

# Oman asiakaskannan kehitys ykköseksi!

Anni Salo

LEADSPARK<sup>+</sup>

LEADSPARK<sup>+</sup>

LEADSPARK<sup>+</sup>

LEADSPARK<sup>+</sup>

LEADSPARK<sup>+</sup>

LEADSPARK<sup>+</sup>

# Kumppanisi uusien asiakkaiden hankintaan

- LeadGen-teknologiayhtiö
- Perustettu 2016, ainoa suomalainen laatuaan
- Markkinointiluvat ja kuluttajadata avaimet käteen -periaatteella erilaisten kuluttajakyselyiden ja kilpailujen avulla
- Teknisiä ratkaisuja markkinointilupien tehokkaammaksi keräämiseksi omin keinoin

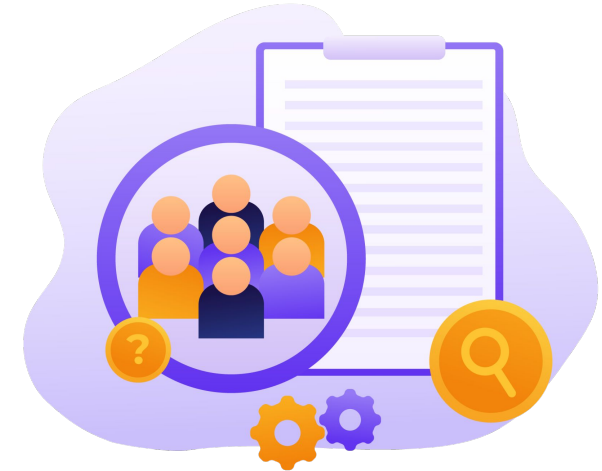




**3rd-party data vs.  
1st-party data**



**1st-party datan  
hyödyt**



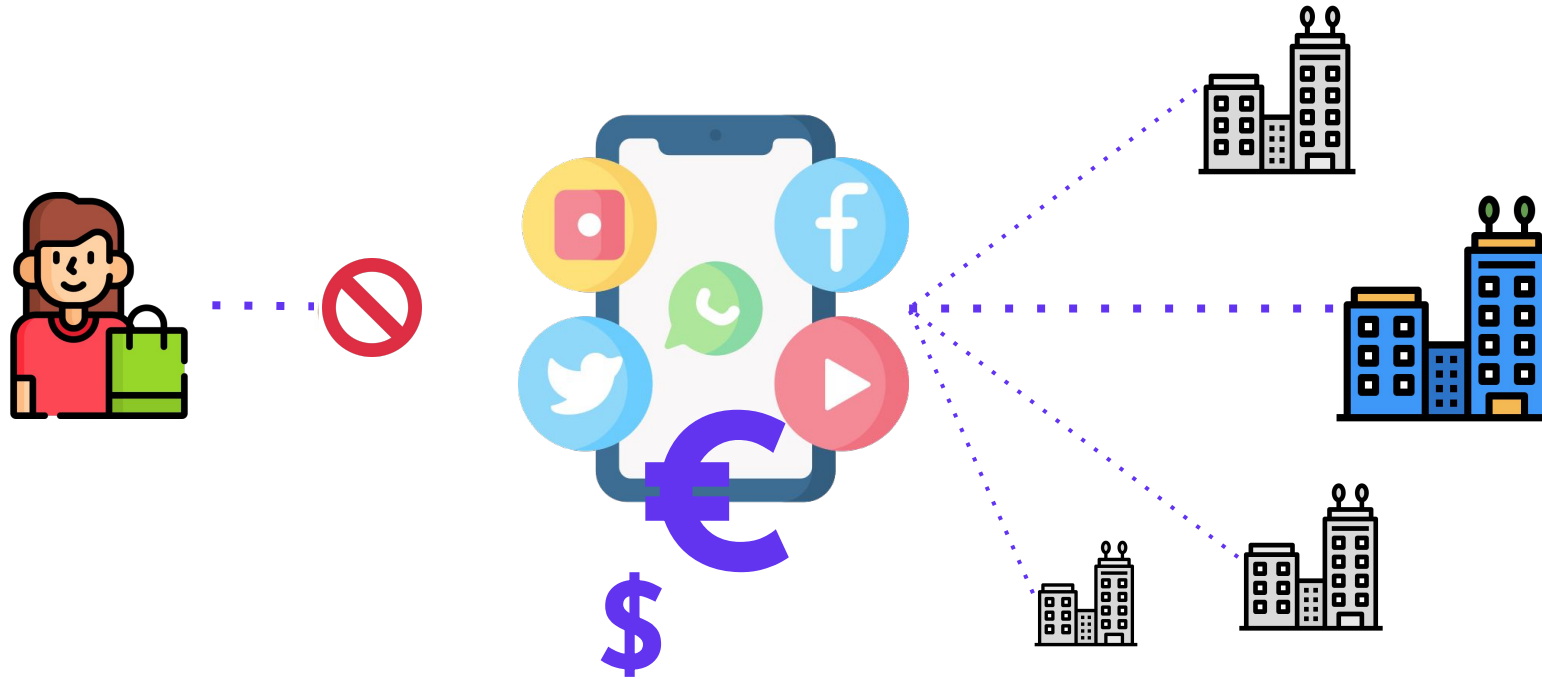
**1st-party datan  
kerääminen**

**3. osapuolen data vs.  
1. osapuolen data**

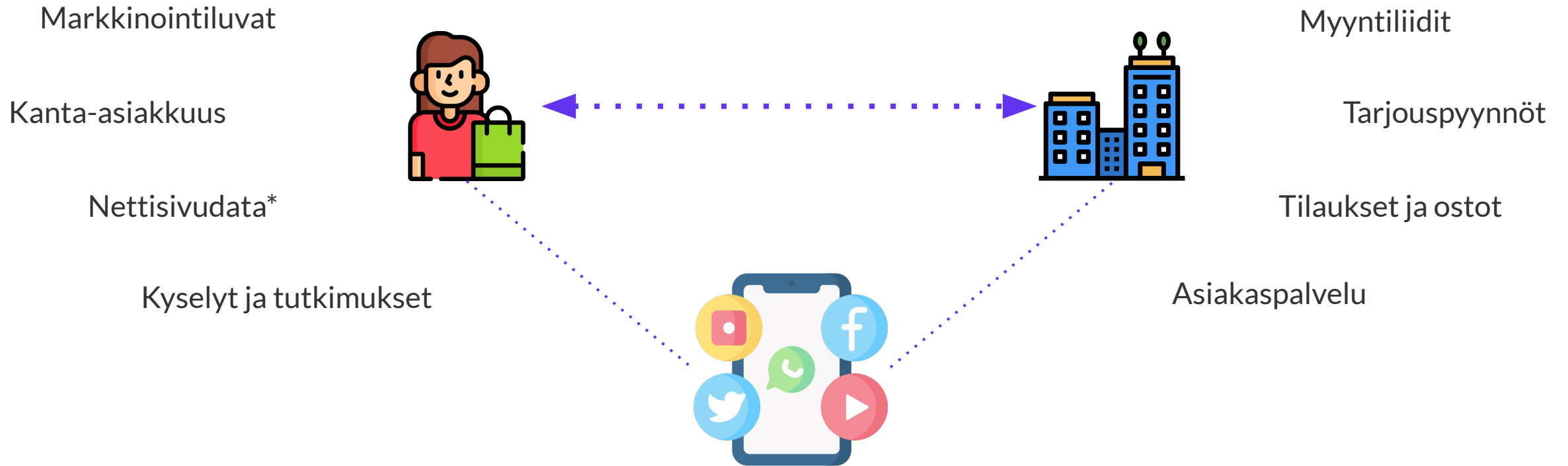
---



# Kolmannen osapuolen data



# Ensimmäisen osapuolen data



# 1. osapuolen datan hyödyt

---

- Mitä isompi oma asiakaskanta, sen vähemmän olet riippuvainen muista sekä sen tehokkaammin tavoitat tuotteistasi ja palveluistasi kiinnostuneita ihmisiä ja saat myyntiä
  - Ilman 1. osapuolen dataa ja sen hyödyntämistä, joudut maksamaan muille asiakkaidesi tavoittamisesta
- Lisääntyvä sääntely ja yksityisyydensuoja rajoittaa 3. osapuolen dataa, mm. mainosseuranta menettää tehoaan
- Markkinointilupa = Lupa olla yhteydessä
  - Sitoutuneet, kiinnostuneet asiakkaat
  - Kustannustehokkuus
  - Säilyy pitkään
- Tehokas suoramarkkinointi osana markkinointistrategiaa: Hyödyntäkää rohkeasti ja mitatkaa fiksusti
  - Email, SMS, Puhelinsoitot, Suorapostitukset – jokaisella kanavalla on paikkansa
- Ennusteet, segmentointi, personointi, look-a-like -yleisöt, retargeting
- Kyselyt, kehitys, markkinointisisällöt

