



"Flumenia on syntynyt latinankielisestä sanasta flumen, joka tarkoittaa virtaa. Myös markkinoinnin pitäisi olla jatkuvaa, suunnitelmallista ja pitkäaikaista liikettä", yrittäjä Sanna Virtanen sanoo.



Sanna Virtanen tekee seuraajilleen live-lähetystä Facebookissa.

## Digimarkkinointi

### 40 blogitekstiä vuodessa

Sanna Virtanen on kokenut, että uuden yrittäjän täytyy ottaa kova kiri ottaakseen kiinni aikaisemmin perustetut markkinointialan yritykset.

– Kilpailutilanne alalla on tosi kova. Olen markkinoinut omaa osaamistani muun muassa tekemällä kotisivuileni 41 blogitekstiä yrityksen ensimmäisen toimintavuoden aikana.

– Blogissa Virtanen antaa vinkkejä digimarkkinointiin ja kertoo sosiaalisen median kanavien uusista ominaisuuksista.

– Pidän tärkeänä kouluttaa myös itseäni ja tavoitteena on osallistua 1–2 kertaa vuodessa johonkin laadukkaaseen alan tapahtumaan.

Viime viikolla Virtanen kutsui asiakkaitaan kuulemaan Tanskassa järjestetyn Spark19-tapahtuman antia.

– Nämä aamiaistilaisuudet ovat yksi markkinointikeino, joissa tulee myös uusia tuttavuuksia. Markkinointihenkilöstö on yleensä kovin kiireistä ja he arvostavat tietoa siitä, mitä markkinoinnissa tapahtuu nyt ja tulevaisuudessa.

**”Uskallan tehdä kokeiluja ja testata asioita miettimättä liikaa.**

## Uusi yrittäjä

# Asiakkaiden tarpeet syyniin

Flumenia Oy:n Sanna Virtanen haluaa auttaa yrityksiä saamaan digimarkkinoinnista enemmän irti.

**Jyväskylä**  
Pia Tervoja

Yrittäjä **Sanna Virtanen**, 38, havainnoi ympäristöä ja nettiä markkinoinnin ammattilaisen silmäläseen. Oivaltavat jutut jäävät mieleen, mutta toisaalta usein vastaan tulee markkinointia, jota olisi voinut tehdä piirun verran paremmin.

– Minulla on vahva halu auttaa yrityksiä tekemään parempaa markkinointia. Se oli oikeastaan syy siihen, miksi perustin oman yrityksen, Virtanen toteaa.

Digimarkkinointitoimisto Flumenia Oy on keskittynyt kehittämään yritysten digitaalista markkinointia. Virtanen työskentelee asiakkaiden markkinointitoimissa ja digimarkkinoinnin

toteuttajana, tekee markkinoinnin strategista suunnittelua sekä kouluttaa yritysten markkinointihenkilöitä.

**Digimaailma tarjoaa** lukuisia alustoja markkinoinnin toteuttamiseen. Sanna Virtanen mukaan moni yritys kompastuu siihen, että netissä toteutetaan yksittäisiä kampanjoita ilman syvällistä perehtymistä asiakkaiden tarpeisiin.

– Tuloksellisuus syntyy siitä, että tunnistetaan asiakkaiden käyttäytymistä. Jos tehdään yksittäisiä kampanjoita, ei saada tarpeeksi ymmärrystä siihen, mikä toimii ja mikä ei.

– Markkinointiin tulisi ottaa mukaan myös tavoitteet ja mittaaminen. Yrityksissä tulisi miettiä, mitataanko oikeita asioita tai

mitataanko omistumista lainkaan.

Virtanen uskoo, että vuorovaikutuksen merkitys korostuu jatkossa. Yksisuuntainen viestintä ei toimi vaan yritysten pitää päästä asiakkaidensa kanssa elävään vuorovaikutukseen. Se voi tapahtua esimerkiksi Facebookissa, Instagramissa tai yrityksen kotisivuilla.

**Virtanen on nähnyt** markkinoinnin maailmaa eri kulmista. Medianomiksi valmistuttuaan hän oli töissä muun muassa Canonilla kehittämässä yrityksen digimarkkinointia.

– Kymmenen vuotta sitten otettiin ensiaskelita somemarkkinoinnissa. Ylläpidin tuolloin ensimmäisiä yritys sivuja Facebookissa.

Helsingin vuosien jälkeen tuli

muutto kotikaupunkiin. Tehdessään ylempää ammattikorkeakoulututkintoa Virtanen tutki oppinnäytetyössään sitä, miten silloinen työpaikka Oppimis- ja ohjauskeskus Onerva voisi hyödyntää digitaalisuutta asiantuntijapalveluiden markkinoinnissa.

Varsinainen kipinä yrittäjäksi tuli FlowHouse Oy:ssä, jossa Virtanen teki tiimityötä yrityksen perustajan kanssa. Samalla alkoi myös kouluttajan työ.

– FlowHousen jälkeen vaihdoin digimarkkinointitoimistosta pöydän toiselle puolelle, jolloin kouluttaminen ei enää kuulunut työhön.

**Yrittäjyys on tuntunut** luontaiselta, sillä oma työtapa on ollut aina yrittäjähenkisenä.

– Uskallan tehdä kokeiluja ja testata asioita miettimättä liikaa, Virtanen luonnehtii.

Yrityksen perustamista veiteempään luottamus omaan asiantuntijuuteen ja yrityskehittäjiltä saatu tuki.

– Olin tehnyt liiketoimintasuunnitelman ja laskelmia, mutta en tiennyt, ovatko ne realistisia. Keski-Suomen Uusyrityskeskuksesta sain positiivista palautetta ja uskonvahvistusta. Hankin myös mentorin, jolla on markkinointialan tausta.

Virtanen kokee, että yrittäjyden parhaita puolia on ollut asiakkailta saatu luottamus.

– Koen motivoivana, että saan tehdä edelleen työtä asiakkaiden kanssa, joiden kanssa aloitin monta vuotta sitten.