

DIGIKYYTI – DIGIAPUA YRITYKSILLE

Digikartoituksen malli



Euroopan unionin
osarahoittama



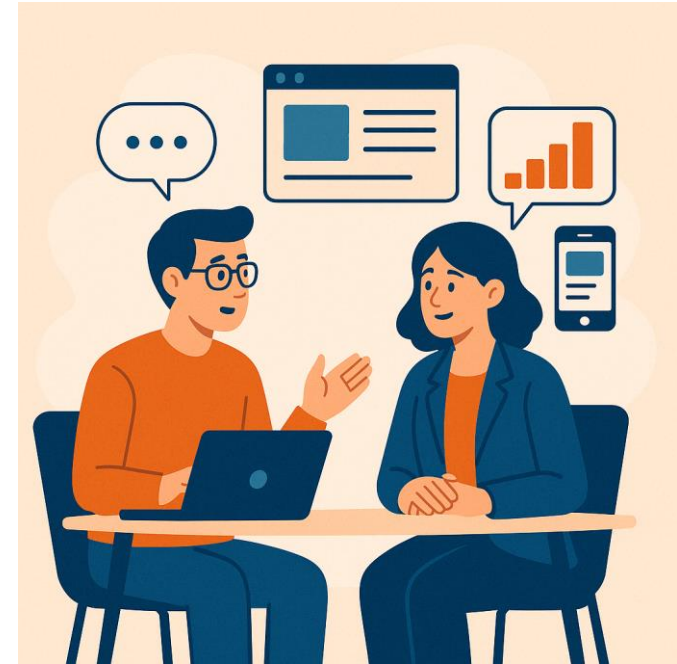
HÄMEEN LIITTO
Regional Council of Häme

Digikartoitus yrityksille

- Linnan Kehityksen Digikyyti-hankkeessa on luotu malli yritysten digikanavien kartoittamiseksi ja niiden kehitystarpeiden arvioimiseksi, sekä samalla yrityksen digiosaamisen tason selvittämiseksi. Digikartoituksia on toteutettu yrityksille yksilöllisissä tapaamisissa. Ennen tapaamista asiantuntijat ovat tarkastaneet yrityksen digikanavat, kuten verkkosivut, verkkokaupan, some-kanavat ja niiden aktiivisuuden. Arvioinnissa on otettu huomioon myös, kuinka hyvin nämä kanavat löytyvät hakukoneista ja sisältävätkö ne tarvittavat tiedot.
- Digikartoituksessa on käsitelty yrityksen digimarkkinoinnin ja diginäkyvyyden kanavia esittämällä kysymyksiä niihin liittyen sekä tarkastelemalla asiantuntijan etukäteen tekemiä havaintoja. Kartoituksen aikana on yhdessä selvitetty, missä yritys erityisesti kamppailee digikanavien hallinnassa. Digikyydin digitaksi eli asiantuntijasparraus sovittu kyseiseen aiheeseen.
- Digikartoituksen tiivistelmä on lähetetty Digikyydin kilpailutetulle asiantuntijalle, joka on sopinut yrittäjän kanssa kahden tunnin sparrausajankohdan. Sparrauksesta on laadittu raportti, ja tarvittaessa yrittäjälle on järjestetty myös toinen sparrauskerta.
- Seuraavaksi kuvaus siitä, mitä kartoituskäynnillä tapahtuu.

