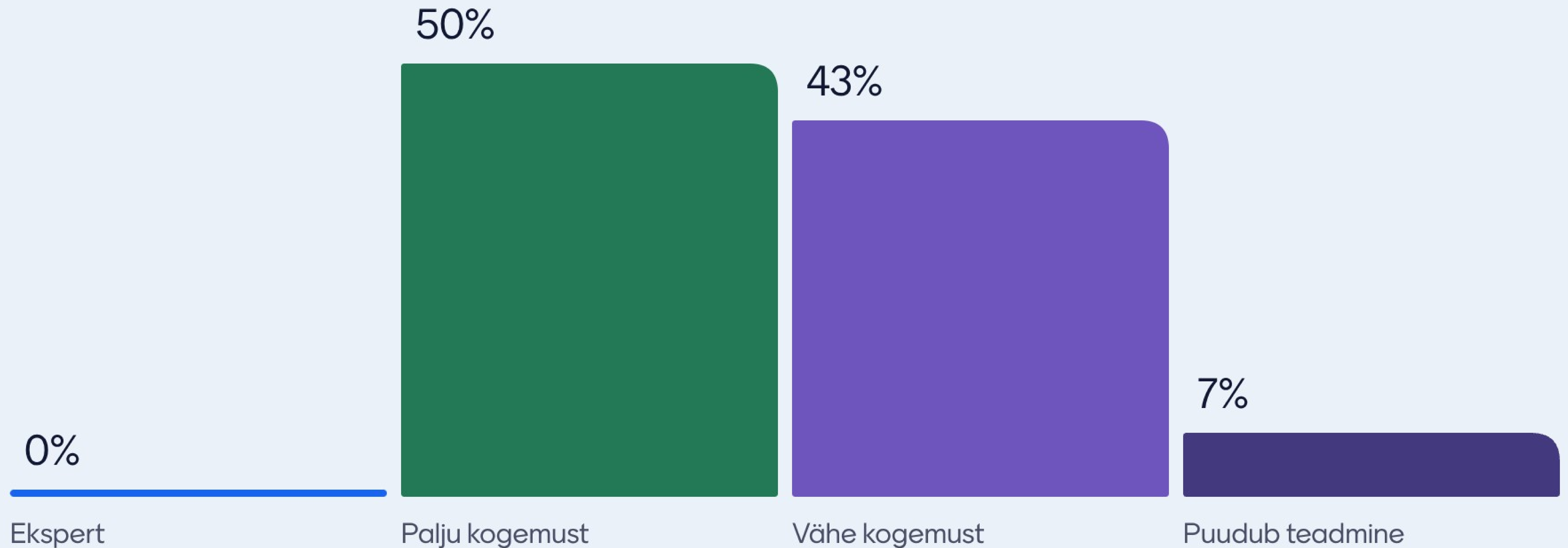


**Tööriistad tähendusrikaste sõnumite loomiseks
kliendile – vähem müra ja rohkem selgust**

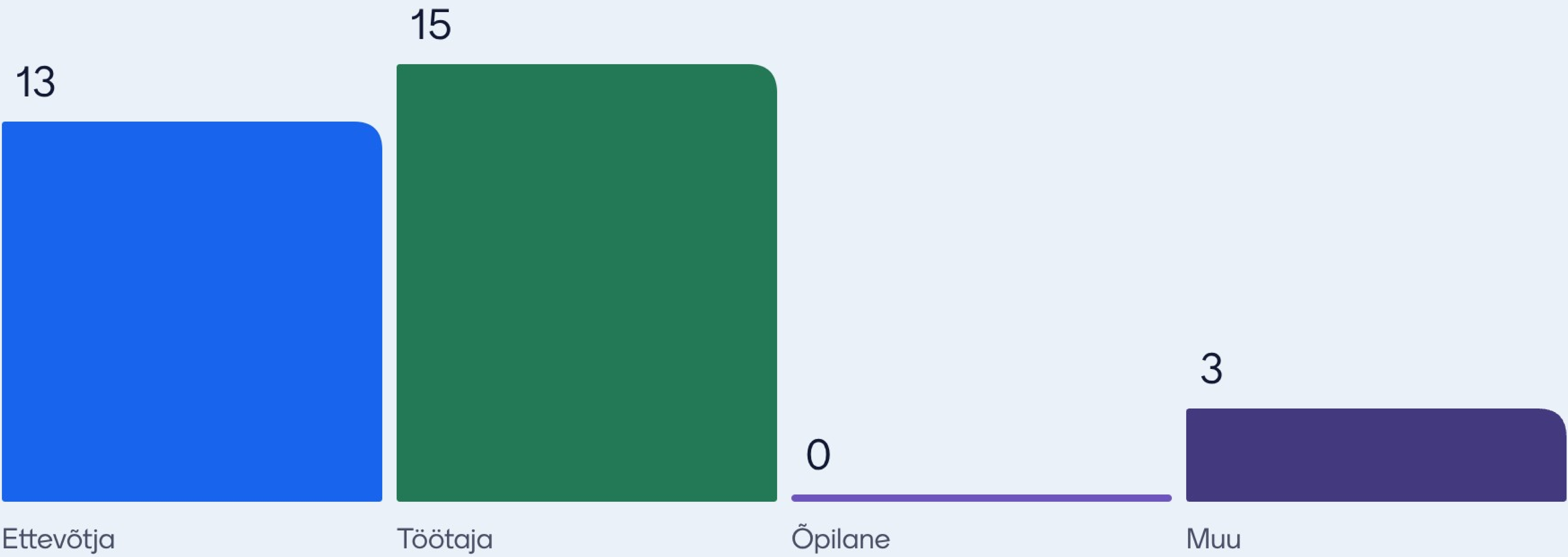
Juhised



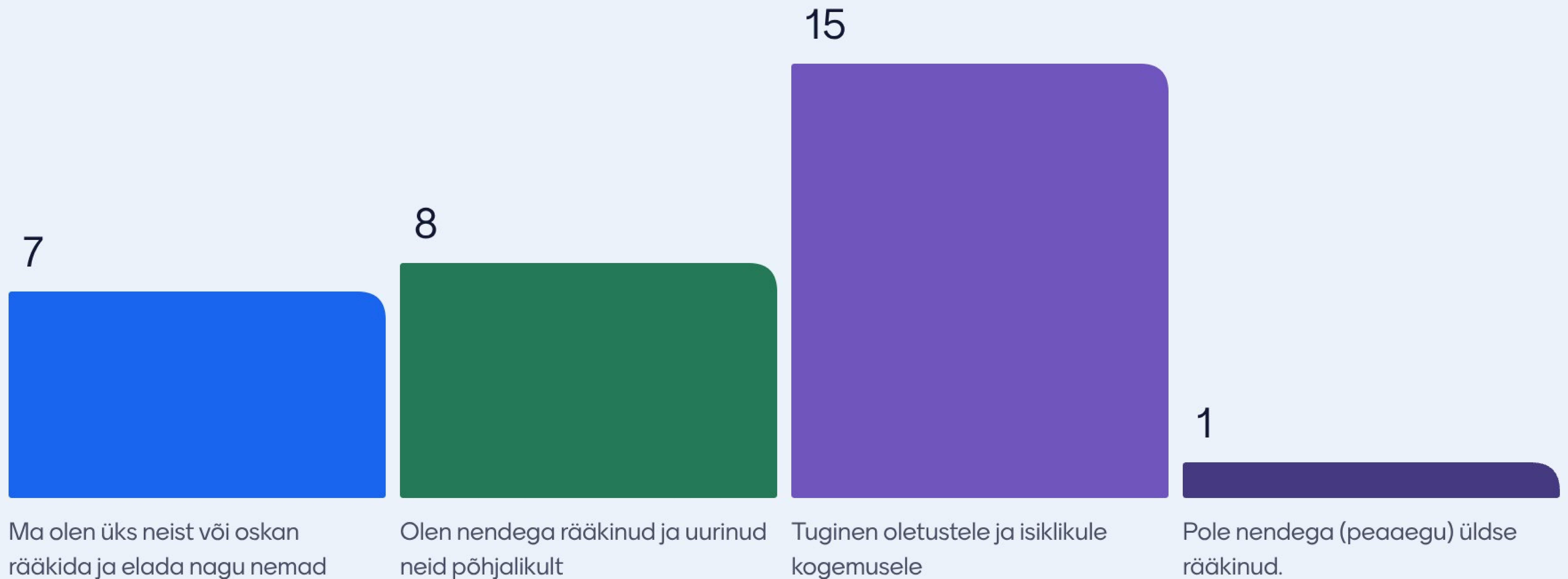
Kui palju on sinul varasemat kogemust sõnumi loomisel oma sihtgrupile?



Kas oled...



Tunnetan ja tean enda sihtgruppi järgnevalt...



Mida soovid endaga seminarist kaasa võtta?

selle uue vaatenurga
loomisele

hea praktilise näite

Tööriistad, kuidas
sõnumit paremini
edastada.

Värske vaatenurk

Mõne uue vaatenurga

Mõtteainet, aga pole
eriti ootusi

Näited

Kasulikku infot

Mida soovid endaga seminarist kaasa võtta?

Uudseid tööriistu, mida
varem pole osanud

Uued teadmised

Uusi ideid

Inspiratsioon

Väreket vaatenurka

mõne uue praktilise
tööriista

Tööriistu

Praktilised kohe
kasutatavad tööriistad

Mida soovid endaga seminarist kaasa võtta?

1 täiesti uut teadmist.

Uut vaatenurka

