

Tavoitteena ajatusjohtajuus

Olette valmiita tuomaan alalle uusia ajatuksia.

☐

Oletteko sitoutuneet kehittämään ja jakamaan omaperäisiä ideoita, jotka haastavat nykyisiä käsityksiä ja voivat muuttaa toimialasi suuntaa? Onko organisaatiossanne riittävästi kokemusta aiheesta, josta voidaan ammentaa mielipiteitä ja uutta tietoa? Oletteko valmiita sijoittamaan tutkimukseen ja tiedon keräämiseen?

Pystytte tekemään sisäistä ja ulkoista muutosta.

☐

Oletteko kiinnostuneet kehittämään verkostoanne ja käyttämään asiantuntemustanne vaikuttaaksenne alan trendeihin ja suuntauksiin? Onko teillä valmiuksia kehittää jatkuvasti myös omaa toimintaanne?

Uskallatte sanoa ja tehdä jotain, jota muut eivät uskalla.

☐

Oletteko valmiita ottamaan kantaa myös kiistanalaisiin aiheisiin tai ilmaisemaan mielipiteitä, jotka voivat herättää keskustelua ja vetää huomiota?

Tavoitteena ajatusjohtajuus

☐

Tiedätte, onko toimialallanne ajatusjohtajaa ja olette arvioineet, voitteko haastaa yritystä.

Tunnistatteko kilpailijoiden vahvuudet ja heikkoudet, ja pystyttekö kilpailemaan heidän kanssaan tiedolla, näkemyksillä ja uusilla ideoilla?

☐

Olette valmiita investoimaan pitkäjänteiseen ajatusjohtajuuden strategiaan ja sisältötyöhön.

Ajatusjohtajuus vaatii aikaa ja resursseja jatkuvan laadukkaan sisällön luomiseen ja ylläpitämiseen – onko teillä resursseja ja sitoutumista tähän?

☐

Teillä on resursseja olla jatkuvasti vuorovaikutuksessa yleisönne kanssa.

Oletteko valmiita osallistumaan alan keskusteluihin, esiintymään tapahtumissa, webinaareissa ja muissa foorumeissa sekä jakamaan asiantuntemustanne esimerkiksi blogien ja sosiaalisen median kautta?

Tavoitteena niche famous

Pystytte rajaamaan tarpeeksi kapean kohdeyleisön.

☐

Onko teillä selkeä käsitys siitä, kuka on kohdeyleisönne ja pystyttekö määrittämään heidän erityiset tarpeensa sekä kiinnostuksen kohteensa eli rakentamaan ICP:n (Ideal Customer Profile)?

Uskallatte rajata sisältömarkkinoinnin osakokonaisuuden kyseiselle yleisölle.

☐

Oletteko valmiita keskittymään tiukasti valittuun kohdeyleisöön ja kohdistamaan valitut markkinointitoimet heidän erityisiin tarpeisiinsa?

Olette arvioineet, että kyseisestä yleisöstä odotettavissa vastetta suhteessa siihen panostettuun resurssiin.

☐

Onko valitsemassanne nichessä kohdeyleisössä riittävästi potentiaalisia asiakkaita, jotka voisivat olla kiinnostuneita tuotteistasi tai palveluistasi ja jotka todennäköisesti reagoivat markkinointiin?

Tavoitteena niche famous

☐

Tuotteenne tai palvelunne vastaa selkeästi kyseisen kohderyhmän tarpeisiin.

Onko tuotteenne tai palvelunne sellainen, että se todella ratkaisee tietyn ongelman tai vastaa selkeään tarpeeseen, joka valitsemallanne kohdeyleisöllä on? Oletteko saaneet palautetta tai tehneet tutkimusta, joka tukee tätä käsitystä?

☐

Olette valmiita olemaan asiantuntija tietyssä kapeassa aiheessa.

Oletteko valmiita syventämään asiantuntemustasi ja jakamaan arvokasta tietoa, joka kiinnostaa yleisöänne ja syventää myös heidän ymmärrystään?

☐

Teillä on tahtotila vahvan suhteen rakentamiseen kohdeyleisön kanssa.

Onko teillä intohimoa ja aikaa rakentaa ja ylläpitää vahvoja, luottamuksellisia suhteita kapeaan kohderyhmään esimerkiksi vuorovaikutuksen ja yhteisön luomisen kautta?