

# Helsinkikuvia.fi

## Kokemuksia rajapintojen avulla toteutetusta ”automaattisesta” kuvakaupasta

Aki Pohjankyrö, tutkija, kuvakokoelmat, Helsingin kaupunginmuseo  
& Kulttuurin ja vapaa-ajan toimialan viestintä- ja markkinointipalvelut /Museotiimi

Helsinki

Kulttuurin ja vapaa-ajan toimiala

# Helsinkikuvia.fi valokuvatulosteiden myynti ja kampanjat

# Helsinkikuvia.fi

## valokuvatulosteiden myynti

- Rajapinnat:
  - Kuvien valmistus ja toimitus Printmotor Oy (Whyprint/Herttoniemi)
  - Maksuvälityspalvelu Bambora Oy
- Viestintä
  - Helsinkikuvia.fi lanseerattiin huhtikuussa 2017
  - Ensimmäisen vuoden viestinnän kärki ”lataa ja käytä ilmaiseksi”
  - Vedoskauppa alusta asti mukana kokeiluna, mutta ei mukana tiedotuksessa ennen kesää 2018
- Tulokset
  - Myynti alun kävijäpiikin jälkeen hyvin pientä
  - Lisäpalvelu ja osa kokonaisuutta, ei niinkään tulonhankintaväylä
    - Menot, erityisesti markkinointikulut, ylittävät tulot – uusia ratkaisuja?
  - Viestintä, markkinointi ja näkyvyys tärkeää

# Helsinkikuvia.fi

## valokuvatulosteiden myynti

- Rajapinnat toimineet itsenäisesti hyvin, vain vähän asiakaspalvelutyötä
- Toisaalta tilausmäärät vähäisiä – suuremmilla tilausmäärillä resursseja vaadittaisiin enemmän. (Kuinka perusteltua on suunnata tähän resursseja? Mikä on museon tehtävä ja tavoitteet?)
- Hintatason/katteen optimointi tämän mukaan (hintaverrokkina muut kuvakaupat ja esim. Rijksmuseumin julistekauppa)
- Tuotevalikoiman laajentaminen? Esim. postikortteja toivottu. Tässä huomioitava mm. tavoitteet (mihin pyritään? selkeys, viestintä); vaadittava kehitystyö vs. palvelun todellinen kysyntä/tarve

# Helsinkikuvia.fi

## valokuvatulosteiden myynti

- Suhde museon muihin (kuva)palveluihin
  - Helsingin kaupunginmuseo valmistaa ja myy edelleen vedoksia myös paikan päällä. Mikä on hinta- ja laatuero eri palveluissa?
  - Samaan järjestelmäarkkitehtuuriin perustuva ”kuvakioski” käytössä 2018 syksystä eteenpäin museon kuva-arkistossa
    - Mahdollista tilata mikä tahansa Helsinkikuvia.fi:ssä oleva kuva heti mukaan, nouto ja maksu museon infotiskiltä.

# Kesäkampanja 2018

- [Helsinkikuvia.fi](https://helsinkikuvia.fi):n kesämyntikampanja
- Kaikki tulosteet -30%
- 14.7.-1.8.2018
- Tavoitteena palvelun tunnettuuden lisääminen ja myynnin edistäminen hiljaisimpana kesäkautena

# Joulukampanja 2018

- [Helsinkikuvia.fi](https://helsinkikuvia.fi):n joulumyyntikampanja
- Kaikki tulosteet -30%
- 26.11.-14.12.2018
- Tavoitteena palvelun tunnettuuden lisääminen ja myynnin edistäminen joulun sesonkiaikana

# Joulukampanjan tavoitteet

- Myynnin edistäminen
  - 2017 joulukuussa 11 tilausta
  - 2018 kesäkampanjan aikana 17 tilausta
  - Syyskuussa 2018 7 tilausta, lokakuussa 2018 15 tilausta
- Tavoite: 90 tilausta joulun kampanja-aikana
- Palvelun tunnettuuden lisääminen
  - Palvelun kävijämäärät nousuun
  - Pidemmän tähtäimen myynnin kasvu ("long tail")



# Kohderyhmä

- Helsinki-rakastajat (=yksi kaupunginmuseon tähtiasiakasprofiileista)
- Valokuvista, sisustamisesta ja Helsingin historiasta kiinnostuneet nostalgikot

# Omat kanavat

- [Helsinkikuvia.fi](https://helsinkikuvia.fi)-palvelun etusivu
- [Helsinginkaupunginmuseo.fi](https://helsinginkaupunginmuseo.fi)
- Työn alla -blogi
- Museon uutiskirje
- Infonäytöt, Hakasalmen huvila ja kaupunginmuseo
- Kuvaseleamoon mainostuloste (suunniteltiin mutta ei tehty)

