



Nollasta MILJOONAAAN bloggaamalla

© Tiia Konttinen Oy





"Laadukas blogiteksti
on kuin taideteos,
joka ansaitsee lukijan
jakamattoman
huomion."

–Tiia Konttinen



Sisällysluettelo

Lähtötilanne

Blogin strategia

SEO

Sisältöstrategia

Blogin markkinointi

Tulonhankkimismalli

Tilastot

Virheet

Menestyksen salaisuudet

Tulevaisuuden suunnitelmat

Yhteenveto



Tämän Case Studyn tavoitteena on toimia sinulle käsikirjana oman blogisi kehittämisessä. Bloggaaminen on laaja kokonaisuus, ja siinä on paljon pieniä liikkuvia osia.

Tyypillisesti virheet tehdään siinä, että kuvitellaan, miten asiat pitää tehdä sen sijaan, että otettaisiin selvää, miten blogit toimivat tänä päivänä, ja tehtäisiin asioita järjestyksessä ja vähän kerrassaan.

Blogi on kuin valtamerilaiva: se kääntyy kyllä, hitaasti mutta varmasti. Siksi toivon, että tämän käsikirjan rinnalle teet itsellesi tehtävälistan, lisäät tehtävät kalenteriisi ja teet ne valmiiksi yksi kerrallaan.

Sillä ilman tekemistä tämän käsikirjan informaatio on sinulle hyödytöntä. Ja jos et halua kilpailijoiden menevän sinun edellesi, suosittelen lämpimästi TEKEMÄÄN pelkän lukemisen sijaan.

Muista kultainen ohjenuorani:

- Se, mikä toimii, pidä.
- Se, mikä ei toimi, vaihda.

Voit halutessasi tulostaa tämän käsikirjan itsellesi ja omaan käyttöösi. Tätä informaatiota ei ole lupaa jakaa, julkaista, myydä tai opettaa eteenpäin ilman tekijän (eli minun) lupaa.

Nollasta 1 000 000 € bloggaamalla



Lähtötilanne 2016





Minulta kysytään usein, miksi valitsin bloggaamisen. Eikö olisi ollut helpompaa markkinoida Facebookissa tai Googlessa?

Varmasti olisi. Mutta kohdallani tilanne ei ollut niin yksinkertainen.

Olin perustanut yritykseni 1.11.2015 ja julkaissut ensimmäisen e-kirjani (Sinullakin on oikeus vaurastua). Olin rakentanut Facebook-mainoksilla myyntikoneen, joka puksutti minulle tasaista myyntiä viikosta toiseen.

Kunnes helmikuussa 2016 mainosten näkyvyys putosi lähes nolleen.



Tiia Konttinen

24. helmikuuta 2016

Ja meikä ei tajua mitä FB:ssä tapahtuu... Mainokset ei nyt jostain syystä toimi... Niitä ei näytetä lähes olleenkaan... Edes maksuttomaan oppaaseen en saa ohjauksia Facesta...

14 kommenttia Nähty 3



Tykkää



Kommentti

Näytä vielä 5 kommenttia



Tiia Konttinen mainoksia ei näytetä kun murto-osalle ihmisistä.. Raivostuttavaa

Tykkää · Vastaa · 3 v

Mistä näet tuon?

Tykkää · Vastaa · 3 v



Tiia Konttinen siitä kun näyttömäärät on tippunu normaalista. Pystyn vertaamaan miten paljon sain esim. alkuvuikosta tai viime viikolla ja miten paljon niitä näytetään nyt.

Tykkää · Vastaa · 3 v



Koska mainokset eivät enää toimineet ja yritys oli ollut pystyssä vajaat viisi kuukautta, oli pakko keksiä jokin toinen keino markkinoida e-kirjaani.

Olin pari vuotta aikaisemmin perustanut Unelma Onnellisuudesta -blogin, joka olikin yllättäen alkanut saada lukijoita. Kevääseen 2016 mennessä blogissa kävi 10 000 lukijaa kuukausittain, joten ajattelin, että voisin perustaa omaa nimeäni kantavan blogin ja markkinoida e-kirjaani sen kautta.

Tiiakonttinen.fi-blogi on perustettu virallisesti helmikuun lopulla 2016, mutta tällä hetkellä ensimmäinen virallinen blogiteksti on julkaistu 19.3.2016.

Ensimmäisten viikkojen aikana minulla ei oikeastaan ollut mitään strategiaa. Minulle oli tärkeintä, että tuotan sisältöä ja jaan tietoa e-kirjastani.

Kirjoitin ja julkaisin yhden uuden blogitekstin viikossa (joskin osa näistä on jo poistettu, koska aihe on blogissa muuttunut olennaisesti) ja jaoin sisältöjä innokkaasti sosiaalisessa mediassa. Pääsääntöisesti jaoin julkaisuja FB-ryhmissä, sillä omissa somekanavissani oli vasta vähän seuraajia.

Unelma Onnellisuudesta -blogin FB-sivulla oli n. 25 000 seuraajaa, mutta aihe oli hyvin erilainen kuin toisessa blogissani, joten lukijoita oli sen kautta vaikea saada.



Niinpä listasin FB-ryhmiä, joihin voisin jakaa blogitekstejäni.

Facebook-ryhmät (ryhmät ovat hieman eläneet vuosien saatossa)

- <https://www.facebook.com/groups/bloggaajatmeetlukija>
- <https://www.facebook.com/groups/2205465066450242>
- <https://www.facebook.com/groups/1550702425256408>
- <https://www.facebook.com/groups/1492335097724240>
- <https://www.facebook.com/groups/944708595632223>
- <https://www.facebook.com/groups/maksutonmarkkinapaikka>
- <https://www.facebook.com/groups/verkkokurssienkauppapaikka>
- <https://www.facebook.com/groups/yksinyrittajan.ilmainen.ilmoitustaulu>
- <https://www.facebook.com/groups/278649462239913>
- <https://www.facebook.com/groups/mainos>
- <https://www.facebook.com/groups/mainosta.ilmaiseksi>
- <https://www.facebook.com/groups/149474368951414>
- <https://www.facebook.com/groups/aikuisetbloggaajat>

Ennen kuin alat jakamaan omia postauksiasi näissä ryhmissä, lue **Blogin markkinointi** -osio.

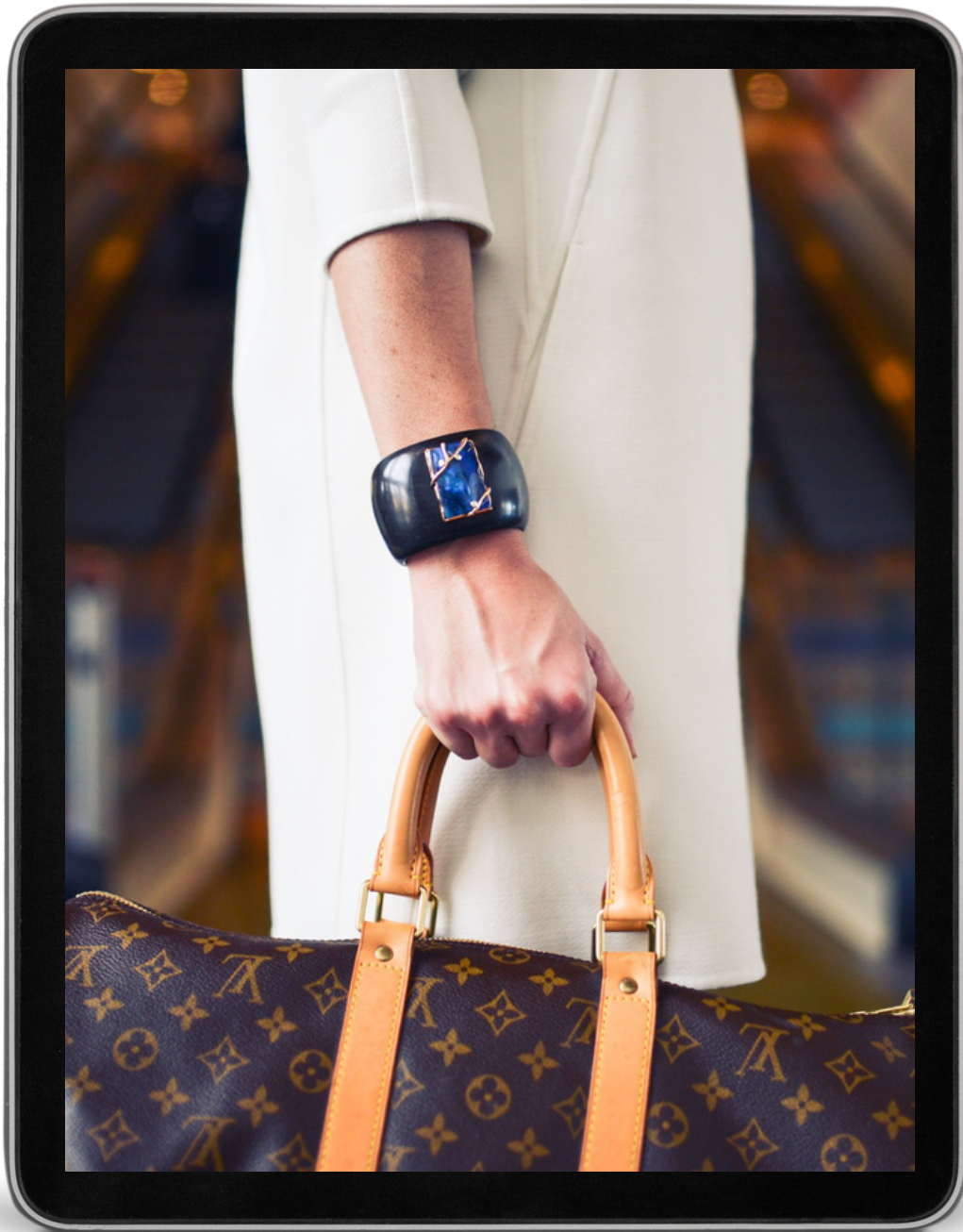
Muutaman viikon kuluttua blogin syntymisen jälkeen aloin saamaan ensimmäisiä sähköposteja. Niissä kerrottiin, ettei blogini lukemista malteta lopettaa ja että jollakin oli ollut jo useamman päivän 7 eri blogipostausta auki, koska sisältö oli ollut niin hyödyllistä.

Ajan mittaan samankaltaisia viestejä alkoi tulla yhä enemmän ja enemmän. Siitä sain idean ryhtyä kouluttamaan bloggaamista.

Nollasta 1 000 000 € bloggaamalla



Blogin strategia





Alussa minulla ei ollut mitään erityistä strategiaa bloggaamiselle. Halusin vain kirjoittaa ja jakaa tietoa yleisölleni ja toivottavasti myydä e-kirjaani (ja myöhemmin kurssejani) blogin kautta.

Mutta kun ajan mittaan opin lisää bloggaamisesta ja sisältömarkkinoinnista, kirjoittamisesta tuli selkeästi strategisempaa.

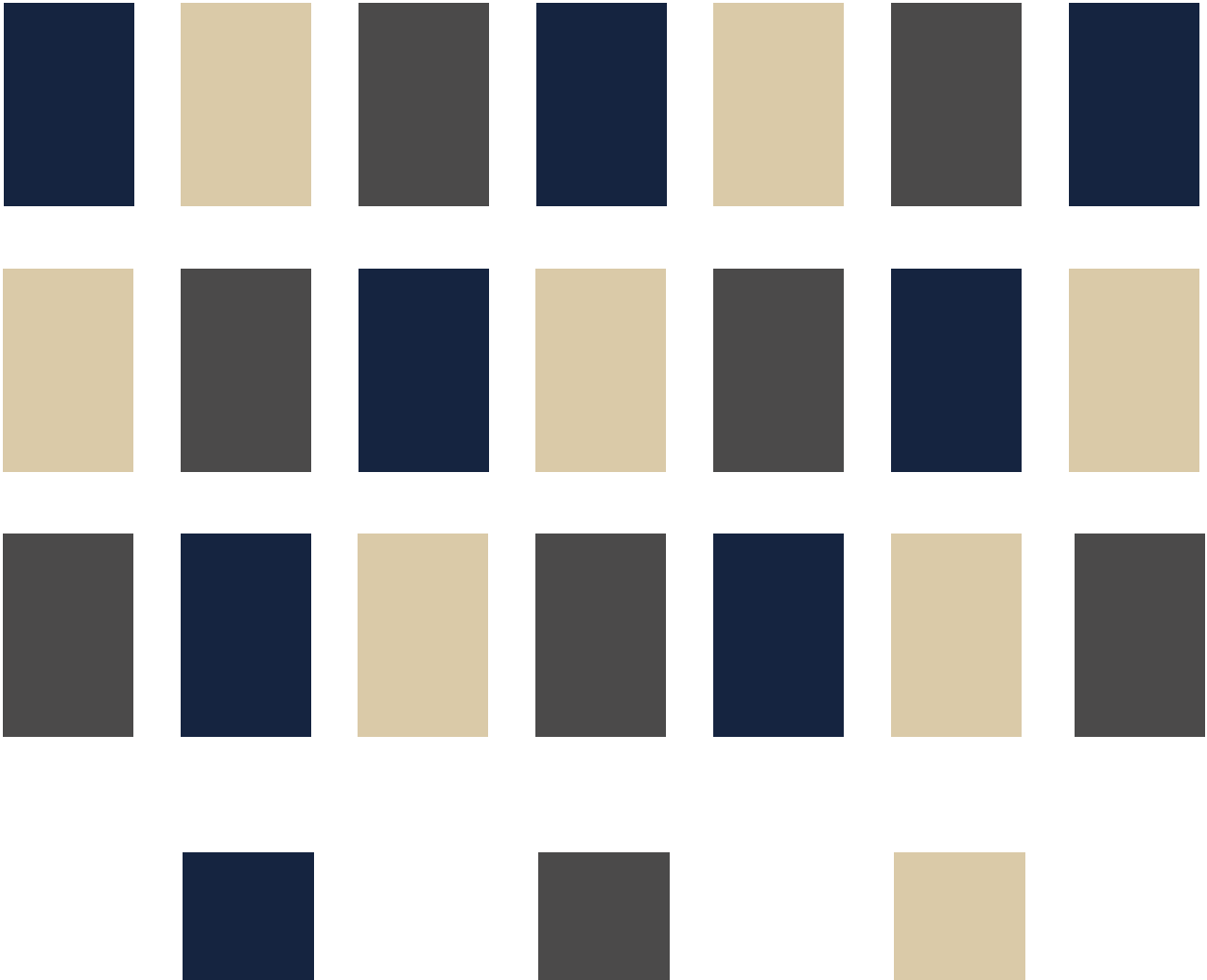
Aloin miettiä postausten ketjuttamista. Tämä on hieman erilainen tapa kuin postausrypäs tai pilaripostausrypäs, joka on toinen suosimani strategia.