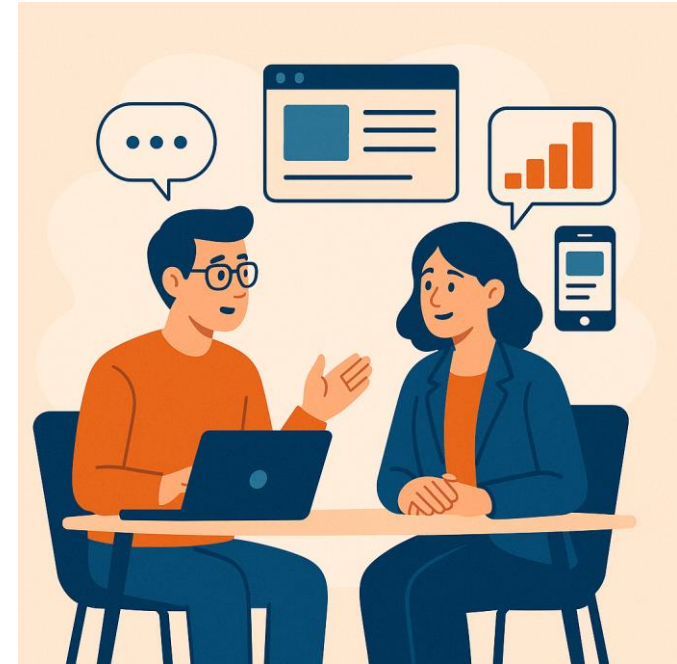
Yritystoiminta

- Digikartoitus aloitetaan tutustumalla paremmin yrityksen toimintaan.
- Tässä osassa käydään läpi yrityksen toiminnan perusasiat. Tarkastellaan, minkälaista liiketoimintaa yritys harjoittaa, mitä sen tärkeimmät toiminnot ovat ja mikä on sen kilpailuetu markkinoilla.
- Yrityksen tulee pohtia myös, mihin suuntaan se haluaa kasvaa ja kehittyä.
- Kilpailijoiden tunteminen on tärkeää, jotta yritys voi erottua ja kehittää toimintaansa tehokkaasti.
- Tämä osa auttaa yritystä määrittämään liiketoimintansa ydintoiminnot ja kasvutavoitteet.



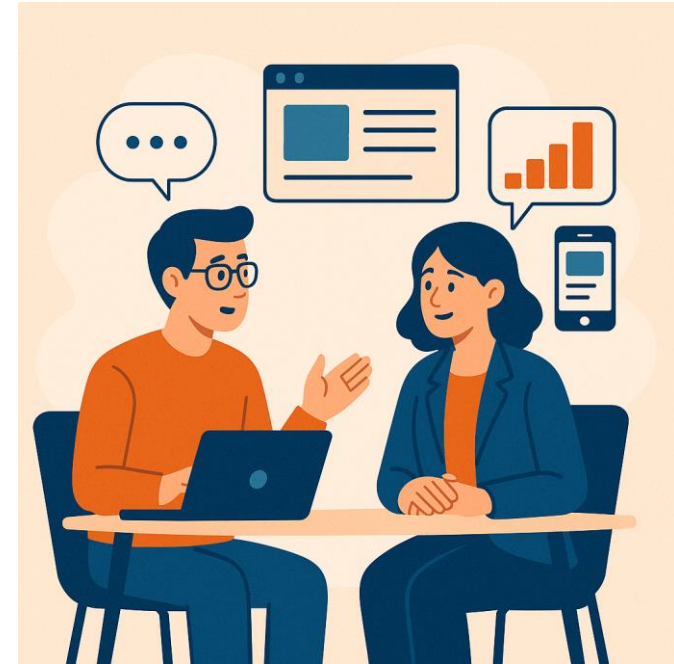
Kohderyhmä

- Kohderyhmän tunnistaminen ja ymmärtäminen on liiketoiminnan menestyksen perusta.
- Tässä osassa yritys tarkastelee tarkemmin kohderyhmäänsä, asiakkaiden käyttämien kanavien tehokkuutta ja asiakaspalautteen merkitystä.
- Asiakkaiden ostokäyttäytymisen ymmärtäminen auttaa luomaan parempia markkinointistrategioita ja houkuttelemaan uusia asiakkaita.
- Yrityksen on myös pohdittava, onko sillä kanta-asiakkaita ja miten heitä palvellaan sekä miten asiakaskuntaa voisi kasvattaa aktiivisella markkinoinnilla.



