

Hopottajat[®]

SUOSITTELUPALVELU

Pressi-info

Hopottajat[®]

HOPOTTAJAT LYHYESTI	s. 3
MITÄ HOPOTTAJAT-SUOSITTELUPALVELU EI OLE	s. 3
MIKSI HOPOTTAJAT-KAMPANJA ON TEHOKAS?.....	s. 3
Laadukkaat kontaktit	s. 3
Arvokasta palautetta.....	s. 3
Vaikutus ulottuu pitkälle	s. 4
MILLAISIA TUOTTEITA JA PALVELUITA SUOSITELLAAN?	s. 4
Suositeltavan tuotteen ja palvelun ominaisuuksista.....	s. 4
MITEN SUOSITTELUKAMPANJA TOIMII?	s. 4
Kampanjan valmistelut	s. 4
Suositteleminen	s. 4
Loppuraportti	s. 4
KEITÄ SUOSITTELIJAT OVAT?	s. 4
YHTEYSTIEDOT	s. 5

Hopottajat®

HOPOTTAJAT LYHYESTI

Hopottajat®-suosittelevä palvelu on täysin uudenlainen ja ihmisystävällinen markkinoinnin väline. Hopottajiksi eli palvelun suosittelijoiksi ryhtyneet henkilöt jakavat omaan kokemukseensa perustuvaa mielipidettä tietystä testaamastaan kampanjatuotteesta tai -palvelusta ennalta sovitun ajanjakson ajan.

Suosittelupalvelu toimii täysin avoimesti ja salailematta. Suositelijat kertovat olevansa mukana kampanjassa ja sitä kautta päässeet testaamaan tuotetta tai palvelua. He jakavat kampanjatuotteesta itse muodostamaansa mielipidettä, jota ei ole määrätty eikä ohjattu ulkopuolelta. He eivät ole palkattuja myyntihenkilöitä eivätkä painosta ketään ostamaan suosittelemaansa tuotetta. Suositteleva perustuu vapaaehtoisuuteen, eikä suosittelijoille ei makseta palkkaa. Tämä osaltaan lisää palvelun uskottavuutta, kun suosittelija on aidosti innostunut asiastaan ja vakuuttunut tuotteesta.

Hopottajat-suosittelevä palvelun kautta kampanja-asiakas pääsee kontaktiin tuotteesta tai palvelusta kiinnostuneiden kuluttajien kanssa. Hopottajat-suosittelevä palvelu on systemaattinen tapa tehdä tuotetta tunnetuksi, saada lisää asiakkaita ja kasvattaa menekkiä. Suositelijan keräämien uusien asiakkaiden lisäksi myös suosittelijasta itsestään tulee mitä todennäköisemmin kampanjayritykselle kanta-asiakas kampanjan jälkeen.

HOPOTTAJAT-SUOSITTELEVÄ PALVELU EI OLE:

- Verkostomarkkinointia, jossa viestin välittäjä hyötyy provisioin antamastaan panoksesta, jolloin aitous tuotteen puolesta puhumisessa voi olla kyseenalaista.

- Perinteistä suoramarkkinointia, jossa suurelle asiakkaan valitsemalle kohderyhmälle toimitetaan mainoksia.
- Maksettua markkinointiviestintää, jossa palkatut näyttelijät esittävät valmiiksi määritellyjä mielipiteitä ominaan.

MIKSI HOPOTTAJAT-KAMPANJA ON TEHOKAS?

Laadukkaat kuluttajakontaktit

Kuluttaja kohtaa pirstaloituneilla markkinoilla valtavan määrän markkinointiviestejä. Ystävien ja tuttavien neuvot ja kokemukset vaikuttavat yhä useammin kuluttajan mielipiteisiin ja ostopäätökseen. Tuttuun ja luotettavaan viestinantajaan uskotaan ja häntä kuunnellaan. Englantilaisen konsulttiyhtiön Henley Centre Headlight Visionin tekemän tutkimuksen mukaan 90 prosenttia kuluttajista uskoo vahvasti, että ystäviltä ja perheenjäseniltä saatu tieto on totta. Sama tutkimus osoitti, että 89 prosenttia kuluttajista suosittelee hyväksi havaitsemaansa tuotetta tai palvelua tuttavilleen. Myös suomalaisissa tutkimuksissa on saatu samansuuntaisia tuloksia.

