

# Ostaminen ja ostopolut digitalisoituvat – kuinka verkkosivustojen tulee kehittyä

Oscar Software, **Oscar Gaala**  
14.3.2024

Leadco



# Moro kaikki, olen Olli!

- 17 vuotta myynnin, strategisen markkinoinnin, viestinnän ja asiakaskokemuksen parissa toimistomaailmassa
- Asiakkuuksien johtamista, myynnin johtamista, myyntiä sekä strategista ja taktista markkinoinnin ja viestinnän suunnittelua
- 2021-2022 markkinointijohtajana Tapparassa elämysten ja viihteen maailmassa
- 2022 alkaen Leadoolla



# Tässä sessiossa käymme läpi

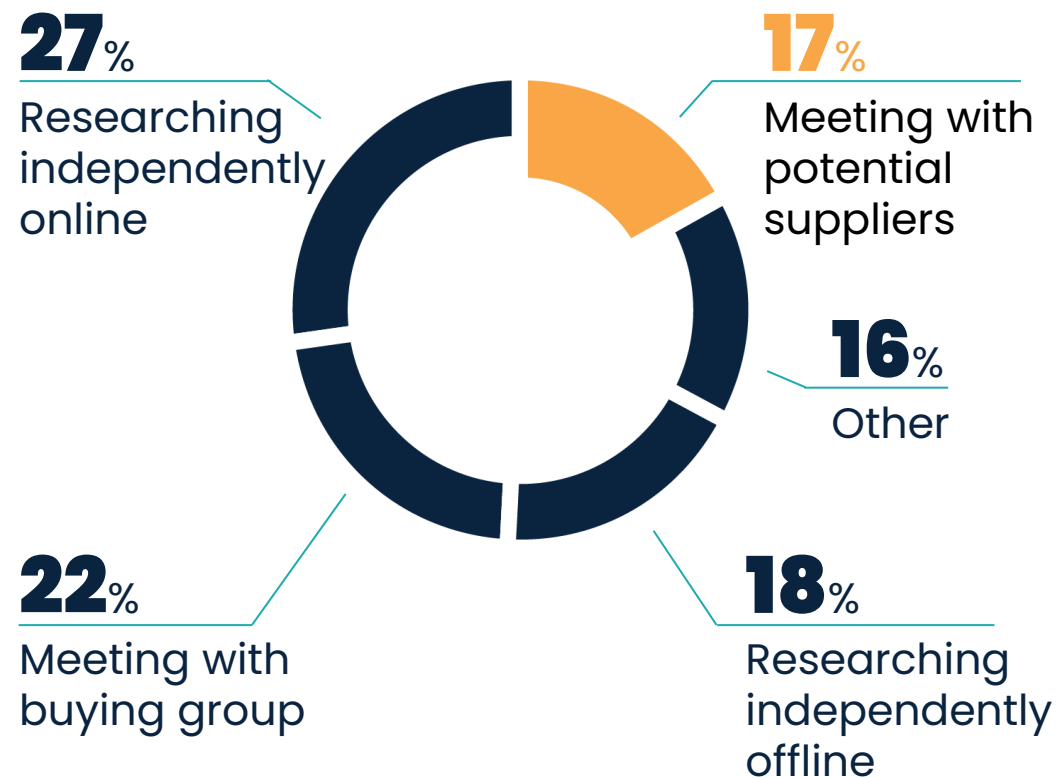
**Miten ostokäyttäytyminen on muuttunut**