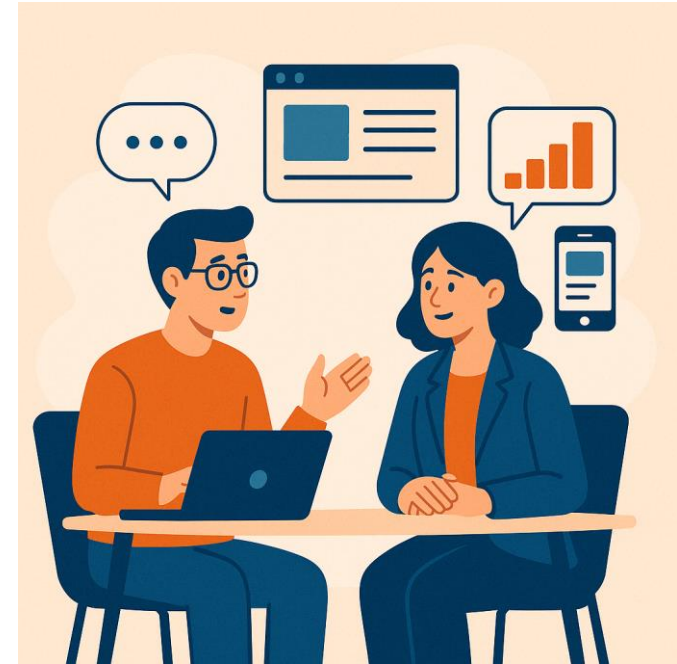
Verkkosivut

- Verkkosivut ovat yritykselle digitaalinen käyntikortti, ja niiden tulee olla houkuttelevat, ajantasaiset ja helppokäyttöiset.
- Tässä osassa yritys arvioi verkkosivujensa toimivuutta, käytettävyyttä ja hakukoneoptimointia.
- On tärkeää, että verkkosivut heijastavat yrityksen toimintaa ja että esimerkiksi yhteystiedot ovat helposti löydettävissä.
- Yrityksille tarjotaan työkaluja verkkosivujen sisällön ja asiakaskokemuksen kehittämiseen.



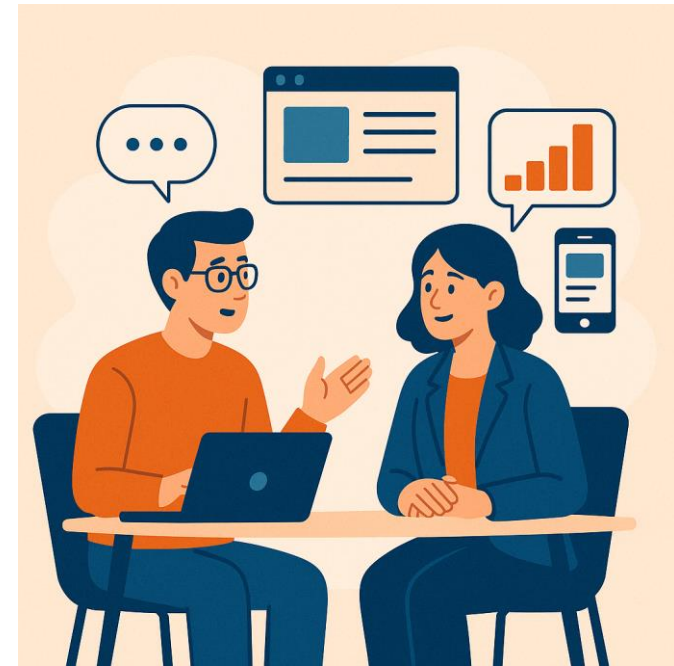
Verkkokauppa

- Verkkokauppa on olennainen osa nykypäivän liiketoimintaa. Kaikilta yrityksiltä ei löydy verkkokauppaa, jolloin tämä kohta ohitetaan. Tässä kohtaa voidaan käydä läpi myös esim. varausjärjestelmää.
- Tässä osassa yritys arvioi verkkokauppansa roolia, laajuutta ja kannattavuutta.
- Verkkokaupan tulee tukea liiketoimintaa ja olla helppokäyttöinen asiakkaille.
- On tärkeää ymmärtää verkkokaupan analytiikkaa. Lisäksi kilpailijoiden toimintaa kannattaa seurata, jotta oma verkkokauppa kehittyy ja pysyy kilpailukykyisenä.



