ilkka
Marketing and Technology Group

Lähes 300 markkinoijan vinkit vuodelle 2027

Mitä vinkkejä päättäjät ja asiantuntijat antavat kollegoilleen

295	166	129
vinkkiä	päättäjältä	asiantuntijalta

ILKAN YHTIÖT

Custobar **Evermade** **Liana** **Morse** **MySome** **Profinder** **Ungapped**

Marketing and Technology Group

LUKIJALLE

Kysyimme markkinoinnin ja viestinnän ammattilaisilta yhden kysymyksen

"Mikä on paras vinkkisi kollegalle markkinoinnin tekemiseen vuonna 2027?"

Kysymys esitettiin kaikille Impact Summit -tapahtumaamme ilmoittautuneille, markkinoinnin, myynnin ja viestinnän ammattilaisille. Vastaajista noin 80 % tulee yrityksistä, loput liitoista ja järjestöistä, oppilaitoksista sekä julkiselta sektorilta. Jaoimme heidät tittelin perusteella päättäjiin ja asiantuntijoihin. Kysymys oli avoin, joten luokittelimme vastaukset teemoihin itse jälkikäteen emmekä pyytäneet vastaajia valitsemaan niitä valmiista vaihtoehdoista. Kaikki vinkit löytyvät koosteen lopusta vastaajien omin sanoin.

KOLME HAVAINTOA

01 **Asiantuntijat puhuvat tekoälystä useammin**

02 **Päättäjät neuvovat keskittymään ja kokeilemaan rohkeasti**

03 **Asiantuntijat nostavat aitouden esiin useammin**

KOMMENTTI

Ihminen pysyy ohjaimissa

Luin kaikki lähes kolmesataa vinkkiä, ja yksi asia nousi selvästi esiin. Tekoäly on jo markkinoijien arkea, mutta yli kolmannes tekoälyvinkeistä muistutti samalla ihmisestä sen takana.

Minua ilahdutti myös se, että päättäjät ja asiantuntijat katsovat samaa asiaa hieman eri kulmista. Päättäjät haluavat keskittyä ja karsia, asiantuntijat puolustavat aitoutta ja omaa ääntä. Hyvä markkinointi tarvitsee kumpaakin, joten molempia näkökulmia kannattaa punnita, tekipä markkinointia yksin tai tiimissä.

Kiitos kaikille, jotka jakoivat vinkkinsä. Toivottavasti löydät koosteesta ainakin yhden ajatuksen, jonka viet mukanasi vuoteen 2027.



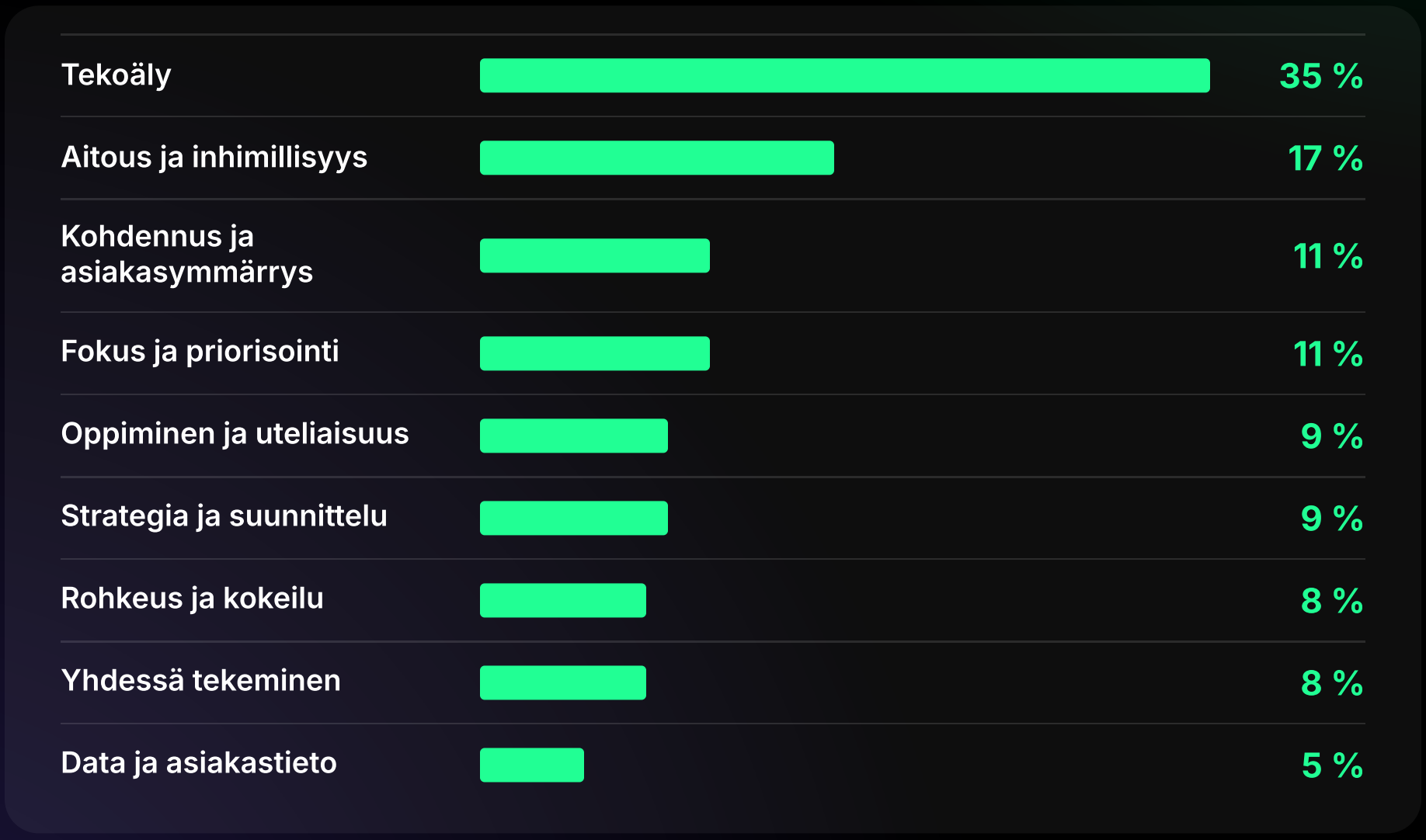
Mika Tiainen
Head of Brand, Marketing and Communications
Ilkka

