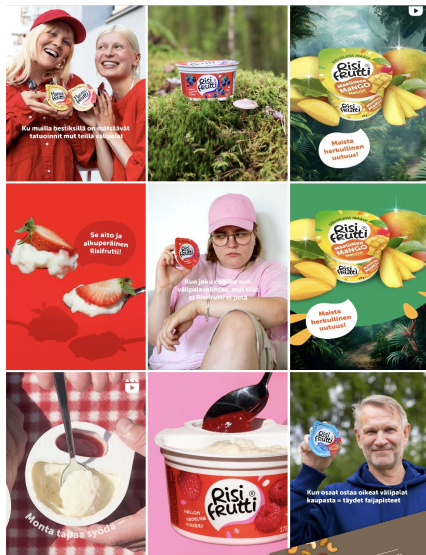
KONSEPTOINTI

KAMPANJA-ILMEET

MARKKINOINTIMATERIAALIN TUOTANTO

JATKUVA SOME

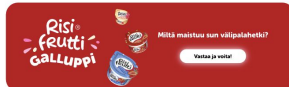




Vastaa Risi-fruttitin herkkuliiseen välipala-gallupin ja voit!



Vastaa ja voita
Headsetin ja Risi-fruttitin
kassan sisältä löydät
Arvo 179 €



Mikä maistuu sinun välipalastasi?

Vastaa ja voita!

Suora Risi-fruttitin verkkosivut somessa @risi-frutti_ousofi



Mikko Toivanen
CO-FOUNDER, CHAIRMAN
+358 10 120 941
mikko.toivanen@polarnode.fi

Polarnode Oy
www.polarnode.fi

TUOTANTAYHTIÖSSÄ

VIDEO-JA KUVATUOTANTO

STUDIOKUVAUS

KONSEPTOINTI

KUVAUSSUUNNITTELU

EDITOINTI

MATERIAALIN JALKAUTUS

CONTENT REMIX

YHTEISTYÖT KUMPPANEIDEN KANSSA





HINNOITTELU

PROJEKTIN KULKU

Aloituis: heti

1. Workshop (alkumäärittäminen, tavoitteet)
2. Työstö Workshop
3. Esimerkitykset ja viilaukset
4. Brandbook



PROJEKTI: BRAND BOOK

BRAND BOOK TARKENNUS TÄHÄN

TAVOITE JA HYÖDYT

Brändi-identiteetti on jo - se pitää nyt vain viedä yksiin kansiin. Julkee x Lempee toimii kättilönä ja yhdessä Tiketin kanssa hiotaan brändielementit ja muut markkinoinnin rakennuspalaset, joiden avulla tuottaminen sujuu kuin valssi.

TÄTÄ SAADAAN

Verkossa toimiva Brand book, jossa on kootusti vaadittavat elementit:

- ✓ Logo ja visuaalinen identiteetti
- ✓ Tone of voice
- ✓ Brändielementit
- ✓ Kuvamaailma
- ✓ Online toimiva brand book
- ✓ Esimerkitykset ja ohjeet käyttöön
- ✓ Sosiaalisen median pohjat

HINTA

Alk 4 970 €

TOIVOTTU AIKATAULU

TIKETTI TÄYTTÄÄ

*Sopimuksillamme on aina yhden päivän irtisanomisaika ja 100 % tyytyväisyystakuu. Hintoihin lisätään alv.

Hinnastomme on kehitun simppleri.

Julkee x Lempee	MIKSI	MITEN	Hinta € (alv 0)
LISÄÄ ASIAKKAITA	Houkutteleva, selkeä ja vetovoimainen brändi ja asiakasta auttava sisältö vähentävät kitkaa ja houkuttelevat uusia asiakkaita.	- AD-palvelut ja luova tuotanto - Copywriting ja artikkelit - Videot ja kuvamateriaali - Jatkuva sosiaalinen sisältö	120
		- Markkinointi- ja asiakasstrategia - Verkkosivujen kehitys - Markkinoinnin johtaminen	120
ENEMMÄN MYyntiÄ	Tehostetaan markkinointia asiakaslähtöisellä mediasuunnittelulla ja kustannustehokkaalla, jatkuvalla optimoinnilla.	- Mediasuunnittelu ja -ostaminen - Ostettu digitaalinen markkinointi - Facebook & Google ads	120
		- Hakukoneoptimointi - Markkinointianalytiikka	120
ARVOA NYKYISISTÄ ASIAKKAISTA	Kasvatetaan systemaattisesti nykyasiakkaiden arvoa. Opitaan asiakkaista ja pidetään huolta heistä ja ostouseudesta.	- Asiakastutkimukset - Markkinoinnin automaatio ja CRM-järjestelmät - Asiakassegmentoinnit ja -hoitomallit - Asiakassuhdemarkkinointi ja sisällöntuotanto	135
1 päivän irtisanomisaika ja 100 % tyytyväisyystakuu.			
Alle 24h toimitettaviin tehtäviin lisätään +50% kiirelisä. Hintoihin lisätään arvonlisävero.			

TÄHTÄIMESSÄ PITKÄAIKAINEN KUMPPANUUS

Julkee x Lempee tarjoaa koko markkinointitiimin Tiketin käyttöön. Oli kyse sitten visuaalisesta tuotannosta, videoista tai digitaalisen markkinoinnin sparraamisesta - homma hoituu ripeästi ammattitaidolla ja ennen kaikkea hyvällä maulla.



JATKUVA YHTEISTYÖ

MARKKINOINTIPALVELUT

TAVOITE JA HYÖDYT

Enemmän käsiä ja nopeutta

Joka päivä pitää olla relevantisti läsnä, sillä kauppa käy joka hetki. Tähän vaaditaan markkinointia ja ennen kaikkea markkinointimateriaalia!

Julkee x Lempee antaa teille käyttöön timantinkovat ammattilaiset tuottamaan markkinointimateriaali tarpeeseen kuin tarpeeseen.

