

Markkinointi Venäjällä



Prospects and possible partners
will Google you before agreeing
to do business.

What will they find?

Google

Älä aliarvioi nettiä



Yandex on venäjän suurin hakukone ja maailmalla se on sijalla kuusi. Yandexin yleisö on noin 84% kaikista internetin käyttäjistä Venäjällä.

Yandex tarjoaa käyttäjilleen monenlaisia palveluita, kuten sähköpostipalvelun, internetsivujen käännöksiä sekä kartta-, reitti-, liikenteen seurantapalveluja ja maksujen välitysjärjestelmän, sekä erilaisia työkaluja, joilla tuloksia on mahdollista raportoida ja visualisoida.



Yandex Maps



Yandex Mail



Yandex Search



Yandex Money



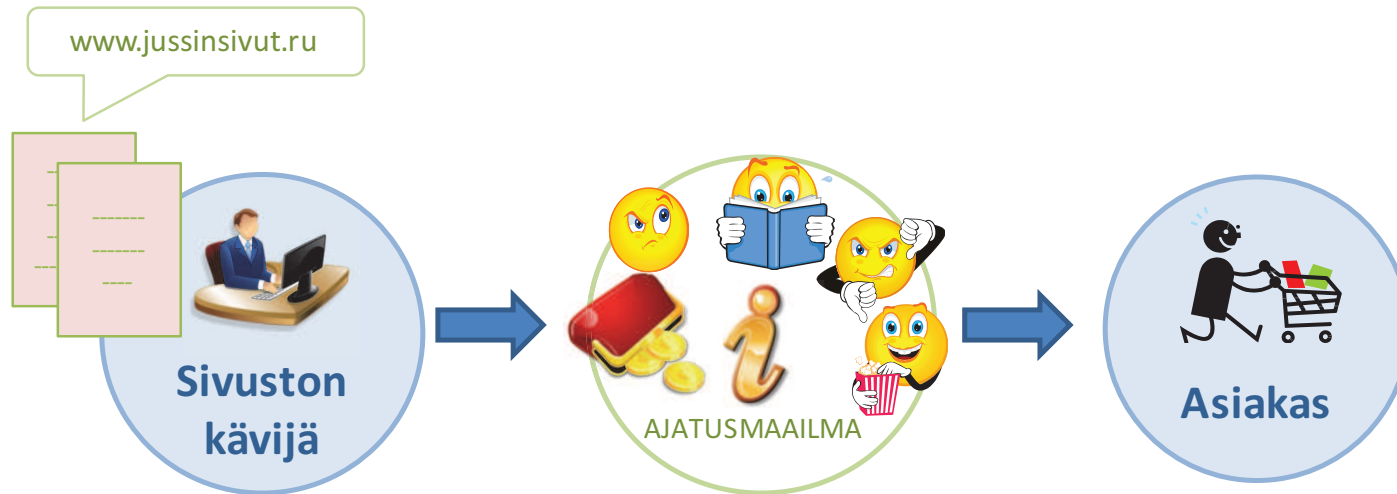
Yandex Market

Inbound-markkinointi – kotipesä kuntoon

- Inbound-markkinointi: potentiaalinen asiakas/kumppani ottaa itse yhteyttä – tärkeää on löydettävyyys (Yandex, Google)
- Venäjänkielinen versio yrityksen kotisivuista?
 - RU-domain parantaa myös löydettävyyttä
- Mistä lähteistä venäläiset tulijat tulevat sivuillenne? – SOME, Yandex Google jne.
- B-to-b markkinoija: blogit esim. LiveJournal –yhteisössä, toimialan foorumit tai assosiaatiot?
- Nettisivujen optimointi hakukoneisiin, jos kyseessä ei ihan bulkkituote

Nettisivujen ja muiden markkinointimateriaalien lokalisointi

- Suora käännös venäjään ei riitä.
- Esimerkkikysymykset, joita venäläiselle kävijälle voi syntyä:
 - Oletteko ulkomailla, missä?
 - Saako teidän palveluanne (tuotettanne) Venäjällä, miten?
 - Onko teillä tarvittavat lisenssit (luvat) Venäjällä?
 - Kuinka palvelun (tuotteen) ostaminen käytännössä tapahtuu?
 - Miten voi olla varma, että tuote tulee perille?
 - Etsittekö partnereita, myyttekö jakeluverkoston kautta tai myyttekö suoraan Internetin kautta loppukuluttajille?
 - Voiko ottaa yhteyttä (asioida) venäjäksi? Soittaa venäläiseen numeroon? JNE
- Venäläisille myös kirjoitetun kielen laatu on erittäin tärkeä!



