

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Henna Koivisto	
Työn nimi Markkinointiviestintä vuokra-asuntomarkkinoilla	
Päiväys	14.5.2018
Sivumäärä/Liitteet	49
Ohjaaja(t) Minna Tarvainen, Ari Pitkänen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Yritys X	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön aiheena on markkinointiviestintä vuokra-asuntomarkkinoilla. Toimeksiantajana tässä työssä on kuopiolainen vuokravälitysyriety. Toimeksiantajayrityksen tavoitteena on saada asiakkaiskseen enemmän nuoria, mutta tarkalleen ei tiedetä kuinka se onnistuisi. Tässä työssä pyritään löytämään konkreettista tietoa siitä, mistä nuoret (15–25-vuotiaat) etsivät vuokra-asuntoja, ja mistä medioista vuokravälitysyriety tavoittaisi heidät parhaiten.</p> <p>Teoreettinen viitekehys koostuu uusasiakashankinnasta sekä markkinointiviestinnästä. Jälkimmäisessä osiossa on tarkasteltu markkinointiviestinnän sekä digitaalisia että perinteisiä keinoja, ja tehty vertailua niiden välille. Tässä opinnäytetyössä hyödynnettiin monipuolisesti alan kirjallisuutta sekä niiden tueksi internetlähteitä.</p> <p>Teorian tueksi haluttiin ottaa määrällinen tutkimus, joka toteutettiin kyselylomakkeena. Tutkimusaineisto kerättiin nuorille suunnatussa ura- ja rekrytointitapahtumassa, jossa toimeksiantajayriety oli mukana. Tutkimuksessa haluttiin selvittää nuorten asumismuoto, toimeksiantajayrietyksen tunnettuus sekä vuokra-asuntojen etsimiseen käytetyt lähteet.</p> <p>Tutkimuksesta saatiin paljon hyödyllistä tietoa halutulta kohderyhmältä, mutta myös vanhemmilta henkilöiltä vertailun vuoksi. Tutkimukseen osallistui paljon opiskelijoita, mutta myös työssäkäyviä sekä työttömiä/työnhakijoita. Tutkimuksesta tehtiin myös johtopäätöksiä pohjaten saatuja tietoja teoriaan.</p> <p>Tutkimustulosten sekä teoreettisen viitekehysten pohjalta toimeksiantajayrietykselle annettiin konkreettisia kehitysehdotuksia markkinointiviestintään, jotta he pääsisivät tavoitteeseensa saada asiakkaisiksi enemmän 15–25-vuotiaita.</p> <p>Yhteenveto-osiossa tarkastellaan opinnäytetyön kokonaisuutta sekä pohditaan kriittisesti omia onnistumisia ja epäonnistumisia. Yhteenvedossa käydään läpi opinnäytetyön loogisuutta ja johdonmukaisuutta ja tarkastellaan, päästiinkö haluttuun tavoitteeseen. Lopuksi esitellään mahdollisia jatkotutkimusaiheita.</p>	
Avainsanat uusasiakashankinta, markkinointiviestintä, sosiaalinen media, digitalisaatio, segmentointi	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business Administration			
Author(s) Henna Koivisto			
Title of Thesis Marketing communications in the rental housing market			
Date	14.5.2018	Pages/Appendices	49
Supervisor(s) Minna Tarvainen, Ari Pitkänen			
Client Organisation /Partners Company X			
<p>Abstract</p> <p>The subject of this Bachelor's Thesis is Marketing communications in the rental housing market. The client for this Thesis is a housing rental agency in Kuopio. The primary aim for the client is to get more young adults as their customers, but the company does not exactly know how to reach them. Thus, the main objective of this Thesis is to find concrete information about where young adults (15- to 25-year olds) are looking for houses for rent. A further aim is to find the right media for the client where to reach the desired target group.</p> <p>The theoretical part of this Thesis consists of first-time customer acquisition and marketing communications. In the marketing communications chapter the purpose is to examine and compare both digital and traditional tools. The research utilizes plenty of literature and internet sources as source material.</p> <p>In addition to the theoretical part, there is an empirical part, which was implemented by using quantitative methods. The research data was collected through a survey in a recruiting event where also the client company participated in. The event was targeted to young adults who are seeking for a job or a place to study. The aim of the survey was to find out how young people live, how they are looking for rental apartments and to investigate their awareness of the client company.</p> <p>The study yielded ample resources of useful information on the desired target group, but also on older people for comparison. The survey was responded by a large number of students, but also working and unemployed people as well as job-seekers. The conclusions of the research results were also based on theoretical information.</p> <p>As indicated by the results of the research and through the theoretical framework, the client company was provided with concrete development proposals for marketing communication implementation to reach their goal of acquiring more customers aged 15-25 years old.</p> <p>To conclude, the summary section reviews the thesis project in its entire scope and critically reflects on the author's own successes and failures. The summary evaluates the logic and consistency of the Thesis and examines whether the desired aim is achieved. Finally the thesis presents potential further research topics.</p>			
<p>Keywords acquisition of new customers, marketing communications, social media, digitalization, segmentation</p>			