TÄTÄ SAADAAN

- ✓ Jatkuva sisällöntuotanto kanaviin
- ✓ Graafinen ja videotuotanto
- ✓ Sisällöntuotantopäivät yhdessä asiakkaan kanssa
- ✓ Monikanavainen sisältöjen jatkoeditointi eri formaatteihin
- ✓ Muut sisältö ja -markkinointitarpeet

HINTA

120 €/h - Laskutus toteuman mukaan
Esimerkkikuukausi 50 h 6000€

*Sopimuksillamme on aina yhden päivän irtisanomisaika ja 100 % tyytyväisyystakuu. Hintoihin lisätään alv.



3kk koeaika! Ehdotamme molemminpuolista pilottijaksoa.

Kuukaudet 1 - 2 KOTIPESÄ KUNTOON	Kolmas kuukausi VALITSE NÄISTÄ	4kk+ SOVITAAN YHDESSÄ JATKOSTA TULOSTEN MUKAAN
• Markkinoinnin pelikirja™ -projekti • Mainoskanavien haltuunotto (Meta, LinkedIn, Google) • Ensimmäinen mainoskampanja • Myyntisivu mainoskampanjaa varten	+ □ Kokonaissuunnittelu, mittaaminen ja kehitys □ Asiakaskokemus verkkosivuilla □ Kohderyhmään sidotut myyntisivut □ Yleisöjen ja kanavien viikoittainen optimointi ja kehittäminen □ EMAIL/CRM-aktivoinnit □ SEO-sisällöt sivuille (x kappaletta) □ Jatkuva digimarkkinointi	+ □ Lisää sisältöjä monipuoliseen mainonnan käyttöön □ Kasvustrategia markkinoinnin keinoin □ Oma yleisö ja CRM-tekeminen □ Taputeltujen liidien lämmittely
Suosittelimme mediabudjettia tavoittamaan kohderyhmä. Minim. xxx € / kk	Suoritusdataan ja kohderyhmään perustuva mediabudjetti (min. xxx /kk)	Tavoitteisiin ja markkinoinnin tarpeisiin rakennettu joustava yhteistyömalli.
1 päivän irtisanomisaika ja 100 % tyytyväisyystakuu.		

OPTIOT

ASiantuntijat palveluksessa

115 €/h

- ✓ Sisältöartikkelit ja muu sisällöntuotanto
- ✓ Verkkosivukehitys ja landing-sivut
- ✓ Copywriting
- ✓ Markkinointimateriaalien visuaalinen tuotanto (tarjouspohjat, powerpoint-esitykset, käyntikortit jne)
- ✓ Liikkuvan kuvan tuotannot ja kuvitukset
- ✓ Sisältöjen jatkomuokaus ja jalkautus eri kanaviin

Julkee x Lempeen AD, Copywriter, sisällöntuottajat ja videotaiteilijat auttavat toteutuneiden tuntien tai ennalta-arvioidun kustannusarvion pohjalta.





TUOTTEET

MARKKINOINNIN STARTTI- PAKETTI

— ∞ —



Menestyvä markkinointi tarvitsee selkeän suunnan ja oikeat työkalut sen toteuttamiseen.

Markkinoinnin starttipaketissa kiteytämme yhdessä yrityksesi viestin, luomme valmiit mainokset ja landing-sivun, ja rakennamme niistä jatkuvan markkinoinnin koneen, joka pistää markkinointisi liikkeelle heti ensimmäisestä päivästä alkaen.

STARTTIPAKETTI SISÄLTÄÄ



Selkeä kaupallinen ydinviesti ja mainoskonsepti



6 kpl valmista mainosta



Kampanjasivu verkkosivuillesi



Markkinointisuunnitelma



Kampanjan julkaisu eri kanaviin



Reaaliaikainen markkinoinnin mittaristo

Looker Studio mainonnan mittaamiseen ja kehittämiseen



VALOKUVAUKSE T

Hyvä kuva tekee työn puolestasi pitkään.
Tuotamme kuvia, joita käytetään oikeasti: verkkosivuilla, LinkedInissä, rekrytoinnissa ja markkinoinnissa.

Kuvaukset onnistuvat studiollamme Katajanokalla tai asiakkaan omissa tiloissa. Suunnittelemme kuvauksen etukäteen: tyyli, taustat, käyttö ja jatkohyödynnettävyys. Toimitamme kuvat aina valmiiksi editoituina ja käyttövalmiina.

TIIMI- JA HENKILÖSTÖKUVAT	
✓	6 kpl täysin käyttövalmista kuvaa /hlö
✓	2 tyyliä: formaali + rennomp
✓	Kevyt ohjaus ja poseerausapu
✓	Käyttö esim. verkkosivuilla ja esityksissä
✓	Valmiiksi editoidut ja rajatut kuvat
HINNOITTELU	
JXL STUDIOLLA	270 €/ hlö
ASIAKKAAN TILOISSA	370 € / hlö



Autobanner automatisoi tuote- ja kampanjavisuaalien tuotannon hyödyntämällä suoraan tuotefeedejä ja ajantasaista kampanjadataa.

Hinnat, saatavuus, tarjoukset tai muut muuttuvat tiedot päivittyvät visuaaleihin automaattisesti. Manuaalinen kuvien päivittäminen vähenee ja kampanjat pysyvät ajan tasalla ilman erillisiä tuotantokierroksia.

Ratkaisu soveltuu erityisesti toimijoille, joilla tuotedata elää jatkuvasti.