ilkka
Marketing and Technology Group

KAIKKI VASTAAJAT

Tekoäly nousi esiin joka kolmannessa vinkissä

Tekoälyn jälkeen vastaajat puhuivat useimmin aitoudesta, kohdentamisesta ja keskittymisestä. Yli kolmannes tekoälyvinkeistä muistutti samalla, että ihmisen pitää pysyä ohjaimissa.



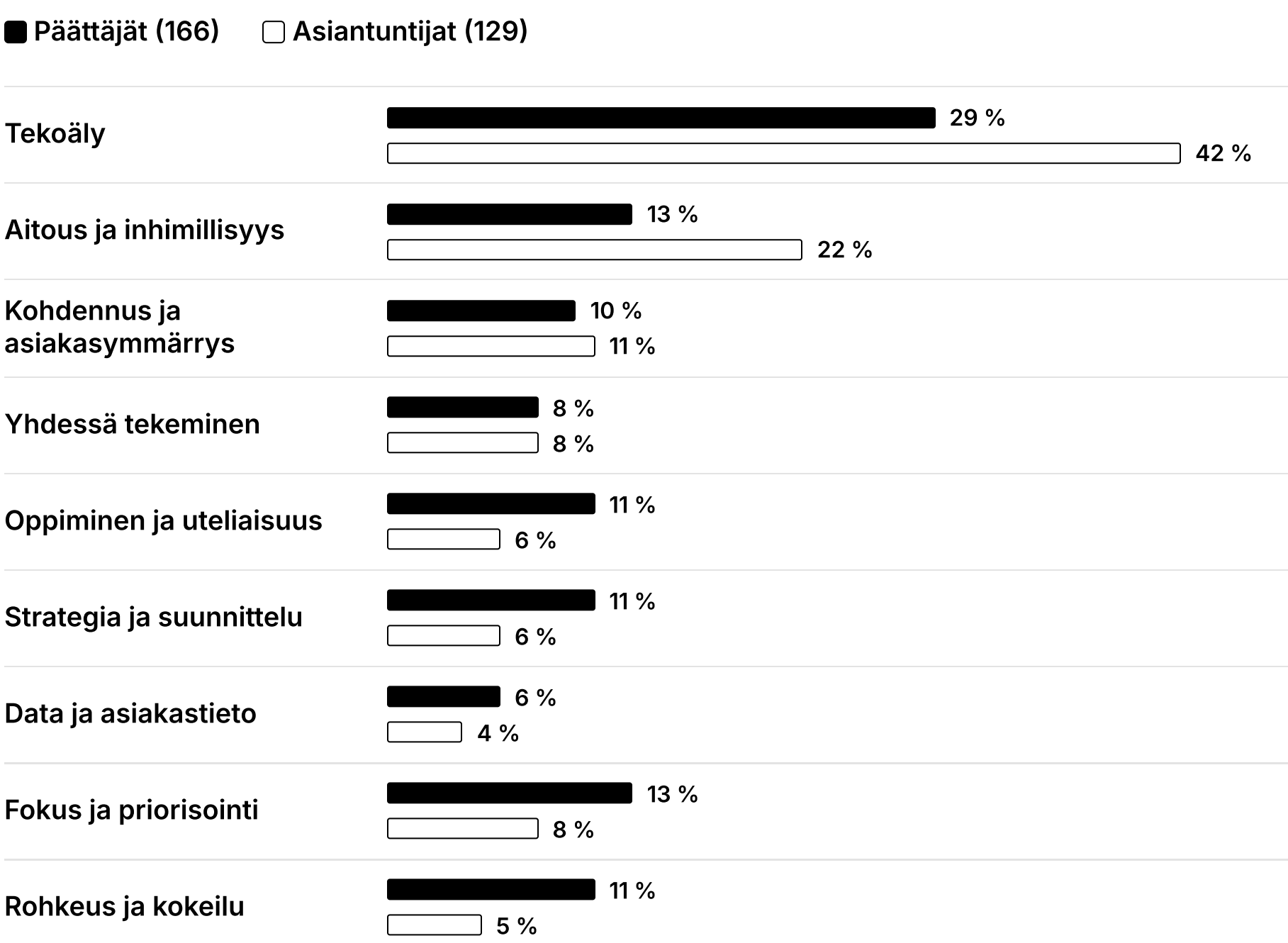
Osuus 295 vinkistä. Luokittelimme vinkit teemoihin itse vastausten sanamuodoista. Yksi vinkki voi kuulua useaan teemaan.

Markkinoijien vinkit vuodelle 2027

ilkka
Marketing and Technology Group

PÄÄTTÄJÄT JA ASIANTUNTIJAT

Sama kysymys, eri painotukset



Päättäjiin on luettu johto ja päällikkötason tittelit, muut asiantuntijoihin. Osuus ryhmän vinkeistä, samoin itse luokiteltuna. Selvimmät erot ovat tekoälyssä sekä fokuksessa ja rohkeudessa yhdessä. Muut erot ovat suuntaa antavia.

