

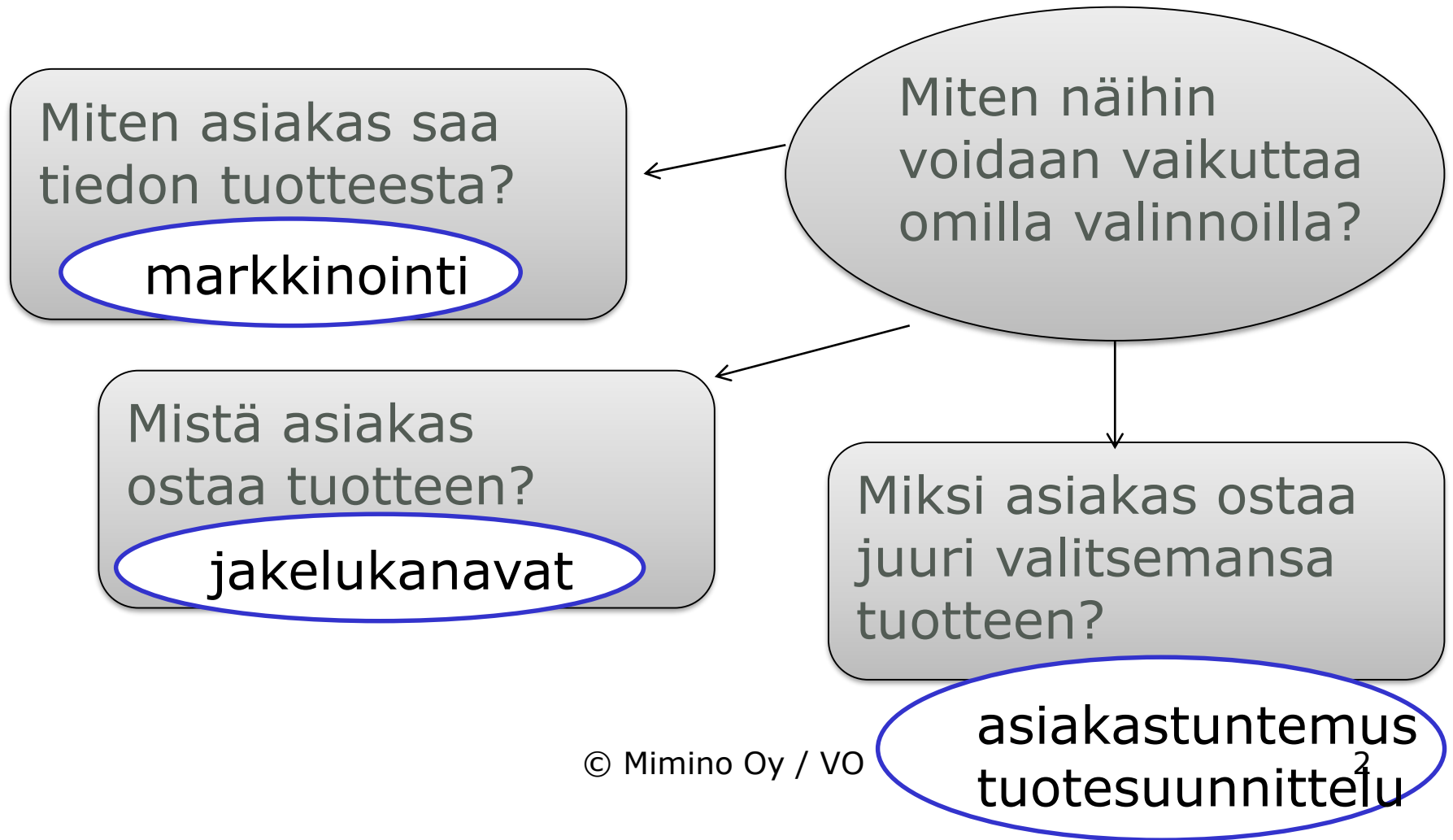
# Mainonta ja markkinointi Venäjällä - kuluttaja-asiakkaat