Konversio

Mieti, mitä asiakkaan mielessä liikkuu, kun vierailee sivustollasi.



Konversion tekijät



Suomalainen vs. venäläinen yhteystietosivu

Ota Yhteyttä

Katuosoite:

Oy Silenta Ltd/Oy Silenta Electronics Ltd
Länsiväylä 7
40700 Jyväskylä

Puh (014) 3771522
Fax (014) 3771622

Postiosoite:

Oy Silenta Ltd/Oy Silenta Electronics Ltd
PL 10
40701 Jyväskylä

E-mail: silenta@silenta.com

≠

СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ

Адрес (г. Ювяскюля, Финляндия):

Oy Silenta Ltd/Oy Silenta Electronics Ltd
Länsiväylä 7
40700 Jyväskylä
Finland

Тел. +358 14 3771522
Факс +358 14 3771622

Абонентский ящик:

Oy Silenta Ltd/Oy Silenta Electronics Ltd
P.O.Box 10
40701 Jyväskylä
Finland

Inbound: SOME Venäjällä



Vkontakte
52,1 miljoonaa*



YouTube
44,6 miljoonaa*



Odnoklassniki
41,1 miljoonaa*



Facebook
23,8 miljoonaa*



Twitter
12 miljoonaa*

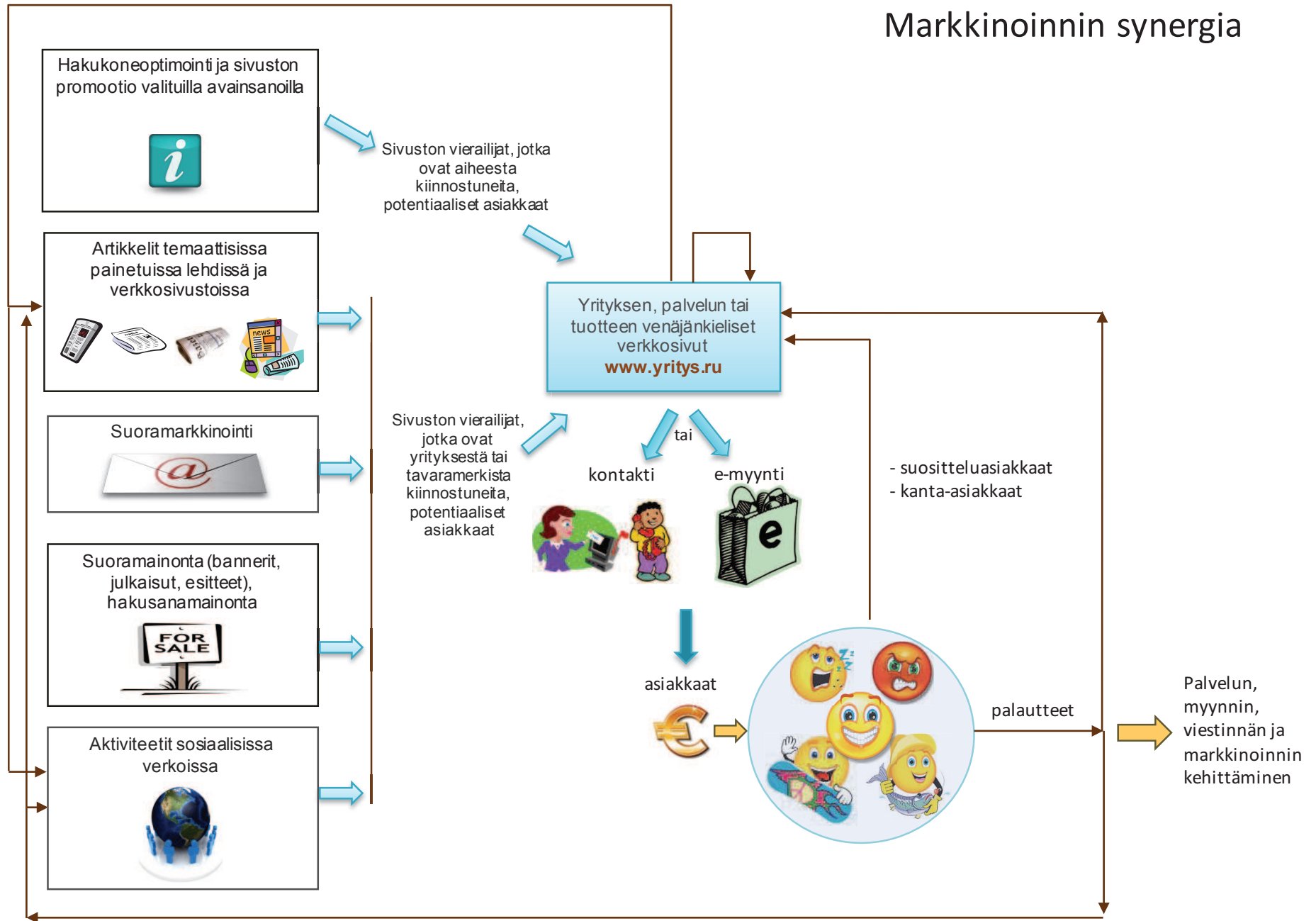
*Kävijäkunta kuukaudessa

Ovatko asiakkaasi SOMEssa? Missä siellä?