Markkinoijien vinkit vuodelle 2027

HAVAINTO 1

Asiantuntijat puhuvat tekoälystä useammin

42 %

asiantuntijoiden vinkeistä mainitsi tekoälyn. Päättäjillä osuus oli 29 %.

38 %

tekoälyvinkeistä muistutti ihmisen roolista tai varoitti nojaamasta tekoälyyn liikaa.



MIKA TIAINEN, ILKKA

Tähän voi vaikuttaa se, että asiantuntijat käyttävät tekoälyä työssään päivittäin.

> Tekoäly ei korvaa ajattelevaa ja kohderyhmän tuntevaa markkinoijaa.
>
> ASIANTUNTIJA

> Valitse kolme asiaa, joita tehostat tekoälyn avulla ja keskity niihin.
>
> PÄÄTTÄJÄ

ilkka
Marketing and Technology Group

HAVAINTO 2

Päättäjät neuvovat keskittymään ja kokeilemaan rohkeasti

24 %
fokus tai rohkeus
asiantuntijoilla 12 %

13 %
fokus ja priorisointi
asiantuntijoilla 8 %

11 %
rohkeus ja kokeilu
asiantuntijoilla 5 %

Päättäjien vinkit koskevat useammin sitä, mitä tehdään ja mitä jätetään tekemättä. Ero asiantuntijoihin on noin kaksinkertainen.

”
Älä himmaile vaan tee rohkeasti isosti.
PÄÄTTÄJÄ

”
Karsi tuloksettomat markkinoinnin kanavat kokonaan pois.
PÄÄTTÄJÄ

HAVAINTO 3

Asiantuntijat nostavat aitouden esiin useammin

22 %

asiantuntijoiden vinkeistä puhui aitoudesta

13 %

päättäjien vinkeistä puhui aitoudesta



MIKA TIAINEN, ILKKA

Tämä voi johtua siitä, että asiantuntijat tuottavat sisällön usein itse ja näkevät ensimmäisinä, miltä massatuotettu tekoälyteksti näyttää. Erottumisen keinoiksi he nostavat oman äänen, tunteen ja ihmisen kädenjäljen.

> Aitous on valttikortti tekoälyn aikakaudella.
>
> ASIANTUNTIJA

> Ole aito ihminen ihmiselle. Puhuttele tunteita.
>
> ASIANTUNTIJA

ilkka
Marketing and Technology Group

OMAAN TYÖHÖN

Kolme kysymystä vuoden 2027 suunnitteluun

01 **Mihin käytät tekoälyä ja mihin et?**

Asiantuntijoiden vinkeissä tekoäly näkyi selvästi useammin, mutta yli kolmannes niistä muistutti ihmisen roolista.

02 **Mitä lopetat ensi vuonna?**

Päättäjät neuvoivat keskittymään ja kokeilemaan rohkeasti noin kaksi kertaa useammin kuin asiantuntijat.

03 **Missä kohtaa ihminen näkyy lopputuloksessa?**

Asiantuntijat nostivat aitouden esiin selvästi useammin kuin päättäjät.

ilkka
Marketing and Technology Group

TEKOÄLY

Tekoäly on renki, ei isäntä

”

Ajattele, että voisit tuplata koko henkilöstösi. Mihin käyttäisit lisäresurssit? Juuri niissä tehtävissä kannattaa hyödyntää tekoälyä.

ASIANTUNTIJA

”

Pyydä tekoälyä haastamaan oletuksesi ja näkemyksesi

PÄÄTTÄJÄ

”

Seuraa yrityksesi mainetta myös AI-työkaluissa

PÄÄTTÄJÄ

ilkka
Marketing and Technology Group

AITOUS

Kun kaikki käyttävät tekoälyä, ihminen erottaa

”

Tekoälyä osaavat pian käyttää kaikki. Pidä ihminen lopputuloksessa, jotta erotut massasta.

ASIANTUNTIJA

”

Tee markkinointia ihmisille, älä algoritmeille.

ASIANTUNTIJA

”

Vähemmän kiillotettua pintaa ja enemmän aitoja tarinoita.

PÄÄTTÄJÄ

FOKUS

Kaikkea ei kannata tehdä enemmän

> ”
>
> Tekoälyllä voi tehdä koko ajan enemmän, mutta se ei tarkoita, että kaikkea kannattaa tehdä enemmän.
>
> ASIANTUNTIJA

> ”
>
> Vähemmän hyvin on enemmän.
>
> PÄÄTTÄJÄ

> ”
>
> Priorisoi ja uudelleen priorisoi! Keep on doing!
>
> PÄÄTTÄJÄ

Marketing and Technology Group

DATA JA ASIAKAS

Oikeille ihmisille, oikealla hetkellä

”

Datan laatu on kaiken a ja o. Automaatio ei korjaa sotkua, se monistaa sen.

ASIANTUNTIJA

”

Markkinoi vähemmän kaikille ja enemmän oikeille ihmisille oikealla hetkellä.

ASIANTUNTIJA

”

Asiakasdata voittaa mielipiteet. Uimme datassa, mutta sitä pitää osata käyttää ja ymmärtää. Data ehdottomasti työn tueksi.

ASIANTUNTIJA

ROHKEUS

Ajattele isosti, aloita pienesti

”

Testaa, opi, skaalaa

PÄÄTTÄJÄ

”

Uskalla rikkoa kaavat

ASIANTUNTIJA

”

Rauhoitu! Kaikkeen ei tarvitse rynniä ensimmäisenä mukaan.

