

BRÄNDIKIRJA: MARIA VIRTANEN

Holistinen hyvinvointivalmennus

Inspiraatio Wellness Oy (ei todellinen yritys)

JOHDANTO JA KESKEISET JOHTOPÄÄTÖKSET

Maria Virtanen toimii holistisen hyvinvoinnin parissa tarjoten kokonaisvaltaista hyvinvointivalmennusta yhdistäen ravitsemuksen, mindfulnessin ja kehon kuuntelun. Hän palvelee pääasiassa naisia, jotka etsivät tasapainoa kiireisen arjen keskellä ja haluavat löytää oman tapansa hyvinvointiin ilman äärimmäisiä ruokavalioita tai uuvuttavia treenejä.

Yritys on toiminut 3 vuotta ja palvellut yli 200 asiakasta henkilökohtaisissa valmennuksissa sekä ryhmäohjelmissa.

Neljä tärkeintä johtopäätöstä:

- Holistinen lähestymistapa erottaa:** Perinteiset personal trainerit keskittyvät vain kuntoiluun, ravitsemusvalmentajat vain ruokaan - Maria yhdistää kaiken mielen hyvinvointiin
- Naisyrittäjät ja äidit ovat alipalveltu segmentti:** 30-50-vuotiaat äidit ja naisyrittäjät tarvitsevat ratkaisuja jotka sopivat kiireiseen arkeen, eivät 2h treenejä ja monimutkaisia ruokavalioita
- Hinnoittelukuilu keski-segmentissä:** Ilmaiset YouTube-videot vs. kalliit (200€/kerta) yksityisvalmennukset - puuttuu 500-1500€/kk kokonaisvaltainen tuki
- Myötätuntoinen valmennus resonoi:** Suorituspaineen sijaan itsemyötätunto ja kehon kuuntelu ovat kasvava trendi, johon harvat valmentajat osaavat vastata aidosti

Keskeisin strateginen suositus: Asemoi itsesi "naisten holistiseksi hyvinvointikumppaniksi" joka ymmärtää oikeita naisten elämän haasteita ja tarjoaa myötätuntoisen, realistisen lähestymistavan hyvinvointiin.

MARKKINAYMPÄRISTÖN ANALYYSI

Toimialan kokonaistilanne

Markkinan koko ja kehitysvaihe: Suomen wellness- ja hyvinvointivalmennusmarkkina on arvoltaan 150-200M€ vuosittain, sisältäen valmennukset, kurssit ja digitaaliset palvelut. Pandemia kiihdytti merkittävästi digitaalisten hyvinvointipalveluiden kysyntää, ja trendi jatkuu vahvana.

Kilpailun taso: Kilpailu on pirstaloitunutta mutta kovaa. Markkinoilla toimii tuhansia personal trainereita, ravitsemusvalmentajia ja mindfulness-ohjaajia. Kilpailun kovuus arvioidaan tasolle 8/10. Toimiala on kuitenkin vielä kehitysvaiheessa holististen palveluiden osalta.

Suurimmat trendit:

- **Holistinen hyvinvointi:** Pelkkä kuntoilu ei riitä - asiakkaat haluavat kokonaisvaltaista tukea
- **Myötätunto ja kehon hyväksyntä:** Body positivity ja anti-diet -liike kasvavat voimakkaasti
- **Digitaaliset hybridimallit:** Yhdistelmä henkilökohtaista ohjausta ja digitaalista tukea 24/7
- **Yhteisöllisyys:** Yksinäisyys on kasvava ongelma - naiset kaipaavat turvallisia yhteisöjä
- **Naisille suunnatut palvelut:** Sukupuolisensitiivinen valmennus kasvaa

Kilpailukentän analyysi

Kilpailijaryhmä	Strategia	Vahvuudet	Heikkoudet
Personal trainerit	Kuntoilu & treenit	Näkyvät tulokset, vahva asiantuntijuus	Ei huomioi kokonaisvaltaisuutta, usein maskuliininen lähestymistapa
Ravitsemusvalmentajat	Ruokavalio-ohjaus	Tieteellinen lähestymistapa	Ei tue liikuntaa tai mieltä, usein rajoittava
Mindfulness-ohjaajat	Mieli & stressi	Syvällinen henkinen tuki	Ei käytännön ohjausta liikuntaan/ravitsemukseen
Ketjuvalmennukset (Elixia, Fitness24seven)	Massatuotanto	Tunnettuus, edullisuus	Ei henkilökohtaisuutta, ei holistista otetta