Kliendikeskus

Kuidas panna ilusti sõnadesse oma mõtteid:)

Vead, mida vältida

Valideerida oma sõnumistrateegiat.

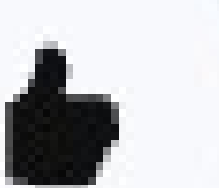
Mingid baaspõhimõtted, kuidas sihtgrupi põhiseid sõnumeid koostada; kui sageli ja mis kanalid, kuidas edastamisel on efektiivsemad

Sõnumid, mis haaravad masse

Meeldiv tutvuda!

Kokkulepe iseendaga

?



Sõnum = lugu, mis annab lubaduse



Kui vaatame filmi ja paneme selle pausile...

1. Mida tahab kangelane?
2. Mis takistab kangelasel seda saada, mida ta tahab?
3. Mis juhtub kui ta ei saa/saab selle, mis ta tahab

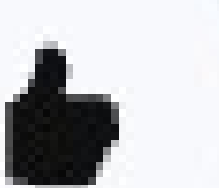
Mis organisatsioonides juhtub?

Meil võib olla parim toode/teenus, aga kaotame kasutajaid/kliente, sest keegi teine suudab paremini kommunikeerida.

Aeg ja tähelepanu on piiratud ressurss. Igal inimesel on 24h. Miks peaksin ühe või teise organisatsiooni sisu lugema?

Kas meie meeskonnad oskavad täna...

