

Kysymyksiä ja vastauksia Ediste-hunajapurkista™

1	Kenelle Ediste-hunajapurkki on tarkoitettu?	Ediste-hunajapurkki on tarkoitettu asiantuntijapalveluja tai huipputekniikkaa myyville yrityksille, joiden tuotteita on liian kallista markkinoida tyrkyttämällä.
2	Mikä on Ediste-hunajapurkin idea?	Kun asiakasehdokas ryhtyy etsimään apua ongelmaansa, hän päättää yhä useammin parhaan vaihtoehdon hakutulosten perusteella. Palvelumme ytimessä on blogitoimitus. Se rakentaa yrityksellesi mielipidejohtajan ja asiantuntijan tunnusmerkit verkkoon.
3	Miksi meidän kannattaisi maksaa mitään LinkedIn-, Facebook- tai Twitter-palveluista?	Tunnetut yhteisöpalvelut tarjoavat reittejä hakukoneiden sydämeen. Niitä ei kannata jättää huomiotta vain siksi, ettet usko omien asiakkaidesi käyttävän yhteisöpalveluja.
4	Meillä on jo hyvät verkkosivut. Miksi silti pitäisi vielä ryhtyä bloggaamaan?	Verkkosivuja on vaikea saada nousemaan hakutulosten kärkeen. Esimerkiksi Google ei arvosta ympärilyöriä markkinointihöpinää. Verkkosivut tarjoavat harvoin luontevaa paikkaa asiantuntijatekstille, joka purisi sekä asiakkaisiin että hakukoneisiin.
5	Käytämme jo Google-mainoksia. Mihin tarvitsemme Ediste-hunajapurkkia?	Ediste-hunajapurkin tavoite on nostaa yrityksesi luonnollisten hakutulosten kärkeen. Google AdWords -mainosten teho ei ole läheskään yhtä suuri. Sitä paitsi Google-mainonta ei ole enää yhtä edullista kuin se oli vielä joitain vuosia sitten. Tosin palvelut eivät sulje toisiaan pois, vaan täydentävät toisiaan.
6	Mihin blogin teho perustuu? Sehän on kuitenkin järjettömän työläs ylläpidettävä.	Google arvostaa toimituksellista sisältöä yli kaiken. Se antaa huippupisteitä taajaan päivittyville ja asiatekstistä sisältäville sivustoille. Blogi on juuri sellainen paikka. Google saattaa vierailta hyvin hoidetussa blogissa jopa useammin kuin kerran tunnissa. Se tarkoittaa, että mitä tahansa sinne kirjoitamme, kaikki apuasi tarvitsevat löytävät luoksesi hakukoneen avulla lähes välittömästi.
7	Meillä on vientikauppaa. Saako Ediste-hunajapurkin myös englanniksi?	Kyllä, Ediste-hunajapurkki on saatavana myös niin, että tuotamme kaiken sisällön englanniksi. Palvelu on noin 20 % suomalaista versiota kalliimpi.
8	Saimme parhaan asiakkaamme lehtimainoksen avulla. Miksi haaskaisimme rahaa johonkin hunajapurkkiin?	Ediste-hunajapurkin tarkoitus ei ole korvata kaikkea muuta markkinointia. Mutta lähes kaikki asiakkaasi etsivät ratkaisuja verkosta joka tapauksessa. Sitä paitsi lehtimainos elää vain muutamia päiviä. Ediste-hunajapurkin sisältö sen sijaan jää verkkoon vuosikausiksi. Kerran tuotettu materiaali vetää asiakkaita puoleesi tästä hamaan tulevaisuuteen.
9	Mitä järkeä on maksaa jopa yli tonni yhdestä mitättömästä blogikirjoituksesta?	Ediste-hunajapurkki on paljon muutakin kuin vain blogi. Ensinnäkin kirjoitukset sopivat mainiosti uusiokäyttöön. Niistä syntyy lehtiartikkeleita, koulutusmateriaalia, seminaaripuheita, myyntiesityksiä, referenssikuvauksia, pikaoppaita ja kirjoja. Myös juttujen jatkojalosteet leviävät verkkoon. Lisäksi hunajapurkki sisältää esimerkiksi pikaoppaiden tuotanto- ja tilauspalvelun sekä uutiskirjeiden lähetyspalvelun.
10	Mitä kaikkea Ediste-hunajapurkin kuukausihintaan kuuluu?	Hintaan kuuluu yksi blogikirjoitus viikossa, tilaajapalvelu ja kaksi pikaopasta vuodessa, yksi keväällä ja yksi syksyllä. Lisäksi hintaan sisältyy mikrosivusto oppaiden jakeluun.
11	Miksi juuri yksi kirjoitus viikossa? Eikö kerran kahdessa viikossa riittäisi?	Hyvä blogi päivittyy usein. Yksi kirjoitus viikossa on kokemuksemme perusteella määrä, joka vielä pystyy koukuttamaan lukijoita. Samoin Googlen tarkkaavaisuus herpaantuu, jollei blogi päivyty riittävän usein. Toki monet suosituimmat (ulkomaiset) bloggaajat kirjoittavat jopa useita juttuja päivässä. Mutta silloin se on jo kokopäivätyötä.
12	Mitä tilaajapalvelu tarkoittaa?	Blogin lukijat voivat tilata blogikirjoitukset myös suoraan sähköpostiinsa. Kirjaamme heidän yhteystietonsa tietokantaan ja pyydämme lupaa myös muuhun markkinointiin. Tilaajapalvelu välittää myyjillesi tiedon mahdollisista lisätietokyselyistä ja tarjouspyynnöistä.
13	Mikä on pikaopas? Mitä hyötyä siitä on?	Palvelumme hintaan kuuluu kaksi pikaopasta vuodessa, yksi keväällä ja yksi syksyllä. Kokoamme pdf-muotoisen pikaoppaasi blogissa julkaistuista, yhteen teemaan liittyvistä jutuista. Sen jälkeen laitamme oppaan ladattavaksi tilaajapalvelusi mikrosivustolle. Näin keräämme tilaajien yhteystietoja. Toisaalta tarjoamme jälleen Googlen kannalta kiinnostavaa sisältöä. Voit myös painattaa pikaoppaista paperiversioita. Myyjät voivat käyttää niitä todisteina asiantuntijoidenne osaamisesta.