Postausten ketjuttaminen

Postausten ketjuttamisessa mietin postauksia 2–5 askelta eteenpäin. Jos esimerkiksi kirjoitin blogitekstin siitä, kuinka saada ylimääräistä rahaa nopeasti, mietin samalla kertaa, millaisia muita blogitekstejä voisin kirjoittaa samasta aihepiiristä ja julkaista niitä myöhemmin.

En kuitenkaan julkaissut näitä blogitekstejä peräkkäin. Ideana oli, että pystyin jälkikäteen linkittämään näitä postauksia toisiinsa saman aihepiirin sisällä.

Ymmärsin siis jo hyvin varhaisessa vaiheessa, että lukijaa täytyy ohjata lukemaan lisää samankaltaisia sisältöjä.



Lisätulojen
hankinta

Säästäminen

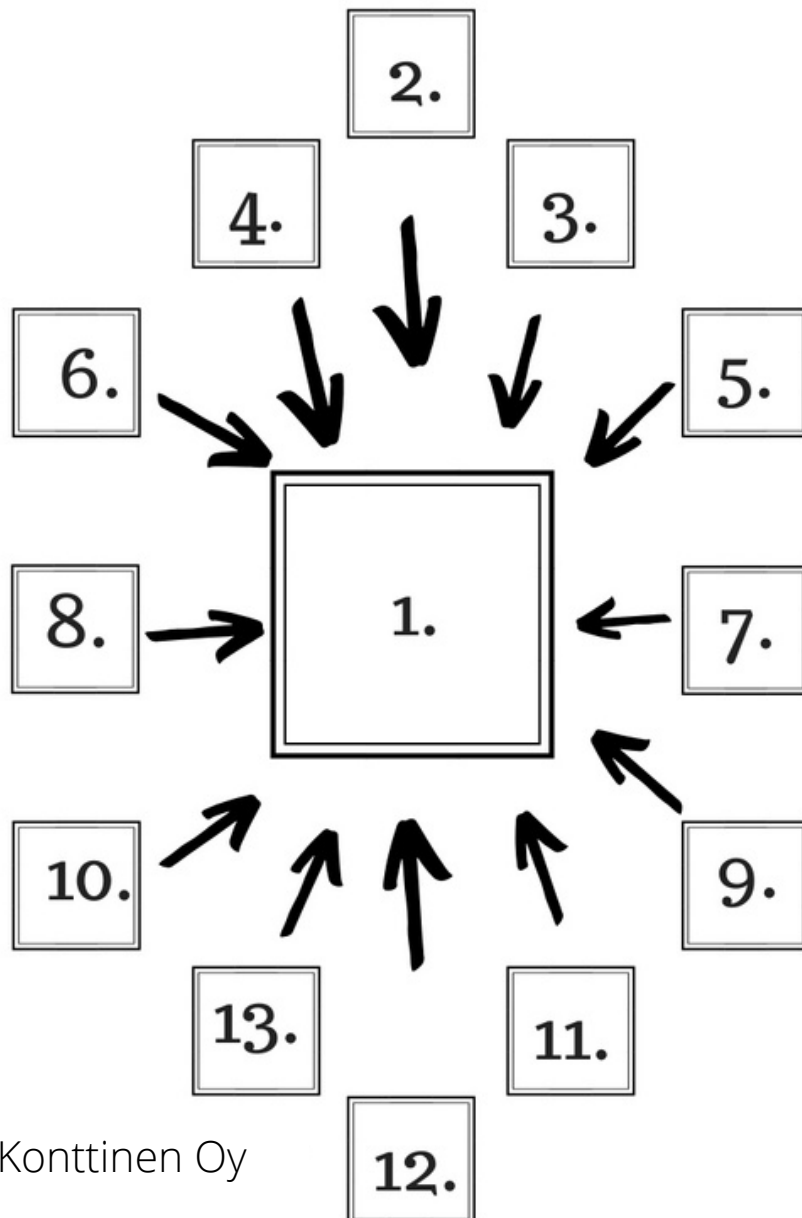
Kulujen
karsiminen

Huomioi, että nämä eivät ole blogin kategoriat vaan postausten aiheet. Julkaisutahti ei myöskään ollut kolmen postauksen välein, vaan joskus kahden saman aihepiirin blogitekstin välissä saattoi olla yksi tai jopa kuusi blogitekstiä.



Pilaripostausryppäät

Pilaripostauksissa tilanne on muuten sama, mutta postaukset ryhmitellään yhden blogitekstin ympärille. Blogissa on siis yksi syväluotaava postaus, johon ohjataan muista saman aihepiirin tai kategorian postauksista.



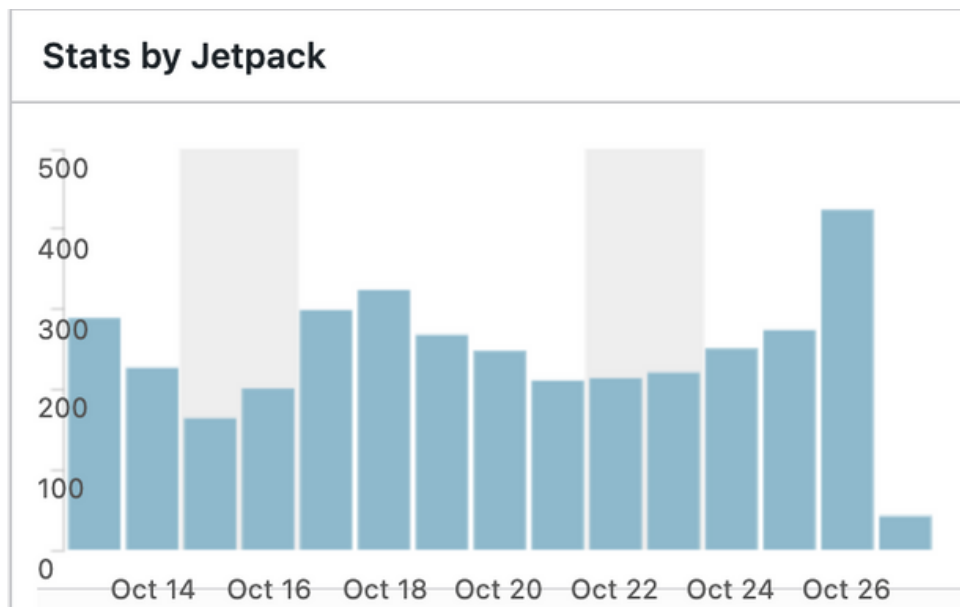
© Tiia Konttinen Oy



Julkaisupäivä

En ihan tarkkaan valitettavasti enää muista, oliko alkuperäinen julkaisupäivä maanantai vai tiistai, mutta alkuviikosta se oli.

Ajattelin julkaisupäivää siitä näkökulmasta, että yleisöni on "virkeimmillään" alkuviikosta. Myös blogin tilastot osoittivat, että loppuviikkoa kohti lukijamäärä väheni.



Julkaisuaika

Julkaisuaika on ollut aamusta, yleensä 7-8 välillä. Sinänsä julkaisuajalla ei minun kohdallani ole niin suurta väliä, sillä suurin osa lukijoista tulee blogiini vasta sitten, kun jaan postauksia somessa.

Julkaisuajan sijaan kiinnitin huomiota siihen, mihin aikaan jaan postauksia somessa.



Julkaisupäivä ja -aika kannattaa aina miettiä kohdeyleisön mukaan.

Yrittäjillä alkuviikko ja viikonloput voivat olla hiljaisempia aikoja.

Perheelliset ennättävät keskittyä lukemaan tekstejä viikonloppuaamuisin, kun lapset katsovat lastenohjelmia.

Työssäkäyvät voivat istahtaa illalla selaamaan nettiä samalla, kun taustalla pyörivät uutiset.

Julkaisutahti

Pääsääntöisesti julkaisin yhden uuden blogitekstin viikossa. Jossain kohtaa julkaisin jopa kaksi postausta viikossa. Testasin myös kolmen blogitekstin julkaisutahtia hetken ajan, mutta se ei tuonut toivottuja tuloksia. Lukijamäärä alkoi laskea, koska asiaa oli niin paljon ja sen sisäistäminen vei aikaa.

Tammikuussa 2017 on julkaistu 7 blogitekstiä.

Marraskuussa 2017 on julkaistu 8 blogitekstiä.

Tammikuussa 2018 on julkaistu 6 blogitekstiä.

Helmikuussa 2018 on julkaistu 8 blogitekstiä.

Maaliskuussa 2018 on julkaistu 10 blogitekstiä.

Kaikkiaan postauksia on julkaistu lähes 400, mutta olen palauttanut niistä yli 100 takaisin luonnostilaan heikon luku- ja jakomäärän vuoksi.



Sisäinen linkitys

Minulta meni jonkin aikaa ymmärtää, miten suuri merkitys sisäisellä linkityksellä on.

Parin vuoden blogin pitämisen jälkeen aloin kiinnittää tähän huomiota. Mitä enemmän yhteen yksittäiseen postaukseen oli blogin sisäisiä linkkejä (interlink), sitä paremmin postaus alkoi näkymään Googlen hakutuloksissa.

Tässä on yksi esimerkki -->

Postaus on toiseksi luetuin ja siihen on linkitetty 66 eri lähteestä. Suurin osa niistä on minun blogini sisäisiä linkkejä.

90 / 100



Keyword: 3
helppoa askelta
bloggaamisen
aloittamiseen

Schema:
Article, Video

Links:  2 |  5 |  66

Search Traffic:
694

Jos siis googletat "aloita bloggaaminen", 99,99 %:n todennäköisyydellä minun blogitekstini tulee Googlen hakutuloksissa ensimmäisellä sivulla vastaan.

Sisäistä linkitystä voi myös tehdä liikaa.
Tästä puhun lisää **Virheet**-osiossa.



Sisäinen linkitys on helpoin tehdä, kun lisäät blogitekstiin kahden kappaleen väliin esimerkiksi tekstin "Lue lisää täältä" ja sen jälkeen linkin toiseen postaukseen. Varmista, että postaukset liittyvät toisiinsa.

Lisää sisäinen linkitys siten, että jaat postauksen kolmeen osaan. Ensimmäinen linkki on alkukolmanneksessa ja toinen 2/3-osassa. Älä lisää linkkejä postauksen loppuun, sillä sieltä niitä harvoin löydetään.

Alla muutamia esimerkkejä.

Tällä hetkellä jo naurattaa. Vaikka vuosi on ollut raskas ja tunteikas, se on silti ollut helpompi kuin 2017. Negatiiviset tapahtumat ovat olleet pienempiä ja menneet ohi nopeammin. Huh. Onneksi.

Lue myös tämä: [Miten rakensimme paikkariippumattomasti toimivan etätiimin?](#)

Ja jos sinun intohimonasi ja rakkautesi on kirjoittaa, silloin bloggaaminen voi olla sinulle loistava väylä toteuttaa itseäsi.