Kilpailijoiden yhteisiä heikkouksia:

- Ei ymmärretä naisten erityistarpeita (hormonaaliset vaihtelut, äitiyden haasteet)
- Suorituspainotteisuus - "no pain no gain" -asenne

- Ei tarjota turvallista yhteisöä
- Joko liian kalliita tai liian geneerisiä

Kilpailukentän kehityssuunta: Markkinat polarisoituvat: osa asiakkaista hakee edullisia digipalveluita, osa premium-henkilökohtaista palvelua. Holistiset palvelut kasvavat voimakkaasti, ja naisvaltaiset, myötätuntoiset brändit ottavat markkinoita perinteisiltä fitness-toimijoilta.

BRÄNDIN MISSIO, VISIO JA YDINARVOT

Missio

"Autan naisia löytämään tasapainon ja rauhan kehonsa kanssa yhdistämällä kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin tuen ja turvallisen yhteisön, jossa jokainen saa olla oma itsensä."

Vahvuudet:

- Selkeä kohderyhmä (naiset)
- Emotionaalinen yhteys (tasapaino, rauha, yhteisö)
- Erottautuminen (holistinen + yhteisö)

Visio

"Olla Suomen luotetuin holistisen hyvinvoinnin kumppani naisille, joka mahdollistaa asiakkailleen kestävän ja iloa tuottavan hyvinvoinnin ilman painetta, syyllisyyttä tai äärimmäisyyksiä."

Vahvuudet:

- Rajattu markkina (Suomi, naiset)
- Arvoperusta (luottamus, kestävyys, ilo)
- Erottautuminen (ei painetta, ei syyllisyyttä)

Viisi ydinarvoa

1. **MYÖTÄTUNTO** - Itsemyötätunto ja hyväksyntä ovat kaiken pohja, ei itsekritiikki
2. **TASAPAINO** - Löydämme keskitien äärimmäisyyksien sijaan
3. **AITOUS** - Olemme aidosti läsnä, jaetaan myös omat haasteemme
4. **YHTEISÖLLISYYS** - Luomme turvallisen tilan, jossa jokainen on tervetullut omana itsenään

5. KOKONAISVALTAISUUS - Keho, mieli ja ravitseminen kulkevat käsi kädessä

Kilpailuedu

Myötätuntoinen, naisille suunniteltu, holistinen lähestymistapa yhdistettynä turvalliseen yhteisöön on harvinainen yhdistelmä Suomen markkinoilla. Johdonmukaisuusarvio: 9,5/10.

ASIAKASSTRATEGIA

Strateginen ydininsighti

Asiakasstrategia perustuu ymmärrykseen siitä, että naiset ovat väsyneet suorituspaineeseen, kehon häpäyttämiseen ja äärimmäisiin "transform your body in 30 days" -lupauksiin. He etsivät turvallista tilaa, jossa voivat olla haavoittuvaisia ja löytää oman tahtinsa hyvinvointiin ilman ulkoista painetta.

Ensisijainen kohderyhmä: Tasapainoa etsivä Tiina (70% resursseista)

Profiilin peruskuvaukset:

- Ikä: 35-45 vuotta
- Tilanne: 1-2 lasta, töissä (yrittäjä tai toimihenkilö), kiireinen arki
- Tulotaso: 3000-5000€/kk, kokee voivansa investoida itseensä
- Arvostaa: Kokonaisvaltaisuus, yhteisö, aitous, pitkäjänteisyys

Syvimmät tarpeet ja motivaatiot:

- **Piilotarve:** Hyväksyntä ja rauha kehonsa kanssa
- **Piilounelma:** Energinen arki jossa jaksaa olla läsnä perheelle ja itselleen
- **Piilopelko:** Uuvuttaa itsensä väärillä valinnoilla, epäonnistua "taas"
- **Statuskokemus:** Kun ystävät kysyvät "miten sulla on noin hyvä fiilis?"