# **Datalähtöinen lähestymistapa:**

**Miten maksimoin 1st-party datan ja käytän 3rd-party dataa siellä, missä se on välttämätöntä tai tuo lisäarvoa?**

---



# Enemmän 1. osapuolen dataa omista kanavista

---

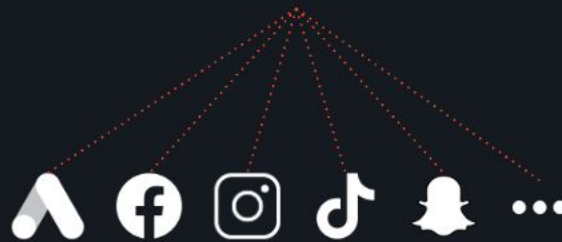
- Nettisivu- ja mainosseuranta 3. osapuolen evästeistä 1. osapuolen evästeisiin
- Konvertoiko nettisivumme tehokkaasti markkinointilupia tai kanta-asiakkuuksia?
  - Omien sivustojen liikenne tehokkaasti talteen markkinointiluviksi
  - Myös asiakkailta kannattaa kerätä markkinointiluvat; Säilyy, vaikka asiakkuus loppuisi
- Konvertoiko nettisivumme tehokkaasti tarjouspyyntöjä ja myyntiliidejä?
- Konversio-optimoitu ostoprosessi (älä unohda markkinointilupia!)

# 3. osapuolen evästeistä palvelintason verkkosivuseurantaan

---

- **Serveritason seurannalla keräät 1st-party dataa:** Data kerätään ensin itselle ja luovutetaan kontrolloidusti eteenpäin → GDPR ja yksityisyydensuoja
- Seuranta tapahtuu oman verkkotunnuksen alla, joten ad blockerit ja selainten natiivirajoitukset eivät blokkaa (näiden vaikutus jo nyt 30–50%)
- Voidaan rakentaa itse, mutta tekninen toteutus on suht työläs; Seurannan toteutus & jokaisella mainosalustalla oma rajapinta, joka vaatii myös ylläpitoa

# tracklution



Yksinkertaisin plug-and-play seurantatyökalu digimainontaan

Useita liikenteenlähteitä yhdellä asennuksella

1. osapuolen evästeet, palvelintason seuranta ja mainosalustojen API:t  
käyttöösi ilman riviäkään koodia

**Tutustu osoitteessa [tracklution.com](https://tracklution.com) tai nykäise hihasta!**

# 1. osapuolen dataa muista kanavista

---

- Markkinointilupien ja myyntiliidien keräys
  - Leadsparkilta markkinointiluvat lupakohtaisella hinnoittelulla
  - Facebook, Google, LinkedIn
- Suorat ostot ja tilaukset
  - Kumppanuudet, White Label -mallit
  - Google Shopping, Instagram Shopping
- Oman kannan rikastaminen
  - Leadspark Network
- Kyselytutkimukset
  - Leadspark Insight
- Sosiaalisen median profilit (rajattu näkyvyys; kohdennushyödyt)

# 1. osapuolen data: Checklist

---

## Kerääminen - Omat kanavat

- ✓ Nettisivu- ja mainosseuranta 3. osapuolen evästeistä  
1. osapuolen evästeisiin
- ✓ Konvertoiko nettisivumme tehokkaasti  
markkinointilupia tai kanta-asiakkuuksia?
- ✓ Konvertoiko nettisivumme tehokkaasti  
tarjouspyyntöjä ja myyntiliidejä?
- ✓ Konversio-optimoitu ostoprosessi

## Hyödyntäminen

- ✓ Tehokas suoramarkkinointi osana strategiaa: Mikä on  
kunkin kanavan tarkoitus ja tavoite? Email, SMS,  
Puhelinsoitot, Suorapostitukset

## Kerääminen - Ulkoiset kanavat

- ✓ Myyntiliidien keräys
- ✓ Markkinointilupien keräys
- ✓ Suorat ostot ja tilaukset
- ✓ Oman kannan rikastaminen
- ✓ Kyselytutkimukset
- ✓ Sosiaalisen median profilit  
(kohdennushyödyt; orgaaninen näkyvyys rajattua)
- ✓ Ennusteet, optimointi, segmentointi, personointi,  
look-a-like -yleisöt, retargeting
- ✓ Kyselyt, kehitys, markkinointisisällöt

# Call To Action

---

**Kerätkää markkinointilupia ja muuta 1. osapuolen dataa aktiivisesti**

→ Omien kanavien optimointi + Leadspark kumppanina

**Hyödyntäkää markkinointilupia tehokkaasti & järkevästi**

→ Suoramarkkinointistrategia + segmentointi, personointi, look-a-like, retargeting, kehitys...

**Siirtykää 3. osapuolen evästeistä palvelintason seurantaan**

→ Tracklution

tracklution

Better Tracking Made **SIMPLE**

# Kiitos!



**Anni Salo**

CEO @ Leadspark Oy  
anni@leadspark.io  
050 502 5140

[linkedin.com/in/annisalo/](https://www.linkedin.com/in/annisalo/)

**LEADSPARK**