LAUREA AMMATTIKORKEAKOULU Uuden edellä

Markkinointiviestintä ja palvelun lanseeraus

Case: Advanced Future Oy

Mönkkönen, Atte

Väisänen, Olli

2012 Otaniemi

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Otaniemi

Markkinointiviestintä ja palvelun lanseeraus
Case: Advanced Future Oy

Atte Mönkkönen
Olli Väisänen
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2012

Laurea-ammattikorkeakoulu **Tiivistelmä**
Laurea Otaniemi
Liiketalouden koulutusohjelma

Atte Mönkkönen & Olli Väisänen

Markkinointiviestintä ja palvelun lanseeraus. Case: Advanced Future Oy

Vuosi 2012 Sivumäärä 66

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on esitellä erilaisia markkinointiviestinnän keinoja ja antaa tukea myynnin aloittamiseksi perusteilla olevalle konsultointiyritykselle. Opinnäytetyössä pyrimme selvittämään yrityksen valitsemasta kohderyhmästä erillisiä segmenttejä, joihin yrityksen kannattaisi keskittyä liiketoimintansa alussa. Yrityksen vahvan brändin rakentaminen on hyvä aloittaa jo sen perustamisvaiheessa, joten mietimme opinnäytetyössämme mitkä asiat vaikuttavat palvelun brändin kehittymiseen. Lisäksi olemme tehneet opinnäytetyöhömme oman ehdotuksemme palvelun lanseerauksen toteuttamisesta.

Toimeksiantajana opinnäytetyössämme on perusteilla oleva konsultointiyritys, jonka kohderyhmään kuuluvat koulutusta järjestävät ja heidän läheisyydessään toimivat organisaatiot sekä eri kolmannen sektorin toimijat kuten järjestöt ja yhdistykset. Lisäksi yritys tarjoaa palveluitaan yksityisille henkilöille. Toimeksiantaja yritys on aloittamassa liiketoimintaansa vuoden 2012 aikana ja aluksi yrityksen resurssit markkinointiin ovat erittäin pienet. Tiedot yrityksestä ja sen toiminnasta saimme haastattelemalla yrityksen perustajajäseniä.

Opinnäytetyötämme varten etsimme teoriaa, joka käsittelee palvelun markkinointia, palvelun lanseerausprosessia, kohderyhmän segmentointia, yrityksen brändäystä sekä palvelun myyntiä.

Toimeksiannon yhteydessä yritys halusi, että tutustumme heidän valitsemaansa kohderyhmään ja selvitämme siitä perustietoja. Jaoimme yrityksen kohderyhmän pienempiin segmentteihin ja selvitimme niistä erilaisia tietoja. Näiden tietojen ja yrityksen konsulttien koulutustaustojen perusteella teimme päätöksen mihin segmenttiin yrityksen kannattaa keskittyä liiketoiminnan alussa.

Opinnäytetyössämme ehdotamme yritykselle erilaisia markkinointiviestinnän keinoja, joita se voi hyödyntää liiketoimintansa alussa. Yrityksen on tarkoitus lanseerata palvelu markkinoille pienin resurssein, joten tämä on otettu huomioon ehdotuksissamme. Olemme myös miettineet mitkä asiat vaikuttavat yrityksestä syntyvään mielikuvaan, jonka avulla yritys rakentaa palvelulleen vahvan brändin. Keräsimme opinnäytetyössämme kattavan asiakasrekisterin yrityksen kahdesta eri segmentistä, jonka avulla on helppo käynnistää palvelun myynti. Jatkossa yritys voi käyttää kyseistä asiakasrekisteriä liiketoimintansa tukena.

Asiasanat: konsultointi, markkinointiviestintä, lanseeraus, segmentointi, brändi, asiakasrekisteri

Laurea University of Applied Sciences **Abstract**
Laurea Otaniemi
Business Management

Atte Mönkkönen & Olli Väisänen

Marketing communication and service launch. Case: Advanced Future Ltd

Year 2012 Pages 66

The aim of this thesis is to present different ways for marketing communications, and to support a start-up consulting company in their sales initiative. In the thesis, we aim to find the separate segments from the target group, specified by the commissioner company, on which they should focus on in the beginning of their business. It is beneficial for a company to start building a strong brand recognition already in a set-up phase. Therefore we study what affects the brand development of a service. Furthermore, we have included our own recommendation on how to launch the service.

The commissioner in our thesis is a consulting company which is in the set-up phase. Their target group includes education providers and organizations operating with them, as well as third sector participants such as organizations and associations. Additionally the company provides services for individuals. The commissioner company is starting its business in 2012, and in the beginning, the marketing resources are very limited. The information regarding the company and its business was collected by interviewing the founding members of the company.

For the thesis, we studied and applied the theories related to the following topics: marketing of a service, the launch process of a service, target group segmentation, company branding and the sales of a service.

As a part of the assignment, our commissioner requested us to familiarize with their target group and to find out basic information about them. We divided the target group to smaller segments and examined multiple aspects about them. Based on the gathered information and on the backgrounds of the company's consultants, we made our recommendation on which segment the company should concentrate on in the beginning of its business.

In our thesis, we suggest several different possibilities for marketing communication that the company could use in the beginning of its business. The company aims to launch a service to the market by using limited resources, which has been taken into consideration in our recommendation. We have also analyzed issues affecting the image of the company and how the company could be able to build a strong brand for its service. As a part of the thesis, we collected a comprehensive customer register from two different segments, making it easier for the company to start the sales of the services. In the future, the company can utilize the customer register to support its business.

Keywords: consulting, marketing communication, service launch, segmentation, brand, customer register

Sisällys

1 Johdanto 7
1.1 Tausta 7
1.2 Lähtökohtatilanne 7
1.3 Tavoitteet 7
1.4 Opinnäytetyön rajaus 8
1.5 Opinnäytetyön rakenne 8
2 Advanced Future 9
2.1 Yrityksen kohderyhmä 9
2.2 Yrityksen tarjoamat palvelut 9
2.3 Palveluiden hinnoittelu 10
2.4 Yrityksen tavoite 11
3 Opinnäyteyön teoria 11
3.1 Mitä on palvelu? 11
3.2 Mitä on markkinointi? 14
3.2.1 Markkinointitarpeisto 14
3.2.2 Asiantuntijapalvelun markkinointi 16
3.3 Palvelun myynti 17
3.4 Palvelun brändäys 21
3.5 Palvelun lanseerausprosessi 22
3.6 Segmentointi 26
4 Yrityksen kohderyhmä 27
4.1 Ammattikorkeakoulut Suomessa 28
4.2 Lukiot Suomessa 28
4.3 Ammatillinen koulutus Suomessa 29
4.4 Yhdistykset Suomessa 29
4.5 Kohderyhmien vertailu 30
5 Käytännön ehdotukset yritykselle 31
5.1 Palvelun markkinointiviestintä 31
5.1.1 Yrityksen oma Internet-sivu 31
5.1.2 Yrityksen markkinointimateriaali 31
5.1.3 Puhelin- ja sähköpostimarkkinointi 32
5.1.4 Facebook- ja Twitter-markkinointi 32
5.1.5 Yhteistyö eri organisaatioiden kanssa 32
5.1.6 Lehtimarkkinointi 33
5.1.7 Tapahtumat 33
5.1.8 Suositukset markkinointiviestinnän tehostajana 34
5.2 Palveluyrityksen brändi 34

5.3 Palvelun myynti 35
5.3.1 Ehdotus lanseerauksen toteuttamisesta syksylle 2012 35
5.3.2 Asiakasrekisteri 38
6 Opinnäytetyön yhteenveto 39
Lähteet 41
Kuviot 43
Taulukot 44
Liitteet 45

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on pohtia erilaisia markkinointiviestinnän keinoja aloittavalle konsultointiyritykselle. Opinnäytetyössämme keräämme tietoja yrityksen valitsemasta kohderyhmästä ja jaamme kyseisen kohderyhmän pienempiin segmentteihin. Jotta yrityksen on helpompi aloittaa palveluiden myynti, laadimme opinnäytetyössämme heille valmiin asiakasrekisterin kahdesta erillisestä asiakassegmentistä. Pohdimme opinnäytetyössämme myös sitä, että minkälaiset asiat ja teot vaikuttavat tämänkaltaisen yrityksen brändin rakentumiseen. Opinnäytetyön tavoite on herättää yrityksen perustajajäsenille ajatuksia markkinointiviestinnän, brändäyksen ja palvelun myynnin osalta.

1.1 Tausta

Opinnäytetyön taustalla on perustettava konsultointiyritys Advanced Future Oy. Yrityksen kohderyhmään kuuluvat koulutuksen järjestäjät ja heidän läheisyydessään toimivat organisaatiot sekä eri kolmannen sektorin toimijat, kuten järjestöt ja yhdistykset. Tämän lisäksi yritys tarjoaa konsultointipalveluitaan myös yksityishenkilöille. (Murto & Takanen 2012.)

Perustajajäsenet näkivät markkinoilla tarpeen tällaiselle konsultointiyritykselle ja alkoivat kehittää ideaansa liikeideaksi. Yrityksen perustamisvaiheessa konsulttien on tarkoitus työskennellä päätyönsä ohella, joten liiketoiminnan aloitus käynnistyy pienin resurssein. (Murto & Takanen 2012.)

1.2 Lähtökohtatilanne

Advanced Futuren perustajajäsenet ovat suunnitelleet liiketoimintansa sisältöä ja kartoittaneet markkinoilla vallitsevaa kilpailua. Yritys on valinnut itselleen kohderyhmän, jolle he tarjoavat palveluitaan. Yritys on laatinut erilaisia palvelukokonaisuuksia tarjottavaksi, mutta kyseiset palvelukokonaisuudet ovat räätälöitävissä asiakkaan tarpeiden mukaiseksi. Yritys on rekisteröity, mutta se ei harjoita liiketoimintaa vielä tässä vaiheessa. (Murto & Takanen 2012.)

1.3 Tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena on pohtia erilaisia markkinointiviestinnän keinoja kohdeyritykselle. Markkinointiviestinnässä on otettu huomioon yrityksen pienet resurssit liiketoiminnan alkuvaiheessa. Opinnäytetyössämme esitämme kohdeyritykselle erilaisia keinoja toteuttaa markkinointiviestintää ja tätä kautta rakentaa yritykselle brändiä. Näiden esitysten tavoitteena on herättää perustajajäsenissä uusia ajatuksia heidän liiketoimintansa markkinointiviestin-

tään liittyen. Tämän työn tavoitteena on myös jaotella yrityksen kohderyhmää pienempiin segmentteihin ja laatia muutamasta segmentistä laaja asiakasrekisteri, jonka avulla yrityksen on helpompi aloittaa palvelun myynti. Opinnäytetyössämme annamme yritykselle ehdotuksen lanseerauksen toteuttamisesta syksylle 2012.

1.4 Opinnäytetyön rajaus

Opinnäytetyössämme emme keskity yrityksen tarjoamiin palveluihin tai niiden kehittämiseen. Emme myöskään kartoita tämänlaiselle konsultointiyritykselle olevaa tarvetta markkinoilla tai selvitä yrityksen mahdollisia kilpailijoita.

Laadimme yritykselle palvelun lanseerausta varten ehdotuksen toteutuksesta, mutta emme osallistu kyseisen ehdotuksen toteuttamiseen. Teoriaosuuden lanseerausprosessissa esiintyvät analyysit, aikataulutukset ja budjetti rajataan opinnäytetyöstämme pois. Kohdeyritys on itse suorittanut kyseiset tutkimukset ja laatii lanseeraukselle budjetin ja aikataulun.

Opinnäytetyössämme emme laadi yritykselle markkinointisuunnitelmaa, vaan selvitämme erilaisia markkinointiviestinnän keinoja, joiden avulla yrityksen on mahdollista lisätä tunnettuutta.

Selvitämme yleisiä taustatietoja jokaisesta yrityksen kohderyhmästä pois lukien yliopistot ja perusopetuksen piiriin kuuluvat oppilaitokset. Yliopistot ja peruskoulut ovat rajattu opinnäytetyöstämme pois, koska toimeksiantajamme mukaan potentiaali on vähäinen kyseisessä ryhmässä. Kohderyhmät ovat maantieteellisesti rajattu Suomen sisälle, koska aluksi yrityksen on tarkoitus toimia Suomessa.

1.5 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyössämme aluksi tulee johdanto ja kohdeyrityksen esittely. Esittelyssä kerromme yrityksen tarjoamista palveluista ja sen tulevaisuuden tavoitteista. Tämän jälkeen tulee teoriaosuus, jossa käsittelemme markkinointia, myyntiä, yrityksen brändiä, lanseerausta sekä segmentointia. Kun olemme käsitelleet teoriaosuuden, siirrymme opinnäytetyössämme keräämään tietoja yrityksen valitsemasta kohderyhmästä. Kerätyn tiedon perusteella on tarkoitus valita yritykselle pienempi segmentti liiketoiminnan käynnistämistä varten. Segmentoinnin jälkeen esittelemme yritykselle erilaisia markkinointiviestinnän keinoja ja pohdimme mitkä asiat vaikuttavat yrityksen brändin rakentumiseen sekä annamme oman ehdotuksemme palvelun myynnistä ja lanseerauksen toteuttamisesta. Lopuksi teemme opinnäytetyöstämme yhteenvedon, jossa käymme läpi opinnäytetyön johtopäätökset.

2 Advanced Future

Advanced Future on konsultointiyritys, jota ovat perustamassa Armi Murto, Joona Räsänen ja Simo Takanen. He ovat yrityksen ydintoiminnan asiantuntijoita ja päättivät perustaa yrityksen, jonka tavoitteena on auttaa asiakasta löytämään punainen lanka toiminnalleen ja herättää uusi kipinä tekemiseen. (Takanen 2012.)

Advanced Futuren asiantuntijat edistävät organisaation henkilöiden toimintaa tai yksittäisen henkilön omaa toimintaa, jotta organisaation tai henkilön omat tavoitteet olisivat vielä paremmin saavutettavissa. (Takanen 2012.)

Yritys on myös valmis edistämään tiimien yhteisen punaisen langan löytämistä ja joukon yhteishengen saavuttamista. Lisäksi yritys auttaa mielellään kehittämään kaikkien ulosantia, eli yrityksen kautta on mahdollista hioa esiintymis- ja argumentointitaitoja – oli sitten kyse tiimipalaverista tai isommasta tapahtumasta. (Takanen 2012.)

2.1 Yrityksen kohderyhmä

Yritys tarjoaa palveluita kahdelle pääsegmentille – organisaatioille sekä yksittäisille henkilöille.

Yritys jaottelee segmentin organisaatiot seuraavanlaisiin ryhmiin:

- koulutuksen järjestäjät ja heidän läheisyydessään toimivat organisaatiot
- eri kolmannen sektorin toimijat, kuten järjestöt tai yhdistykset

(Takanen 2012.)

Advenced Futuren potentiaaliset konsultoitavat yllämainituissa organisaatioissa ovat ylin johto, päälliköt, opettajat, muu henkilökunta toiminnan tukipalveluissa ja opiskelijakunnat. Näiden lisäksi palveluita tarjotaan myös ylläpitäjäkunnille ja niiden sisällä oleville toimijoille. (Takanen 2012.)

2.2 Yrityksen tarjoamat palvelut

Yritys tarjoaa erilaisia palveluja, joiden tarkoituksena on auttaa asiakasta kehittämään toimintaansa ja saavuttamaan tavoitteensa.

1. *Koulutuksen osaaja -palvelu*, jonka kautta Advanced Futuren asiantuntijat auttavat löytämään avaimet opiskelijan nopeampaan valmistumiseen tai entistä tuloksellisempaan toimintaan. Lisäksi yrityksen perustajat ovat kehittäneet konseptin ”From teaching to coaching (FTC)”, jossa opettajaa/esimiestä kannustetaan olemaan enemmän yhteisön valmentaja kuin opettaja/esimies. (Murto & Takanen 2012.)

2. *Yhteiskunnan vaikuttaja -palvelu*, jonka kautta Advanced Futuren asiantuntijat auttavat löytämään avaimet seuraaviin asioihin:

- ulkopuolisen vaikuttavuuden lisäämiseen
- omien tavoitteiden kirkastamiseen
- yhdistys- ja järjestötoiminnan kehittämiseen
- toiminnan vahvistamiseen
- taloudenhallinnan vahvempaan toimintaan

(Murto & Takanen 2012.)

3. *Johtajuuden hallitsija -palvelu*, jossa Advanced Futuren asiantuntijat auttavat löytämään tapoja ja toimintaa, jolla saadaan organisaation esimiestehtävien kautta kestävämpiä tuloksia. Lisäksi Advanced Future tarjoaa palveluita, joiden avulla voidaan valmistautua paremmin tulevaisuuden johtamisen haasteisiin. (Murto & Takanen 2012.)

Näiden lisäksi yritys tarjoaa palveluita yksityisille henkilöille. Tämän palvelun avulla heitä valmennetaan ja autetaan löytämään esimerkiksi henkilökohtaiset uratavoitteet ja keinot, joilla ne saavutetaan. Yksi yrityksen perustajista on kehittänyt ”FutureCoaching” - konseptin yksityisille henkilöille, joka on räätälöity keino saada jokainen yksilö löytämään se oman toiminnan punainen lanka. (Murto & Takanen 2012.)

”FutureCoaching” – konsepti pitää sisällään seuraavanlaisia elementtejä:

- koulutus- ja työelämänvalmennusta
- esiintymisvalmennusta
- johtajuus- ja esimiestyövalmennusta
- neuvottelutilanteiden hallitsemista
- oman vaikuttavuuden vahvistamista

(Murto & Takanen 2012.)

2.3 Palveluiden hinnoittelu

Yrityksen tarjoamat suuremmat koulutustilaisuudet organisaatioille hinnoitellaan räätälöidyn sisällön perusteella. Suurempien koulutustilaisuuksien hinta määritellään tarjouspyynnössä esitellyn kokonaisuuden perusteella. (Murto 2012.)

Yritys on hinnoitellut alustavasti yksityishenkilöille tarjottavan ”FutureCoaching”- konseptin hinnat seuraavanlaisiksi:

- *Ansioluettelon läpikäynti ja kehittäminen sekä hakemuskirjeen harjoittelu* - 120 euroa
- *Työhaastattelun harjoitteleminen* - 200 euroa
- *Esiintymistaitojen edistäminen* - 180 euroa
- *Johtajuuden kehittäminen* - 200 euroa, jonka lisäksi voi valita *Neuvottelutaitojen kehittämisen* tai *Vaikuttavuuden kehittämisen*, jotka ovat 100 euroa / osio

(Murto 2012.)

2.4 Yrityksen tavoite

Yrityksen tavoitteena on olla Suomen suurin koulutuslaitoksiin ja vapaaehtoisorganisaatioihin keskittynyt konsultointiyritys. Yhtenä tavoitteena voidaan pitää ainutlaatuisen konsultoinnin antamista yksityishenkilöille. (Murto & Takanen 2012.)

Tulevaisuudessa yrityksen yhtenä tavoitteena on kasvaa ja toimia myös kansainvälisesti. Ensimmäinen tavoite kansainvälistymisessä on saada edistettyä toimintaa muihin Pohjoismaihin. (Murto & Takanen 2012.)

3 Opinnäyteyön teoria

Opinnäytetyömme teoriaosuudessa käsittelemme palvelun markkinointia, myyntiä, lanseerausta sekä brändäystä. Teoriaosio sisältää myös segmentointiin liittyvän osuuden, koska opinnäytetyössämme pohdimme myynnillisen näkökulman perusteella parasta mahdollista segmenttiä, josta yrityksen kannattaa aloittaa liiketoiminta. Teoriaosuuden alussa selvitämme, mitä tarkoitetaan palvelulla.

3.1 Mitä on palvelu?

Palvelu käsitteenä on hyvin monimutkainen ilmiö (Grönroos 2003, 78). Grönroos (2000, 52) on määritellyt kirjassaan palvelun jossain määrin aineettomaksi teoksi tai tekojen sarjaksi, jossa asiakkaan ongelma ratkaistaan yleensä siten, että asiakas ja palvelun tarjoaja ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Ojasalot (2010, 26) ovat määritelleet kirjassansa palvelun samankaltaiseksi kuin Grönroos, mutta he ovat verranneet palvelun tarjoamista tuotteen toimitukseen.

Tuotteen toimituksessa tärkeää on se, että tuote tulee oikeaan aikaan ja oikeaan paikkaan. Palvelun tarjoamisessa näiden lisäksi pitää huomioida se, että tämä tapahtuu oikealla tavalla. (Ojasalo & Ojasalo 2010, 26.)

Yleensä palveluille voidaan löytää neljä peruspiirrettä: ne ovat enemmän tai vähemmän aineettomia, ne ovat tekoja tai tekojen sarjoja eivätkä asioita, ne tuotetaan ja kulutetaan ainakin jossain määrin samanaikaisesti sekä asiakas osallistuu palvelun tuotantoprosessiin jossain määrin (Grönroos 2000, 53). Ojasalot (2010, 27) ovat määritelleet palvelujen ominaispiirteiksi aineettomuuden, heterogeenisyyden, tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuuden sekä katoavaisuuden ja ainutkertaisuuden. Näistä ominaisuuksista on seurauksia sille, miten palveluita tulisi johtaa. Alla olevassa kuvassa on esitetty palveluiden johtamiseen vaikuttavat tekijät. (Ojasalo & Ojasalo 2010, 27.)

