



Markkinointipalveluiden palvelukuvaus

1. Palvelun kuvaus

Markkinointipalveluissa Toimittaja tuottaa Asiakkaalle mahdollisimman kustannustehokasta ja tuottavaa asiakashankintaa sekä tunnettavuutta verkkokauppaan tai kotisivuille.

2. Palvelun sisältö

Markkinointipalvelut koostuvat useista eri palveluista, jotka täydentävät toisiaan, mutta ne toimivat myös irrallisina. Palvelut perustetaan Asiakkaalle ja niitä kehitetään jatkuvasti. Erityisesti huomioitavaa on, että verkkomarkkinoinnin teho paranee ajan saatossa mainosten laatupisteiden, laskeutumissivujen sekä palveluntuottajan ja Asiakkaan sisällön parantuessa.

Tavoitteita voi olla tuoton lisäksi myös kattava näkyvyys. Tavoitteet määritellään yhdessä Asiakkaan kanssa.

Erilaiset mainoskanavat voivat toimia eri tuote- ja asiakasryhmille. Kattavimman mainostuksen saakin yhdistelemällä kaikkia kolmea mainoskanavaamme, sekä niiden eri mainosmuotoja. Pienikin markkinointi kannattaa aina. Joustavan palvelumme ansiosta myös pienellä budjetilla pääsee alkuun.

Kaikkiin palveluihin kuuluu tarvittaessa mainostilin avaaminen sekä Google Analytics palvelun kytkeminen asiakkaan verkkosivuun.

3. Google Ads – Markkinointipalvelu

Google Ads mainonta jakautuu Hakusanamainontaan, Bannerimainontaan (Display) sekä Maksimitulosmainontaan (Performance-max).

B2C-verkkokauppojen perusmainonta kannattaa aloittaa Maksimituloskampanjalla, seuraavaksi järjestyksessä tulee Hakusanamainonta ja viimeisenä Bannerimainonta.



Kotisivuille ja B2B-verkkokaupoille järjestys on ensin Hakusanamainonta ja toisena Bannerimainonta. Markkinointibudjetti määrittelee onko käytössä yksi vai kaikki mainosmuodot. Mainosmuodot eivät yksinään pysty korvaamaan toisiaan, vaan niille on olemassa oleelliset käyttötarkoitukset erot.

Toimittajan Google Ads markkinointipalvelun kustannusrakenne koostuu seuraavasti:

Kuukausihintaiset tuoteryhmät

Palaveri ja päivitysjaksotus

Kampanjoiden määrä

Kertahintaiset tuoteryhmät

Kampanjoiden luominen / muutos

Graafiset palvelut

Markkinoinnin jatkokäyttöoikeus

Näiden tuoteluokkien tuotteiden hinta määräytyy voimassaolevan hinnaston mukaan.

Asiakkaan kanssa sovitaan Toimittajan asiantuntijan toimesta parhaiten sopiva palaveri / päivitysjakso, sekä asiakkaan verkkokaupan tai kotisivun markkinointiin tarvittava määrä Kampanjoita.

Markkinoinnin ylläpitäjä valitsee valitun kampanjamäärän ja parhaan tuoton perusteella mainosmuodot, jotka Asiakkaalle valitaan. Budjetin painotuksia ja mainosmuotoja voidaan vaihdella parhaan tuloksen saamiseksi. Mainonta voi siis koostua yhdestä tai useammasta mainosmuodosta.

Markkinoinnin seuranta on jatkuvaa, mutta suuremmat muutokset tehdään valitun palaverijaksotuksen perusteella.

Kampanjoita voidaan lisätä tai poistaa joustavasti Kampanjoiden muutosmaksulla. Tällöin muutokset astuvat voimaan muutostilausta seuraavan täyden kuun lopusta.

Kaikkiin paketteihin kuuluu myös kuukausittainen automaattiraportointi.



Alla on eritelty voimassa olevat mainosmuodot ja mainosrakenne:

Hakusanamainonta

Hakusanamainonnalla tarkoitetaan tekstimainoksia jotka näkyvät Googlen hakutuloksissa. Googleen syötetty hakusana laukaisee näytettävän mainoksen, jota painamalla asiakas päätyy halutulle laskeutumissivulle.

