

Maineenhallinta osana Printmixin kilpailukykyä

Yksinkin huono viesti mediassa tai somessa voi kaataa huolella rakennetun yrityskuvan

HELSINKI, UUSIMAA, FINLAND, March 11, 2022 /EINPresswire.com/ -- Yksinkin huono viesti mediassa tai somessa voi kaataa huolella rakennetun yrityskuvan, jos hyviä sisältöjä ei ole rakennettu huolellisesti ajan kanssa. "Ei vara venettä kaada" -sanonta pitää myös paikkansa esimerkiksi nettikiusaamisessa, jota kohdistuu myös yrityksiin.

- Eräällä asiakkaalla oli uusi uniikki tuote, jossa kaiken kukkuraksi oli vieläpä uutisarvoakin. Tehtiin tiedote. Moni media innostui tuotteesta ja julkaisi jutun joko sellaisenaan tai

laittoi oman toimittajan tekemään juttua uudesta kuumasta liikuntavälineestä. Siitä tuli buumi miltei yhden tiedotteen ansiosta. Kassa kilisi ja asiakas oli tyytyväinen. Muutaman kuukauden kuluttua kysyin, että jatketaanko brändin rakentamista seuraavalla tiedotteella, että voidaan ohjata julkisuutta mieleiseen suuntaan, jos tulee yllätyksiä. Vaarana nimittäin oli, jos laitteen

“

Hyvän maineen ylläpitämiseksi huolehdimme siitä, että tuotamme jatkuvasti positiivista sisältöä.”

Mika-Matti Trogen

sen koommin kuulunut.



Mainetta ei kannata menettää, sen takaisin hankinta voi tulla kalliiksi.

 **PRINTMIX**

ME TEEMME LEHDEN.

Printmix Oy

kanssa liikkui väärin, saattoi vammautua vakavasti. Yrittäjä vastasi, että mitään tiedotteita ei nyt tarvita, kun asiat ovat mallillaan, muistelee erästä asiakaskeissiä Anne Lampinen, viestintätoimisto Omatoimittaja.fi:n toimitusjohtaja.

Hän jatkaa, että kyseiselle asiakkaalle kävi sittemmin köpelösti. Eräs liikunnanharrastaja teloi itsensä uutukaisessa laitteessa. Yrityksen maine sai ison kolahduksen, kauppa tyssäsi kuin seinään ja yrityksestä ei

- Yksi negatiivinen asiakaskokemus ja julkisuuteen päätnyt tieto alkoi kumuloitumaan kuin lumipallo ja lopulta kaatoi koko yrityksen, summaa Lampinen.

Mikä on tarinan opetus?

Vastaavia tarinoita erilaisissa viitekehyksissä löytyy lukuisia. Somen aikakaudella varsinkin negatiiviset viestit saavat siivet alleen. Esimerkiksi negatiivisia perättömiä tai totuuteen pohjautuvia asiakaskokemuksia jaetaan hyvin innokkaasti, paljon ahkerammin kuin positiivisia asiakaskokemuksia.

Entä jos negatiivisen sisällön taustalla on ilkeämielinen kilpailija, joka haluaa kampaattaa bisnekseksi? Tai jos törkysisältöä tehtailee tarkoituksenmukaisesti vinksahantanut asiakas, jolla on mielenterveysongelmia, mitä voit tehdä? Tai jos joku haluaa randomisti kohdistaa kaiken nettivihansa juuri sinuun tai yritykseesi, mikä neuvoksi?

- Tilanne on kimurantti. Maine on tärkeä osa yrityksen kilpailukykyä ja netissä maineen voi pilata monella tavalla. Moni yritys tarvitsee apua maineensa hallintaan, vasta kun maine on mennyt. Sen palauttaminen on kallista ja vie aikaa, mutta ei mahdotonta. Mainetta kannattaa alkaa puolustaa heti kun yritys on perustettu. Olen kirjoittanut aiheesta [blogin](#), kertoo Jukka Ikonen, Somafy Oy:n maineenhallinnan asiantuntija.

On varsin ikävää, kun uusi potentiaalinen asiakas alkaa googlailemaan tietoa yrityksestä, ja hakukone löytääkin siitä lähestulkoon ikäviä asioita. Näissä tilanteissa asiakas jatkaa googlausta ja todennäköisesti päätyy hyvämaineisen firman asiakkaaksi.

Tarinan opetus on se, jos tuotetaan hyvää positiivista yrityksen liiketoimintaa edistävää sisältöä, jonka hakukone löytää, ollaan aika vankalla mainepohjalla. Silloin huonot sisällöt jäävät hyvien varjoon. Nyrkkisääntönä voidaan pitää, että aina tulee ennemmin tai myöhemmin jotain negatiivista somen kautta hakukoneiden hakuihin. Sillä ei ole juurikaan merkitystä, onko se relevanttia vai ei, kunhan sen merkitys ei kasva määrällisesti liian suureksi. Siis hyvää sisältöä on oltava enemmän.

Viisas mies

METSEK Group Oy toimitusjohtaja-omistaja [Mika-Matti Trogen](#) on viisas mies, sillä hän panostaa hyvään maineeseen. Trogenilla on johdettavanaan useampi yritys konsernissaan. Printmix on yritysryppään lippulaiva, monipuolinen painotalo, joka on erikoistunut asiakas- ja järjestölehtiin avaimet käteen -periaatteella. Konserniin kuuluva Suomen Myyntimediat hoitaa ilmoitusmyynnin asiakkaan puolesta tarvittaviin lehtiin.

Hänen yrityksillään menee hyvin. Luottoluokitus on AAA. Telemarkkinointia tekevässä yhtiössä on oltava erittäin tarkka asiakaspalvelun laadusta.

- Hyvän maineen ylläpitämiseksi huolehdimme siitä, että tuotamme jatkuvasti positiivista sisältöä. Julkaisemme sen arvostetuilla alustoilla, jotka levittävät sisältöä.

Näissä toimissa luotamme ammattilaisiin kuten Omatoimittajaan ja Somafyyn.

”Ei vara venettä kaada” – sanonnan toimitusjohtaja Trogen allekirjoittaa oitis. Hän korostaa, että yrityksen maine on osa sen kilpailukykyä.

- Yrityksen tuotteilla, palveluilla ja organisaatiolla on maine, josta täytyy pitää huolta. Maine vaikuttaa epäsuorasti myös asiakkaisiimme, työntekijöihimme ja yrityksen johtoon. Erityisesti rekrytointitilanteessa maine on ensiarvoisen tärkeää, kun halutaan saada osaavaa henkilökuntaa, tietää Trogen.

Alkuperäinen artikkeli on julkaistu sttinfossa.

Lisätietoja:

METSEK Group Oy

[Printmix Oy](#)

Suomen Myyntimediati Oy

Mika-Matti Trogen

Vaihde: 010 319 6380 (ma-pe 10-14)

Höyläämötie 11B, 00380 Helsinki

Mika-Matti Trogen

Printmix Oy

+358 10 3196380

[email us here](#)

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/565207544>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2022 IPD Group, Inc. All Right Reserved.