– Jos ovat, siellä sinunkin pitää olla.
- Bloggaajat (ei halpaa, pitää testata ennemmin 10/kk kuin 1) ja asiantuntijat, mielipidevaikuttajat

Jos tuotteesi on räätälöitävä tekninen ratkaisu: YouTube –referenssivideot kertovat enemmän kuin tuhat sanaa. Upotus myös omille sivuille.

Markkinoinnin synergia



Ideoita nettimarkkinointiin ”bulkkituotteelle”, esim. yksinkertaiset rakennusmateriaalit - Riippumaton digiasiantuntija Elena Torshina

- Kohderyhmänne käyttää primitiivistä nettisisältöä
- Kohderyhmänne ei lue tieteellisiä julkaisuja vaan yleiset nettikeskusteluryhmät ”arveluttavalla sisällöllä” toimivat paremmin (www.vkontakte.ru, Facebook, skandaalisivustot)
- Hakusanat ja mainonta esim. Yandex.marketiin <https://market.yandex.ru> , tuotekuvaukset ja videopätkät
- Ei tarvetta nostaa omaa sivustoa hakutulosten kärkeen vaan mainostaa tuotettaan jo siellä olevilla sivustoilla (internet-resurssit)



”Jos vaikka 10% tuosta porukasta ostaisi...”

Tuotteen erottuvuus ja uniikkisuus entistä tärkeämpää nykytilanteessa

Kun ruplan kurssi on alhainen ja tuote on ”tavallinen”:

- Bulkkituotetta mahdoton myydä suomalaisella hintatasolla. Hinnan merkitys on kuitenkin 70-80% ostopäätöksessä.
- Jos tuote on 15-20% kalliimpi markkinahintaa, onko järkevää lähteä markkinalle?

Kun ruplan kurssi on alhainen mutta tuote on uniikki:

- nykytilanteessa kauppa voi hyvin käydä mutta tarve on oltava ilmeinen eikä markkinointityötä saa aliarvioida

Mitä markkinointityötä tehdä pienellä budjetilla

- Kysy, mitä tukea paikallinen kumppanisi toivoo
- Nettisivut kuntoon venäjäksi
- Hakukoneoptimointi ja ehkä myös kontekstimainonta
- Mainokset, artikkelit ei-kaupallisille sivustoille, joissa kirjoitetaan esim. arvioita ja palautetta tuotteista.
- YouTube -videot

Sivuston seuranta!

- Kuka sivuilla käy?
- Mistä kävijät ovat?
- Miten pitkään ne sivuillanne viihtyvät?
- Mitä sivuja he siellä lukevat ja mistä linkeistä menevät eteenpäin?
- Esim. Google Analytics ja erilaiset seurantaohjelmat.

Outbound-markkinointi – markkinointiviestintä

- Outbound-markkinointi: lähestyt itse asiakkaita kontrollissa olevien markkinointikanavien kautta
- Mitkä mainoskanavat toimivat Venäjällä sinun kohderyhmällesi? – TV, lehdet, radio, ulkomainonta tai b-to-b -puolella esim. oman toimialan assosiaation sivustot, keskusteluryhmät netissä
- Esimerkkihintoja ulko –ja metromainonnasta:



Moskovassa	Alkaen 250 e/kk	Alkaen 3 600 e/kk	Alkaen 550 e/kk
Pietarissa	Alkaen 150 e/kk	Alkaen 2 000 e/kk	Alkaen 350 e/kk

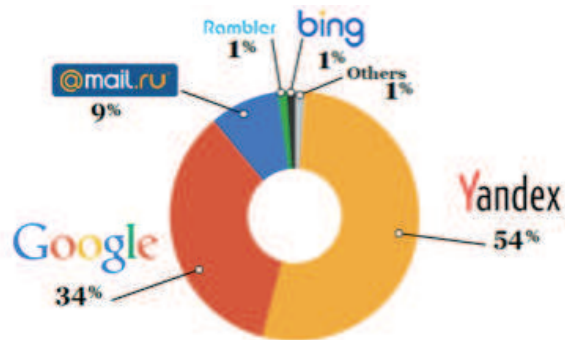
Outbound-markkinointi – markkinointiviestintä