Palvelujen ominaisuus	Seurauksia palvelujen johtamiseen
Aineettomuus	• Palveluja ei voida varastoida. • Palveluja ei voida patentoida. • Palveluja ei voida selkeästi kuvata tai näyttää asiakkaalle ennen ostopäätöstä. • Palvelujen hinnoittelu on vaikeaa.
Heterogeenisyys	• Palvelujen tuottaminen ja asiakastyytyväisyys riippuvat pitkälti työntekijöiden (palveluhenkilökunnan) toimista. • Palvelun laatu riippuu monista kontrolloimattomista tekijöistä. • Ei ole varmuutta, että lopullinen tuotettu palvelu vastaa sitä, mitä suunniteltiin ja mainostettiin.
Tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuus	• Asiakkaat osallistuvat ja vaikuttavat palvelutapahtumaan. • Asiakkaat vaikuttavat toisiinsa. • Palveluyrityksen henkilökunta vaikuttaa palvelun lopputulokseen. • Keskittämisen sijaan toimintoja hajautetaan. • Massatuotanto on vaikeaa.
Katoavaisuus ja ainutkertaisuus	• Palvelujen tuotannon ja kysynnän samanaikaistaminen on usein vaikeaa. • Palveluja ei voida varastoida, palauttaa tai jälleenmyydä.

Kuvio 1 Palvelujen ominaispiirteitä (Ojasalo & Ojasalo 2010, 27)

Palmer (2011, 7 - 13) on löytänyt palveluille viisi peruspiirrettä. Nämä peruspiirteet ovat aineettomuus, palvelun tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuus, palvelutilanteiden ainutlaatuisuus, palvelu ei ole varastoitavissa sekä palvelussa ei vaihdu omistaja. Palmer kuvaa palvelun ominaispiirteitä lähestulkoon samalla tavalla kuin Ojasalot ja Grönroos. Palmerin (2011, 10) peruspiirteissä on mainittu palvelutilanteen ainutlaatuisuus, jolla tarkoitetaan sitä, että jokainen palvelutilanne on erilainen ja omanlaatuisensa. Yrityksen tarjoama palvelutilanne ei siis ole koskaan samanlainen, vaan jokainen tilanne on ainutlaatuinen. Kirjassaan Palmer (2011, 13) lisää yhdeksi palvelun peruspiirteeksi omistajuussuhteen vaihtumattomuuden, joten palvelun ostaja ei voi kaupata sitä eteenpäin. Tämä asia erottaa palvelun tuotteesta.

3.2 Mitä on markkinointi?

Markkinointi käsitteenä on melko laaja ja yleensä markkinointi rinnastetaan vahvasti myyntiin ja mainontaan. Näin yksinkertaista se ei kuitenkaan ole. Markkinoinnin perustana voidaan pitää vain yhtä asiaa ja se on kilpailu (Rope 2005, 11). Mikäli kilpailua ei olisi olemassa, markkinoilla menisi kaikki kaupaksi, joten markkinoinnille ei olisi tarvetta (Rope 2005, 11). Näin ollen on hyvä ottaa huomioon se, että kaikkien markkinointitoimien taustalla markkinointi on ajattelutapa, jonka avulla pohditaan kaikkia toimintaratkaisuja kilpailtaessa markkinoiden elintilasta (Rope 2005, 17). Lipiäinen (2000, 189) on kirjassaan jaotellut markkinoinnin viiteen eri osa-alueeseen: yrityskonseptin suunnitteluprosessiksi yksityisille ja organisaatioille, konseptin toteutusprosessiksi, markkinointitutkimuksiin perustuvaksi kysynnän ennakoimiseksi, laadun, saatavuuden ja hinnan asettamiseksi markkinoiden tarvetta vastaavaksi sekä myynnin jälkeiseksi palveluksi. Markkinoinnista voidaan sanoa, että se toimii asiakaskohtaamisten valmistelevana tekijänä ja luo pohjan asiakkaiden ostopäätökselle (Rubanovitsch & Aalto 2008, 28).

Markkinoinnissa on hyvä muistaa se, että se ei ole vain toiminto, vaan sen pitää olla yrityksen ajattelutapa sille, miten rakennetaan koko liiketoiminta (Rope 2011, 33).

3.2.1 Markkinointitarpeisto

Rope (2005, 109) käsittelee kirjassaan markkinointitarpeistoa, jolla tarkoitetaan kaikkia niitä välineitä, joita yritys käyttää markkinoinnissaan. Markkinointitarpeisto voidaan jakaa kahteen eri osioon: perusvälineistöön ja toimenpidevälineistöön (Rope 2005, 109).

Kuvio 2 Markkinointitarpeiston perusosiot (Rope 2005, 109)

Perusvälineillä tarkoitetaan yrityksen päivittäisessä työssä hyödynnettäviä asioita esimerkiksi käyntikortteja, kirjekuoria ja saatelomakkeita. Yrityksen viestinnän peruselementtejä ovat esimerkiksi logot ja mainoslauseet. Nämä elementit ovat tärkeitä ja niiden tulee olla näkyvillä yhtenäisessä linjassa yrityksen markkinoinnin perusvälineissä. Markkinointiviestinnän perusvälineissä visuaalisen linjan lisäksi vaikuttavana tekijän on niiden laatu. Markkinointimateriaalia laadittaessa kannattaa miettiä materiaalin laatua ja painatustekniikka, koska laadukas materiaalia antaa yrityksestä uskottavamman kuvan asiakkaalle. Yritys pystyy luomaan uskottavuutta ja rakentamaan mielikuvia asiakkaille hyvin pienillä asioilla. (Rope 2005, 109–110.)

Markkinointitarpeiston toimenpidevälineillä yritys viestii asiakkaille. Toimenpidevälineitä ovat esimerkiksi esitteet ja www-sivusto. Yrityksen esitteitä laadittaessa kannatta myös panostaa sen laatuun ja muistaa yhtenäinen linjaus markkinointiviestinnässä sovittujen asioiden kanssa. Hyvästä yritysesitteestä selviää yrityksen tarjoamat palvelut, yrityksen toimintaperiaatteet ja yhteystiedot. (Rope 2005, 110 – 113.)

Markkinointitarpeiston yksi viestintäväline asiakkaiden kanssa on yrityksen oma www-sivusto. Tänä päivänä yrityksen kotisivun merkitys on erittäin tärkeää liiketoiminnan kannalta. Parantainen (2008, 288) on kirjassaan sitä mieltä, että yrityksen oma Internet–sivu on yksi tärkeimmistä markkinoinnin välineistä, koska nykyisin yhä useampi potentiaalisista asiakkaista saattaa törmätä ensimmäistä kertaa yritykseen Internetissä. Sivuston ensivaikutelma on tärkeä, koska sitä on vaikea muuttaa jälkikäteen (Parantainen 2008, 288). Kirjassaan Rope (2005, 331) toteaa, että ajattelutapa ”jos et ole verkossa, et ole olemassa” on vahvistunut suuresti verkkoviestintää kohtaan 1990-luvun jälkipuolella. Internet–sivulla ei riitä se, että

sieltä löytyy yrityksen esite pelkästään. Yrityksen verkkosivujen pitää elää, kehittyä, toimia markkinointisovellusten keskeisenä osana sekä olla vuorovaikutteinen asiakkaan kanssa (Rope 2005, 331). Yrityksen Internet-sivujen olemassa olo on erittäin tärkeää varsinkin business-to-business – markkinoilla, koska yritysmarkkinoiden avainhenkilöt työskentelevät yhä enemmän tietokoneiden avulla (Rope 2005, 331).

Hyvän Internet–sivun ominaisuuksia ovat:

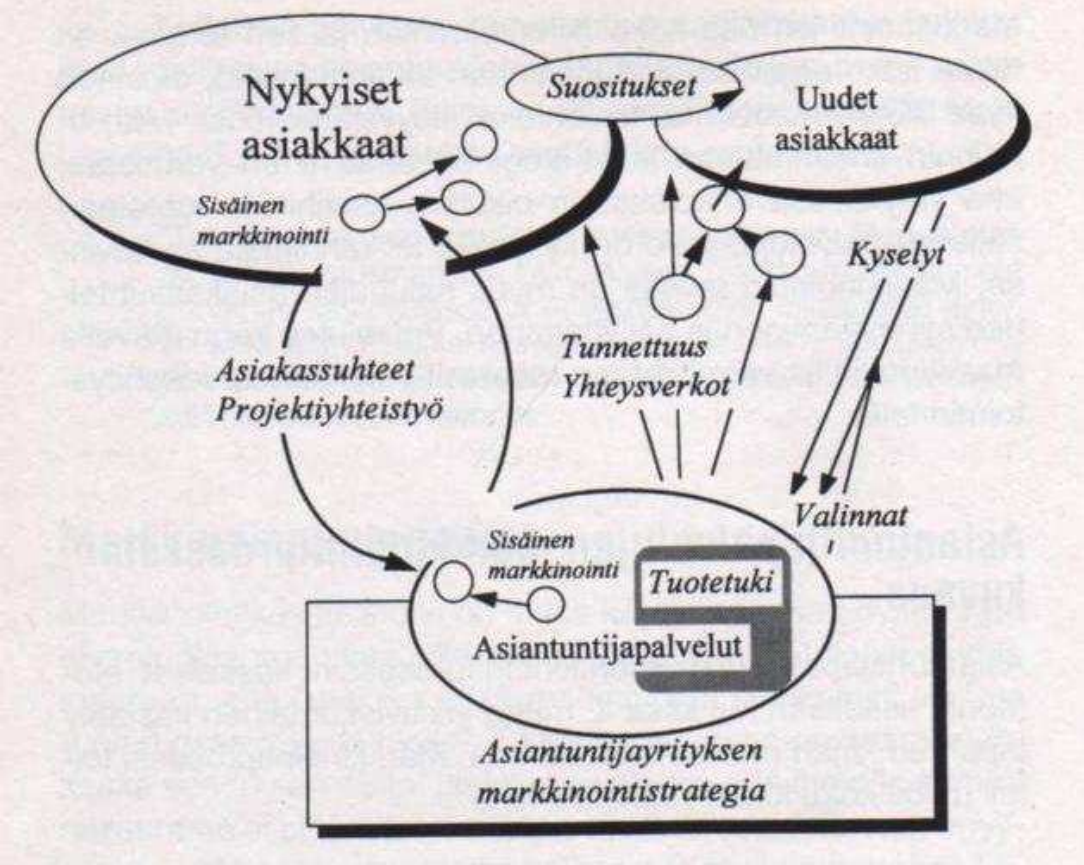
- löydettävyys
- visuaalisesti hyvin suunniteltu
- saa asiakkaan palaamaan sinne sen hauskuudella ja positiivisuudella
- aktivoi asiakasta toimintaan
- ajankohtainen ja jatkuvasti uusiutuva
- käyttö on helppoa
- suunniteltu toimimaan kaikilla käyttöliittymillä

(Rope 2005, 333.)

Hyvin suunnitelluilla ja toteutetuilla Internet-sivuilla, josta löytyy tarpeelliset tiedot yrityksestä ja sen tarjoamista palveluista voidaan säästää markkinointikustannuksissa (Giglierano & Vitale 2002, 447).

3.2.2 Asiantuntijapalvelun markkinointi

Asiantuntijapalveluiden markkinoinnissa tunnettuus ja yhteysverkostot ovat tärkeitä elementtejä. Näitä elementtejä Sipilä (1999, 39) kuvaa asiantuntijapalveluiden markkinointiprosessissa



Kuvio 3 Asiantuntijapalveluiden markkinointiprosessi (Sipilä 1999, 40)

Asiantuntijapalvelut saavat monesti uusia asiakkaita nykyisten asiakkaiden suosituksesta, joten hyvin hoidetut asiakassuhteet ovat tärkeitä asiantuntijapalveluita markkinoidessa. Optimaalisin tilanne asiantuntijayritykselle olisi sellainen, että heillä olisi enemmän kysyntää, kuin heillä on mahdollista tarjota. Näin ollen yritys pystyisi tarkasti valitsemaan ne toimeksiannot, jotka koskevat heidän toimenkuvaansa. (Sipilä 1999, 42.)

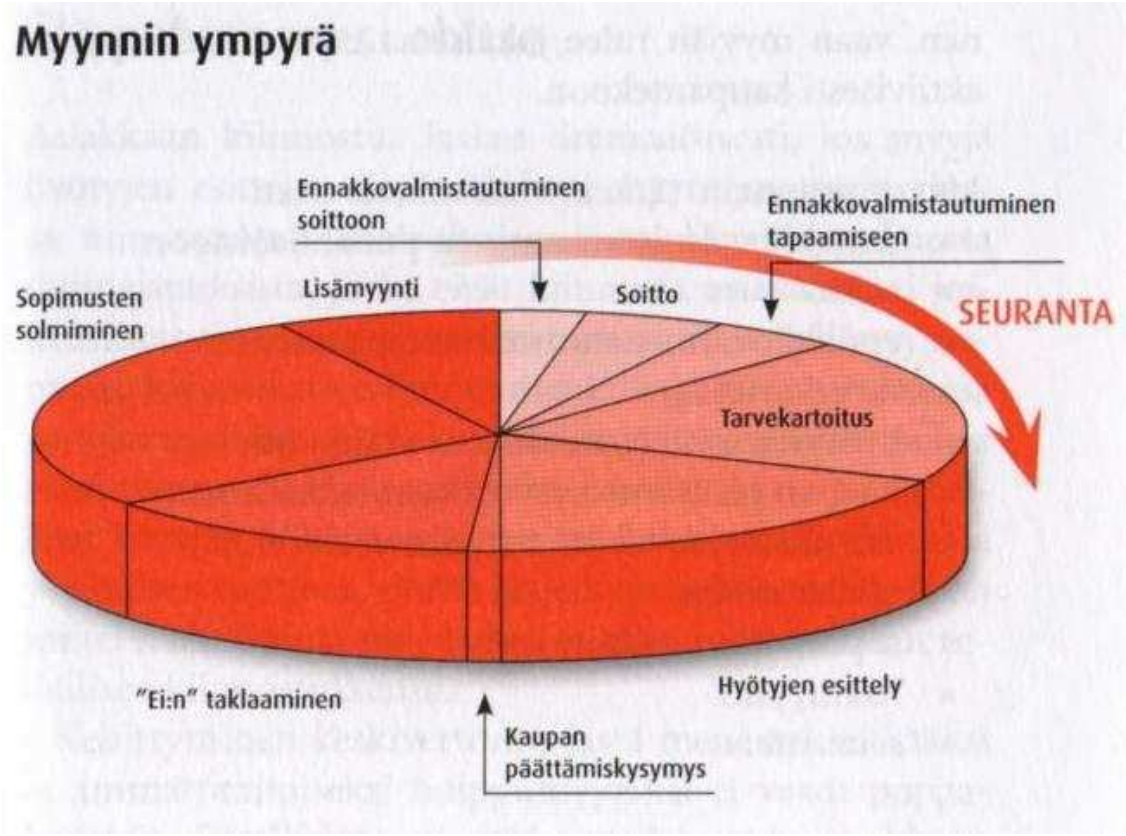
Sipilä (1999,40) painottaa kirjassansa asiantuntijapalveluiden markkinoinnissa tärkeimpänä ja lähes ainoana keinona yhteistyöverkostojen laajuutta sekä asiakkailta syntyviä suosituksia uusille asiakkaille. Yrityksen on kuitenkin tärkeä muistaa myös muut markkinointiviestinnän keinot, jotta yritys lisää tunnettuutta.

3.3 Palvelun myynti

Myyntiprosessi jaotellaan usein eri osa-alueisiin. Rope (2005, 392 - 408) on jaotellut myynninprosessin viiteen päävaiheeseen. Vaiheet ovat valmisteluvaihe, myyntikeskustelu, tarjousvaihe, kaupan päättäminen ja jälkihoito. Valmisteluvaiheessa selvitetään asiakkaan perustietoja, valmistellaan myyntimateriaali, varataan tarpeeksi aikaa tapaamiselle ja valmistellaan tulevan neuvottelun runko. Myyntikeskusteluvaiheessa avataan keskustelu, jossa selvitetään asi-

akkaan roolia ostajana, tarkkaillaan asiakkaan tilaa ja pyritään luomaan mukava ja rento tunnelma. Tämän jälkeen kartoitetaan asiakkaan tarve, pyritään häivyttämään asiakkaan mahdolliset ostoepäilyt ja ratkaistaan potentiaaliset ongelmat, mikäli mahdollista. Kolmannessa vaiheessa asiakkaalle esitetään tarjous, jonka jälkeen neljännessä vaiheessa pyritään päättämään kauppa. Kaupan päättämisen jälkeen jää vielä jälkihoitovaihe, jossa varmistetaan asiakkaan tyytyväisyys esimerkiksi kyselyillä, tervehdyksillä, asiakaslehdillä tai kutsuilla mahdollisiin asiakastilaisuuksiin. (Rope 2005, 392 - 408.)

Rubanovitsch ja Aalto (2008, 35) käsittelevät kirjassaan myyntiä myös prosessina, johon kuuluu kymmenen erilaista kohtaa aina puhelinsoitosta asiakassuhteen seurantaan. Kirjassaan he nimittävät tätä prosessia myynnin ympyräksi. Kyseinen prosessi pitää sisällään seuraavat vaiheet: ennakkovalmistautuminen puhelinsoittoon, soitto, ennakkovalmistautuminen tapaamiseen, tarvekartoitus, hyötyjen esittely ja asiakkaan aktivointi, kaupan päättämiskysymyksen esittäminen, asiakkaan kieltävän vastauksen eli ”ei:n” taklaaminen, sopimuksen solmiminen, lisämyynti ja seuranta. (Rubanovitsch & Aalto 2008, 35.)



Kuvio 4 Myyntiprosessi (Rubanovitsch & Aalto 2008, 35)

Myyntiprosessissa onnistuminen vaatii myyjältä huolellista valmistautumista ennen puhelinsoittoa ja tapaamista. Aluksi tulee selvittää ennen puhelinsoittoa hieman taustatietoja yrityksestä. Puhelinsoittoa varten on hyvä luonnostella suunnitelmaa puhelunkulusta, jotta puhelu

ei lähde harhailemaan vaan etenee johdonmukaisesti. Puhelun aikana myyjän tulee olla rauhallinen ja keskustella asiakkaan kanssa selkeästi. Puhelun alussa on hyvä kertoa tarjottavasta palvelusta lyhyesti ja ytimekkäästi, jotta saadaan herätettyä asiakkaan kiinnostus palvelua kohtaan. Puhelun tavoitteena on sopia asiakkaan kanssa tapaaminen, koska tapaamisen aikana on helpompi tulkita asiakkaan erilaisia eleitä ja tämän avulla saada kauppa päätökseen. Asiakkaalle tarjottaessa tapaamisaikaa, on myyjän hyvä varata omasta kalenterista useampi ajankohta, jotta tapaamisen ajankohdan sopiminen onnistuu helpommin. Puhelun päätteeksi on hyvä käydä läpi sovitut asiat ja päättää puhelu ystävällisesti ja asiallisesti. (Rubanovitsch & Aalto 2008, 42 – 65.)

Ennen tapaamista on selvitettävää lisää taustatietoja asiakkaasta. Asiakas on yllättynyt ja mielissään, kun myyjä on tehnyt huolellista selvitystyötä ennen tapaamista. Asiakkaalle tulee tunne, että heidän yrityksestään ollaan oikeasti kiinnostuneita. Hyvät käytöstavat ja siisti ulkoinen habitus on hyvä pohja onnistuneelle tapaamiselle. (Rubanovitsch & Aalto 2008, 67 – 75.)

Myyntiprosessin yhtenä tärkeimmistä vaiheista voidaan pitää sitä hetkeä, kun asiakas on äänessä ja myyjä kuuntelee. Tätä hetkeä kutsutaan asiakkaan tarvekartoitukseksi. Tarvekartoituksella selvitetään asiakkaan tämän hetkinen tilanne ja mahdollinen tarve tarjottavalle palvelulle. Hyvin suoritetun tarvekartoituksen pohjalta on helpompi herättää asiakkaalle ostohalu myytävää palvelua kohtaan. (Rubanovitsch & Aalto 2008, 77 – 96.)

Huolellisesti suoritetun tarvekartoituksen jälkeen myyjä on saanut kerättyä asiakkaalta riittävästi tarvittavia tietoja ja on aika alkaa rakentamaan asiakkaalle ratkaisua tarvekartoituksessa syntyneeseen ongelmaan. Tässä vaiheessa on myyjän aika alkaa esittelemään palvelusta syntyviä hyötyjä asiakkaalle. (Rubanovitsch & Aalto 2008, 98 – 111.)

Tässä vaiheessa myyntiprosessia on luontevaa yrittää saada kauppa päätökseen. Tämä kuitenkin tarkoittaa sitä, että myyjä on suorittanut huolellisesti asiakkaan tarvekartoituksen ja kertonut asiakkaalle palvelun hyödyistä. Ilman kattavaa tarvekartoitusta ja selkeää hyötyjen esittelyä, on lähestulkoon mahdotonta saada asiakasta ostamaan kyseinen palvelu. Myyntiprosessissa jokainen välivaihe tulee suorittaa kunnolla, jotta päästään parhaaseen mahdolliseen tavoitteeseen eli onnistuneeseen kauppaan. (Rubanovitsch & Aalto 2008, 98 – 111.)

Kaupan päättämisen yhteydessä asiakkaalla saattaa olla vielä jotain epäselviä kohtia palvelusta, jolloin asiakas ei pysty vielä tekemään ostopäätöstä. Tästä ei kuitenkaan kannata hätääntyä, vaan se lähinnä kertoo myyjälle sen, että palvelun hyötyjä pitää esitellä asiakkaalle paremmin. Tässä vaiheessa myyjän kannattaa rohkeasti esittää asiakkaalle avoimia kysymyksiä

ja kuunnella asiakasta. Hyvä myyjä onnistuu kuuntelemalla asiakasta perustelemaan hänelle, että kyseinen palvelu on tärkeä asiakkaalle. (Rubanovitsch & Aalto 2008, 136 – 143.)