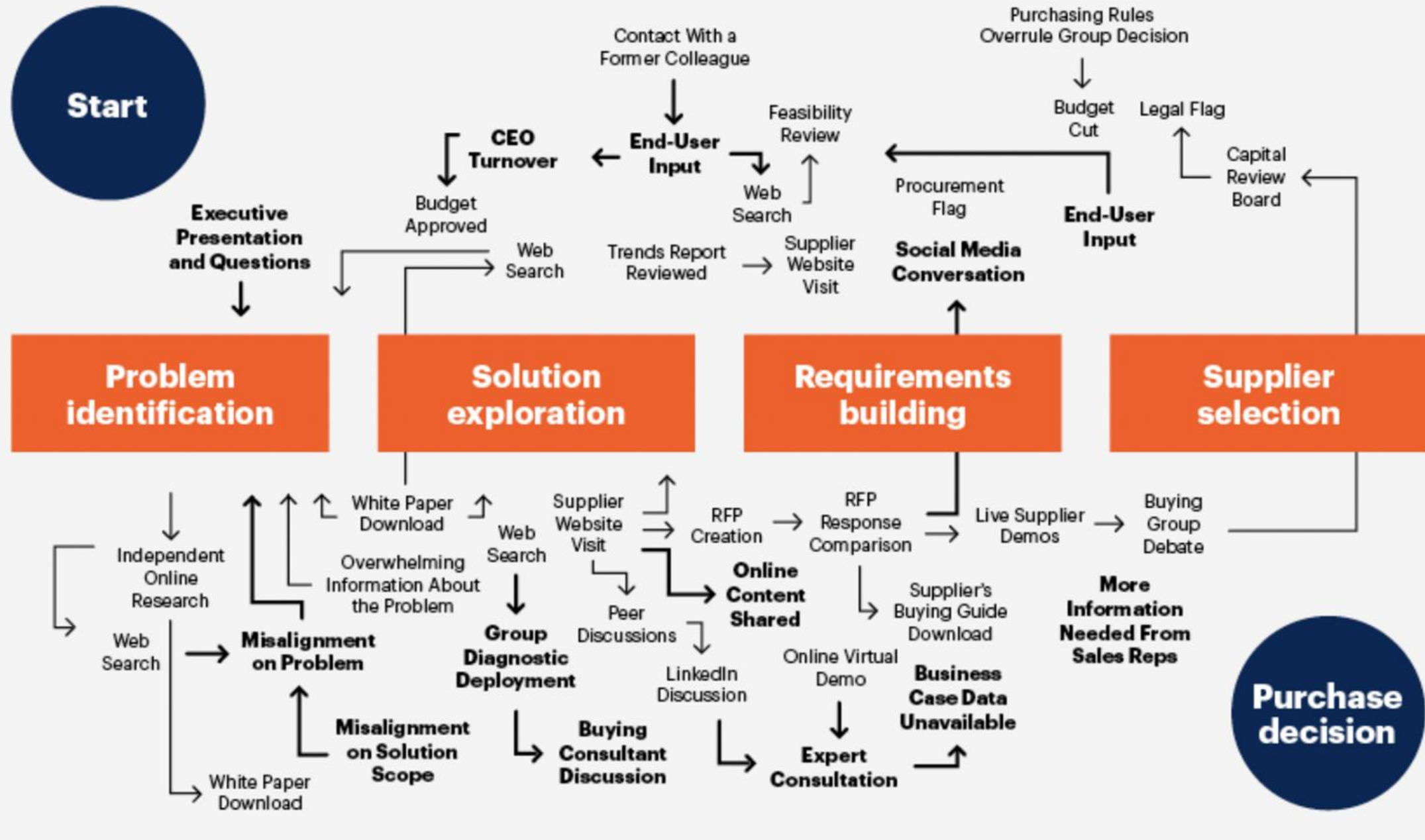
**Mitä kannattaa kehittää, jotta olet voittajien joukkueessa**

