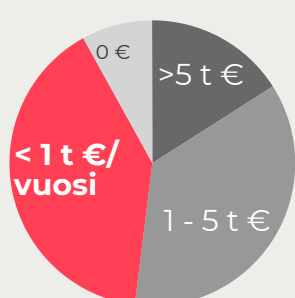


Digitaalinen markkinointi suomalaisissa pk-yrityksissä

PK-yritys: 1 - 9 työntekijää

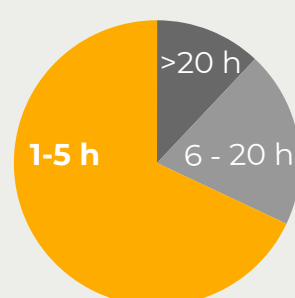
Käytössä rajallisesti markkinointiresursseja ja ne käytetään pääosin digi-markkinointiin

Markkinointibudjetti / vuosi



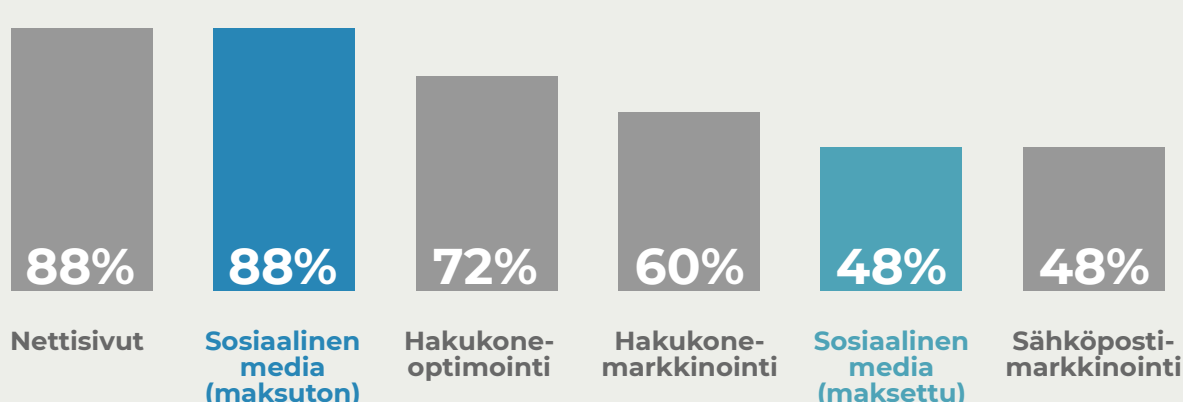
keskimäärin
72% budjetista käytetään digi-markkinointiin