- Esimerkkihintoja radiomainonnasta:
 - Noin 30 sekunnin mainospotti



Arkisin noin 2000 euroa
Viikonloppuisin 800 euroa

- Internet mainonta, esim. Yandex katalogi:



Moskovan alue: 270 e/3kk
Pietarin alue: 160 e/3kk

Isoja ja pieniä huomionarvoisia asioita myyntityössä Venäjällä



Neuvottelut – neuvostoperintö näkyy edelleen eri aloilla

- Kompromissia pidetään edelleen usein heikkouden osoituksena
- Kohtuuttomat vaatimukset, lähentyminen vasta pitkällisten neuvottelujen tuloksen
- Venäläinen osapuoli esiintyy yhtenäisillä mielipiteillä – pomon mielipiteellä (muut puhuvat yleensä vain, jos saavat luvan)
- Venäläisten mielestä Venäjä on edelleen valtava, houkutteleva markkina länsimaisille toimijoille
- Päätöksiä tehdään edelleen usein tunteella, ei bisnesjärjellä
- Neuvottelut ovat kuin taistelu, jossa toinen häviää ja toinen voittaa
- Valmistaudu olemaan jämäkkä mutta samaan aikaan miellyttäväkäytöksinen, jotta neuvotteluilmapiiri pysyy positiivisena
- Suomalainen asiantuntijuus ja hermojen kesto yleensä auttavat

Näytteiden ja markkinointimateriaalien lähettäminen kumppaneille – hyvä idea?

- Esim. DHL:ltä voi tilata näytteiden, esitteiden viennin (ns. Ei-kaupallinen toimitus) Venäjälle mutta sieltä ei kerrota Suomen päässä, että vastaanottaja voi joutua yleensä maksamaan niistä tullit eli maksamaan lisäksi kalliit tulliselvitysmaksut mikäli tietyt kilorajat esimerkiksi ylittyvät
 - Asiakkaamme lähetti reilun 10 kg:n paketin tuotenäytteitä Moskovaan, tulli päätti käsitellä kaupallisena lähetyksenä, jolloin vastaanottajan olisi pitänyt maksaa yli 500 €.
 - DHL otti tullauksesta, varastoinnista ja palautuksesta 2000 €
 - Tulli ei lainsäädännön vuoksi voinut hävittää tavaraa
- Kannattaa viedä mukana tai käyttää esim. HH-kuriirin palveluita:
<http://www.hh-kuriiri.fi/>

Tyypilliset suomalaisten virheet myynnissä/markkinoinnissa Venäjällä (Marina Karpina, Sarus Pietari)

- **Kuvitelma, että Venäjällä mennään bisnes edellä vaikka inhimilliset tekijät ovat tärkeämmät. Suhteet ratkaisevat *lähes* kaiken. Hoida niitä hyvin.**
- Ei selvitetä etukäteen, onko tuotteen hinta kilpailukykyinen Venäjällä
- Kuvitelma, että hyvä keskustelu partnerin kanssa takaa yhteisen bisneksen. Oikeasti allekirjoitettu ja leimattu sopimus vasta aloittaa bisneksen.
- Ei vahvisteta tapaamista vielä edellispäivänä. Ei varmisteta, onko kirje tullut perille. Vastataan vasta viikon päästä kirjeeseen. Istutaan neuvotteluissa hiljaa ja kuunnellaan ilman selkeää reaktiota.
- **Ei yleensääkään kommentoida mitään tai vastata selkeästi, jos kysymys on kiusallinen.**
- **Ei investoida myyntiin ja markkinointiin.**
- Annetaan heti paras hinta. Venäläiset haluavat tingata ja saada vielä markkinointitukeakin. Jätä aina neuvotteluvaraa.
- Ei olla riittävän tarkkoja paperityössä, esim. tullipaperit yms.
- Nykyisessä vaikeassa taloustilanteessa ei ymmärretä kuinka tärkeää on olla varasto Venäjällä (oma, partnerin, jakelijan) ja jätetään käyttämättä mahdollisuus kehittää bisnestä pienistä myyntimääristä.
- Ei ymmärretä kilpailijoita tai maan mittasuhteita.

TOP 3 'TO DO'

- Mihin panostat firmasi idänkaupan kehittämiseksi?
Tee lista: TOP 3 -toimenpidettä

Tarvitsetko apua?

Ota yhteyttä!

Sarus Oy

Pia Kähärä

Puh. 0400 193 333

pia.kahara@sarus.fi

www.sarus.fi