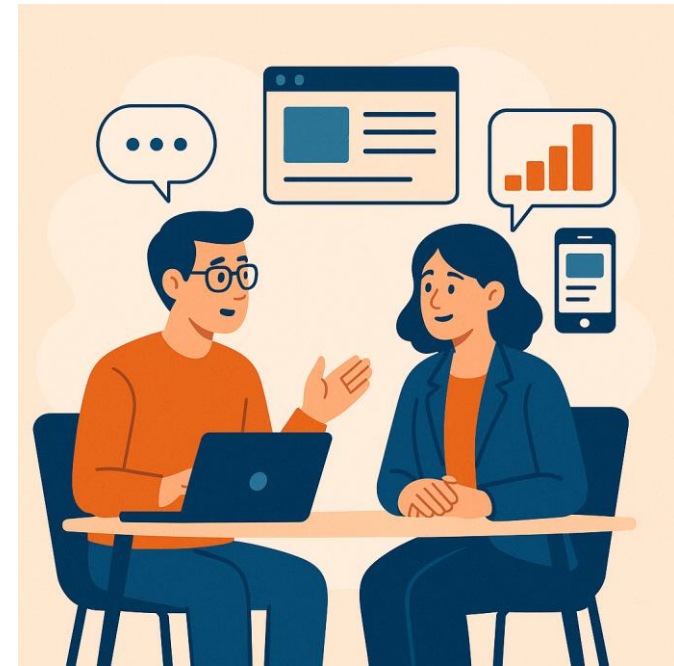
Google Business

- Google Business -profiili on tärkeä osa markkinointia ja asiakassuhteiden rakentamista. Sillä on merkitystä myös näkyvyyteen hakukoneissa.
- Tässä osassa tarkastellaan, kuinka yritys voi hyödyntää Google Business -profiilia esimerkiksi arvostelujen keräämiseen.
- Profiili on tärkeää pitää ajantasaisena ja käydä päivittämässä sitä. Profiilin eri toiminnallisuudet on hyvä ottaa käyttöön.
- Kaikilla yrityksillä ei ole vielä Google Business -profiilia ja kartoituksessa on neuvottu sen käyttöönotossa.



