SUOMEN 118

Suomen **118** | ASIAKASLEHTI

HAKEMISTON KAUTTA HAKUKONEEN IMUUN

s. 6-8

Google kannustaa verkkomarkkinointiin

ISKU

ISKUN UUSI TRENDIKÄS LINJA PUREE s. 13

OP-Pohjola

OP-POHJOLA KILPAILEE SUOMALAISIN KEINOIN s. 14-15

asiakastieto.fi

LAAJUUTTA HAKEMISTOON: Yhteistyössä **Viestintävirasto** ja **Suomen Asiakastieto** s. 27

Susanna Laine ja Elina Viitanen s. 18-21

BB:N SUPER KAKSIKKO

AVAINSANANA NETTISUKUPOLVI

Viimeisten kahdeksan vuoden aikana netistä on tullut nykyihmisen tietosanakirja, puhelinluettelo, äärettömän laaja tuotekatalogi, viihdepalvelu ja turvaverkko.

Tilastokeskuksen mukaan joka toinen suomalainen käyttää nettiä useita kertoja päivässä, ja yksi yleisimmistä käyttötavoista on tuote- ja palvelutietojen haku. Tehokkaan tiedonhaun perustana on netin tietosisällön järjestely hakupalveluiden avulla. Aktiivinen netin käyttäjä hakee lähes kaiken etsimänsä tiedon hakusivustojen kautta; Google listaa hakutermeihin sopivat nettisivut – Suomen 118 löytää hakusanojen avulla yritykset, tuotteet ja palvelut. Jos yritys ei löydy netistä, suuri osa potentiaalisista asiakkaista menetetään kilpailijalle, jonka nettinäkyvyys on kunnossa.

Suomaisyrittäjät tunnistavat netin tehokkaaksi markkinointikanavaksi, mutta kaikkia sähköisen markkinoinnin mahdollisuuksia ei vielä osata hyödyntää. Tässä lehdessä paneudumme tiiviisti verkkomarkkinointiin, jonka keskiössä ovat hakemistot ja hakukoneet. Omasta verkkomarkkinoinnistaan ja sen merkityksestä yrityksen liiketoimintaan kertovat Suomen 118 -palvelun asiakkaat **Iskun toimitusjohtaja Markku Leskinen** (s. 13), **OP-Pohjolan markkinointijohtaja Heli Jimenez** (s. 14-15) ja **Turun yliopiston viestintäjohtaja Maija Palonheimo** (s. 16-17). Suomalaisen verkkomarkkinoinnin yleistilannetta ja netin vaikutusta ostopäätöksen syntyyn avaa sähköisen liiketoiminnan asiantuntija **Googlen toimialajohtaja Ari Ojansivu** (s.6-8). Verkkomarkkinointipäätösten kannalta on tärkeää myös ymmärtää hakupalveluiden toimintaa, jota avaa Suomen 118:n tietojärjestelmäasiantuntija sivulla 9.

Verkkonäkyvyyden merkitys tulee kasvamaan vielä vahvasti. Verkkomedia vakiintuu osaksi yritysten markkinointisuunnitelmia, viestintään tullaan tehostamaan verkon kautta ja yhä useampi yritys lisää myyntitehoaan verkkokaupan avulla. Suomalaisyritysten potentiaalisten asiakkaiden heterogeenistä kohderyhmää yhdistää netti. Tämän päivän ja tulevaisuuden kuluttaja kuuluu nettisukupolveen.

Jenni Jantunen
Päätoimittaja

s. 16
ISKU

"Myös Suomessa on herätty siihen, että ihmiset käyttävät aikaa netissä ja verkkomarkkinoinnilla on todellista merkitystä bisnekselle", Googlen Ari Ojansivu selvittää.

s. 16
Google

4 AJANKOHTAISTA

6 HAKEMISTON KAUTTA HAKUKONEEN IMUUN
Googlen toimialajohtaja Ari Ojansivu kertoo hakukoneiden ja hakemistojen positiivisesta symbioosista, ja kannustaa verkkomarkkinointiin.

9 TIETOJÄRJESTELMÄASIANTUNTIJAN PALSTA

10 HAKEMISTON MITATTAVISSA OLEVA HYÖTY VAKUUTTAA

12 MEIDÄN ASIAKKAAMME
Suomen 118:n asiakkaat kertovat asiakkuudestaan ja omasta toimialastaan.

13 Iskun uusi trendikäs linja puree
Iskun uusi suunta tarkentui Nokiasta Isku Kodin toimitusjohtajaksi siirtyneen Markku Leskisen johdolla.

14 Netti lisää pankkipalveluiden kilpailutusta
OP-Pohjola kilpailee muutoksessa suomalaisin keinoin. Toimintaa ohjaa asiakaslähtöisyys ja netin hyödyntäminen.

16 Turku – Euroopan kulttuuripääkaupunki 2011
Turun yliopisto vahvasti mukana kulttuurivuoden tapahtumissa.

18 SYKSYN NÄKYVIMMÄT TV-PERSOONAT: BB-JUONTAJAT SUSANNA JA ELINA
Haastattelussa juontajakaksikko Susanna Laine ja Elina Viitanen.

22 SUOMEN 118:N LUOTTOTIETORAPORTTI PALVELEE YRITYKSIÄ JA YKSITYISHENKILÖITÄ
Suomen 118 tarjoaa luottotietoraportit yhteistyössä Suomen Asiakastieto Oy:n kanssa.

23 SUOMEN 118 MAAILMALLA

24 NOUSUSSA NYT
Mitä ihmettä – hakemistosta löytyy kaikkea

26 YKSITYISHENKILÖIDEN YHTEYSTIETOREKISTERI KIINNOSTAA

27 SUOMEN 118 ON AVAINLIPPUTUOTTEIDEN AATELIA

s. 18
Haastattelussa BB-juontajat Susanna Laine ja Elina Viitanen.

Suomen 118 Asiakaslehti

Julkaisija:
Suomen 118
julkaisut@suomen118.fi
www.suomen118.fi
PL118, 00211 Helsinki

Päätoimittaja:
Jenni Jantunen

Toimitus:
Endora Oy

ISSN:
1799-8271 *(painettu)*
1799-828X *(verkkojulkaisu)*

SUOMEN 118:N UUTISIA

Suomen 118 palkitsee asiakkaita UrbanTool-tuotteilla

Suomen 118 asiakaskampanjoissa tuotelahjoina UrbanTool-tuotteita.

Suomen 118 on tarjonnut useita asiakaskampanjoita yhteistyössä Urban Toolin kanssa ja yhteistyötä jatketaan tulevaisuudessakin. Kampanja-aikoina tietyn tuotepaketin ostajat saavat kaupanpäälliseksi Urban Toolin työ- ja liike-elämään suunniteltuja BusinessHolstereita, joista on saatu paljon hyvää palautetta.

Urban Tool on vasta Suomeen rantautunut keskieurooppalainen menestysmerkki, jonka tuotevalikoimasta löytyy varusteet monipuolisesti työelämään, vapaa-aikaan ja urheiluun. BusinessHolster on etenkin liike-elämän tarpeisiin suunniteltu käytännöllinen ja tyylikäs liivi, jonka avulla tärkeiden tavaroiden mukana kuljettaminen on huomaamatonta ja helppoa.

Suomen 118 panostaa jatkossakin asiakaskampanjoihin. Kaupanpäällisten lisäksi luvassa on entiseen tapaan tarjouskampanjoita ja muita etuja.

urban tool®

Yhteistyössä Viestintävirasto

Verkkotunnustiedot SUOMEN 118:STA

Suomen 118 on laajentanut palvelutarjontansa kattamaan myös yritysten nimiin rekisteröidyt fi-verkkotunnukset. Verkkotunnustiedot tuotetaan yhteistyössä Viestintäviraston kanssa.

Suomen 118 ja Viestintävirasto ovat solmineet yhteistyösopimuksen, jonka mukaan Suomen 118:n yritystiedoista löytyy yrityksen yhteys-, palvelu- ja tuotetietojen lisäksi myös yrityksen nimiin rekisteröidyt fi-verkkotunnukset. Verkkotunnuslistojen julkaisu hakemistossa on palvelun käyttäjille selkeä lisäarvo – palvelulaajennuksen myötä on helppo selvittää millaisia verkkotunnuksia yrityksillä on, minkä yrityksen verkkosivusta on kysymys tai kuka on verkkokaupan tai muun verkkopalvelun tarjoaja.

KENEN PALVELUA KÄYTÄN?!

Sähköisen markkinoinnin ja verkkonäkyvyyden merkityksen kasvaessa verkkotunnuksiin kiinnitetään entistä enemmän huomiota. On tavallista, että yrityksellä on useita verkkotunnuksia ja nettisivuja, joilla tuodaan selkeyttä tuote- ja palveluvalikoimaan. Etenkin monella eri toimialalla toimivien yritysten on helpompi jakaa palvelutarjonta useammalle sivustolle. Verkkotunnuslistojen pituutta lisäävät myös verkkokaupat, tuote- ja palvelunimet sekä nimistä tehtävät muunnokset. Jos yrityksen nimessä on väliviiva, rekisteröidään verkkotunnus yleensä sekä väliviivalla että ilman. Samoin ääkkösiä sisältävien verkkotunnusten rinnalla toimii lähes aina a:lla ja o:lla korvatut versiot.

Verkkotunnuksen omistajan voi selvittää Suomen 118:sta vaivattomasti. Tieto löytyy helposti, sillä verkkotunnukset toimivat Suomen 118:ssa hakusanoina. Verkkotunnustiedot tarjotaan maksuttomana lisäpalveluna helmikuusta 2011 lähtien.

.fi

Suomen 118 finns också i Sverige

118-palvelukonseptin kansainvälisyyttä laajennetaan jälleen. Seuraava kohdemaa on Ruotsi.

Suomalaisella verkkopalvelu- ja ohjelmisto-osaamisella on kysyntää myös kansainvälisesti. Tehokkaasti hakukoneoptimoidut ja toiminnallisuudeltaan erinomaiset hakemistot on huomioitu myös kansainvälisillä markkinoilla ja etenkin muissa Pohjoismaissa sekä Keski- ja Länsi-Euroopan maissa on kysyntää valmiille verkkomarkkinointikonsepteille. Suomen 118 -palvelun etuna kansainvälisille markkinoille laajentumisessa on helposti monistettava palvelukokonaisuus, joka voidaan räätälöidä maakohtaisten vaatimusten mukaiseksi.

Suomen 118 laajennussuunnitelmien seuraava kohdemaa on Ruotsi. Ruotsissa palvelukonseptin kilpailuetuina ovat sisällön laajuus sekä tehokkaat ja monipuoliset hakuominaisuudet. Myös samojen hakukoneiden arvostaminen helpottaa uudelle markkina-alueelle siirtymistä.

Lisätietoa kansainvälisille markkinoille suuntaamisesta sivuilla 22–23.

Entistä laajempi yhteistyö Suomen Asiakastiedon kanssa

Suomen 118:sta lisäpalveluna yritysten luottotietoraportit.

