

Tekoäly markkinoinnissa

Mitä kannattaa tehdä, kun otat tekoälyä käyttöön markkinoinnissa

Johtaminen: Mahdollista, älä pakota

- Osoita hyödyt tiimille konkreettisesti esimerkkien kautta
- Tue tiimin innostusta ja anna tilaa kokeilla, jaa roolit ja vastuuta
- Keskustele avoimesti huolista ja peloista – luo psykologisesti turvallinen ympäristö.

Kytke AI selkeästi yrityksen arvoihin ja strategiaan

- Kuvaa selkeä tahtotila: mitä tekoälyn käytöllä halutaan saavuttaa ja mihin suuntaan sen tulee viedä markkinointia
- Määritä, millaisia sisältöjä ja sävyjä tekoälyn toivotaan tuottavan; korosta yrityksen arvoja, kulttuuria ja tone of voicea
- Johda datalla: määritä haluttu lopputulos ja jaa resurssit sen mukaan

Jalkauta aktiivisesti: anna ohjeet, mutta myös luottamus

- Laadi yhteiset pelisäännöt ja konkreettisia ohjeita, kuten promptit ja visuaaliset esimerkit, jotka tukevat käyttöä
- Mahdollista jatkuva oppiminen koulutuksilla ja tiimien välisellä tiedon ja oppien jakamisella

Tunnista tärkeimmät käyttötapaukset ja skaalaa onnistumisia

- Kerää ideoita systemaattisesti ja arvioi ne: kaikkea ei voi eikä tarvitse toteuttaa.
- Automatisoi toistuvia tehtäviä (esim. myyntidekit, visuaaliset pohjat, sisällöntuotanto).
- Hyödynnä synteettistä dataa, kun se tarjoaa parempaa tarkkuutta kuin perinteinen kyselytieto.
- Jaa tietoa onnistuneista piloteista koko organisaation laajuisesti.

Sitoudu laatuun, älä tee AI-käytöstä pelkkää tehokkuusharjoitusta

- Nopeus ja tehokkuus eivät voi olla ainoita tavoitteita, vaikka ovat tervetulleita sivutuotteita
- Lähtökohtana pitää olla erinomainen käyttäjäkokemus ja laadukas sisältö
- Panosta autenttisuuteen ja markkinoinnin uskottavuuteen myös AI-aikana

Konseptoi prosessit

- Kuvaa nykyprosessit tarkasti ja konseptoi ne, muuten prosessien tehostaminen tekoälyllä on hankalaa ja vailinnaista
- Tunnista pullonkaulat ja lähde vahvistamaan niitä tekoälyn avulla – kaikkea ei tarvitse automatisoida

Tekoäly markkinoinnissa

Mitä kannattaa välttää tekoälyn hyödyntämisessä markkinoinnissa

Älä odota täydellistä ROI-laskelmaa ennen kokeilua

- Hyväksy, että alkuvaiheessa ROI voi olla hypoteettinen tai kvalitatiivinen.
- Liitä tekeminen haluttuun liiketoimintahyötyyn, se riittää perusteluksi alkuvaiheessa.

Mittaa, mutta älä tee mittaamisesta taidetta

- Määritä mittarit kevyesti ja vältä tilannetta, jossa mittamisesta tulee itse tekemistä suurempi harjoitus
- Tunnista tärkeimmät vaikutukset (esim. työn mielekkyys, käyttäjäkokemus, laatu, nopeus), joita voidaan mitata kevyesti

Älä oletta, että AI korvaa kaikki ihmiset ja prosessit

- Roolita tekoäly osaksi tiimiä: delegoi sille rutiinia, mutta säilytä asiantuntijatyö ihmisillä.
- Laita AI töihin manuaalisissa, aikavievissä ja haastavissa vaiheissa markkinoinnin tekemistä ja prosesseja
- Isojen tarjousten ja asiakaskohtaamisten kaltaiset tilanteet vaativat edelleen ihmiskosketusta

"Älä kokeile tätä kotona" – kaikkea ei kannata rakentaa itse

- Markkinasta löytyy laaja valikoima erinomaisia valmisratkaisuja
- Vältä resurssisyyppöjä sisäisiä ratkaisuja, jos valmiita ratkaisuja on saatavilla
- Tee build vs. buy -päätökset käyttötapaus edellä, ei teknologiavetoisesti.

Älä tee AI:sta teknistä IT:n projektia

- Vie tekoäly käytännön tasolle: esimerkiksi myyntimateriaalien luominen, kuvitukset ja brändipohjat.
- Pidä työkalut tiiviisti kiinni arjen rutiineissa – vältä siiloutumista ja irrallisuutta
- Markkinoinnin tiimistä pitää rakentaa tekoälykyvykäs

Älä unohda tietoturvaa ja regulaatiota

- Varmista, että AI:n käyttö täyttää tietosuoja- ja compliance-vaatimukset.
- Estä tilanteet, joissa yksittäiset työntekijät syöttävät luottamuksellista dataa julkisiin työkaluihin.
- Toimi "privacy by design" -periaatteella – liiketoimintajohdon tulee ottaa vastuu hallitusta riskistä.