Seuraavaksi olemme siinä vaiheessa myyntiprosessia, että myyjä ja asiakas ovat tulleet yhteisymmärrykseen palvelusta ja sen hinnasta, joten on aika tehdä sopimus. Tässä vaiheessa myyjä voi vielä hienosäätää asiakkaalle ehdotettua kokonaisratkaisua. Sopimusta tehdessä on vielä hyvä käydä asiakkaan kanssa kaikki yksityiskohdat läpi, jotta säästytään epäselviltä tilanteilta ja molemmat ovat tyytyväisiä sopimukseen. (Rubanovitsch & Aalto 2008, 149 – 150.)

Lisämyynnin tärkeys on hyvä muistaa tulevaisuutta ajatellen ja tässä vaiheessa myyntiprosessia myyjän on hyvä muistuttaa asiakasta heidän muista palveluista. Lisämyynti voi tapahtua saman tien ensimmäisen kaupan yhteydessä, mutta se voi myös olla muistutus asiakkaalle myyjän muista palveluista tulevaisuutta silmällä pitäen. (Rubanovitsch & Aalto 2008, 152 – 153.)

Seuranta ja jälkihoito kaupan jälkeen ovat tärkeitä, jotta asiakkaalla syntyy positiivinen mielikuva ja kokemus ostohetkestä. Asiakkaalta on hyvä varmistaa kaupan jälkeen, että onko hän ollut tyytyväinen ostamaansa palveluun. Tällä tavalla saadaan asiakas todennäköisesti ostamaan samaiselta yritykseltä uudestaan, koska hän on kokenut ostotapahtuman ja sen jälkeisen ajan miellyttäväksi. Monesti yritykset keskittyvät pelkästään uusiin asiakkaisiin ja vanhoja asiakkaita ei muisteta mitenkään. Asiakkaan seuranta ja kaupan jälkihoito on tässä tapauksessa todella tärkeää lisämyynnin takia. (Rubanovitsch & Aalto 2008, 155 – 161.)

Millainen on hyvä myyjä? Kaikki eivät välttämättä pärjää myyjänä, vaan myyjähenkilön täytyy omata tiettyjä ominaispiirteitä. Myyjän täytyy tuntea ennen kaikkea tuotteensa ja sen ominaisuudet, kuin myös niiden suhteutuminen kilpaileviin tuotteisiin. On tunnettava vallitsevat markkinat ja niillä tapahtuva tuotekehitys. (Rope 2005, 411.)

Usein myyntikoulutuksissa puhutaan myyntitekniikoista, tekniikoista puhuminen johdattaa harhaan, koska myynti on taitolaji. Myyntiä osaamattomat joutuvat turvautumaan tekniikoihin. Myynnin voidaan sanoa olevan ihmisiin kohdistuvaa vaikuttamista, joten myyjän henkilökohtainen taito vaikuttaa ja vakuuttaa asiakas nousee keskeisesti esille. Olennaisia kykyjä myyjällä ovat:

- Kyky tarjota tuotetta asiakkaalle siten, että tämä ottaa harkintaansa tuotteen, jota ei ollut ennen ajatellutkaan ostaa.
- Kyky poistaa myyntiä ehkäisevät tekijät.

- Määrätietoisuus viedä myyntiprosessia eteenpäin niin, että asiakas on valmis tekemään ostopäätöksen myös tilanteissa, joissa hän kokee epävarmuutta ostamista kohtaan ja olisi mahdollisesti halukas siirtämään ostopäätöstään.
- Halu hoitaa kontaktointia kaupan jälkeen niin, että varmistetaan asiakastyytyväisyys ja syvennetään asiakassuhdetta ensikaupan jälkeen järjestelmällisellä asiakassuhdetyöllä yhä sitoutuneempaan suuntaan

(Rope 2005, 412 - 413.)

Myyjänä työskentely edellyttää yleensä myyjän olevan ihmistyypiltään tietynlainen. Se millainen tämä ihmistyyppi tarkalleen ottaen pitäisi olla, on vaikeampi määrittää. Tärkeää kuitenkin on, että myyjä pystyy käyttämään hyödykseen omia ominaispiirteitään ja hän pitää myyntityöstä. Myyjänä onnistumiseen vaikuttavista tekijöistä on tehty paljon tutkimuksia ja niistä nousevat yleensä seuraavat asiat esiin: ikä, sukupuoli, verbaalisuus, fiksuus, persoonallisuus, asenne työhön, motiiviperusta ja myyntitaito. Näistä edellä mainituista seikoista ei voida sanoa, että myyjän tulisi olla tietyllä tasolla jokaisen kohdan suhteen, vaan eniten onnistumiseen vaikuttavat myyjän kokonaisuus ja myytävä tuote tai palvelu. (Rope 2005, 414 – 419.)

3.4 Palvelun brändäys

Von Hertzenin (2006, 91) mukaan yrityksen oman brändin rakentaminen on keino erottautua kilpailijoista ja siksi välttämätöntä, ainoastaan monopolit ovat eriasemassa tässä asiassa. Liiketaloudessa brändillä tarkoitetaan lisäarvoa, jonka asiakas on valmis maksamaan tuotteesta tai palvelusta verrattuna tavalliseen nimettömään tuotteeseen, joka täyttää kuitenkin saman tarpeen (Raatikainen 2008, 97). Brändin tehtävänä on yksilöidä ja erotella tuote, palvelu tai yritys kilpailijoistaan. Vahvan brändin etuna ovat esimerkiksi uskolliset asiakkaat, kiinnostavuus työnantajana ja haluttavuus yhteistyökumppanina. Vahva brändi mahdollistaa myös tuotteiden korkeamman hinnoittelun sekä pienemmät markkinointi- ja jakelukustannukset. (Malmelin & Hakala 2008, 27.) Ojasalot (2010, 197) ovat lisäksi kirjassaan todenneet vahvan brändin vähentävän kilpailun uhkaa.

Vahvasta brändistä on erityisesti hyötyä palvelujen markkinoinnissa, sillä se lisää asiakkaan luottamusta tilanteessa, jossa oston kohde on aineeton (Malmelin & Hakala 2008, 199). Yleisimmin brändin näkee tuotepakkauksissa tunnuksina tai yrityksen tunnuksena (Raatikainen 2008, 97). Kun taas palveluyritysten brändi nojaa useimmiten perustajien osaamiseen ja kokemukseen, varsinkin yrityksen perustamisvaiheessa. (von Hertzen 2006, 94). Von Hertzen (2006, 94) pitää myös yrityksen tai tuotteen nimeä sekä visuaalista tunnusta keskeisinä brändielementteinä. Timo Ropen (2006, 104) mukaan erityisesti konsulttiyrityksen brändäyksessä on tärkeä suuntautua ennalta valittuun lohkoon ja saavuttaa vankka huippuosaajan leima.

Täten potentiaaliset asiakkaat tietävät, että konsulttiyrityksestä löytyy sellaista osaamista, josta kannattaa maksaa (Rope 2006, 104).

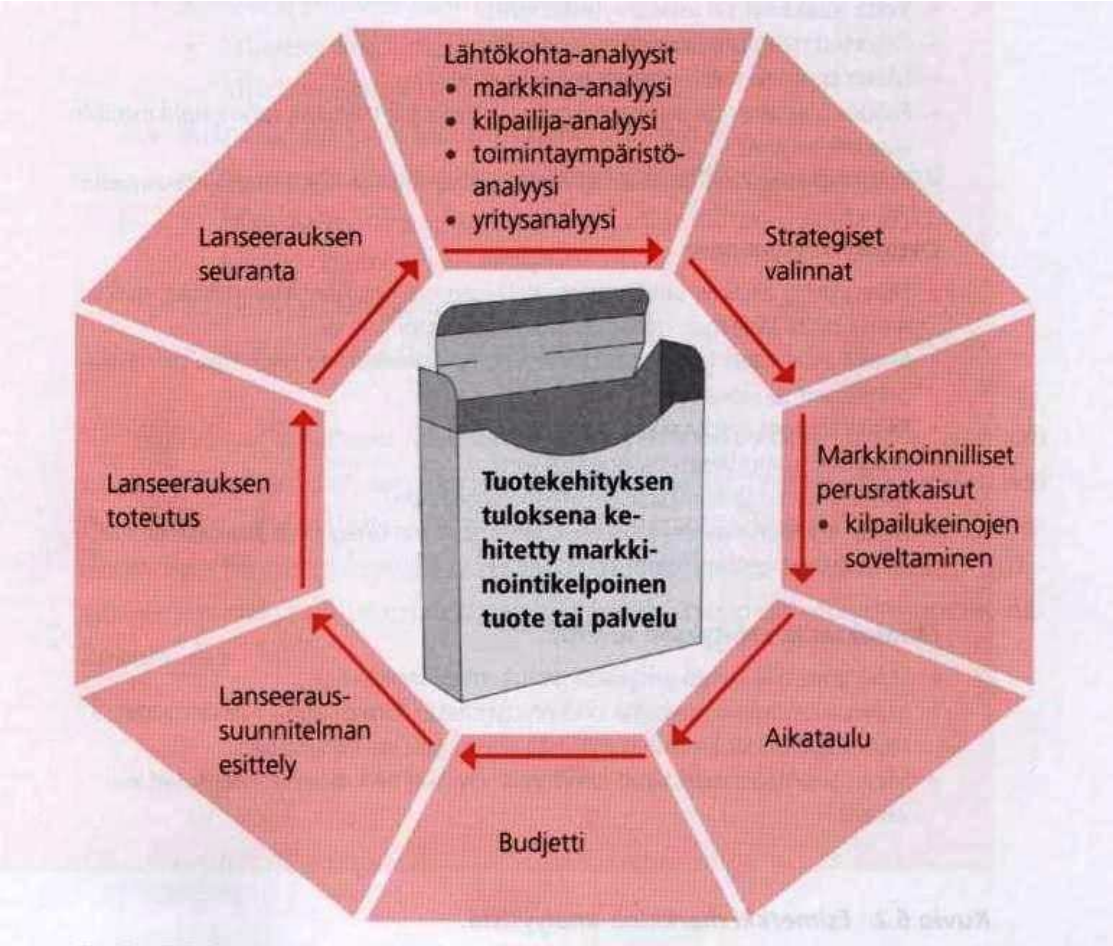
Raatikainen (2008, 97) toteaa, että brändi on kuitenkin vaikea rakentaa tietoisesti, sillä se vie vuosia aikaa ja se muodostuu vähitellen yhteistyössä asiakaskunnan kanssa. Christian Grönroos (2003, 378) on myös samoilla linjoilla todetessaan asiakkaan olevan tärkeässä roolissa brändin kehittämisessä ja markkinoijan rooli on luoda sopivat olosuhteet brändin kehitykselle. Kotler (2005, 167) on tiivistänyt brändin rakentamisen seuraavasti: ”Älä mainosta brändiä, elä sitä.”

3.5 Palvelun lanseerausprosessi

Lanseeraus käsitteenä tarkoittaa uuden palvelun tai tuotteen markkinoille viemistä siten, että sillä tietoisesti tavoitellaan kaupallista menestystä. (Rope 2005, 502).

Palvelun lanseerauksen onnistumisen kannalta tärkeimpänä asiana voidaan pitää sitä, että kyseinen palvelu on hyvä, huolellisesti suunniteltu ja asiakasta houkutteleva. Ilman huolellista pohjatyötä ja palveluidean testaamista, lanseerausprosessissa onnistuminen on hyvin epätodennäköistä. (Lipiäinen 2000, 581.)

Leena Raatikainen (2008, 199) jakaa kirjassaan lanseerausprosessin kahdeksaan eri osaan. Osa-alueet ovat seuraavanlaisia: lähtökohta-analyysit, strategiset valinnat, markkinoinnilliset perusratkaisut, aikataulu, budjetti, lanseeraussuunnitelman esittely, lanseerauksen toteutus, lanseerauksen seuranta.



Kuvio 5 Lanseerausprosessi (Raatikainen 2008, 199)

Lanseerausprosessia ja strategisia valintoja varten on hyvä lähteä liikkeelle lähtökohta-analyyseistä. Lähtökohta-analyysien avulla kerätään tärkeää informaatioita eri osa-alueista ja analysoidaan informaation pohjalta tilannetta. Suositeltavia lähtökohta-analyysejä ovat markkina-analyysi, kilpailija-analyysi, toimintaympäristöanalyysi ja yritysanalyysi. (Raatikainen 2008, 200.)

Markkina-analyysillä selvitetään tietoja markkinoista, jolle palvelu ollaan lanseeraamassa. Selvitettäviä asioita markkinoista ovat sen koko, rakenne, ostokäyttäytyminen ja kylläisyysaste. Markkinoiden kokoa mitataan siten, että maantieteellisesti valitulta alueelta lasketaan potentiaalisten asiakkaiden määrä ja selvitetään heidän käyttämänsä rahamäärä vastaaviin palveluihin tai lanseerattavaan palveluun. Markkinoiden rakenne business-to-business - palveluiden lanseerauksessa vaatii selvitystä asiakaskohdeyritysten toimialasta, koosta ja menestystekijöistä. Markkinoiden ostokäyttäytymiseen vaikuttavia tekijöitä ovat ikäryhmät, sukupuoli, tuloluokat, ammattiryhmät tai elämäntyylitekijät. Kylläisyysasteen avulla saadaan tieto asiakkaiden tämän hetkisten tarpeiden tilasta. Tämän avulla pyritään selvittämään lanseerattavan palvelun kysyntää tulevaisuudessa. (Raatikainen 2008, 200 - 201.)

Kilpailija-analyysissä selvitetään markkinoilla olevat kilpailevat, samantyyppiset ja korvaavat palvelut (Raatikainen 2008, 201).

Kilpailu- ja kilpailija-analyysi

Kilpailevat yritykset	**Vahvat puolet**	**Heikot puolet**	**Huomautuksia**
Mediapaja	Talousalueen suurin yritys	Elää kasvuhuumassa	Luottaa vanhaan maineeseensa
Netintekijät	Erikoistunut sopimusasiakkaisiin, laaja osaamisalue		Palkannut uuden henkilöstön
Netcom	Hyviä ostajia	Nuori yritys	Varteenotettava kilpailija
Mahdolliset tulevat kilpailijat			
Yritykset	**Vahvat puolet**	**Heikot puolet**	**Huomautuksia**
Harrastelijat	Edullisia	Ei laajaa osaamista	Voivat perustaa oman yrityksen
Miten kilpailu kehittyy lähiaikoina?		**Johtopäätökset: Mitä meidän tulisi tehdä?**	
• Kilpailu kiristyy huomattavasti. • Uusia yrityksiä syntyy paljon.		• Olla näkyvästi esillä. • Pitää laatutaso korkealla. • Antaa asiakkaille hyvää palvelua. • Seurata kiristyvää kilpailutilannetta.	

Kuvio 6 Kilpailija-analyysi (Raatikainen 2008, 201)

Toimintaympäristöanalyysillä selvitetään muuttuvan maailman tarpeita, joiden avulla voidaan kehittää omaa palvelua nyt ja tulevaisuudessa (Raatikainen 2008, 201).

Kuvio 7 Toimintaympäristöanalyysi (Raatikainen 2008, 201)

Yritysanalyysissä mietitään uuden lanseerattavan palvelun merkitystä yritykselle nyt ja tulevaisuudessa (Raatikainen 2008, 203).

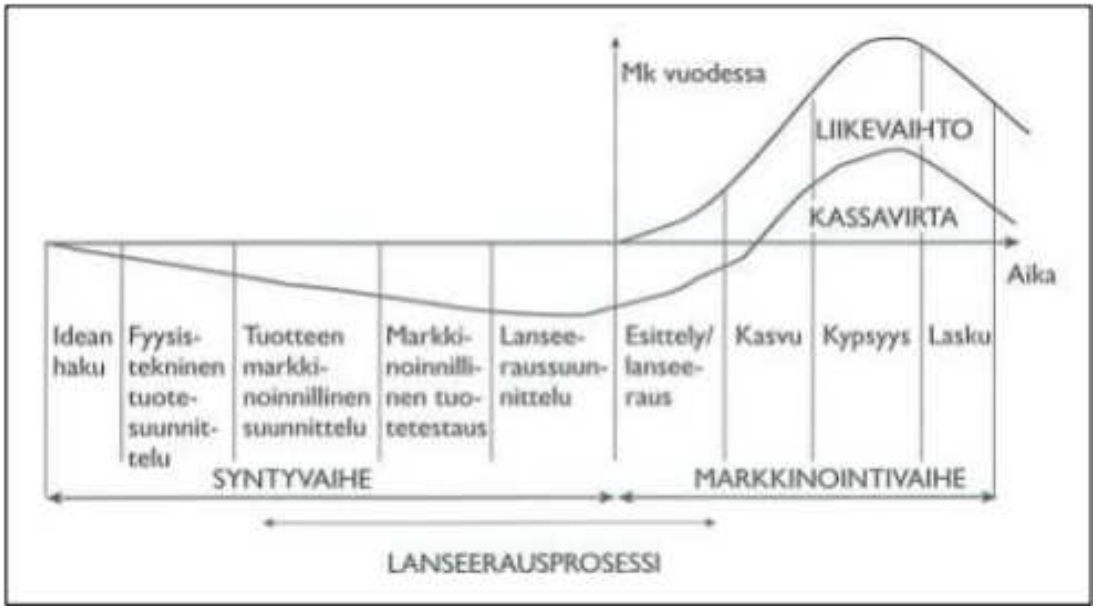
Lähtökohta-analyysien jälkeen yrityksen tulee laatia strategia, joka tukee lanseerausprosessia. Strategisia päämääriä voi olla erilaisia. Tässä muutama esimerkki sellaisista, jotka tukevat lanseerausta: markkinaosuuksien säilyttäminen, markkinaosuuksien vahvistaminen, innovaatiojohtajuuden ylläpitäminen tai hankkiminen, kilpailijoiden pitäminen pois omalta markkinasegmentiltä. (Raatikainen 2008, 204.)

Aikataulun laatiminen tulee tehdä huolellisesti, jotta projekti ei kestä suunniteltua pidempään. Aikataulutuksessa on hyvä ottaa huomioon yrityksen tämän hetkiset kyvyt lanseerauksen toteuttamisessa sekä varautua mahdollisiin riskeihin, jotka saattavat venyttää projektin kestoa. (Raatikainen 2008, 206.)

Lanseerauksen budjetti on syytä olla laadittuna tarkasti, jotta selvitään ilman yllättäviä kuluja. Budjettia laatiessa on hyvä ottaa huomioon jo ennen lanseerausta syntyneet kulut. (Raatikainen 2008, 206.)

Lanseeraussuunnitelma laaditaan kirjalliseen muotoon, josta ilmenee vastuut lanseerausprosessissa oleville henkilöille toteuttamisen ja seurannan osalta. Lanseeraussuunnitelmaan on hyvä sisältää erilaisia tavoitteita, joita lanseeraukselle halutaan asettaa. Tavoitteita voivat olla esimerkiksi imagotavoitteet, tunnettuustavoitteet, taloudelliset tavoitteet ja markkinaviestintätavoitteet. (Raatikainen 2008, 206 – 207.)

Timo Ropen näkemys lanseerausprosessista on lähes samanlainen kuin Leena Raatikaisen. Rope on sijoittanut lanseerauksen tuotteen elinkaarimalliin. Ropen (2005, 503) elinkaarimallissa esitetään tuotetta, mutta mielestämme tuotteen elinkaari on lähestulkoon samanlainen kuin palvelun elinkaari.



Kuvio 8 Lanseeraus osana elinkaarimallia (Rope 2005, 503)

Elinkaarimallissa nähdään kuinka ennen lanseerausta yritykselle syntyy kuluja, jotka tulee ottaa huomioon lanseerausbudjetissa. Liiketoiminnan kannalta on tärkeää kehittää toimintaa niin, että kun yksi palveluista alkaa tulla elinkaarensa päähän, niin yritys on jo aloittanut uuden palvelun suunnittelun ja käy kyseisen lanseerausprosessin uudestaan läpi. (Rope 2005, 503.)

3.6 Segmentointi

Segmentit ovat asiakasryhmiä, joille yrityksen markkinointitoimenpiteet suunnataan. Segmenttien taustalla on asiakasryhmien samankaltaiset ominaisuudet ja tarpeet. (Raatikainen 2008, 10; Kotler & Keller 2006, 240.)

Ropen (2005, 153) mukaan segmentoinnin tarkoituksena on löytää ja valita yritykselle segmentit, jotka tuovat parhaan liiketaloudellisen tuloksen. Organisaatio pystyy harvoin tyydyttämään kaikkien potentiaalisten asiakkaiden tarpeita samalla tavalla, siksi asiakkaat on jaettava homogeenisiin ja riittävästi toisistaan poikkeaviin segmentteihin. Segmenteistä valitaan yksi tai muutama, joihin markkinointi suunnataan. Kapean segmentin valintaan vaikuttaa se, että palvelun tuotantojärjestelmä ei pysty täyttämään kovin erilaisia tarpeita ja toiveita, sillä palvelut ja tuotanto ovat monimutkaisia. Asiakkaat haluavat tulla kuitenkin kohdelluksi palvelutoiminnassa yksilöinä, vaikka olisivatkin osana suurta segmenttiä. (Grönroos 2003, 415 - 416.) Segmentoinnin avulla yritys pystyy suunnittelemaan paremmin palvelun hinnoittelun, markkinointitoimenpiteet ja toimituksen miellyttääkseen asiakkaitaan (Kotler & Keller 2006, 240).