Suomen 118 ja Suomen Asiakastieto Oy jatkavat monivuotista yhteistyötään entistä laajemmalla sopimuksella. Uuden sopimuksen myötä Suomen 118 julkaisee lisäpalveluna myös yritysten luottotietoraportit. Raportit sisältävät yrityksen perustiedot, liikevaihtoluokan, henkilöstömäärän, historiatiedot ja mahdolliset maksuhäiriöt sekä kuulumisen ennakonperintärekisteriin, alv-velvollisten rekisteriin ja työnantajarekisteriin.

Luottotietojen löytyminen suoraan Suomen 118 -palvelusta tehostaa hakemiston hyötyjä kilpailu- ja markkinatilanne kartoituksen tukena sekä helpottaa uusien yhteistyökumppaneiden ja asiakkaiden analysointia. Raportit tarjotaan yhteistyössä Suomen Asiakastieto Oy:n kanssa, joka on johtava yritysjohdon, riskienhallinnan sekä myynnin ja markkinoinnin tietopalveluja tuottava yhtiö Suomessa.

Sivulla 21 Suomen Asiakastieto Oy:n asiakaspäällikkö Jaakko Nors kertoo, miten luottotietoraportti toimii osana yrityksen ja yksityishenkilön riskinhallintaa.

asiakastieto.fi

Yksityishenkilöiden yhteystietorekisteri kiinnostaa

Suomen 118:sta haetaan myös yksityishenkilöiden tietoja.

Yksityishenkilöiden käytössä olevat rekisterit ja yhteisöpalvelut ovat lisänneet kiinnostavuuttaan. Tilastokeskuksen tutkimuksen (Tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2010) mukaan yhteisöpalveluihin rekisteröityminen on suurinta 16–34-vuotiaiden keskuudessa. 35–44-vuotiaista rekisteröityneitä oli vain 44 prosenttia kun 16–24-vuotiaista vastaava luku oli 83 ja 25–34-vuotiaista 76 prosenttia.

Suomen 118 yksityishenkilöiden yhteystietorekisteriä käytetään pääsääntöisesti yhteystietojen hakuun. Puhelinnumerot ja osoitetiedot löytyvät hakemiston kautta maksutta, myös tietojen lisääminen on yksityishenkilöille ilmaista. Suomen 118 yksityishenkilöiden yhteystietorekisterin käyttäjäprofiilin arvioidaan eroavan yhteisöpalveluiden perusikäluokasta suuresti, sillä moni yritysasiakas rekisteröi henkilökuntansa tiedot yksityispuolellekin asiakkuuden aikana.

Hakemiston kautta HAKUKONEEN IMUUN

Googlen toimialajohtaja Ari Ojansivu puhuu Suomen 118 haastattelussa suomalaisten yritysten verkkomarkkinointitietoisuudesta sekä hakukoneiden ja hakemistojen tiiviistä symbioosista. Monelle yritykselle verkkomarkkinoinnin perustana on hakukonenäkyvyys, joka saavutetaan tehokkaasti hakemistoyhteistyön kautta.

Paljon kävijöitä houkuttelevat, laajan tietosisällön ja runsaan linkityksen omaavat nettisivustot arvostetaan hakukoneiden hakutuloksissa korkeimmille sijoituksille. Tuotteita ja palveluita etsivälle netin käyttäjälle oleellisin tieto löytyy kuitenkin usein pk-yritysten nettisivuilta, joiden kävijämäärät, linkitykset eikä sisältö pysty kilpailemaan verkkonäkyvyydestä ilman tehokasta markkinointia. Jos yritystä, tuotetta tai palvelua ei löydy netistä, korvaava kilpailija varmasti löytyy.

Googlen toimialajohtaja Ari Ojansivun mukaan suomalaiset ovat omaksuneet verkkomarkkinoinnin kanavat muita pohjoismaita hitaammin. Taustalla vaikuttaa mm. Suomen nuori markkinointikulttuuri. Tilanne on kuitenkin parantunut paljon ja verkkomarkkinointi on vahvassa nousussa.

- Myös Suomessa on herätty siihen, että ihmiset käyttävät aikaa netissä ja verkkomarkkinoinnilla on todellista merkitystä bisnekselle. Ymmärrys tulee ihan siitäkin, että markkinointipäättäjät itse ovat omaksuneet netin käytön päätöksenteon tukena ja huomaavat miten käyttäytymisen muutos on tapahtunut, Ojansivu selventää.

HAKEMISTOSTA KAIKKI IRTI!

Suomen yrityskanta koostuu lähes sataprosenttisesti pienistä ja keskisuurista yrityksistä. Yli 90 prosenttia yrityksistä työllistää alle kymmenen henkilöä. Jos yrityksellä ei ole omia nettisivuja tai sivujen kävijämäärät ovat pienet, on hakemistojen tarjoama näkyvyys yrityksen verkkonäkyvyyden perusta. Toisaalta myös suurten yritysten täytyy kilpailla sijoituksista. Jos yrityksen tuotteet ja palvelut eivät löydy kohderyhmien käyttämien hakukanavien kautta, menettää yritys markkinoitaan muille.

- Kun katsoo pienempien yritysten hakutuloksia, niin näkee, että hakemistot ovat tärkeässä roolissa. Hakemistonäkyvyydellä taataan yleensä aikalailla hyvät sijoitukset hakukonehaussa, Ojansivu toteaa.

Hakemistonäkyvyydestä on hyvä ottaa kaikki irti. Suomen 118 -palvelun satoja tuhansia linkkejä sisältävä, hakusanojen ja asiakokonaisuuksien mukaan järjestelty ja paljon kävijöitä houkutteleva sivusto tarjoaa yrityksille erinomaisen kanavan tuoda tuotteet, palvelut, tarjoukset ja yhteystiedot esille. Hyvin suunniteltu hakusanavalikoima, tuote-esittelyt ja tarjoustiedot helpottavat yrityksen nousemista hakukoneen listalle.

- Suomessa on muutamia yrityksiä, jotka ovat syntyneet verkkoon ja tekevät asioita todella hyvin. Mutta sitten on iso massa, joka on hämmästyttävän tietämätöntä verkkomarkkinoinnin perusasioista. Välillä hämmästyttää miten paljon perustyötä on jäljellä, Ojansivu pohtii suomalaisyritysten tilannetta.

- Jos käännetään asetelma toisinpäin niin vähän karrikoidusti voidaan sanoa, että jos yritys ei näy netissä, sitä ei ole tavallaan olemassa, Ojansivu kuvailee.

HAKUKONEIDEN JA HAKEMISTOJEN SYMBIOOSI

Hakukoneet ja hakemistot mielletään usein virheellisesti päällekkäisiksi ja toistensa kanssa kilpaileviksi markkinointikanaviksi. Yrityksen verkkonäkyvyyden kannalta tehokkaasti hakukoneoptimoitu hakemisto nostaa yrityksen sijoitusta hakukoneen luonnollisissa hakutuloksissa ja hakukoneelta suoraan hankittu näkyvyys tuo yrityksen esille myös hakukoneen mainospaikoilla. Hakemistojen ja hakukoneiden palvelut paitsi tukevat toisiaan myös tehostavat toistensa toimintaa.

- Hakemistot tuottavat sellaista sisältöä, joka nousee hakukoneissa, ja me taas toisaalta tuomme näkyvyyttä hakemistoille, Ojansivu kuvailee hakukoneiden ja hakemistojen symbioosia.

Ojansivu korostaa, että hakemisto auttaa pienempääkin yritystä löytymään tehokkaasti netistä, etenkin jos kyseessä on yritys, jolla ei välttämättä ole omia nettisivuja. Hän vertaa hakukoneiden ja hakemistojen näkyvyyttä muiden markkinointimedioiden positiiviseen vaikutukseen. Offlinemediat tehostavat nettihakuja – hakemistonäkyvyys sijoittumista hakutuloksissa.

> *Hakemisto auttaa pienempääkin yritystä löytymään tehokkaasti netistä.*
> *Ari Ojansivu,*
> Google Suomen Toimialajohtaja

- Mikään media ei ole saari, on meidän usein käyttämä sanonta. Näkyvyys eri markkinointikanavissa kiihdyttää hakujen määrää, esimerkiksi radiomainonta lisää hakuja. Tehokasta verkkonäkyvyyttä on, kun yritys löytyy sekä hakutuloksissa että mainospaikoilta. On hyvä, että huoltoasema löytyy molemmilta puolelta tietä, Ojansivu kuvaa.

- Ihmisillä on sellainen ajatus, että firmat jotka hoitavat asiansa hyvin näkyvät hakutuloksissa ja vielä aika hyvillä sijoituksilla. Oletetaan, että luotettava toimija tai tuote on ylhäällä hakutuloksissa, Ojansivu jatkaa.

Hyvin suunnitellulla verkkonäkyvyydellä on selkeä yhteys myös yrityksen imagon rakentumiseen. Näkyvyys tunnettujen ja eniten käytettyjen haku- ja hakemistokanavien sivuilla on paitsi tehokasta markkinointia myös keino profiloitua luotettavaksi yritykseksi, joka seuraa aikaansa.

94%

25-34-vuotiaista suomalaisista on hakenut netistä tavara- / palvelutietoja viimeisen 3 kk aikana.

Tilastokeskus

Perinteiseen markkinointiviestintään verrattuna hakemistojen yritystiedot koetaan useammin osaksi tiedotusta kuin mainontaa. Samaan tapaan kuin yrityksen nettisivut, hakemisto tuo esille yrityksen laajat tiedot tuote- ja palveluvalikoimasta yhteystietoihin.

OSTOPÄÄTÖS SYNTYY NETISSÄ

Tilastokeskuksen mukaan joka toinen suomalainen käyttää nettiä useita kertoja päivässä. Lokakuussa 2010 julkaistu Tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2010 -tutkimus osoittaa, että yleisimpiä netin käyttötapoja ovat sähköposti, verkkopankki ja tiedonhaku tavaroista ja palveluista. Tutkimustuloksista käy ilmi, että 16-24- ja 45-54-vuotiaista 80 % oli hakenut tietoa tavaroista tai palveluista viimeisen kolmen kuukauden aikana, 25-34-vuotiaiden ryhmässä luku oli 94 % ja 35-44-vuotiailla 84 %. Verkkonäkyvyyden merkitys on helppo ymmärtää lukujen valossa.

Myös Google tutkii aktiivisesti suomalaisten nettikäyttäytymistä. Ari Ojansivu kertoo, että Googlella on tutkittu mm. tiedonhakemista ja sen vaikutusta ostopäätöksen tekoon. Googlen tutkimukset tukevat Tilastokeskuksen tuloksia verkkonäkyvyyden vahvasta merkityksestä.

- Tutkimustemme mukaan 29 % suomalaisista tutkii verkossa ennen ostamista ja ostaa sen jälkeen tuotteen verkossa. 53 % tutkii verkossa, mutta ostaa kivijalkamyymälästä. Lukujen perusteella on selvää, että verkolla on hyvin ohjaava rooli ostettavan tuotteen valinnassa, Ojansivu kertoo.

Suomen 118 -hakemisto tavoittaa tehokkaasti suomalaisten netin käyttäjien laajan kohderyhmän. Sivustolta etsitään ensisijaisesti tietoa palveluiden tarjoajista, mutta myös monipuolinen, jatkuvasti päivittyvä tarjonta sää- ja ohjelmatiedoista uutisiin sekä yksityishenkilöiden yhteystietohakemisto lisää käyttäjien palvelu-uskollisuutta. Hakemiston käyttäjäprofiili vaihtelee nuorista, keski-ikäisiin ja vanhempiin tiedonhakijoihin, joille netti on usein ensisijainen tiedonhakukanava. Suomen 118 -palvelun hakukoneystävällisyyttä kehitetään jatkuvasti.