24.10.2017 Hämeenlinna

Virve Obolhogiani  
Mimino Oy



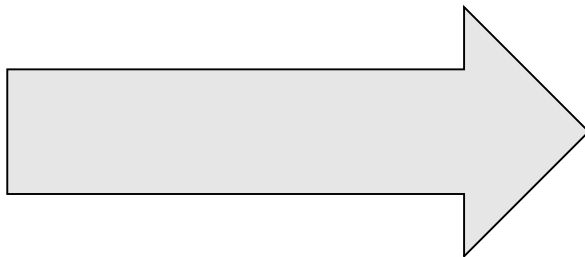
# Tavoitteena tuotteen myynti venäläiselle asiakkaalle



# 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
- mainonnan erityispiirteet Venäjällä
- markkinointikanavat Venäjällä ja niiden menestyksekkäs 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

- yhteiskunnan nopeat muutokset > tarpeet muuttuvat
- yhteiskunnan rakenne > erilaiset kuluttajat
- pitkät jakelukanavat
- kasvava trendi: internet (esim. suorat varaukset matkailussa, verkkokauppa)

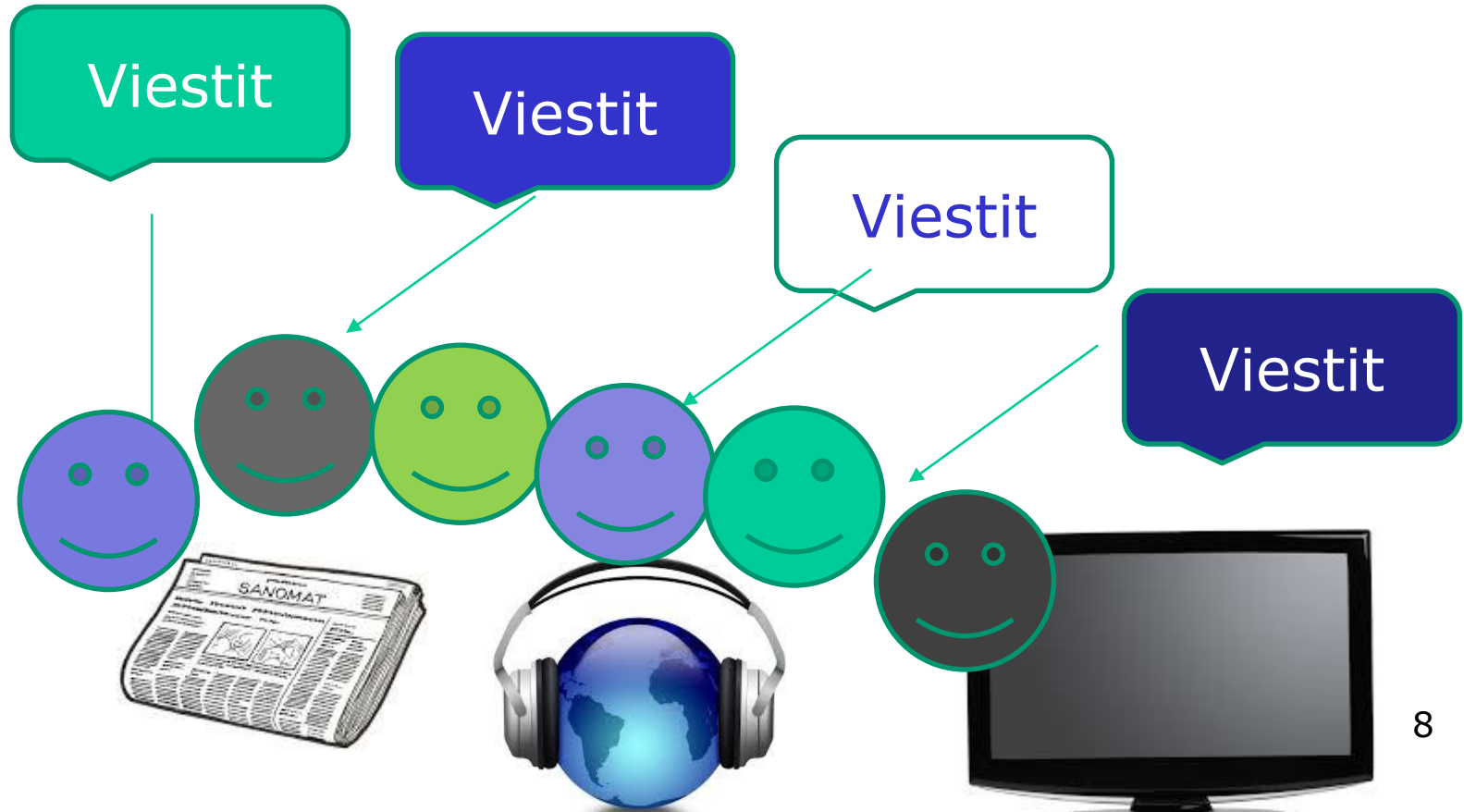
> Minkälaisia haasteita erityispiirteet asettava ulkomaisille yrityksille?