Asiakaspolku:

- Kokonaisuus: 2-6 kuukautta tietoisuudesta ostoon
- Kriittisin vaihe: Kiinnostus → Harkinta (3-8 viikkoa) - luottamuksen rakentaminen
- Suurin pullonkaula: "Onko tämä taas yksi trendi joka ei toimi? Pystyykö tämä ymmärtämään minun elämäni?"

Tavoittaminen ja palveleminen:

- Kanavat: Instagram, Facebook-yhteisöt, äitien verkostot, suosittelut

- Viestintä: "Sinä riität juuri sellaisena kuin olet - tehdään matka yhdessä"
- Palvelumalli: Kuukausittaiset 1:1 keskustelut, viikoittainen yhteisön tuki, 24/7 digitaalinen alusta

Toissijainen kohderyhmä: Uutta aloittava Ulla (25% resursseista)

Profiilin peruskuvaus:

- Ikä: 28-35 vuotta
- Tilanne: Uran alkuvaihe tai ensimmäinen lapsi, elämänmuutos käynnissä
- Tulotaso: 2500-3500€/kk, tarkkaa budjetointia
- Arvostaa: Selkeät ohjeet, vertaistuki, edullinen hinta

Keskeiset erot ensisijaiseen ryhmään:

- Lyhyempi sitoutumisaika (3-6kk vs. 12kk+)
- Tarvitsee enemmän käytännön ohjausta ja "käteen"-materiaaleja
- Edullisempi budjetti (300-700€/kk)
- Hakee nopeampia käytännön tuloksia

Lähestymistavan erityispiirteet:

- Viesti: "Aloita pienestä - pienet askeleet johtavat suuriin muutoksiin"
- Prosessi: Selkeä 12 viikon starttipaketti strukturoidulla tuella
- Sisältö: Konkreettiset viikko-ohjelmat, helppoja reseptejä, lyhyet treenitutoriaalit

Kriittisimmät pullonkaulat ja ratkaisut

Vaihe	Ongelma	Ratkaisu
Tietoisuus	"Taas yksi valmentaja lisää"	Aito, haavoittuva storytelling; kerro oma tarinasi
Kiinnostus	Luottamuksen puute	Vahva sosiaalinen todiste: 50+ asiakastarinoita, ennen/jälkeen (ei vain fyysiset muutokset)
Harkinta	"Onko minulle?"	Ilmainen 30min kartoituskeskustelu, näytä että ymmärrät
Päätös	Hinta-argumentti	Maksusuunnitelmat, rahat takuu 30pv, "maksaa itsensä takaisin energiana"

VISUAALINEN IDENTITEETTI

Logosuunnittelun periaatteet

Tyyllisuunta:

- Nimipohjainen logo (Inspiraatio Wellness / Maria Virtanen)
- Mahdollinen ikoni: Lotus-kukka tai abstrakti joogaasento
- Feminiininen mutta vahva, ei liian "koristeellinen"
- Orgaaninen, pehmeä typografia

Persoonallisuus:

- Lämmin ja kutsuva, ei kliininen
- Vahva mutta lempeä
- Feminiininen mutta ei stereotyyppisesti "pinkkikulttuuria"

Väripaletti

Päävärit:

- **Lämmin terrakotta** (#C77E5E) - Maanläheisyys, luonnollisuus, feminiinisyys
- **Syvä viinipunainen** (#6B3446) - Syvyys, lämpö, rauhallisuus
- **Pehmeä kermanvalkoinen** (#F8F5F1) - Rauha, puhtaus, lämpö

Laajennettu paletti:

- Hiekanbeige (#E5D5C3) - Taustat, kortit
- Tumma harmaa (#4A4A4A) - Tekstit, kontrastit
- Vaalean vihreä (#A8B89F) - Kasvu, tasapaino, luonto

Värien tunneviestit: Väripaletti viestii lämpimästä, maanläheisestä, feminiinisestä mutta vahvasta identiteetistä. Vältetään kirkkaan pinkkejä ja pastelleja jotka voivat tuntua "kevyiltä" tai vähätteleviltä.