Joko luit tämän: [Kuinka selittää bloggaamisen kasvukivut?](#)

5 askelta kuinka aloitat

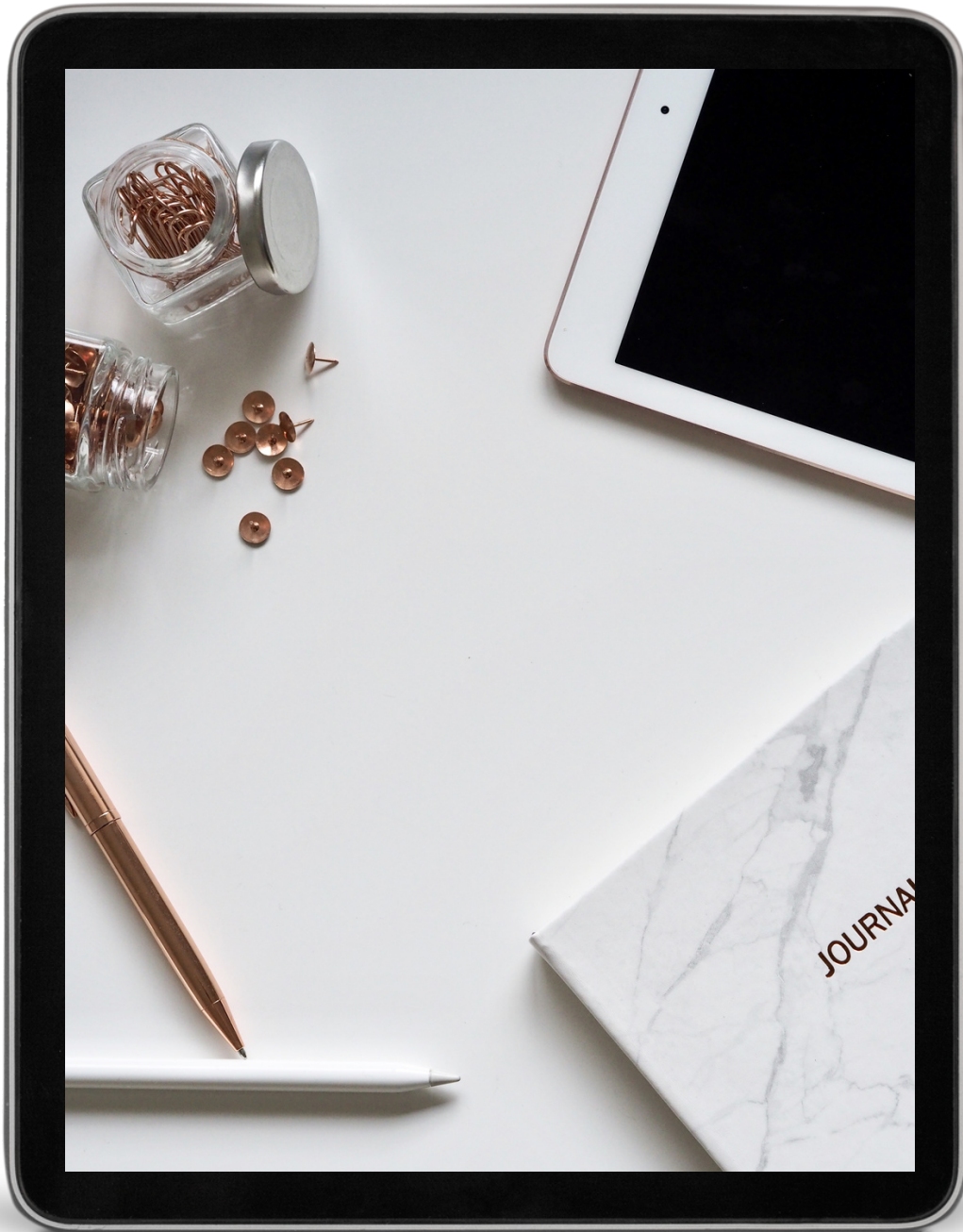
Näillä lauseilla on helpompi erottua ja nousta hakutuloksissa korkeammalle. Bloggaajat, jotka käyttävät tämän tyyppisiä long-tail keywordeja eli pitkän hännän hakusanoja, tavoittelevat pienempiä lukijaryhmiä isojen massojen sijaan.

Saattaisit pitää myös tästä: [123 ideaa miten saat lisää lukijoita blogiin](#)

Nollasta 1 000 000 € bloggaamalla



SEO





Hakukoneoptimointi eli SEO (Search Engine Optimization) on aihe, jota pidetään yleisesti vaikeana ja monimutkaisena. Todellisuudessa se on helppoa, kun oivallat, miten se toimii.

Itse käytin vuosia apuna Yoast SEO -lisäsoaa (maksuton versio), mutta syksyllä 2022 vaihdoin Rank Math -lisäosaan. (Otin siitä maksullisen version, jonka hinta on 59 \$/vuosi. Kyseessä on tarjoushinta, johon lisätään vielä arvonlisävero.).

Tärkein asia SEOssa on, että kirjoitat aina yhdelle ihmiselle ja optimoit vasta sitten. Keyword stuffing eli hakusanan yltiöpäinen käyttäminen aiheuttaa juuri päinvastaisen tuloksen kuin halutaan.

Google haluaa tarjota tiedon etsijöille mahdollisimman laadukasta, hyödyllistä ja ajankohtaista tietoa.

Tästä syystä blogissani ei ole näkyvissä päivämääriä. Myöskään postausten urlissa ei ole päivämääriä tai kuukautta nähtävissä.

Sivuhuomautus: Kestolinkkirakennetta ei saa mennä muuttamaan jälkikäteen, ellet osaa tehdä uudelleenlinkityksiä. Jos et ymmärtänyt tästä mitään, ei hätää. Silloin riittää, kun tiedät, ettei linkkirakennetta saa mennä muuttamaan.



Postausten pituus

Moni kyseenalaistaa postausten pituuden ja kuvittelee, etteivät ihmiset jaksa lukea pitkiä postauksia. Kyllä jaksavat, kunhan sisältö on hyödyllistä ja käytettävää.

Alusta saakka pidin itsestäänselvänä, että kuuntelen minua viisaampia. Niinpä postaukset ovat pitkiä, syvällisiä, hyödyllisiä, auttavia ja mahdollisimman ikivihreitä.

Ihanteellinen blogipostauksen pituus on 2100–2400 sanaa (Hubspot). Ja kyllä, nimenomaan sanoja, ei merkkejä.

Postaukseen ei tietenkään tule kirjoittaa mitä tahansa yleistä höttöä vaan konkreettista ja käytännönläheistä asiaa.

Tässä postausrakenne auttaa. Kun postaus kirjoitetaan tietyllä tavalla, se saa syvyyttä ja pituutta. Ehkä yleisin postausrakenne on AIDA:

A = Attention

I = Interest

D = Desire

A = Action

Itselläni on kuitenkin neljä erilaista ja sanoisinko jopa parempaa postausrakennetta, joista kaksi helpointa rakennetta opetan Bloggaajasta Ammattilaiseksi™ -valmennuksessa.



Sen lisäksi tekstini on muotoiltu siten, että sitä on helppo lukea.

Eli

- otsikoita
- väliotsikoita
- lyhyitä kappaleita
- lyhyitä lauseita
- listoja (kuten tämäkin)
- vähintään 1 kuva tai video per postaus.

✓ This post is Pillar Content ?

Basic SEO x 1 Errors

- ✓ Hurray! You're using Focus Keyword in the SEO Title. ?
- ✓ Focus Keyword used inside SEO Meta Description. ?
- ✗ Focus Keyword not found in the URL. ?
- ✓ Focus Keyword appears in the first 10% of the content. ?
- ✓ Focus Keyword found in the content. ?
- ✓ Content is 2914 words long. Good job! ?

Additional x 1 Errors

- ✓ Focus Keyword found in the subheading(s). ?
- ✓ Focus Keyword found in image alt attribute(s). ?
- ✗ Keyword Density is 0.27 which is low, the Focus Keyword and combination appears 8 times. ?
- ✓ URL is 41 characters long. Kudos! ?
- ✓ Great! You are linking to external resources. ?
- ✓ At least one external link with DoFollow found in your content. ?
- ✓ You are linking to other resources on your website which is great. ?
- ✓ You haven't used this Focus Keyword before. ?
- ✓ You are using [Content AI](#) to optimise this Post. ?



Title Readability ✓ All Good

✓ Focus Keyword used at the beginning of SEO title. ?

✓ You are using a number in your SEO title. ?

Content Readability ✓ All Good

✓ You seem to be using a [Table of Contents plugin](#) to break-down your text. ?

✓ You are using short paragraphs. ?

✓ Your content contains images and/or video(s). ?

SEO: 90 / 100

Näiden lisäksi blogin ja blogitekstin tulisi latautua nopeasti. Yhtenä isoimpana ongelmana monilla on kuvien koko. Postauksessa olevat kuvat voidaan määritellä kahdella tavalla:

- pituus x korkeus (esim. 1000 x 650 px)
- kuinka paljon muistia ne vievät (esim. 1 Mt).

Näistä kahdesta muistia vievä koko on tärkeämpi. Koska blogeissa on yleensä paljon kuvia, olisi hyvä, jos kuvien koko olisi alle 500 kt, mielellään jopa 150 kt.

Kuvia voidaan pienentää esimerkiksi Canvalla tai ilmaisella tinypng.com-ohjelmalla.

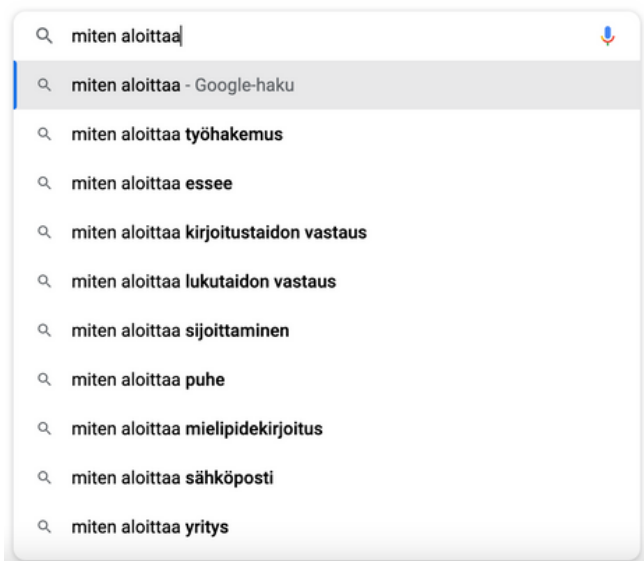
Jos kännykästä tai kuvapankista ladataan kuva ja siirretään se suoraan blogiin, koko on yleensä suuri. Jos näitä kuvia on paljon, latausnopeus hidastuu. Tämä siis tarkoittaa, että lukija joutuu odottamaan pitkään ennen kuin pääsee lukemaan postauksen. Jos aikaa kuluu yli 3 sekuntia, lukija siirtyy toiseen blogiin.



Hakusanatutkimus

Henkilökohtaisesti en ole tehnyt kovinkaan paljon hakusanatutkimusta. Alussa käytin Googlen maksutonta avainsanatyökalua, mutta totesin, että nopeampi keino on vain katsoa Googlen ennakoivaa tekstinsyöttöä ja katsoa sieltä, mitä ihmiset etsivät.

Näistä muodostin suoraan blogitekstien otsikoita ja sain samalla laadukkaan long tail keywordin eli pitkän hännän hakusanan postaukseeni.



Tässäkin kohtaa moni tekee virheen. Käytetään yksittäistä sanaa (koska näin tehtiin vuosikausia) ja yritetään päästä Googlen ensimmäiselle sivulle sen avulla.

Mutta jos hetken aikaa mietit, miten oikeastaan etsit tietoa?

Et etsi painonpudotusvinkkejä kirjoittamalla Googleen "5 kiloa" vaan "miten pudottaa painoa 5 kiloa". Tällöin hakusana "5 kiloa" ei toimi, etkä pääse sillä hakutulosten ensimmäiselle sivulle.

Mutta jos kirjoitat postauksen "Miten pudottaa painoa 5 kg turvallisesti", kun joku etsii tietoa 5 kg:n painonpudotuksesta, sinun postauksesi tulee varmasti ensimmäisellä sivulla vastaan.



Postauksessa vietetty aika

Kun aloin ymmärtämään blogin voiman, halusin rakentaa blogista paikan, josta tullaan etsimään tietoa. Tavoitteenani oli – ja on edelleen – se, että ihmiset tulevat ensin hakemaan tietoa blogistani ja jos sitä ei löydy, he menevät sen jälkeen Googleen.

Blogi on siis tietopankki, ei päiväkirjamainen ajatusvirta.

1.	/tee-toita-kotona/		13 880 (12,66 %)	12 732 (13,64 %)	00:04:55
2.	/ ETUSIVU		6 090 (5,55 %)	4 806 (5,15 %)	00:01:20
3.	/perusta-blogi-2/		5 088 (4,64 %)	4 443 (4,76 %)	00:04:34
4.	/9-verkkokurssi-ja-myyntialustaa-vertailussa/		4 214 (3,84 %)	3 672 (3,93 %)	00:05:04
5.	/blogi/		3 633 (3,31 %)	2 757 (2,95 %)	00:01:10
6.	/oma-tili/my-courses/		2 848 (2,60 %)	1 336 (1,43 %)	00:00:40
7.	/3-ilmaista-keinoa-tienata-rahaa/		2 815 (2,57 %)	2 472 (2,65 %)	00:05:07
8.	/kauppa/		2 213 (2,02 %)	1 650 (1,77 %)	00:01:24
9.	/veronmaksukyvyn-alentumisvahennyks/		1 720 (1,57 %)	1 533 (1,64 %)	00:06:17
10.	/kauniit-instagram-kuvat-kaden-kaanteessa-maksuttomilla-sovelluksilla/		1 683 (1,54 %)	1 495 (1,60 %)	00:05:12

Mitä syvällisempi postaus on, sitä pidempään siinä vietetään aikaa. Parhaimmillaan olen saanut lukijat pidettyä postauksessa yli 9 minuutin ajan. Tyypillisesti kuitenkin 3–6 minuuttia on keskiarvo yksittäisen postauksen kohdalla.

Mitä pidempi ja hyödyllisempi postaus on, sitä pidempään siinä viihdytään. Ja sitä enemmän Google alkaa nostamaan sisältöä hakutuloksissa korkealle, kunhan optimointi on tehty oikein.

Nollasta 1 000 000 € bloggaamalla



Sisältöstrategia





Rehellisesti on nyt myönnettävä ja julkisesti kerrottava, että minulla ei ole sisältöstrategiaa. Tiedän kuitenkin, miten paljon helpompaa minulla olisi vuosien saatossa ollut sisällön tuottamisen kanssa, jos olisi ollut.

Jossittelu ei kuitenkaan auta, ja siksi haluan kertoa sinulle, miksi sisältöstrategia kannattaa olla.

Alussa, kun kaikki oli uutta ja ihmeellistä, kirjoittelin vähän mistä sattuu. Vaikka sisällöt tavallaan liittyivät bloggaamiseen ja blogilla tienaamiseen, sain kuin sainkin aiheet leviämään kuin Jokisen eväät.

Tällä hetkellä blogissani on 16 kategorialla, kun oikealla sisältöstrategialla olisin voinut rajata ne alle kymmeneen.

Sisältöstrategia ei ole pelkästään kategorioita ja aiheen rajausta. Se on selkeä näkemys näistä kysymyksistä:

- Mikä on blogin tavoite?
- Miksi tavoite on tärkeä?
- Kuka on kohderyhmää (unelmalukija vs. unelma-asiakas)?
- Mitä pitää tietää lukijasta tai asiakkaasta, jotta sisältö puhuttelee?

