

11.M turunduse ja meedia ühisprojekt: Ettevõtete turunduse analüüs

Mida me tegime?

Tänavuse V perioodi majandussuuna turunduse ja meedia koostöö kursusega anti meile tegutsemiseks projekt nimega „Ettevõtte turundusanalüüs”.

Analüüsisime turundusstrateegiaid ja taktikaid. Vaatasime, millistel ettevõtetel on turundusjuhid juba olemas ja kuidas nende töökoormust vähendada. Paljudel oli sotsiaalmeedia turundus minimaalne, tegelesime selle haldamisega või haldamise soovitude andmisega.

Uurisime firma tausta, kust tuleb tooraine, kui kaua on tegutsenud, mida müüvad või millist teenust pakuvad jne. Määrasime sihtgruppe kõikidel firmadel ja uurisime meeskonna suuruseid.

Tegime reklaamvideoid ja plakateid ettevõtetele ning ka uusi logosid firmadele.

Otsisime probleemseid kohti firma turunduses, mida saaks lahendada hakata.

Analüüsisime konkurentsi tugevusi ja nõrkusi ning tegime SWOT analüüsi.

Kuidas jõudsime ettevõteteni?

Turundusanalüüs hõlmas ettevõtte turunduse nõrkuste märkamist ja nende parandamise jaoks ettepanekute tegemist, selleks sobivad ettevõtted leiti taustauuringuid tehes peamiselt, kas siis turunduse puudulikkuse või tähelepanu eemale tõmbavate nõrkuste tõttu. Tuli ette ka ettevõtteid, kelle poole pöörduti, sest oli tegemist tuttava isiku firmaga või varasema koostööga. Enamus väljavalitud firmad olid pärit Läänemaalt, aga ulatusid ka Tallinna ja Tartuni välja. Ühendust võeti meili teel või telefoni kaudu ja tegutseti ka näost näkku kohtudes.

Ettevõtted

Rakser Sport OÜ – teenindussektor

Maronest OÜ – tootmissektor

Niverox OÜ – tootmissektor (ehitus)

G invest OÜ – tootmissektor

Voldi Pruulikoda OÜ – tootmissektor

Jalgrattaklubi Paralepa MTÜ – teenindussektor

Old Hapsal Hotel OÜ – teenindussektor

Ilustuudio OÜ – teenindussektor

Hestia Hotel Group OÜ – teenindussektor

Miska OÜ – teenindussektor

Tartu Sport MTÜ – teenindussektor

Ettevõtete tugevused, nõrkused

Ettevõtete tugevusteks võivad olla näiteks kõrge kvaliteediga tooted või teenused, kohusetundlik ja pühendunud juhtimine, kohaliku tooraine kasutamine ning usaldusväärne ja stabiilne klienditeenindus, mis aitab luua lojaalsust ja usaldust. Samas esinevad ka mitmeid levinud nõrkused, nagu sõltuvus hooajalisest nõudlusest, vähene turundustegevus või nähtavus turul ning e-poe puudumine, mis võib piirata müügivõimalusi ja vähendada

kättesaadavust laiemale sihtrühmale. Need tegurid mõjutavad otseselt ettevõtte konkurentsivõimet ja kasvuvõimalusi.

Lahendused

Hestia Hotel Group OÜ

Lahenduseks on plakatite tegemine ja Haapsalusse paigutamine, sest ettevõttel oli probleeme turundusega jõudmisega kohalikeni.

G Invest OÜ

Eesmärk on arendada turundustegevust. Lahenduseks oli teha ettevõttele logo ja plakatid, mida erinevatel platvormidel jagada.

Jalgrattaklubi Paralepa MTÜ

Lahenduseks on korraldada ühissõite, koostööd partneritega, kodulehe uuenduskuur, sotsiaalmeedia aktiivsem tegevus.

Rakser Sport OÜ

Lahenduseks on plaan palgata või turundada mõne sisuturundaja teenust ja teha hooaja plakatid.

Niverox OÜ

Lahenduseks on kodulehe uuendamine.

Tartu Sport MTÜ

Lahenduseks on sotsiaalmeedia tegevuse ülevõtmine ja turundussisu loomine, näiteks erinevad videod.

Ilustuudio OÜ

Lahenduseks on nädalaline sisuplaan sotsiaalmeedias turundamiseks, et brändi nähtavust suurendada.

Old Hapsal Hotel OÜ

Lahenduseks on sotsiaalmeedia tegevuse aktiivsemaks tegemine, erinevatel sotsiaalmeedia platvormidel trendide jälgimine turunduseks.

Maronest OÜ

Rohkem aktiivsust ja tihedam postitamine aitab suurendada jälgijaskonda, mis omakorda suurendab potentsiaalsete klientide arvu.

Voldi Pruulikoda OÜ

Lahenduseks on sotsiaalmeedia turunduse arendamine, erinevate sotsiaalmeedia platvormide haldamine ja rohkem postitamist.

Miska OÜ Sesoon kohvik

Lahenduseks on sotsiaalmeedia tõhusam turundamine ja palkamine sotsiaalmeedia turunduse arendamiseks keegi, kes selle eest hoolt kannaks.

