



Second-hand markkinointi

RENET Uudelleenkäytön ammattilaispäivät 7.5.

KESTÄVÄ KASVU OY

Erikoistunut kiertotalouden yritysten verkkokauppojen kasvattamiseen jotta voimme tehdä second-handin löytämisestä ja ostamisesta yhtä helppoa kuin uuden

Keskitymme datalla ohjaamiseen, testaamiseen ja tulokselliseen mainontaan auttaen asiakkaitamme kannattavan liiketoiminnan kasvattamisessa

Tiimi



Tiina-Elina Rouhiainen

Kestävä Kasvu Oy perustaja, hakumainonnan asiantuntija

Työskennellyt Dublinissa Googlella ja HubSpotilla ja Suomessa markkinointi toimistoissa mm. Fazerin, Moi Mobiilin, Finnish Design Shopin ja Tori.fi kanssa.



Martina Piira

Sosiaalisen median asiantuntija

Ex verkkokauppayrittäjä ja työskennellyt mm. maksetun sekä orgaanisen sosiaalisen median parissa mm. Sokos Hotelleiden, Arkivé Atelierin ja Osmian kanssa.

Tuotteiden priorisointi

Koska Second-hand tuotteita on vain yksi, miten algoritmi voi oppia tuotteiden myynnillisen potentiaalin?

Millä perustein tuotepohjainen mainonta toimii?

Verkkokaupan markkinoinnissa valtaosa myynnistä tulee tuotepohjaisesta mainonnasta.

Perinteisessä verkkokaupassa mainosalustojen myyntiin tähtäävät algoritmit antaa eniten mainosnäyttöä tuotteille jotka ovat historiallisesti tuoneet eniten myyntiä.

Miten näin toimivassa algoritmista käy toimialan jossa tuotteet myydään vain kerran?

[All](#) [Images](#) [Products](#) [Product sites](#) [Videos](#) [Web](#) [News](#) [More ▾](#)

[Reviews](#) [Buy](#) [For Sale](#) [Price](#) [Online](#) [Man](#) [Used](#)

Sponsored ⋮



Flos Snoopy pöytävalaisin
€799
Mjuk
Free shipping
Used
[By Google](#)



SALE
Muuto Oslo 2-istuttava sohva
€899 ~~€1058~~
Mjuk
Free shipping
Used
[By Google](#)



SALE
Sofacompany Dylan rahi
€297 ~~€349~~
Mjuk
Free shipping
Used
[By Google](#)



Vintage kirjoituspöytä
€475
Mjuk
Free shipping
Used
[By Google](#)



SALE
Swedese Lamino nojatuoli
€1189 ~~€1399~~
Mjuk
Free shipping
Used
[By Google](#)

Sponsored



Mjuk
<https://www.mjukhome.com> ⋮

Tee huonekalulöytäjä | Vähennä hävikkiä | Mjuk

Auta vähentämään huonekaluhävikkiä - Löydä kotiin kevyesti käytettyjä design huonekaluja jopa 80% huokeampaan hintaan!

Tuotepriorisointi

Second-hand liiketoiminnassa tuotteiden myynnillisyyttä ei voida arvioida tuotekohtaisesti, koska ne myydään vain kerran.

Tällöin täytyy tarkastella mitä attribuutteja tuotteessa on, jotka voidaan yhdistää historian muihin tuotteisiin ja näin arvioida tuotteen myynnillinen potentiaali.