MBD AUTOBANNER™	
Dynaaminen banneri- ja tuotekuvageneraattori Meta-mainontaan	
✓	Brändin mukaiset, täysin räätälöitävät mainospohjat
✓	Hinnat, saatavuus ja tarjoukset päivittyvät automaattisesti bannereihin
✓	Automaattiset päivitykset sovitulla rytmillä
✓	Skaalautuu suuriin tuote- ja kampanjamääriin
HINTA	Alk. 800 €/kk



SEO + MAINONNAN AUDIT

SEO + MAINONNAN AUDIT

Sivuston tekninen auditointi

Nopeus,koodivirheet, saavutettavuus
Sivuston rakenteellinen auditointi
Metatiedot, otsikkorakenne
Tekstit ja interlinking

Sivuston käytettävyysanalyysi

Kävijäpolut
Onko pullonkauloja, jotka estävät konversioita
Puuttuuko esim smart popup elementtejä

Google Ads-analyysi (sisältää kädestä pitäen koulutuksen)

Täysi hakusana-analyysi sisältäen haku- & kilpailumäärät, oman sivuston positiot ja ostettavien mainosten hinnat.
Tuhien mainosten tunnistaminen
Potentiaalisten mainoskohteiden tunnistaminen
Mainosten hinta-optimointi
Hakukoneoptimoinnin turvin tavoiteltavien kohteiden identifiointi

Liikenne-analyysi

Liikenteen lähteet ja potentiaali
Konversiot ja niiden kasvatatminen
Poikkeavuuksien etsiminen
(esim näyttökokojen tai maantieteellisten tekijöiden pohjalta)

1 päivän irtisanomisaika ja 100 % tyytyväisyystakuu.

**Digitaalisen mainonnan auditointi****Konversiot
suurennuslasin alle**

Tarkastellaan konversioiden ja markkinointiteknologian nykytila (GA4, GTM, Ads). Toteutus anonyymisti Carbon-event-nimisen domainin kautta. Optio: Meta-mainostilin pika-auditointi.

Näkemys nykytilasta, huomiot tuloksista sekä priorisoidut parannusehdotukset (mittaus, konversioskeema, Ads-optimoinnin quick wins).

Mainonnan näkemys

Mainonnan linjan tarkastelu kohderyhmien kautta (brändi vs. aktivoiva viesti, funnelit, kanavakohtaiset roolit).

Kooste havainnoista sekä ehdotukset ja ideat markkinointiin (viestilinja, kohdennukset, testisuunnitelma).

1 päivän irtisanomisaika ja 100 % tyytyväisyystakuu.

Hintoihin lisätään arvonlisävero.



CON & TENDER

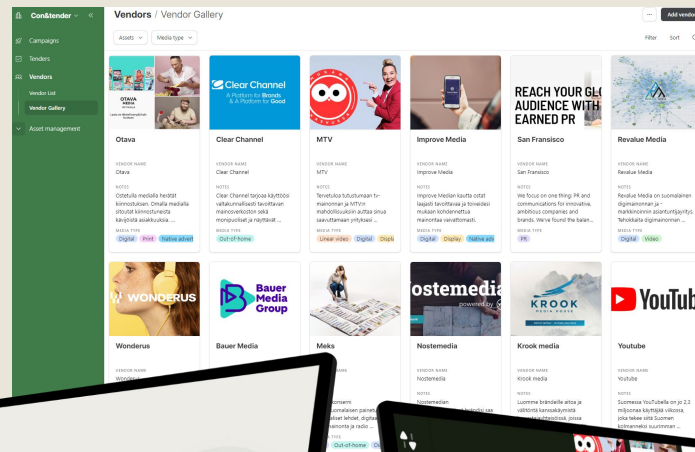
Con & tender kampanjasuunnitteluun

Julkee x Lempeen rinnalle on syntynyt uusi startup, jonka avulla mainostajat pääsevät kilpailuttamaan ja hallitsemaan markkinointikampanjoita.

Alustaa on kehitetty vuoden 2024 aikana ja suosittelemme Con & tenderiä valitsemaan parhaimmat ja vaikuttavimmat mediakumppanit.

Alustalla on miltei kaikki Suomen mediatahot (sis. myös tapahtuma- ja PR-toimistot) digitaalisista kanavista ulkomainontaan ja radiomainontaan.

Hinta: Ilmainen





SISÄLTÖSTRATEGIA

SISÄLTÖSTRATEGI

A

TARINANKERRONTA

MATERIAALIN JALKAUTUS

SISÄLLÖNTUOTANTO

CONTENT REMIX

KONSEPTOINTI

EDITOINTI

SISÄLTÖSUUNNITTELU



SISÄLTÖSTRATEGIA

Data-analyysi	Vahva datan kouriminen valituilla alustoilla ja syväanalyysi sisältöjen toimivuudesta eri kanavissa. Relevantti tarkasteluväli määritellään yhdessä.
Asiakkaat ja kohderyhmä	Nykytila-analyysi kohderyhmästä datan pohjalta. Löydökset ja ohjenuorat, miten tavoittaa nykyisiä asiakkaita tehokkaammin ja houkutella uusia asiakkaita kiinnostumaan brändistä.
Ostopolku	Kohderyhmän ostopolun ymmärtäminen ja kohderyhmän määrittely asiakaspersoonien avulla ilman demograafisten tietojen ylianalysointia. Kärkenä ymmärrys asiakkaiden ja kohderyhmän mielenkiintojen ymmärtämisestä. Sisältöstrategia, joka tukee asiakkaan tarpeita eri ostopolun vaiheissa tukevilla viestikärjillä.
Kilpailijavertailu	Erottuvuustekijät ja niiden kiillottaminen. Tarvittaessa SWOT-analyysi.
Sisältöpilarit ja konseptointi	Sisältöpilareiden laatiminen kohderyhmäymmärryksen perusteella. Sisältöpilarit ovat ohjenuora sisällölle.
Tapa kertoa	Määritetään oma tapa kertoa. Lopputulemana erottautuva, brändille ominainen tapa kertoa itsestään eri kanavissa.
Kanavien määrittely	Kohderyhmäymmärrys tukee kanavavalintoja. Valitaan kanavat, mistä tavoitat parhaiten kohderyhmäsi.
Mittareiden määrittely haluttujen tavoitteiden pohjalta	KPI-mittarit asetetaan liiketoiminnan tavoitteiden pohjalta. Sisältöpilarit tukevat asetettuja tavoitteita.

