

BRÄNDIKIRJA: ILPO TUONONEN

Strateginen lyhennelmä

Soft Sales Finland Oy

JOHDANTO JA KESKEISET JOHTOPÄÄTÖKSET

Soft Sales Finland Oy toimii digitaalisen liiketoimintakonsultoinnin ja -valmennuksen alalla, erikoistuneena tekoälysovelluksiin, verkkokoulutusliiketoimintaan sekä myyntiin ja markkinointiin. Yritys palvelee koko Suomea verkossa ja on auttanut yli 100 suomalaista yritystä rakentamaan digitaalista liiketoimintaa.

Neljä kriittistä markkina-aukko löydöstä:

- Tekoälyosaaminen kilpailuetuna:** Harva konsultti hallitsee AI:n liiketoimintasovellukset syvällisesti
- Keskikokoiset yritykset aliedustettuina:** 50-500 hengen yritykset jäävät suurten ja pienten toimijoiden väliin
- Hinnoittelukuilu:** Edullisten DIY-ratkaisujen (100-500€/kk) ja kalliiden premium-konsulttien (2000€ +/-pv) välissä
- Kokonaisvaltaisuus harvinaista:** Strategia + toteutus + koulutus + AI samalta toimijalta on poikkeuksellista

Strateginen suositus: Asemoi itsesi "tekoäly-natiiviksi liiketoimintakonsultiksi" keskikokoisille kasvuyrityksille.

BRÄNDIN YDIN: MISSIO, VISIO JA ARVOT

Missio

"Autamme pk-yrityksiä menestymään digitaalisessa maailmassa tarjoamalla käytännönläheistä tekoälyvalmentamista, joka tuottaa todellisia ja mitattavia tuloksia."

Vahvuudet:

- Selkeä kohderyhmä (pk-yritykset)
- Erottautuva lähestymistapa (valmentaminen vs. konsultointi)
- Mitattava lupaus (todelliset tulokset)

"Olla Suomen tunnetuin ja luotetuin tekoälykonsultti pk-yrityksille, joka mahdollistaa asiakkailleen vaivattomat tulokset ja taloudellisen kasvun."

Vahvuudet:

- Rajattu markkina (Suomi, pk-yritykset)
- Mitattava tavoite (tunnetuin)
- Laadun korostus (luotetuin)

Neljä ydinarvoa

1. **KÄYTÄNNÖNLÄHEISYYS** - Ratkaisut jotka toimivat pk-yritysten arjessa
2. **TULOSELLISUUS** - Jokainen hanke mitataan liiketoimintahyödyillä
3. **AITOUS** - Rehellinen viestintä AI:n mahdollisuuksista ja rajoituksista
4. **ASIAKASKUMPPANUUS** - Mukanaolo toteutuksessa, ei vain konsultointia

Kilpailuetu

Pk-yritysfokus + tekoäly + käytännönläheisyys on ainutlaatuinen yhdistelmä Suomen markkinoilla (johdonmukaisuusarvio: 9,5/10).

ASIAKASSTRATEGIA

Strateginen fokus

Asiakasstrategia perustuu syvään ymmärrykseen: pk-yritykset tietävät tarvitsevansa tekoälyä, mutta eivät löydä toimijaa joka yhdistää strategisen osaamisen käytännön toteutukseen.

Ensisijainen kohderyhmä: Premium-Petra (70% resursseista)

Profiili:

- Ikä: 40-55 vuotta
- Liikevaihto: 150-500k€
- Arvostaa laatua ja pitkäaikaisia kumppanuuksia

Syvimmät tarpeet:

- Piilotarve: Olla toimialan edelläkävijä

- Piilounelma: Yritys joka toimii tehokkaasti ilman stressiä
- Piilopelko: Investoi väärään suuntaan
- Statustunne: Muut pyytävät neuvoja hänen menestyksestään

Asiakaspolku:

- Kokonaisaika: 4-9 kuukautta
- Kriittisin vaihe: Harkinta → Päätos (4-12 viikkoa)
- Suurin pullonkaula: Toimijan kapasiteetin ja pitkäjänteisyyden epäily

Tavoittaminen:

- LinkedIn thought leadership
- Henkilökohtaiset verkostot
- Premium-tapahtumat

Toissijainen kohderyhmä: Digitaali-Diana (25% resursseista)

Profiili:

- Ikä: 35-45 vuotta
- Liikevaihto: 80-120k€
- Haluaa nopeita ja mitattavia tuloksia

Keskeiset erot:

- Lyhyempi asiakaspolku (2-4 kk)
- ROI-fokus strategisen kumppanuuden sijaan
- Pienempi budjetti mutta nopeat päätökset

Kriittisimmät pullonkaulat ja ratkaisut

Vaihe	Ongelma	Ratkaisu
Tietoisuus	Teknologiapelko (75% putoaa)	"Tekoäly arkikielellä" -sisältösarja
Kiinnostus	Luottamuksen puute (60% putoaa)	Referenssipankki + videot
Harkinta	Päätöksen lykkääminen (40% putoaa)	Pilottiprojektit + takuut

Keskeiset mittarit ja tavoitteet

Kvartaalitavoitteet:

- Premium-asiakkaat: 1/kvartaali (4/vuosi)
- Diana-asiakkaat: 2-3/kvartaali (8-12/vuosi)
- NPS: >50 molemmissa segmenteissä

Vuositavoitteet:

- Liikevaihdon jakautuminen: Premium 70%, Diana 25%, muu 5%
 - Asiakassäilyvyys: Premium >90%, Diana >75%
 - Markkinaosuuden kasvu: 15% tekoälykonsultoinnissa
-

VISUAALINEN IDENTITEETTI

Logosuunnittelun periaatteet

Tyylisuunta:

- Nimipohjainen logo (Ilpo Tuononen)
- Selkeä, moderni typografia
- Minimalistinen mutta erottuva

Persoonallisuus:

- Ammattitaito ilman jäykkyyttä
- Luotettavuus mutta lähestyttävyyys
- Moderni mutta ajaton

Väripaletti

Päävärit:

- **Syvä musta** ( #191919) - Otsikot, logo
- **Burgundinpunainen** ( #8C2328) - CTA-painikkeet, korostukset
- **Puhdas valkoinen** ( #FFFFFF) - Taustat, kontrastit

Laajennettu paletti:

- Keskiharmaa ((#787878)) - Vähemmän tärkeät tekstit
- Vaalean harmaa ((#F8F8F8)) - Vaihtoehtoiset taustat
- Onnistumisen vihreä ((#288C50)) - Positiiviset indikaattorit

Typografia

Otsikot: Inter (600-700) - Moderni geometrinen sans-serif **Leipäteksti:** System-ui/Segoe UI (400-500) - Optimaalinen luettavuus **Korostukset:** Inter Semi-Bold (600) - Yhtenäisyys otsikkofontin kanssa

Yleisilme

Puhdas, selkeä ja ammattimainen. Tunnelma on luotettava mutta lähestyttävä - ei liian kliininen eikä liian rento. Burgundinpunaista käytetään säästeliäästi tehokkaiden aksenttien luomiseen.

BRÄNDIVIESTIT

Pääviesti

"Autan sinua tekemään teknologiavalintoja, joita muut ihailevat"

Kolme ingressiä eri käyttötilanteisiin

VERSIO A - Täysi (verkkosivut, esitteet): "Aloitan aina strategiasta - mikä on tavoitteesi, ketkä ovat asiakkaitasi ja mikä on ansaintamallisi. Vasta sitten rakennamme järjestelmät jotka toimivat puolestasi 24/7: verkkosivusto joka tuottaa liidejä, verkkokauppa joka myy kun nukut, koulutusjärjestelmä joka kouluttaa tiimiäsi, markkinointiautomaatio joka kasvattaa myyntiä ja tekoälysovellukset jotka tuottavat sisältöjä. Lopputulos? Sinusta tulee se, jolta muut pyytävät teknologianeuvoja."