ASIANTUNTIJA

ilkka
Marketing and Technology Group

KAIKKI VINKIT

Kollegoiden vinkit teemoittain

Kaikki 295 vinkkiä vastaajien omin sanoin, sellaisinaan. Jokainen vinkki on listattu kerran pääteemansa alle, ja teeman perässä oleva luku kertoo vinkkien määrän.

● päättäjä ● asiantuntija

Tekoäly · 102

- 10–20–70 -resursointimalli: 70 % ajasta ja budjetista: Varma ja toimiva perustekeminen. 20 % ajasta: Olemassa olevien kanavien ja sisältöjen tekoälypohjaiseen optimointiin ja automaatioon. 10 % ajasta: uudet kokeilut ja työkalut.
- AI
- AI
- AI
- AI agentit ja automatisointi
- Ai hyödyntäminen
- AI ketteryys eri kielimallien ja sovellusten sekamelskassa
- AI markkinoinnin suunnitteluun, nauhoittakaa palaverit
- AI:n hyödyntäminen syvemmin, ei vain sisällöntuotannossa jne.
- AI:n validointi
- Aitous on valttikortti tekoälyn aikakaudella.
- Aitous puhuttelee parhaiten tekoälyaikana
- Automatisointi ja personointi seuraavalle tasolle AI-kyvykkyyksiä hyödyntämällä
- Automatisointi ja tekoäly - ja näiden käytön ja osaamisen jakaminen tiimin/kollegoiden kesken
- ChatGPT (ja AI yleisesti) nopeuttaa ja helpottaa erityisesti sisällöntuotantoa ideoinnissa, tuotannossa, oikolukemisessa ja kielikäännöksissä.
- Claude
- Claude + agentit + eri integraatiot
- Claude kiinni Google adsin dashboardiin ja pampam

ilkka
Marketing and Technology Group

KAIKKI VINKIT

- Clauden avulla mahdollisimman monen copy paste homman automatisointi. Ei tarvitse osata, tarvitsee vaan tietää mitä tahtoo tehdä.
- Copilot
- Copilot
- Ei AI vaan aitous
- Ei kannata mainostaa fakta-väitteillä, jos ne eivät ole totta. Ihan liikaa ihmisille tarjotaan vain mielikuvia. Äläkä ainakaan käytä englannin kuuloista mainostuubaa tai aivotonta AI-kieltä!
- Erottaudu, tuunaa tekoälyn tuotokset
- Etenkin tekoälyä hyödyntäessä muista laatu ennen bulkkia. Hakukoneoptimointi on yhä tärkeämpää nyt kun tekoälyllä on kuluttajien hakukäyttäytymiseen yhä suurempi vaikutus.
- Gemini
- GEO
- GEO
- Huolehdi nettovinst kuntoon tekoälyn aikakaudella
- Hyvä markkinointi lähtee aina asiakkaan tarpeista, myös AI-aikakaudella. Aito asiakasymmärrys syntyy kysymällä suoraan asiakkaalta, ei antamalla AI:n arvailla.
- Hyödynnä Claudea (tai muuta tekoälyä) laajalti kokonaisuuksien hallitsemiseen.
- Hyödynnä mahdollisimman paljon AI:ta työssäsi, mutta älä anna sen ohjata liikaa tekemistäsi.
- Hyödynnä tekoälyä esimerkiksi markkinoinnissa sparraajana, älä vain sisällöntuotannon työkaluna.
- Hyödynnä tekoälyä tehokkaasti, mutta pidä asiakasymmärrys päätöksen teon ytimessä.
- Hyödynnä tekoälyä tehokkuuteen, mutta käytä aitoutta ja ihmisyyttä erottumiseen.
- Kehitä omaa makua ja omaa näkemystä, kun kaikkea on liikaa ja tekoäly työntää höttöä eetteriin, tulee markkinoinnin ammattilaisten olla entistä tarkempia siitä mitä tehdään, miksi tehdään ja kelle tehdään, jotta tuloksia syntyy.
- Kokonaisvaltainen brändikokemus on tekoälyn aikakaudella elintärkeää!

ilkka
Marketing and Technology Group

KAIKKI VINKIT

- Kun tekeminen nopeutuu/tehostuu tekoälyn myötä, älä täytä vapautuvaa aikaa uudella tekemisellä. Rakenna toimintamalleja joissa on tilaa havainnonnille, keskusteluille ja kokeiluille.
- Kyllä se ennen kaikkea olisi AI:n käytön opettelu, tehostaminen ja koko tiimin saaminen samaan kelkkaan sen kanssa.
- Käytä AI:ta apuna sparrailuun, mutta älä korvaa sillä omaa asiantuntijuuttasi.
- käytä tekoälyä mahdollisuuksien mukaan apunasi ja juttele työkavereitten kanssa mihin kaikkeen he käyttävät tekoälyä
- Käytä tekoälyä rohkeasti eri tavoin
- Käytännönläheistä, jossa näkyy ihminen taustalla, vaikka olisi apuna tekoälytyökaluja.
- Markkinoinnin johtamisen ja raportoinnin muuttaminen vastaamaan zero-click aikakautta
- Mieti, millä markkinoinnin osa-alueilla tekoäly voi auttaa sinua kaikkein parhaiten.
- Muista inhimillinen ja ihmisläheinen ote markkinoinnissa myös nyt tekoälyn aikakaudella.
- Muista pitää tekoäly renkinä, ei isäntänä.
- Olemassa olevan tiedon hyödyntäminen ja kokoaminen tekoälyllä.
- Ota aikaa tietotulvan keskellä ja luota aivoihisi älä aina vain tekoälyyn.
- Panosta aitoon äänensävyyn kaikissa kanavissa, tekoälyllä tai ilman
- Panosta myös aitouteen ja inhimillisyyteen kaiken tämän tekoälysisällön keskellä. :)
- Panosta tekoälyajassa brändin tunnettuuteen ja oman kohderyhmän tavoittamiseen.
- Panostetaan sisältöihin, joissa näkyy ihmisen kädenjälki ja käytetään ai:tä sisältöjen sijaan asioiden automatisointiin ja prosessien hallintaan.
- Paras vinkki jonka olen saanut 2026: Ajattele, että voisit tuplata koko henkilöstösi. Mihin käyttäisit lisäresurssit? Juuri niissä tehtävissä kannattaa hyödyntää tekoälyä.
- Paras vinkkini kollegalle vuodelle 2027 on siirtyä tekoälyn mekaanisesta käytöstä aidon asiakasymmärryksen ja brändiarvon syventämiseen.
- Pidä huoli siitä, ettei markkinoinnistasi paista tekoäly läpi.