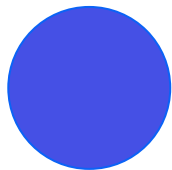
HINTA: 4 800 €





Yhdessä määritetyt mainonnan kulmat

Otetaan markkinoinnin suunnittelun avuksi ajatus viestipilareista, jotka teemoittavat mainonnan eri tavoitteita. Kaikissa pilareissa huomioidaan valittu viestikärki ja yhtenäinen visuaalinen ilme.



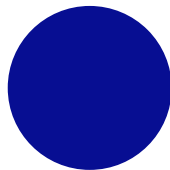
SISÄLTÖPILARI 1

Sisältöpilarit tekevät sisällönsuunnittelusta strategista ja suunniteltua. Sisältöpilarit voivat ammentua esim. ajankohtaisuuteen, ajattomuuteen, palveluun tai palvelukokonaisuuksiin pohjautuen.



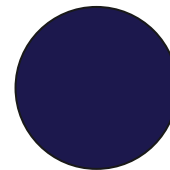
SISÄLTÖPILARI 2

Hahmottele selkeästi toisistaan eroavat viestikärjet/ilmeet. Sisältöpilarit varmistavat, että sisällössä ei ole sataa viestiä kerralla ja johdonmukaisuus säilyy. Jokainen sisältöpilari on kuitenkin ilmeeltään samaa perhettä eikä irrallisia sisältöjä.



SISÄLTÖPILARI 3

Voiko joku sisältöpilareista olla tuotteen tai konseptin ympärille kietoutuva? Sisältöpilari voi ja pitääkin olla johdettua markkinoinnin tavoitteista ja linkittyä muihin toimenpiteisiin. Hyödynnä esim. uutiskirjeen teemoja.



KONSEPTI/SISÄLTÖPILARI 4

Kattokonsepti tai mainonnan pääviestin on myös hyvä jalkautua sisältöpilarina alle. Tämä varmistaa, että konseptista viestitään myös kampanja-aikojen ulkopuolella.

Kaikissa sisällöissä toistuu brändillisyyys, sopiva pilke silmäkulmassa ja viestikärjen mukainen copy.



SISÄLTÖPILARI

TÄHÄN SISÄLTÖPILARI

Copy:

Copy ehdotus tähän

Ohjaus: *mihin ohjataan?*

TÄHÄN LUOVA

KOKO + KANAVA: 4:5 still – Meta / IG/ FB



REFET

REFERENSSIT

Näistä olemme ylpeitä



KIPPIS KAHVEISTA PARHAIMMILLE



JOKAISEN SUUHUN SOPIVA

GOOD
LIFE
COFFEE



MONTEBLANCO
MIXED PROCESS
VUODEN
SUODATINKAHVI
2024



ÄLÄ ANNA SEN LOPPUA



GOOD
LIFE
COFFEE



HYVÄN KAHVIN NIMITTÄIN



Tee vakiotilaus >

AVOID
BAD
LIFE



YHTEISTYÖREFERENSSI

Fonecta

Fonecta on ollut Julkee x Lempeen tyytyväinen asiakas jo vuodesta 2021.

Olemme tuottaneet mainoksia, konsepteja, animointeja, videoita, messuosastoja..

Käytössä on tuntiresurssipankki ja laskutus toteuman mukaan.

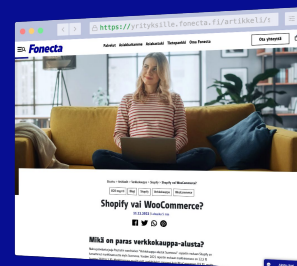
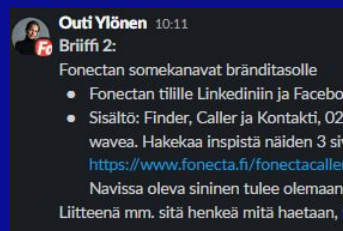
KONSEPTOINTI

MAINOSEDITOINTI

VIDEO-JA KUVATUOTANTO

CONTENT REMIX

MATERIAALIN JALKAUTUS



Kokonaisvaltainen sisällöntuotanto ja mainonnan nostot oikealle kohderyhmälle. Otavamedia haluaa tavoittaa markkinointipäyttäjät mielenkiintoisilla sisältöratkaisuilla ja ajankohtaisilla artikkeleilla, jotka elävät monikanavaisesti valittuihin medioihin sopien.

Artikkelin jalkautus
eri kanaviin

Somemainonta

Luova tuotanto

Copywriting



Matkaan lähden! Näin suomalainen matkustaa ja näin mainostaja tavoittaa hänet

Lähelle ja kauas, kotimaahan ja ulkomaille – suomalaiset matkustavat monipuolisesti. Otavamedia toteutti toukokuussa matkustuskyselyn Annan ja Suomen Kuvalehden paneeleissa. Kyselyssä selvitettiin koti- ja ulkomaan matkustuskäytännöt, matkakohteita ja lomaviikkotapoja. Vastauksia kertyi hieman vajaa 1 000 kappaletta. Lue eteenpäin ja tiedät miten suomalaiset matkustavat ja miten sinä, mainostaja, saat heidät kiinni Otavamedian kanavien avulla!

24.5.2024

Mainostaja, näin tavoitat
suomalaiset matkailijat

Mainostaja, näin tavoitat
suomalaiset matkailijat

OTAVA
MEDIA

Julkee x Lempee

ONLINE BRAND BOOK

HELSINKI OUTLET



Helsinki Outlet

Helsinki Outlet Digital Brand Guide

Search^o

Brand overview

- The core of the brand
- Target groups
- Tone of voice
- Concept 25 (DRAFT)

Brand-led marketing

- Performance marketing
- Our Tactical Advertising
- Tactical guidelines
- Campaign portfolio

Design (kesken)

- Logo
- Colors
- Typography
- Visual tools
- Photography
- Sound



The core of the brand

This guide is designed to empower you with all the essential tools and insights to brand and campaign strategies, ensuring a unified and compelling visual identity across all touchpoints. It is crafted to help you build stronger connections with our audience and achieve Helsinki Outlet's unique vision goals.