Suosittelijoiden kontaktit ovat todellisia laatukontakteja, sillä niihin sisältyy aitoa vuorovaikutusta. Vuorovaikutustilanteessa esitetty viesti ei mene ohi, kuten muille markkinointiviesteille usein käy informaatiotulvan keskellä. Henkilökohtaista ystävän kontaktia ei voi – eikä haluta sivuuttaa. Tuttavan positiivisen mielipiteen ja innostuneisuuden ansiosta suositeltava tuote kirjautuu helposti myös omalle ostoslistalle.

Arvokasta palautetta

Suosittelukampanjalla asiakas saa kuluttajiin poikkeuksellisen suoran ja halutessaan erittäin vuorovaikutteisen kontaktin. Suositelijat raportoivat omista kokemuksistaan ja mahdollisuuksien mukaan suosittelujen kohteiden kommentteista. Kaikki kommentit ja palautteet kerätään muokkaamattomina loppuraporttiin, jolloin niitä on helppo hyödyntää esimerkiksi tuotekehityksessä.

Raporttien kautta asiakas pääsee näkemään kuluttajien arkipäivän keskusteluja tuotteiden ominaisuuksista ja mitä kuluttajat oikeasti ajattelevat tuotteesta tai palvelusta. Suositelijoille voidaan teettää kampanjan yhteydessä vapaaehtoinen kirjallinen kysely asiakkaan toivomasta aiheesta. Kysymykset

voivat liittyä myös asiakkaan muihin tuotteisiin, jolloin kuluttajapalaute on kattavampaa. Suositteelukampanja on erinomainen väylä välittää tuoteinformaatiota myös muista asiakkaan tuotteista.

Vaikutus ulottuu pitkälle

Vaikka kampanja päättyy, suositteelu jatkuu. Kun hyvä sana on laitettu liikkeelle, ketjua on mahdoton pysäyttää. Usein hyvän vinkin saanut ja sen ansiosta tuotteen ostanut kuluttaja kertoo tuotteesta eteenpäin läheisilleen, jotka taas kertovat siitä eteenpäin. Hopottajat-suositteelukampanja on siis luonnollisen kuhnamarkkinoinnin käynnistävä voima tuotteille ja palveluille, jotka eivät vielä ole päätyneet kuluttajien aktiivisen keskustelun kohteiksi.

MILLAISIA TUOTTEITA JA PALVELUITA SUOSITELLAAN?

Suosittelavan tuotteen tai palvelun ominaisuuksista

Tuotteen tai palvelun kaikkein tärkein ominaisuus on laadukkuus. Asiakkaan tulee olla siitä itse vakuuttunut. Kuluttajalla annettu lupaus täytyy lunastaa: jos tuote tai palvelu on suositelijalle pettymys, hänellä on oikeus kertoa myös negatiivisia käyttökokemuksiaan. Kokemusten mukaan näin kuitenkin tapahtuu harvoin, sillä ilmaiseksi saatu tuote ei tuota yhtä suurta pettymystä kuin sellainen, josta on itse maksanut.

Hopottajat-palvelun ylläpito ei millään tavoin ohjaa suosittelevien mielipiteitä. Ylläpito antaa lähinnä vinkkejä ja vastaa suosittelevien kysymyksiin.

Kampanjatuotteiksi ei oteta suoraan lapsiin tai nuoriin vetoavia tuotteita. Suositeltavana voi toki olla lapsiperheen elämää helpottava tuote, mutta ostopäätöksen tekee aina aikuinen. Tällaisia tuotteita ovat esimerkiksi erilaiset vauvanhoitotuotteet tai satukirjat.

