



<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Oppiaine	Liiketaloustiede, Markkinointi	Päivämäärä	18.01.2011
Tekijä(t)	Emma Laaksonen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	63 s. + liitteet
Otsikko	Sissimarkkinointi markkinoinnin suunnittelussa: Konstruktiio pienen yrityksen markkinointisuunnitelmaksi.		
Ohjaaja(t)	KTT Ulla Hakala ja KTT Juha Panula		

Tiivistelmä

Rajattu markkinointibudjetti estää usein pientä yritystä markkinoimasta samoilla tavoilla ja laajuuksilla kuin isot yritykset. Pienten yritysten kohdalla markkinointisuunnitelma nähdään usein myös tarpeettomana panostuksena. Sissimarkkinointi on pienille yrityksille tarkoitettu markkinointikeino, jonka avulla pienet yritykset voivat markkinoida mahdollisimman kustannustehokkaasti ja siten kilpailla isoja yrityksiä vastaan. Sissimarkkinoinnissa markkinointisuunnitelman merkitys korostuu sillä sen avulla pieni yritys voi käyttää markkinointibudjettinsa mahdollisimman tehokkaasti ja suunnitelmallisesti. Tutkimuksen tarkoituksena on luoda konstruktiio eli suunnitelma sissimarkkinoinnin markkinointisuunnitelmaa varten. Tarkoitusta tarkennetaan seuraavien osaongelmien kautta: 1. Miten sissimarkkinoinnille ominaiset piirteet näkyvät markkinoinnin suunnittelussa? 2. Mistä vaiheista sissimarkkinointisuunnitelma koostuu? 3. Minkälaisia tuloksia konstruktion avulla luotu sissimarkkinointi saa aikaan?

Tutkimuksessa käytettiin konstruktiivista tutkimusotetta, jossa rakennetaan malleja, kaavioita tai suunnitelmia jonkin käytännössä todetun ongelman ratkaisemiseksi. Tutkimus eteni konstruktiivisen tutkimusotteen mukaisesti, jonka vaiheita ovat: 1. Mielenkiintoisen ja ajankohtaisen ongelman etsiminen 2. tutkimusaiheen ymmärtäminen 3. konstruktion rakentaminen 4. konstruktion toimivuuden testaus 5. ratkaisun liittäminen aiempaan tietoon ja teoriaan sekä uutuusarvon osoittaminen sekä 6. ratkaisun sovellettavuuden tarkastelu. Tutkimusotteen toisessa vaiheessa tutkimusaiheesta kerättiin tieteellistä informaatiota, jonka avulla tutkimuksessa rakennettiin markkinointisuunnitelman konstruktiio. Tutkimusaiheeseen tutustumalla saatiin myös uutta arvokasta tietoa sissimarkkinoinnista, josta löytyy vain vähän tieteellisiä julkaisuja. Luotua konstruktiota testattiin pienen yrityksen markkinoinnin suunnittelussa. Tutkimuksen avulla saatiin luotua pienen yrityksen tarpeisiin sopiva markkinointisuunnitelma sissimarkkinoinnin mukaisesti.

Asiasanat	Markkinointi, sissimarkkinointi, konstruktiivinen tutkimusote
Muita tietoja	