Kaksi ensimmäistä kysymystä ovat yleensä ne helpoimmat. Harmillisesti kaksi viimeistä jäävät suurimmalta osalta ilman vastausta.



Mikä on blogin tavoite?

Blogin tavoite voi olla lähes mitä vain tulojen hankinnasta brändin rakentamiseen ja pelkkään näkyvyyden saamiseen saakka.

Tavoite on kuitenkin olennainen osa sisällöntuotantoa, koska se määrittelee pitkälti, millaista sisältöä lopulta kirjoitetaan. Jos tavoitteena on ainoastaan rakentaa brändiä, silloin blogitekstit ovat tyypiltään ja sisällöltään erilaisia kuin jos tavoitteena on saada asiakkaita tai affiliate-komissioita.

Miksi tavoite on tärkeä?

Tähänkin on yleensä helppo vastata. Tavoite on tärkeä, jotta saavutamme niitä asioita, joita haluamme. Voimme määritellä mittarit, joilla mittaamme tuloksia, ja muokata tai kohdentaa tavoitetta uudelleen tilastojen valossa.

Kuka on kohderyhmää (unelmalukija vs. unelma-asiakas)?

Unelmalukija ja unelma-asiakas voivat olla sama henkilö. Mutta kaikki unelmalukijat eivät ole unelma-asiakkaitasi.

Jos blogissasi käy 10 000 ihmistä kuukaudessa, heistä noin 30 % on potentiaalisia unelma-asiakkaita eli liidejä. Näistä liideistä keskimäärin 2 % ostaa sen, mitä tarjoat.

Jos jompikumpi näistä on pielessä, myyntiä tai tuloja ei tahdo tulla. Siksi molemmat on tärkeää määritellä ja tuottaa sisältöä molemmille.



Mitä pitää tietää lukijasta tai asiakkaasta, jotta sisältö puhuttelee?

Tämä on se hankalin kysymys. Meidän tulisi tuntea ja ymmärtää yleisöämme niin paljon, että tiedämme

- millaisia ongelmia ja haasteita heillä on
- miten he tekevät päätöksiä
- kuinka pitkä heidän ostosyklinsä on.

Ongelmien ja haasteiden etsiminen on helppoa, samoin sisällön tuottaminen niistä.

Mutta on olemassa neljä eri tapaa tehdä päätöksiä:

- tunteella
- järjellä
- kokemukseen perustuen
- historiaan peilaten.

Jokainen tapa vaatii omanlaisensa lopetuksen ja toimintakehotteen, jotta saat ihmisen toimimaan.

Ostosykli vaikuttaa olennaisesti siihen, kuinka paljon sisältöä heidän tulee kuluttaa, ennen kuin he ovat valmiita tekemään ostopäätöksen.

Esimerkiksi minulla aloittavien bloggaajien ostosykli on 2 vuotta.



Tämä tarkoittaa, että minun on opetettava sekä rakennettava luottamusta ja uskottavuutta 2 vuotta ennen kuin aloittava bloggaaja uskaltaa ostaa minulta jotain.

Jollain toisella alalla ostosykli voi olla 2 kuukautta, puoli vuotta tai vuoden.

Jos sisältöä ei tuoteta säännöllisesti, luottamusta ei pystytä rakentamaan eikä silloin myyntiäkään tahdo oikein tulla.

Ostosykliä ei voi tietää etukäteen. Se on vain tunnistettava. Sinun asiakkaasi ja lukijasi antavat tästä kyllä viitteitä. He kertovat, että ovat odottaneet puoli vuotta tätä hetkeä. Tai että he miettivät 3 kuukautta ennen kuin uskalsivat tehdä päätöksen.

Kiinnitä huomiota näihin pieniin viittauksiin, sillä nämä auttavat sinua rakentamaan blogisi avulla kannattavaa bisnestä.

Nollasta 1 000 000 € bloggaamalla



Blogin markkinointi





Tämän käsikirjan alussa viittasinkin jo hieman blogin markkinointiin. Alussa jaoin postauksia Facebook-ryhmissä, jotka löytyvät käsikirjan alkupäästä.

Matkan varrella rakensin somejakolukkarin, joka helpotti jakamista.

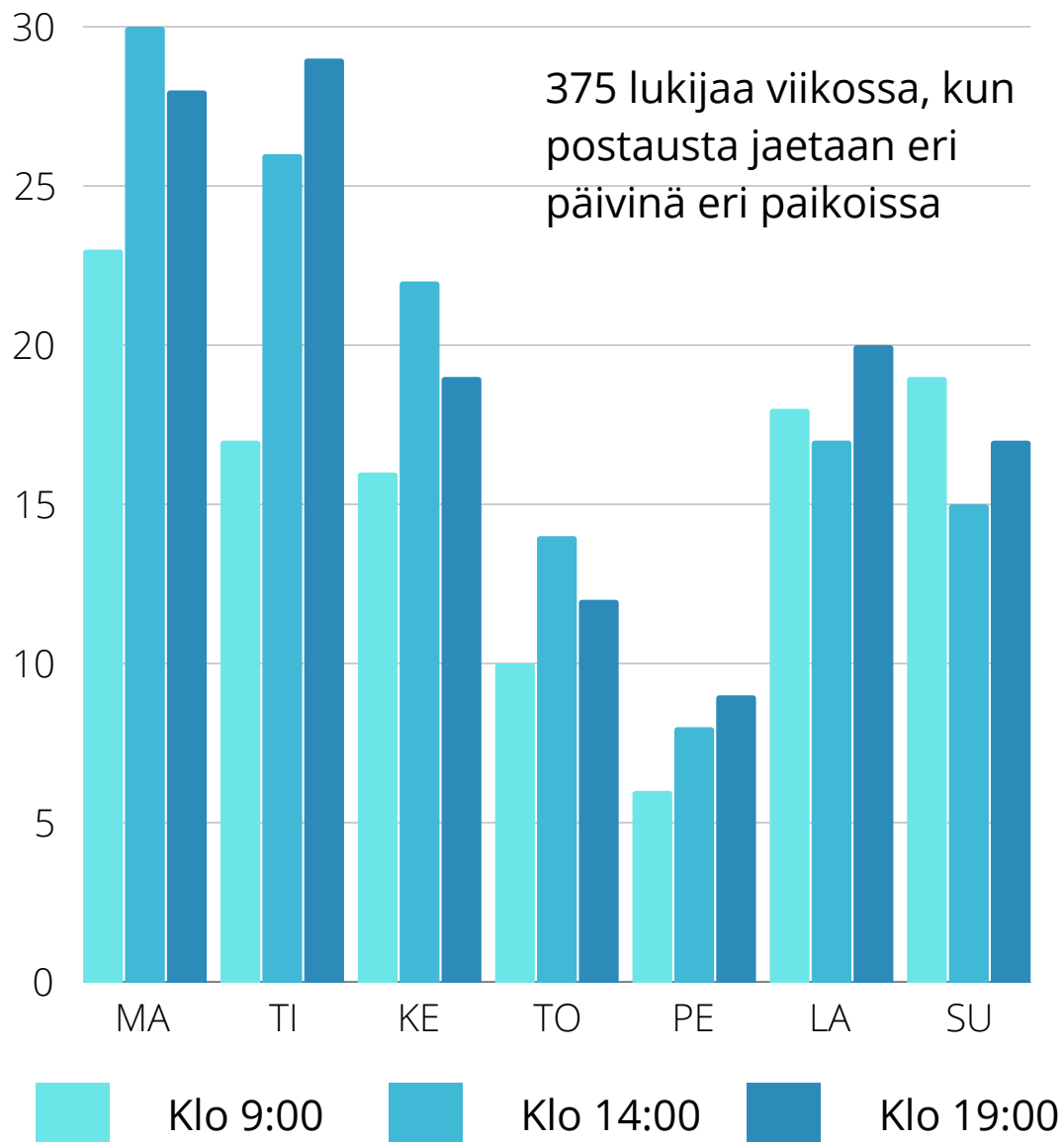
Täytin lukkarin aina sunnuntaisin. Tähän meni aikaa noin 30 minuuttia. Sitten maanantaista alkaen jaoin postauksia säännöllisesti eri kanavissa ja FB-ryhmissä.

Yksi tyypillisimmistä virheistä blogin markkinoinnin kanssa on tämä:

Kun uusi postaus julkaistaan, se jaetaan 10 minuutin sisällä 25 eri FB-ryhmään ja omiin somekanaviin ja sitten odotellaan, kuinka moni tulee lukemaan.

Ei näin.

Ihmiset käyvät somessa hyvin eri aikaan ja eri päivinä. Jos jaat postauksen 10 minuutissa kaikkialle, tavoitat vain murto-osan ihmisistä.



Somejakolukkarit auttaa
tavoittamaan enemmän lukijoita.

Kertarykäys ma klo 8.30, 182 lukijaa. Koska samat lukijat ovat samaan aikaan kaikissa ryhmissä, sama henkilö ei tule montaa kertaa blogiin samaa postausta lukemaan.



Yllä oleva somejakolukkari on saatavilla Bloggaajasta Ammattilaiseksi™ -opiskelijoille.

Postauksia voi olla enintään neljä, jolloin joka päivä samaan aikaan samaa postausta jaetaan eri ryhmiin.

Somejakolukkariin määritellään myös tiiseri eli lyhyt katkelma postauksesta, joka herättää otsikon kanssa mielenkiinnon lukea koko postaus.

© Tiia Konttinen Oy | IG @tiia_konttinen | tiiakonttinen.fi | Kaikki oikeudet pidätetään



Silloin tällöin mainostin (buustasin) postauksia pienellä summalla. Tyypillisesti budjettini oli 5 euroa päivässä 5–7 päivää kerrallaan.

Valitsin tämän strategian siksi, että minulla oli postauksissa liittymislahjoja sekä mahdollisuus liittyä sähköpostilistalleni. Jos olisin tehnyt suoran liidimainoksen Facebookiin, olisin joutunut maksamaan yhdestä liidistä jopa parikin euroa.

Pelkkien postausten buustaamisella sain klikkihinnat pysymään alhaisina (yleensä alle 0,50 €), joten liidien kerääminen oli paitsi helppoa myös edullista. Tilastojen valossa keskimäärin puolet lukijoistani liittyi sähköpostilistalle.

Käytin FB-seinällä olevaa "Mainosta julkaisu" -painiketta. Toimintakehotteena oli aina "Lue lisää", sillä kyseessä on blogiteksti.

Kohderyhmänä minulla on aina "Sivustasi tykkäävät ihmiset ja heidän kaltaiset ihmiset". Tämän kohderyhmän klikkihinnat ovat aina edullisimpia, koska heillä on jo jonkinlainen yhteys minuun ja sivuuni.

Sivustasi tykkäävät ihmiset ja heidän kaltaiset ihmiset



Kohderyhmän tiedot



Sivun kaltaisuuteen perustuva: Sivun kaltainen samankaltaisuuteen perustuva kohderyhmä koostuu ihmisistä, jotka ovat todennäköisesti kiinnostuneita yrityksestäsi, koska he ovat samanlaisia kuin parhaimmat nykyiset asiakkaasi.

Sijainti – asuu paikassa: Suomi

Ikä: 18–65+



Viikkokirje

Muutamien kuukausien ajan lisäsin viikkokirjeeni loppuun "Viikon luetuimmat" tai "Kuukauden luetuimmat" tai muita viikkokirjeen aiheeseen sopivia blogitekstejä.

Tekstejä oli enintään viisi, mutta kolmekin olisi riittänyt.

Tämä oli helppo keino ohjata lukijoita sähköpostilistalta blogiin ja muistuttaa sisällöistä.

Postauksia myös luettiin, ja tilastoista olikin kiva käydä välillä katsomassa viikkokirjeen lähettämisen jälkeen pienoinen piikki blogin lukijamäärissä.

En oikeastaan edes muista, miksi lopetin tämän tavan, mutta jossain vaiheessa se loppui.

Pitänee kokeilla ensi vuonna uudelleen ja katsoa, vieläkö tällä saa samankaltaisia tuloksia.

Nollasta 1 000 000 € bloggaamalla



Tulonhankkimismalli





Teoriassa ei ole merkitystä, miten kaupallistat oman blogisi. Tärkeintä on, että markkinoit blogiasi aktiivisesti ja pitkäjänteisesti.

Olen saanut jonkin verran kritiikkiä siitä, etten ole oikea bloggaaja, koska myyn verkkokursseja.

No, kuka tahansa bloggaaja voi tehdä verkkokurssin ja myydä omaa osaamistaan. Kyse ei ole tavasta vaan siitä, että se toimii.

	2015 - 2022	
Verkkokurssit	617 712,68 €	61,7%
E-kirjat	43 790,11 €	4,4%
Affi	75 720,99 €	7,6%
Henk. koht. sparraus	26 463,05 €	2,6%
Koulutus	19 467,11 €	1,9%
Muu	43 598,58 €	4,4%
Palvelut	174 051,83 €	17,4%
Yhteensä	1 000 804,35 €	100,0%

Olen alusta saakka pitänyt huolen siitä, että en kaupallista blogiani

- A) Google Adsense -mainosbannereilla
- B) kaupallisilla yhteistöillä.

Tämä on täysin strateginen valinta. Toisesta olen kuitenkin hieman lipsunut.



Halusin testata, voiko Google AdSense -mainoksilla tienata rahaa. Joten lokakuussa 2018 pistin blogini sivupalkkiin yhden mainosbannerin ja katsoin, miten paljon se tuottaa.

Noh, lokakuussa 2018 tuloja tuli huikeat 15,35 €. Kesäkuusta 2016 lokakuuhun 2022 tuloja on tullut 746,19 €. Eli ei tällä nyt rikastumaan pääse, mutta onhan se kiva pieni puro kaiken muun keskellä.