Segmentin valintaan vaikuttaa useat eri tekijät. Tekijöitä voivat olla läheisyys, volyymi, tuottomahdollisuus, kilpailutilanne segmentillä, investointivaateet ja segmenttisynergisyys. Läheisyydellä viitataan maantieteelliseen sekä henkiseen läheisyyteen. Varsinkaan aloittavan yrityksen on turha lähteä maantieteellisesti kauas, mikäli potentiaalisia asiakkaita löytyy lähempääkin. Henkisellä läheisyydellä viitataan taas aatteelliseen yhteenkuuluvuuteen. Segmentillä pitää olla sopiva volyymi, liian suurikin segmentti tuottaa ongelmia. Tuottomahdollisuudet viittaavat segmentistä saatavaan katteeseen, eri segmentit voivat olla huomattavan erilaisia tuottopotentiaalin suhteen. Segmentin valinnassa tärkeä on huomioida kilpailijoiden määrä ja asema segmentillä. Vaikka jokin segmentti olisi kiinnostava, voi se edellyttää niin suuret investoinnit, että sinne suuntautuminen ei ole kannattavaa. Lisäksi yrityksen kannalta olisi parasta toimia segmentillä, jossa liiketoiminnan osatekijöiden tulisi olla positiivisesti toisiinsa kytkeytyviä. (Rope 2005, 156 – 158.)

Raatikaisen (2008, 26) mukaan segmentointi sisältää myös riskejä. Riskit voivat käydä todeksi, jos segmentointi tehdään väärillä perusteilla, valittu segmentti osoittautuu kannattamattomaksi, segmentti osoittautuu liian pieneksi, segmentti osoittautuu liian kalliiksi tavoittaa tai yritys keskittyy liikaa yhteen segmenttiin. (Raatikainen 2008, 26)

4 Yrityksen kohderyhmä

Advanced Future on valinnut kohderyhmäkseen koulutuksen järjestäjät ja heidän läheisyydessään toimivat organisaatiot sekä eri kolmannen sektorin toimijat, kuten järjestöt ja yhdistykset. Olemme keränneet opinnäytetyöhömme yleistä tietoa ammattikorkeakouluista, ammattioppilaitoksista, lukioista ja yhdistyksistä. Kohderyhmästä saamamme yleisen tiedon ja perustajajäsenien koulutus- sekä työhistoriataustojen perusteella teemme opinnäytetyössämme päätöksen, mistä aloittavan yrityksen olisi järkevintä aloittaa palvelun myynti.

4.1 Ammattikorkeakoulut Suomessa

Ammattikorkeakoulu on korkea-asteen oppilaitos, johon pyritään ammattikoulun tai lukion jälkeen. Ammattikorkeakoulu tarjoaa käytäntöön suuntautuvan opiskelumuodon verrattuna yliopisto-opintoihin. Ammattikorkeakouluissa kokopäiväopiskelijan opiskeluaika on 3,5-4 vuotta, kyseinen opiskeluaika sisältää yleensä puolen vuoden työharjoittelun. Ammattikorkeakoulussa voi opiskella seuraavia aloja: humanistinen ja kasvatusala, kulttuuriala, luonnontieteiden ala, luonnonvara- ja ympäristöala, matkailu-, ravitsemis- ja talousala, sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala, tekniikan ja liikenteen ala sekä yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala. (Arene ry 2012.)

Suomessa on 27 ammattikorkeakoulua, jotka toimivat noin 70 eri paikkakunnalla (Arene ry 2012). Ammattikorkeakoulujen tutkintoon johtavassa koulutuksessa opiskeli syksyllä 2011 yhteensä 139 900 opiskelijaa (Tilastokeskus 2011). Ammattikorkeakouluissa opettajia ja muuta henkilöstöä on vuonna 2003 ollut noin 6000 henkilöä (Tilastokeskus 2003). Tilastokeskus ei ole tämän jälkeen ylläpitänyt kyseistä tilastoa, joten tämän takia kyseiseen lukuun kannattaa suhtautua hieman kriittisesti.

Vuonna 2012 opetus- ja kulttuuriministeriö myönsi 25 ammattikorkeakoululle rahoitusjärjestelmän mukaista valtionosuutta. Vuonna 2012 keskimääräinen arvonlisäveroton yksikköhinta oli 8018,10 euroa/opiskelija. Yksikköhintaan lisättävä arvonlisäveron osuus on 4,03 prosenttia. (Opetushallitus 2012.)

4.2 Lukiot Suomessa

Lukio on toisen asteen oppilaitos, jonne on mahdollista pyrkiä suoritettuaan oppivelvollisuuden. Lukion opiskeluaika on yleensä 2-4 vuotta, mutta suurin osa opiskelijoista valmistuu kolmessa vuodessa. Lukion koulutuksessa osallistutaan yleensä ylioppilastutkintoon. Ylioppilaaksi pääsyn jälkeen on mahdollista hakea opiskelemaan korkea-asteelle eli yliopistoihin ja ammattikorkeakouluihin.

Vuonna 2009 lukioiden määrä Suomessa oli 440, joissa opiskeli yhteensä noin 112 000 oppilasta. Opettajia Suomen lukioissa oli vuonna 2010 yhteensä 7910. (Opetushallitus 2010.)

Vuonna 2012 opetus- ja kulttuuriministeriö on myöntänyt 278 lukiolle luvan järjestää lukiokoulutusta. Opetus- ja kulttuuriministeriö myöntää rahoitusta 278 lukiolle. Vuonna 2012 lukion keskimääräinen yksikköhinta on 6704,40 euroa/opiskelija, yksikköhinta on arvonlisäveroton. Yksikköhintaan lisätään arvonlisäveron osuus, joka vuonna 2012 on 3,71 prosenttia yksikköhinnasta. (Opetushallitus 2012.)

4.3 Ammatillinen koulutus Suomessa

Ammattiopistot ovat toisen asteen oppilaitoksia, jotka tarjoavat ammatillista peruskoulutusta. Ammattiopistoon on mahdollista hakea suoritettuaan peruskoulun. Koulutus kestää keskimäärin kolme vuotta, joka johtaa ammatilliseen perustutkintoon. Tutkinnon suorittanut opiskelija on oikeutettu hakemaan halutessaan ammattikorkeakouluihin ja yliopistoihin jatko-opintoihin. Ammattiopistojen opiskeluun sisältyy sekä käytäntöä että teoriaa. Teoria jakaantuu pitkin opiskeluaikaa, lisäksi opintoihin sisältyy viisi kuukautta työharjoittelua koulutusalaan liittyvissä tehtävissä. Osassa ammattiopistoissa voi suorittaa kaksoistutkinnon, tämä tutkinto sisältää myös ylioppilastutkinnon, tällöin opinnot kestävät yleensä noin neljä vuotta. (Opetushallitus 2012.)

Vuonna 2009 ammattiopistojen määrä Suomessa oli 206, joissa oli yhteensä 488 opetuspistettä. Eri opetuspisteiden oppilasmäärä oli 165 300 oppilasta (Opetushallitus 2010). Opettajia Suomen ammattiopistoissa on yhteensä 14 514 (Opetushallitus 2011).

Vuonna 2012 opetus- ja kulttuuriministeriö on myöntänyt 136 ammattioppilaitokselle rahoitusta. Vuonna 2012 keskimääräinen arvonlisäveroton yksikköhinta on 11 131,17 euroa/opiskelija. Yksikköhintaan lisätään arvonlisäveron osuus, joka vuonna 2012 on 5,2 %. (Opetushallitus 2012)

4.4 Yhdistykset Suomessa

Yhdistyksellä tarkoitetaan useamman ihmisen ryhmää, jonka tarkoituksena on ajaa yhdistyksen jäsenten yhteisiä arvoja tai tavoitteita. Yhdistys voi olla rekisteröity tai rekisteröimätön. (Kansanvalta 2012.) Suomessa on rekisteröityjä yhdistyksiä noin 133 000 kappaletta (Patentti- ja rekisterihallitus 2012). Yhdistyksissä on yhteensä noin 15 miljoonaa henkilöjäsentä (Kansanvalta 2012).

Suomalaiset yhdistykset voidaan jakaa seuraavanlaisesti:

- urheilu- ja liikuntayhdistykset
- kulttuuriyhdistykset
- vapaa-aika- ja harrastusyhdistykset
- sosiaali- ja terveysyhdistykset
- nuorisoyhdistykset ja opiskelijajärjestöt
- poliittiset yhdistykset
- ammattiyhdistykset
- talous- ja elinkeinoyhdistykset

- neuvontajärjestöt
- uskonnolliset ja maailmankatsomukselliset yhdistykset
- kasvatus-, tiede- ja opintoyhdistykset
- ympäristöyhdistykset
- eläkeläis- ja veteraanijärjestöt
- kylä- ja kaupunginosayhdistykset
- maanpuolustus- ja rauhanjärjestöt
- ystävyysseurat, etniset järjestöt ja kehitysyhteistyöjärjestöt
- palvelujärjestöt

(Kansanvalta 2012.)

4.5 Kohderyhmien vertailu

Vertailimme kohderyhmän eri segmenttejä ja tulimme siihen tulokseen, että Advanced Futuren kannattaa aloittaa palvelun lanseeraus pääkaupunkiseudun lukioista ja ammattikorkeakouluista.

Valitsimme lukiot yhdeksi segmentiksi, koska kaikki lukiot ovat samantyyppisiä ja niiden opetusmetodit mukailevat pääsääntöisesti toisiaan. Lukioissa opetuksen sisältö on aina lähestulkoon samanlaista ja opetus tähtää ylioppilastutkintoon. Ammattikouluissa on useampia eri linjoja, joissa opetusmetodit vaihtelevat merkittävästi. Meidän näkemyksen mukaan ammattikouluissa konsultointi vaatii kyseessä olevan alan vankkaa tuntemusta. Emme osaa kuvitella Tradenomia konsultoimassa lähihoitaja- tai autoalanopettajaa. Tietenkin tämänkaltaisten opettajien esiintymis- ja vuorovaikutustavoissa on kehittämistä, joten tästäkin segmentistä löytyy potentiaalia, mutta ei välttämättä yrityksen perustamisvaiheessa. Advanced Futuren yksi tarjottavista palveluista on ”FutureCoaching” -konsepti, joka valmentaa muun muassa yksilöä työelämän ja opintojen haasteisiin. Meidän mielestä suurin potentiaali tälle valmennusohjelmalle piilee lukioissa, koska pääsääntöisesti lukion jälkeen opiskelijat jatkavat opiskeluitaan. Lukiotason opinnot ovat yleissivistäviä, joten tässä vaiheessa ei vielä välttämättä tiedetä tulevaisuuden ammattia. Näin ollen ”FutureCoaching” -konsepti voisi antaa paremmat eväät näille lukiolaisille.

Ammattikorkeakoulut valitsimme toiseksi segmentiksi, koska kaikilla yrityksen perustajajäsenistä on ammattikorkeakoulutausta. Konsulteilla on tuoreessa muistissa ammattikorkeakoulujen opetusmetodit ja uskomme että konsulteilla on hyviä kehitysehdotuksia vanhojen metodien uudistamiseksi. Näin ollen ammattikorkeakoulussa konsultointi on perustajajäsenille luontevaa.

5 Käytännön ehdotukset yritykselle

Opinnäytetyömme tässä osuudessa esittelemme Advanced Futurelle erilaisia markkinointiviestinnän keinoja, pohdimme miten yritys voi rakentaa palvelulleen brändiä sekä annamme ehdotuksen palvelun myynnin ja lanseerauksen toteuttamisesta.

5.1 Palvelun markkinointiviestintä

Yrityksen perustamisvaiheessa tunnettuuden lisääminen markkinoinnin avulla on tärkeää. Kohdeyrityksellä ei ole kuitenkaan käytössä suurta markkinointibudjettia, joten opinnäytetyössämme mietimme yritykselle edullisia markkinointiviestinnän keinoja. Tällaisen palvelun markkinoinnissa on löydettävä oikeat ja edulliset tavat, joilla voidaan tavoittaa kohderyhmä. Tekemämme taustakartoituksen pohjalta esittelemme yritykselle seuraavanlaisia markkinointiviestinnän keinoja.

5.1.1 Yrityksen oma Internet–sivu

Nykyisin Internet sivut ovat osana lähes jokaisen yrityksen markkinointia, joten Advanced Futuren kannattaa kehittää omia www-sivuja. Yrityksen Internet-sivut pitää rakentaa niin, että ne ovat vuorovaikutteiset ja sivuilta etsittävä tieto on helposti löydettävissä. Sivuston ulkoasun tulee mukailla yrityksen yleisilmettä eli olla raikkaat, nuorekkaat ja vakuuttavat. Tällä tavalla yritys jatkaa linjaansa vahvan brändin rakentamisessa. Yrityksen Internet–sivustojen tulee olla yleisilmeeltään houkutteleva ja asiakasta innostava, jotta asiakas saadaan jäämään sivustolle etsimään tietoa yrityksestä. Sivustoilla on hyvä julkaista ajankohtaisia uutisia, jotta verkkovierailijalle jää kuva aktiivisesti päivittyvästä kotisivusta. Sivustolta tulee löytyä helposti ja kattavasti tietoa yrityksen palveluista, konsulttien koulutustaustoista ja työhistoriasta sekä yrityksen yhteystiedot. Sivustolla olisi hyvä kertoa hieman laajemmin minkä vuoksi Advanced Future haluaa tarjota tällaisia palveluita ja mitä hyötyä niistä on asiakkaalle. Tällaisella hyvin perustellulla tiedolla saadaan kävijä todennäköisemmin kiinnostumaan enemmän yrityksen palveluista. Yrityksen saatua asiakkaita, sivustolle kannattaa lisätä yrityksen referenssejä ja asiakkaiden positiivisia kokemuksia palvelusta. Näitä varten tarvitsee tietysti saada lupa asiakkailta, jotta ne voidaan julkaista yrityksen omalla Internet–sivulla. Tänä päivänä Internet–sivujen tekeminen ja ylläpitäminen on suhteellisen edullista, joten sen vuoksi suosittelemme yrityksen panostavan omiin Internet–sivuihin.

5.1.2 Yrityksen markkinointimateriaali

Yrityksen kannattaa painattaa itselleen markkinointimateriaalia, tämä materiaali antaa tukea myyntiin. Yrityksen kannattaa painattaa konsulteille käyntikortit sekä yrityksestä ja sen pal-

veluista kertovia esitteitä. Nämä markkinointimateriaalit ovat sellaisia, jotka on helppo antaa potentiaalisille asiakkaille myynnin ja tapahtumien ohessa. Varsinkin palvelubisneksessä markkinointimateriaali on usein ainut konkreettinen asia, joka voidaan antaa potentiaalisille asiakkaille, joten materiaali tulee suunnitella huolella. Kaikessa painetussa materiaalissa on hyvä muistaa markkinointiviestinnässä sovittu yhtenäinen linja. Markkinointimateriaali vahvistaa yrityksen brändiä, joten suunnittelussa kannattaa olla huolellinen. Markkinointimateriaali tulee suunnitella ja toteuttaa budjetin mukaisesti.

5.1.3 Puhelin- ja sähköpostimarkkinointi

Opinnäytetyön liitteeksi olemme koonneet kattavan asiakasrekisterin Suomen lukioista ja ammattikorkeakouluista johdon yhteystietojen kanssa. Yrityksen kannattaa käyttää kyseistä asiakasrekisteriä hyödyksi puhelin- ja sähköpostimarkkinoinnissa. Puhelimen avulla voidaan markkinoida palvelua suoraan kohdistettuna potentiaaliselle asiakkaalle. Puhelun aikana ei välttämättä pystytä rakentamaan asiakkaalle täydellistä kuvaa palvelusta, joten tämän tukena toimii hyvin sähköpostiviesti. Puhelun jälkeen on hyvä lähettää potentiaaliselle asiakkaalla sähköpostissa tarkempi esittely yrityksen tarjoamista palveluista. Sähköpostiin ei kannata lisätä liitetiedostoja, koska tänä päivänä mediassa on ollut paljon keskustelua sähköpostin välityksellä leviävistä viruksista, näin ollen liitetiedostot jäävät usein aukaisematta. Sähköpostin pituutta ja sen sisältöä on hyvä miettiä etukäteen, viestissä kannattaa nostaa esille korostetusti kaikki tärkeät asiat. Liian kattava ja pitkä viesti saattaa jäädä lukematta. Sähköpostissa tulisi olla suora linkki yrityksen omille Internet-sivuille, jonka kautta asiakas saa lisätietoa yrityksen palveluista.

5.1.4 Facebook- ja Twitter–markkinointi

Sosiaalinen media on päivän kuuma puheenaihe. Nuorekkaan konsultointiyrityksen kannattaa olla mukana tässä valtavasti kasvavassa mediassa. Facebookin ja Twitterin kautta yritys pystyy julkaisemaan nopeasti uutisia yrityksestä ja pitämään yhteistyökumppaninsa ajan tasalla. Näiden palveluiden kautta on myös mahdollista verkostoitua, jonka avulla yritys voi kasvattaa asiakaskuntaansa. Lisäksi on hyvä muistaa, että sivuston luominen näihin medioihin on ilmaista. Yrityksen luotua sivut molempiin sosiaalisiin medioihin kannattaa heidän etsiä palvelusta potentiaalisia asiakkaita ja tykätä/seurata heidän sivujaan. Tämän toiminnon avulla on mahdollista saada näkyvyyttä ja herättää mielenkiintoa potentiaalisissa asiakkaissa. Sosiaalisessa mediassa mukana oleminen on nuorekasta ja ajankohtaista. Tällä tavalla Advanced Future rakentaa brändiänsä, vaikka sivustojen ulkoasuun ei pysty itse vaikuttamaan merkittävästi.

5.1.5 Yhteistyö eri organisaatioiden kanssa

Advanced Futuren kannattaa olla yhteydessä erilaisiin organisaatioihin, jotka toimivat yrityksen kohderyhmän parissa. Tämän tyyppisiä organisaatioita ovat esimerkiksi Opetusalan Ammattijärjestö, Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto ja Suomen Rehtorit Ry.

Opetusalan ammattijärjestö - OAJ on opetusalan ammattijärjestö, jolla on jäseniä noin 120 000 henkilöä. OAJ järjestää erilaisia tapahtumia jäsenilleen sekä julkaisee kerran viikossa ilmestyvää *Opettaja-lehteä.* (Opetusalan ammattijärjestö 2012.)

Suomen Rehtorit ry on yleissivistävien koulujen ja koulutoimien johtotehtävissä työskentelevien järjestö. Heillä on jo yli 1200 jäsentä. Suomen Rehtorit ry järjestää jäsenilleen vuosittain erilaisia tilaisuuksia sekä julkaisee vuosittain jäsenillensä neljä lehteä. (Suomen Rehtorit ry 2012.)

Arene Ry on samanlainen järjestö kuin Suomen Rehtorit ry, mutta sen toiminta on tarkoitettu Suomen ammattikorkeakoulujen rehtoreille (Arene ry 2012).

Näiden organisaatioiden avulla Advanced Future voi kasvattaa verkostoaan, saada uusia kontakteja sekä neuvoja palvelun myyntiä varten. Kyseiset organisaatiot järjestävät vuosittain useita tapahtumia, joissa on paikalla Advanced Futuren kohderyhmän päättäviä toimijoita, joten tällaiseen tapahtumaan mukaan pääseminen olisi erittäin hyödyllistä.

5.1.6 Lehtimarkkinointi

Lehtimainonta on melko kallista ja sillä ei välttämättä tavoiteta juuri haluttua kohderyhmää. Tämän takia suosittelemme, että yritys harkitsee tarkasti missä lehdessä mainostavat. Hyviä lehtiä, joissa kannattaa mainostaa ovat opetusalaan liittyvät lehdet. Opinnäytetyömme kohdassa *5.1.5 Yhteistyö eri organisaatioiden* kanssa, olemme kertoneet muutamasta erilaisesta organisaatiosta, jotka toimivat Advanced Futuren kohderyhmän parissa. Kyseiset organisaatiot julkaisevat jäsenilleen erilaisia lehtiä ja Internet-julkaisuja. Advanced Futuren kannattaa mainostaa tämän tyyppisissä paikoissa. Syy tällaiselle mainonnalle on se, että tällainen mainonta tavoittaa tehokkaasti toivotun kohderyhmän. Tällaisissa lehdissä mainonta on edullisempaa kuin mainoksen laittaminen aikakausilehtiin, joiden avulla ei tavoiteta tiettyä kohderyhmää. Lisäksi tämänkaltaiset alan lehdet voisivat olla hyvin todennäköisesti kiinnostuneita kirjoittamaan Advanced Futuren toiminnasta artikkelin, jonka avulla yritys saa ilmaista mainosta.

5.1.7 Tapahtumat

Yrityksen kannattaa markkinoida palveluitaan opetusalalle järjestettävissä tapahtumissa. Tämänkaltaisia tapahtumia on paljon. Tapahtumia järjestävät erilaiset opetusalan ammattijärjestöt sekä toimihenkilöyhdistykset. Näissä tapahtumissa esiintyminen laajentaa Advanced Futuren verkostoa ja mahdollistaa tehokkaamman uusasiakashankinnan. Hyvänä esimerkkinä suuremmasta tapahtumasta on opetusalan ammattijärjestön toteuttama Educa – messu, johon kokoontuu Suomen eri oppilaitosten toimihenkilöt. Kyseisillä messuilla Advanced Future lisäisi tunnettuutta valtakunnallisesti.

Meidän mielestä mielenkiintoinen ja hyvän potentiaalin omaava tapahtuma voisi olla Advanced Futuren itse järjestämä tapahtuma esimerkiksi pääkaupunkiseudun rehtoreille. Yritys voisi järjestää tapahtuman, johon he kutsuisivat pääkaupunkiseudulta kohderyhmän rehtoreita kuulemaan ja keskustelemaan heidän tarjoamasta palveluista.

