

Mainonta ja markkinointi Venäjällä

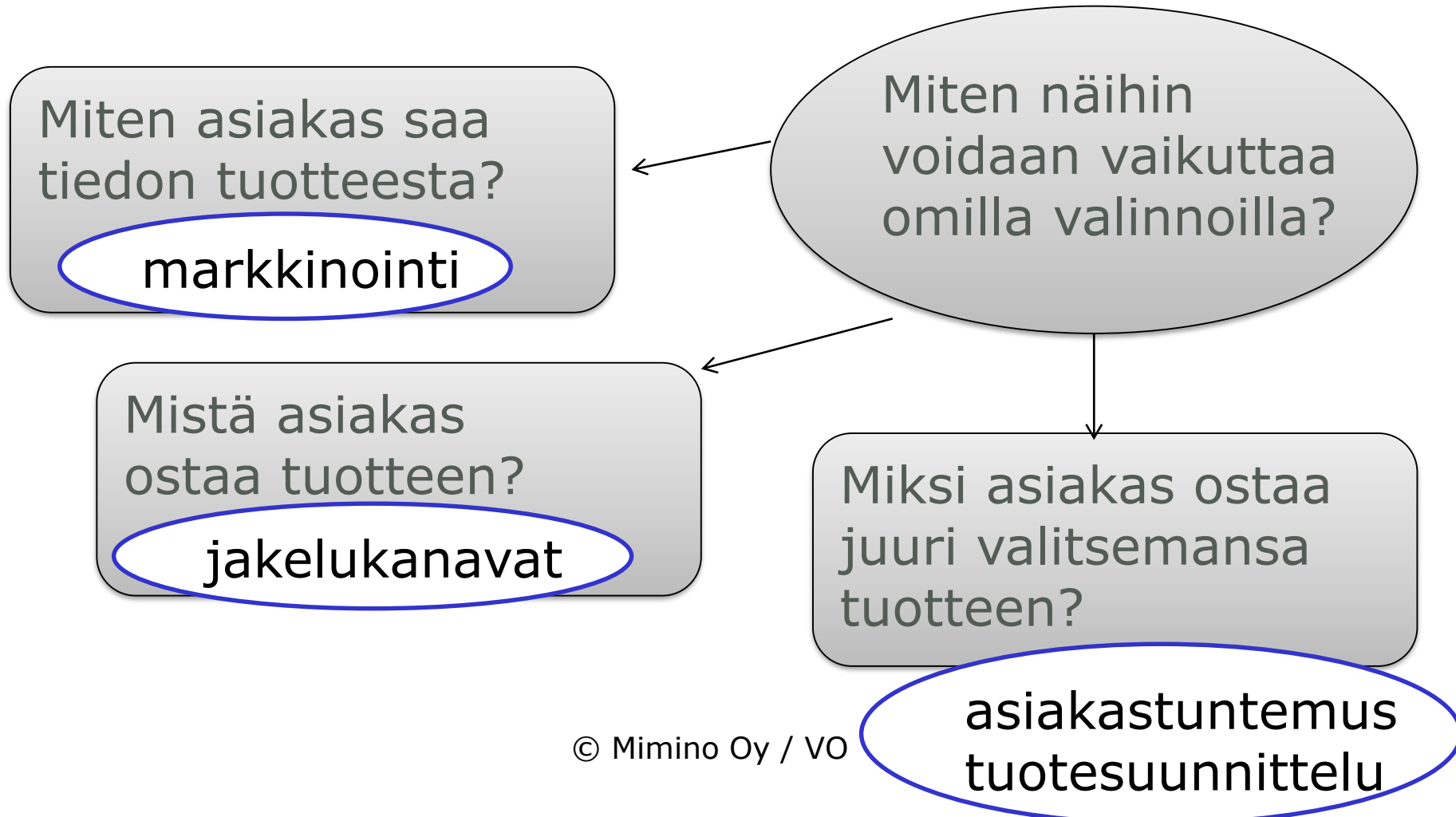
- yritysasiakkaat

24.10.2017 Hämeenlinna

Virve Obolhogiani
Mimino Oy



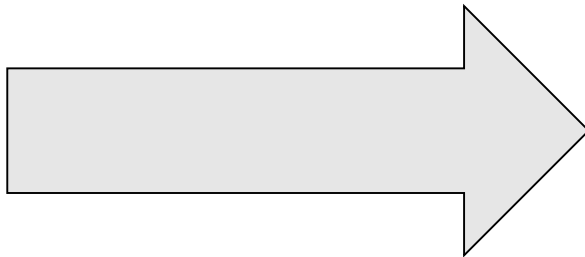
Tehoa markkinointiin



Päivän tavoitteet

Tietoa markkinoinnin
vaihtoehtoista
Venäjällä

Ymmärtää
markkinoinnin ja
mainonnan piirteitä
Venäjällä



Pystyä kehittämään
omien tuotteiden
markkinointia ja
mainontaa

Sisältö

- markkinointityön vaihtoehdot Venäjällä – tehokas myynti ja markkinointi
- markkinointiviestintä ja sen lokalisointi Venäjän markkinoilla
- yritysten ostopäätöksiin vaikuttaminen
- markkinointikanavat Venäjällä ja niiden menestyksellä hyödyntäminen, digitaalinen markkinointi
- menestystekijät markkinoinnissa Venäjän markkinoilla – vanhat ja uudet reseptit

Suuri ja mahtava - ja erilainen

- eri kansallisuudet
- maaseutu < > kaupunki
- nuoret > < aiemmat sukupolvet
- keskituloiset > < varakkaat



Markkina-alueen erityispiirteitä

- toimintatapojen kirjavuus
- nopeat muutokset
- yhteistyökumppaneiden erilaiset tasot
- usein pitkät jakelukanavat / välittäjien käyttö
- kasvava trendi: internet

> Minkälaisia haasteita erityispiirteet asettavat ulkomaisille yrityksille?

Ostopäätökseen vaikuttaminen b-to-b

erilaiset yritystyytit:

- kansainväliset, monikansalliset:
ammattiosaamisella vakuuttaminen
- venäläiset kasvuyritykset: asiakkaan tarpeiden tunnistaminen
- valtionyritykset /neuvostoperinteet:
pitkäjänteisyys, suhteet
- pk-yritykset: suhteet omistajaan,
luottamuksen syntyminen

