Pyyhekaupalle digivinkkejä SeAMKin opiskelijoilta

9.3.2021

Oikeat yritystoimeksiannot tuovat Seinäjoen ammattikorkeakoulun opiskelijoille monipuolisen lisän korkeakouluopiskeluun ja tarjoavat mahdollisuuksia toimia yhteistyössä yritysten ja organisaatioiden kanssa ratkoen aitoja työelämän haasteita. Tänä keväänä etsittiin yhteistyökumppaneita usealle opintojaksolle, ja Kauhavan Kortesjärvellä sijaitseva Pyyhekauppa lähtikin innolla mukaan korkeakouluyhteistyöhön.

Pyyhekauppa on erikoistunut yksilöllisten tuotteiden esim. pyyhkeiden brodeeraukseen. Yrittäjä Sirpa Kiviaho osti liiketoiminnan kolme vuotta sitten aiemmalta yrittäjältä. Yrityksellä on nettisivut (www.pyyhekauppa.fi), mutta yrityksen myynti perustuu edelleen pitkälti henkilökohtaiseen palveluun. Yhteydenotot tapahtuvat pääasiallisesti puhelimitse ja keskustelun jälkeen asiakas saa vedoksen sovitusta työstä, joko whatsappillä tai sähköpostilla. Myös nettisivujen kautta tulee yhteydenottoja, ja tällöin asiakkaat ovat yleensä urheiluseuroja tai järjestöjä ja muualta päin Suomea ja tilausmäärät isompia. Näissäkin tapauksissa asiakaspalvelu tapahtuu edelleen pitkälti puhelimen välityksellä, koska useasti asiakas toivoo suunnitteluapua tilattavaan tuotteeseen ja joskus antaa Kiviaholle jopa vapaat kädet tähän, kunhan lahjan perusidea on selvä.

Vaikka yrityksellä nettisivut onkin, digimarkkinointi on jäänyt kiireisen arjen lomassa muiden töiden jalkoihin. Idea verkkokaupasta on myös kytenyt yrittäjän mielessä jo jonkin aikaa, mutta mallien runsaus ja mahdollinen valittujen värien yhteensopimattomuus on huolestuttanut yrittäjää. Tuntuu kuitenkin, että osa, erityisesti nuoremmista asiakkaista, karttaa puhelimen kautta tapahtuvaa yhteydenottoa ja tämänkin vuoksi yrittäjän toiveena oli kuulla miten henkilökohtaisen myyntityön voisi viedä verkkoon.

Digimarkkinointisuunnitelma yrittäjän avuksi

SeAMKin liiketalouden opiskelijat työstivät pyyhekaupalle digimarkkinointisuunnitelman, jossa mietittiin yrityksen kohderyhmien kautta digitaalisen markkinoinnin eri osa-alueita, kuten hakukoneoptimointiin liittyen avainsanoja, verkkosivustojen sisältöä ja linkityksiä ulkoisiin sivuihin sekä kohderyhmän aktivointia ja konvertointia. Opiskelijat miettivät myös mahdollisia GoogleAds- ja muita kampanjoita, brändilähettiläiden ja nykyisten asiakkaiden aktivointia tuotteiden mainontaan sekä kannustivat analytiikan ja mittareiden seurantaan. Myös mahdolliseen verkkokaupan toteutukseen opiskelijat etsivät vinkkejä ja rakensivat opintojakson aikana toimivan demoverkkokaupan yritykselle.

Kiviaho koki yhteistyön opiskelijoiden kanssa kivana ja arvokkaana kokemuksena. Vinkit ja ideat ovat tervetulleita, mutta Kiviaho muistuttaa, että itse markkinointi ja myyntikanavien valinta jää kuitenkin itse yrittäjän harteille. Opintojakson ohjaajana toimineen Meija Lohinivan mukaan toimeksiannot osana opintojaksoa antavat loistavan mahdollisuuden soveltaa juuri opittuja asioita käytäntöön ja luoda myös tärkeitä työelämäkontakteja.

Kiinnostaako korkeakouluyhteistyö? Ota yhteyttä tiina.hietala@app-staging.seamk.hion.dev**Tiina Hietala**

Korkeakouluasiamies
SeAMK Maakuntakorkeakoulu