5.1.8 Suositukset markkinointiviestinnän tehostajana

Asiantuntijapalvelut saavat monesti uusia asiakkaita nykyisten asiakkaiden suosituksesta, joten hyvin hoidetut asiakassuhteet ovat tärkeitä asiantuntijapalveluita markkinoidessa (Sipilä 1999, 40). Advanced Futuren kohderyhmä koostuu pääsääntöisesti koulutusorganisaatioista ja varsinkin Uudellamaalla koulutuslaitoksia on melko tiheästi. Uskomme siihen, että lähialueen rehtorit ja opettajat ovat ainakin jonkin verran yhteydessä keskenään. Näin ollen yhdessäkin oppilaitoksessa hyvin onnistunut Advanced Futuren palvelukokonaisuus saattaa kasvattaa yrityksen tunnettuutta ja lisätä asiakkaiden kiinnostusta yrityksen tarjoamia palveluita kohtaan. Lisäksi pienemmillä paikkakunnilla sama rehtori saattaa toimia useammassa koulussa päättäjänä. Tämänlainen markkinointiviestintä on ilmaista ja hyvin tehokasta, mutta sen alkaminen vaatii hyvin onnistuneita palvelukokonaisuuksia Advanced Futuren konsulteilta.

5.2 Palveluyrityksen brändi

Asiantuntijayrityksen on tärkeä erottautua kilpailijoista, luoda uskottavuutta toiminnalleen sekä saada asiakkaille syntymään mielikuva osaamisen laadusta brändin avulla. Brändin rakentamista on vaikea tehdä tietoisesti, sillä se muodostuu yhteistyössä asiakaskunnan kanssa ja sen rakentaminen vaatii usein vuosien työn.

Palvelun brändi koostuu mielestämme palvelun takana olevista henkilöistä, heidän persoonista ja ammattitaidosta. Advanced Futuren konsulttien tulee mielestämme tuoda esiin nuorekasta ajattelutapaa, mielenkiintoa asiaa kohtaan ja vanhojen opetusmetodien uudistamishaluaan. Yksi keino millä yritys edesauttaa brändin rakentumista on konsulttipalvelun ulkokuori. Konsulttien ulkoasu ja yleinen olemus täytyy olla siisti ja vakuuttava. Lisäksi paikalla ollessa useita konsultteja ulkoasun yhtenevyys luo selkeyttä ja vakuuttavuutta.

Advanced Futuren omat toimitilat, Internet-sivut ja sosiaalisessa mediassa näkyvyys tehostavat yrityksen brändiä. Näiden lisäksi brändiä tehostavat yrityksen yleiset paperit, kaavakkeet ja markkinointimateriaali, jonka toteutus on suoritettu noudattaen markkinointiviestinnässä sovittuja linjauksia.

5.3 Palvelun myynti

Omien kokemustemme sekä kirjalähteiden perusteella suosittelemme Advanced Futurea aloittamaan palvelun myynti pienemmästä segmentistä yrityksen vähäisten resurssien vuoksi, sillä Advanced Futuren perustajat tekevät konsultin töitä päätyönsä ohella. Segmentti tulee valita huolella, jotta palvelulle saadaan tärkeät ensimmäiset asiakkaat nopeasti. Asiakasmäärän kasvu antaa hyviä referenssejä jatkoa varten sekä herättää toivottua mielenkiintoa ja huomiota myös muissa kohderyhmän oppilaitoksissa. Ensimmäisten asiakkaiden jälkeen palvelun myyntiä on helpompi lähteä viemään eteenpäin samalla toimivalla kaavalla muihin segmentin oppilaitoksiin.

Advanced Futuren kannattaa aloittaa palvelun myynti kontaktoimalla aluksi valitun segmentin oppilaitoksia puhelimitse. Puhelussa kerrottaisiin palvelusta lyhyesti ja sovitaan, että konsultti lähettää tarkemman esittelyn palvelusta sähköpostitse. Sähköpostissa tulisi kertoa yrityksestä, sen tarjoamista palveluista ja potentiaalisista kehittämiskohteista asiakkaalle. Kun asiakas on saanut rauhassa tutustua palveluun, konsultti ottaa uudestaan yhteyttä kyseisen oppilaitoksen edustajaan puhelimitse. Puhelun aikana pyritään solmimaan sopimus tai vaihtoehtoisesti tapaaminen mikäli asiakkaalla on jotain epäselvyyksiä.

Tapaamisessa Advanced Futuren konsultti esittelisi yrityksensä toimintaa ja näkemyksiä kehityskohteista asiakkaalle, tavoitteena sopimuksen solmiminen. Jotta Advanced Future saisi sopimuksen oppilaitoksen kanssa, konsultin pitäisi pystyä perustelemaan heidän toimintansa tuottama hyöty kyseisen oppilaitoksen kohdalla. Tämän toteuttamiseksi konsultin täytyy tehdä perusteellinen tarvekartoitus viimeistään tapaamisessa ja tämän jälkeen vakuuttaa oppilaitoksen edustaja siitä, että Advanced Futurella on ratkaisu tarpeisiin.

5.3.1 Ehdotus lanseerauksen toteuttamisesta syksylle 2012

Opinnäytetyössämme kokoamme Advanced Futurelle ohjeistuksen lanseerauksen toteuttamisesta. Suunnitelmamme sijoittuu Syksylle 2012, jolloin seuraava lukukausi alkaa. Opinnäytetyössä olemme keränneet kattavan asiakaslistan Suomen lukioista ja ammattikorkeakouluista, jota yrityksen kannattaa hyödyntää. Yrityksen resurssit ovat aluksi pienet, joten kontaktointi kannattaa aloittaa Uudenmaan oppilaitoksista.

Ennen kuin yritys aloittaa palvelun myynnin kontaktoimalla potentiaalisia asiakkaita, tulee yrityksen hoitaa omat www-sivut kuntoon ja painattaa yritykselle markkinointimateriaali. Tämän lisäksi yrityksen kannattaa suunnitella oma Facebook-profiili. Yritys on tällä hetkellä luonut jo Twitter-tilin.

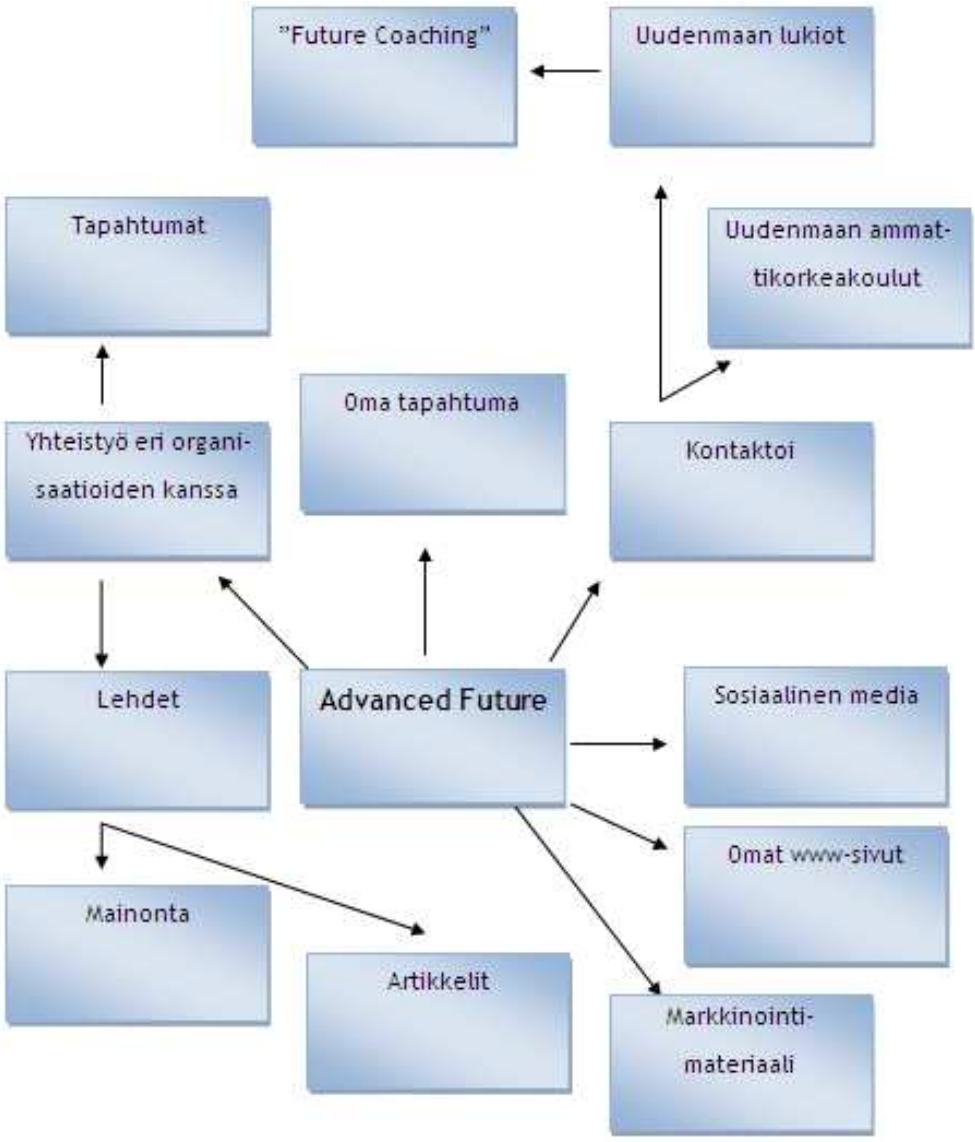
Elokuussa 2012 suosittelemme, että yrityksen asiantuntijat käyvät asiakasrekisteristä Uudenmaan lukiot ja ammattikorkeakoulut läpi. Konsultit sopivat keskenään kontaktit tarkasti, jotta vältytään päällekkäisyyksiltä. Puhelinkontaktin tarkoituksena on herättää oppilaitoksessa kiinnostus Advanced Futuren tarjoamia palveluita kohtaan. Puhelinkontaktin aikana pyritään sopimaan tapaaminen tai tarvittaessa voidaan lähettää kohdehenkilölle lisätietoja sähköpostitse. Mikäli tilanne päättyy sähköpostiin, pitää konsultin sopia kohdehenkilön kanssa uusi soittoaika muutaman päivän päähän, jotta asia ei pääse unohtumaan. Puhelimitse on hankala saada myytyä tällaista koulutuslaitoksiin suuntautuvaa konsultointipalvelua, joten sen takia on hyvä saada sovittua tapaaminen paikan päälle. Asiakasrekisteriä tulee päivittää myyntitoimintojen edetessä, jotta informaatio on ajantasaista.

Elokuun ja syyskuun aikana yrityksen pitää saada näkyvyyttä mediassa. Mainostaminen lehdissä on melko kallista, joten yrityksen tulisi pyrkiä saamaan julkaisuja lehtiin artikkeli- tai uutismuodossa. Kyseinen liikeidea on aika ainutlaatuinen Suomessa, joten voisimme uskoa että joku lehti haluaisi tehdä tästä artikkelin esimerkiksi sähköisessä muodossa. Tässä vaiheessa lanseerausta on tärkeää olla yhteydessä eri medioihin, jotta yritys saisi niin sanotusti ilmaista mainosta. Mikäli yrityksen markkinointibudjetissa on kaavailtu varoja lehtimainontaan, kannattaa se toteuttaa esimerkiksi *Opettaja-lehdessä*, joka on kerran viikossa ilmestyvä opetusalan ammattijärjestön julkaisema lehti.

Advanced Futuren tulee olla yhteydessä erilaisiin organisaatioihin, jotka toimivat yrityksen kohderyhmän läheisyydessä. Tällaisia organisaatioita ovat esimerkiksi Suomen Rehtorit ry, Arene ry ja Opetusalan ammattijärjestö – OAJ. Näiden organisaatioiden kautta yrityksen on mahdollista lisätä näkyvyyttä ja verkostoitua. Järjestöjen kautta on myös mahdollista saada hyviä neuvoja palvelun kehittämiseksi. Kyseiset järjestöt järjestävät jäsenilleen vuosittain useita erilaisia tapahtumia, joissa Advanced Futuren olisi erittäin hyödyllistä päästä esiintymään. Mikäli tällaisiin tapahtumiin on haasteellista päästä esiintymään, Advanced Futuren tulisi järjestää oma tilaisuus esimerkiksi pääkaupunkiseudun alueella kohderyhmään kuuluville rehtoreille. Tässä tilaisuudessa esiteltäisiin yrityksen tarjoamia palveluita suuremmalle joukolle ja keskusteltaisiin tämänlaisesta palvelusta. Tilaisuuden avulla yritys saisi kehitysehdotuksia toiminnalleen ja herättäisi mielenkiintoa kohderyhmässä.

Vuonna 2012 tammikuussa järjestettiin Helsingin Messukeskuksessa OAJ:n järjestämä Educa – opetusalan valtakunnallinen koulutustapahtuma. Educa on tapahtuma, joka kerää yhteen paikkaan Suomen oppilaitosten opettajia ja johtajia. Advanced Futuren pitäisi olla ensi vuonna kyseisillä messuilla esittelemässä omaa toimintaansa. Kyseisillä messuilla on paljon myynnillistä potentiaalia ja näin ollen yrityksen on mahdollisuus laajentaa verkostojaan ympäri Suomea. Messuilla yrityksen kannattaa tuoda itseään esille mahdollisimman paljon. Parhaita keinoja tähän on pyrkiä saamaan luennointitilaisuus messuilta. Tämän lisäksi yrityksellä pitää olla oma messupaikka, jossa kerrotaan yrityksen palveluista lisää asiasta kiinnostuneille.

Kun yritys on saanut myytyä palveluansa lukioille, voisivat he lanseerata opiskelijoille suunnatun ”Future Coaching” – konseptin. Yksittäisille opiskelijoille suunnatun ”Future Coaching” – konseptin voisi esitellä koulujen vanhempainilloissa, joissa on paikalla opiskelijoiden vanhempia, jotka ovat kiinnostuneita lapsensa tulevaisuudesta ja opiskelusta. Monet oppilaitokset käyttävät kodin ja koulun väliseen tiedottamiseen Internet portaalia, tällaisen portaalin avulla Advanced Future voisi mainostaa opiskelijoiden vanhemmille ”Future Coaching” -konseptiaan. Internet portaalin käytöstä apuvälineenä tulee sopia yksittäisten oppilaitosten kanssa erikseen. Yrityksen tarjoama palvelu tulee erotella selkeästi erilleen koulun opinto-ohjaajan työstä.



Kuvio 9 Ehdotus lanseerauksen toteuttamisesta

5.3.2 Asiakasrekisteri

Myynnin tueksi yrityksen on hyvä laatia mahdollisimman yksinkertainen asiakasrekisteri, jotta yksikään kohderyhmään kuuluva ei pääse unohtumaan (Parantainen 2007, 290 -291). Ropen (2011, 163) mukaan asiakasrekisteriin kannattaa panostaa. Asiakasrekisterissä on hyvä olla tietoa taustatekijöistä ja myynnin tuloksista, jotta myyntiä pystytään toteuttamaan tuloksellisemmin (Rope 2011, 163).

Palvelun lanseerausta varten on hyvä laatia kattava asiakasrekisteri. Laadimme opinnäytetyössämme asiakasrekisterin Suomen lukioista ja ammattikorkeakouluista. Asiakasrekisterissä on koulu nimi, kaupunki, yhteyshenkilö, sähköposti ja puhelinnumero. Advanced Futuren kannattaa käyttää asiakasrekisteriä palvelun lanseeraamisessa. Yrityksen tulee merkitä asiakas-

rekisteriin huolellisesti, koska asiakasta on kontaktoitu ja mistä on sovittu. Tämä on tärkeä tieto, jotta asiakassuhdetta pystytään hoitamaan sujuvasti.

Tämän opinnäytetyön liitteenä on asiakasrekisteri Suomen lukioista ja ammattikorkeakouluista johdon yhteystietoineen, kyseiseen listaan tulee lisätä kohdat kontaktointi aika ja toimenpiteet.

Koulu	Kaupunki	Yhteyshenkilö	Sähköposti	Puhelinnumero	Kontaktoitu	Toimenpiteet

Taulukko 1 Asiakasrekisteri

6 Opinnäytetyön yhteenveto

Opinnäytetyössämme olemme pohtineet perusteilla olevan konsultointi yrityksen liiketoiminnan aloittamisessa syntyviä ongelmia lanseerauksessa, myynnissä, markkinoinnissa ja palvelun brändäyksessä. Näihin ongelmiin olemme yrittäneet löytää ratkaisuja opinnäytetyössämme. Liiketoiminnan alussa on tärkeää saada nopeasti ensimmäiset asiakkaat yritykselle. Tämä on tärkeää, jotta saadaan liiketoiminta käyntiin ja saadaan testattua palvelun toimivuus. Samalla yrityksen konsultit saavat kokemusta ja pystyvät kehittämään toimintaansa. Ensimmäiset asiakkaat luovat myös vakuuttavuutta ja näitä asiakkaita yritys voi käyttää referenssinä uusasiakashankinnassa. Yrityksen alkuvaiheessa kaikenlainen palaute on tärkeää liiketoiminnan kehittämisen kannalta, joten yrityksen pitää pyytää asiakkailtaan mahdollisimman paljon palautetta palvelustaan.

Tässä vaiheessa yrityksen kannattaa keskittyä yhteen asiakassegmenttiin, jotta toiminta saadaan käyntiin. Opinnäytetyössämme tulimme siihen tulokseen, että yrityksen kannattaa aloittaa myynti Uudenmaan ammattikorkeakouluista ja lukioista. Maantieteellisesti rajasimme myyntialueen aluksi Uudellemaalle, jotta yritys pystyy säästämään matkakuluissa. Ammattikorkeakouluihin ja lukioihin päädyimme, koska meidän mielestä niissä on eniten potentiaalia tällaiselle palvelulle.

Brändin rakentaminen tämänkaltaiselle palvelulle on pitkäkestoista ja hankalaa, mutta vahvan brändin rakentaminen on kannattavaa jatkoa ajatellen. Vahva brändi luo asiakasuskollisuutta ja näin ollen asiakkaat todennäköisesti ostavat yrityksen palveluita uudestaan. Palvelun brändäyksen pohjana on Advanced Futuren konsulttien onnistuminen. Konsultit luovat onnistumisillaan asiakkaillensa mielikuvan yrityksestä ja sen tarjoamista palveluista. Brändiin vaikuttavat myös konsulttien ulkoinen habitus, yrityksen yhtenäinen linja markkinointimateriaaleissa sekä yrityksen toimitilat.

Palvelun markkinoinnin ja myynnin kannalta on tärkeää, että yrityksellä on laaja yhteistyöverkosto. Kohderyhmän tavoittamiseksi yrityksellä tulee olla vahva yhteistyö eri tahojen kanssa. Advanced Futuren tavoittelemaa kohderyhmää koskevat tapahtumat, lehdet ja Internet – julkaisut toteuttaa pääsääntöisesti kohderyhmän ammattijärjestöt sekä erilaiset yhdistykset. Tämän takia yhteistyö näiden tahojen kanssa on hyvin tärkeää Advanced Futurelle liiketoiminnan kannalta. Yrityksen pitää huolehtia myös omista Internet–sivuista, sosiaalisesta mediasta ja markkinointimateriaalista, jotta yrityksen markkinointi on kattavaa sekä ajankohtaista. Yrityksen menestyksen kannalta on tärkeää, että yrityksen asiakkaat ovat kokeneet saadun palvelun hyväksi ja hyödylliseksi, jotta he voisivat suositella yrityksen palveluita eteenpäin. Yrityksen kohderyhmä on hyvin tiivis ja uskomme vahvasti siihen, että oppilaitosten välillä on jonkinasteista yhteistyötä. Onnistunut palvelukokonaisuus yhdessä oppilaitoksessa lisää varmasti Advanced Futuren kysyntää ja tunnettuutta.

Opinnäytetyön tekeminen tämänlaiselle kohdeyritykselle oli mielenkiintoista, koska kyseessä on uusi tarjottava palvelu koulutusorganisaatioille. Opinnäytetyöstä on tehnyt kiinnostavan myös se, että olemme saaneet miettiä erilaisia keinoja perustettavan yrityksen markkinointiin, brändäykseen ja myyntiin. Uskoisimme, että Advanced Future tulee hyötymään meidän opinnäytetyöstä. Yritys saa hyvän pohjan asiakasrekisterille, jonka avulla on helppo lähteä liikkeelle myynnissä. Toivottavasti opinnäytetyössämme esitetyt asiat herättävät yrityksen jäsenissä uusia ajatuksia ja johtavat mahdollisesti uusiin ideoihin markkinoinnissa, myynnissä ja brändäyksessä.

Lähteet

Kirja lähteet

Giglierano, J & Vitale, R. 2002. Business to Business Marketing. Ohio, South-Western.
Grönroos, C. 2003. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. 2.painos. Porvoo: WS Bookwell.
Grönroos, C. 2000. Nyt kilpaillaan palveluilla. 5.painos. Porvoo: WS Bookwell.
Keller, K & Kotler, P. 2006. Marketing Management. 12.painos. New Jersey: Pearson Education
Kotler, P. 2005. Markkinoinnin avaimet. Renko, R. Jyväskylä: Gummerus Kustannus.
Lipiäinen, T. 2000. Liiketoiminnan suunnittelu, markkinointi ja johtaminen. Jyväskylä: Gummerrus Kustannus.
Malmelin, N. & Hakala, J. 2008. Radikaali brändi. 2.painos. Hämeenlinna: Karisto.
Ojasalo, J. & Ojasalo, K. 2010. B-to-B-palvelujen markkinointi. Porvoo: WSOYpro.
Palmer, A. 2011. Principles of Services Marketing. Berkshire: McGraw-Hill Education.
Parantainen, J. 2008. Sissimarkkinointi. 3.painos. Hämeenlinna: Karisto.
Raatikainen, L. 2008. Asiakas, tuote ja markkinointi. Helsinki: Edita Prima.
Rope, T. 2005. Suuri markkinointikirja. 2.painos. Jyväskylä: Gummerus Kustannus.
Rope,T. 2005. Markkinoinnilla menestykseen. Hämeenlinna: Karisto.
Rope, T. 2011. Voita markkinoinnilla. Hämeenlinna: Karisto.
Rope, T. 2006. Menesty konsulttina. Vammala: Vammalan kirjapaino.
Rubanovitsch, M.D. & Aalto, E. 2008. Myy enemmän – myy paremmin. 6.painos. Porvoo: WS Bookwell.
Sipilä, J. 1999. Asiantuntijapalvelujen markkinointi. 3.painos. Porvoo: WSOY.
von Hertzen, P. 2006. Brändi yritysmarkkinoinnissa. Hämeenlinna: Karisto.