14	Miten voitte muka kirjoittaa asioistamme blogia, kun ette ole toimialamme asiantuntijoita?	Kirjoitustöistä huolehtii Ediste-blogitoimitus. Toimittajiemme tehtävä on keksiä mielenkiintoisia näkökulmia ja kirjoittaa sujuvaa asiatekstiä, jota päättäjät ymmärtävät. Tekniset yksityiskohdat ja näkemykset keräämme asiantuntijoiltasi haastattelemalla.
15	Kenen nimissä jutut julkaistaan?	Kaikki jutut julkaistaan omien asiantuntijoidenne nimissä. Toimittajamme työskentelevät haamukirjoittajina, joten heidän nimensä ei tule näkyviin.
16	Eikö se ole huijausta käyttää haamukirjoittajia?	Maailma olisi aika erilainen, jos vain taitavat kirjoittajat saisivat näkemyksensä julki. Haamukirjoittajat ovat yleisempiä kuin monet kuvittelevat. Osaaminen, näkemykset ja mielipiteet ovat joka tapauksessa omien asiantuntijasi päästä lähtöisin. Toimittaja vain kirjaa ne helposti luettavaan muotoon. Ketään ei siis huijata.
17	Pitäisikö blogissamme sallia kommentit?	Kommentit pitäisi ehdottomasti sallia. Vaikka sisältö olisi hyvää, vasta hyvä keskustelu tekee blogista todella mielenkiintoisen.
18	Miten paljon meidän pitäisi puuttua kommentteihin ja keskusteluun?	Kommentteihin pitäisi vastata mahdollisimman usein. Keskustelu saattaa pysyä käynnissä muutenkin jonkin aikaa, mutta se on harvinaista.
19	Miten huolehdimme siitä, ettei blogiin pääse yrityksemme virallisen linjan vastaisia kirjoituksia tai kommentteja?	Yksiääninen (eli virallista linjaa noudattava) blogi ei ole uskottava. Olisi vain hyvä, jos blogista löytyisi myös kritiikkiä ja poikkepuoleisia näkemyksiä. Se toki vaatii yrityksesi johdolta avointa asennetta, jollaista kaikista organisaatioista ei löydy. Kommenttien sisältöä ei kannata yrittää sensuroida. Mielipiteet ovat syntyneet jossain joka tapauksessa. Blogin keskusteluissa ne sentään tulevat tietoon ja niihin on mahdollisuus vastata. Olisi huonompi vaihtoehto, jos keskustelu siirtyisi jonnekin ulottumattomiin.
20	Miten tarkastamme jutut etukäteen niin, etteivät ne sisällä asiavirheitä?	Toimitamme jutut etukäteen tarkistettaviksi. Asiavirheet voidaan korjata myös jälkikäteen. Erehdykset, virheet ja tietty rosoisuus kuuluu aitoon blogiin. Täydellinen olisi tylsä ja epäuskottava. Sama pätee blogin kieleen, se voi ja pitääkin olla välillä paljon kansanomaisempaa kuin virallinen markkinointiteksti. Loputon viilaus on siis jopa haitallista.
21	Kenelle tekijänoikeudet kuuluvat?	Kaikki blogikirjoitusten tekijänoikeudet kuuluvat yrityksellesi, eivät Edisteelle.
22	Miten saamme blogistamme mahdollisimman näyttävän näköisen?	On yleinen harha, että blogin pitäisi näyttää hienolta. Ei ole niin sanottua, että sen pitäisi noudattaa edes yritysilmettä. Hyvä blogi keskittyy tekstisisältöön. Ulkoasun täytyy toki olla ammattimainen ja siisti. Mutta kun monet lukevat blogia mobiililaitteilla tai syötteenä, näyttävä graafinen ulkoasu on vain haitaksi tai katoaa matkalla joka tapauksessa.
23	Miten sovimme juttujen sisällöstä? Eikö niitä pitäisi suunnitella etukäteen?	Ediste perustaa Konklaavi-nimisen toimitusneuvoston. Sen tarkoitus on kokoontua 2–4 kertaa kertaa kuukaudessa ja sopia seuraavien juttujen sisällöstä. Tyypillisesti juttujen aiheita olisi hyvä olla putkessa valmiina 4–6 viikoksi eteenpäin.
24	Eivätkö hyvät juttujen aiheet loppu kesken?	Eivät ne loppu. Maailma on täynnä tarinoita. Uusia syntyy joka päivä. Blogiin riittää kirjoitettavaa myös ajankohtaista asioista ja henkilöstösi kokemuksista loputtomasti.
25	Miten pääsemme Edisteestä eroon, jos kyllästymme palveluun?	Palvelumme irtisanomisaika on yksi sekunti. Pääset meistä siis eroon koska tahansa ilman mitään sakkomaksuja.

Lue Gurumarkkinointi.fi-
blogista, miten myyt asian-
tuntemustasi tavallista
tehokkaammin.

EDISTE®