...Lihtsalt ja arusaadavalt öelda, mida te
teete ja miks klient peaks just teid valima?



LIISA PULK & HENRIK KALMET
STARTUPKOMÖÖDIAS

ÜKSSARVIK

KÕIK
UNISTAVAD
MILJARDIST



•4 miljardil inimesel on mobiilid

- 1 miljardil inimesel on krediitkaardid
- Mobiilsete maksetega jõuad palju rohkemate inimesteni
- Oleme ühed parimad mobiilsete maksete pakkujad maailmas

Rain Rannu

TALLIFORNIA esitleb LIISA PULK & HENRIK KALMET JOHANN LEB ROZELO DOUGLAS JR. FILMS "ÜKSSARVIK"

OPERAAUTOR: ANTS TAMM KUNSTNIK: KATRIN SPELGAS KOSTÜÜMID: TÕNU HIELAND MUUSIKA: JAMES MURDO HELIPEET: NATALIA ANDREAS MONTAŽ: RAIN RANNU & MOONIKA PÕDERSAALI
KAASPRODUUTSIENT: AET LARJU PRODUUTSIOONID RAIN RANNU & TÕNU HIELAND STSENAARIUS: JA REŽISSÖÖR: RAIN RANNU

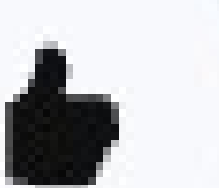
KINODES 13. SEPTEMBRIST

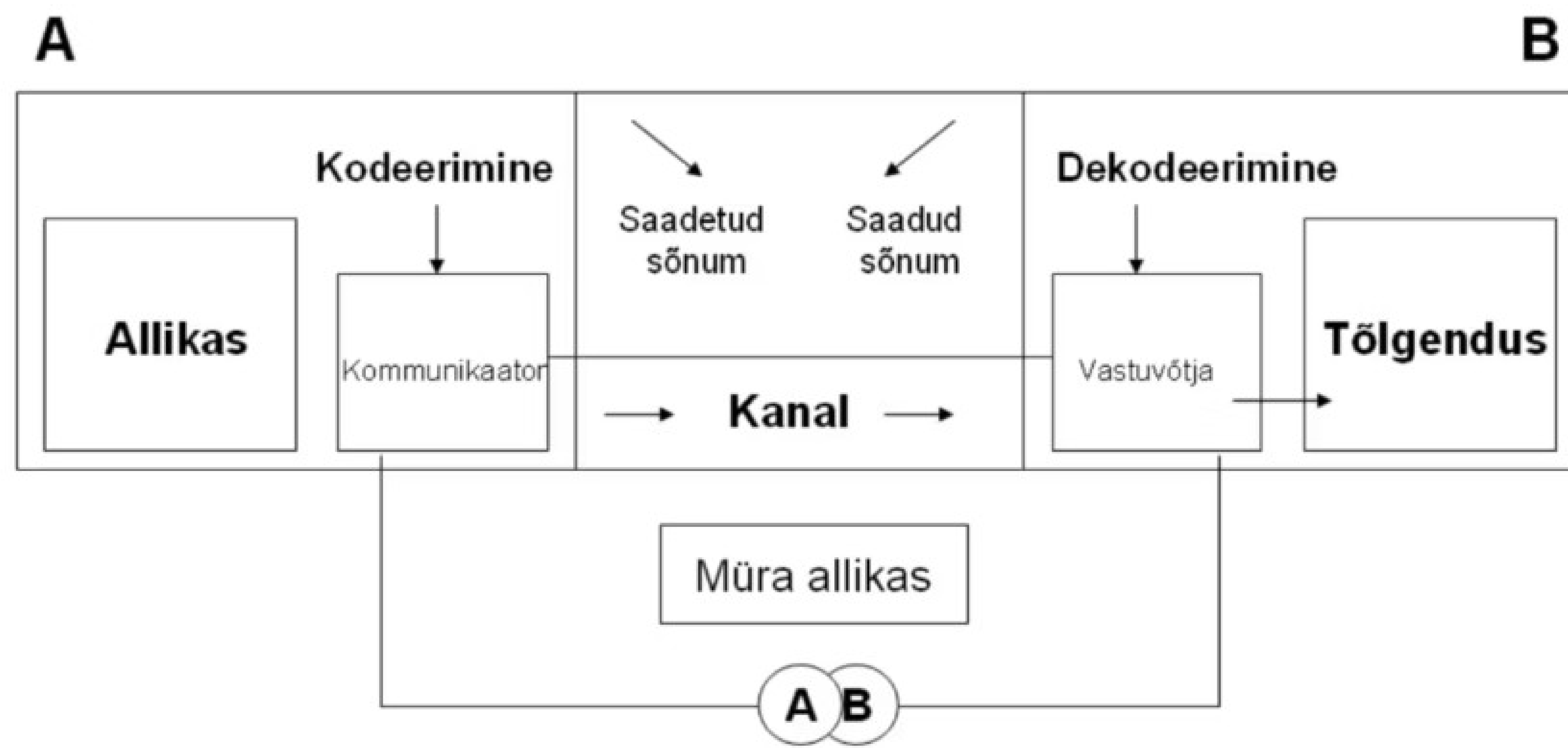
TALLIFORNIA.COM VAATAFILMI.EE



Viga no. 1- Sõnumid on liiga keerulised

Aju on loodud ellujäämiseks kokku hoidma
kalorite põletamist.





Müra – kes seda toodab?

Inimene teeb otsuse osta selle järgi, mida ta kuuleb. Mitte selle järgi, mida ettevõtte kommunikueerib.