Haastattelut

Murto, A. 2012. Haastattelu 11.5.2012. Espoo.

Takanen, S. 2012. Haastattelu 7.3.2012. Espoo.

Internet-lähteet

Arene ry. 2012. Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto. Viitattu 17.4.2012.
http://www.arene.fi/sivu.asp?page_id=223&luokka_id=24&main=1

Kansanvalta. 2012. Viitattu 17.4.2012.
http://www.kansanvalta.fi/Etusivu/Jarjestotjayhteisot/Kansalaisjarjestot

Opetusalan ammattijärjestö. 2012. Viitattu 26.4.2012.
http://www.oaj.fi/portal/page?_pageid=515,440781&_dad=portal&_schema=PORTAL

Opetushallitus. 2010. Koulutuksen määrälliset indikaattorit 2010. Koulutuksen seurantaraportit 2010:4. Viitattu 12.4.2012.
http://oph.fi/download/130716_Koulutuksen_maaralliset_indikaattorit_2010.pdf

Opetushallitus. 2011. Uutta WERA – web-raportointipalvelussa. Viitattu 17.4.2012.
http://oph.fi/tietopalvelut/tilastotiedot/103/werassa_uudet_tilastot_opettajista_ja_ammatillisesta_koulutuksesta

Opetushallitus. 2012. Opetus- ja kulttuuritoimen rahoitus. Yksikköhintojen ja rahoituksen määräytyminen vuonna 2012. Viitattu 24.4.2012.
http://www02.oph.fi/asiakkaat/rahoitus/rahjulk12/Rahoitusjulkaisu_2012.pdf

Opetushallitus. 2012. Koulutusnetti. Viitattu 12.4.2012.
http://haku.koulutusnetti.fi/koulutusnetti/schoolSearchPage.do

Opetushallitus. 2012. Ammatillinen koulutus. Viitattu 26.4.2012.
http://www.ammatillinenkoulutus.com/main.php?sivu_id=3

Patentti- ja rekisterihallitus. 2012. Viitattu 17.4.2012.
http://www.prh.fi/fi/yhdistysrekisteri.html

Suomen rehtorit ry. 2012. Viitattu 26.4.2012. http://peda.net/veraja/ry/suomenrehtorit

Tilastokeskus. 2003. Opettajatilastot 2003. Viitattu 17.4.2012
http://www.stat.fi/til/ope/2003/ope_2003_2005-05-03_tie_001.html

Tilastokeskus. 2011. Ammattikorkeakoulukouluopiskelijat 2011. Viitattu 12.4.2012.
http://tilastokeskus.fi/til/akop/2011/01/akop_2011_01_2011-11-15_fi.pdf

Kuviot

Kuvio 1 Palvelujen ominaispiirteitä (Ojasalo & Ojasalo 2010, 27) 13
Kuvio 2 Markkinointitarpeiston perusosiot (Rope 2005, 109)..... 15
Kuvio 3 Asiantuntijapalveluiden markkinointiprosessi (Sipilä 1999, 40) 17
Kuvio 4 Myyntiprosessi (Rubanovitsch & Aalto 2008, 35) 18
Kuvio 5 Lanseerausprosessi (Raatikainen 2008, 199) 23
Kuvio 6 Kilpailija-analyysi (Raatikainen 2008, 201)..... 24
Kuvio 7 Toimintaympäristöanalyysi (Raatikainen 2008, 201) 25
Kuvio 8 Lanseeraus osana elinkaarimallia (Rope 2005, 503) 26
Kuvio 9 Ehdotus lanseerauksen toteuttamisesta 38

Taulukot

Taulukko 1 Asiakasrekisteri 39

Liitteet

Liite 1 Taulukko Suomen ammattikorkeakouluista ja lukioista 46

Liite 1 Taulukko Suomen ammattikorkeakouluista ja lukioista

Koulut	**Kaupunki**	**Yhteyshenkilö**	**Sähköposti**	**Puhelinnumero**
Ammattikorkeakoulut				
Arcada - Nylands svenska yrkeshögskola	Helsinki	Rehtori Henrik Wolff	henrik.wolff@arcada.fi	050 649 36
Diakonia-ammattikorkeakoulu	Helsinki	Rehtori Jorma Niemelä	rehtori@diak.fi	0400 200 760
HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu	Helsinki	Rehtori Ritva Laakso-Manninen	ritva.laakso-manninen@haaga-helia.fi	09 229 611
Humanistinen ammattikorkeakoulu	Helsinki	Rehtori Eeva-Liisa Antikainen	eeva-liisa.antikainen@humak.fi	020 7621 337
Hämeen ammattikorkeakoulu	Hämeenlinna	Rehtori Veijo Hintsanen	veijo.hintsanen@hamk.fi	040 5066342
Jyväskylän ammattikorkeakoulu	Jyväskylä	Rehtori Jussi Halttunen	jussi.halttunen@jamk.fi	0400 644913
Kajaanin ammattikorkeakoulu	Kajaani	Rehtori Turo Kilpeläinen	turo.kilpelainen@kajak.fi	044 7101 600
Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu	Kemi	Rehtori Reijo Tolppi	reijo.tolppi@tokem.fi	010 383 5210
Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu	Kokkola	Rehtori Marja-Liisa Tenhunen	marja-liisa.tenhunen@cou.fi	044 725 0010
Kymenlaakson ammattikorkeakoulu	Kotka	Rehtori Petteri Ikonen	petteri.ikonen@kyamk.fi	044 702 8200
Lahden ammattikorkeakoulu	Lahti	Rehtori Risto Ilomäki	risto.ilomaki@lamk.fi	050 403 6800
Laurea-ammattikorkeakoulu	Vantaa	Rehtori Jaakko Tarkkanen	jaakko.tarkkanen@laurea.fi	09 88687455
Metropolia Ammattikorkeakoulu	Helsinki	Rehtori Riitta Konkola	riitta.Konkola@metropolia.fi	020 7835003
Mikkelin ammattikorkeakoulu	Mikkeli	Rehtori Heikki Saastamoinen	heikki.saastamoinen@mamk.fi	01 53 556 300
Oulun seudun ammattikorkeakoulu	Oulu	Rehtori Jouko Paaso	Jouko.Paaso@oamk.fi	010 27 23819
Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu	Joensuu	Rehtori Petri Raivo	petri.raivo@pkamk.fi	050 310 9749
Poliisiammattikorkeakoulu	Tampere	Rehtori Kimmo	kimmo.himberg@poliisi.fi	071 878 3000

		Himberg		
Rovaniemen ammattikorkeakoulu	Rovaniemi	Rehtori Martti Lampela	martti.lampela@ramk.fi	040 525 0597
Saimaan ammattikorkeakoulu	Lappeenranta	Rehtori Anneli Pirttilä	anneli.pirttila@saimia.fi	040 7664807
Satakunnan ammattikorkeakoulu	Pori	Rehtori Seppo Pynnä	seppo.pynna@samk.fi	044 710 3010
Savonia-ammattikorkeakoulu	Kuopio	Rehtori Veli-Matti Tolppi	veli-matti.tolppi@savonia.fi	044 785 5001
Seinäjoen ammattikorkeakoulu	Seinäjoki	Rehtori Tapio Varmola	tapio.varmola@seamk.fi	040 8304100
Tampereen ammattikorkeakoulu	Tampere	Rehtori Markku Lahtinen	markku.lahtinen@tamk.fi	050 524 6525
Turun ammattikorkeakoulu	Turku	Rehtori Juha Kettunen	juha.kettunen@turkuamk.fi	050 598 5612
Vaasan ammattikorkeakoulu	Vaasa	Rehtori Tauno Kekäle	tauno.kekale@puv.fi	040 076 1619
Yrkeshögskolan Novia	Vaasa	Rehtori Örjan Andersson	orjan.andersson@novia.fi	050 527 2286
Högskolan på Åland	Maarianhamina	Rehtori Edvard Johansson	edvard.johansson@ha.ax	018 537700
Lukiot				
Kanta-Häme ja Päijät-Häme				
Erkko-lukio	Orimattila	Rehtori Timo Ahvo	timo.ahvo@orimattila.fi	040 700 0054
Forssan yhteislyseo	Forssa	Rehtori Simo Veistola	simo.veistola@forssa.fi	050 5640057
Hausjärven lukio	Hausjärvi	Rehtori Tuula Turunen	tuula.turunen@edu.hausjarvi.fi	019 758 6720
Heinolan lukio	Heinola	Rehtori Tarja Männikkö	tarja.mannikko@heinola.fi	044 797 6869
Hollolan lukio	Hollola	Rehtori Kimmo Laitinen	kimmo.laitinen@hollola.fi	044 7801 248
Hämeenlinnan lyseon lukio	Hämeenlinna	Rehtori Erno Tossavainen	erno.tossavainen@hameenlinna.fi	03 6212537
Hämeenlinnan yhteiskoulun lukio	Hämeenlinna	Rehtori Pieta Tukkimäki-	pieta.tukkimaki-hilden@hameenlinna.fi	040 5155098

		Hildén		
Kannaksen lukio	Lahti	Rehtori Kimmo Sainio	kimmo.sainio@lahti.fi	03 814 4224
Kaurialan lukio	Hämeen-linna	Rehtori Tuomo Iltanen	tuomo.iltanen@hameenlinna.fi	040 869 6470
Kärkölän lukio	Kärkölä	Rehtori Ari Kor-honen	ari.korhonen@hollola.fi	044 780 1720
Lahden lyseon lukio	Lahti	Rehtori Tero Matkaniemi	tero.matkaniemi@lahti.fi	050 559 7964
Lahden yhteiskoulun lukio	Lahti	Rehtori Markku Moisala	markku.moisala@lyk.fi	044 088 5500
Lammin lukio	Hämeen-linna	Rehtori Kyllikki Vilkuna	kyllikki.vilkuna@hameenlinna.fi	03 621 3999
Lopen lukio	Loppi	Rehtori Vilho Ylönen	vilho.ylonen@loppi.fi	019 758 6265
Padasjoen lukio	Padasjoki	Rehtori Veli-Matti Kärki	veli-matti.karki@padasjoki.fi	044 7533 591
Parolan lukio	Hattula	Rehtori Reijo Järvinen	reijo.jarvinen@hattula.fi	050 3207789
Riihimäen lukio	Riihimäki	Rehtori Sinikka Hämäläinen	sinikka.hamalainen@edu.riihimaki.fi	040 330 4605
Salpausselän lukio	Lahti	Rehtori Heikki Vuori	heikki.vuori@edu.lahti.fi	050 5597968
Sysmän yhteiskoulun lukio	Sysmä	Rehtori Hannu Jolula	yhteiskoulu@sysma.fi	044 7134 542
Tervakosken lukio	Janakkala	Rehtori Sinikka Pulkkinen	sinikka.pulkkinen@janakkala.fi	019 758 0750
Tiirismaan lukio	Lahti	Rehtori Leena Akola	leena.akola@edu.lahti.fi	050 539 1680
Turengin lukio	Janakkala	Rehtori Marja-Leena Mahla-mäki	marja-leena.mahlamaki@janakkala.fi	03 680 1604
Vääksyn Yhteiskoulu	Asikkala	Rehtori Jarkko Koponen	jarkko.koponen@asikkala.fi	044 7780 411
Kymenlaakso ja Etelä-Karjala				
Anjalankosken lukio	Kouvola	Rehtori Juha Malinen	juha.malinen@kouvola.fi	02061 57701
Elimäen lukio	Kouvola	Rehtori Kari	kari.rajala@kouvola.fi	020 61 57846

		Rajala		
Haminan lukio	Hamina	Rehtori Jouni Hyyrynen	jouni.hyrynen@hamina.fi	040 596 3477
Iitin lukio	Iitti	Rehtori Ari Toropainen	ari.toropainen@iitti.fi	020 61 59 704
Imatran yhteislukio	Imatra	Rehtori Aapo Ropponen	aapo.ropponen@imatra.fi	040 730 9806
Joutsenon lukio	Lappeenranta	Rehtori Tiina Laitimo	tiina.laitimo@lappeenranta.fi	0400 924 842
Karhulan lukio	Kotka	Rehtori Kristiina Juvonen	kristiina.juvonen@kotka.fi	05 234 5366
Kimpisen lukio	Lappeenranta	Rehtori Kari Inkinen	kari.inkinen@lappeenranta.fi	0400 752 948
Kotkan Lyseon lukio	Kotka	Rehtori Mette Godenhjelm	mette.godenhjelm@kotka.fi	050 4135567
Kouvolan Lyseon lukio	Kouvola	Rehtori Reino Ahonen	reino.ahonen@edukouvola.fi	020 615 5335
Kuusankosken lukio	Kouvola	Rehtori Riitta Mutru	riitta.mutru@kouvola.fi	020 6157206
Langinkosken lukio	Kotka	Rehtori Marja-Liisa Kääriä	marja-liisa.kaaria@kotka.fi	040 7446573
Lappeenrannan lyseon lukio	Lappeenranta	Rehtori Mika Luukkonen	mika.luukkonen@lappeelappee.fi	040 514 7615
Lauritsalan lukio	Lappeenranta	Rehtori Merja Berg	merja.berg@lappeenranta.fi	040 5730 670
Parikkalan lukio	Parikkala	Rehtori Riitta Lonka	riitta.lonka@edu.parikkala.fi	044 7811241
Rautjärven lukio	Rautjärvi	Rehtori Mervi Varis	mervi.varis@rautjarvi.fi	040 550 2485
Savitaipaleen lukio	Savitaipale	Rehtori Markku Tani	markku.tani@savitaipale.fi	040 7131887
Taavetin lukio	Luumäki	Rehtori Jorma Uusiheimala	jorma.uusiheimala@luumaki.fi	040 5338834
Valkealan lukio	Kouvola	Rehtori Keijo Hulkkonen	keijo.hulkkonen@kouvola.fi	020 6153821
Virolahden lukio	Virolahti	Rehtori Auli Hyttinen	auli.hyttinen@virolahti.fi	050 389 2110
Vuoksenniskan yhteiskoulun lukio	Imatra	Rehtori Mika Strömberg	mika.stromberg@imatra.fi	020 617 5709
Kotka Svenska Samskola	Kotka	Rehtori Ove Lindström	rektor@kotkasamskola.com	05 2190 810
Uusimaa				
Alppilan lukio	Helsinki	Rehtori Pirkko Majakangas	pirkko.majakangas@edu.hel.fi	09 310 84412

Apollon yhteiskoulun lukio	Helsinki	Rehtori Mirva Lindström	mirva.lindstrom@edu.hel.fi	09 43667810
Arkadian yhteislyseon lukio	Nurmijärvi	Rehtori Jaakko Julkunen	rehtori@ayl.fi	050 5363490
Askolan lukio	Askola	Rehtori Esa Honkaniemi	esa.honkaniemi@askola.fi	040 714 6706
Elias-koulu	Helsinki	Rehtori Hellevi Aurtova	hellevi.aurtova@edu.hel.fi	09 622 46 84
Englantilainen lukio	Helsinki	Rehtori Erkki Lehto	erkki.lehto@edu.hel.fi	09 477 1123
Espoonlahden lukio	Espoo	Rehtori Harri Korhonen	harri.korhonen@espoo.fi	046 8771433
Espoon yhteislyseon lukio	Espoo	Rehtori Saila Posti-Lindström	saila.posti-lindstrom@espoo.fi	09 816 56070
Etelä-Tapiolan lukio	Espoo	Rehtori Harri Rinta-aho	harri.rinta-aho@ espoo.fi	09 81639100
Etu-Töölön lukio	Helsinki	Rehtori Ella Similä	ella.simila@hel.fi	09 310 86500
Hankoniemen lukio	Hanko	Rehtori Timo Salmela	timo.salmela@hanko.fi	040 7263713
Haukilahden lukio	Espoo	Rehtori Pekka Piri	pekka.piri@espoo.fi	050 590 6327
Helsingin suomalainen yhteiskoulu	Helsinki	Rehtori Jukka Tanska	jukka.tanska@syk.fi	040 515 0095
Helsingin uusi yhteiskoulu	Helsinki	Rehtori Saara Ikonen	saara.ikonen@edu.hel.fi	040 584 7849
Helsingin normaalilyseo	Helsinki	Rehtori Markku Pyysiäinen	markku.pyysiainen@helsinki.fi	050 3501361
Helsingin kuvataidelukio	Helsinki	Rehtori Maiju Silén	maiju.silen@edu.hel.fi	09 310 82365
Helsingin luonnontiedelukio	Helsinki	Rehtori Timo Hartikka	timo.hartikka@hel.fi	09 310 82062
Helsingin saksalainen koulu	Helsinki	Rehtori Frank Kühn	frank.kuhn@edu.hel.fi	044 054 6699
Helsingin yhteislyseo	Helsinki	Rehtori Jussi Sutinen	jussi.sutinen@hyl.edu.hel.fi	09 342 444 11
Helsingin ranskalais-suomalainen koulu	Helsinki	Rehtori Riitta Liimatainen	riitta.liimatainen@hrsk.fi	050 4080614
Helsingin yliopiston Viikin normaalikoulu	Helsinki	Rehtori Jyrki Loima	jyrki.loima@helsinki.fi	050 516 9922
Herttoniemen yhteiskoulu	Helsinki	Rehtori Johanna Kallio	johanna.kallio@heryk.fi	09 755 20 312
Hyrylän lukio	Tuusula	Rehtori Riitta Eeronheimo	riitta.eeronheimo@tuusula.fi	040 314 3258
Hyvinkään Sveitsin lukio	Hyvinkää	Rehtori Jaakko	jaakko.rainio@hyvinkaa.fi	040 741 0911

		Rainio		
Hyvinkään yhteiskoulun lukio	Hyvinkää	Rehtori Kirsi Silvennoinen	kirsi.silvennoinen@hyvinkaa.fi	040 530 1081
International School of Helsinki,	Helsinki	Rehtori Allen Hughes	allenh@ish.edu.hel.fi	09 6866160
Itäkeskuksen lukio	Helsinki	Rehtori Sirpa Jalkanen	sirpa.jalkane@hel.fi	09 310 80702
Jokelan lukio	Tuusula	Rehtori Elina Kortekallio	elina.kortekallio@tuusula.fi	040 314 4064
Järvenpään lukio	Järvenpää	Rehtori Marja-Liisa Lehtiniemi	marja-liisa.lehtiniemi@jarvenpaa.fi	040 315 2308
Kaitaan lukio	Espoo	Rehtori Harri Henttonen	harri.henttonen@espoo.fi	09 816 43170
Kallion lukio	Helsinki	Rehtori Helena Helenius-Lamminparras	helena.helenius-lamminparras@hel.fi	050 331 3346
Karjaan lukio	Raasepori	Rehtori Asta Holmström	asta.holmstrom@raasepori.fi	044 744 6681
Karkkilan lukio	Karkkila	Rehtori Jorma Kivilä	jorma.kivila@karkkila.fi	09 4258 3660
Kauniaisten lukio	Kauniainen	Rehtori Ilpo Ahlholm	ilpo.ahlholm@kauniainen.fi	09 5056 411
Kellokosken lukio	Tuusula	Rehtori Yrjö Teikko	yrjo.teikko@tuusula.fi	040 314 4273
Keravan lukio	Kerava	Rehtori Pertti Tuomi	pertti.tuomi@kerava.fi	040 318 2212
Koillis-Helsingin lukio	Helsinki	Rehtori Pekka Luoma	pekka.luoma@hel.fi	050 567 5434
Kulosaaren yhteiskoulu	Helsinki	Rehtori Lauri Halla	lauri.halla@ksyk.fi	09 2289 1818
Kuninkaantien lukio	Espoo	Rehtori Merja Rytsy	merja.rytsy@espoo.fi	09 81643475
Laajasalon lukio	Helsinki	Rehtori Silja Siltanen	silja.siltanen@edu.hel.fi	09 310 82 675
Lauttasaaren yhteiskoulu	Helsinki	Rehtori Maarit Paldanius	maarit.paldanius@edu.hel.fi	040 844 0296
Leppävaaran lukio	Espoo	Rehtori Ismo-Olav Kjäldman	ismo-olav.kjaldman@espoo.fi	050 5699337
Linnankosken lukio	Porvoo	Rehtori Aira Wollsten	aira.wollsten@porvoo.fi	040 8345651
Lohjan Yhteislyseon lukio	Lohja	Rehtori Panu Ruoste	panu.ruoste@lohja.fi	050 576 8907
Lumon lukio	Vantaa	Rehtori Jari Koivisto	jari.koivisto@eduvantaa.fi	09 8393 2423
Länsi-Helsingin lukio	Helsinki	Rehtori Jouni	jouni.rasa@hel.fi	050 4688641