Hakusanamainonnalla voidaan muodostaa mainos esimerkiksi verkkokaupan tai kotisivun tärkeimmistä tuoteryhmistä, brändeistä, tai muista tärkeistä laskeutumissivuista. Näiden mainosten hakusanat ja näytettävä mainos voidaan laatia tarkasti. Niihin käytettävä budjetti voidaan myös yleisesti rajata tarkasti. Hakusanamainonnalla voidaan varmistaa haluttu mainoslopputulos hakusanoista, mainosviestistä, laskeutumissivuista sekä kustannuksista. Hakusanamainonnassa voidaan poissulkea ei-toivottuja hakusanoja.

Bannerimainonta

Bannerimainonnassa esitetään kuvamainoksia Googlen mainospaikoilla joita esiintyy eri verkkomedioissa ja sovelluksissa. Tällä mainosmuodolla tavoitellaan brändin tunnettavuutta. Bannerimainonta voidaan kohdistaa uusiasiakashankinnan lisäksi myös jo sivustolla käyneille asiakkaille.

Bannerimainonnalla voidaan kertoa haluttu viesti sekä vahvistaa yrityksen Brändin läsnäoloa asiakkaan internetin käytön yhteydessä. Bannerimainonta sopii parhaiten yrityksille joilla on jo käytössään muut mainosmuodot tai esimerkiksi laaja myymäläverkosto.

Maksimituloskampanja

Maksimituloskampanja yhdistelee Hakusanamainontaa, Bannerimainontaa sekä lisäksi video- ja tuotemainontaa. Maksimituloskampanja soveltuu vain sivustoille, joilla on käytössään tuotesyöte. Tuotesyötteessä tulee olla tuotteen tiedoissa myös myyntihinta, joten Maksimituloskampanja ei sovellu kotisivuille tai B2B-verkkokaupoille.



Maksimituloskampanja soveltuu vain B2C-verkkokaupoille. Se yhdistää avainsana-, banneri-, video- ja tuotemainontaa. Tämä mainosmuoto on tehokas, mutta sen kohdistus ei ole yhtä tarkkaa kuin hakusanamainonnassa tai bannerimainonnassa. Se soveltuu ensimmäiseksi perusmarkkinointimuodoksi ja sen kanssa suositellaan vähintään hakusanamainontaa täydentäväksi mainosmuodoksi.

Mainonnan rakenne

Google Ads mainonnan kaikki kolme mainosmuotoa rakentuvat seuraavan rakenteen päälle

Kampanja – Mainonnan perustaso, jolle voidaan antaa päiväkohtainen budjetti. Asiakkaalla voi olla käytössään yksi tai kymmeniä kampanjoita. Kampanjoiden määrä mahdollistaa useammat mainosmuodot sekä tarkemman budjetoinnin. Yksi mainosmuoto kuluttaa yhden kampanjan. Jos asiakas haluaa käyttää kaikkia kolmea mainosmuotoa, tarvitaan silloin vähintään kolme kampanjaa. Kampanjoiden määrä kannattaa mitoittaa mainostettavien asioiden mukaan, Käytännössä tärkeimmille laskeutumissivuille kannattaa olla oma kampanjansa tai useampi kampanja useamman mainosmuodon käytön mahdollistamiseksi.

Mainosryhmä - Kampanjan alataso. Yksi kampanja voi sisältää useampia mainosryhmiä. Mainosryhmien avulla voidaan järjestää mainokset teemoittain, esimerkiksi eri tuote- tai palvelutyyppeihin mukaan.

4. META - Markkinointipalvelu

Metan palveluista Toimittaja tukee Facebook- ja Instagram mainontaa, jotka jakautuvat tuotefeed-mainontaan B2C-verkkokaupoille, sekä julkaisumainontaan, joka soveltuu verkkokaupoille ja kotisivuille.

Facebook-markkinointipalvelun kustannusrakenne koostuu seuraavasti:

Kuukausihintaiset tuoteryhmät

Palaveri ja päivitysjaksotus

Kampanjoiden määrä



Kertahintaiset tuoteryhmät

Kampanjoiden luominen / muutos

Graafiset palvelut

Markkinoinnin jatkokäyttöoikeus

Näiden tuoteluokkien tuotteiden hinta määräytyy voimassaolevan hinnaston mukaan.