**Kolme vinkkiä verkkosivustosi tehokkaampaan konvertoitumiseen**

# Ostajat ovat kuskin paikalla

## Ostajien ajankäytön jakautuminen ostoprosessissa





**96%**  
**verkkosivustollesi**  
**tulleista kävijöistä**  
**eivät ole vielä**  
**valmiita**  
**ostamaan**

***\*source: Marketo***

**96%**

**Kiusallinen tosiasia  
on, että...**

**Yli 98% kävijöistä  
poistuu  
sivustoltanne  
konvertoitumatta**

**98%**





CORE | PERFORMANCE











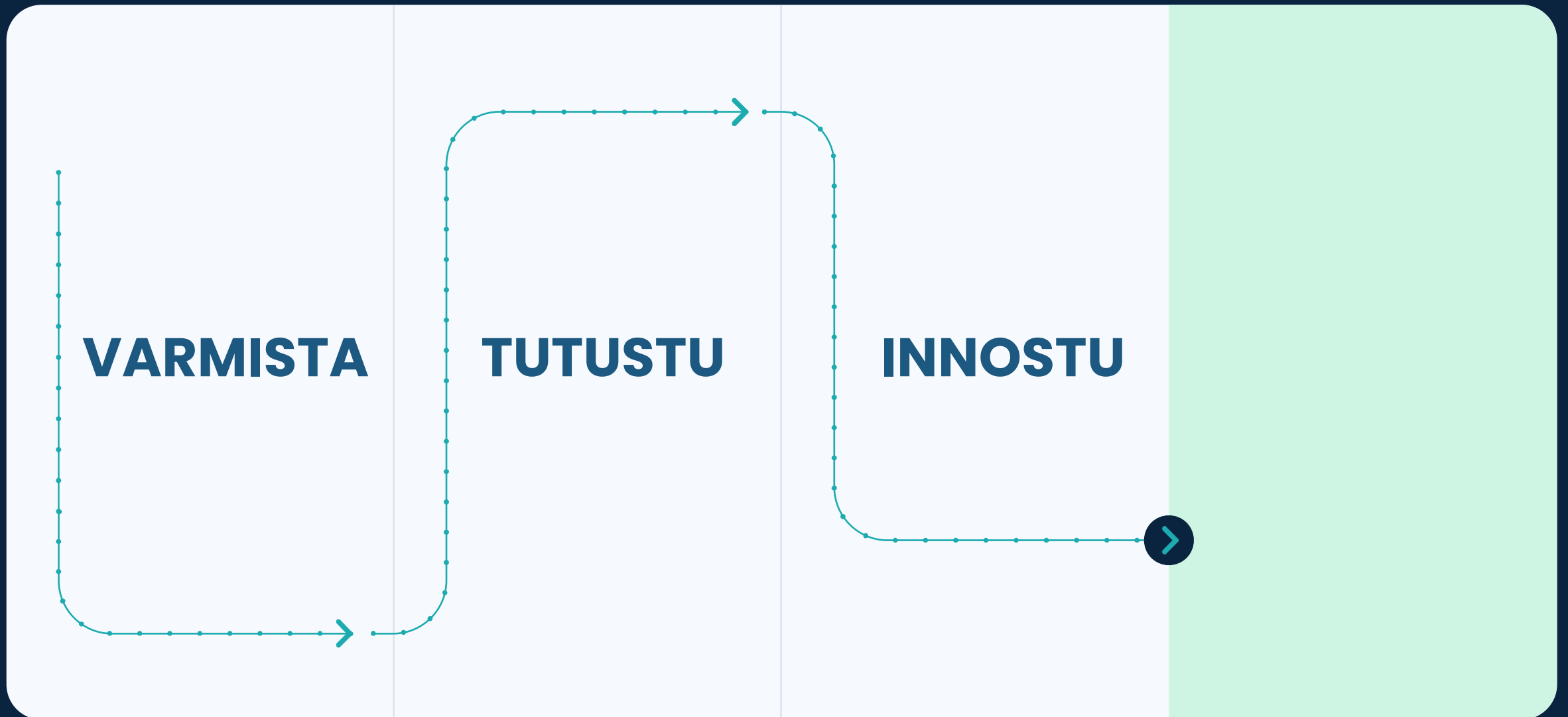


# Liikennettä vai konversioita...

	Kävijöitä	Konv.%	Konversioita
<b>Sivusto A</b>	50 000	3 %	<b>1 500</b>
<b>Sivusto B</b>	40 000	4 %	<b>1 600</b>