Lamino nojatuoli

Swedese

1 189 €

Tuotekategoria
Nojatuolit

Brändi
Swedese

Kunto
Ensiluokkainen

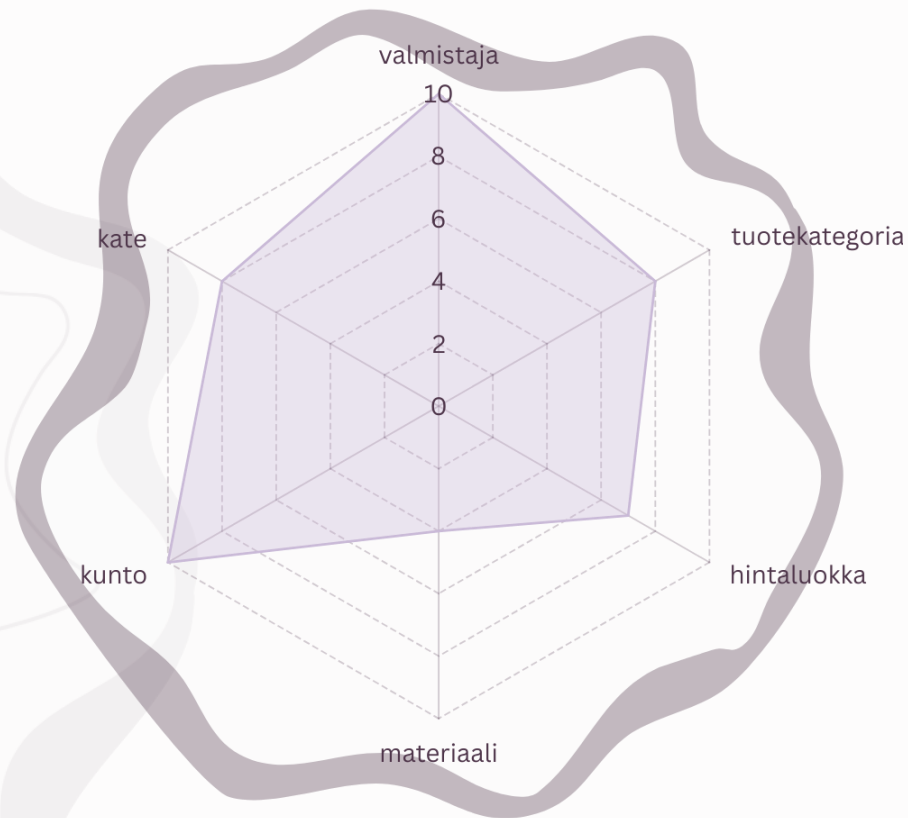
Väri
Puu / harmaa



Tuotteiden priorisointi

Tuotteiden myynnillisyyttä arvioidaan tuotetietojen sijasta tuotteiden attribuuteilla kuten brändi, valmistaja, tuotekategoria, materiaali, kunto, koko, genre, väri, tyyli, hintaluokka, kate, kuinka kauan tuote on keskimäärin myynnissä, alennusprosentti...

Seurataan kaikista tuotteista miten kyseiset attribuutit brändi, valmistaja, kategoria, genre ja/tai tuotetasolla vaikuttavat myynnillisyyteen ja lasketaan yhteen niiden potentiaali perustuen historiadataan.



Tuotepriorisointi

	pisteet	max
valmistaja	10	10
tuotekategoria	8	10
hintaluokka	7	10
materiaali	4	10
kunto	10	10
kate	8	10
pisteet 47 / 60		

