

NFT-teos tarvitsee markkinointia, myös kulttuurialalla

3.12.2024

Tämä on toinen artikkeli kolmen artikkelin sarjassa, jossa analysoidaan tiivistetysti NFT-teosten markkinointiin liittyviä strategisia päätöksiä sekä pohditaan NFT-teosten markkinointimahdollisuuksia joidenkin esimerkkien avulla. Artikkelisarja liittyy Luovat Web3-ajassa – LUME-hankkeeseen, joka on Euroopan unionin osarahoittama. Hanke toteutetaan ajalla 1.1.2024–30.6.2026. Toteuttajina ovat Metropolia (päätoteuttaja), Ammattikorkeakoulu Arcada, Humanistinen ammattikorkeakoulu (Humak), Hämeen ammattikorkeakoulu (HAMK) ja Seinäjoen ammattikorkeakoulu (SeAMK).

Edellisessä artikkelissa kuvattiin lyhyesti, mitä tarkoitetaan NFT-teoksella sekä millaisia markkinapaikkoja näille teoksille on olemassa. Tässä artikkelissa pohditaan, miten markkinointiajattelu soveltuu kulttuurialan NFT-teoksiin.

Markkinoinnin peruskysymykset kenelle, mitä ja miten

Markkinoinnin lähtökohtana on miettiä, kenelle, mitä ja miten viestitään. Kenelle-kysymys vaatii ymmärrystä potentiaalisten asiakkaiden tarpeista ja toiveista. NFT-teosten ostajatutkimus vaikuttaisi olevan varsin alkuvaiheessaan, mutta joitakin yleisiä piirteitä on löydetty (Vu, 2022). NFT-ostajat ovat yleensä 18-34-vuotiaita, sekä miehiä että naisia. Matala- ja korkeatuloiset ovat aktiivisia ostajia, kun taas keskituloisten joukossa ostokiinnostus on vähäistä.

Marcusin (2021) mukaan NFT- ostajapersoonat voidaan kategorisoida flippaajiin, keräilijöihin, varhaisiin

omaksujiin ja varhaisiin valtavirran ostajiin. Flippaajat ostavat halvalla ja myyvät kalliilla, ja he ovat ensimmäisten joukossa ostamassa erikoisuuksia, joita voisi myydä voitolla. Keräilijät arvostavat ainutlaatuisuutta ja taiteellista arvoa ja heille on tärkeintä omistaa jotain, joka heidän omasta mielestään on kiinnostavaa. Varhaiset omaksujat ovat usein milleniaaleja, jotka muutenkin ovat kiinnostuneita metaversumista, web3-maailmasta ja kryptovaluutoista. He haluavat olla osa uutta teknologian aikakautta ja samalla tukea taiteilijoita. Varhaisen valtavirran ostajat näkevät NFT-teosten sijoitusmahdollisuuden, mutta he ovat myös kiinnostuneita erilaisista elämänaloista ja uusista kokemuksista. Jos olet lähdössä markkinoimaan NFT-teoksiasi, voit miettiä mikä näistä käyttäjäryhmistä kuvaa parhaiten potentiaalisia asiakkaitasi. Lisäksi voit hyödyntää esimerkiksi some-kanaviesi analytiikkaa ja palvelumuotoilun työkaluja kohderyhmäsi määrittelyyn.

Mitä viestitään-kysymys kohdistuu tarinaan ja erottumiseen: miten siis voit kuvata NFT-taidetta mahdollisimman houkuttelevasti. On tärkeää kertoa teokselle taustatarina, esimerkiksi mikä inspiroi teoksen luomiseen (Riley, 2023). On myös hyvä kuvailla teosta mahdollisimman tarkasti sekä sen omistamiseen mahdollisesti liittyvät erityisedut, kuten taiteilijan ylläpitämä yhteisö tai rajoitetun painoksen arvostus. Mikäli pyrit luomaan kokoelman NFT-teoksia, kannattaa tällöin miettiä kokonaisuutta ja kuvata teosten välistä suhdetta.