Mission

We create a sense of quality to inspire the lifestyle of young people, ensuring they feel the brand's values.

Vision

With the great brand and vision, we deliver the experience of the most exciting and cutting-edge environment, inspiring change.

Brand promise

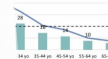
As our guide, Helsinki Outlet is a brand, a destination for all lovers of quality. We create our products and services to have the best time and quality moments. We have everyone as a quality, creating their own quality in every moment of their journey with us.

"Be our guest!"

Our brand is a lifestyle, a destination for all lovers of quality, including our partners and most of all, our customers. We have the best time with special moments. We have everyone as a quality, making their time special in every moment of their journey with us.

Brand and Quality balancers

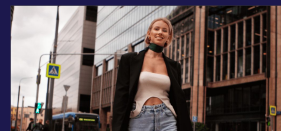
POTENTIAL, NOT PRIMARY



Interests, by index

TOP 5

- fashion
- and cosmetics
- electronics and technology
- interior design
- cooking and recipes



Blue

Green

Grey



Helsinki Outlet

x =



Color: 100% 100% 100%

HELSINKI OUTLET

HELSINKI OUTLET

From story to screen: how Emilia's vision became a masterclass

Dr. Emilia Vuorisalmi is a medical doctor, bestselling author, and speaker known for making science personal.

We helped transform her story into a full video experience built to scale across formats and markets, clear, emotional, and unmistakably hers.

Scriptwriting and
creative direction

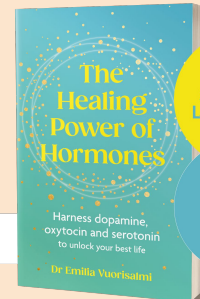
Shortform and social
cutdowns

Full-length masterclass

Filming, editing, and post



DOC
EMILIA



ALREADY
SOLD IN 9
LANGUAGES

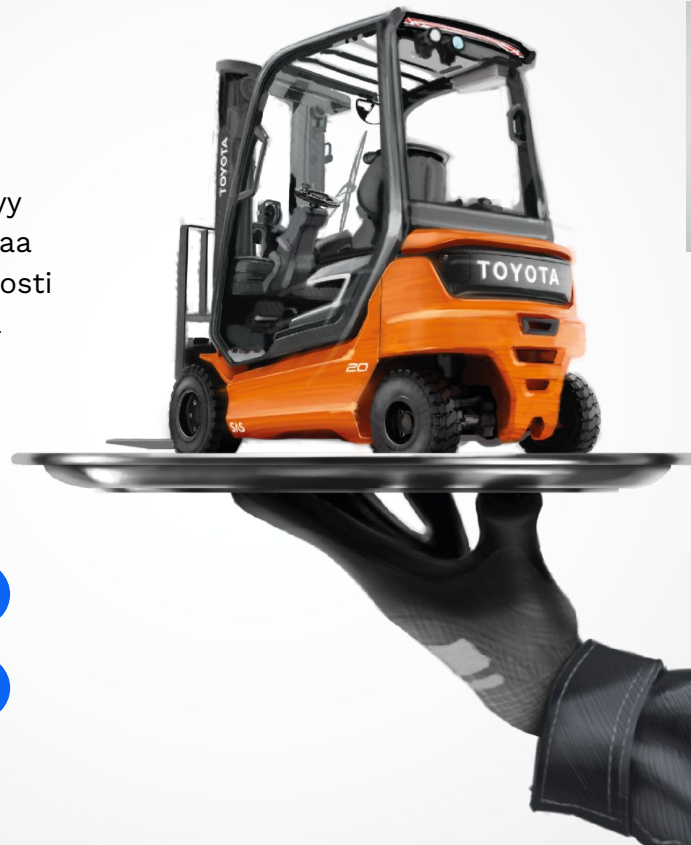
NEXT IN:
GERMANY
SPAIN
PORTUGAL

TOYOTA MATERIAL HANDLING

Toyota Material Handlingille rakensimme ”Trukki palveluna” -konseptin, joka tiivistyy yhteen selkeään lupaukseen ja kestää aikaa sekä toistoa. Monikanavainen kampanja nosti Toyotan luotettavaksi hovimestariksi, joka tarjoaa trukkikaluston kaikkiin tarpeisiin ennakoitavilla kustannuksilla ja yhdellä sopimuksella.

[Brändin pohjaremontti](#)[Tunnettuus](#)[Pro-tason digisetup](#)[Jatkuva mainonta](#)

Trukki palveluna.

**TOYOTA**

MATERIAL HANDLING



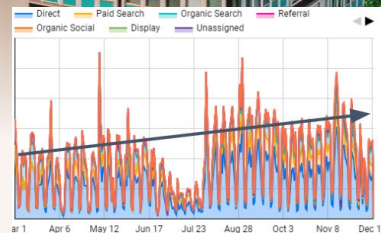
Antilooppi

Miten tavoitetaan toimitiloista päättävät tehokkaasti, varmistetaan liidit myynnille ja pidetään vuokrausaste korkealla vaikeassa markkinassa?

Markkinoinnin tehokkuutta arvioidaan yhteisestä dashboardista ja sen pohjalta tehdään tarpeeseen pohjautuvia ratkaisuja. Digitaaliset toimintatavat mahdollistavat nopeat muutokset, ja kampanjat ovat pääkanavissa päivien varoitusajalla.

Kokonaisvaltainen jatkuvan markkinoinnin malli on:

- Tehostanut markkinointia ja sen tunnuslukuja
- Nopeuttanut sisällön- ja mainostuotantoa
- Nostanut tavoiteltujen (laadukkaat kävijät) kustannustehokkuutta niin pääkanavissa (LinkedIn, Google) kuin muissakin kampanjalähdöissä.