Viestinnän muodot

oma
viestintä

maksettu
markkinointi
viestintä

ansaittu
näkyvyys
+ -

Mainonnan erityispiirteitä

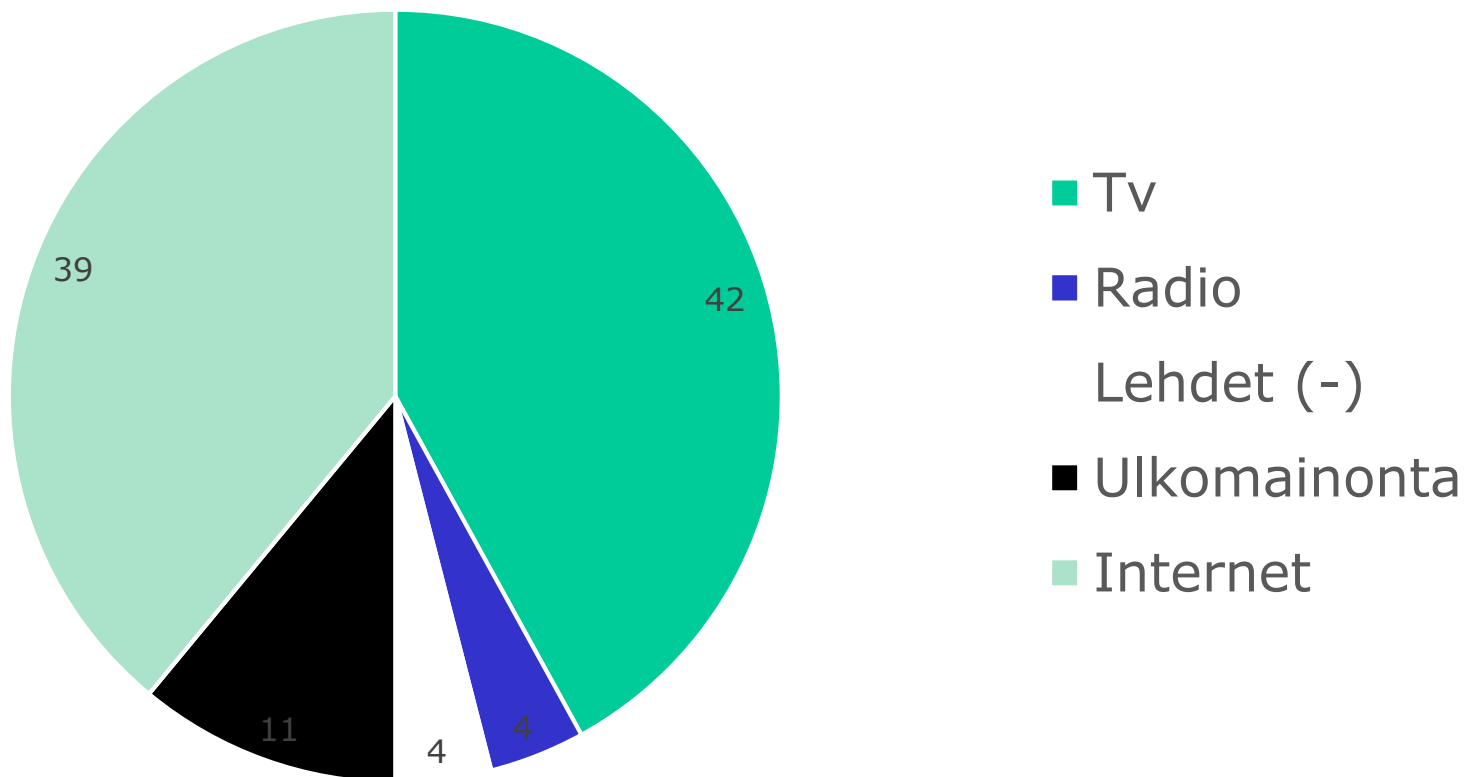
- viidakkorumpu tehokkain markkinointiväline, verkostojen suosituksiin luotetaan
- internetin merkitys kasvanut > suositukset blogeissa, keskustelupalstoilla ym
- suuri maa: alueellisten kanavien merkitys < > valtakunnallinen markkinointi
- viestin lokalisointi: kulttuurierot + käännös
- mainonta on rohkeampaa, värikkäämpää kuin Suomessa, visuaalisuus tärkeää
- tarinat kiinnostavat

Mainonnan tavoite

- yleisen tunnettuuden lisääminen: yritys, brändi, tuote
 - tuotteen myynnin edistäminen
-
- miten määritellään tavoitteen saavuttaminen
 - tavoitteen mitattavuus

Mainoskanavat 2017 (01-06)

lähde: AKAR, www.akarussia.ru



Mainoskanavien käytön muutokset

lähde: AKAR, www.akarussia.ru

2017 01-06	mrd RUR	kasvu
Televisio	79.8-80.3	12
Radio	6.7-6.9	14
Lehdet	8.3-8.5	-10
Ulkomainonta	20.8-21.2	10
Internet	74.0-75.0	23
yht.	190.0-192.0	14