VERSIO B - Keskipitkä (sosiaalinen media): "Aloitan aina strategiasta, vasta sitten teknologiasta. Rakennamme järjestelmät jotka toimivat 24/7: verkkosivusto tuottaa liidejä, verkkokauppa myy automaattisesti, tekoäly tuottaa sisältöjä ja markkinointiautomaatio houkuttelee asiakkaita. Lopputulos? Sinusta tulee se, jolta muut pyytävät teknologianeuvoja."

VERSIO C - Lyhyt (profiilit, mainokset): "Strategia ensin, teknologia sitten. Rakennamme 24/7 järjestelmät: verkkosivusto, verkkokauppa, tekoäly, automaatio. Sinusta tulee se, jolta muut pyytävät teknologianeuvoja."

Kilpailullinen aseointi

- Kilpailijat myyvät teknologiaa → **Sinä myyt statusta ja ihailua**
- Kilpailijat aloittavat teknologiasta → **Sinä aloitat strategiasta**
- Kilpailijat lupaavat toimivuutta → **Sinä lupaat 24/7 automaatiota**
- Kilpailijat keskittyvät järjestelmiin → **Sinä keskityt henkilön menestykseen**

VERKKOSIVUSTON STRATEGIA

Sivuston rooli

Digimyynti.fi toimii liiketoiminnan keskeisenä konversio-alustana, joka yhdistää:

- Asiantuntijabrändin rakentamisen
- Asiakashankinnan
- Automatisoitujen myyntiprosessien hallinnan
- B2B- ja B2C-palvelut

Pääfunktiot prioriteettijärjestyksessä

1. **Liidigeneraatio** - Sähköpostiosoitteiden keruu
2. **Uskottavuuden rakentaminen** - Asiantuntijastatus näkyville
3. **Automatisoitu digituotemyynti** - Kurssit, e-kirjat, jäsenyydet
4. **B2B-asiakashankinta** - Konsultaatiovaraukset
5. **SEO-näkyvyys** - Orgaaninen löydettävyys

Päänavigaatio

ETUSIVU

- └─ PALVELUT (Yrityskonsultointi, Kurssit, Räätelöidyt ratkaisut)
- └─ VERKKOKAUPPA (Kurssit, E-kirjat, Jäsenyydet, Paketit)
- └─ OPPAAT & RESURSSIT (Ilmaiset oppaat, Blogi, Webinaarit)
- └─ ASIAKASTARINAT (Case-esimerkit, Suosittelet)
- └─ TIETOA MINUSTA (Tarina, Osaaminen, Arvot)
- └─ YHTEYSTIEDOT (Konsultaatiovaraus, Yhteydenotto)
- └─ KÄYTTÄJÄTILI (Kirjautuminen, Oma tili, Ostoskori)

Tekniset valinnat

Alusta: WordPress + WooCommerce + responsiivinen teema

Perustelut:

- Erinomainen SEO-tuki
- Tehokas digituotteiden myynti
- Helppo sisältöjen päivitys

- Laajat integraatiomahdollisuudet
- Skaalautuvuus
- Kustannustehokas pitkällä aikavälillä

Budjetti ja aikataulu

- **Kokonaisbudjetti:** 12,000-16,000€
- **Kokonaisaika:** 9-13 viikkoa

Menestyksen mittarit

Liiketoiminta (kuukausittain):

- Liidit: 75-100 yhteydenottoa
- Sähköpostilista: +300-500 tilaajaa
- Verkkokauppa: 200€ keskiostos, 3-5% konversio
- B2B-varaukset: 10-15 laadukasta yhteydenottoa

Tekninen suorituskyky:

- Latausnopeus: <3 sekuntia (PageSpeed 90+)
- Hakukonenäkyvyys: 25+ avainsanaa Google top 10
- Mobiili: 95+ pistettä
- UX: 2+ sivua/istunto, <65% bounce rate

LAKISÄÄTEISET VELVOITTEET

Kriittisimmät alueet

1. Tietosuoja ja GDPR (KORKEA RISKI)

- Sakkoja jopa 4% liikevaihdosta tai 20 milj. euroa
- Henkilötietojen käsittely asiakasrekisterissä
- Sähköpostimarkkinoinnin suostumusdokumentointi

2. Kuluttajansuoja verkkokaupassa (KESKITASO RISKI)

- 14 vrk:n peruutusoikeus digitaalisille palveluille

- Ennakkotietojen antaminen
- Sopimusehtojen läpinäkyvyys

3. Sähköpostimarkkinointi (KORKEA RISKI)

- Opt-in-vaatimus kaikessa markkinoinnissa
- Irtautumislinkkien pakollinen sisällyttäminen

Välittömästi tarvittavat dokumentit

KIIREELLINEN:

1. Tietosuojaseloste
2. Evästeilmoitus
3. Käyttöehdot verkkokauppaan
4. Peruutus- ja palautusehdot

LÄHIAJAN (1-3kk):

1. Tavaramerkkihakemus (500-1200€)
2. Vastuuvakuutus (200-500€/vuosi)
3. Oikeusturvavakuutus (150-300€/vuosi)

ASIAKASPALVELUSUUNNITELMA

Asiakaspalvelun missio

Tukea asiakkaiden oppimis- ja kehittymismatkaa jokaisessa vaiheessa, varmistaa maksimaalinen hyöty koulutuksista ja luoda tunne arvostuksesta koko asiakassuhteen ajan.

Palvelukanavat

Kanava	Käyttö	Vastausaika	Prioriteetti
Sähköposti	Yksityiskohdat, tuki	4-8h arkisin	Korkea
Verkkotapaaminen	Valmennukset	Sovittu	Korkea
Live Chat	Nopeat kysymykset	15 min	Keskitaso
FAQ/Itsepalvelu	Yleiset kysymykset	24/7	Korkea

Kanava	Käyttö	Vastausaika	Prioriteetti
Video-oppaat	Tekniset ohjeet	24/7	Keskitaso

Palvelun laadun tavoitteet

- Asiakastyytyväisyys (CSAT): 85%+
- Vastausaika: 4-8 tuntia
- Ensimmäisellä kontaktilla ratkaisu: 70%+
- Net Promoter Score: 50+

Vuosibudjetti

- Teknologia: ~520€/vuosi
- Sisältötuotanto: 90h/vuosi
- Tulevaisuudessa: 500-800€/kk osa-aikainen avustaja

SISÄLTÖSTRATEGIA

Strategian missio

Tuottaa laadukasta, syvällistä sisältöä joka osoittaa todellista asiantuntijuutta, generoi laadukkaita liidejä ja rakentaa kestäväää yhteisöä.

Tavoitteet 12 kuukaudessa

- **100+ liidia** kuukaudessa sisältömarkkinoinnin kautta
- **25,000+ kuukausivierailijaa** blogissa
- **5,000+ LinkedIn-kontaktia**
- **3,000+ sähköpostilistan tilaajaa**

Kanavien resurssiallokaatio

- **Yritysblogi (50%)** - Pitkät, SEO-optimoidut artikkelit
- **LinkedIn (30%)** - Verkostoituminen ja liidien generointi
- **Sähköposti & YouTube (20%)** - Tukikanavat

Sisältöteemojen jakautuminen

1. **Käytännön oppaat ja työkalut (35%)**
2. **Toimiala-analyysit ja trendit (25%)**
3. **Asiakasmenestykset ja tarinat (25%)**
4. **Henkilöbrändi ja kulissien takaa (15%)**

