



MIKKO RINDELL

Viimeiset 3,5 vuotta olen toiminut LinkedIn- ja Google-mainonnan operointiin keskittyvän nelihenkisen asiantuntijayrityksen **Balanced Growth Boutique**:n täysipäiväisenä yrittäjänä. Mitä tein ennen sitä?

LeadDesk Oyj & GetJenny – marketing director

- Vedin kolme vuotta asiakaspalvelu AI-chatbotteja myyneen GetJennyn markkinointia. Yritysjärjestelyn myötä kolmen hengen markkinointitiimimme tuplasi LeadDesk:in markkinointiorganisaation koon. GetJenny:n perustajasta ja toimitusjohtajasta tuli LeadDeskin markkinointijohtaja.

Lifted Oy – marketing manager

- Kontribuoin siihen, että Lifted lopetti kuluttajaliiketoiminnan tekemisen
- Otin käyttöön mm. Hubspotin yhtiössä

Valve Group & Digityx – cofounder & content strategist

- Olin cofounder Digityksellä kun Valve Group osti kuusihenkinen Hubspot-konsultointiin ja inbound-markkinointiin keskittyneen yrityksemme ja meistä muodostui markkinoinnin automaatio-osaamisen tiimi Valveelle.

Pointguard -verkkokauppa – founder

- Verkkokaupparajoitus

Turun kauppakorkeakoulu

- International Business, Information Systems Science

MIRKA

Advertising & Analytics,
Founder



MIKKO

Account Management,
Founder



SAANA

Communications
Consultant & Project
Manager



SOFIANNA

Paid Media
Designer & Project
Manager

SOLARIGO

Capital **Box**

LEKTOR AERO ▲

fundu

KOLL™
Call with Identity.

 **REFOREST**

 **co —
ventures**

Duran
|
Creative
Advisory


legalbuddy

 **BOFFICE**

kumura

AHTO ADVISORY

NOHO
NORDIC HOSPITALITY PARTNERS

 **link mobility**

CASAMBI

Lääkärikeskus
Aava 

 Ympäristöministeriö
Miljöministeriet
Ministry of the Environment

LEDiL



“KUN YRITYKSESI HALUAA KASVAA, MARKKINOINNIN ROOLI ON KAIKKI KAIKESSA”

“Balanced Growth Boutique on luonut Ahto Advisorylle systemaattisen tavan hyödyntää LinkedIn-mainontaa markkinoinnin kanavana.

Yhteistyö on ollut sujuvaa ja tulokset LinkedIn-mainonnan suhteen ovat selkeästi parantuneet yhteistyön aikana.”

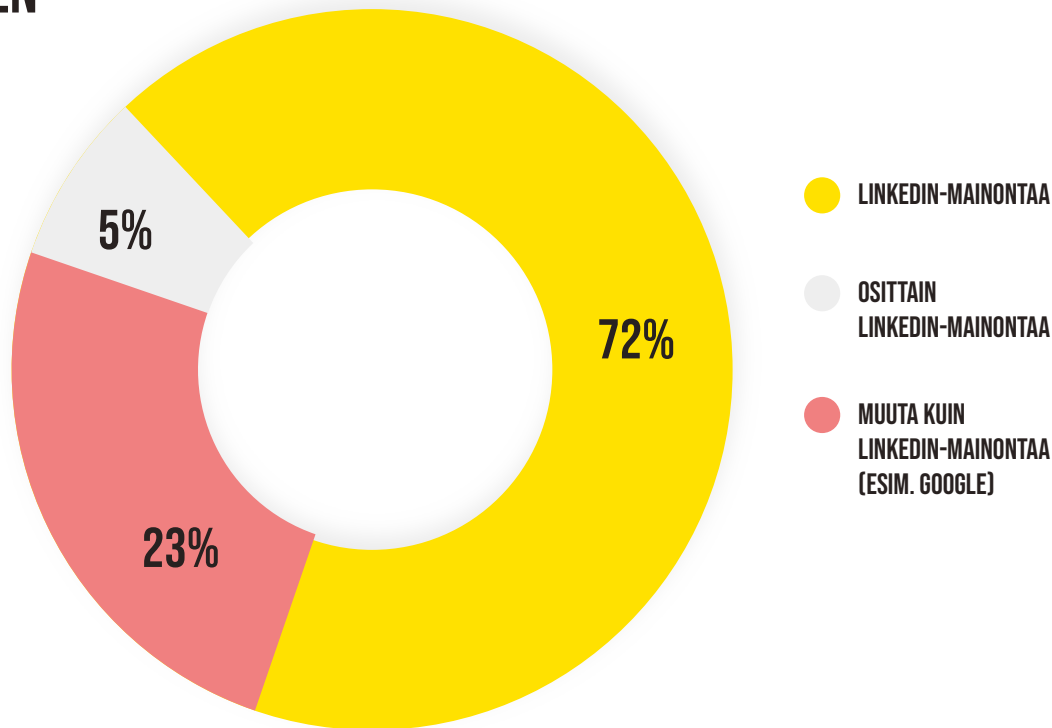
Ossi Ahto, Senior Marketing Advisor & CMO for rent