7. kesäkuuta 2016 – 27. lokakuuta 2022  

Tapahtumatyyppi	Kuvaus	Summa (EUR)
Maksut	1 maksu	-213,08 €
Maksut	1 maksu	-203,85 €
Maksut	1 maksu	-76,39 €
Maksut	1 maksu	-90,08 €
Maksut	1 maksu	-73,98 €
Maksut	1 maksu	-88,81 €

Vuosien kokemukseni mukaan voin kertoa, että jos haluat kaupallistaa blogisi Google AdSense -mainoksilla, tee se näin:

Lisää vain yksi mainosbanneri blogin sivupalkkiin. Silloin se ei häiritse lukukokemusta eivätkä bannerit hypi silmille jatkuvasti.

Blogissani on neljä postausta, joissa on Google AdSense -mainokset, ja se on tuonut tuloja 700 euron verran. Sivupalkissa mainosbanneri kuitenkin ottaa kaikki kävijät koko blogissa, sillä sivupalkki on jokaisella sivulla ja jokaisessa postauksessa automaattisesti.



Postauksessa et myöskään pysty kontrolloimaan, mihin kohtaan mainos tulee. Tämä on hieman ärsyttävä paikka...

Tämänkin voi jakaa... kuten HBO:n tunnarit



Edullisempi laina Norjasta?

Lue miksi lainatarjous kannattaa hakea myös esimerkiksi Norjasta ja muista pohjoismaista.

Arkadia Rahoitus [Avaa >](#)

83 SHARES [Facebook](#) 83 [Twitter](#) [Pinterest](#) [LinkedIn](#)

Postaus päivitetty 26.1.2021 // Postaukseen lisätty tieto, kuinka paljon Google AdSense on tuottanut tuloja alusta alkaen ja kuinka monessa postauksessa mainoksia on.

Saan kymmeniä kyselyitä kuukausittain, miten ihmeessä tienaan rahaa ilman mainoksia. Toiselta saan myös kyselyitä siitä, onko Google AdSense:llä mahdollisuus tienata tuloja. Olen

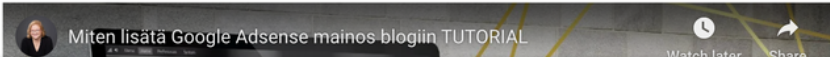
Eikä tämäkään kovin kivalta vaikuta...

Näön vuoksi Google AdSense mainos (tässä blogissa on yhteensä neljä postausta, joissa on Google AdSense mainoksia.



Edullisempi laina Norjasta? [Avaa](#)

Katso video, miten lisäät Google AdSense mainoksen omaan blogiisi. Kuvaohjeet löydät videon alapuolelta. [Lisää tutorial-videoita löydät Youtube-kanavaltani.](#)



Miten lisätä Google AdSense mainos blogiin TUTORIAL



Edullisempi laina Norjasta?

Lue miksi lainatarjous kannattaa hakea myös esimerkiksi Norjasta ja muista pohjoismaista. Arkadia Rahoitus

[Avaa](#)

Tarvitsen apu

- [Affiliate-markkinoin](#)
- [Ajanhallintaan](#)
- [Bloggaamisen aloittamiseen](#)
- [Lukijoiden saamiseen](#)
- [Sisällön tuottamiseen](#)



Google Adsense -mainosten kohdalla annoin siis hieman periksi ja lisäsin neljään postaukseen mainokset. Ne puksuttavat pientä tulovirtaa säännöllisesti.

Mutta kaupallisiin yhteistöihin en ole lähtenyt mukaan. Sen sijaan olen ottanut kaupallisten yhteistöiden periaatteet ja soveltanut niitä omien asiakkaideni hankintaan.

"Sponsoroidut postaukset"

Aika ajoin saan kyselyitä, olisinko halukas julkaisemaan blogissani postauksen, josta ohjataan lukijoita krypto-, kasino- tai lainasivustoille.

Yleensä hinta on 40 € per postaus – kerran minulle ehdotettiin, että nimissäni tehtäisiin lahjoitus koaloille – mutta joskus olisin saanut itsekin määritellä hinnan.

Koska tyhmä ei ole se, joka pyytää, päätin alkaa pyytämään sitten ihan reilusti rahaa. Näitä kyselyitä tulee harva se viikko, ja ilmoitan ystävällisesti, että otan vastaan tällaisen sponsoroidun postauksen, jos he maksavat minulle siitä miljoona euroa.

Vielä ei ole kukaan maksanut.



Affiliate-markkinointi

Rakastan affiliate-markkinointia siksi, että sen lähemmäs automatisoitua tulovirtaa ei enää pääse. Kirjoitat tuotteesta muutaman postauksen ja ohjaat ihmiset ostamaan tuotteen. Simppeli, joskaan ei ihan paras strategia.

Affiliate-markkinoinnin kohdalla lähdin yhdistämään pilaripostaustarypystä sekä sisäistä linkitystä. Tällä saan maksimoitua lukijamäärän affiliate-postauksessa, jolloin komissiotkin ovat sen mukaiset.

Tuotteita minulla on vain viisi, joskin kahdesta olen puhunut eniten. Yhteensä nämä kaksi tuotetta ovatkin tuoneet yhteensä 65 000 euroa affiliate-komissioita.

Kuten tämän osion alussa sanoin, ei ole merkitystä, miten kaupallistat oman blogisi. Sillä on merkitystä, että markkinoit säännöllisesti.

Tuotan säännöllisesti näiden kahden blogitekstin ympärille uutta sisältöä ja linkitän affiliate-postaukseen. Lukijamäärä kasvaa, jolloin komissiomääräkin kasvaa. Koska myyn vain yhdessä postauksessa, blogi ei tunnu kaupalliselta, tuputtavalta eikä tyrkyttävältä.



Verkkokurssit

Vuonna 2015 en oikeastaan edes ajatellut, että lähtisin tekemään verkkokursseja. Kurssit tulivat sattumalta mukaan, kun halusin testata, olisiko blogikurssilla kysyntää.

Minulla oli 900 ihmistä sähköpostilistalla, kirjoitin heille yhden viestin ja pyysin kurssista 237 €. Kurssia ei vielä ollut olemassakaan muuta kuin hahmotelma vihkossa. Halusin siis nähdä, oliko aiheella kysyntää ennen kuin tein kurssin.

Myyntiviestin lähettäminen jännitti minua niin paljon, että lähetyksen jälkeen paukautin läppärin kannen kiinni, pistin läppärin kirjahyllyyn ja lähdin lenkille.

Kun iltapäivällä muistin lähettäneeni viestin, avasin varovasti sähköpostin.

Ja kas, siellä oli toistakymmentä ostokuittia ja noin 30 viestiä, joissa haluttiin tietää lisää.

Kuudessa päivässä sain 13 000 € ja olin myyty.

Voisin kirjoittaa toisen käsikirjan verkkokurssien myynnistä, mutta tässä kohtaa haluan muistuttaa sinua vielä tästä:

Ainoa tapa saada rahaa on markkinoida ja myydä säännöllisesti. Älä odota, että ihmiset vain tupsahtavat verkkokauppaasi tai blogiisi. Kerro tuotteista säännöllisesti niin somessa, blogissa kuin sähköpostilistallakin.



E-kirjat

Aloitin urani digiyrittäjänä myymällä **"Sinullakin on oikeus vaurastua"** -e-kirjaani. Kaiken kaikkiaan e-kirjaa on myyty yli 1300 kappaletta, mikä on ihan kunnioitettava saavutus omakustanteiselle e-kirjalle.

Digitaalisilla tuotteilla on tärkeää olla myyntisivu, jossa pureudutaan oston esteisiin, virheisiin ja uskomuksiin sekä pyritään vakuuttamaan, että tuote ratkaisee nämä asiat.

Faktahan on, että tuotteen PITÄÄ ratkaista se, mitä myyntisivulla luvataan, sillä muuten maine ottaa kovan kolauksen.

Miten digitaalisten tuotteiden myynti liittyy bloggaamiseen?

Siten, että minulle blogi on ollut olennainen osa asiakkaiden ostoprosessia.

Blogissa olen tuonut esille omaa osaamistani. Olen auttanut ilmaiseksi, murtanut myyttejä ja vääriä uskomuksia sekä näyttänyt, miten asiat voi tehdä helpommin tai nopeammin. Olen rakentanut blogillani luottamusta, uskottavuutta, mainetta ja brändiä, ja tämä työ kantaa edelleen.

Sen seurauksena opiskelijani ovat alkaneet kutsua minua Suomen johtavaksi blogikuningattareksi. #nöyräkiitos



Blogi ei siis välttämättä ole suora myyntikanava, vaikka siihenkin se voidaan valjastaa. Blogin tehtävänä on rakentaa uskottavuutta ja luottamusta siihen, että tiedän, mitä teen, ja voin auttaa sinua.

Osa ottaa opit ja soveltaa niitä itse. Osa kokee, ettei aikaa ole, jolloin he ulkoistavat sisällön tuottamisen minulle ja tiimilleni. Osa haluaa yksittäisiä tekstejä, osa tekstin SEO-optimointia, osa taas pitkäaikaista markkinointiapua.

Ilman blogiani en olisi pystynyt rakentamaan tämänkaltaista uskottavuutta ja luottamusta.

Tai noh, jos haluaisin olla enemmän esillä, voisin korvata blogin Youtube-videoilla. Mutta minulle kirjoittaminen on se juttu. Tämäkin kirja on syntynyt yhdessä päivässä, sillä kirjoittamisen flow vain imaisi mukaansa.

Blogi on siis yksi iso osa asiakkaan ostopäätösprosessia. Blogi toimii tässä loistavasti, sillä kun kirjoitan ikivihreää sisältöä ja optimoin tekstini Googlelle, joka kerta kun joku lähtee etsimään tietoa bloggaamisesta ja sisällöntuotannosta, hän päätyy blogiini.

Olen kuullut useiden asiakkaitteni ja opiskelijoitteni kertovan, että kun he lukivat ensimmäisen postauksen, he jäivät heti koukkuun. Tai että joka kerta kun he etsivät jotain, minun postaukseni tuli esiin. Tämän takia blogi kannattaa olla.



Jos olet bloggaaja tai sisällöntuottaja, voit auttaa asiakkaitasi näkymään Googlessa näiden oppien avulla.

Jos olet itse yrittäjä, voit hyödyntää näitä tietoja oman blogisi rakentamisessa.

Ja jos tuntuu siltä, että halua on mutta aikaa ei, muista että olen aina täällä, valmiina auttamaan tiimini kanssa.

Mutta palataanpa takaisin tulonhankkimismalliin.

Olemme käyneet läpi

- Google Adsense -mainokset
- kaupalliset yhteistyöt
- affiliate-markkinoinnin
- verkkokurssit
- ja e-kirjat.

Tuotan myös palveluja yrityksille. Palvelut kattavat tekstisisällön tuottamisen niin blogiin, uutiskirjelistalle kuin sosiaaliseen mediaankin.

Olemme auttaneet asiakkaita tekemään isoja lanseerauksia tai lanseeraamaan tuotteen ensimmäistä kertaa. Myös tässä blogi on ollut avainasemassa.

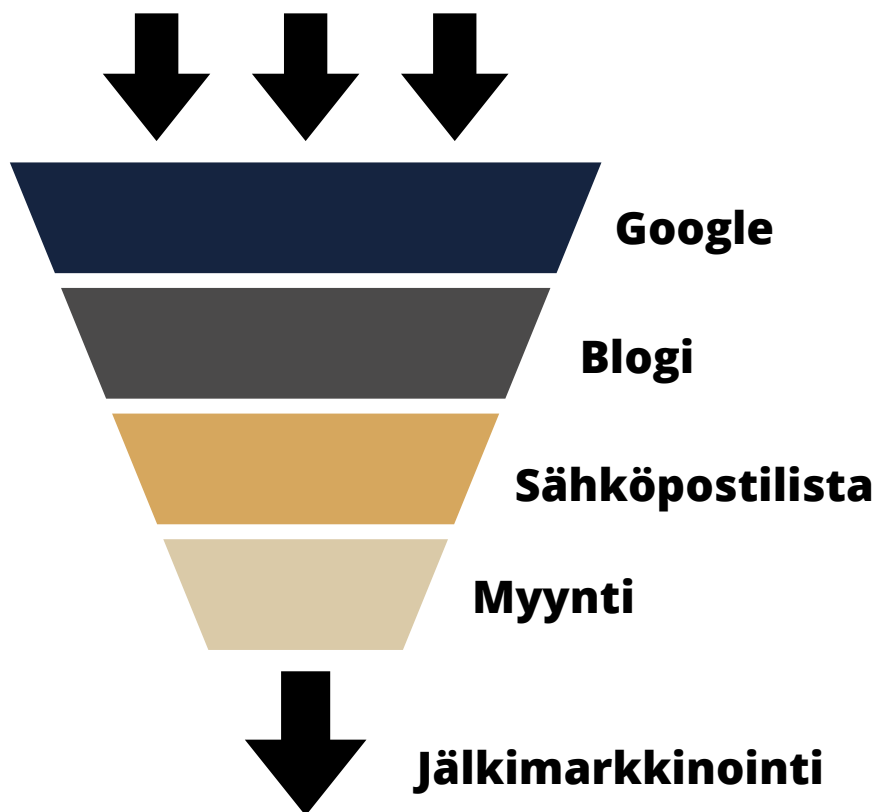
Blogin avulla pystyn näyttämään, millaista sisältöä asiakkaan blogiin voi kirjoittaa, jotta se houkuttelee asiakkaita.



Blogista ohjaamme potentiaaliset liidit asiakkaiden sähköpostilistoille ja hoidamme myynnin sen kautta.

Voimme rakentaa automatisoituja myyntitunneleita ja pitää huolen siitä, että ihmiset löytävät Googlesta blogiin, yksittäiseen postaukseen ja myyntitunnelin suulle.

Tämä kone on ilmainen sen jälkeen, kun se saadaan pystyyn.