# Segmentoinnin merkitys

- segmentointikriteerit asiakasryhmien erottamiseksi
- ostokäyttäytymisen erot
- mitkä kohderyhmät ovat yritykselle luontaisia, missä vahvuusalueet (vrt suomalaiset kohderyhmä < > venäläiset kohderyhmät)
- mitkä kohderyhmät ovat tavoitettavissa
- missä kohderyhmissä on potentiaalia

# Kohderyhmät

- erilaiset viestit eri kohderyhmille
- kohderyhmien tavoitettavuus eri kanavissa





# Ostopäätöksiä ohjaavat tekijät 1

- tärkeitä omat kokemukset (tuttu kauppa / tuote > lojaalisuus, tunnesiteet)
- käytettävissä olevat tulot > < palkka
- syy ostaa tuotteita / palveluita Suomessa: laatu (luotettavuus) / hinta / saatavuus
- hinta-, merkki- ja laatutietoisia
- tiedon saatavuus



# Ostopäätöksiä ohjaavat tekijät 2

- kulutustrendit: yksilöllisyys, venäläiset traditiot nousevat suosioon (historia, tuotemerkit), elämää helpottavat tuotteet, pelillisuus, pilvipalvelut, uudet teknologiat
- merkkituotteiden käyttö
- uusi brändi, erilaisuus, korkeatasoisuus > saa kertomaan tuttaville
- hintojen vertailu, kuluttajansuoja
- erilaiset kuluttajat: tarpeellisen ostajat >< uusriikkaat (hinta - status), nuoriso

# Mainonnan erityispiirteitä

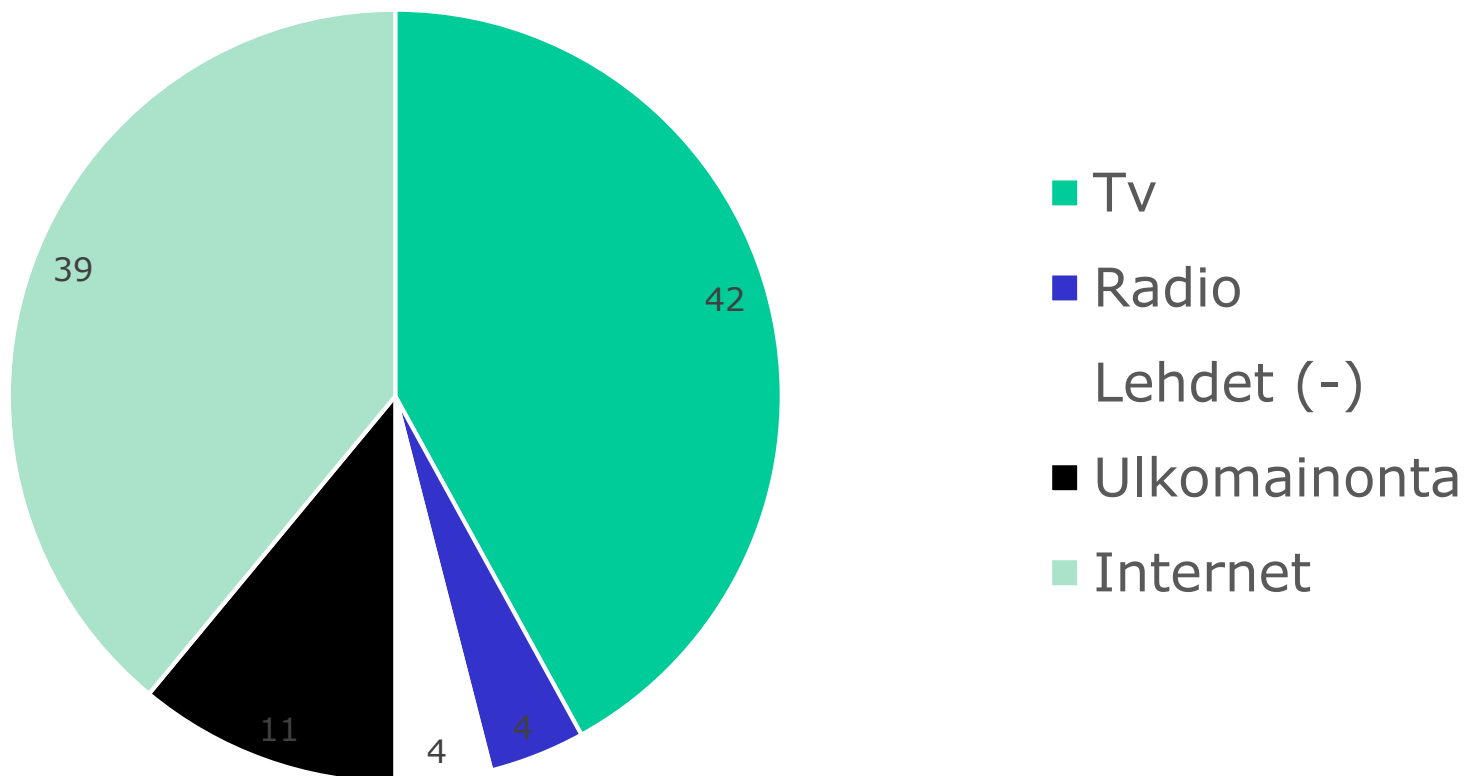
- viidakkorumpu tehokkain markkinointiväline, tuttujen suosituksiin luotetaan
- internetin merkitys kasvanut > suositukset blogeissa, keskustelupalstoilla ym
- suuri maa: alueellisten kanavien merkitys < > valtakunnallinen markkinointi
- viestin lokalisointi: kulttuurierot + käänös
- mainonta on rohkeampaa,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