Film	Organisatsiooni kommunikatsioon
Kes on kangelane	Klient/kasutaja
Mis on tema motivatsioon?	Mida ta tahab?
Kes on tema vastane?	Mis probleemi me aitame tal lahendada?
Mis juhtub kui ta vastast ei võida/mis imeline asi juhtub kui ta võidab	Milline on tema elu juhul kui ta meie toodet/teenust kasutab?

Mis on loo elemendid, ilma milleta ei kujutaks ette raamatut või filmi?



Kangelane tahab midagi, kuid tema teel tekib takistus ehk probleem enne kui ta saab mida soovib.

Viimasel hetkel astub tema ellu teejuht, kes annab talle plaani ja kutsub ta tegutsema.

Teejuhi poolt soovitatud teod aitavad vältida läbikukkumist ja viivad kangelase eduka võiduni.

Valem sinu loos

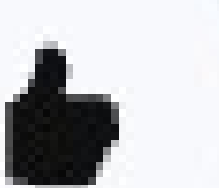
Üks valem, mis hoiab tähelepanu ja võitleb
müraga, andes organiseeritud infot

Valemis on järjekord, mis on ajule lihtsasti
mõistetav. Seega kulub vähem kaloreid ja
tekib vähem kommunikatsioonivigu.

Juhul kui midagi kõlab „lahedalt“, siis see ei tähenda, et see läheb kokku meie kangelase looga

Kangelane

Kes on kangelane sinu sõnumis?



Kangelane on meie klient

Näiteks –

Raamatukauplus – lugu, milles ära kaduda

Müslibatoonid – tervislik algus Sinu päevale

Restoran – õhtusöök, mida mäletad!

Juhul kui midagi kõlab „lahedalt“, siis see ei tähenda, et see läheb kokku meie kangelase looga

ELEKTRITAKSO

TELLI 1918

MENÜÜ

ELEKTRITAKSO 1918



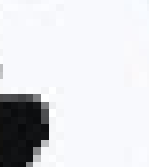
MEIEGA MUUDAD MAAILMA!

ALUSTA MUUTMIST →

www.elektritakso.ee

Elektritakso

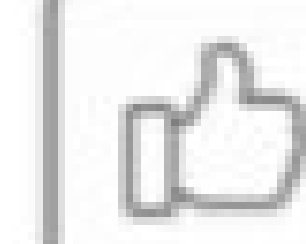
1





Elektritakso

33 minutit • 🌐



Märgi leht meeldivaks

Aitäh, sõbrad, et olete meiega!

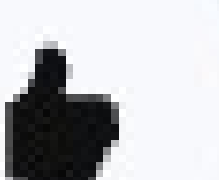
.

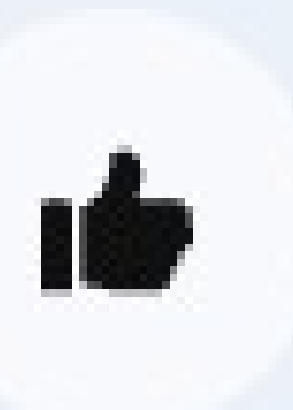
.... Vaata veel

Head valentinipäeva!



Teie Elekritaksolt.
(PS! Uued autod tulemas.)



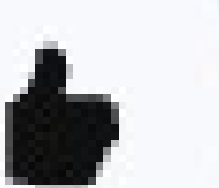


Probleem

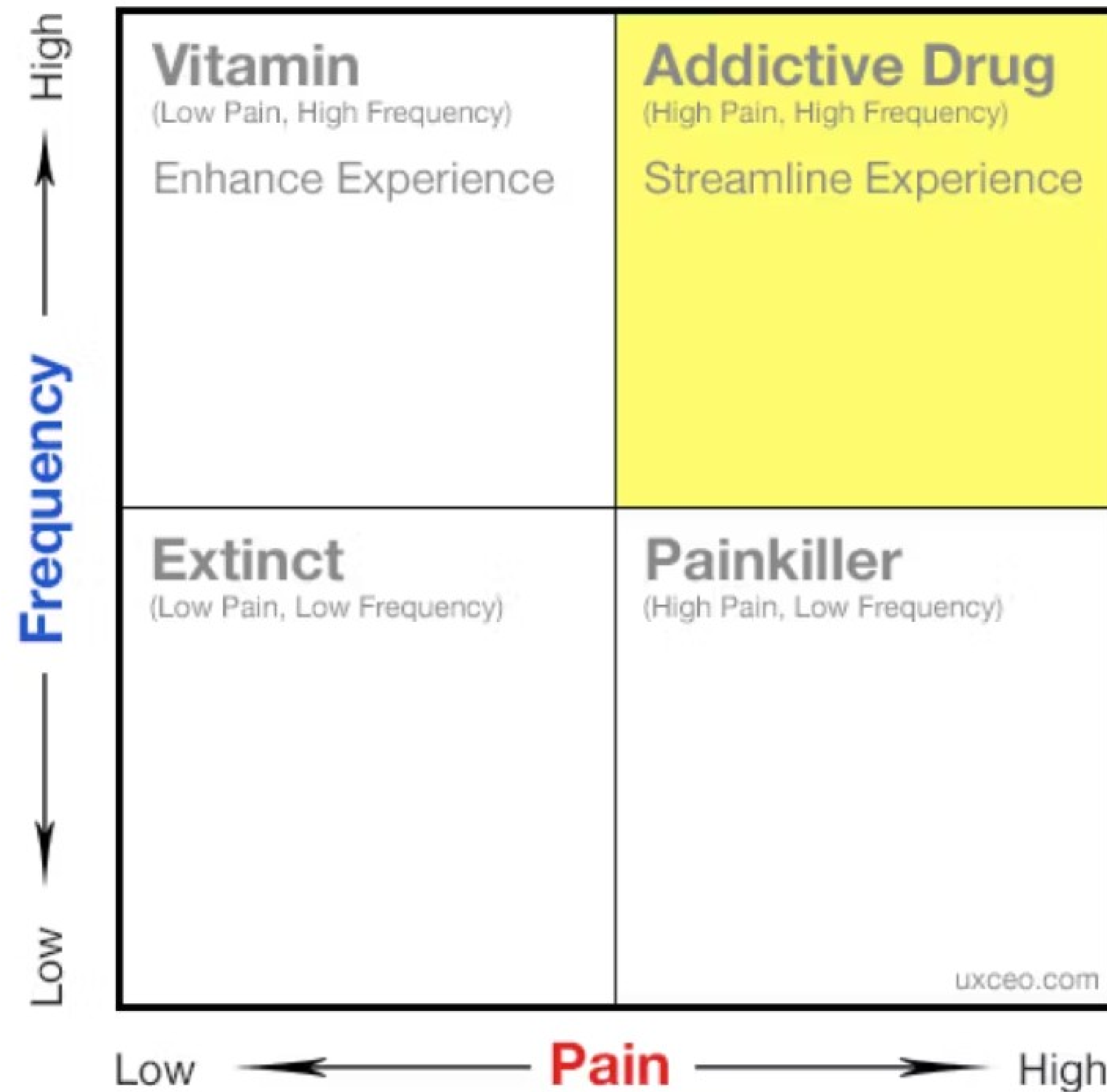
Konflikt ehk probleem.