Tulohankkimismallina minulla on siis palvelujen, digituotteiden ja affiliate-markkinoiden verkosto, joka tuottaa säännöllistä ja tasaista tuloa kuukaudesta toiseen.

Ellen sitten mene häiritsemään tätä tasapainoa, mutta puhutaan siitä lisää **Virheet**-osiossa.



Postauksen arvon määrittäminen

Pitkään olen etsinyt laskuria, jolla voisi määritellä postauksen arvon joko itselle tai tilanteisiin, joissa myy sisällöntuotannon palvelua yrityksille.

Toki arvon määrittämiseen vaikuttaa moni eri tekijä, mutta kaipasin laskuria, johon voisi käyttää puhtaasti postauksen tai blogin tilastoja.

Koska en löytänyt laskuria, tein sellaisen itse. Laskurissa voi hyödyntää joko yksittäisen postauksen tai koko blogin tilastoja. Postauksen arvo on suuntaa antava mutta se pohjautuu suoraan tilastoihin, jolloin esimerkiksi maksullisen postauksen hinta on helpompi perustella asiakkaalle.

Laskuri on saatavilla Bloggaajasta Ammattilaiseksi™ - valmennuksen opiskelijoille.

Yksittäinen postaus	30 päivän tilastot	
Uniikit lukijat	869	Muuta vain vihreällä olevia lukuja
Somejaot	24	Jos sinulla ei ole tiedossa jotain lukua, laita sen tilalle 0
Postauksessa vietetty aika	2,59	Merkitse aika pilkulla, esim. 4 min 15 sek on 4,15
Orgaaninen hakutulos	356	Google Analytics ohje seuraavassa välilehdessä
Tuotteen hinta	65,00 €	Suosittelavan tuotteen myyntihinta
Yksittäisen postauksen hinta	482,15 €	
Koko blogi	30 päivän tilastot	
Uniikit lukijat	5893	
Julkaistut postaukset	4	
Somejaot	15	
Blogissa vietetty aika	2,01	
Orgaaninen hakutulos	4048	
Tuotteen hinta	39,90 €	
Yksittäisen postauksen keskiarvohinta	434,21 €	

Nollasta 1 000 000 € bloggaamalla



Tilastot



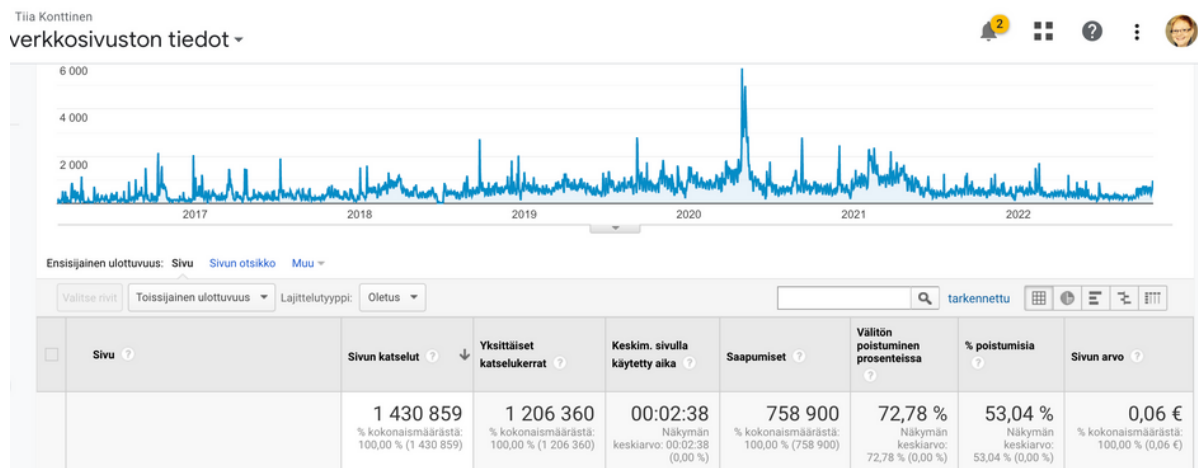


Katsotaanpa sitten blogin tilastoja hieman tarkemmin. Google Analytics on ollut kohdallani oikea murheenkryyni. Alussa luotin GA:n tilastoihin mutta vaihdettuani palvelimet Zonerille, huomasin, että GA ei näytä minulle todellisia lukuja.

Asiaa selviteltyäni opin, että jos henkilö on asentanut selaimeen AdBlock-lisäosan (joka estää mainoksia näkymästä), Google Analytics ei tulkitse tätä henkilöä kävijäksi.

Zonerilla oloaikana laskin, että GA:n viralliset tulokset olivat noin 1/3 siitä, mitä Zoner näytti.

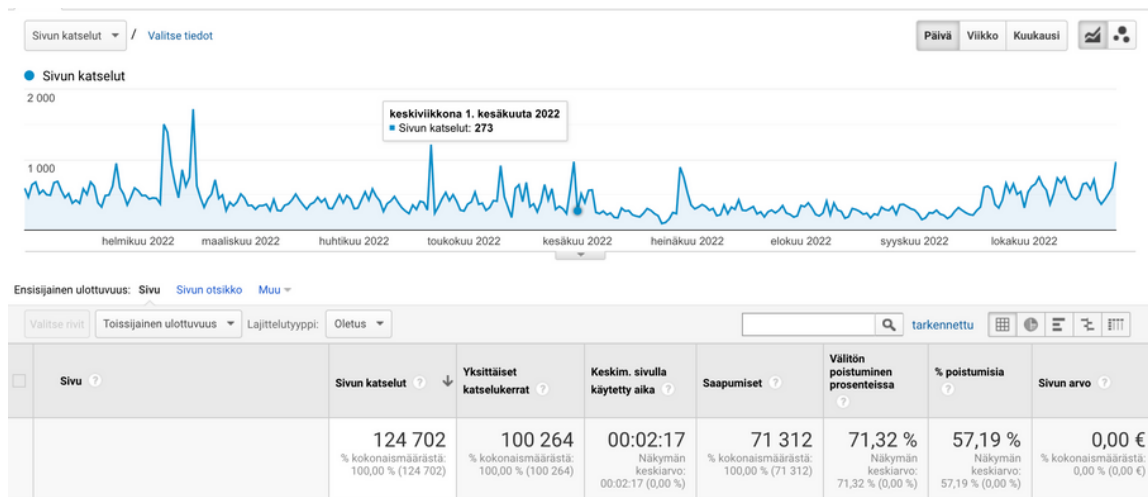
Tämän tiedon valossa blogissani on käynyt yli 2 miljoonaa kävijää.





Tämä vuosi on ollut kuitenkin selkeästi huonoin sitten vuosien 2016 ja 2017. Syy on selvä:

En ole markkinoinut blogiani lähes mitenkään. Kävijät ovat tulleet Googlen kautta, ja määrä on toki kunnioitettava, mutta osa lukijoista on jäänyt tulematta markkinoinnin puuttuessa.



Toisaalta halusin nähdä, mitä blogilleni tapahtuu, jos en markkinoi sitä mitenkään. Toisaalta jaksamista ei ole ollut äitini poismenon johdosta. Maaliskuusta 2022 elokuuhun 2022 elin kuin sumussa ja yritin vain selviytyä. Toukokuussa julkaisin vain kaksi blogitekstiä, kesä-elokuussa en julkaissut yhtään postausta. (Äiti nukkui pois 7.6.)

Tiedän kuitenkin, miten saan blogin lukijamäärän nopeasti kasvuun.

Otan Google Analyticsista 15 luetuinta postausta ja jaan niitä 3–4 viikon ajan somessa somejakolukkarin mukaisesti. Sen jälkeen blogissani on piikki, joka nostaa kävijämäärän normaalille tasolle.



Vuonna 2021 loin Google Analyticsiin ensimmäisen konversio seurannan. Minulla oli yksi blogiteksti, jonka kautta halusin myydä yhtä verkkokurssiani. Konversion rakentaminen ei ollut vaikeaa, vaikka ensin onnistuinkin tekemään sen väärin.

Google Analytics siis mittasi, kuinka moni postauksen lukijoista siirtyi kurssin myyntisivulle ja lopulta osti kurssin. Tilastot ovat ajalta 1.1.2021–27.10.2022.

1. /tee-verkkokurssi/		2 188 (97,11 %)	1 959 (96,84 %)	00:04:11
---------------------------------------	--	-----------------	-----------------	----------

Blogitekstiä on luettu 1959 kertaa (uniikit lukijat), ja postauksessa on vietetty aikaa 4 minuuttia 11 sekuntia. Postausta on jaettu somessa 781 kertaa.

Tämäinkin voi jakaa... kuten HBO:n tunnarit

781 SHARES

Facebook 780

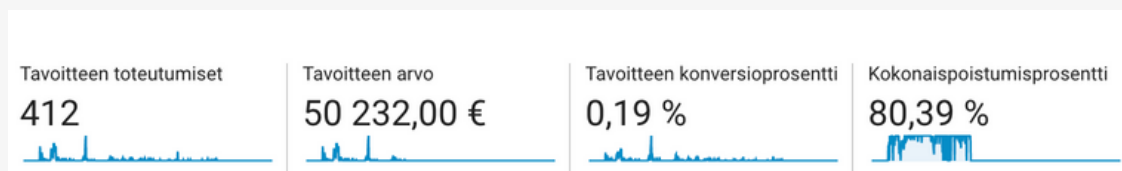
Twitter

Pinterest 1

LinkedIn

1. /nain-teet-ensimmäisen-verkkokurssin/		2 806 (45,57 %)	2 438 (44,19 %)	00:02:46
--	--	-----------------	-----------------	----------

Varsinaista myyntisivua on luettu 2438 kertaa, mikä on ymmärrettävää, koska käytimme kurssin markkinointiin välillä maksullista mainontaa.



Ja sitten kauppojen määrä ja bruttomyynti. Hyvällä ja laadukkaalla sisällöllä 21 % blogitekstin lukijoista on käännetty ostaviksi asiakkaiksi.



Google Analytics on siitä mielenkiintoinen, että tilastoista saadaan selvitettyä avustetut konversiot...

Monikanavien ryhmittelyn polku ?	Konversiot ?	Konversion arvo ?
1. Suora Viittaus	51 (13,39 %)	5 681,00 €
2. Maksuton haku Viittaus	26 (6,82 %)	3 588,00 €
3. Sosiaalinen verkosto Viittaus	25 (6,56 %)	3 588,00 €
4. Suora x 2 Viittaus	13 (3,41 %)	1 495,00 €
5. Maksuton haku Suora Viittaus	11 (2,89 %)	1 196,00 €
6. Sosiaalinen verkosto Suora Viittaus	11 (2,89 %)	1 495,00 €
7. Suora x 4 Viittaus	9 (2,36 %)	897,00 €
8. Suora x 3	8 (2,10 %)	1 196,00 €
9. Suora x 3 Viittaus	8 (2,10 %)	598,00 €
10. Suora x 2	6 (1,57 %)	598,00 €

...sekä se, kuinka monta kertaa ostaja on ollut kontaktissa blogiin ennen lopullisen ostopäätöksen tekemistä.

Reitin pituus vuorovaikutuskertoina ?	Konversiot ?	Konversion arvo ?	Prosenttiosuus kokonaismäärästä Konversiot Konversion arvo
1	31	4 186,00 €	7,52 % 8,33 %
2	112	13 455,00 €	27,18 % 26,79 %
3	61	7 475,00 €	14,81 % 14,88 %
4	31	3 588,00 €	7,52 % 7,14 %
5	26	2 392,00 €	6,31 % 4,76 %
6	15	1 794,00 €	3,64 % 3,57 %
7	11	1 495,00 €	2,67 % 2,98 %
8	10	897,00 €	2,43 % 1,79 %
9	3	299,00 €	0,73 % 0,60 %
10	6	598,00 €	1,46 % 1,19 %
11	6	598,00 €	1,46 % 1,19 %
12+	100	13 455,00 €	24,27 % 26,79 %



Ehkä isoin harmi on, etten tehnyt tätä paljon aikaisemmin. Vuodessa sain toki hyvää informaatiota, mutta brändiuudistuksen myötä lopetin verkkokurssin myynnin ja siirsin sen materiaalit toisen brändin alle.

Olen kuitenkin lähtenyt rakentamaan muille verkkokursseille samanlaista seurantaä, joten on mielenkiintoista nähdä, millaisia tuloksia ne tuovat.

Nollasta 1 000 000 € bloggaamalla



Virheet





Voi voi, mitäpä elämä olisi ilman virheitä. Useasti emme tiedä tekevämme virhettä ennen kuin jälkeenpäin pääsemme katsomaan ja ihmettelemään, että mitähän sitä tuli taas tehtyä.

No, ei se mitään, olen tottunut tekemään virheitä ja raportoimaan niistä sinulle, jotta sinun ei tarvitse tehdä samankaltaisia virheitä.

Ehkä suurin virhe oli se, etten seurannut tilastoja tarkemmin. Yksi isoimmista onnistumisista taas on ollut se, kuinka ohjaan lukijoita blogista sähköpostilistalle. Harmillisesti en vain seurannut näitä tilastoja riittävän aktiivisesti, joten aloin poistamaan liittymislahjoja blogista ja vaihtamaan niitä toisiin.

Tyypillisesti liittymiskonversio oli 60–90 %:n välimaastossa, mikä tarkoittaa, että jokaisesta sadasta laskeutumissivulla kävijästä 60–90 ihmistä liittyi sähköpostilistalleni.

Parhaimmillaan sähköpostilistallani oli 9000 lukijaa.

Mutta tehty mikä tehty. Putsasin kaikki liittymislahjat vuoden aikana blogista, mikä aiheutti sen, että sähköpostilistan kasvuprosentti tyrehtyi. Kun listalle ei enää tullut lisää ihmisiä, myös myynti alkoi vähenemään.

Se, mikä toimii, pidä.