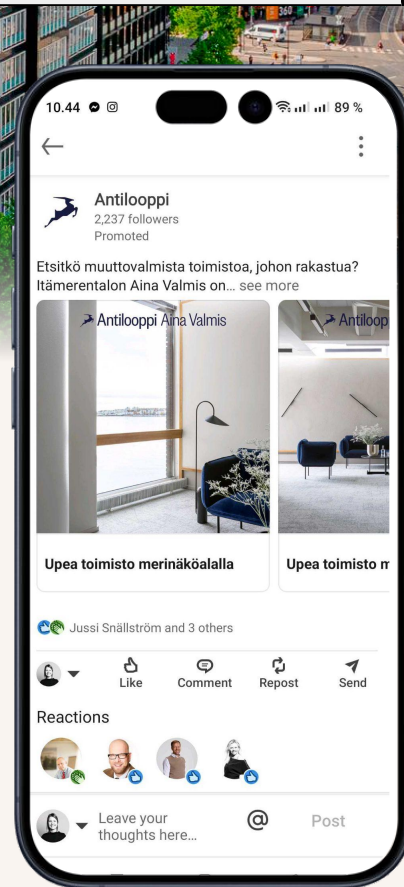


Hakukoneoptimointi

Digitaalinen markkinointi

Markkinointimateriaalit

Liidit





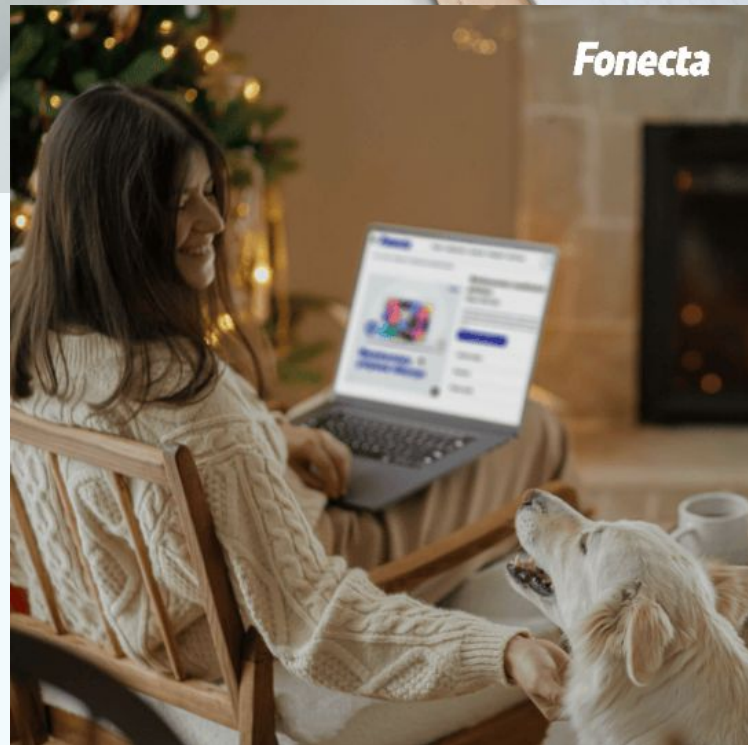
Fonecta

Neljän viestin digikurssi sähköpostitse liidien keruuseen

Upeasti menestynyt konsepti, jossa uusia ja vanhoja asiakkaita lämmiteltiin 4 viikon kurssilla, jossa kohderyhmälle tarjottiin 1 viesti per viikko, kevyesti sähköpostitse.

Email-markkinointi

Liidigenerointi





ILMATAR

Keskustelunavauksia B2B-kulmalla Ilmattarelle

Ilmatar halusi kasvattaa tunnettuuttaan ja toimia keskustelunavaajana: yhdessä viestintätoimiston kanssa loimme Ilmatar Virta-portaalin jossa alan uusimpia tuulia sivuttiin eri aihein.

Webstories

Sisällöntuotanto

LinkedIn-mainonta

Sisällöntuotanto

[Siirry esimerkki artikkeliin](#)

ILMATAR

Uusiutuvaa energiaa > Yhtiömme > Vastuullisuus > Uutiset & Julkaisut > C

VIRTA

Tiipästä energista. Rohkeita keskustelunavauksia uudistuvan energiantuotannon viimeisimmistä tuulista.



Myyttinen uusiutuva energia

Teksti Ilmatar Energy • Julkaistu 05.12.2022 • Lukuika 4 min • Kopioi linkki

Suomeen rakennetaan nyt joutuisasti tuuli- ja aurinkovoimaa. Verrattain uudet energiamuodot synnyttävät myös epäilyksiä. Eikä ihme: uraauurtavien teknologioiden vaikutuksia pelättiin jo teollistumisen aikakaudella. Tämä juttu purkaa yleisimpiä uusiutuvaan energiaan liittyviä väärinkäsityksiä.

Myytti 1: Tuulivoimala säästuttaa, eikä sitä voida kierrättää.