Asiakkaan kanssa sovitaan Toimittajan asiantuntijan toimesta parhaiten sopiva palaveri / päivitysjakso, sekä asiakkaan verkkokaupan tai kotisivun markkinointiin tarvittava määrä Kampanjoita.

Markkinoinnin ylläpitäjä valitsee valitun kampanjamäärän ja parhaan tuoton perusteella mainosmuodot, jotka asiakkaalle valitaan. Budjetin painotuksia ja mainosmuotoja voidaan vaihdella parhaan tuloksen saamiseksi. Asiakkaan mainonta voi siis koostua yhdestä tai kaikista mainosmuodoista.

Markkinoinnin seuranta on jatkuvaa, mutta suuremmat muutokset tehdään valitun palaverijaksotuksen perusteella.

Kampanjoita voidaan lisätä tai poistaa joustavasti Kampanjoiden muutosmaksulla. Tällöin muutokset astuvat voimaan muutostilausta seuraavan täyden kuun lopusta.

Kaikkiin paketteihin kuuluu myös kuukausittainen automaattiraportointi.

Alla on eritelty voimassa olevat mainosmuodot ja mainosrakenne:

Facebook - voimassa olevat markkinointimuodot

Tuotefeed

Tuotefeed mainonta muodostetaan Asiakkaan verkkokaupan tuotteista. Tätä varten tarvitaan tuotesyöte joka saadaan Asiakkaan verkkokaupasta. Facebookissa tuotefeed-mainontaa voidaan näyttää useissa eri paikoissa, kuten Messengerissä, Facebookin selaajan omassa feedissä ja videoiden välissä. Tuotefeed-mainosta klikkaamalla asiakas päätyy verkkokaupan tuotesivulle.



Julkaisumainonta

Julkaisumainonta muodostetaan asiakkaan Facebook-sivujen julkaisuista. Facebookissa julkaisu-mainontaa voidaan näyttää useissa eri paikoissa, kuten Messengerissä, Facebookin selaajan omassa feedissä ja videoiden välissä. Julkaisumainonnan tarkoitus on saada kuluttaja tutustumaan julkaisuun tai sitoutumaan esimerkiksi Facebook-seinällä julkaistuun arvontaan.

Kuva- ja videomainonta

Kuva- ja videomainonta muodostetaan asiakkaan lähettämästä materiaalista tai toimittajan rakentamista sisällöistä. Facebookissa kuva- tai videomainontaa voidaan näyttää useissa eri paikoissa, kuten Messengerissä, Facebookin selaajan omassa feedissä ja videoiden välissä. Kuva- ja videomainosta klikkaamalla asiakas pääsääntöisesti halutaan johdattaa verkkosivustolle tai verkkokauppaan esimerkiksi etusivulle, tuotesivulle, tuotekategoriaan tai kampanjasivulle.

Instagram - voimassa olevat markkinointimuodot

Kuva-, video- ja Karuselli- mainonta

Kuva- ja videomainonta tehdään Asiakkaan lähettämästä tai palveluntuottajan tekemästä materiaalista.

Yksittäinen kuva voi näkyä neliö-, vaaka- tai pystymuodossa. Jos mainonnassa käytetään luovaa videosisältöä, video saattaa näkyä neliö- tai vaakamuodossa (paitsi Instagram Stories:ssa).

Karuselli-mainos näkyy syötteessä ja tarinoissa neliö- tai pystymuodossa.

Instagram Stories ja Reels

Suosittellemme käyttämään tarinamainoksissa koko näytön pystykuvaa, tämä muoto voi tukea myös samoja mediasisältöjä, joita käytät muissa sijoitteluissa.

Reels-mainoksissa voidaan käyttää vain koko näytön pystykuvaa.



Instagram-kauppa

Mainoksen muodon on oltava yksittäinen kuva, karuselli tai kokoelmamuoto. Mainokset näkyvät neliön muotoisina 1:1-kuvina, ja niitä napauttamalla pääsee verkkosivustosi tuotetietosivulle.