Markkinointiin käytetty aika / viikko



keskimäärin
65% ajasta käytetään digi-markkinointiin

Käytetyimmät digi-kanavat

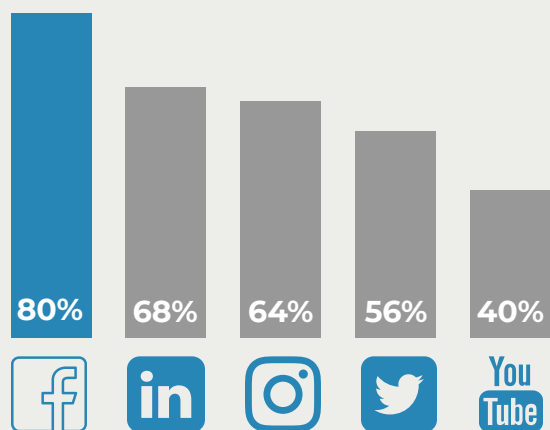


Käytössä useampi some-kanava sekä maksuttomana että maksullisena

Maksuttomat kanavat



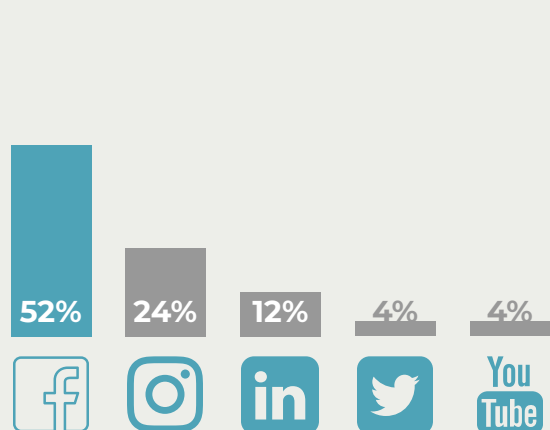
Suosituimmat kanavat



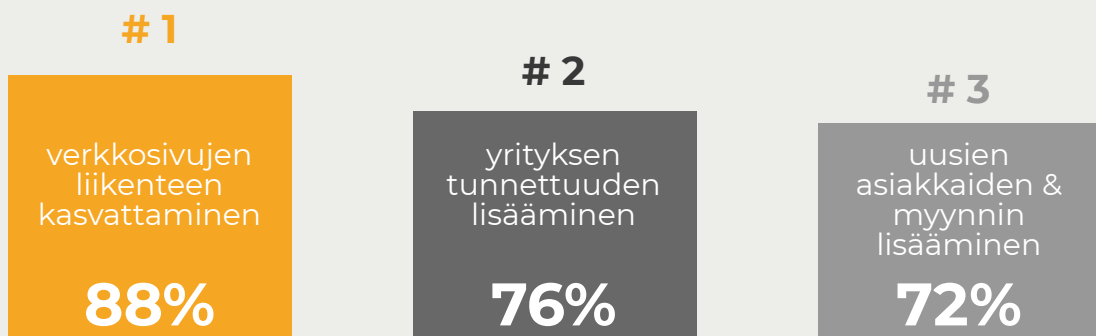
Maksulliset kanavat



Suosituimmat kanavat



Top 3 tavoitetta somen käyttöön

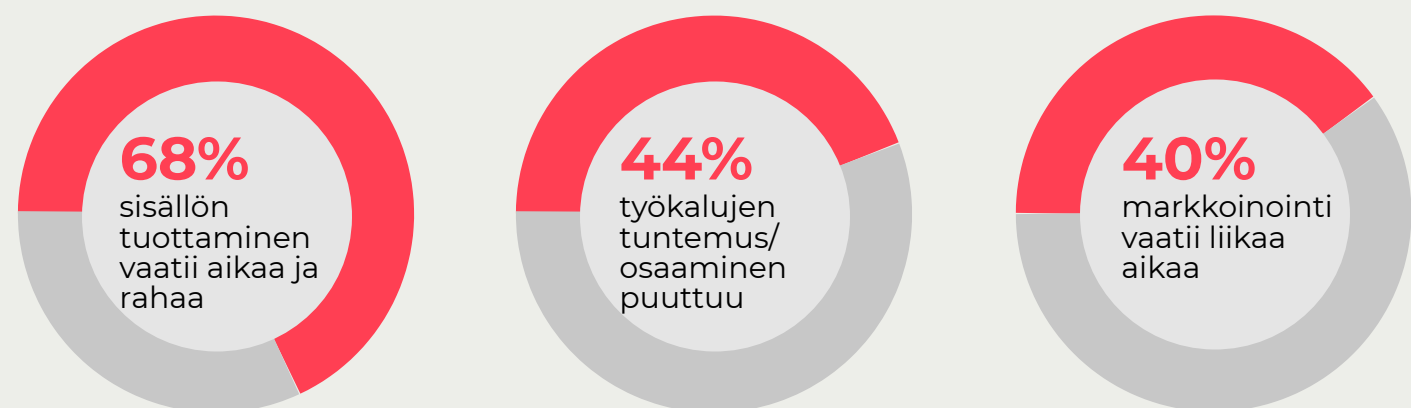


Yrittäjä tekee digi-markkinointia itse

84% yrityksen omistajista vastaa digi-markkinoinnista

vain **3 / 10** käyttää ulkopuolista toimijaa

Top 3 haastetta somen hyödyntämisessä



Perustuu marraskuussa 2018 tehtyyn verkkokyselyyn, johon vastasi 25 suomalaista pk-yritystä. Vastajia oli usealta eri toimialalta esim. informaatio- ja viestintäalalta, majoitus- ja ravitsemusalalta sekä tukku- ja vähittäiskaupasta.

Toteuttajat: Tatiana Kuumola Alexandra Grigoryevskaya Mentori: Krista Keränen

Kansainväliseen kasvuun digitaalisiin työkaluihin -hanke auttaa Uudenmaan alueen pk-yrityksiä kansainvälistymisessä ja digitaalisten markkinointityökalujen käytössä.