Yksi erottautumisen työkalu on positiointi, jossa verrataan oman ja muiden teosten välisiä eroja ja pyritään löytämään omalle teokselle erottuva markkinarako. Aloita tutkimalla markkinoilla olevia NFT-teoksia: millaisia teoksia on tarjolla, ketkä ovat suurimmat taiteilijat tai muotoilijat ja mitkä ovat suosituimmat tyylit. Piirrä asemointikartta, jossa x-akseli voi edustaa esimerkiksi taiteen tyyliä (klassinen vs postmoderni) ja y-akseli teoksen hintatasoa (edullinen vs. kallis). Sijoita kilpailevat teokset kartalle. Päätä, mihin kohtaan karttaa haluat oman teoksesi sijoittuvan: esimerkiksi, haluatko erottua edullisilla mutta korkealaatuisilla futuristisilla teoksilla. Määritä kohderyhmäsi (esim. nuoret teknologiaintoilijat) ja suunnittele markkinointistrategia, joka korostaa kohderyhmää puhuttelevia ominaisuuksia.

Miten viestitään-kysymys tarkoittaa erilaisten markkinointitapojen ja -kanavien valintaa. Yhtenä tärkeimmistä keinoista on olla esillä muuallakin kuin NFT-markkinapaikalla, esimerkiksi omaa verkkosivustoa kehittäen, sosiaalista mediaa hyödyntäen, virtuaaliyhteisöä rakentaen ja erilaisiin keskustelufoorumeihin osallistuen (Token Minds, 2024). Lisäksi on tiedostettava, miten käyttää digitaalisen markkinoinnin keinovalikoimaa, kuten esimerkiksi hakukoneoptimointia (SEO) ja -markkinointia (SEM), ohjelmallista ostamista ja analytiikkaan perustuvaa mittaamista (ks. Marcus, 2021).

Ei ole yhtä oikeaa tapaa markkinoida

NFT-markkinapaikat tarjoavat jo itsessään erilaisia markkinointitapoja, kuten esimerkiksi suoramyynti ja huutokaupat. Kumppanuudet virtuaaligallerioiden ja tunnettujen brändien kanssa tuovat lisäarvoa, uskottavuutta ja keinoja saavuttaa maailmanlaajuinen yleisö. Yhteistyö some-vaikuttajien ja heitä välittävien toimistojen kanssa on myös entistä tärkeämpää NFT-taiteen kentässä (esim. Coinbound, i.a.).

Erilaiset kumppanuudet eivät toki tarkoita pelkästään näkyvyyden lisäämistä, vaan ne auttavat samalla kouluttamaan ja informoimaan uutta yleisöä. Markkinointikanavia on melkeinpä äärettömästi eikä yhtä oikeaa

markkinointitapaa ole olemassa, ei edes NFT-teoksille. Tärkeämpää markkinoinnissa on pyrkiä viestimään eri kanavissa integroidusti, yhtenäistä ydinviestiä soveltaen sekä kohderyhmää mahdollisimman tarkasti analysoiden.

Satu Lautamäki
yliopettaja, KTT
SeAMK

Kirjoittaja työskentelee yliopettajana, opettaen ja ohjaten opinnäytetöitä kulttuurituotannon amk-tutkinto-ohjelmassa sekä yAMK-tutkinto-ohjelmissa sekä suunnitellen ja toteuttaen tki-hankkeita kulttuurituotannossa ja yhteistyössä muiden alojen kanssa. Osaamisalueita ovat mm. luovien alojen kehittäminen, pk-yrittäjyys, kansainvälisyys, palvelumuotoilu sekä monialainen tuotekehitys.

Lähteet

Coinbound (i.a.). *Crypto Influencer Marketing*. https://coinbound.io/influencers/

Marcus, C. (2021). *NFT Audience Insights: Who Buys NFTs and Why?*https://www.colormatics.com/article/nft-audience-insights-whos-buying-nfts-and-why/

Riley, C. (2023). *How to Sell NFT Art: A Step-by-Step Guide*. https://www.openmarketcap.com/how-to-sell-nft-art-a-step-by-step-guide/

Token Minds (2024). *How to Sell NFT Art Ultimate Guide – Steps to Follow When Creating and Selling NFTs in 2024.* https://tokenminds.co/blog/nft-marketing/how-to-sell-nft-art

Vu, S. (2022). *Who Actually Buys NFTs: A Deep Dive. https://nftify.network/blog/who-buys-nfts*