Tietojärjestelmäasiantuntija vastaa kysymyksiin

SUOMEN 118 -PALVELUSTA

Mitä on hakukoneoptimointi ja miten sitä hyödynnetään hakemistoissa?

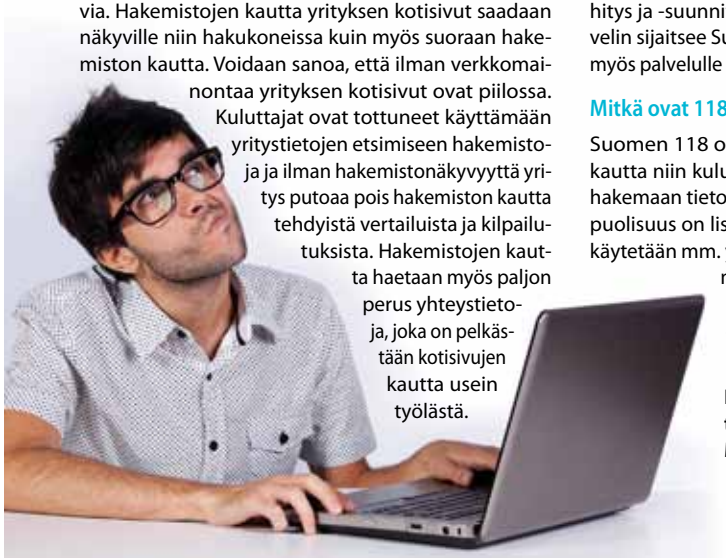
Hakukoneoptimoinnilla parannetaan sivustojen löytymistä hakukoneiden kautta. Tehokkaasti optimoitu sivusto on toteutettu teknisesti niin, että sivujen sisältö on hakukoneystävällisessä muodossa, jolloin sivusto nousee sisältöön liittyvissä hakutuloksissa korkeammalle. Hakutuloslistan sijoitukseen vaikuttaa monta eri tekijää, joista esimerkiksi sivuston käyttövolyymi, sisältö ja linkitykset ovat tärkeässä osassa. Suomen 118 -palvelun tarjonta on laaja ja hakukoneet löytävät paljon avain- / hakusanoiksi luokiteltavaa sisältöä, joka vastaa täsmälleen hakukoneen kautta tehtyjä hakuja. Tehokas hakukoneoptimoinnin hyödyntäminen varmistaa 118-palvelulle ja palvelun asiakasyrityksille erinomaisen näkyvyyden myös hakukoneiden hakutuloksissa.

Miksi Google löytää 118-palvelun ennen yrityksen omia kotisivuja?

Netin informaatiomassa on niin suuri, että hakukoneiden hakutuloksiin listautuu usein satoja ja jopa tuhansia hakuun sopivia sivustoja, ja yksittäisen yrityksen kotisivut hukkuvat helposti massaan. Suomen 118 -palvelun suunnittelussa on huomioitu hakukonenäkyvyyden merkitys ja tehokkaalla hakukoneoptimoinnilla saavutettu asema, joka nostaa palvelun sisällön ja asiakasyritysten yrityskortit hyvin esille myös hakukonehaussa.

Miksi yrityksen kannattaa ostaa hakemistonäkyvyyttä, jos yrityksellä on omat kotisivut ja ne löytyvät hakukoneen kautta?

Hakemisto on verkkomarkkinoinnin tärkeimpiä kanavia. Hakemistojen kautta yrityksen kotisivut saadaan näkyville niin hakukoneissa kuin myös suoraan hakemiston kautta. Voidaan sanoa, että ilman verkkomainontaa yrityksen kotisivut ovat piilossa. Kuluttajat ovat tottuneet käyttämään yritystietojen etsimiseen hakemistoja ja ilman hakemistonäkyvyyttä yritys putoaa pois hakemiston kautta tehdyistä vertailuista ja kilpailutuksista. Hakemistojen kautta haetaan myös paljon perus yhteystietoja, joka on pelkästään kotisivujen kautta usein työlästä.



Millaiset ovat 118-sivuston kävijämäärät ja miten määriä seurataan?

Suomen 118 sivuston kävijämääriä seurataan monien eri mittareiden kautta. Asiakasyritysten kannalta tärkein on yrityskohtainen kävijälaskuri, jonka avulla saadaan eriteltyinä yritykselle tärkeät statistiikat. Laskuri kertoo mm. kuinka monta kertaa yrityksen tietoja on palvelusta haettu, monta kertaa yrityskortti on avattu ja kuinka monta kertaa palvelusta on siirrytty yrityksen kotisivuille. Lukujen valossa yritysten on helppo arvioida palvelun hyöty ja suunnitella verkkomarkkinointia eteenpäin.

Mitkä ovat oleellisimmat asiat, joiden avulla yritys löytyy hyvin netistä?

Tärkeimpinä tekijöinä ovat kotisivut sekä hakemisto- ja hakukonenäkyvyys.

Mitä hyötyä hakusanamarkkinoinnista on?

Hakusanamainonnalla varmistetaan yrityksen löytyminen myös niissä tapauksissa, kun kuluttaja hakee tiettyä palvelua tietämättä tarkkaa yritystä. Hakusanojen avulla yritys nousee esille silloin, kun tietoa haetaan yrityksen toimintaan, palveluihin tai tuotteisiin liittyvillä määritetyillä haku- / avainsanoilla. 118-palvelusta tietoa haetaan yleisimmin tuotteella tai palvelulla ja hakua tarkennetaan esimerkiksi paikkakunnalla.

Kuinka suuri on Suomen 118 -palvelun kotimaisuusaste?

118 on 100 % suomalainen palvelu. Palvelu on toteutettu suomalaisten asiantuntijoiden toimesta, tuotekehitys ja -suunnittelu tapahtuvat Suomessa, myös palvelin sijaitsee Suomessa. Kotimaisesta laadusta kertoo myös palvelulle myönnetty Avainlippu-alkuperämerkki.

Mitkä ovat 118-palvelun edut?

Suomen 118 on tunnettu hakemistopalvelu, jonka kautta niin kuluttajat kuin yrittäjätkin ovat tottuneet hakemaan tietoa. Palvelun helppokäyttöisyys ja monipuolisuus on lisäarvo, joka näkyy käytössä – palvelua käytetään mm. yhteys-, yritys- ja palvelutietojen hakemiseen, karttapalveluiden etsimiseen ja uutisten lukemiseen. Yrityksille palvelu on kustannustehokas paikka olla esillä.

Kysymyksiin vastasi Suomen 118:n tietojärjestelmäasiantuntija Mikael Sorjonen.

Hakemiston **mitattavissa oleva**

HYÖTY VAKUUTTAA

Netissä yrityksen ensimmäinen haaste on olla potentiaalisten asiakkaiden löydettävissä.

Verkkomarkkinointi on kustannustehokas tapa lisätä yrityksen tuotteiden ja palveluiden tunnettuutta. Suurin osa suomalaisista tutkii ja vertailee tuotteiden ominaisuuksia ja palvelutarjontaa netissä ennen ostamista, ja yritys, joka ei näy netissä on ulkona kilpailusta. Hakemistopalveluiden avulla yritys tavoittaa tehokkaasti halutut kohderyhmät ja parantaa löydettävyyttään, mutta mitä kaikkea hakemistomarkkinoinnissa kannattaa ottaa huomioon?

HAKUSANOILLA VARMA NÄKYVYYS

Hakemistopalvelua valitessa kannattaa varmistaa, että näkyvyys sisältää hakusanamarkkinoinnin mahdollisuuden. Hakusanojen avulla yrityksen tiedot, tuotteet ja palvelut löytyvät paremmin sekä hakemistosta että hakukoneiden kautta. Suomen 118:ssa yleisin haku sisältää tuotteen tai palvelun sekä aluemääritteen. Parhaiten hauissa sijoittuvat yritykset, joiden hakusanavalikoima sisältää yrityksen tarjoamat tuotteet ja palvelut, toimipaikat ja -alueet sekä toimialalle tärkeimmät termit.

Suomen 118 -palvelun kaikki tuotepaketit sisältävät kattavat hakusanat, jotka määritetään asiakkaan toimialan ja yritystietojen mukaan valmiiksi sopimuskauden alussa. Yritys- ja hakusanatietoja voi päivittää koko sopimuskauden ajan maksutta yrityskohtaisilla käyttäjätunnuksilla. Palveluun kirjautumalla yritystiedot näkyvät lomakekenttinä, joiden sisältöä on helppo muokata. Suomen 118 asiakaspalvelu tarjoaa tarvittaessa neuvontaa ja tuotetukea tai vaihtoehtoisesti päivittää halutut muutokset puhelinkeskustelun tai sähköpostiviestin perusteella.

HYÖTYSUHDE TIETOON

Verkkomarkkinoinnin hyötynä on tarkasti mitattavissa oleva hyötysuhde. Nettisivujen kävijämäärät tilastoidaan ja klikkauksia seurataan. Laskureiden avulla sähköinen markkinointi on ainut selkeästi mitattavissa oleva markkinointimedia.

Suomen 118 -palvelussa toimii perinteisen sivustolaskurin lisäksi yrityskohtainen kävijälaskuri, joka kertoo kuinka monta kertaa yrityksen tietoja on haettu, yrityskorttia katsottu ja monta kertaa palvelusta on siirrytty yrityksen kotisivuille. Laskurin avulla yritys voi helposti laskea palvelun hyötysuhteen ja tarpeen mukaan kehittää hakemistonäkyvyyttään.

HAASTEENA PALVELUNTARJOAJAN VALINTA

Hakemistopalvelun valinnassa kannattaa sisällön ja ominaisuuksien lisäksi kiinnittää huomiota hinnoitteluun. Kaikki palvelun aiheuttamat kustannukset on hyvä tietää sopimuksentekovaiheessa.

Suomen 118 on täysin kotimainen, käyttö- ja sopimusehdoiltaan turvallinen ja asiakaslähtöinen palvelu, jossa on kiinteä vuosihinta. Kaikki sopimukset ovat määräaikaisia ja voimassa 12 kk. Kiinteä vuosihinta sisältää kaikki hakutulokset ja tietojen päivitykset, ja määräaikainen sopimus varmistaa, että jokaisesta saapuvasta laskusta on sovittu erikseen.

MIKSI SUOMEN 118 -NÄKYVYYS KANNATTAA?

Tunnettuus ja vakiintunut käyttäjäryhmä

Pitkään toiminnassa ollut palvelu on luotettava ja netin käyttäjille tuttu. Suomen 118 on aktiivisesti käytetty tiedonhakukanava, jolla on erinomainen käyttäjävolyymi.

Tehokas näkyvyys hakusanojen avulla

Jokainen tuotepaketti sisältää hakusanamarkkinoinnin, jonka avulla yrityksen palvelut löytyvät myös hakukoneiden kautta. Markkinointi on helppo kohdistaa oikein, kun hakusanoina ovat yrityksen tuotteet ja palvelut.