ilkka
Marketing and Technology Group

KAIKKI VINKIT

- Pyri aitouteen tekoälyn hallitsemalla aikakaudella. Tekoäly on renki, ei isäntä.
- Pyydä tekoälyä haastamaan oletuksesi ja näkemyksesi
- Seuraa aikaa, mutta älä tee ylilyöntejä tekoälyn kanssa. Tutustu, perehdy ja opettele. Toimi sitten.
- Seuraa yrityksesi mainetta myös AI-työkaluissa
- Suunnittele viestisi kohderyhmä mielessä, luota omaan näkemykseesi, käytä tekoälyä ideointiin ja työn nopeuttamiseen ja pyri vähentämään kitkaa kiinnostuksesta toimintaan.
- Tee pohjatyöt hyvin (strategia, data, insight, prosessit) ja kehitä kaikkea, myös strategiaa jatkuvasti yhdessä tekoälyn kanssa. MUTTA ÄLÄ AUTOMATISOI AIVOJASI..
- Teknologian ja tekoälyn kehityksen seuraaminen ja hyödyntäminen ihmistä unohtamatta.
- Tekoäly
- Tekoäly
- Tekoäly ei korvaa ajattelevaa ja kohderyhmän tuntevaa markkinoijaa.
- Tekoäly ei ole vastaus kaikkeen. Löydä ne asiat, joista siitä on sinulle eniten ja oikeasti hyötyä.
- Tekoäly ja agentit tehokkaaseen käyttöön
- Tekoäly mahdollistaa paljon, mutta se ei voi istua asiakkaan kanssa alas ja haastaa häntä kasvotusten. Erotu persoonalla ja kohtaamisilla.
- Tekoäly markkinoinnin puolueettomana analyytikkona
- Tekoäly tehostaa tekemistä, mutta asiakkaan ymmärtäminen ratkaisee lopulta.
- Tekoäly työkalujen käytön tehostaminen sekä AI agents hyötykäyttöön yritykselle organisaation koosta riippumatta.
- Tekoäly.
- Tekoälyllä voi tehdä koko ajan enemmän, mutta se ei tarkoita, että kaikkea kannattaa tehdä enemmän. Käyttäisin tekoälyä erityisesti rutiinien nopeuttamiseen, jotta aikaa jää enemmän ideointiin, ihmisten kohtaamiseen ja siihen, että sisältö näyttää ja kuulostaa omalta.
- Tekoälyn aikakaudella elämme informaatiotulvassa. Tee markkinointia jolla on merkitystä ja on relevantti kohderyhmälle.

ilkka
Marketing and Technology Group

KAIKKI VINKIT

- Tekoälyn haastaminen omalla aitoudella
- Tekoälyn hyödyntäminen
- Tekoälyn hyödyntäminen
- Tekoälyn hyödyntäminen
- tekoälyn hyödyntäminen
- Tekoälyn hyödyntäminen päivittäisenä työkaverina.
- Tekoälyn hyödyntäminen segmentoinnissa ja asikasymmärryksen syventämisessä.
- Tekoälyn hyödyntäminen sparrauksessa
- tekoälyn hyödyntäminen työparina
- Tekoälyn järkevä hyödyntäminen
- Tekoälyn käyttö
- Tekoälyn menoa kannattaa seurata.
- Tekoälyn suunnitelmallinen hyödyntäminen
- Tekoälytyökalut käyttöön nyt
- Tekoälyväsymys is real: älä unohda aitojen ihmisten merkitystä markkinoinnissa ja viestinnässä
- Tekoälyä kannattaa hyödyntää markkinoinnissa, mutta älä silti unohda ihmisiä. Uskon, että asiantuntijoiden näkemykset ovat edelleen arvokkaita, myös tekoälylle.
- tekoälyä osaavat pian käyttää kaikki. Pidä ihminen lopputuloksessa, jotta erotut massasta.
- Tutki GEO-asioita
- Understanding GEO
- Uteliaisuus uusien mahdollisuuksien hyödyntämiseen AI:n kehityksen myötä
- Vaikka tekoälystä on apua, älä luota siihen liikaa.
- Valitse kolme asiaa, joita tehostat tekoälyn avulla ja keskity niihin.
- Varmista, että markkinointitiimisi saa AI-koulutusta (jatkuvaa)
- Vältä tekstintuotannossa tekoälyhöttöä ja yritä pitää oma äänensävy
- Yrityksen omiin järjestelmiin integroitu tekoäly

ilkka
Marketing and Technology Group

KAIKKI VINKIT

- Älä ulkoista omaa ajattelua tekoälylle tai lisää kollegan työkuormaa tekoälytauhkalla, vaan mieti, miten saat tekoälyn tuottamaan itsellesi, organisaatiollesi ja asiakkaillesi aitoa hyötyä.
- Älä ulkoista päätöksiä tekoälylle, vaikka sillä valtavasti dataa mistä tehdä johtopäätöksiä ja ehdotuksia – usko itseesi ja ammattitaitoosi, sinä tiedät mitä tehdä.