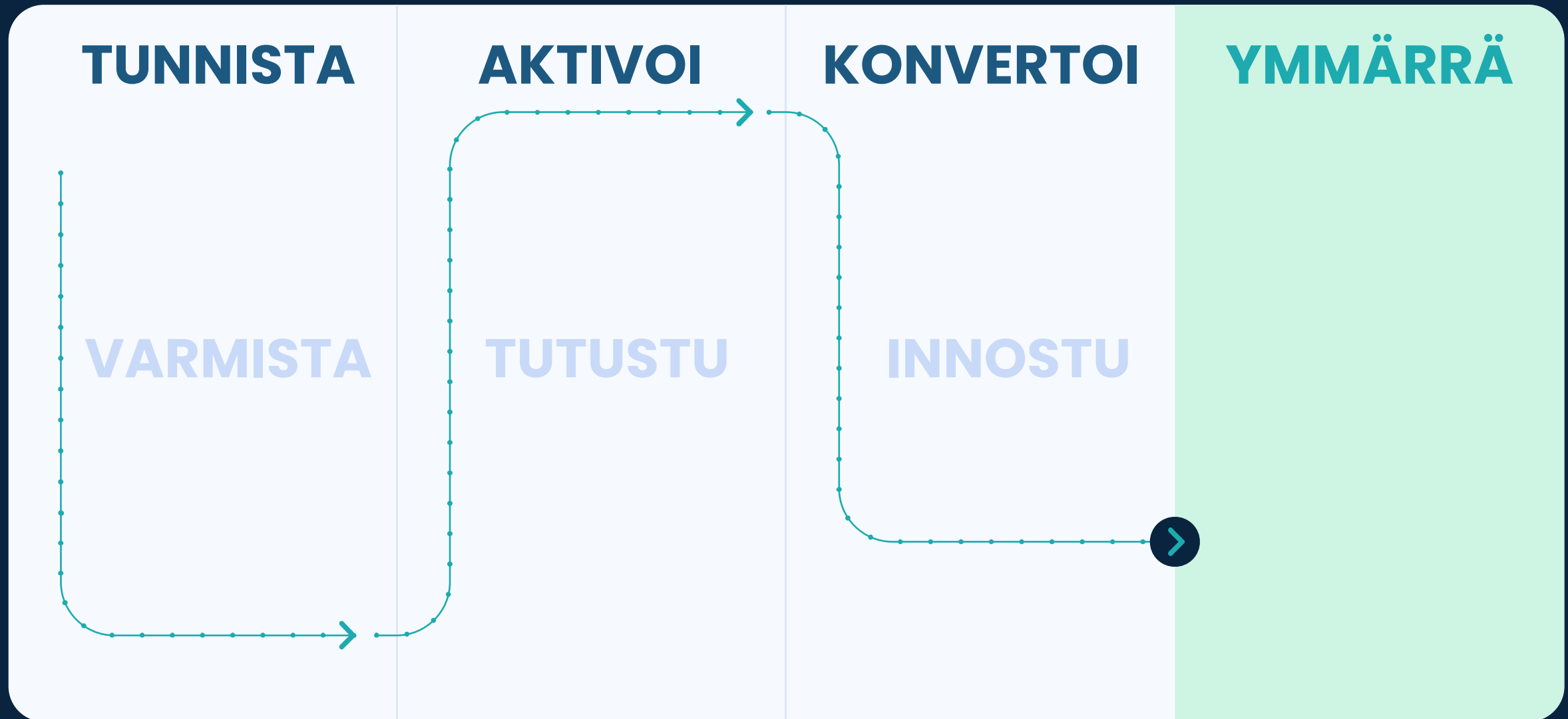
Miksi yritykset epäonnistuvat  
**verkkosivustolla**  
**vierailevien**  
kääntämisessä asiakkaiksi?

