



Markkinoinnin käsikirja yrittäjälle elää niin kuin opettaa

Onko PK-yrittäjällä mitään mahdollisuutta taistella suurten markkinointibudjettien korporaatiota vastaan? Millaista on älykäs markkinointi tänään, entä huomenna? Mitkä ovat ne 12 kriittistä kysymystä, joihin jokaisen yrittäjän tulisi osata vastata?

Markkinoinnin käsikirja yrittäjälle on yrittäjän käytännönläheinen ja helppolukuinen työkalu liiketoimintansa kehittämiseen. Se auttaa niin aloittelevaa kuin kokenuttakin yrittäjää kirkastamaan liikeideaansa ja ohjaamaan yrityksensä jokapäiväistä toimintaa kilpailukykyisemmäksi ja houkuttelevammaksi.

Kirja ja verkko ovat enemmän kuin osiensa summa

Markkinoinnin käsikirja yrittäjälle on pienen budjetin kirja suurten joukossa.

– Monikanavaisuus on tämän päivän markkinointia, mutta usein sitä toteutetaan laiskasti; tyydytään siirtämään sisältöä eri kanavista toiseen. Kirjojen kohdalla esimerkiksi tuupataan kirjan sisältöä suoraan blogiin ja linkitetään se sitten Facebookiin ja Twitteriin. Näin jätetään kokonaan huomioimatta eri kanavien erityisyys ja mahdollisuudet, huomauttaa kirjan kirjoittaja **Juha Wikström**.

Markkinoinnin käsikirja yrittäjälle elää niin kuin opettaa. Se jatkuu ja syvenee blogissa, joka ei toista sellaisenaan kirjan sisältöä vaan tuo siihen koko ajan uutta näkökulmaa, taustoitusta ja syvyyttä. Luonnollisesti kirja löytyy myös Facebookista, mikä mahdollistaa taas hieman erilaisen näkökulman kirjan aiheeseen. Facebookissa voi paitsi pysyä mukana blogin uusimmissa käänteissä myös seurata sisältöä, jota ei löydy mistään muualta. Näin kirja ja eri sähköiset palvelut tukevat ja täydentävät toisiaan.

– Meillä ei ole käytettävissä kirjojen markkinointiin suuria budjetteja, mikä on vain hyvä asia. Se pakottaa tekemään markkinointia luovemmin ja investointiajattelulla. Ja kun tuote on kunnossa, viidakkorumpu toivottavasti raikaa. Siksi olemme panostaneet paljon taittoon, joka tekee tiivistä aiheesta helposti silmällävän, Myllylahti Oy:n toimitusjohtaja **Lassi Junkkarinen** kertoo. Kirjan on taittanut **Satu Kontinen**.

Junkkarinen korostaa myös kirja kokonaan uudenlaista konseptia:

– Tunnin kirja on konseptina täysin uudenlainen. Sen ideana on tarjota lukijalle tiivis mutta laadusta tinkimätön paketti erilaisista aiheista.

Juha Wikströmillä on lähes 20 vuoden kokemus markkinoinnista ja brändeistä. Hän on toiminut mm. markkinointitutkijana, copywriterina, luovana johtajana ja strategina. Tällä hetkellä Juha Wikström toimii brändistrategina omassa yrityksessään.

###

Lisätietoja ja arvostelukappaleet: Juha Wikström, puh. 0500 609097

Lassi Junkkarinen, toimitusjohtaja Myllylahti Oy, puh. 050 4977710

Kirjan blogi (lisää mm. kirjan taustoista): markkinoinninkasikirja.fi, Facebook: www.facebook.com/markkinoinninkasikirja

###

Myllylahti Oy on vuonna 1989 perustettu yleiskustantamo. Myllylahti on tähän mennessä julkaissut noin 450 kirjaa, ja on vakiinnuttanut asemansa merkittävimpien suomalaisten kustannusyhtiöiden joukossa. www.myllylahti.fi

puhelin: 050-497 7710

sähköposti: [lassi @ myllylahti.fi](mailto:lassi@myllylahti.fi)