Laajat tiedot aina ajan tasalla

Yhteystietojen lisäksi yritysten on mahdollista julkaista tietoa tuoteuutuuksista ja tarjouksista, muuttuneista aukioloajoista, meneillään olevista kampanjoista ja muista ajankohtaisista asioista. Yrityskohtaisilla käyttäjätunnuksilla tietojen lisääminen ja päivittäminen on helppoa ja nopeaa.

Yrityskohtainen kävijälaskuri

Yrityskohtainen kävijälaskuri kertoo kuinka monta kertaa yrityksen tietoja on haettu, yrityskorttia katsottu ja monta kertaa palvelusta on siirrytty yrityksen kotisivuille. Lukujen perusteella hyötysuhde on helppo määrittää.

Kiinteä hinta ja määräaikainen sopimus

Kiinteä vuosihinta sisältää kaikki hakutulokset ja tietojen päivitykset ja määräaikainen sopimus varmistaa, että jokaisesta saapuvasta laskusta on sovittu erikseen.

Ota yhteyttä!

Ota yhteyttä asiakaspalveluumme, kun haluat lisätietoja Suomen 118 -palveluista. Asiakaspalvelumme auttaa mielellään sopivan tuotepaketin valinnassa ja ottaa vastaan tilaukset.

Tutustu tuotevalikoimaan ja löydä yrityksellesi kannattavin näkyvyyspaketti:

Suomen 118 asiakaspalvelu:
0200 311 33 (arkisin 8-16), info@suomen118.fi

Kerro se kuvin

Suomen 118 peruspakettia laajempi versio tarjoaa laajemman ja näyttävämmän mahdollisuuden yrityksen esittelyyn

Palvelu sisältää:
- nimi, osoite, puhelin, faksi, palvelunumero
- yhteyshenkilöiden tiedot: nimi, puhelin, sähköposti
- kuvaus yrityksestä, tuotteista ja palveluista, ajo-ohje
- sähköposti- ja nettisivulinkit
- toimiala, hakusanat
- mahdollisuus lisätä kuvia, esim. logo, tuotekuvia yms.
- kymmeniä eri värivaihtoehtoja
- mahdollisuus muokata omia tietoja rajoituksetta
- **90 €/vuosi (alv. 0%)**

118 Verkkokaupat

118-verkkokauppatuote mahdollistaa tehokkaan näkyvyyden verkkokaupalle ja myyntituotteille

Palvelu sisältää:
- nimi
- linkki verkokauppaan
- toimiala
- yleiskuvaus
- tuotteet ja palvelut
- hakusanat
- kuva
- **120 €/vuosi (alv. 0%)**

118 Deluxe

118 Deluxe -paketilla nouset listojen kärkeen ja saat tehokkaan, kohdennetun markkinointiviestin asiakkaille

Palvelu sisältää:
- nimi, osoite, puhelin, faksi, palvelunumero
- yhteyshenkilöiden tiedot: nimi, puhelin, sähköposti
- kuvaus yrityksestä, tuotteista ja palveluista, ajo-ohje
- sähköposti- ja nettisivulinkit
- toimiala, hakusanat
- mahdollisuus lisätä kuvia, esim. logo, tuotekuvia yms.
- mahdollisuus muokata omia tietoja rajoituksetta
- **149 €/vuosi (alv. 0%)**

Business Class

Business Class-paketti on yritysmaailman ferrari: kaikki mitä tarvitset, jotta erotut eduksesi

Palvelu sisältää:
- nimi, osoite, puhelin, faksi, palvelunumero
- yhteyshenkilöiden tiedot: nimi, puhelin, sähköposti
- kuvaus yrityksestä, tuotteista ja palveluista, ajo-ohje
- sähköposti- ja nettisivulinkit
- toimiala, hakusanat
- mahdollisuus lisätä kuvia, esim. logo, tuotekuvia yms.
- mahdollisuus muokata omia tietoja rajoituksetta
- korostettu ulkoasu
- kotisivulinki ja logo heti hakulistauksessa
- automaattinen karttapalvelu
- yhteydenottolomake
- **239 €/vuosi (alv. 0%)**

SUOMEN 118 ASIAKKAAT KERTOVAT

Meidän asiakkaamme -osiossa 118-palvelun asiakkaat tuovat esille ajankohtaisia teemoja oman toimialansa erityispiirteistä, toimintatavoista ja markkinointipäätöksistä. Kalustekaupan uusista tuulista kertoo Nokiasta Isku Kodin toimitusjohtajaksi siirtynyt *Markku Leskinen* s. 13, pankkimaailman kilpailuasetelmia avaa OP-Pohjolan markkinointijohtaja *Heli Jimenez* s.14-15 ja Turun yliopiston vahvaa vaikutusta Turun kulttuurihistoriaan ja nykykulttuurin arvioi Turun yliopiston viestintäjohtaja *Maija Palonheimo* s. 16-17.

3 KYSYMYKSEN PIKAGALLUP

1. Kuinka tärkeää yrityksellenne on näkyä netissä?
2. Miksi valitsitte Suomen 118 -palvelun yrityksenne verkkomarkkinointiin?
3. Mitä tietoja haluatte ensisijaisesti tuoda esille netissä?

PARTURI-KAMPAAMO MARLEENA, IISALMI

Saila Remes

Nettinäkyvyys on tätä päivää, eli kyllä näkyminen ja kotisivut ovat todella tärkeät. Suomen 118 valittiin, koska se on yleisesti tunnettu ja pitkään toiminut palvelu. Palvelussa ei ole ollut valittamista. Tärkeimpänä esille tuotavana asiana meillä ovat palvelut. Eli mitä liike tarjoaa ja ylipäätään, että olemme olemassa.

INSINÖÖRITOIMISTO JANI KYRÖ, KOTKA

Jani Kyrö

Kyllä netissä näkyminen on tänä päivänä melko tärkeää. Suomen 118 -palvelun valitsimme, koska haluamme tavoittaa asiakkaiden laajan kohderyhmän. Ensisijaisesti esille halutaan tuoda yhteystiedot ja tietenkin yrityksen tarjoamat palvelut.

JYVÄSKYLÄN SEUDUN MATKAILU, JYVÄSKYLÄ

Maija Nurminen

Netissä näkyminen on ehdottoman tärkeää. Matkailun alalla ei voi olla poissa netistä. Suomen 118 on meille markkinoinnin lisäpalvelu, jonka avulla tavoitamme matkailijoiden laajaa kohderyhmää. Tarkoitus on, että tieto tavoittaa mahdollisimman monet. Netissä haluamme tuoda esille Jyväskylän seudun matkailutarjonnan yksityiskohtineen: palvelut, aukioloajat ja yhteystiedot.

Yhteistyössä vuodesta 2004

ISKUN UUSI TRENDIKÄS LINJA PUREE

Nokian Euroopan kännykkä- ja operaattorimarkkinoinnista vastannut ***Markku Leskinen*** *siirtyi taantumasta kärsineen Isku Kodin toimitusjohtajaksi syksyllä 2010. Nyt Isku Koti kasvaa selvästi alan keskiarvoa vahvemmin ja houkuttelee asiakkaita entistä trendikkäämmän valikoiman avulla.*

Syksyllä 2010 Markku Leskisen titteli vaihtui Nokia-johtajasta Isku Kodin toimitusjohtajaksi. Iskulla oli takanaan huono tilikausi, mutta uudistusten myötä suunta oli jo nousujohteinen. Valikoimaa oli muutettu trendikkäämpään suuntaan ja myymälöiden tarjonnassa näkyi uusi raikkaampi linja. Leskinen innostui perinteikkään ketjun tarjoamasta haasteesta ja ryhtyi työstämään Isku Kodin kasvua.

- Kun siirryin toimitusjohtajaksi, Iskussa oli jo hyvä trendi päällä. Tunnelma oli innostunut ja eteenpäin menevä - mitään hokkuspokkusta ei tarvittu. Terävöitettiin jo löytynyttä linjaa ja panostettiin taktisempaan markkinointiin, Leskinen kertoo omasta roolistaan muutoksessa.

- Nyt kasvamme nopeammin kuin toimialan keskiarvo. Olemme hyödyntäneet toimialan rajua myllerrystä ja haukanneet markkinoista hyvän palan. Alan keskimääräinen kasvu on siinä kuusi prosenttia, meidän lukumme on kaksinumeroinen, Leskinen toteaa vielä tyytyväisenä.

MALLISTO KOHDALLAAN

Isku on suomalainen huonekalualan perheyritys, jonka historia yltää yli 80-vuoden taakse. Tunnettu brändi on luotu korkean laadun, muotoilun, henkilöstön ammattitaidon ja asiakastyytyväisyyden varaan.

- Iskun brändi on hyvä ja tunnettu, sitä emme lähde muuttamaan. Isku Kodin kilpailuetuina ovat terävämpi linja, trendikkäämpi mallisto, taktisempi markkinointi ja huippumyyjät. Mallisto on nyt todellakin kohdallaan, Leskinen kertoo

VERKKOMARKKINOINNIN MERKITYS KASVUSSA

Uudistuneen Iskun tärkeimmät markkinointikanavat ovat mainosten suorajakelu, printtimedia ja Tv sekä entistä merkittävämpään asemaan noussut netti. Leskinen kertoo, että Iskulle on tärkeää mistä ja miten yrityksen tiedot löytyvät.

- On tärkeää, että Isku löytyy helposti netistä. Hakemistojen ja hakukoneiden tuloksissa sijoitus pitäisi olla ensimmäisellä sivulla ja mielellään vielä kolmen ensimmäisen joukossa, Leskinen listaa.

- Iskun markkinoinnissa panostetaan tarkkaan suunnitteluun mieluummin kuin volyymiin. Mielestäni verkkomarkkinoinnissa on tärkeintä hyvä ja asiakaslähtöinen konsepti, jonka mukaan markkinointikanavat ja yhteistyökumppanit valitaan, Leskinen jatkaa.

Suomen 118 on ollut Isku konsernin yhteistyökumppani vuodesta 2004. Palvelun avulla tehostetaan Iskun sijoittumista hakukoneiden ja hakemistohakujen tuloksissa ensimmäisten joukkoon.

Meidän asiakkaamme:
Isku Kodin Markku Leskinen kertoo

NETTI LISÄÄ PANKKIPALVELUIDEN KILPAILUTUSTA

Pankkipalveluiden kilpailuttaminen ja vertailu on netin kautta entistä helpompaa. Sekä yritys- että henkilöasiakkaat ovat hyvin tietoisia pankkialan toimijoista, ja kilpailuetu luodaankin tehokkaalla löydettävyydellä. OP-Pohjolassa ratkaisuna on ollut hakusanamarkkinointi.

Kuva: Leif Rosas

Pankkiala elää muutoksen aikaa. Pankkien tarjonta laajentuu vahvasti vakuutussektorille ja suuret vakuutusyhtiöt pyrkivät pankkimarkkinoille. Samaan aikaan haasteena on sähköisten palveluiden kehittäminen ja kilpailu verkkonäkyvyydestä.

Verkkomarkkinoinnin ja -viestinnän merkitys on kasvanut, kun entistä useampi asiakas tutkii tuote- ja palvelutarjontaa netissä ennen pankkineuvojan puoleen kääntymistä. Pankkien kannalta on tärkeää tavoittaa potentiaaliset asiakkaat silloin, kun tietoa haetaan asiasta, johon pankki tarjoaa ratkaisun.