Typografia

Otsikot: Cormorant Garamond tai Playfair Display

- Elegantti serif-fontti
- Feminiininen mutta luettava
- Luo premium-tunnelman

Leipäteksti: Montserrat tai Lato

- Moderni, selkeä sans-serif
- Erinomainen luettavuus myös mobiilissa
- Tasapainottaa serif-otsikot

Korostukset: Otsikkofontilla italics

Kuvakieli ja visuaalinen tyyli

Valokuvaustyyli:

- Luonnollinen valaistus, mieluiten ulkona tai kodissa
- Aitoja hetkiä, ei poseeraavia "Instagram-filttereitä"
- Naisia mukavissa vaatteissa, ei pelkkää urheiluvaatteita
- Yhteisöllisiä tilanteita: kahvittelua, yhteisliikuntaa, ympyröissä istumista

Kuvien käyttö:

- Etusijalla Marian omat kuvat ja asiakkaiden suostumuksella otetut yhteisökuvat
- Stockit vain kun välttämätöntä, ja silloinkin laadukkaita, aitoja
- Diversity: eri ikäisiä, eri kokoisia, eri elämäntilanteissa olevia naisia

Graafinen tyyli:

- Orgaaniset, pehmeät muodot (ei teräviä kulmia)
 - Runsaasti hengittävää tilaa (whitespace)
 - Hienovaraiset varjostukset ja syvyyden luonti
 - Minimalistinen mutta lämmin
-

BRÄNDIVIESTIT

Pääviesti

"Autan sinua löytämään rauhan kehosi kanssa - ilman painetta, ilman syyllisyyttä, omassa tahdissa."

Kolme ingressiversiota

VERSIO A - Täysi ingressi (verkkosivut, esitteet): "En lupaa sinulle pikakiinteytystä tai 30 päivän transformaatiota. Lupaen sen sijaan jotain paljon arvokkaampaa: matkan takaisin kohti omaa kehoasi myötätunnolla ja hyväksynnällä. Yhdistän holistisen hyvinvoinnin - ravitsemuksen, liikkeen ja mielen - niin että se sopii sinun elämääsi, ei päinvastoin. Saat turvallisen yhteisön, jossa jokainen on tervetullut juuri sellaisena kuin on. Lopputulos? Löydät tasapainon ja energian elää täysillä - omilla ehdoillasi."

VERSIO B - Keskipitkä ingressi (sosiaalinen media): "En lupaa pikakurssia täydelliseen kehoon. Lupaen sen sijaan matkan takaisin oman kehosi ystäväksi. Yhdistän ravitsemuksen, liikkeen ja mielen niin että ne tukevat toisiaan ja sopivat sinun arkeen. Saat turvallisen yhteisön ja 24/7 tuen. Lopputulos? Tasapaino, energia ja rauha kehosi kanssa."

VERSIO C - Lyhyt ingressi (profiilit, mainokset): "Holistista hyvinvointia ilman painetta. Ravitsemus + liike + mieli = tasapaino. Turvallinen yhteisö naisille. Löydä rauha kehosi kanssa."

Kilpailullinen erottautuminen

- Perinteiset trainerit lupaavat tuloksia → **Sinä lupaat rauhan ja hyväksynnän**
- Muut valmentavat kehoa → **Sinä valmennat kokonaisvaltaista hyvinvointia**
- Kilpailijat tarjoavat ohjelmat → **Sinä tarjoat yhteisön ja pitkäaikaisen tuen**
- Muut keskittyvät ulkonäköön → **Sinä keskityt oloon ja energiaan**

VERKKOSIVUSTON STRATEGIA

Sivuston rooli liiketoiminnassa

Verkkosivusto toimii:

1. Luottamuksen rakentajana (sosiaaliset todisteet, Marian tarina)
2. Yhteisön esittelyalustana (kuka on osa tätä matkaa?)
3. Varausrjestelmänä (ilmainen kartoituskeskustelu, valmennusten varaus)
4. Sisältökeskuksena (blogi, reseptit, treenivinkit)
5. Verkkokauppana (digitaaliset tuotteet: oppaat, kurssit)