Reklaamlause

Iga rühm mõtles enda valitud ettevõttele uued reklaamlauseid, mis oleksid silmapaistvamad ja kutsuvamad. Lausete loomisel kasutati meediakursuses saadud teadmisi demagoogiast, tunnuslausete kirjutamisest. Tulemused olid erinevad, palju esines loosunglikkust, meelitamist ja emotsioonidele apelleerimist.

Jalgrattaklubi Paralepa MTÜ - „Tugev keha, selge pea - liigume!”

Tartu Sport MTÜ - „Ees ootab järjekordne spordinädal täis sündmusi!”

„Tule ela kaasa ja toeta noori võitlejaid nende teekonnal võistlusingis!”

„Aitäh kõigile fännidele ja toetajatele, kes löid mõnusa meeoleu ja aitasid kaasa meeldejäävale mängupäevale!”

Ilustuudio OÜ - „Tule ja tunne end ilusana – I Stuudio hoolitseb sinu eest juuksejuureni!”

„Sära igas päevas – I Stuudio teeb su soengu päevavalgusse sobivaks!”

„Meie juuksurid hoolivad sinust, iga soeng tehtud südamega.”

Maronest OÜ – „Loodus, kvaliteet ja käsitöö - toome sooja kodutunde koju.”

Hestia Hotel Group OÜ – „Hestia Hotel Spa – teie rahu ja lõõgastus, igas hetkes.”

Niverox OÜ – „Ehitus, mis kestab!”

G Invest OÜ – „Tuli koldes, soojus hinges”.

Old Hapsal Hotel OÜ – „Maitse, rahu ja hingesoojus ühes – Old Hapsal Hotel on loodud südamega.”

Rakser Sport OÜ – „Raksuga üle raskuste!”

Voldi Pruulikoda OÜ, Pudelikaal OÜ – „Kohalik kuld”

Miska OÜ – „Tee tellimus kohvik Sesooni ja ole valmis istuma maitseelamuste trooni! Suupisted, külmlaud, desserdid ja palju muud!”

Õppetunnid

Turundusanalüüsi koostades saime palju uusi teadmisi ning õppetunde tulevikuks. Üks tähtsamaid tegevusi, mida õppisime, olid turundusstrateegiate ja turundusplaani koostamine. Nimelt need aitavad ettevõttel oma eesmärgini jõuda ja sihtrühma paremini leida. Turundusplaanis oli hea see, et eesmärgid olid selged ning neid sai mõõta ja tegevused olid ajaliselt planeeritud. Saime teada, kuidas analüüsida konkurente ja kasutada seda infot ettevõtte tegevuste esiletoomiseks. Saime lihvida aja planeerimise ja plaani koostamise oskusi. Lisaks saime targemaks sotsiaalmeedia kanalite osas – kuidas need toetavad ettevõtte eesmärgi ning kuidas see suurendab nähtavust turul. Oleks võinud kindlasti lihtsamaid valikuid teha ehk valida ettevõtte, millel oleks minimaalne turundus, et oleks saanud rohkem pakkumisi neile teha. Nendest teadmistest haaramine mõned kindlasti kaasa tulevikku, mis meid abistaksid.

Tagasiside

Maronest OÜ - „Ettepanekud on õiged ja võivad ettevõttele positiivselt mõjuda.”

MTÜ Jalgrattaklubi Paralepa – Klubil peaks hakkama toimuma põlvkonnavaetus. Praegused põhilised korraldajad ja organiseerijad on vanad ning seetõttu noored peaksid üle võtma. Hetkeeesmärk on hoida klubi elus ehk kunagise 10+ võistlust suve jooksul on hetkel 2-3.

Old Hapsal Hotel OÜ – Olete väga tubli töö ära teinud ja see annab hea aluse edasisteks aruteludeks. Kui teil soovi või aega edasi tegeleda, võiks järgmise sammuna mõelda, kuidas teie soovitud täpselt ärikliendi ja peokülalise vajadustega haakuvad. Teie trendisoovitused sobivad väga hästi suviste tavaturistide ja üldise nähtavuse suurendamiseks, aga meie põhifookus on siiski ärikliendi ja pidude külalistele suunatud sõnum.

Niverox OÜ – oldi väga rahul meie projektiga ja öeldi, et võtavad kasutusele meie pakutud reklaamlause ning parandab leitud vead kodulehel.

Miska OÜ: „Arvan, et aktiivsem sotsiaalmeedias meie teenuste ja toodete kajastamine oleks kindlasti kasulik. Eraldi inimest selleks nii väikeses ettevõttes me kindlasti ei vaja ja saame ise hakkama. Meil on välja kujunenud päris suur püsiklientide hulk ja üldiselt juba teatakse meid kui kvaliteetset *catering*’i pakkujat.”

Tartu sport MTÜ – oleme siiani väga rahul teie tööga ja võiksime kindlasti jätkata igakvartaliliste koosolekutega. Oleme rahul tulemustega ja tundub, et TikTok juurde võtmine on ka väga hästi töötanud.