Aitous ja inhimillisyys · 28

- Aitous
- aitous
- Aitous
- aitous
- Anna kasvosi brändiin
- Autenttisuus
- Henkilökohtainen asiakaskohtaaminen on tärkeä
- henkilökohtainen ote!
- henkilökohtaisuus
- Ihminen ensin.
- Ihmiset
- Keskity ihmiseen, älä teknologiaan!
- Keskity ja tee se kunnolla ja tunnetta luoden
- Markkinoi vähemmän kaikille ja enemmän oikeille ihmisille oikealla hetkellä.
- Ole ainutlaatuinen oma itsesi, persoonallisuus saa näkyä
- Ole aito
- Ole aito ihminen ihmiselle. Puhuttele tunteita.
- Ole autenttinen
- Ole luonnollinen, se tuo uskottavuutta
- Pidä huolta yrityksesi tai organisaatiosi sielusta. Se on se, millä erotut, kun hälyä on enemmän kuin koskaan.
- Stay human.
- Tapaa ihmisiä livenä. Ansaitse ensin luottamus.
- Tee markkinointia ihmisille, älä algoritmeille.
- Tunne myy
- Vakuuta aitoudella, älä kosiskelulla ja geneerisellä LinkedIn-strategialla.

ilkka
Marketing and Technology Group

KAIKKI VINKIT

- Varmaankin se, että tee markkinointia ihmisille, älä algoritmille – vaikka aivan kaikki toimintaympäristössä puskeekin tekemään markkinointia algoritmeille. Jatkovinkki tähän on tietenkin se, että pystyy mahdollisimman tarkasti tunnistamaan markkinoinnin kohderyhmään kuuluvat ihmiset, eikä yritä puhutella kaikkia. Kliseistä.
- Vähemmän kiillotettua pintaa ja enemmän aitoja tarinoita.
- Älä keskity tuottamaan enemmän sisältöä. Keskity tekemään sisältöä, joka tuntuu vastaanottajasta aidosti hänelle tehdyltä.

Kohdennus ja asiakasymmärrys · 17

- Asiakasymmärryksen vahvistaminen
- Data kuntoon, kohdentaminen ja personointi
- Keskity oleelliseen, tunne asiakkaasi ja hyödynnä tehtyjä sisältöjä mahdollisimman tehokkaasti eri muodoissa ja kanavissa.
- Kohdennus ja toisto
- Maksullinen, mutta todella edullinen mini-ostos (esim. laadukas Google Maps -näkyvyyskartoitus), joka paljastaa tarpeen kehittyä kyseisellä sektorilla → tarve kalliimmalle "päätuotteelle", joten helpot lämpimät liidit valmiina
- Markkinointi mukaan vahvemmin miettimään lisäarvoa ja miten luoda arvoa asiakkaalle, tämä ei vain myynnin/palvelukehityksen tehtävä. Markkinointi miettimään miten saada asiakaskohtaamisia aikaan, tapahtumia, työpajoja ja asiakkaan osallistamista. Markkinoinnista on moneksi!
- Ota sisältöstrategiaasi ja -suunnitelmaasi yhdeksi kohderyhmäksi oma organisaatioksi, jolle teet markkinointitiimin aikaansaannoksia ja arvoluontia näkyväksi.
- Personoitu viestintä
- Perusta kuntoon B2B puolella ja sen päälle rakentaminen. Oikea sisältö oikealle kohderyhmälle, joten back to basics
- Priorisio työt ja targetoi oikein
- sisältö on ykkönen! kohderyhmä+kanava+vaikutava sisältö=vaikuttava tulos
- Tee asiakkaan saamasta hyödystä näkyvä ja uskottava

ilkka
Marketing and Technology Group

KAIKKI VINKIT

- Tee markkinointia, joka tuottaa asiakkaalle oikeaa arvoa.
- Tiedosta, mitä asiakaskuntasi oikeasti voisi haluta ja markkinoi sitä
- Tunne asiakkaasi tarpeet
- Ytimekäs, hyvin kohdennettu ja tarkasti kohderyhmää puhutteleva viestintä
- Älä yritä markkinoida kaikille, vaan keskity yhteen selkeään kohderyhmään.

Data ja asiakastieto · 11

- Asiakasdata voittaa mielipiteet. Uimme datassa, mutta sitä pitää osata käyttää ja ymmärtää. Data ehdottomasti työn tueksi.
- data
- Data
- Datalla, ei mutulla!
- Datan laatu on kaiken a ja o. Automaatio ei korjaa sotkua, se monistaa sen.
- Johda datalla
- Kaikki lopulta perustuu datan laatuun, ei sen volyymiin.
- käytä omaa asiakastietoa hyväksi
- Oman asiakasdatan hyödyntäminen
- Tutki analytiikkaa
- älä luota mutuun