top 15%

Lamino nojatuoli

Swedese

1 189 €

Tuotekategoria
Nojatuolit

Brändi
Swedese

Kunto
Ensiluokkainen

Väri
Puu / harmaa



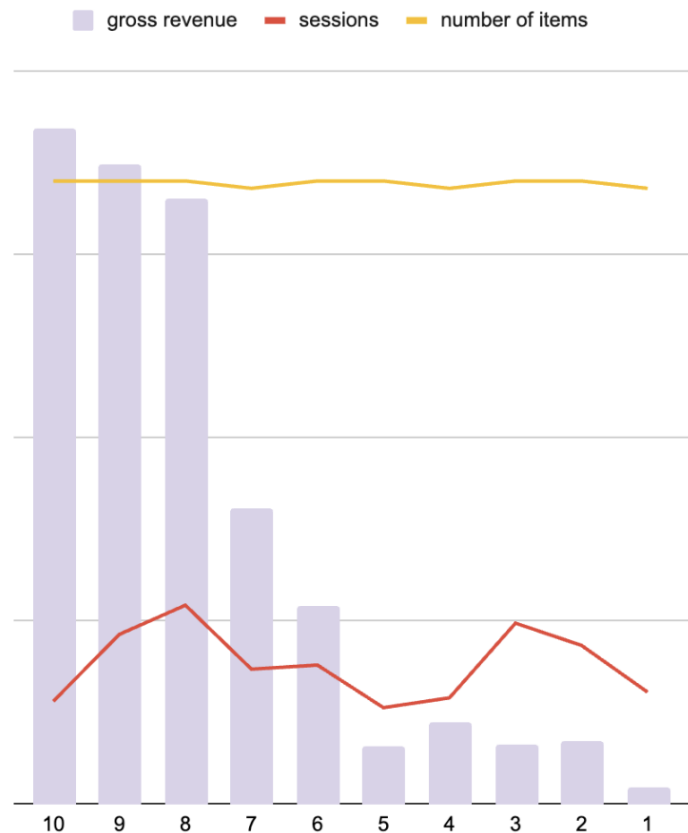
Validointi

Pisteytystä rakentaessa katsotaan attribuuttien väliset painotuksen ja validoidaan data ennen mallin käyttöönottoa historiadataalla.

Jokaisessa bucketissa on yhtä paljon tuotteita. Historiallisesti sessiot tuotesivulla ovat jakautuneet tasaisesti joka kertoo ettei mainonta ole osannut kohdistaa myynnilliseen potentiaaliin. Tuotto on kuitenkin merkittävästi korkeampi kolmessa parhaassa pisteryhmässä.

Historiaa tarkastellaan edelliseltä 24 kk

History - all points



Tuotepriorisointi mainonnassa

Google Ads:

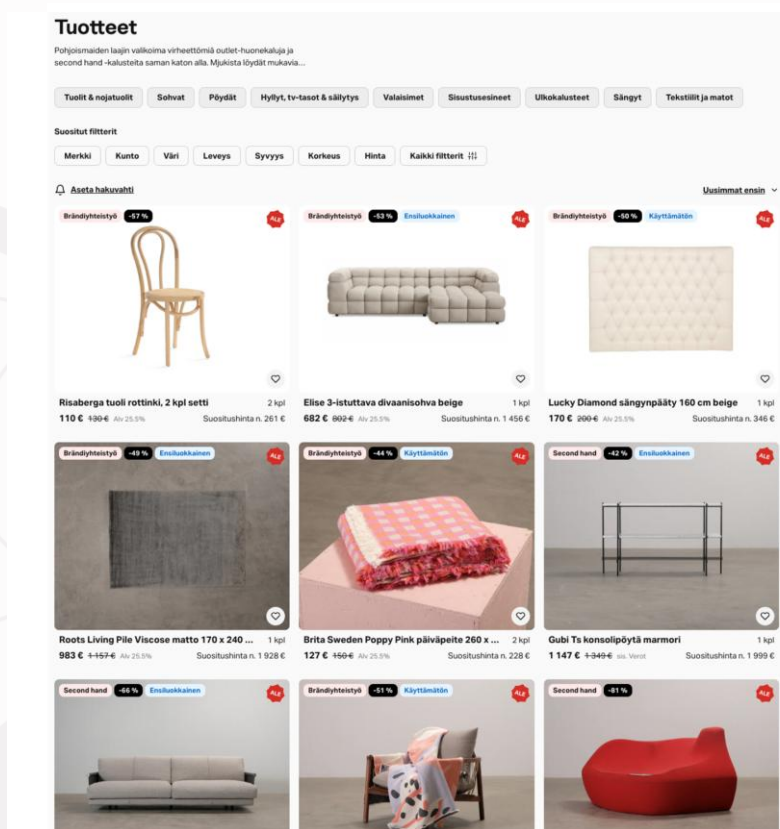
Varataan valtaosa budjetista tuotteille joiden myynnillinen potentiaali on attribuuttien perusteella korkein. Kun haetaan vintage senkkiä, näytetään se joka todennäköisesti myy.

Meta Ads:

Nostetaan prospektoivassa kampanjoissa 10-8 pistemäärän tuotteita

Uutiskirjeet ja verkkosivut:

Nostetaan priorisointimallin perusteella parhaita tuotteita esiin.