Päänavigaatio

None

ETUSIVU

└─ TIETOA MINUSTA

| └─ Marian tarina

| └─ Lähestymistapa & arvot

| └─ Koulutukset & sertifikaatit

└─ PALVELUT

| └─ Henkilökohtainen valmennus (1:1)

| └─ Ryhmävalmennus

| └─ Inspiraatio-yhteisö (kuukausimaksu)

| └─ Yritysyhteistyö

└─ KAUPPA

| └─ Digitaaliset oppaat

| └─ Verkkokurssit

- | └─ Yhteisön jäsenyys
- |─ ASIAKASTARINOITA
- | └─ Ennen & jälkeen (mutta fokus sisäiseen muutokseen)
- | └─ Videosuosittelut
- | └─ Kirjalliset kokemukset
- |─ BLOGI & RESURSSIT
- | └─ Artikkelit
- | └─ Reseptit
- | └─ Treenivinkit
- |─ YHTEISÖ
- | └─ Mitä yhteisö tarjoaa?
- | └─ Tapahtumat & webinaari
- | └─ Liity mukaan
- |─ VARAA AIKA
- └─ Ilmainen 30min kartoitus
- └─ Yhteystiedot

Välttämättömät sisällöt lanseeraukseen

Korkea prioriteetti:

1. Vahva etusivu: Marian tarina ja missio ("miksi teen tätä")
2. Ydinpalvelujen kuvaukset: Mitä valmennukset sisältävät, kenelle sopivat
3. Asiakastarinoita: Vähintään 5-8 videosuosittelua tai kirjallista tarinaa
4. Varausjärjestelmä: Helppokäyttöinen ilmaisen kartoituksen varaus
5. Liidimagneetit: "5 askelta kohti myötätuntoista hyvinvointia" -opas

Keskiprioriteetti (1-2kk lanseerauksen jälkeen):

- Blogisisällöt: 10-15 artikkelia
- Reseptipankki: 20-30 helppoa, holistista reseptiä
- Yhteisösivu: Case study yhteisön voimasta
- FAQ-osio

Tekniset valinnat ja perustelut

Alusta: WordPress + WooCommerce + Acuity/Calendly integraatio

Perustelut:

- WooCommerce: Digitaalisten tuotteiden myynti + yhteisön jäsenyyksien hallinta
- Acuity/Calendly: Helppokäyttöinen varausjärjestelmä
- Kehittyneet jäsenyysalustat (esim. MemberPress): Yhteisön suljettu alue
- Hyvä SEO-tuki ja sisältömarkkinointi

Tärkeimmät ominaisuudet:

1. Varausjärjestelmä ilmaisille kartoituksille
2. Jäsenyysalue yhteisölle (suljettu sisältö)
3. Maksullinen sisältö (oppaat, kurssit)
4. Integraatio sähköpostimarkkinointiin (ConvertKit/MailChimp)
5. Instagram-feed etusivulla

Budjetti ja aikataulu

Kokonaisbudjetti: 8,000-12,000€

- Strateginen suunnittelu & UX: 2,000€
- Visuaalinen suunnittelu: 2,500€
- Tekninen toteutus: 3,000€
- Sisältötuotanto: 1,500€
- Valokuvaus: 1,000€
- Integraatiot: 1,000€

Kokonaisaika: 8-10 viikkoa

Menestyksen mittarit

Liiketoiminta (kuukausittain):

- Kartoituskeskustelut: 15-20 varattua aikaa
- Konversio kartoituksesta asiakkaaksi: 40-50%
- Sähköpostilistan kasvu: 200-300 uutta tilaajaa
- Verkkokaupan myynti: 5-10 digitaalista tuotetta

Tekniset mittarit:

- Sivun latausnopeus: <3 sekuntia
- Mobiilioptimointi: 95+ pistettä
- Hakukonenäkyvyys: 15+ avainsanaa top 10 (6kk)

LAKISÄÄTEISET VELVOITTEET

Kriittisimmät alueet

1. GDPR ja tietosuoja (KORKEA RISKI)

- Asiakasrekisterin käsittely (terveys- ja hyvinvointitiedot)
- Sähköpostimarkkinointi: Suostumusten dokumentointi
- Erityisen arkaluonteisten tietojen käsittely (terveys, paino, mielenterveys)

Dokumentit:

- Tietosuojaseloste
- Rekisteriseloste
- Evästeilmoitus
- Asiakkaiden suostumuslomake (erityisesti kuvia varten)

2. Kuluttajansuoja (KESKITASO RISKI)

- 14 päivän peruutusoikeus digitaalisille tuotteille
- Selkeät sopimusehdot valmennuksille
- Hinnoittelu: ALV 24% kaikille kuluttajille

