



**Intohimoni on auttaa ihmisiä ja yrityksiä
ylittämään potentiaalinsa uskaltamalla
ajatella ja tehdä toisin.**

Lasse Riitesuo

Business Designer

Medioittaminen ja ilmiöt

lasse.riitesuo@brande.fi

www.brande.fi



Linked in

O. ZEROPOINT



Wilson.

brande:

Ihmiset, yritykset ja
seurat voidaan jakaa
neljään luokkaan

NE,

JOTKA AIHEUTTAVAT TAPAHTUMIA

JOTKA KATSOVAT MITÄ TAPAHTUU JA REAGOIVAT
SIIHEN

JOTKA KATSOVAT MITÄ TAPAHTUU JA OVAT
REAGOIMATTA

JOTKA EIVÄT HUOMANNEET MITÄÄN TAPAHTUNEEN

Hirviteatteri- hirveetä somettamista



CASE: PUNAISET HOUSUT

**JOS ET KERRO MITÄÄN, ET
VOI MYYDÄ MITÄÄN!**





HC TPS  @HCTPS · 1 pv

Vaikeina aikoina punnitaan kaikkien sydän. Mitä me olemme yhdessä? Tai mitä TPS sinulle oikeasti merkitsee?

Jokainen valitsee itse.

Silti on vain TPS.

Näytä itsellesi ja muille, oletko oikeasti TPS.


Milloin Turussa on muka luovutettu?

TPS-KooKoo tiistaina klo 18.30.



Kouvolan KooKoo
@KouvolanKooKoo

"Mitä TPS sinulle oikeasti merkitsee?"

Viidettä peräkkäistä voittoa! Sitä haetaan tänään Turusta. Kiekko jäähän kello 18.30! 

[#yksijoukkue](#) [#KooKoo](#) [#Liiga](#)

Yhden **joukkueen** sarja olisi tylsä
pelata ja **seurata**
#tunne #tunnelma

**“Tee yleisöstäsi, seuraajistasi,
sidosryhmistä ja joukkueestasi oma
markkinoinnin & myynnin armeijasi!”**

Seuraa sidosryhmiäsi, tekijöitäsi ja asiakkaitasi.

Vastaa, osallistu, ole mukana, ole sosiaalinen.

Toiminta tapahtuu aina nyt!

**Ketä kuunnellaan, kuka tuottaa sisällön
huomioidaanko sidosryhmät, mikä on budjetti
ja mitä se maksaa?**



#MeetOurHeroes

Our Heroes from Instagram

**Yhteistyön tekemisen tapa tulee
varmasti muuttumaan.**

#brandambassador



Omakehu tunnetaan sanana
ainoastaan Suomessa...



**MIKSI URHEILIJAT JA
TAUSTATOIMIJAT
VIERASTAVAT KERTOJA
ONNISTUMISISTAAN?**



ILTA-SANOMAT

JÄÄKIEKKO

ETUSIVU UUTISET + VIIHDE + URHEILU + TALOUS + LIFESTYLE

Todellinen urheilun moniosaaja! Lasse, 38, teki historiaa – "Mikä on tekstiteveellä on urheilua?"

Itku pitkästä ilosta

Joka kuuseen kurkottaa, katajaan kapsahtaa

Kenen vastuulla seurassa on markkinointi, viestintä ja myynti?



Ilman onnistunutta viestintää MYYNTIÄ ei synny!

MEDIOITTAMINEN KÄYTÄNNÖSSÄ

1. Olosuhteet ovat muuttuneet!

Vanhanaikainen organisaatioviestintä ei enää puhuttele yleisöjä, sidosryhmiä eikä uusia asiakkaita.

2. Organisoituminen, kuinka sen teemme?

Kaikki kaupallinen energia keskittämällä: Myynti + markkinointi + viestintä

➤ Vaatii koulutusta, panostamista ja yhdessä tekemistä. Yksilöurheijat vs. joukkuelajit

3. Ilmatilan haltuun otto ihmisten kautta

Kuinka yhä usempi organisaation jäsen saadaan mukaan tekemään medioittamista. Mitkä asiat/arvot ovat tärkeitä yhteisöllemme ja sen ihmisille?

4. Jatkuva kehittyminen

Organisaatio on huomenna parempi kuin tänään

> Vuoropuhelu, kuuntelu, valveillaolo, oppiminen, ajankohtaisiin asioihin ja ilmiöihin tarttuminen

Arvon luominen

1. **Yhteiskunnallinen arvo** > kyky kehittää maailmaa
2. **Organisaatioarvo** > tiimi, innostus, työn merkitys
3. **Asiakas- ja tunnearvo** > kyky luoda WOW-kokemuksia sekä merkitystä
4. **Uutuusarvo** > kyky murtaa vakiintuneita malleja, disruptio
5. **Liiketoiminta-arvo** > kyky luoda kasvua

Emotionaalinen arvo

Asiakaskokemus

**Ydinviestin
tunteistaminen**

Symbolinen arvo

Merkitys

Taloudellinen arvo

Hinta

Toiminnallinen arvo

Ratkaisu

Asiakkaat eivät osta
tuotteita ja
palveluita

Asiakkaat ostavat

TARINOITA

ARVOJA

TUNNELMAA

TAIKUUTTA



@Riitesuo97



@lasseriitesuo



@iceswamp

#bisnesmuotoilu #socialselling
#henkilöbrändi
#ilmiöt
#medioittaminen

KIITOS!