# Ostajan polku verkkosivuilla





# Yrityksen tavoitteet



# Yrityksen tavoitteet

## TUNNISTA

Ensimmäistä kertaa vai palaava kävijä?

Mitä ja millaista yritystä edustaa?

## VARMISTA

Mikä on kävijän motiivi / kiinnostuksen kohde

## AKTIVOI

Auta navigoimaan ja löytämään asioita sivustolta

Tarjoa henkilökohtaista apua

## TUTUSTU

Osallista oppimaan

Aktivoi testeillä

Vastaa usein kysytyihin kysymyksiin ja poista oston esteitä

## KONVERTOI

Auta valitsemaan oikea tuote tai palvelu

Varmista liidien laatu

## INNOSTU

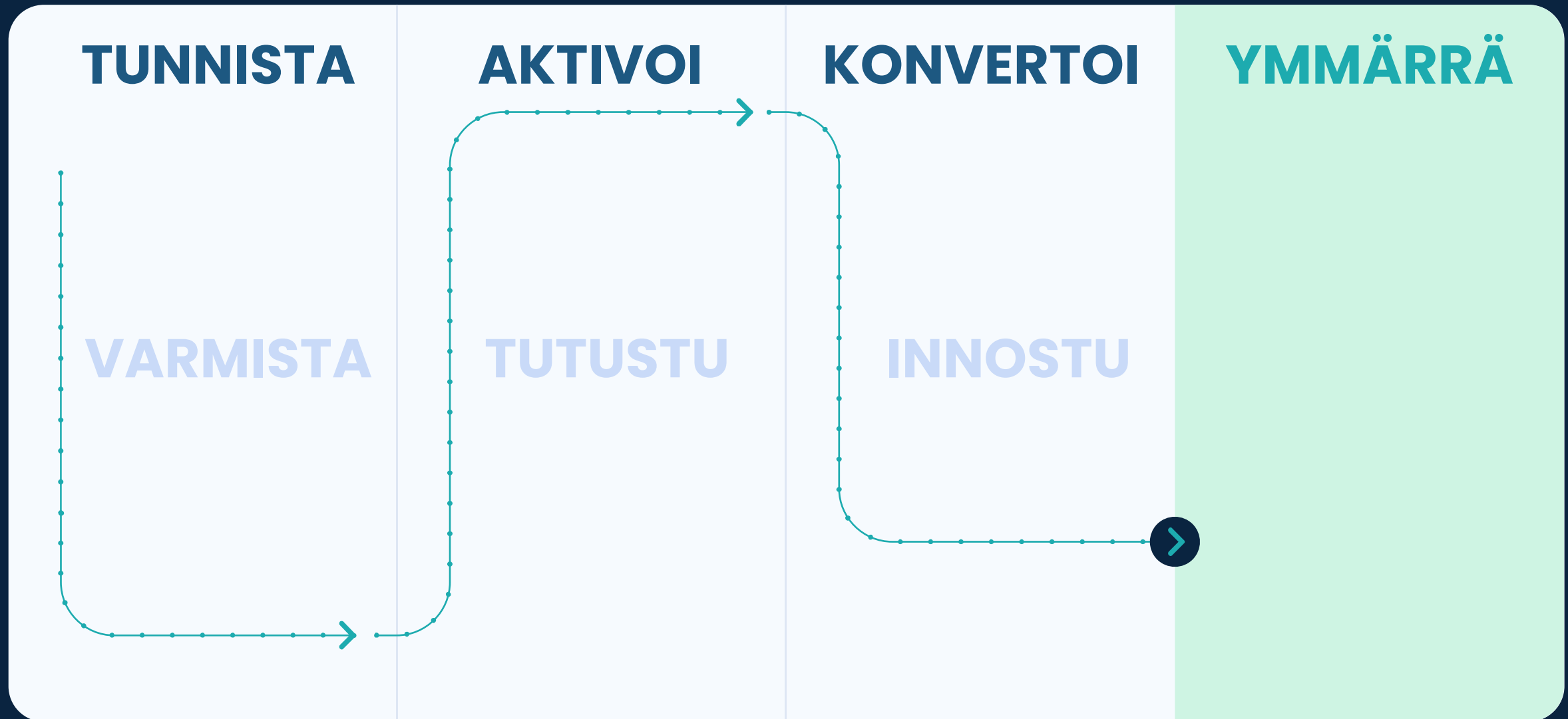
Laske hintoja (tai arvioita)

