

Tehokas digimarkkinointi lisää hankkeen vaikuttavuutta ja tavoittavuutta

22.12.2025

Digitaalisissa ympäristöissä informaation paljous, mediankulutuksen hajautuminen ja suurten teknologiayritysten valta tiedon suodattamisessa haastavat jokaisen omalle toiminnalleen ja viestilleen näkyvyyttä tavoittelevan. Tutkimus- ja kehittämishankkeen kannattaa ajatella digimarkkinointiaan kaupallisen yrityksen tavoin.

Digimarkkinointi on käytännössä yleisön tavoittamista digitaalisten teknologioiden avulla. Se kattaa alleen laajan kirjon osa-alueita ja toimenpiteitä kuten esimerkiksi verkkosivut sisältöineen ja toimintoineen, hakukoneoptimoinnin, sähköpostimarkkinoinnin, sosiaalisen median hyödyntämisen ja erilaiset mainonnan ratkaisut. Digimarkkinoinnissa voi saavuttaa hyviä tuloksia maksuttomastikin panostamalla muun muassa verkkosivujen toimivuuteen ja löydettävyyteen sekä aktiiviseen sisällöntuotantoon ja vuorovaikutukseen sosiaalisessa mediassa. Suositeltavaa kuitenkin on hyödyntää kattavaa monimediaista ratkaisua, jossa maksullinen mainonta tukee omia laadukkaasti toteutettuja verkkosivuja ja sisältöjä.

Digimarkkinoinnin etuja on sen kerryttämä data sekä mahdollisuudet tarkkaan kohdentamiseen. Tämän ansiosta markkinointitoimenpiteiden vaikuttavuutta voidaan mitata ja kehittää jatkuvasti. Esimerkiksi verkkosivujen kävijäseuranta, sosiaalisen median analytiikka ja sähköpostikampanjoiden tulokset tarjoavat konkreettista tietoa siitä, millaiset sisällöt ja viestit tavoittavat halutun yleisön parhaiten. Näiden tietojen perusteella viestintää voidaan sovittaa kohderyhmille, kohdistaa mainontaa tarkemmin ja ohjata resursseja tehokkaimmille kanaville, mikä tekee digimarkkinoinnista joustavan ja tuloksellisen työkalun hankkeen näkyvyyden ja vaikuttavuuden edistämiseen.

Digimarkkinointi tutkimus- ja kehittämishankkeiden arjessa

SEAMKin koordinoimien tutkimus- ja kehittämishankkeiden markkinoinnissa yhdistetään hankkeen toteuttajien sekä SEAMKin viestinnän ja markkinoinnin asiantuntijoiden osaaminen. Merkittävä rooli on myös SEAMKin IT-asiantuntijoilla, jotka tarjoavat tukea ja näkökulmia järjestelmien tehokkaaseen käyttöön sekä räätälöintiin. Yhteisen kehittämisen kannalta ovat tärkeitä myös TKI-henkilöstön omat tapahtumat, koulutukset ja kanavat, joissa jaetaan hyviä käytäntöjä ja onnistumisia.

SEAMK tarjoaa koordinoimilleen hankkeille laajan ja monipuolisen viestintäympäristön, jota hanke voi hyödyntää ilman että sen tarvitsee perustaa vastaavaa kokonaisuutta itse. Ympäristöön kuuluvat muun muassa verkkosivut blogeineen ja tapahtumakalentereineen, asiakkuudenhallintajärjestelmä (CRM), podcast- ja videokanavat, uutiskirjeet, sosiaalisen median kanavat, julkaisualustat, erilaiset lehdet ja esitteet, kumppanimedioiden verkosto, tapahtumat ja messut sekä kampuksella fyysisesti ja virtuaalisesti sijaitsevat viestintäkanavat ja näytöt.

Käytännössä yksittäisen TKI-hankkeen digimarkkinointi alkaa verkkosivujen perustamisella. Verkkosivuista tulee hankkeen toiminnan ajaksi tiedon kotipesä, johon liikenne ohjataan digimarkkinoinnin toimenpiteillä. Verkkosivujen sisällössä kiinnitetään huomiota sen informatiivisuuteen ja kiinnostavuuteen, ja sivut pyritään optimoimaan mahdollisimman hyvin hakukone- ja AI-näkyvyyttä varten. Tätä tukee myös SEAMKin koko sivuston optimointityö. Tavallisesti hankkeen sivuilla on yleisen informaation lisäksi uutisia ja blogikirjoituksia, linkkejä julkaisuihin, tapahtumakalenteri hankkeen tapahtumista sekä demoja ja esimerkkejä käytännön toteutuksista. Verkkosivujen osalta on tärkeää suunnitella aluksi myös materiaalien pysyvä tallennuspaikka, sillä päättyneiden hankkeiden verkkosivut saatetaan poistaa tai ne voivat muuttua esimerkiksi sivustouudistusten yhteydessä.

Maksullinen näkyvyys

Orgaanisen näkyvyyden eli sen lisäksi, mitä saavutetaan maksuttomasti eri kanavissa viestimällä, SEAMKin hankkeet hyödyntävät mainonnan ratkaisuja eri medioissa. Maksettu mainonta takaa viestin näkymisen ja leviämisen riittävän suurelle osalle kohderyhmää, mikä näkyy positiivisesti hankkeiden toimenpiteiden onnistumisena. Näin saadaan muun muassa tapahtumiin, koulutuksiin ja työpajoihin osallistujia sekä tärkeää näkyvyyttä hankkeessa tehdylle työlle ja asiasisällöille.

Yleisimmin SEAMKin hankkeiden käyttämät digimainonnan muodot ovat:

- sosiaalisen median mainonta (ml. YouTube)
- hakusanamainonta
- banneri- ja display-mainonta isojen mediatalojen verkostoissa (esim. Sanoma, Alma Media).

Lisäksi hankkeet hyödyntävät lukuisia erilaisia paikallisia ja alueellisia mainospaikkamahdollisuuksia muun muassa kumppanimedioiden uutiskirjeissä tai ulkomainontapaikoilla.

SEAMKilla hankkeita auttavat markkinoinnin suunnittelussa viestinnän ja markkinoinnin asiantuntijat, jotka voivat myös toteuttaa kampanjat hankkeiden toiveiden mukaisesti.

Digimarkkinoinnin etuja on datan ja kohdentamismahdollisuuksien lisäksi myös sen kustannustehokkuus: mainontaa voidaan toteuttaa kohtuullisella budjetilla niin, että se tavoittaa kohderyhmää tehokkaasti. Esimerkiksi alueellisessa sosiaalisen median mainonnassa tietylle kohderyhmälle riittää usein 200-300 euroa yhdessä kampanjassa riittävän näkyvyyden saavuttamiseksi. Ison mediaverkoston bannerikampanjassa voi noin 1000 euron budjetilla saada jopa satoja tuhansia näyttökertoja.

Tuomas Rauhala
viestinnän asiantuntija
Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Tämä artikkeli on kirjoitettu osana Seinäjoen ammattikorkeakoulun TKI-kumppanuusmallilla enemmän ja vaikuttavampaa TKI-toimintaa Etelä-Pohjanmaalle -hanketta, joka on Euroopan unionin osarahoittama. Kirjoittajat ovat kehittäneet hankkeessa uudenlaisia toimintamalleja, joilla tuetaan korkeakoulujen ja yritysten välistä yhteistyötä. Hanke toteutettiin ajalla 1.1.2023 – 30.7.2025