Julkaisurytmi

- **Blogi:** 12-15 artikkelia/kk
- **LinkedIn:** 3-4 päivitystä/viikko
- **YouTube:** 1 pitkä video/viikko
- **Sähköposti:** Viikoittainen uutiskirje

Viikoittainen tuotanto (16h/viikko)

- **Maanantai (4h):** 1. blogiartikkeli + LinkedIn
- **Keskiviikko (4h):** 2. blogiartikkeli + visuaalit
- **Perjantai (4h):** 3. blogiartikkeli + newsletter + analyysi
- **Sunnuntai (4h):** YouTube-video + viikon suunnittelu

Keskeiset KPI:t

North Star -mittarit:

- Kuukausittaiset liidit: 100/kk
- Lead quality score: 80% liiadeista >75/100
- MQL → asiakas konversio: 20%

Kanavaspesifiset tavoitteet:

- Blogi: 25,000 vierailijaa, 8% konversio
- LinkedIn: 5,000 kontaktia, >10% engagement
- Sähköposti: 3,000 tilaajaa, >25% avausprosentti

Sisältöjen uudelleenkäyttö

1 blogiartikkeli (3000 sanaa) muuttuu:

- 5 LinkedIn-päivitykseksi

- 3 Instagram-postiksi
 - 1 newsletter-osioksi
 - 10 lyhyeksi some-vinkiksi
-

TOTEUTUKSEN ROADMAP

Vaihe 1: Perusteet (Viikko 1)

Tavoite: Brändin strategiset perusteet lopulliseen muotoon

- Markkinaympäristön analyysi
- Mission, vision ja arvojen viimeistely
- Asiakasstrategian dokumentointi
- **Budjetti:** 20€

Vaihe 2: Visuaalinen identiteetti (Viikko 2)

Tavoite: Kattava visuaalinen brändi-identiteetti

- Nimen ja sloganin viimeistely
- Logon suunnittelu ja toteutus
- Väripaletti ja typografia
- Brändiohjeiston kokoaminen
- **Budjetti:** 175€

Vaihe 3: Verkkosivusto (Viikko 3)

Tavoite: Toimiva, brändin mukainen sivusto

- Teeman valinta
- Rakenteen suunnittelu
- Sisällön tuotanto
- SEO-optimointi ja testaus
- **Budjetti:** 300€

Vaihe 4: Lanseeraus (Viikko 4)

Tavoite: Brändin markkinointi käyntiin

- Sosiaalisen median profiilit
- Markkinointimateriaalit
- Lanseeraussisältö
- Kampanjan käynnistys
- **Budjetti:** 505€

Kokonaisbudjetti: 1,000€

Kokonaisaika: 4 viikkoa

MENESTYKSEN MITTARIT

Lyhyen aikavälin (3-6kk)

Asiakashankinta:

- Premium-asiakkaat: 1/kvartaali
- Diana-asiakkaat: 2-3/kvartaali
- Liidimäärä: 100/kk

Brändinäkyvyys:

- LinkedIn-seuraajat: +50%
- Verkkosivun kävijät: 25,000/kk
- Sähköpostilista: 3,000 tilaajaa

Liiketoiminta:

- Liikevaihdon kasvu: 50%/vuosi
- Keskitilausarvo: +15%
- Asiakassäilyvyys: >85%

Pitkän aikavälin (12kk)

Markkina-asema:

- "Suomen tunnetuin tekoälykonsultti pk-yrityksille"
- 25+ avainsanaa Google top 10
- 15% markkinaosuus tekoälykonsultoinnissa

Asiakastyytyväisyys:

- NPS: >50
- Asiakastyytyväisyys: >4,5/5
- Suosittelemisprosentti: >70%

Liiketoiminnan kasvu:

- Liikevaihdon jakautuminen: Premium 70%, Diana 25%
 - 3+ näyttävää AI-case-studya
 - Pitkäaikaiset kumppanuudet: >70% asiakkaista
-