		Rasa		
Martinlaakson lukio	Vantaa	Rehtori Juha-Pekka Peltola	juha-pekka.peltola@vantaa.fi	050 3146 249
Masalan lukio	Kirk-konummi	Rehtori Matti Autero	matti.autero@kirkkonummi.fi	050 310 7078
Maunulan yhteiskoulu ja Helsingin matematiikkalu-kio	Helsinki	Rehtori Carita Jalasto	carita.jalasto@mayk.fi	09 777 110 11
Munkkiniemen yhteiskoulu	Helsinki	Rehtori Aki Ho-lopainen	aki.holopainen@munkka.fi	09 4777 6311
Myllyharjun lukio	Loviisa	Rehtori Kaisa Ryöppy	kaisa.ryoppy@loviisa.fi	0440 555 265
Mäkelänrinteen lukio	Helsinki	Rehtori Vesa Vihervä	vesa.viherva@edu.hel.fi	040 334 1098
Mäntsälän lukio	Mäntsälä	Rehtori Teuvo Mäkinen	teuvo.makinen@mantsala.fi	040 3145 300
Nurmijärven yhteiskou-lun lukio	Nurmijärvi	Rehtori Kirsi Hyvämäki	kirsi.hyvamaki@nurmijarvi.fi	040 317 4158
Nummi-Pusulan lukio	Nummi-Pusula	Rehtori Liisa Jääskeläinen	liisa.jaaskelainen@nummi-pussila.fi	050 371 2816
Olarin lukio	Espoo	Rehtori Kaisa Tikka	kaisa.tikka@espoo.fi	09 816 43241
Oulunkylän yhteiskoulu	Helsinki	Rehtori Hannele Nevalainen	hannele.nevalainen@edu.hel.fi	09 7206 7333
Pohjois Haagan yhteiskoulu	Helsinki	Rehtori Tuomas Raja	tuomas.raja@phyk.fi	040 7252 098
Pohjois-Tapiolan lukio	Espoo	Rehtori Toini Rauhamäki	toini.rauhamaki@espoo.fi	09 816 39080
Porkkalan lukio	Kirk-konummi	Rehtori Matti Autero	matti.autero@kirkkonummi.fi	050 310 7078
Porlammin lukio	Lapinjärvi	Rehtori Päivi Virén	paivi.viren@lapinjarvi.fi	050 372 8209
Rajamäen lukio	Nurmijärvi	Rehtori Jyrki Lihr	jyrki.lihr@nurmijarvi.fi	040 317 4173
Ressun lukio	Helsinki	Rehtori Ari Huo-vinen	ari.huovinen@hel.fi	09 310 82712
Sibelius-lukio	Helsinki	Rehtori Ritva Mäkelä	ritva.makela@edu.hel.fi	09 310 86762
Sipoon lukio	Sipoo	Rehtori Aarne Alatalo	aarne.alatalo@sipoo.fi	050 341 2363
Sotungin lukio	Vantaa	Rehtori Päivi Sillanpää	paivi.sillanpaa@vantaa.fi	040 510 2448
Suomalais-venäläinen lukio	Helsinki	Rehtori Tuula Väisänen	tuula.vaisanen@svk.edu.hel.fi	040 3055 351
Tapiolan lukio	Espoo	Rehtori Matti	matti.rajamaki@espoo.fi	046 877 1908

		Rajamäki		
Tikkurilan lukio	Vantaa	Rehtori Risto Väyrynen	risto.vayrynen@eduvantaa.fi	040 586 0912
Töölön yhteiskoulu	Helsinki	Rehtori Jouni Hokkanen	jouni.hokkanen@tyk.fi	09 4342 0230
Vaskivuoren lukio	Vantaa	Rehtori Eira Kasper	eira.kasper@vantaa.fi	040-507 3493
Vihdin lukio	Vihti	Rehtori Satu Nokelainen	satu.nokelainen@vihti.fi	09 4258 3053
Viherlaakson lukio	Espoo	Rehtori Jussi Rekilä	jussi.rekila@espoo.fi	050 542 5631
Vuosaaren lukio	Helsinki	Rehtori Marko Paju	marko.paju@hel.fi	040 334 1306
Yhtenäiskoulun lukio	Helsinki	Rehtori Silja Siltanen	silja.siltanen@hel.fi	09 310 82896
Borgå gymnasium	Porvoo	Rehtori Monica Johansson	monica.johansson@borga.fi	040 7488664
Brändö gymnasium	Helsinki	Rehtori Kristiina Koli	kristiina.koli@edu.hel.fi	09 310 82687
Ekenäs gymnasium	Raasepori	Rehtori Marianne Pärnänen	marianne.parnanen@raseborg.fi	019 289 3501
Gymnasiet Grankulla samskola	Kauniainen	Rehtori Niklas Wahlström	niklas.wahlstrom@edu.grankulla.fi	050 377 0317
Gymnasiet Lärkan	Helsinki	Rehtori Magnus Westerlund	magnus.westerlund@edu.hel.fi	09 310 86680
Gymnasiet Svenska normallyceum	Helsinki	Rehtori Mikael Nyholm	mikael.nyholm@edu.hel.fi	040 6736244
Hangö gymnasium	Hanko	Rehtori Eija Rosvall	eija.rosvall@hanko.fi	040 137 3936
Helsinge gymnasium	Vantaa	Rehtori Johanna Blomstedt	johanna.blomstedt@vantaa.fi	040 7492532
Karis-Billnäs Gymnasium	Raasepori	Rehtori Joakim Lagerbohm	joakim.lagerbohm@raseborg.fi	044 744 6680
Kyrkslätts gymnasium	Kirkkonummi	Rehtori Stefan Gustafsson	stefan.gustafsson@kyrkslatt.fi	040 834 9377
Lovisa gymnasium	Loviisa	Rehtori Jan Lindh	jan.lindh@loviisa.fi	0440 555 290
Mattlidens gymnasium	Espoo	Rehtori Gun-Maj Roiha	gun-maj.roiha@esbo.fi	09 816 430 50
Sibbo gymnasium	Sipoo	Rehtori Hannu Ollikainen	hannu.ollikainen@sibbo.fi	09 2353 7110
Tölö gymnasium	Helsinki	Rehtori Marina Sjöholm Willemoës	marina.willemoes@hel.fi	09 310 86579
Virkby gymnasium	Lohja	Rehtori Ulrica	ulrica.karell@lohja.fi	044 3740160

		Karell		
Etelä-Savo				
Haukivuoren lukio	Mikkeli	Rehtori Marja Ukkonen	marja.ukkonen@edu.mikkeli.fi	015 412190
Heinäveden lukio	Heinävesi	Rehtori Seppo Kotilainen	seppo.kotilainen@heinavesi.fi	040 760 3855
Joroisten lukio	Joroinen	Rehtori Timo Smolander	timo.smolander@edu.joroinen.fi	040 169 2838
Juvan lukio	Juva	Rehtori Kari Leskinen	kari.leskinen@juva.fi	040 515 4729
Kangasniemen lukio	Kangasnie-mi	Rehtori Tapio Piesanen	tapio.piesanen@kangasniemi.fi	040 7201383
Kerimäen lukio,	Kerimäki	Rehtori Jaakko Hassinen	jaakko.hassinen@kerimaki.fi	044 417 5140
Mikael-koulu	Mikkeli	Rehtori Anne Korhonen	anne.korhonen@mikael-koulu.fi	050 550 7024
Mikkelin lukio	Mikkeli	Rehtori Jari Tuomenpuro	jari.tuomenpuro@mikkeli.fi	044 794 2775
Mäntyharjun lukio	Mäntyharju	Rehtori Jyrki Taumala	jyrki.taumala@edu.mantyharju.fi	0400 438 372
Pieksamäen lukio	Pieksämäki	Rehtori Vesa Vahtermo	vesa.vahtermo@pieksanmaki.fi	044 588 2410
Punkaharjun lukio	Punkaharju	Rehtori Matti Karjalainen	matti.karjalainen@punkaharju.fi	044 417 5455
Puumalan yhteislukio	Puumala	Rehtori Marja Ukkonen	marja.ukkonen@mikkeli.fi	044 7942774
Rantasalmen lukio	Rantasalmi	Rehtori Katja Koivunoro	katja.koivunoro@rantasalmi.fi	040 560 8121
Ristiinan lukio,	Ristiina	Rehtori Matti Hämäläinen	matti.hamalainen@ristiina.fi	040 717 1881
Savonlinnan lyseon lukio	Savonlinna	Rehtori Ismo Falck	ismo.falck@savonlinna.fi	044 417 4501
Savonlinnan Taidelukio	Savonlinna	Rehtori Reima Härkönen	reima.harkonen@savonlinna.fi	044 4174550
Sulkavan lukio	Sulkava	Rehtori Aki Vi-rolainen	aki.virolainen@sulkava.fi	044 417 5370
Pohjois-Karjala				
Enon lukio	Joensuu	Rehtori Maritta Hattunen	maritta.hattunen@jns.fi	044 5767 367
Ilomantsin lukio	Ilomantsi	Rehtori Katri Ikonen	katri.ikonen@ilomantsi.fi	040 104 3150
Itä-Suomen suomalais-venäläinen koulu	Joensuu	Rehtori Petri Kyyrä	petri.kyyra@itasuomenkoulu.fi	040 5945336
Joensuun lyseon lukio	Joensuu	Rehtori Petri Lehikoinen	petri.lehikoinen@jns.fi	013 267 5631

Joensuun normaalikoulu	Joensuu	Rehtori Marita Hokkanen	marita.hokkanen@uef.fi	050 5648714
Joensuun yhteiskoulun lukio	Joensuu	Rehtori Jarkko Rieppo	jarkko.rieppo@jns.fi	050 310 8592
Juuan lukio	Juuka	Rehtori Pirjo Halonen	pirjo.halonen@juuka.fi	040 1042 461
Kiteen lukio	Kitee	Rehtori Kyösti Värri	kyosti.varri@kitee.fi	040 105 1170
Kontiolahden lukio	Kontiolahti	Rehtori Ilpo Saarelainen	ilpo.saarelainen@kontiolahti.fi	0400 399112
Lieksan lukio	Lieksa	Rehtori Pekka Tolvanen	pekka.tolvanen@lieksa.fi	040 1044201
Niinivaaran lukio	Joensuu	Rehtori Esa Räty	esa.raty@jns.fi	050 592 8082
Nurmeksen lukio	Nurmes	Rehtori Timo Karppinen	timo.karppinen@nurmes.fi	040 1045 171
Outokummun lukio	Outokumpu	Rehtori Airi Hiltunen	airi.hiltunen@outokummunkaupunki.fi	044 7559 277
Polvijärven lukio	Polvijärvi	Rehtori Aurora Hansen	aurora.hansen@polvijarvi.fi	040 1046222
Pyhäselän lukio	Joensuu	Rehtori Jorma Kuikka	jorma.kuikka@jns.fi	050 5495 120
Tohmajärven lukio	Tohmajärvi	Rehtori Arto Juntunen	arto.juntunen@tohmajarvi.fi	040 105 4130
Valtimon lukio	Valtimo	Rehtori Tiina Kärkkäinen	tiina.karkkainen@valtimo.fi	040 104 1101
Pohjois-Savo				
Iisalmen lyseo	Iisalmi	Rehtori Kimmo Varis	Kimmo.varis@iisalmi.fi	040 673 4970
Juankosken lukio	Juankoski	Rehtori Ensio Vatanen	ensio.vatanen@juankoski.fi	040 3110701
Kallaveden lukio	Kuopio	Rehtori Leena Laukkanen	leena.laukkanen@kuopio.fi	044 7184522
Karttulan lukio	Kuopio	Rehtori Antti Kervinen	antti.kervinen@kuopio.fi	044 7184929
Kiuruveden lukio	Kiuruvesi	Rehtori Arja Pentikäinen	arja.pentikainen@kiuruvesi.fi	040 838 7967
Kuopion Klassillinen lukio	Kuopio	Rehtori Jukka Sormunen	jukka.sormunen@kuopio.fi	0447184542
Kuopion lyseon lukio	Kuopio	Rehtori Leena Auvinen	leena.auvinen@kuopio.fi	044 7184562
Kuopion yhteiskoulun musiikkilukio	Kuopio	Rehtori Ilkka Raninen	ilkka.raninen@kuopio.fi	044 718 4641
Lapinlahden lukio	Lapinlahti	Rehtori Antti Jokikokko	antti.jokikokko@lapinlahti.fi	040 488 3211
Leppävirran lukio	Leppävirta	Rehtori Juha	juha.alenius@leppavirta.fi	040 8227273

		Alenius		
Minna Canthin lukio	Kuopio	Rehtori Heikki Aaltonen	heikki.aaltonen@kuopio.fi	017 184 622
Nilsiän lukio	Nilsiä	Rehtori Silja Silvennoinen	silja.silvennoinen@nilsia.fi	044 7482345
Pielaveden lukio	Pielavesi	Rehtori Antti Järveläinen	antti.jarvelainen@pielavesi.fi	040 4894197
Portanpään kristillinen opisto. lukio	Lapinlahti	Rehtori Petri Järveläinen	petri.jarvelainen@portaanpaa.fi	044 768 8624
Rautalammin lukio	Rautalampi	Rehtori Janne Hirvonen	janne.hirvonen@rautalampi.fi	0400 682 703
Rautavaaran lukio	Rautavaara	Rehtori Matti Korkalainen	matti.korkalainen@rautavaara.fi	040 8608231
Siilinjärven lukio	Siilinjärvi	Rehtori Rauha Pesonen	rauha.pesonen@siilinjarvi.fi	044 7401320
Sonkajärven lukio	Sonkajärvi	Rehtori Auli Halonen	auli.halonen@sonkajarvi.fi	040-5436 180
Suonenjoen lukio	Suonenjoki	Rehtori Tuula Jalkanen	tuula.jalkanen@suonenjoki.fi	040 707 1343
Tuusniemen lukio	Tuusniemi	Rehtori Eeva Pusa	eeva.pusa@tuusniemi.fi	040 5721 867
Varkauden lukio	Varkaus	Rehtori Pasi Leinamo	pasi.leinamo@sakky.fi	044 7858101
Vesannon lukio	Vesanto	Rehtori Jaana Ruuskanen	jaana.ruuskanen@vesanto.fi	050 3879966
Vieremän lukio	Vieremä	Rehtori Marko Nevalainen	marko.nevalainen@vierema.fi	0400 370 113
Lappi				
Enontekiön erälukio	Enontekiö	Rehtori Laila Palkinen	laila.palkinen@enontekio.fi	040 5474938
Ivalon lukio	Inari	Rehtori Ulla Hynönen	ulla.hynonen@inari.fi	040 5611357
Kemijärven lukio	Kemijärvi	Rehtori Hannu Kulmunki	hannu.kulmunki@kemijarvi.fi	0400 418273
Kemin lyseon lukio	Kemi	Rehtori Margit Kettunen	margit.kettunen@kemi.fi	040 502 6502
Keminmaan lukio	Keminmaa	Rehtori Helena Niemitalo	helena.niemitalo@keminmaa.fi	040 3537092
Kittilän lukio	Kittilä	Rehtori Eeva Viinamäki-Mäkinen	eeva.viinamaki-makinen@kittila.fi	040 7606503
Kolarin lukio	Kolari	Rehtori Ulla Vesala	ulla.vesala@kolari.fi	0400 696542
Lyseonpuiston lukio	Rovaniemi	Rehtori Jorma Hämäläinen	jorma.hamalainen@rovaniemi.fi	0400 685 667

Muonion lukio	Muonio	Rehtori Kyllikki Kurki	kyllikki.kurki@muonio.fi	040 489 5133
Muurolan lukio	Rovaniemi	Rehtori Salomo Juupaluoma	salomo.juupaluoma@rovaniemi.fi	016 3380201
Ounasvaaran lukio	Rovaniemi	Rehtori Tuovi Jussila	tuovi.jussila@rovaniemi.fi	040 5713329
Pellon lukio	Pello	Rehtori Juhani Salmi	juhani.salmi@pello.fi	040 5811253
Posion lukio	Posio	Rehtori Elina Lämsä	elina.lamsa@posio	044 7674409
Ranuan lukio	Ranua	Rehtori Reijo Savolainen	reijo.savolainen@ranua.fi	040 86 0231
Sallan lukio	Salla	Rehtori Leena Hautajärvi	leena.hautajarvi@salla.fi	0400 292796
Savukosken luontolukio	Savukoski	Rehtori Arto Ahtinen	arto.ahtinen@savukoski.fi	040 7386622
Simon lukio	Simo	Rehtori Sari Hekkanen	sari.hekkanen@simo.fi	040 355 9572
Sodankylän lukio	Sodankylä	Rehtori Heidi Lakkala	heidi.lakkala@sodankyla.fi	0400 257 847
Tervolan lukio	Tervola	Rehtori Essi Varajärvi	essi.varajarvi@tervola.fi	0400 755094
Tornion yhteislyseon lukio	Tornio	Rehtori Jari Pitkänen	jari.pitkanen@tornio.fi	040 7782344
Utsjoen saamelaislukio	Utsjoki	Rehtori Arja Alaraudanjoki	arja.alaraudanjoki@utsjoki.fi	040 7447630
Ylitornion yhteiskoulun lukio	Ylitornio	Rehtori Sari Lantto	sari.lantto@yykl.fi	016 3402201
Keski-Suomi				
Cygnaeus-lukio	Jyväskylä	Rehtori Ari Pokka	ari.pokka@jao.fi	040 3414610
Hankasalmen lukio	Hankasalmi	Rehtori Toini Kemppainen	toini.kemppainen@hankasalmi.fi	050 4301 531
Joutsan lukio	Joutsa	Rehtori Seppo Degerman	seppo.degerman@joutsa.fi	044 517 6281
Jyväskylän lyseon lukio	Jyväskylä	Rehtori Mika Rantala	mika.rantala@jao.fi	040 3414690
Jyväskylän normaalikoulu	Jyväskylä	Rehtori Kirsti Koski	kirsti.koski@norssi.jyu.fi	050 4285309
Jyväskylän Rudolf Steiner -koulu	Jyväskylä	Rehtori Helena Heikkilä	helenaheikkila@jklsteinerkoulu.fi	050 4122777
Jämsän lukio	Jämsä	Rehtori Juha Damskägg	juha.damskagg@jamsa.fi	040 8361604
Jämsänkosken lukio	Jämsä	Rehtori Juha Damskägg	juha.damskagg@jamsa.fi	040 8361604

Karstulan lukio	Karstula	Rehtori Anitta Rassi	anitta.rassi@karstula.fi	044 4596671
Keuruun lukio	Keuruu	Rehtori Vesa Leinonen	vesa.leinonen@keuruu.fi	040 5135823
Kinnulan lukio	Kinnula	Rehtori Anitta Hakkarainen	anitta.hakkarainen@kinnula.fi	044 4596230
Konneveden lukio	Konnevesi	Rehtori Lauri Pirkkalainen	lauri.pirkkalainen@konnevesi.fi	040 5215838
Kuhmoisten lukio	Kuhmoinen	Rehtori Sinikka Mäkinen	sinikka.makinen@kuhmoinen.fi	020 6383121
Laukaan lukio	Laukaa	Rehtori Helinä Patana	helina.patana@laukaa.fi	014 2675670
Muuramen lukio	Muurame	Rehtori Aki Puusinen	aki.puustinen@edu.muurame.fi	014 659790
Petäjäveden lukio	Petäjävesi	Rehtori Osmo Polas	osmo.polas@petajavesi.fi	040 5221350
Pihtiputaan lukio	Pihtipudas	Rehtori Pentti Räsänen	pentti.rasanen@pihtipudas.fi	044 4596873
Saarijärven lukio	Saarijärvi	Rehtori Ulla Valkola	ulla.valkola@saarijarvi.fi	044 4598260
Sepän lukio	Jyväskylä	Rehtori Yrjö Damskägg	yrjo.damskägg@jao.fi	040 3414760
Tikkakosken lukio	Jyväskylä	Rehtori Antero Hietamäki	antero.hietamaki@jao.fi	040 3414800
Viitasaaren lukio	Viitasaari	Rehtori Pentti Räsänen	pentti.rasanen@pihtipudas.fi	044 4596873
Voionmaan lukio	Jyväskylä	Rehtori Jari Kinnula	jari.kinnula@jao.fi	040 3414820
Äänekosken lukio	Äänekoski	Rehtori Jaana Tani	jaana.tani@aanekoski.fi	020 6323170
Pirkanmaa				
F .E. Sillanpään lukio	Hämeenkyrö	Rehtori Kari Lähde	kari.lahde@hameenkyro.fi	050 3674026
Hatanpään lukio	Tampere	Rehtori Raimo Meriluoto	raimo.meriluoto@tampere.fi	040 5872849
Hervannan lukio	Tampere	Rehtori Helena Tuusa	helena.tuusa@tampere.fi	040 8004977
Ikaalisten yhteiskoulun lukio	Ikaalinen	Rehtori Helena Korkeakoski	helena.korkeakoski@ikaalinen.fi	040 7301283
Kaarilan lukio	Tampere	Rehtori Tuija Ylöniemi	tuija.yloniemi@koulut.tampere.fi	040 7014814
Kalevan lukio	Tampere	Rehtori Jukka Sola	jukka.sola@kalevanlukio.com	03 31383612
Kangasalan lukio	Kangasala	Rehtori Teuvo Ropo	teuvo.ropo@kangasala.fi	050 3876173