Kui see loos laheneb, siis lõpetab publik
jälgimise.

Või teie klient ostmise.



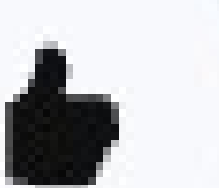
How to Design for a Problem



Millist probleemi lahendada?

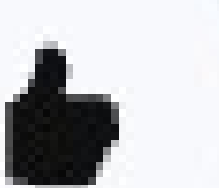
Väline konflikt

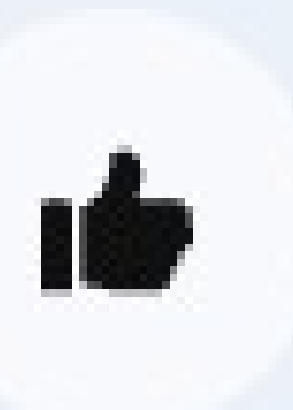
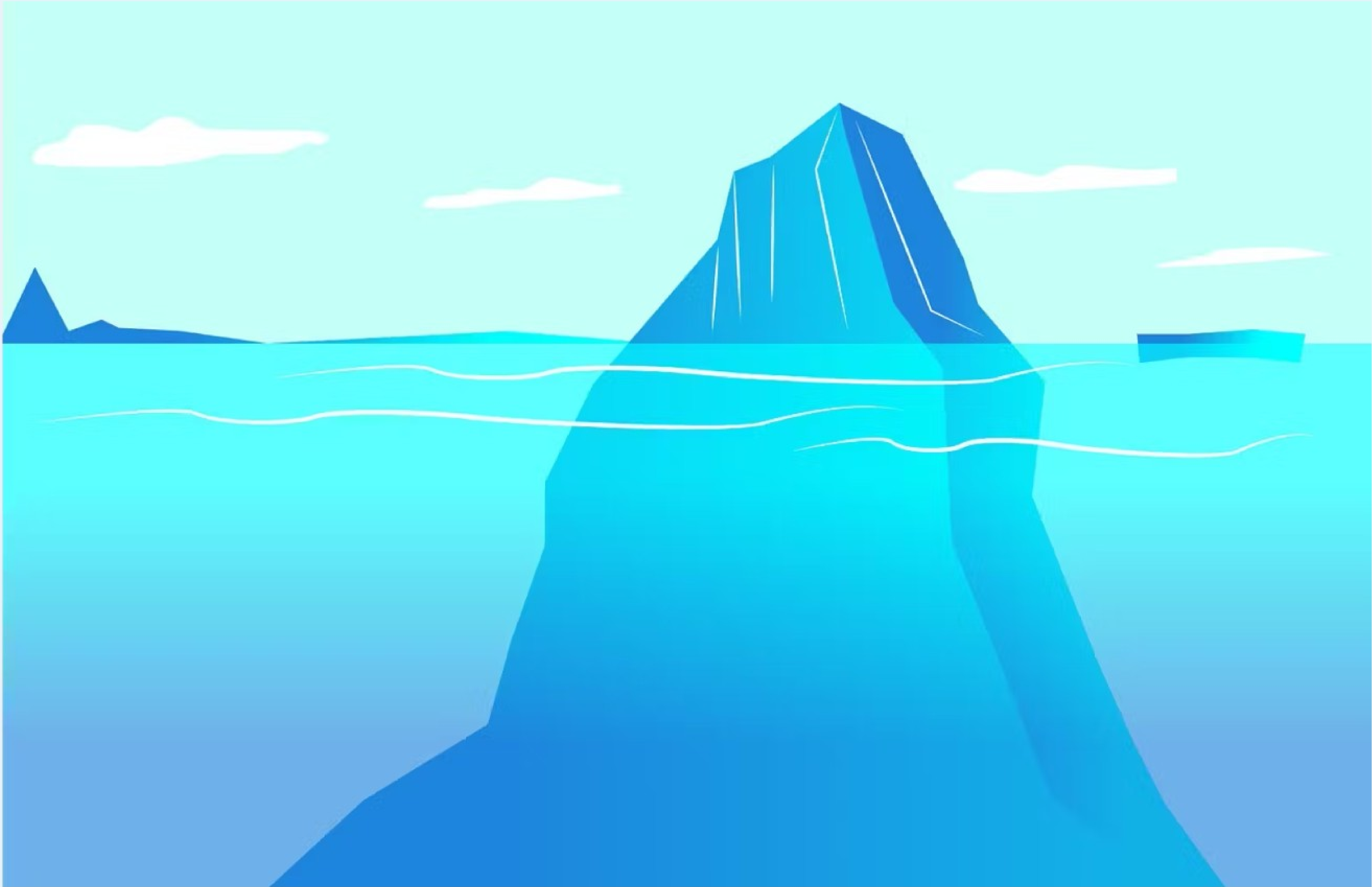
Tüüpiliselt füüsiline probleem, mille kangelane peab lahendama selleks, et päästa päev.