5. TikTok- Markkinointipalvelu

Asiakkaalle perustetaan oma TikTok-tili sekä mainostili. Asiakas voi laittaa omalle tililleen omia videoita jotka pyörivät TikTokin ilmaisessa feedissä. Näistä videoista voidaan valita mainostettavia videoita, joihin saadaan myös linkit asiakkaan verkkokauppaan tai kotisivulle.

TikTok- markkinointipalvelun kustannusrakenne koostuu seuraavasti:

Kuukausihintaiset tuoteryhmät

Palaveri ja päivitysjaksotus

Kampanjoiden määrä

Kertahintaiset tuoteryhmät

Kampanjoiden luominen / muutos

Graafiset palvelut

Markkinoinnin jatkokäyttöoikeus

Videoiden tuotanto tulee Asiakkaalta. Asiakkaalle tehdään oma TikTok tili, jonne videoita voi ladata. Asiakas voi tehdä esimerkiksi yleismainoksia jossa esittelee palveluitaan yleisesti. Nämä mainosvideot eivät siis välttämättä ole suoria tuotemainoksia. Näiden lisäksi voidaan tehdä spesiaalimpia videoita suoraan tuotteista. Verkkokauppojen tapauksessa nämä saattavat olla kausiluonteisia.

Esimerkki TikTok mainostus voi siis olla esim. seuraava. Asiakas palaveri sovitaan kerran kuussa ja asiakas tekee kaksi yleismainosta. Näitä sovitaan pyöritettäväksi koko ajan.

Lisäksi kuukausipalaverissa sovitaan vaihdettavan kaksi uutta tuotetta esittelevää mainosta, jotka vaihdetaan kuukausittain. Näiden mainosten laskeutumissivu voi olla suoraan tuote.

Tämä esimerkki käyttää siis neljää kampanjaa, jotka pyörivät koko ajan. Lisäksi asiakas voi lisätä tiliinsä myös normaaleja ei mainostettavia videoita jotka näkyvät ilmaiseksi TikTok



kanavassa. Näiden ero on se että kuluttaja ei voi klikata videosta suoraan kauppiaan sivustolle. Tätä varten tarvitaan mainosvideoita.

TikTok mainonta tarjoaa erilaisia tapoja käyttää budjettia. Paras asiakaskohtainen tapa sovitaan asiakkaan ja markkinointiasiantuntijamme kanssa.

6. Kampanjoiden luominen / muutos

Kampanjoiden luominen / muutosmaksu tarkoittaa uusia tai suljettavia kampanjoita. Markkinoinnin avaamisen yhteydessä Asiakkaan kampanjoiden määrä päätetään. Näistä muodostuu hinnaston mukainen kampanjoiden avausmaksu. Jos kampanjoita lisätään tulee uusista avattavista kampanjoista oma avausmaksunsa. Kampanjoiden sisältöä voidaan muuttaa muuttamatta kampanjoiden määrää. Jos kampanjoiden määrää vähennetään tulee näistä kampanjoiden muutosmaksu. Tällöin kuukausiveloitusta pienennetään kampanjoiden määrän mukaisesti muutosta seuraavan täyden kuukauden jälkeen. Sovittaessa kampanja voidaan asettaa myös tauolle ilman sulkemista esimerkiksi lyhytaikaisesti. Tämä ei kuitenkaan poista kampanjan kuukausimaksua.

7. Lopetetun markkinoinnin käyttöoikeuden lunastus

Toimittajan tuottaman markkinointisisällön tekijänoikeudet ovat Toimittajalla. Palvelun päättyessä Asiakas voi kuitenkin lunastaa kampanjoiden käyttöoikeuden itselleen. Jos jatkokäyttöoikeutta ei lunasteta, Toimittaja voi poistaa tekemänsä sisällön. Lunastushinta on 3 kk kuukausimaksut lunastettavasta palvelusta.

8. Palvelun voimassaolo ja laskutus

Markkinointipalvelut tilataan Toimittajalta kirjallisesti ja ne astuvat voimaan Toimittajan vahvistuksesta. Palvelut ovat voimassa toistaiseksi. Molemmat osapuolet voivat irtisanoa palvelut kirjallisesti 3 kuukauden irtisanomisajalla, siten että palvelu loppuu seuraavaan täyden 3 kuukauden jakson loppuun. Markkinointipalvelut laskutetaan kuukausittain takautuvasti kuun lopussa. Avausmaksut laskutetaan Palvelun avaamisen yhteydessä.