OP-Pohjolan markkinointijohtaja Heli Jimenez kertoo, että viestintää ajatellen verkko on yksi tärkeimmistä medioista, ellei jopa tärkein.

HYÖTYÄ JA HAASTEITA VERKOSSA

OP-Pohjolassa toiminnan kulmakivenä on asiakaslähtöisyys. Kilpailutilanteen seurantaa tärkeämpään asemaan nousee asiakkaiden toiveiden ja tarpeiden seuranta, johon OP-Pohjolan tuote- ja palvelukehitys perustuu.

Johtava pankki on rakentanut menestystarinansa kehityshalukkuuden, suomalaisuuden ja monipuolisen palvelun varaan. Viime vuosina konsernissa on panostettu etenkin pankki- ja vakuutusasioiden kokonaisuuteen ja haettu vahvasti keskittäjäasiakkaita. Netin ja verkkopalveluiden hyödyntäminen on merkittävä kilpailuetu pankkimarkkinoilla. Jimenez kertoo, että netti tuo uusia mahdollisuuksia, mutta myös haasteita.

- Netin merkityksen kasvaessa olemme kehittäneet voimakkaasti sähköisiä palveluita siitä lähtökohdasta, että haluamme palvella asiakkaitamme mahdollisimman hyvin myös verkossa. Sekä henkilö- että yritysasiakkaat ovat halukkaita hoitamaan asioita verkon kautta ja meidän tarkoituksena on rakentaa verkkopalveluita, jotka helpottavat näiden asiakkaiden arkea.

Netti on tehnyt asiakkaista myös entistä tuote- ja palvelutietoisempia. Tiedonhaku on netin kautta helppoa, ja eri toimijoiden tarjoamat hyödyt tutkitaan tarkkaan. Vertailu kannattaa, sillä pankki- ja vakuutuspalveluiden hinnoittelussa on suuria eroja. Henkilöasiakkailla pankin valinnan määrää usein asuntolaina, yritykset kokevat pankkipalveluiden joustavuuden lisäarvona.

OP-Pohjola

- Emme ole tehneet tutkimuksia kuinka paljon asiakkaamme kilpailuttavat pankki- ja vakuutuspalveluja, mutta selvää on, että kilpailuttaminen ja vertailu on netin kautta entistä helpompaa. Aktiivisempi kilpailutus ei kuitenkaan ole näkynyt meidän asiakasmäärissä negatiivisesti. Meillä on yhteensä 4,1 miljoonaa yritys- ja henkilöasiakasta ja olemme johtava finanssiryhmä.

HAKUSANOILLA LÖYTYMINEN TÄRKEÄÄ

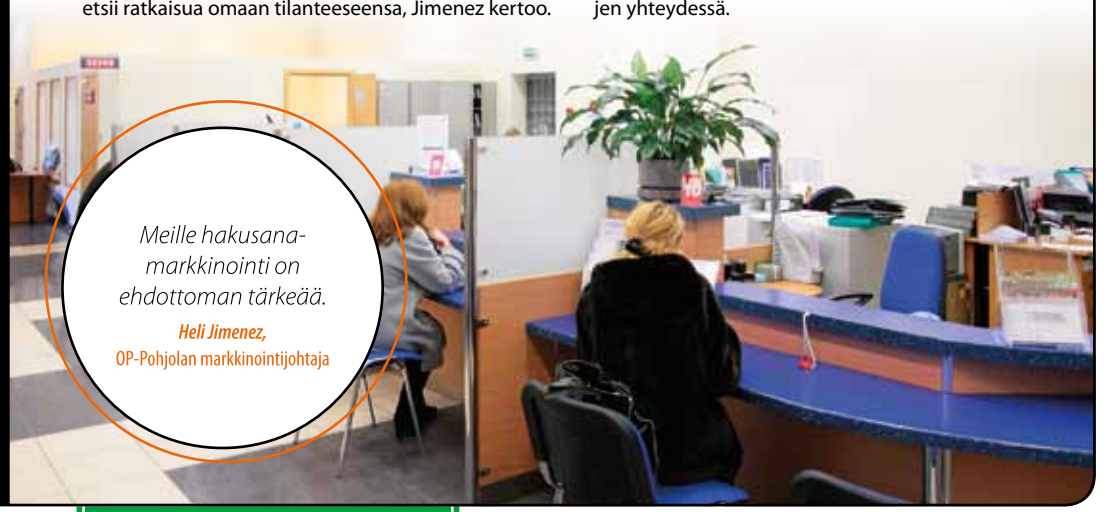
OP-Pohjolan valtakunnallinen markkinointi ja viestintä perustuu liiketoiminnan tukemiseen ja ainutlaatuisen pankki- ja vakuutuspalvelutiedon kokonaisuuteen. Tavoitteena on tuoda esille asiantuntijuus ja asiakaslähtöinen perustehtävä, joka on asiakkaiden taloudellisen menestyksen, turvallisuuden ja hyvinvoinnin edistäminen. Kokonaisuutta jokainen itsenäinen pankki täydentää omalla markkinoinnillaan. OP-Pohjolassa hakukoneiden ja hakemistojen merkitys on huomioitu. Verkkomarkkinoinnissa panostetaan siihen, että pankki- ja vakuutuspalvelut löytyvät asiakkaiden käyttämien hakukanavien kautta palvelutarjontaan liittyvien hakusanojen avulla.

- Meille hakusanamarkkinointi on ehdottoman tärkeää. Usein tietoa haetaan esimerkiksi asuntolainoista, rahoituksesta tai säästämisestä, harvemmin haku kohdistuu suoraan pankkiin. Haluamme, että meidän palvelut, yritys ja ryhmä on löydettävissä, kun asiakas etsii ratkaisua omaan tilanteeseensa, Jimenez kertoo.

Suomen 118 -hakemisto on Osuuspankkien pitkäaikainen yhteistyökumppani pankki- ja vakuutuspalveluiden markkinoinnissa. Jimenez kertoo, että hakemisto on verkkomarkkinoinnin kanava, mutta koetaan vahvasti myös osaksi hyvää asiakaspalvelua.

- Meidän näkemys OP-Pohjolassa on, että Suomen 118 -hakemiston avulla tehostetaan Osuuspankkien palveluiden löytymistä netistä. Hakemiston kautta tuodaan esille pankin paikallisuutta ja miten juuri tämä yksittäinen Osuuspankki esimerkiksi palkitsee asiakkaitaan. Koemme, että pankkipalveluiden helppo löydettävyys netissä on osa hyvää asiakaspalvelua, Jimenez kertoo hakemistomarkkinoinnista.

Suomen 118 -palvelun jokainen tuotepaketti sisältää laajat hakusanat, joiden avulla yritys sekä tuotteet ja palvelut löytyvät tehokkaasti sekä hakemistosta että hakukoneiden kautta. Hakusanojen avulla varmistetaan, että Osuuspankkien tarjonta löytyy paitsi pankki- myös vakuutuspalveluihin liittyvien hakujen yhteydessä.



Meille hakusanamarkkinointi on ehdottoman tärkeää.

Heli Jimenez,
OP-Pohjolan markkinointijohtaja

Meidän asiakkaamme:
OP-Pohjolan Heli Jimenez kertoo

Turun yliopisto näkyvästi mukana

TURKU – EUROOPAN KULTTUURIPÄÄKAUPUNKI 2011

Turussa vietetään kulttuuripääkaupunkivuotta, joka näkyy vahvasti tapahtuma- ja näyttelytarjonnassa. Turun yliopistolle osallistuminen kulttuuritarjontaan on tärkeää. Kulttuuripääkaupunkivuoden ohjelmaan kuuluu 155 erilaista hanketta, joista yli 50 tapahtumaa tarjotaan yliopiston kautta.

Turun valitseminen vuoden 2011 Euroopan kulttuuripääkaupungiksi yhdessä Tallinnan kanssa tuo koko Suomen matkailulle ja kulttuuritarjonnalle erinomaista näkyvyyttä. Turussa kulttuurivuoden lähtökohtana ovat kulttuurin sisällön laajuus ja monikulttuuriset kohtaamiset. Ohjelman toteutukseen osallistuu tuhansia toimijoita Turusta ja koko Suomesta, lisäksi mukana on paljon kansainvälisiä yhteistyökumppaneita ja esiintyjiä Euroopan alueelta.

TIEDE JA TAIDE KÄSI KÄDESSÄ

Kulttuurivuoden aikana Turussa järjestetään yhteensä yli tuhat tapahtumaa, jotka tuovat esille alueen kulttuurihistoriaa, suomalaista osaamista ja omaleimaisuutta. Tärkeänä toimijana on Turun yliopisto, jonka panostuksen myötä taiteiden, liikunta- ja hyvinvointikulttuurin ja ruokakulttuurin rinnalle nousee vahvasti myös tiedekulttuuri.

- Turun yliopiston kulttuuripääkaupunkivuoden ohjelman tarkoituksena on tehdä tiedettä tutuksi suurelle yleisölle. Järjestämme mm. kansainvälisiä konferensseja, luentoja, taidenäyttelyitä ja olemme mukana taiteilijoiden hankkeissa. Lisäksi yliopistolaiset osallistuvat useisiin kulttuuriprojekteihin työryhmän jäseninä ja asiantuntijoina, kertoo Turun yliopiston viestintäjohtaja **Maija Palonheimo.**

Yliopiston kulttuuriohjelmasta löytyy mm. maailmankaikkeuden 13,7 miljardin vuoden ikää ja kehitystä kuvastava 13,7 km mittainen Aikavaellusreitti, jonka varrelta löytyvät maailmankaikkeuden ja Maan kehityksen tärkeimpien tapahtumien nimet ja ajankohdat, When Life is Art. Kun elämä on taidetta. När livet är konst. -näyttely bio- ja lääketieteellisellä kuvantamisella syntyneistä kuvista ja Studia Litteria luentosarja, jossa 18 tunnettua suomalaiskirjailijaa kertoo luovan työnsä lähtökohdista ja taustoista. Tapahtuma-, näyttely- ja esitystarjonnan lisäksi yliopisto vaikuttaa kulttuuripääkaupunkivuoden taustalla tutkimalla ja arvioimalla vuoden merkitystä ja siitä aiheutuvia vaikutuksia.

- Yliopistolla on satojen vuosien historia sivistyksen luojana ja kulttuuri on tärkeä osa sivistystä. On luontevaa, että yliopiston rooli kulttuurielämässä on vahva, Palonheimo toteaa.

TARKKAA MARKKINOINTIPOLITIIKKAA

Kulttuurivuoden ohjelmatarjonnan markkinoinnissa Turun yliopisto luottaa nettiin. Samoin kuin yliopiston oma markkinointi myös ohjelmatarjonnan markkinointi hoidetaan pääasiassa nettisivujen ja oman sidosryhmälehden kautta. Kustannustehokkuus on markkinointipolitiikan punainen lanka.

- Yliopiston tärkein tiedotus- ja markkinointikanava on netti. Markkinoinnissa vaaditaan kustannustehokkuutta, koska määrärahat ovat pieniä eikä markkinointibudjettia käytännössä ole olemassa. Tärkeää on, että yliopiston omat nettisivut löytyvät helposti. Löydettävyyttä tehostetaan tarkkaan valittujen markkinointikanavien avulla, Palonheimo kertoo.