Sisemine konflikt

Probleem kangelase sees – sisemist
frustratsiooni lahendame suurema kirega
kui välist probleemi!



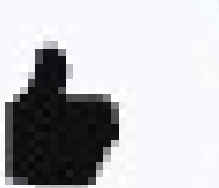


**Ettevõtted kommunikeerivad väliseid
probleeme, aga kliendid ostavad lahendusi
sisemistele probleemidele**

Ostan maja värvimise teenust

Väline – koleda välimusega välisfassaad

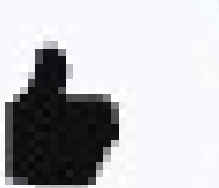
Sisemine – Piinlikus naabrite ees, olen kõige
koledama maja omanik sellel tänaval



Kasutatud auto ostmine

Väline: Mul on vaja autot

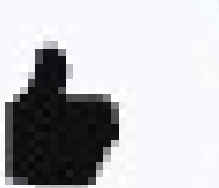
Sisemine: Hirm, et saan auto, mis juba koju
sõites katki läheb



Filosoofiline

Miks? Miks peaks lugu terve inimkond
huvitama?

Suurem kui sina - Tahame olla sellega
seotud, mis on suurem kui me ise



Me ei paku tooteid/teenuseid

Me pakume lahendusi välisele või sisemisele konfliktile ja filosoofilisele murekohale meie kangelaste lugudes.

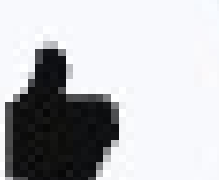
Tesla

Antagonist: Taastumatuid loodusvarasid
kasutavad autod

Väline konflikt: Vajan autot

Sisemine konflikt: Soovin olla innovaatiline ja
ajaga kaasas käia

Filosoofiline: Auto valik peab aitama päästa
planeet Maa



Finantsteenus

Antagonist: Ettevõtted, kes ei kuula oma kliente

Väline: Soovin investeerimisabi

Sisemine: Mul on hirm, et ei saa investeerimisega
ise hakkama või ei tea kust alustada

Filosoofiline: Investeerida võib igaüks!
Personaalne klienditugi on valmis klienti
panustama ning lihtsasti mõistetavaks tegema

Teejuht

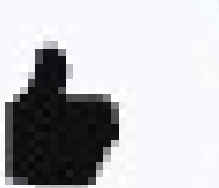
On ettevõtte. Kangelane on sinu
kasutaja/klient.

Kangelased ei soovi oma loos uusi kangelasi
näha.

Jay Z ja Tidal

“Water is free. Music is 6\$ but no one wants to pay for music. You should drink free water from the tap it’s a beautiful thing. And if you want to hear the most beautiful song, then support the artist.”

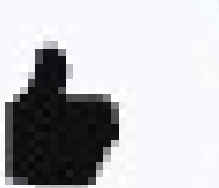
Kangelased olid artistid, aga mitte kuulajad.
Kuulajate jaoks ei vastatud – kuidas aitab Tidal
minul päästa päeva?



Empaatia

Kui teame sisemisi konflikte, siis peame
andma enda kasutajatele teada, et
mõistame neid ja soovime aidata neil seda
lahendada.

Kas oled nagu mina? Ühisosad tekitavad
usaldust



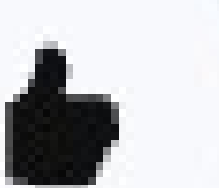
Kompetents e autoriteetsus

Statistika

Auhinnad

Koostööpartnerid

Arvustused - mida ütlevad teised minu
kohta?



Kas see ettevõtte saab aidata mind minu probleemiga?

1. Empaatia - Kas ma saan usaldada seda inimest?

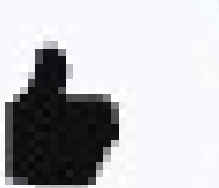
Juhul kui saan, siis tekib järgmine küsimus:

2. Autoriteet - Kas mul on austus selle inimese vastu?

Pangandus

Empaatia - Me teame kui ebapersonaalne pangandus oma klientide vastu on

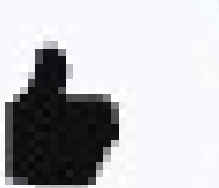
Autoriteet - Meie kirg on oma kliendi tundmine. ...Kliendirahulolu näitajad meie pangas



Plaan

Teejuht annab kangelasele plaani.