9. Palvelun hinnoittelu ja muut ehdot

Palvelun hinnat löytyvät Toimittajan kulloinkin voimassa olevasta hinnastosta. Hintamuutoksista tiedotetaan vähintään kuukausi etukäteen.

Palvelun hinnat kattavat ainoastaan markkinoinnin aloitus, muutos- ja ylläpitotyöt. Asiakas tarvitsee lisäksi oman mediabudjetin, jolla Toimittaja ostaa kävijöitä eri mainoskanavista. Suositeltu kuukausittainen mediabudjetti on vähintään kolminkertainen suhteessa markkinointipalveluiden kuukausittaisiin investointeihin nähden. Toimittajan asiantuntijat ehdottavat asiakkaalle optimaalisen mediabudjetin. Budjetin suuruudesta päättää kuitenkin Asiakas.

Mediabudjetti laskutetaan Asiakkaan omalta luottokortilta, jonka tiedot syötetään markkinointipalveluun. Tämä on edellytys markkinointipalveluiden käytölle. Toimittaja ei ole vastuussa, jos mainonta katkeaa maksamattomien luottokorttimaksujen takia.

Toimittajalla on oikeus muuttaa palveluaan ja sen sisältöä markkinointialustojen muutosten mukaan. Google, Facebook ja TikTok tekevät jatkuvasti muutoksia markkinointituotteisiinsa, joten mainontapalvelua saatetaan joutua muuttamaan näiden muutosten takia.

Toimittaja ei vastaa siitä jos Googlen, Facebookin tai TikTokin mainossääntöjen perusteella, jonkun tuoteryhmän tai brändin tuotteiden markkinointi ei onnistu tai asiakkaan mainostilin suljetaan näiden mainossääntöjen perusteella.

Asiakas voi harjoittaa samoilla markkinointitileillä myös omaa markkinointia. Asiakkaalla ei kuitenkaan ole käyttöoikeutta Toimittajan ylläpidossa oleviin mainoskampanjoihin ja niiden sisältöön, koska harkitsemattomat muutokset voivat heikentää markkinoinnin tehoa sekä sekoittaa raportoinnin. Palvelun päättyessä Asiakas voi lunastaa kampanjoiden käyttöoikeuden itselleen.

Asiakkaalla ei ole lupaa luovuttaa Toimittajan valmistamaa aineistoa kolmannelle osapuolelle tai muilla tavoin hyödyntää sitä vastaavissa tuotteissa tai palveluissa ilman Toimittajan antamaa kirjallista suostumusta.

Tässä palvelukuvauksessa kuvattuihin palveluihin sovelletaan tämän palvelukuvauksen lisäksi soveltuvilta osin IT2018 sopimusehtoja.



NETHIT
M A R K E T I N G

Toimituksissa noudatetaan Tietotekniikan liitto ry:n laatimia ja Keskuskauppakamarin suosittamia IT2018 sopimusehtoja. Sovellettavat ehdot ovat Yleiset Sopimusehdot (YSE), erityisehdot toimitussisältöön soveltuvin osin (EVT,EAP,EHK ja ELT), sekä ohjelmiston ylläpidon ehdot (EOY). IT2018 sopimusehdot ja tämä palvelukuvaus luovutetaan Asiakkaalle tilausvahvistuksen liitteenä. IT2018 ehdot löytyvät alla olevien linkkien lisäksi osoitteesta: <https://goo.gl/gidrTU>. Toimittaja voi myös pyynnöstä lähettää nuo Asiakkaalle paperisena lähettämällä pyynnön sähköpostiin markkinointi@nethit.fi

Ehtojen pätemisjärjestys:

Tämä Palvelukuvaus

IT2018 EAP – Erityisehtoja konsultointi- ja muista asiantuntijapalveluista

IT2018 EVT – Erityisehtoja valmisohjelmistojen toimituksista

IT2018 EHK – Erityisehtoja henkilötietojen käsittelystä

IT2018 ELT – Erityisehtoja laitetöimituksista

IT2018 EOY – Erityisehtoja ohjelmistojen ylläpitopalveluista

IT2018 YSE – Yleiset sopimusehdot