Turun yliopisto luottaa verkkomarkkinoinnissaan Suomen 118 -palveluun. Näkyvyydessä on panostettu etenkin hakusanamarkkinointiin, jonka avulla yliopiston tiedot löytyvät helposti hakemistosta sekä hakukoneiden kautta.

Kulttuurivuoden ohjelmaan voi tutustua tarkemmin yliopiston nettisivuilla www.utu.fi.

Turku 2011 / Arto Takala

Meidän asiakkaamme:
Turun yliopiston Maija Palonheimo kertoo

Turku 2011 / Mikko Laaksonen

Turun yliopisto luottaa verkkomarkkinoinnissaan Suomen 118 -palveluun.

Turku 2011 / Susse Määttänen

Tiesitkö, että Suomen BB-talossa on nähty yhteensä jo 118 asukasta!

Syksyn näkyvimmät TV-persoonat:

BB-JUONTAJAT SUSANNA JA ELINA

***BB:n juontajakaksikkona** jatkaa Susanna Laine ja Elina Viitanen. Pohjalaisten vaaleaverikköjen kemiat pelaavat hyvin yhteen: kameroiden takana puhutaan yksityiselämästä, tsempataan ja annetaan suoraa palautetta.*

Syksyllä 2011 alkavan Suomen Big Brotherin 7. tuotantokauden juontajaparina jatkavat viime kaudelta tutuksi tulleet **Susanna Laine** ja **Elina Viitanen**. Viime vuonna kaksikon luotsaama Big Brother Talk Show keräsi keskimäärin puolen miljoonan katsojan yleisön, eikä BB-huumassa näy laantumisen merkkejä tänäkään vuonna. Suomen katsotuimpiin tv-ohjelmiin kuuluvan BB:n myötä naiset ovat nousseet koko kansan tuntemiksi kasvoiksi.

- Ei sitä enää sillä tavalla niin paljon mieti, että miten minä siinä olen. Huomio keskittyy enemmän siihen ohjelmaan: ei sitä sillein ajattele, että olenpas nyt seurattu tv-kasvo, Susanna kertoo.

- Ei mun elämä ole kuitenkaan mitenkään ratkaisevasti BB:n takia muuttunut, enkä usko, että tulee muuttumaankaan, Elina lisää.

UUSI KAUSI, UUDET KUJEET

Lähtötilanne BB-kauteen on viime vuoteen verrattuna täysin erilainen. Ohjelman juonto on molemmille jo tuttua, eikä uusia asioita tarvitse juurikaan opetella. Uutta kautta odotetaan innolla ja tuttuuden uskotaan vähentävän ainakin jännitystä ja paineita.

- Vaikea sanoa miten tuttuus näkyy omassa esiintymisessä. Se on kuitenkin taas uusi kausi ja uusi juttu. Toisella kerralla BB:n juonto ei ainakaan varmaan niin jännitä. Tai voi jännittää positiivisella tavalla, mutta ei tuo paineita. Todella suositun ohjelman teossa on tietysti aina oma jänskätys. Tietynlaisesta jännityksestä on hyötyä, kun pysyy skarppina, Susanna pohtii.

- Mulle siirtyminen radiosta tv-työhön oli yllättävänkin iso muutos. Juontaminen periaatteessa on samanlaista, mutta teknisesti se on niin eri homma radiossa ja tv:ssä. Tv-työssä on niin paljon isompi tiimi mukana ja on kaikenmaailman korvanapit, jotka piti opetella. Nyt on aivan eri tilanne, kun on yksi kausi takana, Elina kuvailee.

BB:n suosio on näkynyt vahvasti jo asukashaun aikana. Jo alkukesästä hakijoita oli tuplasti edellisiä kausia enemmän. Mitään paljastuksia itse talosta, asukkaista tai kauden suunnitelmista juontajat eivät kerro, mutta Elina hykertelee tyytyväisenä, että salaisuuksia ja jännitystä on luvassa. Molemmat veikkaavat, että kaudella 2011 talossa nähdään enemmän hieman vanhempia asukkaita, koska hakijoiden ikähaitari on ollut selvästi aiempia vuosia leveämpi.

- BB:ssä on vähän sellainen Aku Ankka efekti. Aku on niin hirmu suosittu hahmo sen takia, kun se aina vähän ryssii. Se on niin sellainen, mitä me ihmiset oikeasti ollaan. Bb:ssä on sama – ei näytetä pelkästään sitä siloteltua puolta vaan myös tosi paljon sitä rujoutta. Ei siellä kukaan pysty koko aikaa esittämään ja näyttämään vaan sellaisia asioita itsestä, jotka haluaisi näyttää, Elina kertoo.

- BB on ihan oma juttunsa, kokonaan oma maailma. Siinä voi tapahtua melkein mitä vaan ja on hauska olla mukana siinä kaikessa. Koska BB on pitkä tuotanto, siinä ehtii todella tutustua työryhmään. Meillä on tosi hyvä henki, Susanna hehkuttaa.

POHJALAISUUTTA, EI KAMPITUKSIA

Vuoden 2010 BB oli Elinan ensimmäinen tv-projekti. Radiojuontajana räväkkä nainen on tosin tullut hyvinkin tutuksi The Voicen kuuntelijoille heräämöstä ja myöhemmin iltapäiväohjelmasta, johon Elina siirtyi täyttämään Vappu Pimiän paikkaa. Susanna taas tunnetaan sekä radiojuontajan tehtävistään että tv-töistä, joista viimeisimpiä ovat Pitkä kuuma kesä (2011) ja Treffit pimeässä (2010). Alkujaan Susanna nousi julkisuuteen

Se on niin jumalaisen kaunis nainen.

Elina Susannasta

Kaverikirja

Millainen Susanna / Elina on ennen lähetystä?

S: Elina on aika neutraali. Aikalailla rauhallisen oloinen, ei saa mitään paniikkikohtauksia. Mieliala riippuu lähetyksestä, se saattaa olla hyvinkin humoristisella tuulella tai sitten vähän hiljainen tai hermostunut.

E: Ennen lähetystä me puhutaan aika paljon kaikkea ihan yksityiselämän diipadaapaa. Sitten just ennen lähetystä Susanna alkaa keräämään ja tsemppaamaan sekä itteänsä että mua.

Kumpi jännittää enemmän?

S: Mä veikkaan, että minä kuitenkin. Elina on kauhean ammattimainen, se on tosi varma. Ei se pahemmin jännitä.

E: Mä sanoisin, ehkä että Susanna. Se kyllä vaihtelee päivittäin, mutta jos pitää valita niin Susanna.

Valitse Susannan / Elinan vallitsevin luonteenpiirre.

S: Hmmm, flirttaileva on väärä, se on sellainen hurmaava. Se on sellainen... hersyväkin on vähän väärä. Hurmaava se on.

E: Se on ihana. (naurua) Mä en tiiä onko se luonteenpiirre. Se on tosi reilu ja suora. Se on pohjalainen niin kuin mäkin ja se näkyy ja kuuluu kyllä. Se kysyy suoraan ja sanoo suoraan, ei tylysti vaan sillein reilusti.

Ensitapaaminen ja -vaikutelma?

S: Elina tuli Voicelle työharjoitteluun silloin, kun mä olin radiojuontajana. Mä muistan vaan, että sillä oli tatuointeja ja kaikkia tuollaisia rokkivaatteita ja se oli aika hiljainen. Mä muistan, kun se istui siellä nurkassa ja kirjoitti koneella. Mä mietin, että onpa rauhallinen tyttö. Se oli ensivaikutelma: rauhallinen ja hiljainen ja tavallaan omissa oloissaan. Se vaikutelma on kyllä muuttunut monta kertaa.

E: Mä olen nähnyt Susannan ensimmäisen kerran Voicella, kun mä olin siellä työharjoittelijana ja Susanna oli iltapäiväjuontajana. Mä muistan miten mä katoin, että miten uskottaman kaunis voi nainen olla. Että eikö tuon pitäisi olla telkkarissa töissä.

Mitä arvostat Susannassa / Elinassa?

S: Suoruus on sellainen piirre, mitä mä arvostan Elinassa. Me ei olla sellaisia lässyttäjiä, me ollaan pohjanmaalta. Ei me sanota, et hei sulla meni tosi hyvin, sä oot tosi kaunis tänään. Kyllä me sanotaan ihan suoraan, et hei teeppäs noin ja teeppäs näin. Puhutaan muutenkin aika suoraan kaikesta.

E: Tietysti just se reiluus on sellainen asia. Se, että ei tarvitse ikinä kierrellä. Meillä ei ole mitään kilpailua, vaan päinvastoin me kyllä kannetaan toisiamme. Ja ihan ystävänä tosi paljon kunnioitan sitä, että me voidaan puhua niin paljon omista asioistamme. Ei tarvitse ikinä pelätä, että toinen jotenkin dissais. Työparina sama homma: aina voi luottaa toiseen, että toinen on reilu eikä yritä mitenkään kampata mua.

Entä mitä uskot, että Susanna / Elina arvostaa sinussa?

S: Varmaan sitä samaa suoruutta, mitä mä siinä.

E: Varmaan ystävyydessä samoja hommia. Sitä, että voidaan puhua tosi avoimesti toisillemme. Ja molemmat kyllä kuuntelee mitä toinen sanoo. Sitten työssä ehkä sitä, että mä en kauheasti stressaa. Mä luulisin, että se helpottaa Susannan työtä, että mä en oo sellainen, joka kauheasti jännittäisi ja täpisis siinä.

Mistä asioista olette täysin eri mieltä?

S: Me ollaan kyllä yllättävän samaa mieltä. Me aikalailla luetaan muutamasta lauseesta ja ollaan aika samantyylisiä monissa asioissa. Me ollaan molemmat aika laiskojakin. Mä olen sellainen sohvaperuna.

E: No siis on varmaan sellaisiakin asioita, mutta en nyt osaa nimetä yhtään. Siis no joo, jos aletaan puhua esim. musiikista tai jostain tällaisesta, mutta ei mitään mikä vaikuttaisi meidän yhdessä oloon. Tai ainakaan ei ole vielä tullut ilmi. Ehkä tulee myöhemmin.

Onko Susannassa / Elinassa jotain, mitä kadehdit?

S: Mä olen pyrkinyt siihen, että en kadehdi ketään. Kateus on pahasta. Mun mielestä Elinalla on hyvät unen lahjat. Sitä mä kadehdin, sellaisia ihmisiä, jotka pystyvät nukkumaan silloin, kun täytyy. Elina jaksaa herätä ja pystyy nukkumaan päiväunet. Elina on tehnyt aamuradiota, se pystyy siihen. Se on hirveen joustava.

E: No ulkonäkö tietysti. Se on niin jumalaisen kaunis nainen. Sitten kyllä myös sitä luonnetta. Sitä, että se uskaltaa kysyä tosi suoraan ja uskaltaa vastata tosi suoraan myös ihan intiimeistäkin asioista.

Kuvaile teitä juontajaparina.

S: Siinä on sellainen pohjalaisuus, sellainen rentous. Me ollaan samalla aaltopituudella, ymmärretään toistemme kieltä aika nopeasti.