Televisio ja radio

- tavoittavat laajan yleisön, korkea kustannukset
- suurimmat tv-kanavat: 1-kanava, Rossija-1, NTV, STS, TNT
- erilaisia käyttötapoja: suora mainos, sponsoroidut ohjelmat, tuotesijoittelu
- Venäjän eri kanavat: erilaiset katsojat, alueellinen tavoitettavuus
- video- ym tallentimien lisääntyminen > katsojalla mahdollisuus jättää mainokset katsomatta
- radion kuuntelun väheneminen

Printtimedia

- sanomalehdet
- aikakauslehdet
- ammattilehdet, toimialojen omat lehdet
- talouslehdet päättäjille
- esitteet
- lehtien lukemisen vähentyminen

Internet

- oma verkkosivu venäjäksi
- some-kanavat: vkontakte, youtube, instagram
- bannerit, kohdennettu mainonta, keskusteluryhmät, sivustot: fontanka.fi
- Blogit (virtuaalinen viidakkorumpu): Livejournal, Blogspot
- hakukoneet: yandex, google
- lisätietoja / matkailu: https://issuu.com/co-tour/docs/sahkoinen_markkinointi_venajalla

Tehokkaita kanavia B2B

- messut, näyttelyt
- seminaarit
- workshopit
- paikalliset, kansainväliset, suomalaiset
- jatkokontaktit tärkeitä
- kontaktien luominen eri tasoilla tärkeää (virkailijat / johtotaso)
- suhdetoiminta: kumppaneiden muistaminen juhlapäivinä, osallistuminen yhdistysten toimintaan
- tiedotusvälineiden tutustumiskäynnit

Markkinointikanavien menestyksessä hyödyntäminen

- käytetyt kanavat
- niiden tehokkuus
- uudet ideat

Menestystekijät Venäjän markkinoinnissa

- tuotteen ominaisuudet
- kohderyhmät
- yhteistyön kehittäminen

Ovatko tuotteemme...

- venäläisiä kiinnostavia? - tottumusten ja tarpeiden tunteminen
- kilpailukykyisiä? - muu tarjonta / lisäkysyntä, oikea hinnoittelu
- venäläisten tiedossa? - hyvin suunniteltu mainonta (kieli, yhteistyö)
- venäläisten saatavilla? - palvelut ostettavia tuotteita, oikeat myyntikanavat (yhteistyö)

Asiakashallinta

- CRM-työkalut
- asiakastietojen kerääminen ja tallentaminen
- mitkä kohderyhmät ovat yritykselle luontaisia, missä vahvuusalueet (vrt suomalaiset kohderyhmä < > venäläiset kohderyhmät)
- osto- ja muiden prosessien automatisointi
- tietojen analysointi > tuloksena kasvava asiakastyytyväisyys
- mahdollisuus markkinoinnin kohdentamiseen
- asiakaspalautteen käsittelyn tehostaminen

Yhteistyön kehittäminen

- henkilökohtaiset suhteet eri tasoilla
- venäläisten kumppaneiden tuotetuntemuksen lisääminen: avainhenkilöt, tutustumismatkat, esittelyseminaarit (jälleenmyyjä omille agenteilleen)
- myyntimateriaali venäjäksi (myyntikansiot, esitteet), näkyvyys
- jos jakelijat pieniä > arvostavat markkinointi- ja myynniedistämistukea

Yhteismarkkinointi

- suurempi teho markkinointiin: yhdessä enemmän näkyvyyttä kuin yksin
- pienemmät kustannukset
- kiinnostavammat kokonaisuudet
- alueellinen yhteistyö (kunta, maakunta, Suomi, pohjoismaat, EU / Eurooppa)

Onnistut Venäjän markkinoilla, kun

- tunnet venäläisten tarpeet ja odotukset
- haluat ymmärtää venäläisiä – sekä perinteitä että nykyaikaa
- osaat sopeutua toimintatapoihin

Kiitos mielenkiinnosta!
Spasibo – Спасибо!

Virve Obolgogiani
Puh. 040 7674212
www.mimino.fi
vo@mimino.fi