Tuulivoima on uusiutuvaa ja tuotantovaiheessa päästötöntä. Tuulivoimaloista

Fonecta

Fonecta Verkkokauppa -mainoskonsepti ja artikkelit

Digimarkkinointia uusille
silmäpareille eri kanavissa

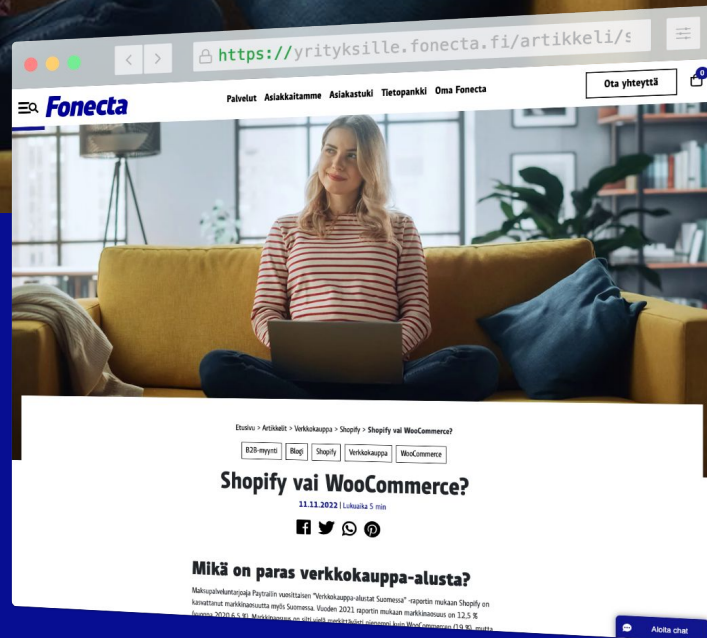
Artikkelisarjan
tuottaminen

Sisällöntuotanto

Luova tuotanto

Digitaalinen markkinointi

Liidigenerointi



Lue esimerkkiartikkeli tästä →

OTAVA MEDIA

Lehtitalo Otavamedialle markkinoinnin suunnittelu on laaja-alaista: sisältöstrategioista kampanjasuunnitteluun ja hakukonemarkkinoinnista lopputuotantoon.

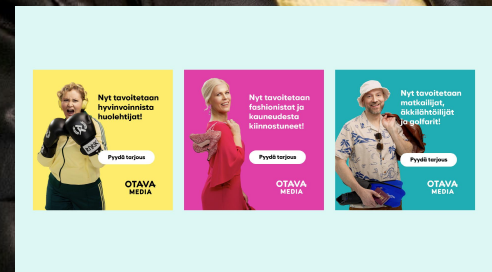
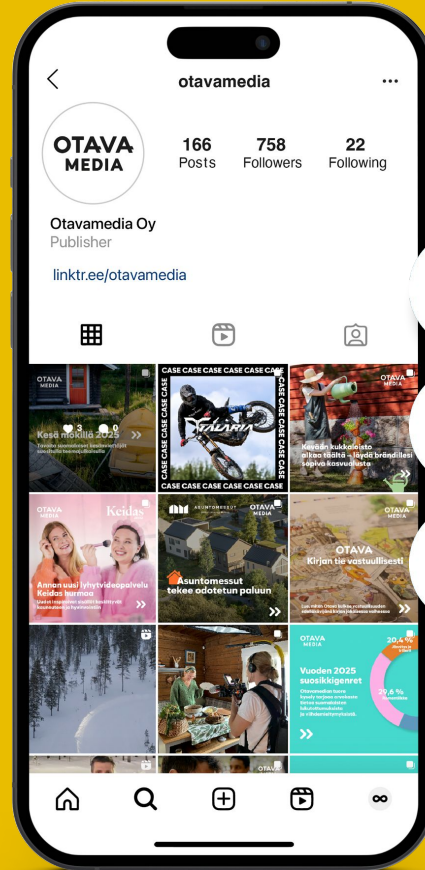
[www.https://yrityksille.otavamedia.fi/](https://yrityksille.otavamedia.fi/)

Digitaalinen markkinointi

Hakukonemarkkinointi

Konseptisuunnittelu

Mediasuunnittelu





Texas Pete, Orkla

2021–2025

Olemme rakentaneet Texas Peten brändiä somessa jo neljä vuotta. Texas Peten uniikkia yhteisöä on saatu kasvatettua 3K > 8K omanlaisella sisältöstrategialla. Brändin uskollisimmat fanit = asiakkaat ovat saatu mukaan sisällöntuotantoon, joka näkyy myös tuloksissa (sitoutumiset). Keskiössä ovat asiakasymmärrys, sisältöstrategia ja tuloksien kautta opit jatkoon.

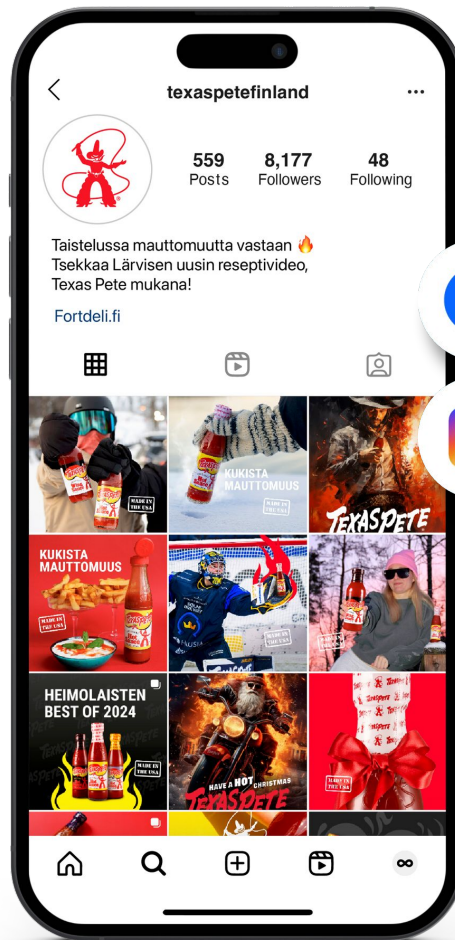
www.fortdeli.fi/

Digitaalinen markkinointi

Graafinen ohjeisto

Konseptisuunnittelu

Mediasuunnittelu



Pete oot oikeesti based af. Goated w/ the sauce. Bless bless *100*



mysoda[®]