E: Varmaan pohjalaisuus on aika paljon vaikuttanut siihen, miten hyvin meillä kemiat loksahtaa kohdalleen. Me ollaan pohjalaisia luonteita. Me ollaan molemmat myös vähän sellaisia hassuttelijoita. Mä en tiedä, kuinka paljon se näkyy tuollaisessa tv-lähetyksessä, kun meidän täytyy tehdä meidän hommia, mutta ainakin siviilissä me ollaan molemmat vähän sellaisia irvileukoja.

Me ei olla sellasia lässyttäjiä, me ollaan pohjanmaalta.

Susanna Laine

missikisoista. Erilaiset lähtökohdat ovat näkyneet myös juontajien BB-työssä.

- Mä olen päässyt tähän asti tosi helpolla. Meillä on BB:ssä niin, että Susanna on uhrannut kasvojansa enemmän ja saa suurimman osan kaikesta stressistä. Susanna on muutenkin koko kansalle paljon tutumpi kasvo, mä en ole aikaisemmin tehnyt muuta kuin radiota, kertoo Elina omasta asemastaan.

- Me naiset ollaan aika usein sellaisia, että saatetaan vähän kieroilla, mutta Susannan kanssa ei ole mitään sellaista. Meidän ei tarvitse ikinä kisata mistään, Elina jatkaa.

- Se on se pohjalaisuus, ei olla eri leveleillä, Susanna vahvistaa.

Syksyn aikana Elina viettää aikansa tiiviisti BB-talolla tehden kuutta lähetystä viikossa; Big Brother Talk Shown lisäksi Elina juontaa arki-iltaisin BB Extraa. Susanna nähdään BB-juontojen lisäksi Hämeenlinnan kaupunginteatterin lavalla lokakuussa ensi-iltansa saavassa Älä pukeudu päivällisille -farssissa.

Suomen 118:n **luottotietoraportti** palvelee YRITYKSIÄ JA YKSITYISHENKILÖITÄ

*Suomen 118:n palvelutarjonta on laajentunut kattamaan yritys-, tuote-, palvelu- ja yhteystietojen lisäksi myös yritysten luottotiedot. Luottotietoraportit tuotetaan yhteistyössä **Suomen Asiakastieto Oy**:n kanssa.*

Yrityksestä X tilattu tuote ei koskaan saavu perille. Remonttifirma jättää rakennusprojektin kesken eikä enää ilmesty paikalle. Asiakkaalle toimitetun ison tilauksen laskuun ei saada suoritusta. Esimerkkejä epäonnistuneista kaupoista ja yhteistyökuvioista löytyy loputtomiin. Epämiellyttävien yllätysten riskiä voi kuitenkin pienentää keskittämällä toiminnot yrityksille, joiden riskiluokitus on pieni. Suomen Asiakastieto Oy:n asiakaspäällikkö **Jaakko Nors** kertoo miten luottotietoraportti toimii osana yrityksen ja yksityishenkilön riskinhallintaa.

MIKÄ ON LUOTTOTIETORAPORTTI?

Luottotietoraportti on yrityksen taloustilannetta ja maksukykyä arvioiva asiakirja. Raportti sisältää mm. yrityksen perustiedot, liikevaihtoluokan, henkilöstömäärän ja perustamishistorian. Lisäksi raportista käy ilmi kuuluuko yritys ennakonperintärekisteriin, alv-velvollisten rekisteriin ja työnantajarekisteriin sekä onko yrityksellä maksuhäiriöitä.

Suomen 118:n luottotietoraportit tuotetaan yhteistyössä Suomen Asiakastieto Oy:n kanssa. Raportin tiedot perustuvat Asiakastiedon rekisteriin, joka päivittyy aktiivisesti; rekisterin keskeisimpiä ulkoisia tietolähteitä ovat Kaupparekisteri, Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä, Oikeusrekisterikeskus, Veroviranomaiset, Käräjäoikeudet, Tilastokeskus, Ulosottoviranomaiset sekä Esmerk ja Ficora, joista tiedot päivittyvät rekisteriin joka päivä.

Luottotietoraportissa kannattaa kiinnittää huomiota etenkin maksuhäiriöihin ja ennakkoperintärekisteritietoon. Maksuhäiriömerkinnät nostavat yrityksen riskiluokitusta ja yleensä jo ensimmäinen merkintä kertoo vakavista taloudellisista vaikeuksista. Ennakkoperintärekisteristä poistaminen taas viestii usein tulossa olevista ongelmista. Ennakkoperintärekisteriin kuuluminen on yksityishenkilön kannalta erityisen tärkeää myös siksi, että vain ennakkoperintärekisteriin kuuluvilta yrityksiltä ostetut palvelut kelpaavat kotitalousvähennykseen.

- Jos luottotietoraportissa ei näy maksuhäiriöitä ja yritys on merkitty ennakkoperintärekisteriin, niin asia on kunnossa, Nors summaa.

SYVYYTTÄ YRITYSVERTAILUUN

Luottotietojen avulla potentiaalisia asiakas-, yhteistyö- tai palveluntarjoajayrityksiä voi vertailla entistä tarkemmin. Yleisin luottotietojen käyttötapa on uusien yhteistyökumppaneiden arviointi sekä asiakkaiden maksukyvyn ja maksuhalukkuuden muutosten seuranta. Yrityssektorin toimijoille välttämättömät tiedot palvelevat hyvin myös henkilöasiakkaita.

- Yksityishenkilötkin hakevat yritysten luottotietoja. Tyypillisimmät selvitykset koskevat kodin tai mökin remontointiin liittyvien palveluiden ostamista. Halutaan selvittää onko palvelun tarjoaja luotettava toimija, Nors kuvailee.

Myös työpaikan vaihtotilanteessa luottotietojen haku kannattaa. Raportti antaa faktatietoa päätöksen teon tueksi, oli tarkoituksena sitten valita uusi yhteistyökumppani tai selvittää turvallisempi työnantaja.

- Jos on kaksi tasaväkistä yritystä, joista toinen on oikein hyvässä taloudellisessa iskussa ja toinen taas ei, niin kyllä sillä on merkitystä siihen kumman työpaikan valitsee tai kumman palveluita ottaa käyttöön, Nors selventää.

- Uusien yritysten kanssa asioidessa tarkistaisin luottotiedot joka kerta, tietenkin vähän kaupan koosta riippuen. Yritysten kannalta myös vanhojen asiakkaiden seuranta on tärkeää, yleensä suurin osa luottotappioista tulee nykyasiakkaista. Eli jonkun pitkään asiakkaana olleen yrityksen tilanne muuttuu ja sitä kautta tulee maksuvaikeuksia, Nors toteaa.

Suomen Asiakastieto Oy on johtava yritysjohdon, riskienhallinnan sekä myynnin ja markkinoinnin tietopalveluja tuottava yhtiö Suomessa. (www.asiakastieto.fi)

Vahvasti suomalainen, selkeästi kansainvälinen SUOMEN 118 MAAILMALLA

Suomen 118 -palvelun vahva markkina-asema kotimaan markkinoilla on tukenut suunnitelmia kansainvälisille markkinoille laajenemisesta. Suomalainen osaaminen kiinnostaa ja kysyntää valmiille verkkopalvelukokonaisuudelle on. Laajenemissuunnitelmista huolimatta päätuotteena jatkaa suomalaisille markkinoille kehitetty 118-verkkopalvelu, jonka myynnistä vastaavat suomalaiset myyntiryhmät.

118-palvelun etuna kansainvälisille markkinoille laajentumisessa on helposti monistettava palvelukokonaisuus, joka voidaan räätälöidä maakohtaisten vaatimusten mukaiseksi.

PALVELUKONSEPTILLE KYSYNTÄÄ KANSAINVÄLISILLÄ MARKKINOILLA

Suomen 118 -palvelukonsepti kehitettiin 2000-luvun alkupuolella yhteystietojen haun tueksi. Nykyään verkkopalvelun kautta haetaan yksityishenkilöiden ja yritysten puhelin- ja osoitetietojen lisäksi entistä aktiivisemmin myös tuote- ja palvelutietoja. Vahvaksi verkkobrändiksi nousseelle palvelulle löytyy markkinarako Suomen rajojen ulkopuoleltakin.

SUOMEN 118 SELVITTÄÄ PALVELULAAJENNUSTA RUOTSIIN

Kansainvälisillä markkinoilla Suomen 118 -palvelukonseptin kilpailuetuina ovat sisällön laajuus sekä tehokkaat ja monipuoliset hakuominaisuudet. Laajentumissuunnitelmien osalta potentiaalisimpia kohdemaita ovat Ruotsi, Saksa, Espanja ja Tanska. Myös Iso-Britannian markkinat kiinnostavat. Alustavien markkinatutkimusten perusteella Suomen 118 -palvelukokonaisuudelle löytyy markkinarako ainakin Ruotsissa. Toisaalta Iso-Britanniassa etenkin verkkopalvelu- ja ohjelmisto-osaamisen uskottaisiin erottuvan edukseen.

Ruotsin markkinoille siirtymistä tukevat samojen hakukoneiden arvostaminen, yhteneväisyydet lainsäädännön ja liiketoiminnan käytäntöjen osalta sekä suomalaisiin monelta osin verrattavissa oleva kohderyhmä. Ruotsalaiset ovat myös omaksuneet suomalaisia nopeammin netin tuomat uudet liiketoimintamahdollisuudet ja palvelut, mikä helpottaa verkkopalvelun lanseeraukseen liittyvää pohjatyön tekoa. Suomen ja Ruotsin yrityskulttuureissa on kuitenkin myös eroja ja uudelle markkina-alueelle siirtyminen vaatii vielä selvitystyötä.

KANSAINVÄLISTYMISESTÄ HYÖTYÄ KÄYTTÄJILLE

118-palvelukokonaisuuden kansainvälisyys tuo uusia hyötyjä myös palvelun suomalaiskäyttäjille. Vaikka verkkopalvelu räätälöidään ja tuotteistetaan kohdemaan markkinoille sopivaksi nimeä ja sisältöä myöten, linkittyy Suomen 118 -palvelu jokaiseen ulkomailla toimivaan vastaavalla palvelukokonaisuudella toimivaan palveluun. Ruotsalaisversion avulla yrityksiä, tuotteita ja palveluita sekä yhteystietoja voi hakea helposti Ruotsin markkinoilta, kun palvelu tarjoaa Suomen 118 -palvelukonseptin varmaa laatua tutulla rakenteella. Kansainvälistyminen tuo uusia mahdollisuuksia muun muassa ulkomaalaisten yhteistyökumppaneiden etsimiseen ja matkojen suunnitteluun.

Mitä ihmettä – hakemistosta löytyy kaikkea

NOUSUSSA NYT

Suomen 118:sta haetaan yrityksiä, tuotteita ja palveluita, yksityisten henkilöiden yhteystietoja, TV-ohjelmia, säätietoja, työpaikkoja, vuokramökkejä, uutisia ja vaikka mitä muuta! Monipuolinen hakemisto on tiedonhakijan aarreaitta.

Verkko-ostokset

Tutki, vertaile ja osta vaivattomasti netissä.

Yhä useampi kuluttaja tekee ostoksia verkkokaupoista ja suunta on selvästi kasvussa. Verkkokaupat tuovat laajan tuotevalikoiman kuluttajan saatavilla sijainnista ja vuorokauden ajasta riippumatta. Tuotteiden ominaisuuksia on helppo tutkia ja hintavertailukin on vaivatonta. Verkkokauppa on tehokas tapa lisätä tuotteiden ja palveluiden myyntiä ja näkyvyyttä.