Tarjoa erilaisia mahdollisuuksia konvertoitumiseen

## YMMÄRRÄ

- Millainen ostajna polku oli? Kuinka pitkä? Montako kosketuspistettä?
- Mitkä markkinoinnin toimenpiteet vaikuttivat liidin saamiseen?
- Mitkä mainoskanavat tuovat tehokkaimmin erilaisia liidejä?
- Miten eri tuotteiden ja palveluiden ostopolut eroavat toimestaan?

# Yrityksen tavoitteet





# 3 vinkkiä

**konversioiden  
kasvattamiseen**

## Vinkki #1

# Personoi kävijän kokemusta

Ostajat ja heidän motiivinsa ovat erilaisia. Jos kävijä kokee saavansa **personoitua** apua juuri **hänen** ongelmaansa niin konvertoituminen todennäköisyys kasvaa.

- Lisää esimerkiksi erilaisia elementtejä ja sisältöjä verkkosivustollesi, joissa lähestyminen on ongelma- ja asiakaskeskeistä (tuote- ja yrityskeskeisyyden sijaan)
- Lisää personoinnin tunnetta käyttämällä keskustelevia elementtejä

# Personointiin liittyviä faktoja

48%

...kuluttajista käyttää  
enemmän rahaa  
verkkosivuilla, jos  
kokemus on  
personoitu

68%

...yrityksistä on  
tehnyt  
personoinnista  
heidän  
liiketoimintansa  
prioriteetin



## Vinkki #2

# Tarjota useita erilaisia keinoja vuorovaikutukseen - aktivoi kävijät!

- Interaktiivinen tarvekartoitus
- Testit/kyselyt
- Hintalaskurit
- Interaktiiviset tuoteoppaat
- UKK-chatbotit tuotteista tai palveluista

### Vinkki #3



**ÄLÄ yritä kasvattaa konversioita suurentamalla yhteydenottopainiketta**

## **Tarjoo erilaisia konvertoitumisen mahdollisuuksia**

- Ilmainen konsultaatio
- Webinaarit ja ladattavat oppaat
- Hintalaskurit ja tuote- ja palvelukartoitukset
- Varaa aika suoraan asiantuntijan kalenterista

# Yhteenveto

- Huomioi muuttuva ostaminen ja diginatiivien kehittyneet tarpeet
- Muovaa verkkosivustoa vastaamaan muuttuneen ostamisen vaatimuksia – optimoi sormi pulssilla
- Konversio-ongelmaa ei ratkota investoimalla lisää rahaa mainontaan

# Yhteenveto

- Ostajan matkat ovat monimutkaisia - ole empaattinen
- Aktivoi vierailijat keskusteluun tai muihin kokemuksiin, kuten testeihin ja laskureihin
- Tee ongelman ratkaisemisesta helppoa ja saumatonta - vähennä kitkaa
- Hyödynnä dataa ymmärtääksesi - ja optimoi tulosten perustalleella
- Humanisoi ja personoi kokemus

**Ja vielä kolme kysymystä kotiläksyksi**

**Miltä tuntuu olla teidän  
asiakas?**



**Miltä tuntuu matka  
teidän asiakkaaksi?**

**Kuinka helppo teiltä on  
ostaa?**



**Olli Lehtisalo**



**045 6371 571**



**oli@leadoo.com**

**Kiitos kun sain olla teidän kanssa täällä.**

# Jatketaan keskustelua.



**Olli Lehtisalo**  
Leadoo Marketing Technologies





# Oscar Gaala –etu voimassa 31.3.2024 saakka

---