# Viestinnän muodot ja tavoite

- eri muodot: oma viestintä, maksettu markkinoitinviestintä, ansaittu näkyvyys
  - yleisen tunnettuuden lisääminen: yritys, brändi, tuote
  - tuotteen myynnin edistäminen
- 
- miten määritellään tavoitteen saavuttaminen
  - tavoitteen mitattavuus

# Mainoskanavat 2017 (01-06)

lähde: AKAR, [www.akarussia.ru](http://www.akarussia.ru)



# Mainoskanavien käytön muutokset

lähde: AKAR, [www.akarussia.ru](http://www.akarussia.ru)

	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

- tavoittaa laajan yleisön
- suurimmat 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

# Radio

- hyvä tavoitettavuus, valtakunnalliset kanavat, alueelliset kanavat
- kohdennus esim. Moskovan / Pietarin autoilijat, nuorten suosimat kanavat
- Radiokanavia: Russkoje radio, Evropa plus, Avtoradio (Moskova), , Shanson, Retro FM, Dorozhnoje radio (Pietari) , Suomessa radio Sputnik
- alkoholi- ja tupakkamainokset radiossa kielletty, olutmainonta kielletty klo 9-24
- tuotteet: tapahtumat, myymälät ym (alueellisuus)



# Printtimedia

- sanomalehdet
- aikakauslehdet, ulkomaisten lehtien tulo 1990-luvulla
- toimialojen omat lehdet
- talouslehdet päättäjille
- esitteet
- lehtien lukemisen vähentyminen

# Ulkomainonta

- kaupungeissa: kaduilla, talojen seinissä
- tienvarsimainokset
- elokuvateatterit
- ulkomainonnan osuus Venäjällä suurempi kuin länsimaissa
- päätösten impulsiivisuus



Mimino Oy / VO



# 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](https://issuu.com/co-tour/docs/sahkoinen_markkinointi_venajalla)

# Muut menekin edistämistoimet

- näyttelyt, messut, workshopit
- tuotepakkaukset, myymälämarkkinointi  $\geq$
- esitteiden katujakelu
- telemarkkinointi
- hyväntekeväisyys ja sponsoritoiminta (urheilu, kulttuuri, tapahtumat)
- suhdetoiminta: kumppaneiden muistaminen juhlapäivinä, osallistuminen yhdistysten toimintaan
- tiedotusvälineiden tutustumiskäynnit
- yhteistyö (kunta, maakunta, Suomi, pohjoismaat, Eurooppa)