Fokus ja priorisointi · 23

- 80/20 sääntö: Priorisoi tehtävät ja tee tärkeimmät 80 %:sesti hyvin ja ei niin tärkeät asiat hoidat 20 %:sen hyvin. Työtä on enemmän kuin jaksaa ja pystyy tekemään, joten päätä mitkä asiat vaativat oikeasti huomiota, ja muut hoidat välttävästi siten, että saat ne nopeasti pois omalta tehtävälistaltasi. Unohda pilkun viilaaminen!
- Delegoi
- Fokus
- Fokusoidu
- Hälyn välttäminen
- Karsi tuloksettomat markkinoinnin kanavat kokonaan pois. Kaikilla ei ole pakko olla hakukonemainontaa tai somea vain sen takia että sitä "täytyisi olla""
- Keskity olennaiseen
- Keskity omiin vahvuuksiin

ilkka
Marketing and Technology Group

KAIKKI VINKIT

- Ketteryys ja priorisointi markkinointiviestinnän kanavavalinnoissa.
- Kirkasta tavoitteet ja prioriteetit
- Luovuus ja keskittyminen
- Ota homma omiin käsiin, selvitä mikä omassa toimintaympäristössä on olennaisinta. Räjähtää pää, jos uskoo jokaista tietäjää.
- perusasiat kunniaan
- Priorisoi ja uudelleen priorisoi! Keep on doing!
- Seuraamme tiimin kesken kaikkien työtehtäviä microsoft planneriin rakennetulla projekticanvaalla. Tämä office lisenssiin kuuluva ohjelmisto on kustannustehokas, helppokäyttöinen ja yhdellä silmäyksellä näkee deadlinet ja tehtävien prioriteetin ja määrän.
- Sparrivartit, säännölliset kalenteroidut hetket jolloin kaikki keskittyvät vain esiteltyyn ideaan ilman muita viestimiä
- Tartu oleelliseen
- Tee oma juttusi, älä kuuntele kaikkea hälinää ympärilläsi
- Tee vähemmän, mutta paremmin.
- Tehokas priorisointi
- To do lista - vain tärkeimmät työt, oikeasti
- Vanha kunnon selkeä fokus ja asioiden palastelu riittävän pieniksi kokonaisuuksiksi!
- Vähemmän hyvin on enemmän.

Strategia ja suunnittelu · 16

- Aloita brändisi ytimen kiteytyksestä
- Aloita siitä, mitä markkinoinnilla pitää saada aikaan!
- Asiakasdata kuntoon ja rohkeasti eteenpäin strategiaa tukevien kumppanien ja ohjelmistojen avulla.
- Dokumentoinnin tärkeyttä ei voi vähätellä
- Ennakoi projekteja niin paljon kun voit, jotta saat laadukkaampaa työtä
- Järjestelmällisen Digi-markkinoin suunnittelu ja toteutus vahvistaa yrityksen kuvaa asiakkaissa ja ammattipiireissä
- Järjestelmällisyys
- Kaikki lähtee edelleen ongelman tunnistamisesta.

ilkka
Marketing and Technology Group

KAIKKI VINKIT

- Muista pitkäjänteinen tekeminen myös haastavina aikoina kun helposti haluaa jäädä yksittäisiin kampanjoihin kiinni.
- Panosta strategiaan, luo vahvat konseptit ja toista niitä systemaattisesti ja pitkäjänteisesti konsistenssin ja tunnettuuden rakentamiseksi
- Pidä markkinointikalenteri ajan tasalla
- Seuraa myös hiljaisia ja muuttuvia signaaleja oman markkinointistrategian lisäksi
- Strageiat kuntoon
- Suunnittele ja päivitä suunnitelmaa vuoden kuluessa
- Tee yhdessä samansuuntaisen tavoitteen ja arvot jakavien kanssa.
- Uskalla panostaa brändiin ja tehdä pitkäjänteistä markkinointia.

Rohkeus ja kokeilu · 20

- Aloittaminen on tärkeintä
- Anna aikaa kokeilulle
- kokeile jokaviikko jotakin uutta
- kokeile, analysoi ja skaalaa
- Kokeilu
- Ole rohkea kokeilemaan.
- Ravistele vanhat toimintamallit ja katso rohkeasti uuteen - maailma on muuttumassa enemmän kuin koskaan markkinoinnin historiassa!
- Reagoi muutoksiin ja kokeile uutta!
- Riko totuttuja kaavoja
- Rohkeasti eteenpäin ja uudet teknologiat käyttöön, mutta vähän on hyvä pitää myös jäitä hatussa.
- Rohkeasti ja luovasti kilpailijoista erottautuen!
- Rohkeus ja ennakkoluulottomuus
- Rohkeus ja uteliaisuus: uskalla haastaa totuttuja tapoja.
- Rohkeus. Ajattele isosti, aloita kenties pienesti mutta uskalla kokeilla
- Tarkastele rohkean kriittisesti omia toimintatapojasi, jotta voit ottaa käyttöön uutta!
- Testaa, opi, skaalaa
- Uskalla kokeilla ja ole dynaaminen

ilkka
Marketing and Technology Group

KAIKKI VINKIT

- Uskalla rikkoa kaavat
- Virhekin on oppia
- Älä himmaile vaan tee rohkeasti isosti

Oppiminen ja uteliaisuus · 17

- Avoin mieli
- avoin uudelle
- Inspiraatio
- Kouluttaudu säännöllisesti
- Ole avoin muutokselle ja hyväksy, että muutosvauhti kiihtyy
- Ole avoin muutoksen tuomille mahdollisuuksille
- Ole utelias
- Ole utelias ja kehitä itseäsi koko ajan.
- Ole utelias ja kriittinen
- Ole utelias ja pidä osaamistasi jatkuvasti yllä - esimerkiksi tapahtumiin ja webinaareihin osallistumalla :)
- Opi ja opeta pois vanhasta
- Pysy ajan hermolla ja pidä huolta osaamisestasi. Markkinoinnin toimintaympäristö on nyt kovassa muutoksessa.
- Pysy uteliaana mutta samalla kriittisenä
- Seuraa aikaasi - kenttä muuttuu niin nopeasti
- Seuraa trendejä. Uudista ja uudistu
- Uteliaisuus uusiin työtapoihin
- Uuden oppiminen