LINKEDIN-MAINONNAN OSAAMISEN KEHITYS ON STRATEGIAMME KESKIÖSSÄ

18 aktiivisesta asiakkuudestamme **kolmessatoista** keskitymme lokakuussa 2025 puhtaasti LinkedIn-mainonnan operointiin ja optimointiin.

Tavoitteenamme on palvella kasvuhakuisia yhtiötä, jotka haluavat kasvattaa liiketoimintaansa fiksusti ja kohdennetusti LinkedIn-mainonnan avulla.

Toivotamme teidät tervetulleeksi mukaan tälle matkalle!



TESTAA

3KK LINKEDIN- MAINONNAN YLÖSAJO

Organisaatioille, joille LinkedIn-mainonta on täysin uusi aluevaltaus

Sisältää:

1-2 vapaavalintaista
mainosmuotoa

Mediabudjettisuositus:

1000-2000€

4990€

KEHITÄ

LINKEDIN-MAINONTA JATKUVA – STARTER

Organisaatioille, joiden liikevaihtoluokka 1-5M€ ja haluavat LinkedIn osaksi kasvukoneistoaan palveluna

Sisältää:

Viisi (5) aktiivista
mainosmuotoa

Mediabudjettisuositus:

1000-2000€ / kk

1490€ / KK

SKAALAA

LINKEDIN-MAINONTA JATKUVA – PRO

Organisaatioille, joiden liikevaihtoluokka +5M€ ja haluavat LinkedIn osaksi kasvukoneistoaan palveluna

Sisältää:

Kymmenen (10) aktiivista
mainosmuotoa

Mediabudjettisuositus:

2000-5000€ /kk

2490€ / KK

LINKEDIN FIRST -TOIMINTAMALLI

Mitä tapahtuisi, jos yrityksesi suunnittelisi ja toteuttaisi kaikki markkinointiviestinnän aktiviteetit LinkedInin tarjoamat mahdollisuudet edellä?