Se, mikä ei toimi, muuta.

Ja seuraa niitä hemmetin tilastoja.



Toinen suuri virhe oli se, että aloin keskittymään liikaa muihin tehtäviin. Ajattelin, että haluan rakentaa ison firman, jossa on paljon työntekijöitä, ja kasvattaa omaa liiketoimintaani entisestään.

Kaikki tämä vei aikaani ja huomiotani pois blogin kehittamisestä. Ulkoistin sisällöntuotantoa liikaa, mikä alkoi näkyä myös lukijamäärissä ja avausprosentteissa.

Ulkoistetut sisällöntuottajat olivat hyviä eikä minulla ole mitään pahaa sanottavaa heidän sisällöistään. Heidän tyyliinsä oli kuitenkin hyvin erilainen omaani verrattuna, ja uskon, että yleisöni huomasi sen myös.

Koska en osannut artikuloida tiimilleni ja sisällöntuottajille, mitä haluan ja toivon, he kirjoittivat omalla tyyllillään.

Sisäinen linkitys

Innostuin liikaa. Aloin lisäämään jokaiseen postaukseen useita linkkejä eri blogiteksteihin. Tämä oli suuri virhe, sillä nyt lukijoille tuli valinnan vaikeus. He eivät enää tienneet, mitä postausta lukea, alkuperäistä vai niitä seitsemää muuta, joihin ohjasin.

Jossakin tilanteessa useamman sisäisen linkin käyttäminen on hyvä asia, mutta pääsääntöisesti kannattaa lisätä vain kaksi sisäistä linkkiä per blogiteksti.



Tulonhankkimismalli

Sinänsä tulonhankkimismallini toimi loistavasti. Tein vain sen virheen, että aloin sörkkimään sitä. Poistelin postauksista linkkejä myyntisivulle ja korvasin niitä mainosbannereilla.

Poistin sisäisiä linkkejä myyntisivulle tai yksittäiseen blogitekstiin, josta oli ohjaus myyntisivulle.

Isoin tyhmyys oli – jälleen kerran – se, etten ollut rakentanut mittareita tälle systeemille. En siis tiennyt, kuinka moni menee mitään kautta ostamaan tuotteen. Koska minulla ei ollut mitään dataa, mihin perustaa päätöksiä, tein niitä mututuntumalla.

Arvaahan sen, miten siinä käy.

Kun myynti alkoi laskea, en ensin tajunnut, mistä se johtuu. Aloin panikoimaan ja tekemään myyntiä uudella strategialla.

Vasta parin vuoden jälkeen – kun katson kokonaisuutta – ymmärrän mitä tuli tehtyä.

Voin vielä pelastaa tilanteen, mutta työtähän se vaatii. Samaa työtä, uudelleen.

Se, mikä toimii, pidä.

Se, mikä ei toimi, muuta.

Tilastot eivät valehtele koskaan.



Tauot kirjoittamisessa

Ennen ennen kuin tajusin, miten blogia kirjoitetaan säännöllisesti, pidin blogissani kaksi taukoa. Molemmilla kerroilla tauko kesti neljä viikkoa. En ensin edes ymmärtänyt, millaisia vaikutuksia tauolla voisi olla blogissani. Jälkikäteen katsottuna tauko ei todellakaan tehnyt hyvää.

Neljän viikon tauon jälkeen minulta kesti kolme kuukautta saada lukijamäärä samalle tasolle, jolla se oli ennen taukoa.

Kolme kuukautta on aika pitkä aika, jos tauon takia tulot tai myynnit ovat pudonneet.

Kolmas tauko oli kesällä 2022 äitini poismenon johdosta.

Mutta jos elämä ja arki on muuten tasaista, en enää koskaan halua pitää taukoja bloggaamisesta.

Kirjoita ja ajasta ennakkoon

Olen puhunut tästä jo monta vuotta ja puhun vastaisuudessakin, koska tämä oikeasti toimii. Suunnittelen postaukset etukäteen, otan yhden päivän, jonka aikana kirjoitan niin monta postausta kuin jaksan, ja ajastan ne tuleville viikoille.

Ja sitten toistan tätä 4–6 viikkoa peräkkäin.



Tämä antaa niin paljon enemmän vapautta kuin olisin koskaan uskaltanut ajatella. Se vapauden tunne, kun tiedät, että seuraavan kuukauden markkinoinnista on tehty 90 % ja sinun tarvitsee vain jakaa postauksia somessa, on sanoinkuvaamaton.

Tässä prosessissa auttaa se, että ensin kalenteroit aikaa postausideoiden etsimiselle ja miettimiselle. Yhdestä ideasta saadaan kirjoitettua jopa 20 erilaista blogitekstiä.

Sen jälkeen teet sisältökalenterin ja suunnittelet vuoden kampanjat ja postausideat sen ympärille.

Lopuksi kalenteroit yhden päivän viikossa ja vain kirjoitat.

Rinse 'n Repeat 4–6 viikkoa.

Alla oleva sisältökalenteri on saatavilla Bloggaajasta Ammattilaiseksi™ -valmennuksen opiskelijoille.

2022																	
October 2022		VIKONPÄIVÄ		AIHE		SISÄLTÖPLÄRI		POSTAUSTYYPPI		KATEGORIA		MUISTINPANOT, HUOMIOTA		VÄRI		MIKIN LINKITETTY	
VIKKO 1																	
M	T	W	T	F	S	S	MA	26									
26	27	28	29	30	1	2	TI	27	Kokemuksia RÄnk Math Iskosasta	Ajastettu / julkaistu						Hakusanatukimus	
3	4	5	6	7	8	9	KE	28								Luosmos	
10	11	12	13	14	15	16	TO	29								Edistetty	
17	18	19	20	21	22	23	PE	30									
24	25	26	27	28	29	30	LA	1									
31							SU	2									
VIKKO 2																	
M	T	W	T	F	S	S	MA	3									
26	27	28	29	30	1	2	TI	4	3 keinoja tienata rehas affiliate-markkinoinnilla	Ajastettu / julkaistu							
3	4	5	6	7	8	9	KE	5									
10	11	12	13	14	15	16	TO	6	Tekniikka torstai / AC								
17	18	19	20	21	22	23	PE	7									
24	25	26	27	28	29	30	LA	8									
31							SU	9									
VIKKO 3																	
M	T	W	T	F	S	S	MA	10									
26	27	28	29	30	1	2	TI	11									
3	4	5	6	7	8	9	KE	12									
10	11	12	13	14	15	16	TO	13	Tekniikka Torstai								
17	18	19	20	21	22	23	PE	14									
24	25	26	27	28	29	30	LA	15									
31							SU	16									
VIKKO 4																	
M	T	W	T	F	S	S	MA	17									
26	27	28	29	30	1	2	TI	18									
3	4	5	6	7	8	9	KE	19									
10	11	12	13	14	15	16	TO	20	Tekniikka Torstai								
17	18	19	20	21	22	23	PE	21									
24	25	26	27	28	29	30	LA	22									
31							SU	23									
VIKKO 5																	
M	T	W	T	F	S	S	MA	24									
26	27	28	29	30	1	2	TI	25									
3	4	5	6	7	8	9	KE	26									
10	11	12	13	14	15	16	TO	27	Tekniikka Torstai								

Nollasta 1 000 000 € bloggaamalla



Menestyksen salaisuudet





Miten olen saanut rakennettua 1 000 000 € bruttomyynnin?

Olemalla johdonmukainen ja pitkäjänteinen siinä, mitä teen. Valitettavasti iso osa yrittäjistä ja sisällöntuottajista kokeilee jotain markkinointitapaa viikon, ja jos se ei tuo massiivisia tuloksia, se hylätään.

Bloggaaminen on maraton, ei pikajuoksu

Vaatii oman aikansa, että bloggaaminen alkaa tuottamaan tuloksia. Jos bloggaat epäsäännöllisesti silloin, kun sinua itseäsi huvittaa, en yhtään ihmettele, jos et saa tuloksia.

Aikaa bloggaamiseen on, jos sitä haluaa ottaa. Mutta on paljon kivempaa näperrellä jotain epäolennaista tai roikkua somessa TikTokeja katsoen kuin tehdä niitä asioita, jotka oikeasti tuovat rahaa.

Tiedän, että IG Reelseihin jää koukuun ja yhtäkkiä on kulunut kolme tuntia. Tiedän, että hyvän ja laadukkaan blogitekstin kirjoittaminen voi viedä parikin päivää.

Case Study -postaukseen käytän yleensä aina viikon.

Tiedän, että yrittäjät haluavat asioiden tapahtuvan nopeasti. Mutta ilmaisia lounaita ei ole.

Joko sinulla on rahaa, jolla ostat palvelun asiantuntijalta. Tai sitten käytät aikaa ja teet kaiken itse. Valinta on sinun.



Blogi on ollut minulla markkinoinnin peruskallio 1.3.2016 lähtien.

Tuotan blogiin kaikista kattavimman sisältöni ja napsin sieltä pieniä infopalasia sosiaaliseen mediaan.

Jokaisella yrityksellä tulee olla yksi markkinointikanava, joka toimii peruskallion tavoin. Jos aikaa on vähän, aika käytetään vain peruskallioon. Jos aikaa on enemmän, ensin peruskallio, sitten vasta muut.

Valitettavasti muut tekevät niin, että he räpsivät ja roiskivat mihin sattuu, silloin kun sattuu ja mitä sattuu. Pitkässä juoksussa tämä ei toimi.

Itsekin olen välillä harhautunut väärille raiteille, mutta palaan joka kerta takaisin blogin äärelle.

Fakta on, ettei mitään menestyksen salaisuuksia ole olemassa. On vain strategia, suunnitelma ja tekeminen. Jos vähintään yksi näistä uupuu, tuloksia ei tule.

Hyvä uutinen on se, ettei näiden tarvitse olla täydellisiä, jotta tuloksia tulisi. Strategiat ja suunnitelmat tarkentuvat, kun dataa ja tilastoja analysoidaan. Tekeminen nopeutuu ja kehittyy.

Ennen pitkää prosessit ovat kunnossa ja tekemistä voidaan ulkoistaa ammattilaisille.

Nollasta 1 000 000 € bloggaamalla



Tulevaisuuden suunnitelmat





Miljoona on saavutettu. Miten tästä eteenpäin?

Sanotaan, että nälkä kasvaa syödessä. Omalla kohdallani on kuitenkin käynyt päinvastoin. Toki olisi kivaa saada toinen miljoona lyhyemmässä ajassa kuin 7 vuotta. Mutta ei se pääasia ole.

Olen kaivannut blogin kanssa häärimistä, ja tulevaisuudessa tulen varmasti kehittämään sitä eteenpäin. Kirjoitan, hion, analysoin ja seuraan tuloksia.

Nautin matkasta, olipa se millainen tahansa.

Vuosi 2022 on ollut taloudellisesti haastava ja henkilökohtaisessa elämässä raskas. Myynnit ovat pudonneet selkeästi, koska jaksamista markkinointiin ja myyntiin ei ole ollut.

Ja siksi, että tyhmyyksissäni menin räpeltämään hyvin toimivat prosessit auki ja muuttamaan niitä.

Kahden osakeyhtiön kasvattaminen on myös vaatinut veronsa. Siksi tein päätöksen yhdistää nämä kaksi osakeyhtiötä yhdeksi. Tiia Konttinen Oy tulee ostamaan Suomen Sisältömedia Oy:n osakekannan, jolloin minulla on vain yksi yritys johdettavana.

Tiimi on tällä hetkellä sopivan kokoinen, ja töitä riittää kaikille. Tiimin kasvatus ei ole tällä hetkellä ajankohtaista, mutta koskaan ei tiedä, mitä tulevaisuus tuo tullessaan.



Ehkä tärkein tavoite tällä hetkellä on rakentaa hyvin toimineet prosessit takaisin.

Miksi muuttaa sitä, mikä on aikoinaan toiminut? Se toimii myös tulevaisuudessa, sillä blogit eivät ole kuolemassa yhtään mihinkään.

5 triljoonaa dollaria. Sen verran ihmiset käyttävät rahaa verkossa vuosittain.

Sitä mukaa, kun ostaminen siirtyy verkkoon, ihmiset myös etsivät lisätietoa tuotteista verkosta. Tässä kohtaa jokaisella yrityksellä ja yrittäjällä on loistava tilaisuus saada uusia asiakkaita ilmaiseksi tuottamalla laadukasta ja säännöllistä sisältöä.

Jos tämän käsikirjan lukemisen jälkeen koet, että olen sinulle sopiva opettaja, valmentaja tai yhteistyökumppani, **ota minuun yhteyttä** osoitteessa [asiakaspalvelu\(at\)tiiakonttinen.fi](mailto:asiakaspalvelu@tiiakonttinen.fi).