3. Terveystenhuollon erityisvaatimukset (MATALA, mutta TÄRKEÄ)

- Et ole terveydenhuollon ammattilainen → Aina disclaimer
- Ei luvata terveydellisiä parannuksia ("parantaa hormonitasapainoa")
- Selkeä raja: "En korvaa lääkäreitä tai ravitsemusterapeutin palveluja"

4. Markkinoinnin erityispiirteet

- Ennen/jälkeen -kuvat: Asiakkaan suostumus kirjallisesti
- Ei harhaanjohtavia "menetä 10kg 30 päivässä" lupauksia
- Testimoniaalit: Aitoja, totuudenmukaisia

Kiireellisimmät toimenpiteet

Heti (1-2 viikkoa):

1. Tietosuojaseloste
2. Asiakassopimuspohjat
3. Kuvankäyttösuostumukset
4. Disclaimer terveyslupausten osalta

Lähiajan (1-3kk):

1. Vastuuvakuutus (150-300€/vuosi)
2. Oikeusturvavakuutus (100-200€/vuosi)

3. Toiminimen/tavaramerkin suojaus (350-800€)

ASIAKASPALVELUSUUNNITELMA

Asiakaspalvelun missio

"Luomme turvallisen, myötätuntoisen tilan jossa jokainen asiakas tuntee itsensä kuulluksi, ymmärretyksi ja tuetuksi - ei vain palvelun aikana vaan koko matkan ajan."

Tavoiteltu asiakaskokemus

Asiakkaat kokevat:

- Välittömän lämpimän vastaanoton (ei "corporate"-tyylistä)
- Aidon läsnäolon ja kuuntelemisen
- Turvallisen tilan olla haavoittuvainen
- Nopean tuen tarvittaessa
- Yhteisön, joka kannattelee

Palvelukanavat

Kanava	Käyttö	Vastausaika	Prioriteetti
WhatsApp/Telegram	Päivittäinen tuki, kysymykset	2-4h arkisin	Korkea
Sähköposti	Varaukset, yleiset kyselyt	4-8h	Korkea
Zoom/Teams	1:1 valmennukset	Sovittu	Korkea
Suljettu Facebook-ryhmä	Yhteisön tuki	Päivittäin moderoidaan	Korkea
Instagram DM	Nopeat kysymykset	4-12h	Keskitaso

Asiakaspalvelun erityispiirteet

Erityisherkkyydet:

- Painosta, kehosta ja syömisestä puhuminen vaatii erityistä myötätuntoa
- Mielenterveydelliset haasteet (ahdistus, masennus) yleisiä
- Äitiyden haasteet: Synnytyksen jälkeinen keho, imetys, uupumus
- Traumatisoituneisuus ruoan/kehon suhteessa

Asiakaspalvelun periaatteet:

1. Kuuntele ensin, neuvoa vasta sitten
2. Vahvista tunteita: "On täysin ymmärrettävää että tunnet näin"
3. Ei koskaan vertailla asiakkaita keskenään
4. Muista: progress, not perfection

Kriisiprotokolla

Jos asiakas viestittää:

- Syömishäiriöön viittaavia merkkejä → Ohjaa ammattilaisen palveluihin
- Vakavaa masennusta tai itsensä vahingoittamista → Akuutti ohjaus kriisipuhelimeen
- Huolta lapsesta → Lastensuojelun yhteystiedot

Oma osaamisen rajat: "Olen valmentaja, en terapeutti. Tämä kuulostaa tilanteelta johon tarvitset ammattiavun. Autan mielelläni löytämään sopivan terapeutin/ravitsemusterapeutin."

SISÄLTÖSTRATEGIA

Sisältöstrategian missio

"Tuotamme arvokasta, myötätuntoista sisältöä joka inspiroio naisia löytämään oman tiensä hyvinvointiin - ilman suorituspainetta, vertailua tai syyllisyyttä."