Mainoskanavissa

Priorisoinnin seurauksena voimme jakaa budjettia enemmän top tuotteille ja nostaa näiden näkyvyyttä.

Tämän lisäksi voimme olettaa että saamme nämä tuotteen myytyä korkeammalla ROAS targetilla kuin huonommin myyvät tuotteet.

Rajallisella budjetilla voimme myös rajata mainonnasta täysin ulkopuolelle tuotteet joilla ei ole myynnillistä potentiaalia kasvattaaksemme markkinoinnin ROASa entisestään.

	tuotteet	budjetti	ROAS
kampanja 1	top 20% tuotteista	60% budjetista	900%
kampanja 2	top 21-50% tuotteista	30% budjetista	650%
kampanja 3	alimmat 50% tuotteista	10% budjetista	600%

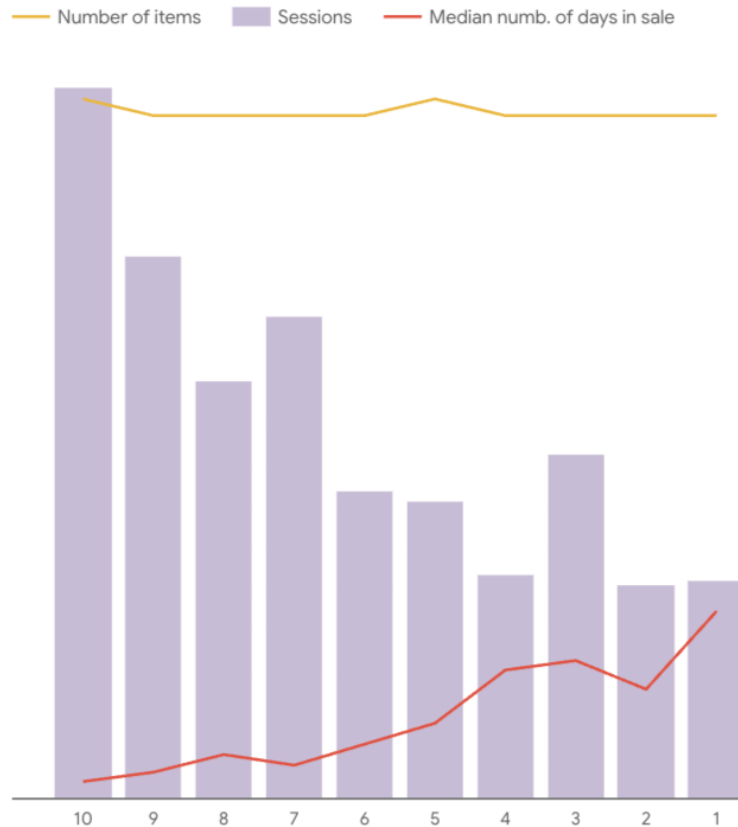


Tulokset

Pisteytysmalli vietiin mainoskanaviin (Meta ja Google Ads) jossa korkeimmille pisteryhmille annettiin valtaosa budjetista. Sessiot tuotteilla ovat nyt pisteiden kanssa synkassa.

Tuloksina saatiin jo ensimmäisen kuukauden aikana kummastakin mainoskanavasta ostoskorin lisäyksi 150% enemmän kuin ennen ja myyntiä 76% enemmän. Nyt työistämme ostojen kasvatusta implementoimalla pistemalli myös verkkosivulle jossa etusivulla ja kategoriasivuilla näytetään pistemallin suosimassa järjestyksessä tuotteet ja nostamalla myynnillisiä tuotteita uutiskirjeautomaatioilla.

Validation - Last month



Datan hyödyntäminen

Osto, hinnoittelu, kysynnän ennustaminen, varastonhallinta, varmistetaan että varastossa on oikeita tuotteita jotta myynti jatkuu

Kehitteillä data jolla voi tehdä useiden attribuuttien perusteella hinnoittelua tavoite varastonkierron saavuttamiseksi. Näin vähennetään sekä hinnoitteluun käytettyä työaikaa että tuotteiden yli- ja alihinnoittelua.