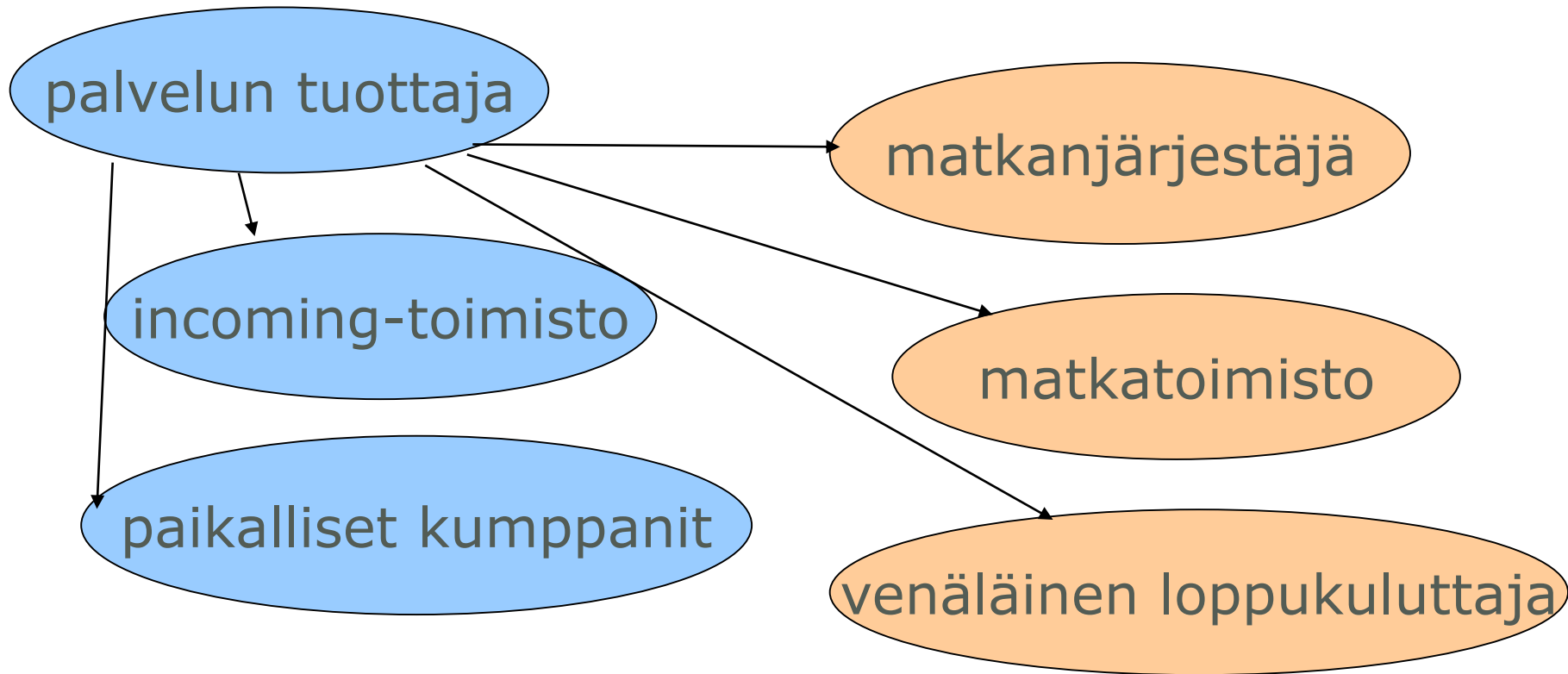
# Mainonnan tulosten arviointi

- tv: kanavan / ohjelman katsojaluvut, katsojaprofiilit > tavoitetut kohderyhmät
- radio: kanavan / ohjelman kuuntelijaluvut, kuuntelijaprofiilit
- lehti: levikki, lukijat / lehti, lehden elinkaari, lukijaprofiilit
- mainoksen hinta / saavutettu lukija / katselija
- saavutetun tuloksen arviointi ROI (return on investment): käytetty budjetti > saavutettu myynti / lisämyynti

# 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)

# Jakelukanavat, esimerkkinä matkailu > vaikutus hinnoitteluun



# Onnistut Venäjän markkinoilla, kun

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



Kiitos mielenkiinnosta!  
Spasibo – Спасибо!

Virve Obolgogiani  
Puh. 040 7674212  
[www.mimino.fi](http://www.mimino.fi)  
[vo@mimino.fi](mailto:vo@mimino.fi)