Tavoitteet 12 kuukaudessa

- 30 laadukasta liidiä kuukaudessa (kartoituskeskustelut)
- 10,000+ Instagram-seuraajaa
- 2,000+ sähköpostilistan tilaajaa
- 200+ Facebook-yhteisön jäsentä

Kanavien resurssiallokaatio

- Instagram (40%) - Pääkanava, visuaalinen storytelling
- Facebook-yhteisö (30%) - Syvempi sitoutuminen, yhteisöllisyys
- Blogi/SEO (20%) - Pitkän aikavälin näkyvyys
- Sähköpostimarkkinointi (10%) - Nurture-sekvensit

Sisältöteemojen jakautuminen

1. **Myötätunto & mindset** (35%) - Kehon hyväksyntä, itsekritiikistä eroon

2. **Käytännön vinkit** (30%) - Helpot reseptit, lyhyet treenit, arjen rutiinit
3. **Yhteisötarinat** (20%) - Asiakaskokemukset, "ei olla yksin" -viestit
4. **Henkilökohtainen jakaminen** (15%) - Marian oma matka, kulissien takaa

Julkaisurytmi

- **Instagram:** 4-5 postausta/viikko + 5-7 Storyä/päivä
- **Facebook-yhteisö:** 2-3 postausta/viikko + päivittäinen läsnäolo
- **Blogi:** 2 artikkelia/kuukausi
- **Sähköposti:** Viikoittainen uutiskirje + 3 nurture-sekvenssiä

Sisältöesimerkkejä

Instagram-postausten teemat:

- Maanantai: Motivaatio ja myötätunto
- Keski viikko: Käytännön vinkki (resepti/treeni)
- Perjantai: Yhteisötarina tai asiakastarina
- Sunnuntai: Henkilökohtainen reflektio

Blogi-artikkeleiden aiheet:

- "Miksi radikaali itsemyötätunto on parempi kuin 'motivaatio'"
- "Holistinen hyvinvointi: Miksi pelkkä kuntoilu ei riitä"
- "Äitiyden haasteet: Miten löytää aikaa itselle ilman syyllisyyttä"

TOTEUTUKSEN ROADMAP

Vaihe 1: Brändin perusteet (Viikot 1-2)

Tavoite: Strategiset perusteet valmiiksi

- Markkinaympäristön analyysi viimeistely
- Mission, vision ja arvojen vahvistaminen
- Asiakasstrategian dokumentointi
- **Budjetti:** 0€ (itse)

Vaihe 2: Visuaalinen identiteetti (Viikot 3-4)

Tavoite: Tunnistettava visuaalinen ilme

- Väripaletti ja typografia
- Logo-suunnittelu

- Brändiohjeisto
- Kuvapankki: Ammattilainen + ostokuvat
- **Budjetti:** 2,500€ (graafinen suunnittelija 1,500€ + valokuvaaja 1,000€)

Vaihe 3: Verkkosivusto (Viikot 5-8)

Tavoite: Toimiva sivusto josta varata palvelut

- WordPress + WooCommerce setup
- Sisältöjen kirjoittaminen
- Varausjärjestelmän integrointi
- Jäsenyysalustan perustaminen
- **Budjetti:** 6,000€ (kehitys 3,000€ + sisältö 1,500€ + valokuvat 1,500€)

Vaihe 4: Lanseeraus (Viikot 9-10)

Tavoite: Brändi julki ja ensimmäiset asiakkaat

- Instagram-lanseeraus: "Uusi luku" -sarja
- Facebook-yhteisön avaus
- Lanseerauswebinaari: "Matka kohti myötätuntoa"
- Sähköpostikampanja olemassa olevalle listalle
- **Budjetti:** 500€ (some-mainokset)

Kokonaisbudjetti: 9,000€ **Kokonaisaika:** 10 viikkoa

MENESTYKSEN MITTARIT

Lyhyen aikavälin tavoitteet (3-6kk)

Asiakashankinta:

- 1:1 valmennuksia: 8-12 asiakasta
- Ryhmävalmennuksia: 2 ryhmää (á 8-10 henkeä)
- Yhteisön jäseniä: 30-50 maksavaa jäsentä

Brändinäkyvyys:

- Instagram: 3,000+ seuraajaa
- Sähköpostilista: 800+ tilaajaa
- Facebook-yhteisö: 100+ jäsentä

Liiketoiminta:

- Liikevaihto: 4,000-6,000€/kk
- Keskiarvoasiakas: 500-800€/kk (1:1), 150€/kk (ryhmä), 29€/kk (yhteisö)
- Asiakassäilyvyys: >80% (1:1), >70% (ryhmä)