Brand points

Brand name	Quickest product sold	Median price (2 years)	Highest price (2 years)	Lowest price (2 years)	Average time to sold	In inventory	Points
Alvar Aalto		10000	15000	5000	30000	10	10
Artek		10000	15000	5000	30000	10	10
Asko		10000	15000	5000	30000	10	10

Category points

Category name	Quickest product sold	Median price (2 years)	Highest price (2 years)	Lowest price (2 years)	Average time to sold	In inventory	Points
kattovalaisin		10000	15000	5000	30000	10	10
kirjahylly		10000	15000	5000	30000	10	10
laatikosto		10000	15000	5000	30000	10	10
nojatuoli		10000	15000	5000	30000	10	10

Hakumainonnan automaatio

Skaalautuva, ajantasainen,
automaattinen ja todistetusti
halvempi sekä tehokkaampi
hakumainonta!

Hakumainonnan automaatio

Hakumainonnan laajentaminen pohjautuen ajantasaiseen tuotevalikoimaan.

Automaatio tehdään tuotefeediperusteisesti tuotekategorioille ja brändeille.

Hyväksi todettuja työkaluja esim Channable ja DataFeedWatch

- Automaattinen mainonnan skaalaus
- Mainonta vain brändeille/tuotekategorioille joita on saatavilla
- Automaattisesti lisää ja poistaa hakumainonnasta feediin perustuen
- Tuotepohjaisen tiedon lisäys mainostekstiin kuten hinta, kunto tai aleprosentti

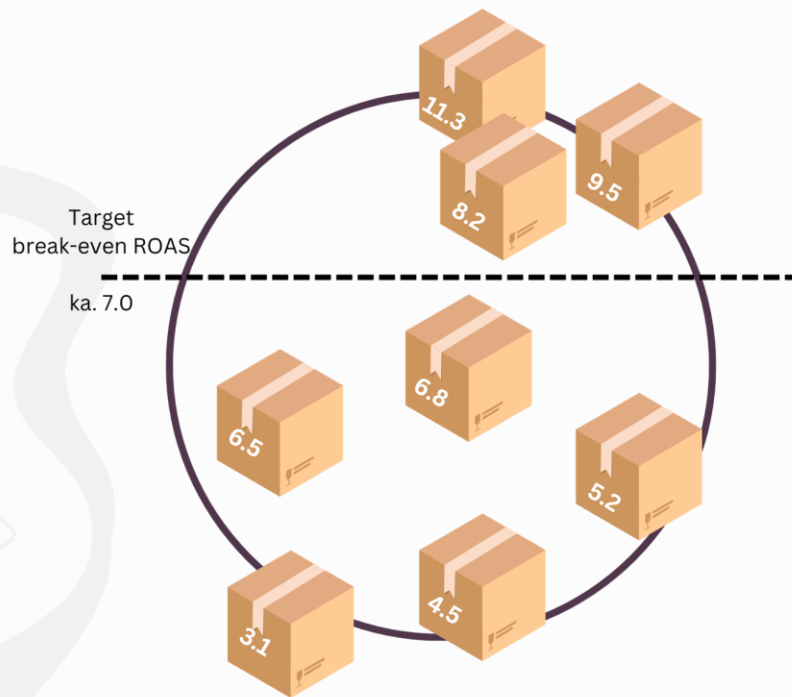
Profit pohjainen seuranta

ROAS ei kerro tuottavuudesta.

Se pahimmillaan rajoittaa näkyvyyttä tuotteilta joiden kate on korkea mutta hinta matala.