Plaan on selleks, et kangelases püsiks lootus, et kui ta teeb need kindlalt teod, siis ta jõuab võiduka lõpuni.



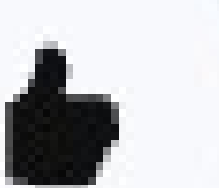
Protsessi kaotab tekkinud segaduse

1. Anna teada endale sobivaim kohtumisaeg
2. Loo Sulle sobivaima toitumiskava
3. Läbi kuuajaline kava koos meie tuntud toitumisnõustajate abiga

1. Tee kasutaja
2. Loo uus projekt
3. Tööta muretult koos meeskonnaga

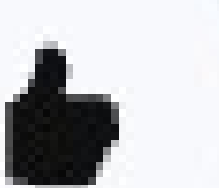
Kokkulepe

- Kui ostad meie toidupoes, siis toetad jätkusuutlikku ettevõtlust (Rimi)
 - Kvaliteedi garantii jms
 - 30 päeva tagastamise õigus
- Raha tagasi garantii kui ei meeldi



Kutse tegevusele ehk CTA

Telli nüüd
Helista täna
Osta kohe



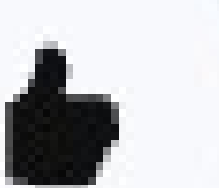
Kaudsed kutsed tegevusele

Taskuringhääling, videoõpetused, PDFid
(Kuidas olla parem...5 asja, mida iga
internetiturundaja...), webinarid jne

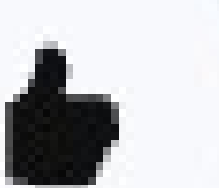
Nt lood PDFi tasuta teadmistega ja selle
lõppu paned kuulutuse tasuga varsti
ilmuvast webinarist.

Boonus - Muutus kangelases

Teekonda läbides kangelased muutuvad
Kelleks soovivad meie kangelased saada kui
läbivad teekonna? Milliseks inimeseks?



**Teejuht on kangelase kõrval ja kinnitab
muutust**



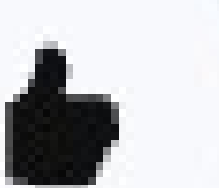
Identiteedi muutus

See kuidas klient/kasutaja näeb ennast

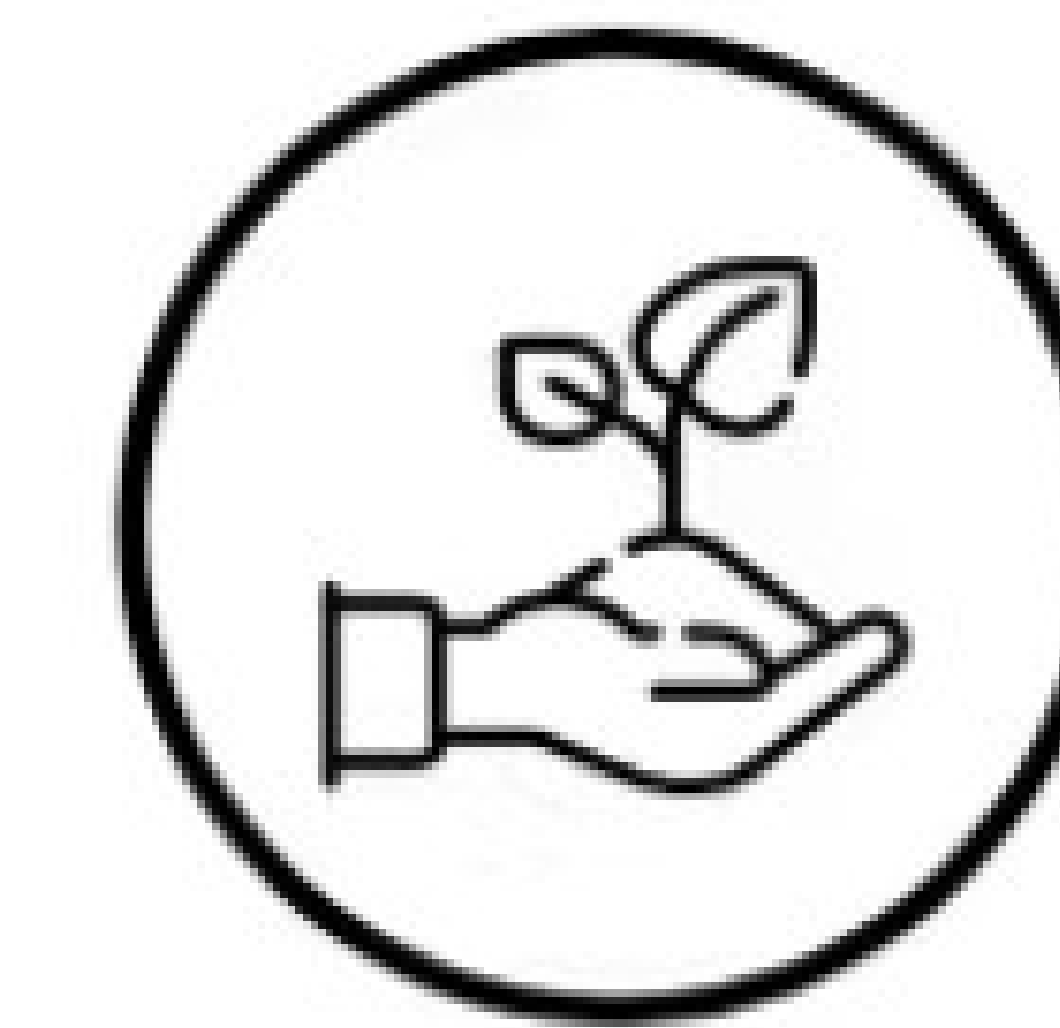
Lemmiklooma toit

Algselt: Passiivne koeraomanik

Hiljem: Iga koera kangelane



KANGELASES TOIMUB KOGEMUSE TÕTTU MUUTUS



Enne

Kuidas tundis kangelane ennast enne Sinu toote/teenuse kasutamist?