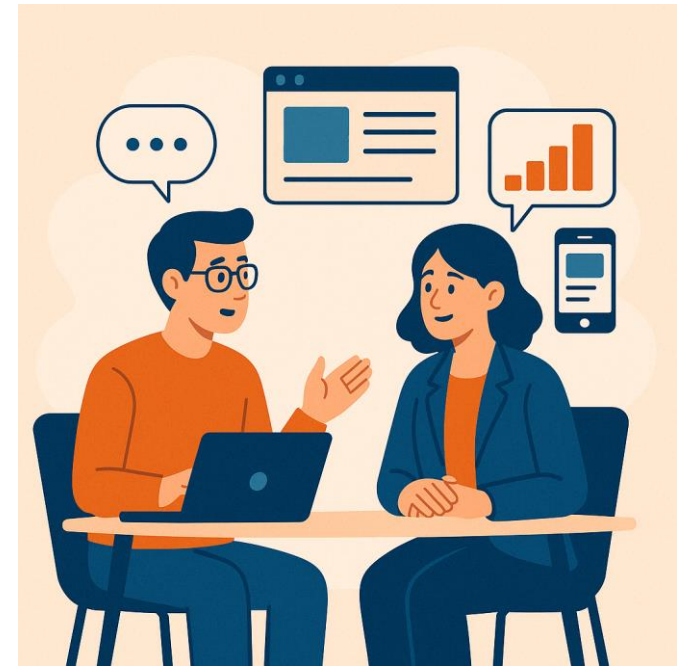
Somekanavat

- Sosiaalinen media on olennainen osa nykyaikaista markkinointia, ja sen avulla yritys voi kasvattaa näkyvyyttään ja asiakasuskollisuutta.
- Tässä osassa käsitellään, kuinka yritys voi kehittää somestrategiaansa, valita oikeat kanavat ja luoda sisältöä, joka puhuttelee asiakkaita.
- Analytiikkaa seuraamalla voidaan arvioida, kuinka hyvin somekanavat toimivat ja mitä sisältöä asiakkaat arvostavat.
- Myös maksullisen somemainonnan osuutta ja tärkeyttä on käyty läpi sekä yrityksen osaamista käyttää Metan työkaluja.



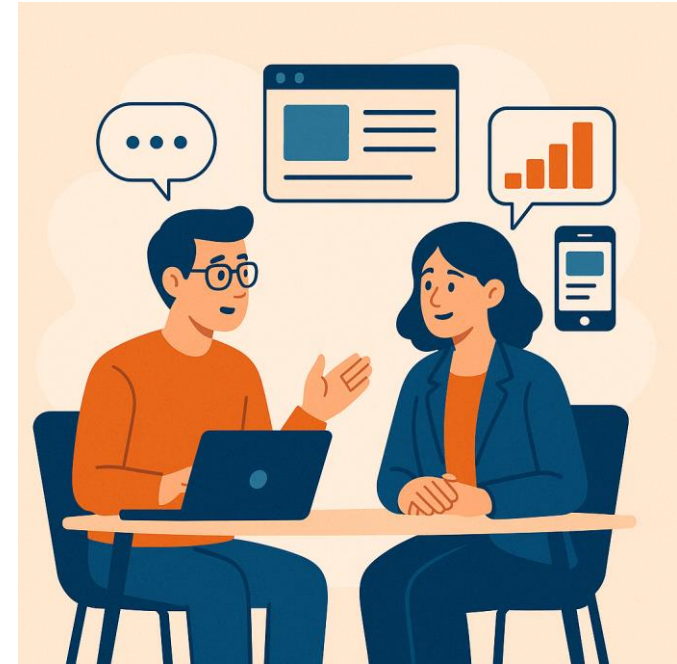
Sähköpostimarkkinointi

- Sähköpostimarkkinointi on tehokas tapa pitää yhteyttä asiakkaisiin ja myydä lisää palveluja.
- Tässä osassa käsitellään sähköpostimarkkinoinnin roolia asiakassuhteiden ylläpidossa ja liiketoiminnan kasvattamisessa.
- Hyvin suunnitellut sähköpostikampanjat voivat lisätä myyntiä.
- Rohkaisemme yrityksiä luomaan sisältöä, joka ei ole vain myyntiä, vaan myös asiakasarvon tuottamista.



Tekoälyn käyttö

- Tekoäly tarjoaa lukemattomia mahdollisuuksia yrityksille ja on noussut tärkeäksi avuksi monen yrityksen toimintaa.
- Tässä osassa autamme yrityksiä tunnistamaan, kuinka tekoäly voi helpottaa ja tehostaa yrityksen prosesseja.
- Yrityksille tarjotaan esimerkkejä tekoälyn hyödyntämisestä omassa liiketoiminnassa ja aiemmin kartoituksessa käsitellyissä asioissa.



Digikartoitukset hankkeen jälkeen

- Hankkeen päätyttyä, kun asiantuntijasparrauksia ei enää ole tarjolla, Linnan Kehityksen omat asiantuntijat tarjoavat lisää ratkaisuja ja vinkkejä digikanavien kehittämiseen.
- Yrityksen kanssa voidaan sopia uusi tapaaminen, jossa käydään läpi edistymistä. Digikartoitustapaamisessa voidaan antaa kotitehtäviä, joita käsitellään seuraavassa tapaamisessa.
- Digikyyti-hankkeen aikana on luotu verkosto pätevistä asiantuntijoista, joiden palveluja voidaan suositella, kun yrityksessä tarvitaan erityisosaamista digikanavien tueksi.