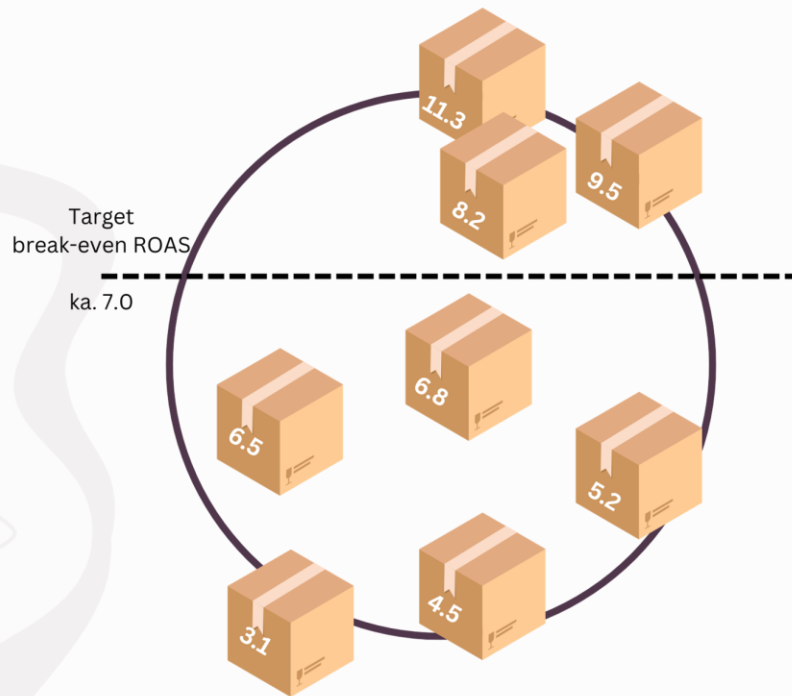
Profitpohjainen markkinointi

- Siirtymällä ROAS pohjaisesta bidauksesta POAS pohjaiseen, voidaan varmistaa että ROAS bidaus ei aliarvioi tuotteita joissa hinnasta huolimatta kate on korkeampi, eikä ylipanosta kun tuotteen hinta on korkea, mutta kate matala.
- POAS mittauksella voimme jo Google ja Meta Ads käyttöliittymissä varmistaa mainonnan kannattavuuden, joka helpottaa mainonnan ohjaamista ja skaalaamista.



Profitpohjainen markkinointi

- ProfitMetrics on tanskalainen yritys joka mahdollistaa POAS-bidauksen lisäksi:
 - Mainonnan mallinnusta (MMM)
 - Server-side tracking
 - Profit konversiot / POAS bidaus Meta ja Google Ads alustoille (tulossa muitakin kanavia)
 - Profit pohjainen GA4 property
 - Seurannan ylläpito
- Profit pohjainen bidaus tulossa myös Googlelle, joten nyt jo kannattaa varmistaa COGS tiedot feediin



Mainonnan pikavinkit

- Googlen Merchant Centeriin muista merkata tuotteet “used”
 - Harkitse tuotefeedin päivitysvälin muuttamista useampaan kertaan vuorokaudessa
 - Luo verkkosivuille viihtyisä redirect sivu poistetuille tuotteille välttämällä 404 sivuja
-

Mainonnan pikavinkit

Kestävä Kasvun tavoite tehdä second-handista ensisijainen kulutuksen muoto. Jotta second-handin hankinta on löydettävissä ja helppo ostaa ja sitä priorisoidaan ennen uuden hankintaa.

Halutaan yhdessä RENETn lailla nostaa kiertotalouden yrityksiä ja viedä markkinaosuutta uudelta tuotannolta.

Tärkeää että kaikki kiertotalouden yrittäjät nostavat viestissään yhteistä agenda ja arvovalintaa - se ei ole pois myynnillisestä vististä, vaan luo pitkäaikaisia asiakassuhteita, joissa asiakkaan elinkaariarvo nousee ja markkina kasvaa, kun kiertotaloudesta tulee ensisijainen kulutuksen muoto!

The background is a solid light purple color. On the left side, there are several concentric, wavy, organic shapes in a darker shade of purple, resembling a stylized flower or a topographical map. The word "Kiitos!" is centered in the upper half of the image in a large, white, sans-serif font.

Kiitos!

Meidät löytää kestavakasvu.fi tai voit laittaa suoraan
viestiä: tiina@kestavakasvu.fi / +358 40 732 4101