G Invest OÜ – esindaja sõnul oli tegemist igati asjaliku analüüsiga, tõime välja mitmeid tugevusi ja kitsaskohti ning neile sobis ka meie tehtud lahendus, mis seisnes logo genereerimises ja samuti reklaamplakatite koostamises.

Voldi Pruulikoda OÜ tagasiside – Välja mõeldud reklaamhüüe „Kohalik Kuld” on väga hea, täitsa võiks isegi mõelda selle kasutamisele vormis, Kohalik Kuld - Voldi Pruulikoda” või siis „Local Gold - Voldi Brewery”, päris catchi :D.

Kuidas siduda turunduse ainet teiste õppeainetega ja õppida väljaspool klassiruumi?

Erinevate õppeainete omavaheline lõimimine loob suurema tähenduse ja seosed reaalelu ning õppetöö vahel. See muudab õppeprotsessi mitmekesisemaks, huvitavamaks ja aitab õpilastel arendada oskusi, mis on vajalikud nii tänases koolielus kui ka tulevases töö- ja eraelus.

Näiteks turunduse ja eesti keele ühiskursus oli meie jaoks üks **meeldivamaid kogemusi** – mitte ainult seetõttu, et **projektitööd ei pidanud alati klassiruumis tegema**, vaid ka seetõttu, et oli **antud vabadus tegutseda iseseisvalt ning loominguliselt**. See andis vaheldust tavalisele rutiinile ning **mõjus hästi meie motivatsioonile ja vaimsele heaolule**.

Miks on lõiming kasulik?

1. Rohkem tähenduslikkust õppimisse – kui erinevad ained seotakse ühiseks tervikuks, tekivad paremad seosed ja info kinnistub loomulikumalt. Näiteks saab turundusprojekti raames kirjutada reklaamtekste (eesti keel), arvutada kampaaniaeelarvet (matemaatika) või disainida visuaali (kunstiõpetus).
2. Iseseisev ja praktiline õppimine – kui projekti tegemine ei piirdu klassiruumi ja kindla ülesandega, on õpilastel vabadus läheneda loovalt ja praktiliselt. See arendab algatusvõimet, vastutustunnet ja probleemilahendusoskust.

3. Motivatsiooni ja vaimse tervise tugi – võimalus töötada väljaspool kooli ja paindlik töökorraldus annab õpilastele tunde, et neid usaldatakse. See vähendab stressi ja tugevdab usaldust õpetajate vastu, kes lubavad varem koju või annavad ruumi iseseisvuseks.
4. Kastist välja mõtlemine ja küsimuste küsimise oskus – avatud ülesanded panevad noori rohkem mõtlema “Miks?” ja “Kuidas?” – need on palju olulisemad kui lihtsalt “Mis?”. Selline lähenemine arendab loovust ja äratab üles sisemise lapse, kes on loomupäraselt uudishimulik.

Praktilised näited ainete lõimimiseks:

Eesti keel + turundus: looge reklaamikampaania, kus kirjutate reklaamtekstid, loote kõnekeelseid sõnumeid ning analüüsite sihtgruppi. Saate praktiseerida argumenteerimist, stiiliregistrite kasutust ja selget väljendust.

Matemaatika + turundus: koostage eelarve, arvutage ROI, klikipõhised kulud või võrrelge erinevate kanalite efektiivsust numbriliselt. Exceli kasutamine toetab ka digipädevusi.

Kunst + turundus: kujundage plakat, logo või visuaalne identiteet oma kampaaniale. Võite kasutada Canva, Photoshopi või isegi joonistada käsitsi.

Ajalugu või ühiskonnaõpetus + turundus: looge kampaania, mis toetab mõnd sotsiaalset teemat (nt keskkond, valimised, kodanikuaktiivsus). Saate siduda turunduse rolli ühiskonnas ja väärtuste kujundamises.

Inglise keel + turundus: tehke reklaam inglise keeles või analüüsige rahvusvahelisi kampaaniaid. See aitab arendada keeleoskust praktilises kontekstis.

Kuidas õppida ilma klassiruumis istumata?

Näiteks: Käige intervjuusid tegemas pärisettevõtetega; salvestage videokampaaniaid ja analüüsige neid pärast; Looge oma väike “agentuur” ja pange endale päris ülesanne – näiteks turundada kooli üritust või kohalikku ettevõtet; käige tänaval või kaubanduskeskuses vaatlemas reklaame ja analüüsige nende mõju; osalege mõnel digiturunduse veebikoolitusel ning tehke selle põhjal oma miniprojekt.

Läänemaa Ühisgümnaasium tänab kõiki firmasid, kes olid nõus meiega koostööd tegema.

Suur tänu: Niverox OÜ, Maronest OÜ (Noarootsi Noavabrik), G Invest OÜ, Voldi Pruulikoda OÜ, Tartu sport MTÜ, Osaühing Ilustudio, Miska OÜ (Kohvik Sesoon), Old Hapsal Hotel OÜ, MTÜ Jalgrattaklubi Paralepa, Rakser Sport OÜ, Hestia Hotel Group OÜ

Lisaks täname ka meie õpetajaid Monikat ja Imbit, kes meile alati abiks on.

11.M õpilased