Pitkän aikavälin tavoitteet (12kk)

Markkina-asema:

- "Suomen myötätuntoisin holistinen hyvinvointivalmentaja naisille"
- Tunnettuus: Tunnistetaan nimellä hyvinvointipiireissä
- 50+ julkista suosittelevaa/testimoniaa

Asiakastyytyväisyys:

- NPS: >60
- Tyytyväisyys: >4,7/5
- Suosittelevaprosentti: >80%

Liiketoiminnan kasvu:

- Liikevaihto: 8,000-12,000€/kk
- 1:1 valmennus: 10-15 asiakasta samanaikaisesti
- Ryhmävalmennus: 3-4 ryhmää käynnissä
- Yhteisö: 100+ jäsentä
- Passiivinen tulo (digitaaliset tuotteet): 1,000-2,000€/kk

KRIITTISET MENESTYSTEKIJÄT

Strategiset tekijät

1. **Autenttisuus** - Myötätunto ja haavoittuvuus ovat aitoja, ei markkinointikikka
2. **Yhteisöllisyys** - Vahva, turvallinen yhteisö on kilpailuetu
3. **Kokonaisvaltaisuus** - Keho+mieli+ravitsemus-yhdistelmä toteutuu aidosti
4. **Naisnäkökulma** - Syvä ymmärrys naisten erityishaasteista

Operatiiviset tekijät

1. **Henkilökohtainen läsnäolo** - Maria on aktiivisesti läsnä yhteisössä
2. **Laadun ylläpito** - Max 15 1:1 asiakasta samanaikaisesti (burn out -riski)
3. **Jatkuva kouluttautuminen** - Trendien ja tutkimuksen seuranta
4. **Rajat** - Oma hyvinvointi ensin, ei 24/7 saatavuutta

Suurimmat riskit

1. **Burn out** - Liian moni asiakas, liian vähän rajoja
2. **Kilpailijoiden kopiointi** - "Holistinen hyvinvointi" yleistyy
3. **Yhteisön hallinnan haasteet** - Toksiset jäsenet tai draama
4. **Liian nopea kasvu** - Laatu kärsii, henkilökohtaisuus katoaa

Varasuunnitelmat:

- Assistentin palkkaaminen 12kk kohdalla (hallinto, asiakaspalvelu)
 - Selkeät yhteisön pelisäännöt ja moderointikäytännöt
 - Maksimiasiakasmäärä dokumentoituna
 - Säännölliset tauot ja oma terapia/valmennus
-

YHTEENVETO JA STRATEGINEN FOKUS

Maria Virtasen Inspiraatio Wellness rakentuu kolmen pilarin varaan:

1. **Holistinen lähestymistapa** - Keho+mieli+ravitsemus kokonaisuutena, ei erillisinä
2. **Myötätunto ja hyväksyntä** - Radikaali erottautuminen suorituspaineeesta
3. **Turvallinen naisten yhteisö** - Tila olla haavoittuvainen ilman tuomitsemista

Keskeisin viesti

"Autan sinua löytämään rauhan kehosi kanssa - ilman painetta, ilman syyllisyyttä, omassa tahdissa."

Tämä viesti yhdistää emotionaalisen hyödyn (rauha), myötätunnon (ei painetta/syyllisyyttä) ja realistisuuden (omaan tahtiin) tavalla joka resonoi syvällä väsyneiden, suorituspaineen alla kamppailevien naisten kanssa.

Kolme kriittistä menestystekijää

1. **Autenttisuus** - Marian oma tarina ja haavoittuvuus luovat luottamuksen
2. **Yhteisö** - Turvallinen tila jossa jokainen voi olla oma itsensä
3. **Kokonaisvaltaisuus** - Aito ymmärrys kehon, mielen ja ravitsemuksen yhteydestä

Seuraava tavoite

Rakenna yhteisö, jossa jokainen jäsen tuntee kuuluvansa joukkoon ja kokee olevansa arvokas juuri sellaisena kuin on.

Tämä brändikirja toimii kompassina Inspiraatio Wellnessin rakentamiselle - matka kohti myötätuntoista, kokonaisvaltaista hyvinvointia ilman suorituspainetta.