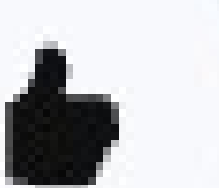
Pärast

Milliseks kangelane on muutunud peale toote/teenuse kasutamist?

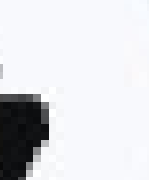
Kuidas kasutada endaga tehtud kokkulepet

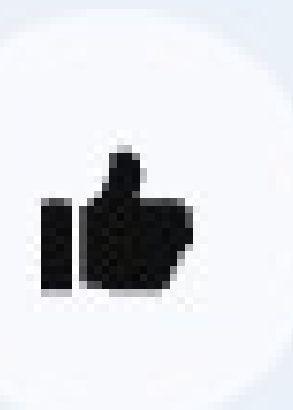
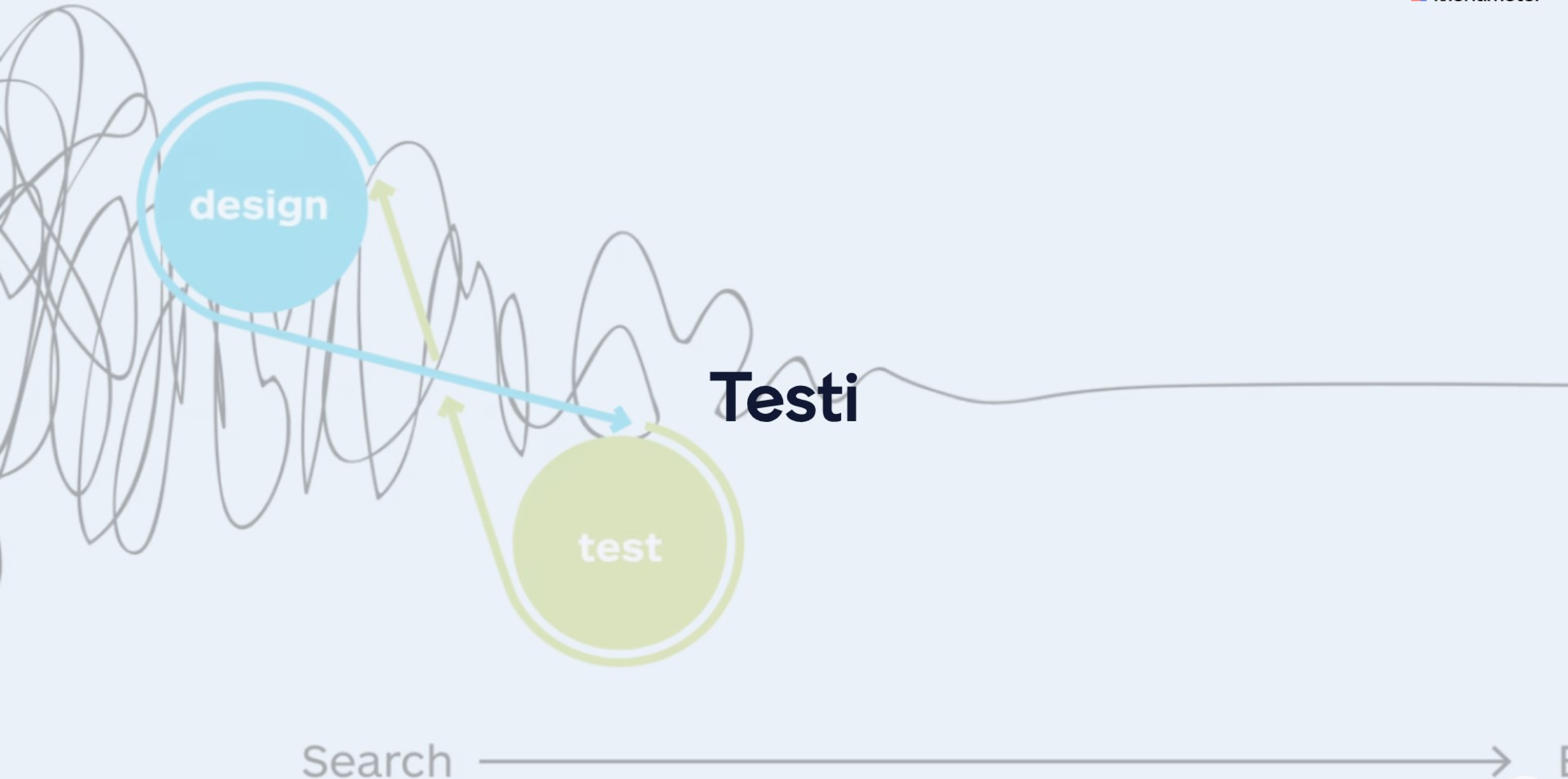
1. Ära eelda
2. Räägi enda sihtgrupiga
3. Testi

Ära eelda



Räägi enda sihtgrupiga





Küsimusi?