Digimainontaa useilla markkinoilla
läpi Euroopan:
FI, FR, DE, BE, IE

Monikanavaisen markkinoinnin
tehokas operointi ja
suunnittelu

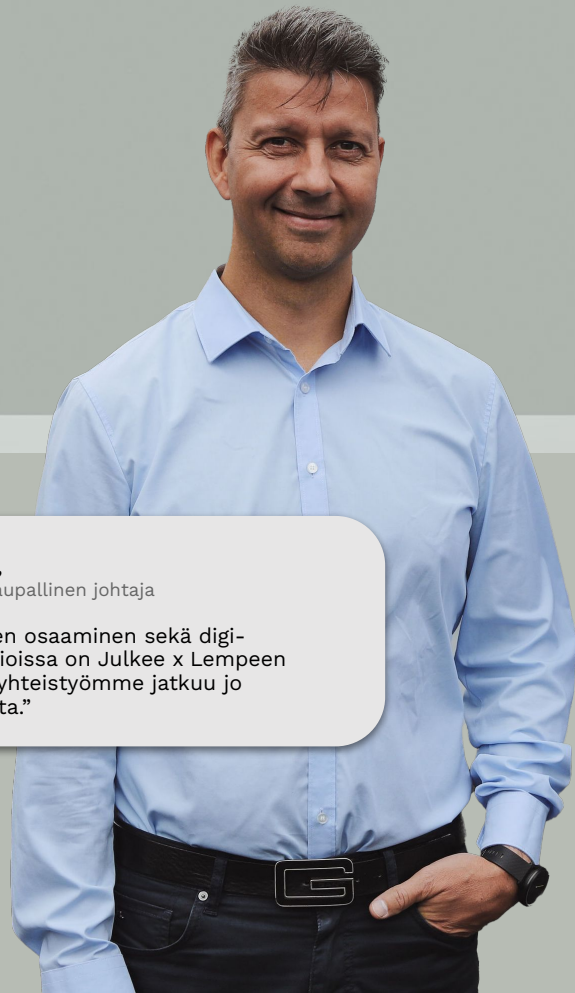
Monipuolinen
sisällöntuotanto digi- ja POS-
pinnoilla.

Landing-sivut ja CRO sekä
jatkuva Martech

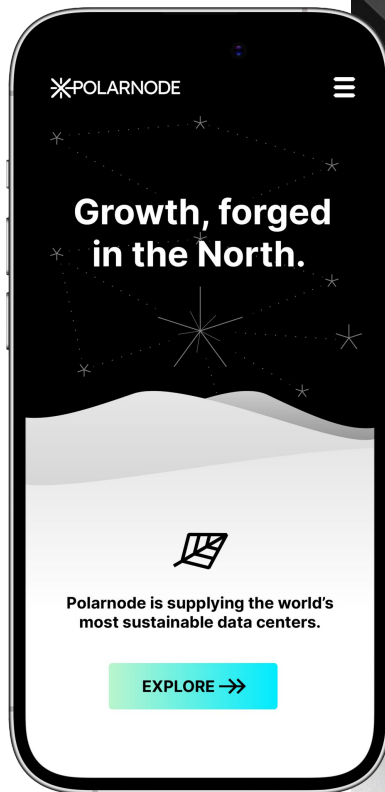


Jussi Aura,
Mysoda, Kaupallinen johtaja

“Kokonaisvaltainen osaaminen sekä digi-
että offline -medioissa on Julkee x Lempeen
ehdoton valtti ja yhteistyömme jatkuu jo
kahdeksatta vuotta.”



POLARNODE



Polarnode supplying
the world's most
sustainable data centers

EXPLORE



Polarnode supplying
the world's most
sustainable data centers

EXPLORE

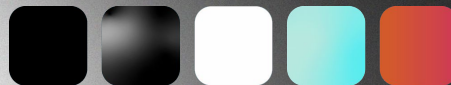


Scale at blistering
speeds

EXPLORE



Polarnode.fi





Pa+Hu

Myynnin ja markkinoinnin tehokas yhteenliittymä

LinkedIn-mainonta ja sähköpostimarkkinointi tukevat saumattomasti myynnin ja markkinoinnin yhteistyötä. Myyntiedustajien asiakaskohtaamisista saadut oivallukset muokattiin vetovoimaisiksi mainoksiksi, ja sähköpostiautomaatiot pitivät nykyasiakkaat sitoutuneina.

[Email-markkinointi](#)[Jatkuva digimarkkinointi](#)[Liidigenerointi](#)[LinkedIn](#)



M Room

Monipuolinen prospektointi:
yli 30 luovaa testissä jatkuvasti

Konversio-ohjattu SEM takaa
laadukkaan kävijävirran

Personoidut, ostohistoriaan
perustuvat automaatiot

Share of search - Tulosten
mittaus suhteessa
markkinaan



Niko Sandell

M Room, markkinointi ja IT

"Julkee x Lempeen näkemyksellisyys ja markkinoinnin palveluiden laajuus on ollut meille täydellinen markkinointikumppani. Yhdistämällä nämä taitavaan datan hallintaan ja tulkintaan on kirsikka kakun päällä"



RE-TECH

RE-Tech tarvitsi vankan markkinoinnillisen perustan, joka huokuu ammattilaisuutta ja luotettavuutta.

Niin tulevien asiakkaiden kuin mahdollisten työntekijöidenkin mieliin. Tämä onnistui, kun viestinnällinen pohja rakennettiin yhdessä kohderyhmää puhuttelevaksi.

Brändin kirkastaminen

Digitaalinen markkinointi
B2B-kohderyhmässä

Yrityksen puhetyyli

Verkkosivujen
kaupallistaminen

Jälkeen

Ennen



RE-TECH

COMPANY

SERVICES

REFERENCES

CONTACT

EN | FIN

TRANSFORMERS
RENEWABLE
ENERGY

Professional in
renewable
energy solutions

Re-Tech Oy is your dedicated partner in the electrical industry. Specializing in distribution transformers, we are proud of the seamless import of advanced electrical technologies to meet the growing demands of Finland's dynamic energy sector.

RE-Tech re-imagined

RE-Tech Oy is a Finnish company founded in 2021. The company specializes in the delivery of electrical equipment to utility scale renewable energy projects. RE-Tech Oy is a Finnish company founded in 2021. The company specializes in the delivery of electrical equipment to utility scale renewable energy projects.



Clients

ILMATAR

caruna

LAHTI ENERGIA

ELENIA

JÄRVI-SUOMEN
ENERGIA

PKS
Sähkönvarmistus