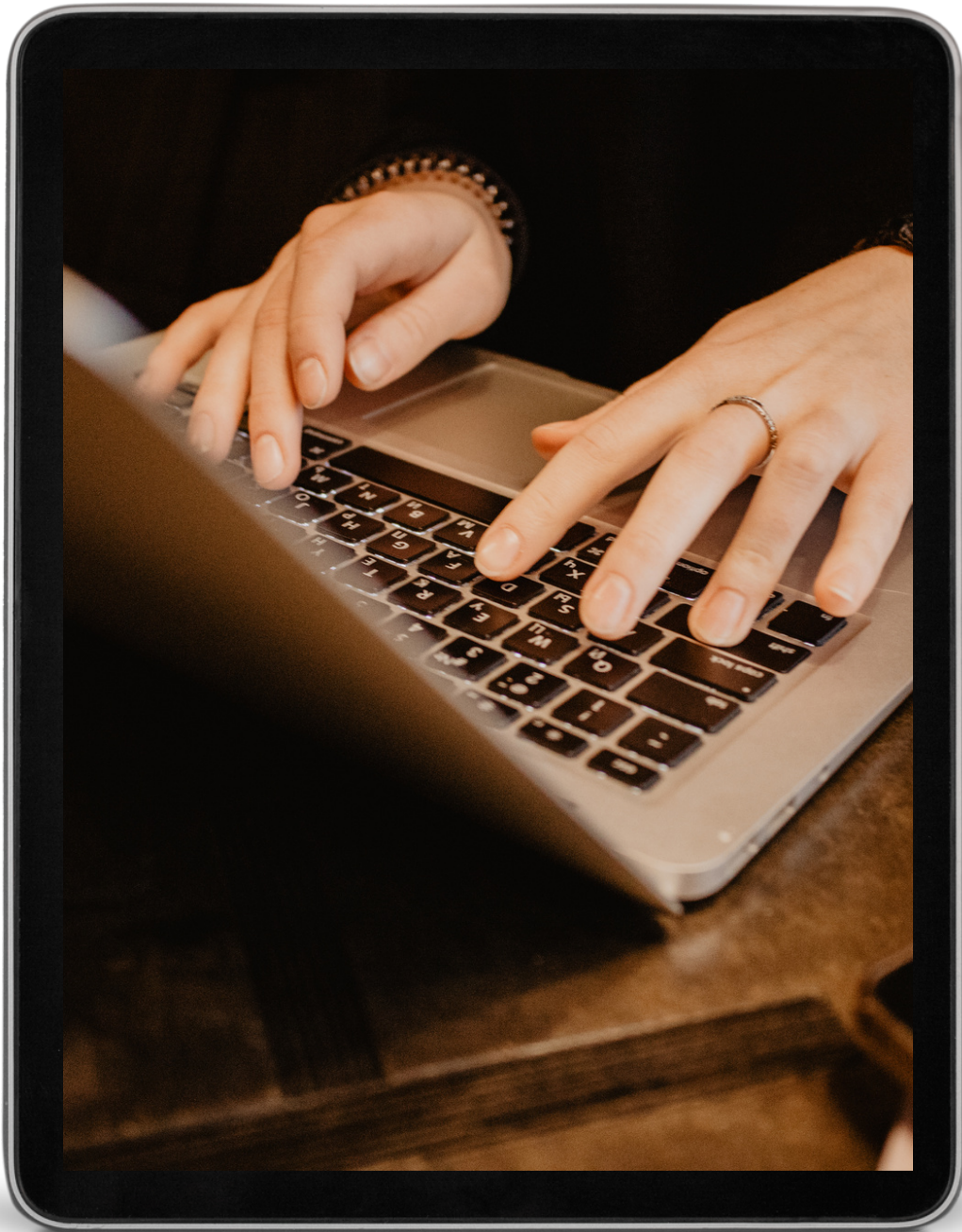
Jutellaan lisää ja katsotaan, miten voin auttaa sinua eniten. Kenties vuoden kuluttua sinäkin voit ylpeänä kertoa tämänkaltaisia asioita:

*"Olen myynyt kolmen viimeisen vuoden aikana verkon kautta lähes miljoonalla eurolla terapiaa, kirjoja, verkkokursseja ja koulutusta. Ja siitä voin kiittää Tiiaa. Ei hassumpi tulos muutaman sadan euron satsauksesta Tiian valmennukseen." – **Katja***

Nollasta 1 000 000 € bloggaamalla



Yhteenveto





Tärkeimmät asiat tästä käsikirjasta ovat nämä:

Se, mikä toimii, pidä.
Se, mikä ei toimi, muuta.
Tilastot eivät valehtele.
Eurot valehtelevat.

Blogit ovat edelleen vahva osa kuluttajien
ostospäätösprosessia.

Muista, että myös yrityksissä on ihmisiä, jotka tekevät
ostopäätöksiä. Kirjoita siis aina ensin ihmiselle ja optimoi vasta
sen jälkeen.

Jos sinulla on blogi mutta se ei tuota liidejä tai kauppaa, on aika
tehdä jotain eri tavalla.

Jos et tiedä mitä, ota yhteyttä. Minä ja tiimini autamme
mielellämme.

Bloggaaminen on maraton, ei pikajuoksu.

Bloggaaminen on vain yksi osa asiakkaan koko
ostospäätösprosessia.

Tunnistamalla asiakkaan ostosyklin tiedät, miten paljon tuotat
sisältöä, jotta hän uskoo ja luottaa sinuun ostaakseen sinulta
jotain.



"Laadukas blogiteksti
on kuin taideteos,
joka ansaitsee lukijan
jakamattoman
huomion."

–Tiia Konttinen

Nollasta 1 000 000 € bloggaamalla



Tekijänoikeus





Olen tehnyt helvetisti töitä seitsemän vuoden aikana.

Arvostan itseäni, osaamistani, työtäni, saavutuksiani sekä sisältöäni todella paljon.

Toivon, että kunnioitat minua ja osaamistani, etkä

- jaa tätä käsikirjaa muille
- julkaise tässä käsikirjassa annettuja vinkkejä ominasi
- kopioi tätä käsikirjaa ja myy sitä omanasi.

Toivon myös, että viittaat reilusti minuun ja tähän käsikirjaan joka kerta, kun kerrot, mitä olet minulta oppinut.

Linkkiä sivulle, jolta tämän käsikirjan voi ladata, saa jakaa mielin määrin (<https://tiiakonttinen.fi/miljoona-bloggaamalla>). Myös blogitekstiä, jossa puhun tästä saavutuksesta saa jakaa mielin määrin (<https://tiiakonttinen.fi/miljoona-euroa-bloggaamalla/>).

Itse asiassa kaikkia blogitekstejäni saa jakaa niin paljon kuin sielu sietää ja sydän halajaa.

Teen tätä suurella sydämellä ja palavalla intohimolla, ja teen kaikkeni sen eteen, että sinä saavutat loistavia tuloksia.

Tässä käsikirjassa näytetyt tulokset on saatu väsymättömällä työllä. Uskon vahvasti siihen, että jokaisella on yhtäläinen oikeus ja mahdollisuus näihin tuloksiin.

En ole piilottanut sinulta mitään olennaista tietoa. Siksi olen liittänyt tähän käsikirjaan kuvakaappauksia tuloksista ja tilastoista, jotta pystyt itse todentamaan kertomani oikeaksi.

Nollasta 1 000 000 € bloggaamalla



Tiia Konttinen





Syntynyt syyskuussa 1979 Pieksämäellä.
Asuu tällä hetkellä Kuopiossa, Savon sydämessä.
Aloittanut mansikanpoimijana 11-vuotiaana ja tienannut
kesäisin rahat niin polkupyörään, mankkaan kuin CD-levyihin.

Tehnyt töitä matkaoppaana Tjäreborgilla, myyjänä Alkossa,
Citymarketissa ja Sparissa sekä henkilökohtaisena
pankkineuvojana Nordeassa.

Kasvattanut erityiskaksoset (adhd/add) yksin siitä lähtien, kun
kaksoset olivat 6 kuukauden ikäisiä. (Nyt he ovat 19-vuotiaita.)

Omaksunut yrittäjän mentaliteetin jo pienestä pitäen.

Saa kicksit siitä, kun opiskelija onnistuu tai asiakas saa tuloksia.
Itkee ilosta ja kiitollisuudesta jokaisesta palautteesta, jonka saa.

Ärsyyntyy, jos lupauksia ei pidetä, eikä voi sietää ihmisiä, jotka
ajattelevat vain omaa etuaan. Yrittäjyydessä lähtökohta on aina
win-win, niin yrittäjälle kuin asiakkaallekin.

Rakastaa kissoja ja Harry Potter -leffoja, jotka katsoo vähintään
kerran vuodessa – joka vuosi.

Sydän leppyy, kun häneltä pyytää anteeksi ja myöntää
virheensä ja auttaa mielellään virheen korjaamisessa.

Omaa vahvat periaatteet, on avoin, rehellinen ja
periksiantamaton.



Palautteita

"Olen vasta toisessa päivässä menossa, ja olen jo nyt aivan täynnä intoa kaikesta inspiraatiosta mitä olen saanut!

Luulin olevani täysin varma mistä haluan kirjoittaa ja millaiset nettisivut haluan luoda, mutta sinun kurssisi tehtävät laittavat pohtimaan asiaa aivan uudella tasolla ja alan vasta nyt ymmärtämään mitä OIKEASTI haluan! :) Tämä on niin siistiä! Kiitos suuresti." – Helena

"Olen seurannut suurella mielenkiinnolla viikkokirjeitäsi jotka napsahtanut aina ajalleen postilaatikkoon. Sisältö on erittäin laadukasta ja innostavaa ja oman blogin/e-kirjan aloittaminen alkaa olla minullakin lähellä.

Olen myös seurannut Norjalaisia sekä kansainvälisiä blogivalmentajia ja sanonkin suoraan että sinun sisällöstä löytyy se aidoin ihmisistä ja asioista välittäminen ja halu auttaa muita eteenpäin samassa genressä tulee vilpittömästi. Totta kai rahakin on tärkeä mutta se ei ole se prioriteetti yksi, sinulla on tunteen paloa kirjoittamista kohtaan ja se on jo elämäntapa. Ei pelkkä työ. Näiden seikkojen johdosta ja että koska olen suomalainen päätinkin jatkaa ehdottomasti sinun joukkueessa ja julkaista blogini mahdollisimman nopeasti.

Otan sinuun yhteyttä ennen sitä ja katsotaan kuinka tästä eteenpäin." – Jaakko



Palautteita

"Pakko kyllä sanoa, että sun tekemisen taso on erittäin korkeatasoista. Vaivannäkö on havaittavissa kautta linjan. Harva pystyy samaan tässä maassa." – **Timo Hyväri**

"Tiia sinä olet ihana. Välillä tulee sellainen tunne, voiko noin ihanaa ihmistä ollakaan = kyllä voi. Sain todella paljon tästä videosta, kiitos. Kuuntelin sitä kävellessäni Kaivopuiston rantaan. Välillä hyvän olon tunne sai ääneen naureskelun ja kävi mielessä mitä vastaantulijat ajattelevat. Ei mitään ja mitä sitten, toivottavasti tartutin iloa heille, mitä sinä tartutit minulle. Kiitos Tiia! Ihanaa päivää sinulle!" – **Palaute**

"Aloitin lukemaan blogiasi eilen ja jäin heti koukkuun." – **Elisa**

"Kiitos! Tykkään kun teet tätä työtäsi niin suuuuuuurella sydämellä!! Varmaan siksi muutenkin sulla on laatu ihan eri luokkaa kuin muilla. Olen tosi iloinen että tartuin juuri sun tarjouksiin 😊" – **Anna**

"Halusin vaan kertoa että oon aivan lovena suhun! Tai siis sun juttuihin. Oon aina ajatellut ettei musta ikinä tule bloggaajaa. Ensin ajattelin eteen halua, sitten etten ehdi, sitten etten osaa. Viime viikolla löysin (uudelleen) sun sivut ja nyt oon niin liekeissä. Nyt tiedän että haluan, ehdin ja osaan kunhan vaan aloitan ja opettelen sun ohjeilla. Kiitos kun olet!" – **Laura**



Palautteita

Olen lukenut, tai no suorastaan ahminut sun tekstiä nyt viikon verran! Hienoa matskua! Kaikesta sun tekemisestä huokuu sellainen intohimo ja yhdessä tekemisen meininki. Kertomasi asiat ja koko toiminta perustuvat kiltteyteen ja avoimuuteen ja sellaista mentoria on helppoa ja turvallista itse seurata ja ottaa oppia!

– Senni

"Sain ystävältä eilen innostuneen viestin ja kiitokset vinkistä (vinkkasin hänelle sun valmennuksesta). Hän oli kuulemma saanut monia ideoita ja oli todella innostunut.

Tänään hän viestitti vieläkin innostuneempänä, koska oli keksinyt, kuinka blogilla lanseeraa tuotettaan ja saa rahoittajat ymmärtämään, että tuotteelle on tilausta. Ja kuulemma on muitakin ideoita ja tulossa lisää.

Olet Paras Osaamisen Levittäjänä ja Inspiroijana" – Irma

"Lämpöiset kiitokset Tiia.

Tiedoksi, että olet paras asian kouluttaja ja siksi olen suositellut sinua aina vaikka ei ole kysyttykään!" – Opiskelijan palaute

"Kyselin sinun opiskelijoilta sisällöntuotantoa, koska itsellä ei aikaa nyt ole. Yksi toisensa jälkeen kertoi, että töitä on enemmän kuin ehtivät hoitaa. Hyvin olet opiskelijat opettanut." – Palaute



Klikkaa kuvaa ja lue lisää



Lämminhenkinen ja
vertaistuellinen yhteisö, jossa
koulutamme sinusta
digimarkkinoinnin ja sisällöntuotannon
asiantuntijan.



Henkilökohtainen
mentorointiohjelma
yrittäjille



Palvelut yrityksille ja yrittäjille

- Sisällöntuotanto (blogitekstit, asiakascaset, uutiskirjeet, sosiaalinen media)
- Verkkokurssien lanseeraukset avaimet käteen -projektityönä 4–5 kuukautta
- Verkkokurssien lanseeraussuunnitelmat
- Markkinoinnin ja myynnin automaatiot, Active Campaignin integrointi Woocommerceen
- Koulutukset ja hankkeet
- Yritysluennot
- Kaupalliset yhteistyöt

Varaa maksuton tapaaminen tästä, jutellaan lisää. Tapaaminen ei sido eikä velvoita sinua mihinkään.



Ota yhteyttä

asiakaspalvelu(at)tiiakonttinen.fi

044-231 4679 (ma-to 9-16)

[Instagram](#)

[LinkedIn](#)

Varaa maksuton tapaaminen tästä, jutellaan lisää. Tapaaminen ei sido eikä velvoita sinua mihinkään.

<https://tiiakonttinen.fi/>

<https://bloggaajastaammattilaiseksi.fi/>