



## Pureeko negatiivinen mainonta?

**S**uurin osa meistä on surffaillut lukuisten eri tallien nettisivuilla: tsekannut oman tallin ajankohtaisia tapahtumia, naapuriratsastuskoulun tulevia kisoja, kesälomapaikan tai ulkomaan lomakohteen ratsastusmahdollisuuksia, kaverin suosittamaa sivustoa tai katsastanut virtuaalisesti lähialueen uuden tallin.

Voisin heittää arviona ilmaan, että noin kahdeksan kymmenestä tallien nettisivustosta kirkuu amatöörimäisyyttä. Kömpelöä ulkoasua, epätarkkoja kuvia, sekavaa ja epäammattimaisesti tuotettua sisältöä joka on pahimmassa tapauksessa päivitetty joskus edellisvuoden puolella. Nettisivut ovat monelle yritykselle pakollinen paikka, ja se näkyy. Valitettavan usein ne on selvästi teetetty tutun tutulla punaviinipullopalkalla.

Ikävä kyllä amatöörimäisesti toteutetut nettisivut tuovat mieleen amatöörimäisen yrityksen, oli kyse sitten ratsastuskoulusta tai mistä tahansa muusta palvelusta. Kyllähän me sen tiedämme. Unohdamme välittömästi esimerkiksi kampaamon tai huolto liikkeen, jonka nettisivut ovat samaa tasoa kuin näiden mainitsemiä tallien. Jos voimme valita, valitsemme ilman muuta sen, joka tuntuu luotettavalta ja asiantuntevalta.

Useammin kuin kerran olen valinnut ratsastuspaikkani nettisivujen perusteella ja täten kantanut rahani sinne, missä on vaivauduttu panostamaan siihen, miltä yritys näyttää ulospäin. Papukaijamerkin ansaitsi silmissäni talli, jossa työntekijöillä oli siistit, yhtenevät työvaatteet – visuaalisesti ja sisällöllisesti upeista nettisivuista puhumattakaan. Minulle syntyi välittömästi tästä paikasta ammattimainen kuva ja ehdinpä suositella sitä jo kaverillekin, vaikken loppujen

lopuksi käynyt kuin tallinpihassa piipahtamassa. Voisin lyödä vaikka vetoa, että näillä naisilla oli myös persoonalliset käyntikortit, joita saajan on kerrassaan pakko pysähtyä hetkeksi ihastelemaan.

Viestinnällisen kunniamaininnan saa silmissäni myös suosittu ratsastuskoulu, jossa peruutuspaikat tasoluokituksineen päivittyvät nettiin lähes saman tien kun niitä tulee. Asiakkaan (ja tallinpitäjän) elämää on helpotettu vieläpä sähköpostivarauksella, johon vastaus tulee vuorokauden sisällä. Eihän tällainen ole muuallakaan yritysmaailmassa ennenkuulumatonta, eihän?

Sitä, olisivatko lukuisten surffaamiäni suomeksi sanottuna kökköjen nettisivujen takana olevat tallit kuitenkin olleet visiitin arvoisia ja loppujen lopuksi siistejä ja mukavia ratsastuspaikkoja, en useinkaan ole vaivautunut edes miettimään. Negatiivinen mainonta ei pure meikäläiseen, kuten ei varmasti suurimpaan osaan meistä.

Viestinnän ja markkinoinnin ammattilaisena ihmettelen, miksi talliyrittäjien keskuudessa pysyy vahvana ajatus, että kaikki on tehtävä itse, kun kyseistä tehtävää hoitamaan on olemassa kokonaan oma ammattikuntansa. Onko kuviteltu säästö todellista säästöä, kun mietitään kaikkea sitä markkinointiräpistelyyn käytettyä aikaa ja vaivaa joka on pois tuottavasta työstä, jossa talliyrittäjä itse on ammattilainen ja josta hänen palkkansa muodostuu?

Kukaan talliyrittäjäistä ei laske saapumatta jättäneiden asiakkaiden määrää. Ehkä joskus kannattaisi.

KATI VALJUS

★ uutisia

★ tuoreita kilpailutuloksia

★ käyttäjien oma kuva-galleria



★ vilkas keskustelupalsta

★ myynti-ilmoituksia

★ laaja linkkilista

[www.ratsastus.net](http://www.ratsastus.net)