

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala			
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma			
Työn tekijä Sari Lyytikäinen			
Työn nimi Markkinointikampanjan suunnittelu ja toteutus Yritys X			
Päiväys	27.9.2015	Sivumäärä/Liitteet	40/4
Ohjaajat Riitta-Liisa Komulainen Pentti Mäkelä			
Toimeksiantaja Yritys X			
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyöni käsittelee Yritys X:n markkinointikampanjoiden suunnittelua ja toteutusta. Opinnäytetyöni on rajattu koskemaan Yritys X:n keräilykampanjoita, joita järjestetään kaksi kertaa vuodessa, keväällä ja syksyllä. Keräilykampanjoiden tarkoituksena on, että asiakkaat voivat leimoja keräämällä lunastaa kampanjatuotteita puoleen hintaan. Leimoja kertyy päivittäistavaraostoksista.</p> <p>Opinnäytetyöni tavoitteena oli tutkia asiakkaiden tyytyväisyyttä näihin kampanjoihin ja niiden tuotteisiin, sekä löytää kehityskohteita tulevaisuutta ajatellen. Opinnäytetyöni koostuu teoriaosuudesta, jossa käsittelen markkinointiviestintää, mainontaa ja kampanjointia sekä tutkimustuloksista ja niiden analysoinnista. Opinnäytetyöni tutkimusmenetelmänä käytin kvantitatiivista survey-tutkimusta, jonka aineisto kerättiin asiakaskyselyllä. Asiakaskyselyyn vastasi yhteensä 528 henkilöä. Lisäksi haastattelin Yritys X:n osastopäällikköä taustatietoja saadakseni.</p> <p>Tutkimustuloksista selvisi, että asiakkaat ovat olleet pääsääntöisesti tyytyväisiä keräilykampanjoihin. Erityisesti tuotteiden laatuun oltiin erittäin tyytyväisiä. Asiakkaat arvostivat myös tuotteiden kotimaisuutta ja toivoivat tämän linjan jatkuvan tulevaisuudessakin. Tutkimuksen mukaan keräilykampanjat koetaan mielenkiintoisina, mutta ne eivät kuitenkaan vaikuta merkittävästi asiakkaiden ostospaikan valintaan. Myös keräilytuotteisiin toivottiin enemmän vaihtelua ja kysyttäessä mitä tuotteita asiakkaat haluaisivat kampanjoissa nähdä, mielenkiintoisimmaksi keräilytuoteryhmäksi nousikin kodin elektroniikka. Tutkimuksessa esille nousi myös paljon muita hyviä kehitysehdotuksia tuleviin kampanjoihin liittyen.</p>			
Avainsanat Markkinointi, kampanjat, markkinointitutkimus			

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration			
Author Sari Lyytikäinen			
Title of Thesis Designing and implementing a marketing campaign for Company X			
Date	27.9.2015	Pages/Appendices	40/4
Supervisors Riitta-Liisa Komulainen Pentti Mäkelä			
Client Organisation /Partners Company X			
<p>Abstract</p> <p>The subject of my thesis is designing and implementation of a marketing campaign for Company X. Company X implements these campaigns twice in a year and the purpose of campaigns is that the customer can buy campaign products half-price by collecting stamps. Customers receives stamps for their grocery purchases.</p> <p>The aim of this thesis was to study customer's satisfaction about these campaigns and its products. The purpose was also to be able to find some development targets for the future. This thesis consists of a theoretical section that is based on marketing and campaigning and the market research and its results and analysis. As a research method I used a quantitative survey by doing inquiry for Company X's customers. By inquiry I got 528 answers. The department manager's interview was also a part of this survey.</p> <p>The results of the survey revealed that the customers were mostly satisfied with campaigns and its products. Customers were especially satisfied with the quality of products. Customers appreciated domestic products and they hoped that the same policy will continue in the future. However, according to the research customers would like to see more variety in the campaign products. As the most interesting product group customers mentioned home electronics. In the research also came up many other good development ideas for the future.</p>			
Keywords Marketing, campaigning, marketing research			