Laajenna verkko-ostosten valikoimaa hakemalla sopivat verkkokaupat Suomen 118 -verkkokauppahaun avulla. Verkkokaupat löytyvät kattavasti etusivun hausta hakusanoilla, tuotenimillä tai tuoteryhmillä. Esille pääsevät paitsi ainoastaan verkossa toimivat verkkokaupat, myös liikkeet, joiden kivijalkamyymälän tukena toimii verkkokauppa.

Hakusanoja:
Tekniikka
Elektroniikka
Verkkokirjakauppa
Tarjoustuotteet
Vaatteet

Top3
sekatavarakauppa.fi
tukkuri.fi
ale.fi

Keittiö uuteen uskoon

Kun suunnitelmissa on keittiöremontti, parhaat palveluntarjoajat löydät Suomen 118:sta.

Aloita keittiöremontin suunnittelu tekemällä remonttibudjetti ja aikataulu. Listaa sen jälkeen asiat, jotka ovat uuden keittiösi kannalta tärkeitä. Paljon ruokaa laittava ja leipova arvostaa käytännöllisyyttä ja riittävän suurta tasotilaa kun taas toiselle keittiön materiaalit, ergonomisuus, turvallisuus tai tiettyä tyylilinjaa noudattava sisustus voi olla merkittävä tekijä. Kun toivottu suunta on hahmottunut, sitä on helppo kehittää joko yhdessä keittiösuunnittelijan kanssa tai tutustumalla itsenäisesti laajaan valikoimaan.

Suomen 118:sta löydät keittiöitä joka lähtöön, lisäksi voit hakea ammattitaitoista osaamista omalta alueeltasi sisustussuunnittelijoiden, sisustusliikkeiden, asentajien ja remonttimiesten osalta.

Top3
A la Carte Keittiöt
Topi-keittiöt
Mistra Oy

Hakusanoja:
Keittiöremontti
Keittiökalusteet
Huoneistoremontti
Edullinen remontti

TV-huumori

Sketsihahmot näkyvät hakusanoissa.

TV-ohjelmat lisäävät jatkuvasti Suomen 118 -hakuja. Vaikka ohjelmatarjontaa katsotaan navigoimalla suoraan osoitteeseen www.suomen118.fi/tv/, suosikkiohjelmat ja -hahmot näkyvät myös hakusanoissa. MTV3:n kotimainen viihdeohjelma Putous näkyi hauissa jo ensimmäisen tuotantokauden aikaan. Toinen tuotantokausi jatkoi samaa rataa ja nosti hakuihin Marja Tyrnin seuraksi mm. Munamiehen ja Timo Harjakaisen. Valitettavasti Suomen 118 yksityisten yhteystietorekisteri ei vielä sisällä sketsihahmoja.

Kuvat: MTV3

Hakusanoja:
Marja Tyrni
Putous
Harjakainen
Idols
Munamies

Hemmottelupäivät

Koskaan ei ole parempaa aikaa itsensä hemmotteluun kuin nyt.

Keväällä ja talvella suomalaista ihoa kiusaa kuiva pakkasilma ja sisälämmityskausi, kesällä uhkana on aurinko ja syksyllä tuulet lisäävät kosteuden haihtumista iholta. Pohjoinen ilmasto tuntuu ja näkyy ihossa rankemmin kuin etelän kostea ja leuto ilmanala. Ikääntymisen merkkejä, kuivuutta, rasvaisuutta ja epäpuhtauksia vastaan voi taistella mm. hyvän kauneushoitolan palveluilla.

Suomen 118:sta kattava kosmetologi- ja kauneushoitolavalikoima löytyy helposti hakusanoilla. Tarkenna hakua paikkakunnalla, niin löydät helpommin sinulle sopivat palveluntarjoajat.

Top3

>> Helsinki
Kampaamo-Kauneushoitola Salon P&P Oy
Salon Era
Colours International

>> Tampere
AloeLife Oy
Beauty Drop - pisara kauneutta, tippa tyyneyttä
Hius ja Kauneushuone Improvision

>> Turku
Hoitola Diiva / Anne Siltala
Jalkahoitola Tarja Tiermas
Kampaamo-Kauneushoitola Diosa

Hakusanoja:
Kauneus
Kauneushoitola
Kosmetologi
Kauneudenhoito
Kauneudenhoitola

Hohdokas arki

Kuka löysi pimeässä hohtavan kondomin Suomen 118:sta?

Kun haussa on mieleenpainuva yllätys tai lahjaidea, on netti ehdottomasti paras tiedonhaun kanava. Hakemistosta löytyy erinomaisia linkkejä hauskoja ideoita ja tuotteita tarjoavien yritysten nettisivuille tai verkkokauppoihin. Vuoden hohdokkain löytö lienee pimeässä hohtava kondomi, joka on tunnettu myös Kutemasukkana.

Suomen 118:ssa kutemasukkaa markkinoidaan hauskana lahjaideana ja humoristisena tuliaisena, joka toimii paitsi tositilanteessa myös missä tahansa muussa tilanteessa. Hohdokkaan kondomin odotetaan luovan äärettömän määrän uusia historiaan painuvia iskurepliikkejä, jotka tulevat kilpailemaan klassikkojen kuten "Oliks sun äitis simpukka kun sä olet tollainen helmi" tai "Mul ois kotona vesisänky, mennääks tekee aaltoja" kanssa.

Kutemasukkaa myy mm. ale.fi-verkkokauppa.

Hakusanoja:
Lahjatavarat
Valosauva
Tuliainen

TIEDOT NETTIIN

Oletko rekisteröinyt tietosi jo Suomen 118:n rekisteriin? Yksityishenkilöille rekisteröinti on ilmaista.

Mega-Paulakin löytyy Suomen 118:sta!

Yksityishenkilöt rekisteröivät aktiivisesti tietoerilaisiin yhteisö- ja yhteystietopalveluihin. Rekistereitä ei käytetä ainoastaan puhelinnumeroiden ja sähköpostiosoitteiden hakemiseen, usein itsetarkoituksena on kiinnostavien profiilien tarkastelu. Yksi erityisen kiinnostava profiili on Suomen 118:n yksityishenkilöiden yhteystietorekisteristä löytyvä **Mega-Paula**.

MEGA-PAULALLA UPEA SHOW

Mega-Paula on suomalainen dragshow artisti, joka on erityisen tunnettu esiintymisestään Paula Koivuniemenä. Koivuniemen lisäksi Mega-Paula esiintyy mm. Anita Hirvosena, Marion Rungina, Kikkana ja Johanna Tukiaisena. Suomalaistähdet eivät esiintymisestä ole pahastuneet – päinvastoin. Mega-Paulan Paula Koivuniemi Dragshow sisältää Paula Koivuniemen itsensä puhumat live-speakit ja Paulat on nähty samalla lavalla useaan otteeseen. Mutta miten on ollut shown uusimman tulokkaan Johanna Tukiaisen kanssa, onko Tuksun huumori yltänyt Koivuniemen tasolle?

- Tuksun hahmo sisältää paljon pinkkiä, höyheniä ja aamutakkia. Hyvin Tukiaisen näköinen kokonaisuus. Tukiaista en henkilökohtaisesti tunne, enkä tiedä mitä hän on hahmosta mieltä, kertoo Mega-Paula.

Playbackina esiintyvä Mega-Paula on kiertänyt Suomen lisäksi myös maailmalla. Noin kerran vuodessa suuntana on Teneriffa ja Turkki, myös New York ja Las Vegas ovat tuttuja paikkoja. Ulkomailla lavoille astelevat suomalaistähtien sijaan Mega-Paulan muut upeat naishahmot. Suomessa yleisön suosikkeja ovat etenkin Paula Koivuniemi ja Anita Hirvonen.

- New Yorkissa olin hedelmänaisena ja Vegasissa esiinnyin I am What I am kappaleen tahtiin. Vastaanotto oli positiivinen. Suomessa Paula Koivuniemi hahmo on Anita Hirvosen rinnalla kaikista suosituin, Mega-Paula kertoo monipuolisista hahmoistaan.

HAE YHTEYSTIEDOT

Mega-Paula ja muut yksityiset henkilöt löytyvät helposti valitseman Suomen 118:n etusivun hausta yksityiset ja syöttämällä halutun hakusanan. *www.suomen118.fi*

SUOMEN 118 ON AVAINLIPPUTUOTTEIDEN AATELIA

Avainlippu-alkuperämerkki kertoo, että tuote tai palvelu on suomalainen. Suomalaisen tuotteen tai palvelun ostajana teet hyvän valinnan, josta on hyötyä niin sinulle kuin koko Suomelle. Avainlipun myöntää ja sen käyttöä valvoo Suomalaisen Työn Liitto.

– Suomalaisen Työn Liitto –

KOTIMAISUUS LISÄARVONA

Avainlippu-alkuperämerkki on yksi Suomen parhaiten tunnetuista merkeistä. Suomalaisen Työn Liiton mukaan yli 90 prosenttia suomalaisista tunnistaa Avainlipun. Kuluttajat pitävät alkuperä- ja valmistusmaatietoja tärkeinä, Avainlippu viestii kuluttajalle laatua, turvallisuutta ja vastuullisuutta. Avainlipun avulla suomalaiset tuotteet ja palvelut erottuvat valikoimasta helposti.

Suomen 118 on sataprosenttisesti kotimainen palvelu. Tuotekehityksen perustana on suomalaisten yritysten verkkonäkyvyyden parantaminen ja toiminnallisuudeltaan erinomaisen hakemistopalvelun tuottaminen tiedonhaun tueksi. Avainlipun avulla suomalainen alkuperä tuodaan tehokkaasti esille.

Luottotiedot Suomen 118:sta

Hyödynnä luottotietoraporttia, kun:

Yksityishenkilö:

» vaihdat työpaikkaa: tarkista potentiaalisten työnantajien taloudelliset taustat.

» rakennat tai remontoit: valitse sähköasennukset, remontointityöt ja rakennuspalvelut luotettavilta toimijoilta.

» ostat osakkeita: hanki lisätietoja yrityksistä, joihin sijoitat.

Yritys:

» aloitat sopimussuhteen uuden toimijan kanssa.

» haluat faktatietoa asiakaskuntasi taloustilanteista.

» annat maksuaikaa tai luottoa.

» rekrytoit yrityksessä vastuuhenkilönä toimineen henkilön oman yrityksesi palvelukseen.

Hae yritysten luottotietoraportit osoitteesta www.suomen118.fi

1. Avaa netti ja siirry suomen118.fi-sivulle
2. Kirjoita hakukenttään etsimäsi yrityksen nimi ja klikkaa hae
3. Avaa yrityksen tiedot napsauttamalla yrityksen nimeä
4. Selaa yritystietoja alaspäin, kunnes löydät luottotietoraportin tilauspainikkeen tietojen alaosasta

Jos et tiedä yrityksen tarkkaa nimeä, voit hakea yritystiedot myös hakusanojen avulla tai rajaamalla hakua alueen mukaan.

Luottotietoraportit tuotetaan yhteistyössä Suomen Asiakastieto Oy:n kanssa.

SUOMEN 118

www.suomen118.fi