Yhdessä tekeminen · 8

- Anna aikaa ajattelulle ja älä luota aina vain itseesi - sparraus on markkinoinnin paras kaveri
- Funnelin integrointi yli tiimisiilojen
- Jakaa oma tietosi ja taitosi.
- Myynnin ja markkinoinnin yhteinen tekeminen
- Tavatkaa tiimiä livenä mahdollisimman paljon
- Tehkää yhdessä!
- Yhteistyö

ilkka
Marketing and Technology Group

KAIKKI VINKIT

- Yhteisöllisyys

Muut vinkit · 53

- Ajattelu
- ajatusjohtajuuden kehittäminen
- Ajatusjohtajuus hallintaan
- Aktiivinen näkyvyys ja oman alan ammattilaisprofiilia korostava ja muille hyödyllinen some- ja medianäkyvyys
- Ami Hasanin sanoin: "vaihda levyä silloin, kun kaikki muut alkavat toistaa samaa asiaa"
- Automatisointi
- Avoimuus ja "boksin" ulkopuolelta ajattelu sekä asiakkaiden toiveiden todellinen kuuleminen
- Johtamisen tärkeys
- Juttele suoraan asiakaskunnan kanssa.
- Kansainvälisty!
- Kartota kaikki mahdolliset työkalut
- Kiinnostava tarina toimii aina
- Kokemuksesta tiedän Lianan uutiskirjeen olevan kiva ja toimiva.
- Kokonaisuuksien hallinta
- Koska lähes kaikki kilpailijat pystyvät luomaan laadukasta perussisältöä sekunneissa, pelkkä massatuotanto ei enää riitä erottumaan.
- Kuuntele ja kyseenalaista
- Kysy joka aamu itseltäsi, mikä erottaa meidät kilpailijasta ja varmista, että se on viestisi ytimessä.
- Käytä ammattilaista
- Käytä myös omaa järkeäsi ja seuraa tarkasti, mikä oikeasti toimii.
- Käytä selkeää suomalaista ilmaisua viestinnässä
- Laadukas sisältö
- Laadukkaat julkaisut
- Leanit prosessit
- Liana ollut hyvä ja mietimme nyt yhtenäistämistä kaikki kolme brändiä samaan
- Lopeta SEO
- luovuus
- luovuus

ilkka
Marketing and Technology Group

KAIKKI VINKIT

- Luovuutta, rempseää!
- Meidän some-tekeminen parani huomattavasti, kun otimme sen inhouse ulkoisen tahon sijaan. Seuraavaksi aiomme vahvistaa IRL -tekemistä, joka luo sisältöä myös giditaalisiin alustoihin.
- Mieti hidasteet ja poista ne
- Mikrovaikuttaminen, ugc
- Muutos kiihtyy
- Nykyinen kiire täyden tilauskirjan kanssa ei ole syy laiminlyödä markkinointis
- Näe ja kuule.
- Ole ajoissa liikkeellä
- Ole innostunut oppimaan uutta
- Ole valmis muuttumaan
- Panosta löydettävyyteen ja hakusanoihin. Ovatko brändisi ja palvelusi siellä, missä niiden kuuluisi olla?
- Panosta oikeakielisyyteen ja oivaltavaan kielenkäyttöön.
- Panosta someen! Se on yksi tämän päivän ja tulevaisuuden merkittävimmistä medioista, jota yhä edelleen ylenkatsotaan, vaikka ei pitäisi!
- Paras markkinointi ei tunnu markkinoinnilta.
- Pidä huolta ja vaali omaa luovuuttasi!
- Rauhoitu! Kaikkeen ei tarvitse rynniä ensimmäisenä mukaan.
- Reagointinopeus määrittää yhä enemmän markkinoinnin onnistumista.
- Reflektoiva keskustelu muutosten johtamisessa
- some
- Tapahtumat ovat tärkeää markkinointia ja tapahtuman ohjelmasisältö täytyy tehdä vuorovaikutteiseksi ja kiinnostavaksi.
- Tarkista tekemäsi sisältö 2 kertaa.
- Tee paljon joku osuu
- Tiedä mitä ulkoistat.
- Verkkosivut kuntoon
- Viestin toistaminen ja jo tehdyn uudelleen hyödyntäminen.
- Älä siirrä huomiseksi mitään sellaista jonka voit tehdä jo tänään

ilkka
Marketing and Technology Group

IMPACT SUMMIT

Nähdään taas 2027.

Tämän koosteen vinkit kerättiin Impact Summit 2026 -tapahtumaamme ilmoittautuneilta. Jatkamme samaa keskustelua myös ensi vuonna, ja ensimmäisenä siitä kuulevat ne, jotka seuraavat meitä.

Seuraa Ilkkaa LinkedInissä linkedin.com/company/ilkka-group

ilkka
Marketing and Technology Group

MIKSI ILKAN YHTIÖT

Monimutkaisuudesta selkeydeksi ja vaikuttaviksi teoiksi.



01 **Koko ketju yhdeltä kumppanilta**
Verkkopalveluista ja somesta dataan, automaatioon ja myyntiin. Oikeat osaajat löytyvät saman katon alta.

02 **Teknologia ja ihmiset yhdessä**
Yhdistämme oman eurooppalaisen teknologiamme, johtavien kumppaneiden ratkaisut ja paikallisen osaamisen.

03 **Kokemusta, johon voi luottaa**
Noin 350 asiantuntijaa ja yli 5 000 asiakasta Suomessa ja kansainvälisesti.

Impact built in.

linkedin.com/company/ilkka-group · ilkka.com