MITEN SUOSITTELUKAMPANJA TOIMII?

Kampanjan valmistelut

Hopottajat-suositteelukampanjan ostanut asiakas perehdyttää palvelun ylläpitäjät kampanjatuotteeseen sekä sen ominaisuuksiin ja myyntiargumentteihin. Asiakas valitsee mieleisensä kohderyhmän, josta kutsutaan haluttu määrä suosittelevia mukaan kampanjaan. Palveluun rekisteröityneet, kohderyhmään sopivat suosittelevat voivat niin halutessaan kirjautua mukaan kirjautumisjakson aikana. Kampanjaan kirjautuneille toimitetaan testattavan tuotteen lisäksi Hopotusmanuaali sekä kattava tietopaketti kampanjatuotteesta.

Suositleminen

Suosittelijat testaavat tuotteen tai palvelun ja muodostavat siitä mielipiteensä. Toteutuneista suosittelevilanteista he laativat Hopottajat-palvelussa raportin, josta käy ilmi kenelle, koska ja miten he ovat tuotetta suositelleet. Monet tilanteet syntyvät arjen normaaleissa vuorovaikutustilanteissa: kahvipöytäkeskusteluissa, harrastuksista ja tapaamisissa ystävien kanssa. Monet suosittelevat esitetään sellaisissa tilanteissa ja paikoissa, joissa on ns. ylimääräisiä korvia. Tällaisia ovat erilaiset kutsut, kuntoilutilojen pukukopit, julkiset liikennevälineet, kahvilat ja kauppakeskukset. Tällöin viestin saattaa kuulla huomattavasti suurempi joukko kuin minkä suositteleva raportoi. Raporteissa täytyy aina osata arvioida vastaanottajan kiinnostus ja siksi nämä passiiviset suosittelevat eivät tilastoidu.

Loppuraportti

Kampanjan päätyttyä asiakas saa loppuraportin, josta käy ilmi suosittelevien sosiodemografiset tekijät, suosittelevuaktiivisuus sekä oletus niiden onnistumisesta. Raportti sisältää muokkamattomana suosittelevien omat kommentit tuotteesta sekä heidän saamansa palautteet tuotteesta ja asiakasyrityksestä.

KEITÄ SUOSITTELIJAT OVAT?

Hopottaja on vähintään 18-vuotias uusista tuotteista innostunut edelläkävijä, joka testaa tuotteita ennakkoluulottomasti. Hyvä suositteleva on avoin ja sosiaalinen ihminen. Suosittelevat sitoutuvat vain niihin kampanjoihin, jotka kiinnostavat heitä. Aito kiinnostus on onnistuneen suosittelevan lähtökohta. Kampanjan suosittelevat jakavat tuotteesta muodostamaansa

mielipidettään omassa sosiaalisessa ympäristössään. Tuotteesta ei tarvitse puhua vieraille ihmisille, ellei se tunnu luontevalta. Jokainen suosittelija toteuttaa palvelua omalla tavallaan, koska haluaa ja kenen kanssa haluaa. Hyvä suosittelija ymmärtää, ettei hän ole tuotteen myyjä eikä painosta ihmisiä omalle kannalleen. Osallistumisesta Hopottajat-suosittelevä palveluun ja sen toimintaperiaatteista saa puhua vapaasti ja avoimesti.

Hyvä suosittelija osaa myös kuunnella. Hän kerää ihmisten mielipiteitä ja kommentteja tuotteesta ja raportoi niistä ylläpidolle, joka kirjaa palautteen kampanja-asiakkaan loppuraporttiin. Näin tuotteita ja palvelua voidaan aidosti parantaa ja kehittää.

YHTEYSTIEDOT

Mainostoimisto MBE Oy / Hopottajat®-suosittelevä palvelu
Minttu Murtomäki
GSM 040 778 0020, puh. (03) 5233 211 (arkisin klo 8–16)
e-mail: minttu.murtomaki@hopottajat.fi

www.hopottajat.fi
www.mbe.fi