Lempäälän lukio	Lempäälä	Rehtori Erkki Hytönen	erkki.hytonen@lempaala.fi	050 3839674
Mouhijärven lukio	Sastamala	Rehtori Anni Virnes	anni.virnes@sastamala.fi	040 5059851
Mäntän lukio	Mänttä-Vilppula	Rehtori Pertti Heinonen	pertti.heinonen@manttavilppula.fi	044 0354320
Nokian lukio	Nokia	Rehtori Juha Sainio	juha.sainio@nokiankaupunki.fi	040 7799043
Oriveden lukio	Orivesi	Rehtori Simo Sinervo	simo.sinervo@orivesi.fi	040 7654570
Parkanon lukio	Parkano	Rehtori Tarja Männikkö-Tarsia	tarja.mannikko-tarsia@parkano.fi	044 7865531
Pirkkalan yhteislukio	Pirkkala	Rehtori Tarja Kivimäki	tarja.kivimaki@pirkkala.fi	050 4341947
Punkalaitumen lukio	Punka-laidun	Rehtori Hannu Paukku	hannu.paukku@punkalaidun.fi	0500 741296
Pälkäneen lukio	Pälkäne	Rehtori Tommi Helminen	tommi.helminen@palkane.fi	040 7275771
Ruoveden Yhteiskoulun lukio	Ruovesi	Rehtori Jouko Heikkilä	jouko.heikkila@ruovesi.fi	044 7871403
Sammon keskuslukio	Tampere	Rehtori Hannu Suoniemi	hannu.suoniemi@tampere.fi	0400 396585
Tammerkosken lukio	Tampere	Rehtori Matti Hännikäinen	matti.hannikainen@tampere.fi	050 3466492
Tampereen klassillinen lukio	Tampere	Rehtori Kari Hänninen	kari.hanninen@tampere.fi	040 7738285
Tampereen lyseon lukio	Tampere	Rehtori Heini Mäenpää	heini.maenpaa@tampere.fi	040 8016717
Tampereen Normaalikoulu	Tampere	Rehtori Jari Aarnio	jari.aarnio@uta.fi	050 4201478
Tampereen yhteiskoulun lukio	Tampere	Rehtori Tuija Flinck	tuija.flinck@tyk.info	050 3301255
Toijalan lukio	Akaa	Rehtori Tuovi Ronkainen	ruovi.ronkainen@akaa.fi	040 3353302
Valkeakosken Tietotien lukio	Valkeakoski	Rehtori Eero Valovirta	eero.valovirta@vlk.fi	040 3356255
Vammalan lukio	Sastamala	Rehtori Anni Virnes	anni.virnes@sastamala.fi	040 5059851
Viialan lukio	Akaa	Rehtori Tuovi Ronkainen	ruovi.ronkainen@akaa.fi	040 3353302
Virtain lukio	Virrat	Rehtori Pirjo-Liisa Rouniola	pirjo-liisa.rouniola@virrat.fi	03 4851430
Väinö Linnan lukio	Urjala	Rehtori Jarno Hautamäki	jarno.hautamaki@urjala.fi	040 3354256
Ylöjärven lukio	Ylöjärvi	Rehtori Jarkko	jarkko.tammennoro@ylojarvi.fi	050 3721943

		Tammennoro		
Äetsän lukio	Sastamala	Rehtori Seppo Holkeri	seppo.holkeri@sastamala.fi	050 3540212
Svenska Samskolan i Tammerfors	Tampere	Rehtori Ronny Holmqvist	ronny.holmqvist@samksolan.fi	050 5499449
Pohjanmaa, Etelä- ja Keski-Pohjanmaa				
Alajärven lukio	Alajärvi	Rehtori Erkki Åkerman	erkki.åkerman@alajarvi.fi	044 2970440
Alavuden lukio	Alavus	Rehtori Jari Helander	jari.helander@alavus.fi	044 5500949
Etelä-Seinäjoen lukio	Seinäjoki	Rehtori Tuula Lamminmäki	tuula.lamminmaki@edu.seinajoki.fi	040 5241617
Evijärven lukio	Evijärvi	Rehtori Riitta Mustajärvi	riitta.mustajarvi@evijarvi.fi	06 24123552
Härmän lukio	Kauhava	Rehtori Timo Kuoppala	timo.kuoppala@kauhava.fi	044 4834280
Ilmajoen lukio	Ilmajoki	Rehtori Tapani Koskiniemi	tapani.koskiniemi@ilmajoki.fi	044 4191400
Jalasjärven lukio	Jalasjärvi	Rehtori Minna Vanhamäki	minna.vanhamaki@jalasjarvi.fi	040 5651620
Jurvan lukio	Kurikka	Rehtori Outi Jalonen	outi.jalonen@kurikka.fi	045 6511998
Kannuksen lukio	Kannus	Rehtori Leevi Norrena	leevi.norrena@kannus.fi	044 4745410
Kauhajoen lukio	Kauhajoki	Rehtori Virpi Nyman	virpi.nyman@kauhajoki.fi	040 5814375
Kauhavan lukio	Kauhava	Rehtori Toni Uusimäki	toni.uusimaki@kauhava.fi	0400 216176
Kaustisen musiikkilukio	Kaustinen	Rehtori Taina Lehtonen	taina.lehtonen@kaustinen.fi	040 5561783
Kiviniityn lukio	Kokkola	Rehtori Ulla-Maija Latvala	ulla-maija.latvala@kokkola.fi	044 7809677
Kokkolan yhteislyseon lukio	Kokkola	Rehtori Raimo Lammi	raimo.lammi@kokkola.fi	044 7809630
Kristiinankaupungin lukio	Kristiinankaupunki	Rehtori Antero Kulonpää	antero.kulonpaa@krs.fi	06 2203312
Kuortaneen lukio	Kuortane	Rehtori Hannu Lemmetyinen	hannu.lemmetyinen@kuortane.fi	040 5103655
Kurikan lukio	Kurikka	Rehtori Saija Ravila	saija.ravila@kurikka.fi	06 4513600
Kyrönmaan lukio	Isokyrö	Rehtori Eeva-Liisa Lepistö	eeva-liisa.lepisto@isokyro.fi	06 4701260
Laihian lukio	Laihia	Rehtori Marja Honkaheimo	marja.honkaheimo@laihia.fi	050 4482900

Lappajärven lukio	Lappajärvi	Rehtori Tarja Puro	tarja.puro@lappajarvi.fi	044 3699221
Lapuan lukio	Lapua	Rehtori Kaisa Piiparinen	kaisa.piiparinen@lapua.fi	044 4384490
Lucina Hagmanin lukio	Kokkola	Rehtori Markku Anttila	markku.anttila@kokkola.fi	044 5767673
Nurmon lukio	Seinäjoki	Rehtori Matti Siltanen	matti.siltanen@edu.seinajoki.fi	0400 849339
Perhon lukio	Perho	Rehtori Outi Leväniemi	outi.levaniemi@perho.com	06 8883303
Pietarsaaren lukio	Pietarsaari	Rehtori Hannu Sulkakoski	hannu.sulkakoski@pietarsaari.fi	06 7863333
Seinäjoen lukio	Seinäjoki	Rehtori Tuula Lamminmäki	tuula.lamminmaki@edu.seinajoki.fi	040 5241617
Teuvan lukio	Teuva	Rehtori Ilpo Nybacka	ilpo.nybacka@teuva.fi	050 3864665
Toholammin lukio	Toholampi	Rehtori Jussi Peltokangas	jussi.peltokangas@toholampi.fi	044 7885248
Vaasan lyseon lukio	Vaasa	Rehtori Kari Kukkohovi	kari.kukkohovi@vaasa.fi	040 5688100
Vaasan Rudolf Steiner -koulu	Vaasa	Rehtori Juhani Mäkinen	juhani.makinen@vaasa.fi	06 3128263
Vaasan yhteislukio	Vaasa	Rehtori Kari Kukkohovi	kari.kukkohovi@vaasa.fi	040 5688100
Vetelin lukio	Veteli	Rehtori Tero Lahtinen	tero.lahtinen@veteli.fi	050 5790154
Ylistaron lukio	Seinäjoki	Rehtori Jouko Peltonen	jouko.peltonen@edu.seinajoki.fi	044 4181812
Ähtärin lukio	Ähtäri	Rehtori Jorma Yli-Kaatiala	jorma.yli-kaatiala@ahtari.fi	06 25256400
Gymnasiet i Petalax	Maalahti	Rehtori Lars Varstala	lars.varstala@malax.fi	06 3471631
Jakobstads gymnasium	Pietarsaari	Rehtori Gunnevi Kiiskinen	gunnevi.kiiskinen@jakobstad.fi	044 7211470
Karleby Svenska gymnasium	Kokkola	Rehtori Bernt Klockars	bernt.klockars@kokkola.fi	044 7809160
Korsholms gymnasium	Mustasaari	Rehtori Thomas Öhman	thomas.ohman@korsholm.fi	0400 161986
Kronoby gymnasium	Kruunupyy	Rehtori Erland Slotte	erland.slotte@kronoby.fi	044 2942394
Närpes gymnasium	Närpiö	Rehtori Johan Bergkull	johan.bergkull@narpes.fi	06 2249332
Pedersöre gymnasium	Pedersören kunta	Rehtori Annette Forsman-Sundvik	annette.forsman-sundvik@pedersore.fi	050 4349146

Topeliusgymnasiet i Nykarleby	Uusikarlepyy	Rehtori Stefan Kula	stefan.kula@nykarleby.fi	044 7219078
Vasa gymnasium	Vaasa	Rehtori Anna Levonen	anna.levonen@vaasa.fi	040 5666301
Vasa övningsskolas gymnasium	Vaasa	Rehtori Ulla Granfors	ulla.granfors@abo.fi	050 5424929
Satakunta				
Eurajoen lukio	Eurajoki	Rehtori Matti Kesti	matti.kesti@eurajoki.fi	044 3124 802
Euran lukio	Eura	Rehtori Jukka Pirttimäki	jukka.pirttimaki@eura.fi	044 422 4804
Harjavallan lukio	Harjavalta	Rehtori Juhani Juvela	juhani.juvela@harjavalta.fi	02 5359 461
Honkajoen lukio	Honkajoki	Rehtori Jukka-Tapio Laine	jukka-tapio.laine@kankaanpaa.fi	044 577 2381
Kankaanpään yhteislyseo	Kankaanpää	Rehtori Jukka-Tapio Laine	jukka-tapio.laine@kankaanpaa.fi	044 5772 381
Kokemäen lukio	Kokemäki	Rehtori Harri Kivenmaa	harri.kivenmaa@kokemaki.fi	040 4886 144
Lauttakylän lukio	Huittinen	Rehtori Timo Mäkinen	timo.makinen@huittinen.fi	044 560 4281
Lavian lukio	Lavia	Rehtori Kaisa Flinkkilä-Kamppi	kaisa.flinkkila-kamppi@lavia.fi	040 6741880
Länsi-Porin lukio	Pori	Rehtori Mika Ruuhiala	mika.ruuhiala@pori.cedunet.fi	044 701 5295
Meri-Porin lukio	Pori	Rehtori Katri Ylitalo	katri.ylitalo@pori.fi	044 7015382
Merikarvian lukio	Merikarvia	Rehtori Pasi Koski	pasi.koski@merikarvia.cedunet.fi	044 7246471
Nakkilan lukio	Nakkila	Rehtori Pasi Rantala	pasi.rantala@nakkila.fi	044 7475991
Pomarkun lukio	Pomarkku	Rehtori Jussi Heervä	jussi.heerva@edu.pomarkku.fi	044 0940 792
Porin lyseo	Pori	Rehtori Jarkko Kivelä	jarkko.kivela@pori.cedunet.fi	621 5333
Porin suomalaisen yhteislyseon lukio	Pori	Rehtori Mari Aalto	mari.aalto@pori.fi	044 701 5322
Rauman lukio	Rauma	Rehtori Matti Saarivuori	matti.saarivuori@rauma.fi	044 534 1910
Rauman aikuislukio	Rauma	Rehtori Matti Saarivuori	matti.saarivuori@rauma.fi	044 534 1910
Säkylän seudun lukio	Säkylä	Rehtori Tapio Yli-Karro	tapio.yli-karro@sakyla.fi	044 3043876
Ulvilan lukio	Ulvila	Rehtori Ari Har-	ari.harju@ulvila.fi	0400 134814

		ju		
Björneborgs svenska samskola	Pori	Rehtori Ulrika Hollsten	ulrika.hollsten@bjss.fi	02 6348820
Varsinais-Suomi				
Aurajoen lukio	Turku	Rehtori Markus Kalmari	markus.kalmari@turku.fi	050 4304784
Elisenvaaran lukio	Pöytyä	Rehtori Heikki Vainio	heikki.vainio@poytya.fi	040 5114856
Halikon lukio	Salo	Rehtori Ari Leino	ari.leino@salo.fi	02 7786001
Juhana Herttuan lukio	Turku	Rehtori Jukka Koivunen	jukka.koivunen@turku.fi	050 4323 598
Kaarinan lukio	Kaarina	Rehtori Liisa Jukola	liisa.jukola@kaarina.fi	02 588 4330
Kosken lukio	Koski TI	Rehtori Mirja Rautavuori-Lehtinen	mirja.rautavuori-lehtinen@koski.fi.	02 484 0211
Kupittaan lukio	Turku	Rehtori Tapio Laine	tapio.laine@turku.fi	044 907 2349
Laitilan lukio	Laitila	Rehtori Hannu Stenholm	hannu.stenholm@laitila.fi	02 8501 8489
Liedon lukio	Lieto	Rehtori Jyrki Saarnia	jyrki.saarnia@lieto.fi	48733 419
Loimaan lukio	Loimaa	Rehtori Hannu Lahti	hannu.lahti@loimaa.fi	010 270 3320
Luostarivuoren lukio	Turku	Rehtori Hannu Isolauri	hannu.isolauri@turku.fi	050 3101 653
Mynämäen lukio	Mynämäki	Rehtori Minna Stormi	minna.stormi@mynamaki.fi	045 135 0005
Naantalin lukio	Naantali	Rehtori Leena Laakso	leena.laakso@naantali.fi	02 434 5288
Nousiaisten lukio	Nousiainen	Rehtori Anett Blom	anett.blom@nousiainen.fi	044 4355 380
Paimion lukio	Paimio	Rehtori Heikki Turpeinen	heikki.turpeinen@paimio.fi	050 4210991
Paraisten lukio	Parainen	Rehtori Hannu Rantala	hannu.rantala@lansi-turunmaa.fi	040 5480541
Perniön lukio	Salo	Rehtori Altti Pikkarainen	altti.pikkarainen@salo.fi	044 778 4695
Puolalanmäen lukio	Turku	Rehtori Jouko Kauppinen	jouko.kauppinen@turku.fi	050 4323 644
Raision lukio	Raisio	Rehtori Petri Vuorinen	petri.vuorinen@raisio.fi	040 7207470
Salon lukio	Salo	Rehtori Juha-Markus Koisti-	juha-markus.koistinen@salo.fi	044 7786101

		nen		
Someron lukio	Somero	Rehtori Jari Timonen	jari.timonen@somero.fi	044 7791 260
Toivonlinnan yhteiskoulu	Kaarina	Rehtori Anne Nunes	rehtori@toivonlinna.fi	050 438 2224
Turun Klassikon lukio	Turku	Rehtori Kai Heino	kai.heino@turku.fi	050 4323 612
Turun Lyseon lukio	Turku	Rehtori Johanna Levola-Lyytinen	johanna.levola-lyytinen@turku.fi	044 907 4406
Turun normaalikoulun lukio	Turku	Rehtori Veli-Matti Hakanen	veli-matti.hakanen@utu.fi	02 333 7824
Turun Suomalaisen Yhteiskoulun lukio	Turku	Rehtori Riikka Lindroos	riikka.lindroos@turku.fi	050 432 3671
Uudenkaupungin lukio	Uusikaupunki	Rehtori Juha Salaterä	juha.salatera@uusikaupunki.fi	050 5686245
Pargas svenska gymnasium	Parainen	Rehtori Marianne Kulp	marianne.kulp@vastaboland.fi	040 488 5771
Katedralskolan i Åbo	Turku	Rehtori Bertel Wahlström	bertel.wahlström@turku.fi	262 9300
Pohjois-Pohjanmaa ja Kainuu				
Haapajärven lukio	Haapajärvi	Rehtori Merja Eilola	merja.eilola@edu.haapajarvi.fi	044 445 6247
Haapaveden lukio	Haapavesi	Rehtori Erkki Seitajärvi	erkki.seitajarvi@haapavesi.fi	044 7591 290
Haukiputaan lukio	Haukipudas	Rehtori Kullervo Leinonen	kullervo.leinonen@haukipudas.fi	050 430 4069
Iin lukio	Ii	Rehtori Jukka Arola	jukka.arola@ii.fi	050 3950 412
Kajaanin lukio	Kajaani	Rehtori Anna-Maria Palo	anna-maija.palo@kailu.fi	044 7101 201
Kalajoen lukio	Kalajoki	Rehtori Riku Saksholm	riku.saksholm@kalajoki.fi	044 4691 601
Karjasillan lukio	Oulu	Rehtori Keijo Juppi	keijo.juppi@ouka.fi.	044 7039840
Kastellin lukio	Oulu	Rehtori Jani Syrjälä	jani.syrjala@ouka.fi	044 7039861
Kempeleen lukio	Kempele	Rehtori Tuomo Pihkakoski	tuomo.pihkakoski@kempele.fi	050 5681 915
Kiimingin lukio	Kiiminki	Rehtori Pia Räsänen	pia.rasanen@kiiminki.fi	044 4993 384
Kuhmon Yhteislukio	Kuhmo	Rehtori Eila Vilén	eila.vilen@kailu.fi	044 0819996
Kuusamon lukio	Kuusamo	Rehtori Pekka Manninen	pekka.manninen@kuusamo.fi	0400 240 921

Kärsämäen lukio	Kärsämäki	Rehtori Kari Oikarinen	kari.oikarinen@karsamaki.fi	044 4456 867
Laanilan lukio	Oulu	Rehtori Timo Kärkkäinen	timo.karkkainen@ouka.fi	044 703 9294
Limingan lukio	Liminka	Rehtori Marjatta Pylvänäinen-Suorsa	marjatta.pylvanainen-suorsa@liminka.fi.	050 0805339
Madetojan musiikkilukio	Oulu	Rehtori Eero Kettunen	eero.kettunen@eduouka.fi	044 7039071
Merikosken lukio	Oulu	Rehtori Simo Leinonen	simo.leinonen@ouka.fi	044 7039368
Muhoksen lukio	Muhos	Rehtori Juha Piirala	juha.piirala@muhos.fi	044 4970 400
Nivalan lukio	Nivala	Rehtori Juha Maijala	juha.h.maijala@nivala.fi	040 344 7392
Oulaisten lukio	Oulainen	Rehtori Voitto Sorvoja	voitto.sorvoja@oulainen.fi	044 4793 311
Oulun aikuislukio	Oulu	Rehtori Panu Kela	panu.kela@ouka.fi	044 7039 388
Oulun lyseon lukio	Oulu	Rehtori Mika Aalto	mika.aalto@ouka.fi	044 703 9451
Oulun normaalikoulun lukio	Oulu	Rehtori Kari Kumpulainen	Kari.Kumpulainen@oulu.fi	0400 187801
Oulun Suomalaisen Yhteis-koulun lukio	Oulu	Rehtori Juha Valtakorpi	juha.valtakorpi@ouka.fi	044 703 9273
Oulunsalon lukio	Oulunsalo	Rehtori Tuula Tervonen	tuula.tervonen@ouka.fi	050 388 7008
Paltamon lukio	Paltamo	Rehtori Timo Pulliainen	timo.pullianen@kailu.fi	044 5710264
Pateniemen lukio	Oulu	Rehtori Auvo Huotari	auvo.huotari@ouka.fi	044 703 9554
Pudasjärven lukio	Pudasjärvi	Rehtori Eeva Harju	eeva.harju@pudasjarvi.fi	040 5609840
Pulkkilan lukio	Siikalatva	Rehtori Maarit Leskelä	maarit.leskela@siikalatva.fi	044 5118 520
Puolangan lukio	Puolanka	Rehtori Timo Pulliainen	timo.pulliainen@kailu.fi	044 5710264
Pyhäjoen lukio	Pyhäjoki	Rehtori Tauno Rajaniemi	tauno.rajaniemi@pyhajoki.fi	040 359 6161
Pyhäjärven lukio	Pyhäjärvi	Rehtori Tuija Vanha-aho	tuija.vanha-aho@pyhajarvi.fi	044 445 7718
Raahen lukio	Raahe	Rehtori Matti J. Yrjänä	matti.yrjana@raahe.fi	044 439 3413
Reisjärven lukio	Reisjärvi	Rehtori Osmo Anttila	osmo.anttila@reisjarvi.fi	040 3008410

Sievin lukio	Sievi	Rehtori Risto Särkijärvi	risto.sarkijarvi@sievi.fi	044 4883256
Siikajoen lukio	Siikajoki	Rehtori Raili Lampela	raili.lampela@siikajoki.fi	040 3156322
Sotkamon lukio	Sotkamo	Rehtori Mauri Reinikka	mauri.reinikka@kailu.fi	08 6165 7701
Suomussalmen lukio	Suomus-salmi	Rehtori Timo Pulliainen	timo.pulliainen@kailu.fi	044 571 0264
Taivalkosken lukio	Taivalkoski	Rehtori Maaret Ihme	maaret.ihme@taivalkoski.fi	040 861 5829
Utajärven lukio	Utajärvi	Rehtori Tapani Blomster	tapani.blomster@utajarvi.fi	050 567 3335
Vaalan lukio	Vaala	Rehtori Liisa Leinonen	liisa.leinonen@vaala.fi	0400 855 941
Vihannin lukio	Vihanti	Rehtori Pekka Tähkävuori	pekka.tahkavuori@vihanti.fi	040 3110 378
Ylivieskan lukio	Ylivieska	Rehtori Kalle Luhtasela	kalle.luhtasela@ylivieska.fi	044 4294 548
Svenska Privatskolan i Uleåborg	Oulu	Rehtori Sampo Backman	sampo.backman@eduouka.fi	044 548 8260