KRIITTISET MENESTYSTEKIJÄT

Strategiset tekijät

1. **Johdonmukaisuus** - Sama viesti kaikissa kanavissa
2. **Uskottavuus** - Lupausten lunastaminen projekteissa
3. **Henkilökohtaisuus** - Aito, henkilökohtainen lähestymistapa
4. **Erikoistuminen** - Selkeä fokus pk-yrityksiin ja AI:hin

Operatiiviset tekijät

1. **Säännöllinen sisältötuotanto** - 15 blogiartikkelia/kk
2. **Aktiivinen LinkedIn-läsnäolo** - 3-4 päivitystä/viikko
3. **Nopea asiakaspalvelu** - 4-8h vastausaika
4. **Jatkuva mittaaminen** - Päätökset datan perusteella

Riskit ja varasuunnitelmat

Suurimmat riskit:

1. Kilpailijoiden nopea AI-osaamisen omaksuminen
2. Taloudellinen taantuma vähentää konsultointikysyntää
3. Teknologian liian nopea kehitys
4. Burnout 15 artikkelin kuukausitahtiin

Varasuunnitelmat:

- Jatkuva oman osaamisen kehittäminen
 - Monipuolinen asiakasportfolio
 - Pilottipohjaiset, matalan riskin projektit
 - Realistiset tavoitteet ja säännölliset tauot
-

ENSIMMÄISET TOIMENPITEET

Heti (Viikko 1)

- ☐ Brändin mission ja vision lopullinen hyväksyminen
- ☐ Ensisijaisen asiakassegmentin vahvistaminen
- ☐ Brändistrategiadokumentin kokoaminen
- ☐ Kilpailijakartoituksen päivitys

Lähiajan (1-4 viikkoa)

- ☐ Logon ja visuaalisen identiteetin viimeistely
- ☐ Verkkosivuteeman valinta ja hankinta
- ☐ Ensimmäisten lead magnet -materiaalien luominen
- ☐ Tietosuojaselosteen ja evästeilmoituksen laatiminen

Kuukauden sisällä

- ☐ Verkkosivuston julkaisu
- ☐ LinkedIn-profiilin optimointi
- ☐ Sähköpostimarkkinoinnin aloitus
- ☐ Ensimmäiset blogiartikkelit julkaistu

3 kuukauden sisällä

- ☐ Google Analytics 4 + HubSpot CRM käytössä
 - ☐ 10-15 SEO-optimoitua blogiartikkelia
 - ☐ LinkedIn-verkosto: 1,000+ kontaktia
 - ☐ Ensimmäiset Premium-asiakaskeskustelut
-

YHTEENVETO JA STRATEGINEN FOKUS

Ilpo Tuonosen brändi rakentuu kolmen pilarin varaan:

1. **Pk-yritysfokus** - Selkeä kohderyhmä joka on aliedustettu markkinoilla
2. **Tekoälyosaaminen** - Ainutlaatuinen kilpailuetu ennen kuin muut ehtivät mukaan
3. **Käytännönläheisyys** - Strategia + toteutus + koulutus samalta toimijalta

Keskeisin viesti: *"Autan sinua tekemään teknologiavalintoja, joita muut ihailevat"*

Tämä viesti yhdistää henkilökohtaisuuden, asiantuntijuuden ja statuspuhuttelun tavalla joka erottuu kilpailijoista ja puhuttelee kohderyhmän syvimpiä tarpeita.

Brändin menestys riippuu kolmesta asiasta:

1. **Johdonmukainen toteutus** - Lupauksista kiinni pitäminen jokaisessa projektissa
2. **Näkyvyys** - Aktiivinen läsnäolo LinkedInissä ja hakukoneissa
3. **Tuloksellisuus** - Mitattavat tulokset jotka todistavan lupauksen

Seuraava tavoite: Tehdä ensimmäisestä asiakkaasta sellainen, jolta muut todella pyytävät teknologianeuvoja.

Tämä dokumentti toimii strategisena kompassina brändin rakentamiselle seuraavan 12 kuukauden aikana.