# Helsinginkaupunginmuseo.fi

- Etusivun kuvakaruseelli
- Etusivun nosto, uutinen
- Työn alla -blogi

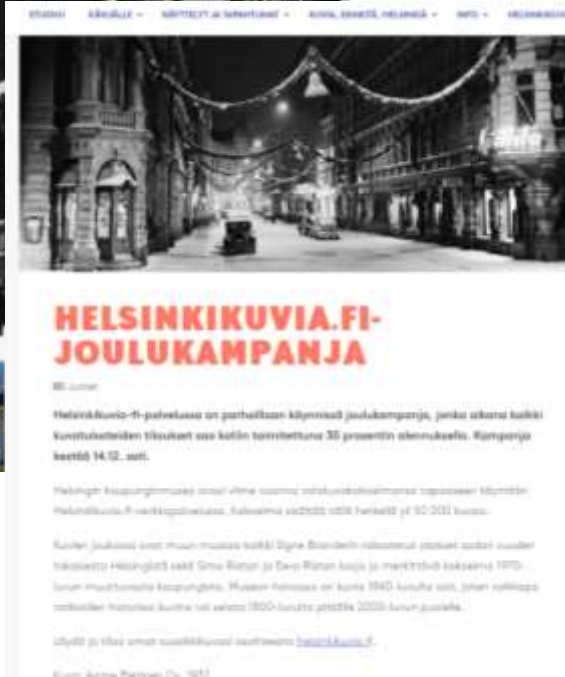


## JOULUPUKKI – TUO MYTTINEN JA RISTIRIITAINEN HAHMO


Työn alla -blogi

Tämä kirjoitus valottaa hänen toimintatapaansa ja motiivejaan Helsingissä.

Joulupukkiin liittyy erilaisia uskomuksia. Monesti niitä muokkivat markkinavoimat tai marssiöönnöt, kuten ettei lapsia saisi pelotella tai ettei joulupukki saisi juoda viinaa. Oheis- mielenkiintoista, miten ja miksi erilaiset uskomukset ovat yleistyneet.



# Mainoskampanja

- Facebook
- Instagram
- Google Adwords
- Radio Helsinki
  - 2 uutta spottia 
  - Radion Joulukalenteriluukku 5.12.
- Digitaalista ulkomainontaa 8.-14.12., ratikat, metrot ja Forumin näytöt
- Bloggariyhteistyö
  - Eeva Kolu / Uusi Muusa (toteutui tammikuussa 2019)
  - Blogikirjoitus, Instagram-postaus ja -story tammikuussa



Diginäyttökampanja



Rakastu jouluiheen Helsinkiin! Tämä ja yli 50 000 muuta Helsinki-kuvaa löydät osoitteesta [www.helsinkikuvia.fi](http://www.helsinkikuvia.fi). Osta oma lempijulisteesi nyt jouluhintaan -30%. Kampanja on voimassa 14.12. asti.

Tästä osoitteella: [helsinkikuvia.fi](http://helsinkikuvia.fi)

Radio Helsingin joulukalenteri



Näytä kävijätiedot

Markkinoi



Tykkääjät tiimeris ja 8 160 muuta

**helsinginkaupunginmuseo** Rakastu jouluiheen Helsinkiin! 🎄🗺️🌐 Tämän ja yli 50 000 muuta Helsinki-kuvaa löydät osoitteesta [helsinkikuvia.fi](http://helsinkikuvia.fi).

Some-kampanja

# Seuranta

- Myytyt julisteet
- Palvelun kävijämäärät
- Some-näkyvyys
- “Long tail” / pidemmän tähtäimen vaikutus

# Tulokset

- 65 tilausta kampanjan aikana
  - XX lisäys kampanjan jälkeen ("long tail")
- **Nettisaitin luvut ja vertailut viime vuoteen**
- Museon historian suosituimmat some-postaukset
  - **Instagram-kuvat tavoittivat XX henkilöä ja saivat XX tykkäystä**
  - **Facebook**

# Kehitysehdotukset

- Mobiilikäytettävyys
  - Lataaminen ei aina onnistu
  - Tekstien sijainnit ja koot
- Helsingin kuvien.fi-albumien jakaminen
- Kuvien omat linkit pysyviksi (roadmapilla seuraavana)
- Kustannustehokas täsmäviestintä kohderyhmäkohtaisesti?
  - vs. perinteinen/kallis massaviestintä
  - Tammikuun 2019 blogiyhteistyön (Eeva Kolu / Uusi Muusa) tulokset vielä analysoimatta
- Käytäntöjen tarkentaminen yhteistyökumppaneiden kanssa (esim. ruuhkatilanteet kuvavalmistamon puolella, vastuutukset (viestintä, reklamaatiot))



# Kiitos!

aki.pohjankyro (at) hel.fi

Helsinki