

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala			
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma			
Työn tekijä Henri Karlstedt			
Työn nimi Uusasiakashankinta mainostoimistossa – Case Mainostoimisto Crealab			
Päiväys	27.2.2014	Sivumäärä/Liitteet	42/2
Ohjaajat Jari-Pekka Jääskeläinen, Anneli Juutilainen			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani Mainostoimisto Crealab			
Tiivistelmä			
<p>Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia ja kehittää mainostoimiston uusasiakashankintaa. Toimeksiantajana toimiva Mainostoimisto Crealab on palveluyritys, joka sijaitsee Kuopiossa. Opinnäytetyön aihe on syntynyt tutkijan aloitteesta ja vakiintunut lopulliseen muotoonsa yhteistyössä Mainostoimisto Crealabin kanssa.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys käsittelee palveluyritykselle tärkeitä asioita uusasiakashankinnassa. Teoriaosuus käsittää alalle merkittävät käsitteet, kuten arvontuotantoprosessin ja strategiset kilpailukeinot. Lisäksi uusasiakashankinnan prosessi käsitellään mainostoimiston näkökulmasta katsottuna.</p> <p>Opinnäytetyössä on suoritettu laadullinen tutkimus ja se on toteutettu kesällä 2013 työharjoittelun yhteydessä. Tutkimusmenetelmänä on ollut osallistuva havainnointi. Opinnäytetyöprosessi ja työharjoittelu ovat tukeneet toisiaan kirjoittamisen aikana ja opinnäytetyön kirjoittaminen on jatkunut työharjoittelun päätyttyä syksyllä ja talvella 2013–2014. Osallistuva havainnointi on tarkoittanut kirjoittajan osallistumista työharjoittelijan roolissa toimeksiantajan joka päiväisiin liiketoiminnan prosesseihin.</p> <p>Opinnäytetyön lopputuloksena ovat kehitysehdotukset, jotka on luotu teoreettisen viitekehysten aiheista sekä tutkimuksessa ilmenneiden huomioiden yhdistelmänä. Kehitysehdotusten on tarkoitus herättää ajatuksia toimeksiantajayrityksessä sekä niitä on mahdollista toteuttaa halutulla tavalla tulevaisuudessa. Tutkimustulosten pohjalta voidaan todeta, että muutamissa prosesseissa Crealabilla on potentiaalia kehittää toimintaansa entistä kattavammaksi ja tehokkaammaksi.</p>			
Avainsanat Mainostoimisto, Uusasiakashankinta, Palvelujen markkinointi			

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration			
Author Henri Karlstedt			
Title of Thesis Acquiring new business and customers in advertising agency – case Mainostoimisto Crealab			
Date	27.2.2014	Pages/Appendices	42/2
Supervisors Jari-Pekka Jääskeläinen, Anneli Juutilainen			
Client Organisation /Partner Mainostoimisto Crealab			
<p>Abstract</p> <p>This thesis discusses how an advertising agency acquires new customers and develops new business. The commissioner of this thesis is Mainostoimisto Crealab, a company that produces marketing services and is located in Kuopio.</p> <p>The theoretical part of this thesis deals with issues that a company producing services must take into account when expanding its client base. Concepts important to the business such as value creating and strategic advantages are discussed. The process of finding new customers is described from the viewpoint of an advertising agency.</p> <p>The thesis includes a research, which was carried out in summer 2013 during the author's practical training. The research method applied is participant observation, in which the researcher takes part in tasks and processes at the workplace. The thesis process and practical training supported each other during the writing of the thesis. The thesis suggests development ideas for the commissioner. They combine the theoretical framework and the observations made during the research. These suggestions are meant to create new ideas and conversation. Based on the research results, the commissioning company has potential to develop its operations, business and efficiency.</p>			
<p>Keywords</p> <p>Advertising agency, New business, Services marketing</p>			