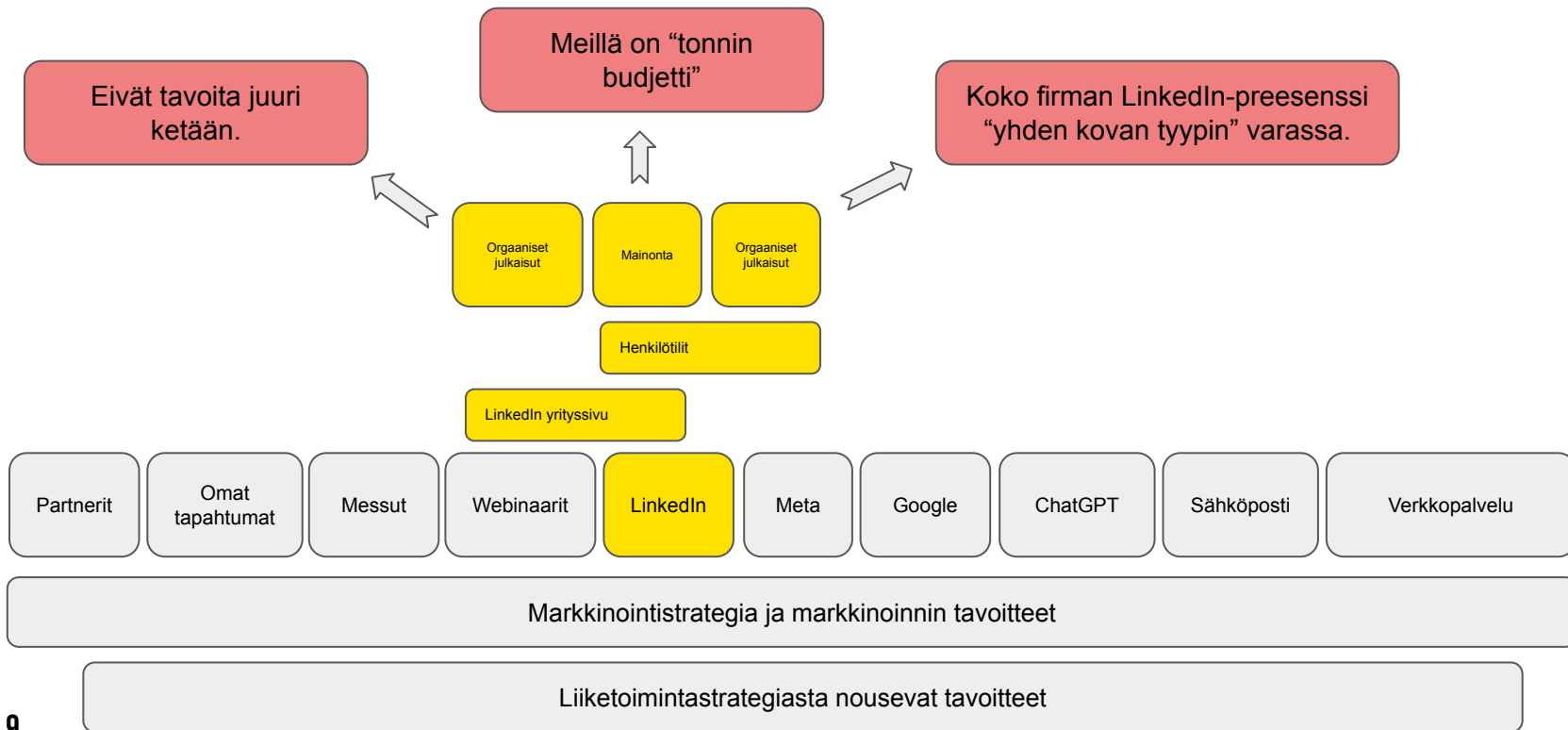




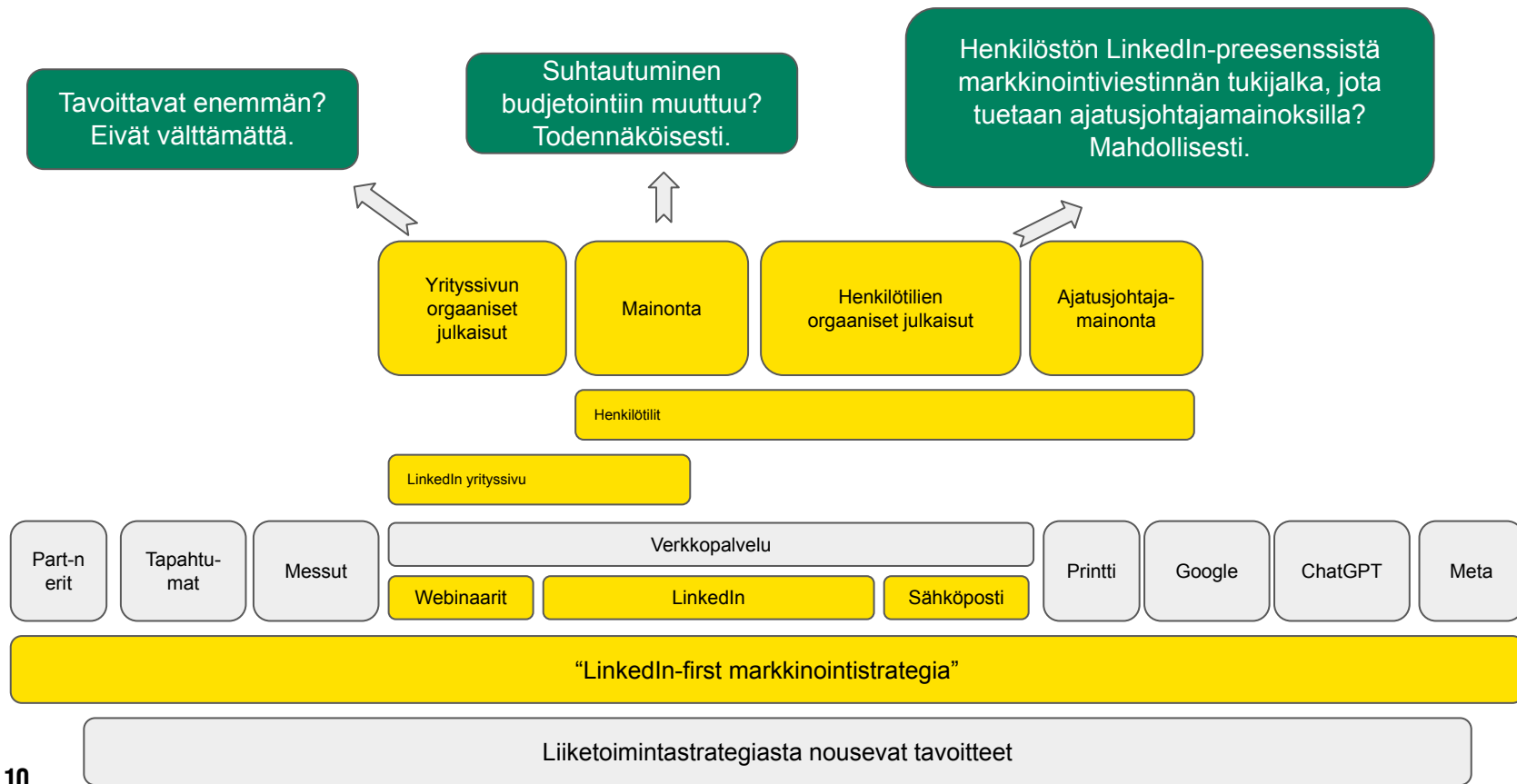
NO MITÄ B2B-FIRMAN KANNATTAISI MARKKINOINTIViestinnän OSALTA YLIPÄÄNSÄ LINKKARISSA TEHDÄ?

- ✓ Julkaista orgaanista sisältöä systemaattisesti, joka tietysti johdetaan yrityksen strategiasta ja markkinointiviestinnän kokonaispelikirjasta.
- ✓ Varmistaa se, että sisältö tavoittaa relevantin yleisön. Mainonta tähän keskimäärin tehokkain keino.
- ✓ Varmistaa, että myyntitiimi hyödyntää systemaattisesti LinkedIniä osana asiakkaiden ja muiden sidosryhmien kanssa käymäänsä keskustelua.
- ✓ Houkutella osajia. Tähän paras tapa mielestäni isossa kuvassa on se, että firman tekeminen on kanavassa vireää.

KUVITTEELLINEN B2B-FIRMA, JOKA KESKITTYY KAIKKEEN:



LINKEDIN-FIRST-TOIMINTAMALLILLA OPEROIVA B2B-FIRMA



KAIKKEA EI VOI MUUTTA KERRALLA, MUTTA LINKEDIN-MAINONTAA VOI OPPIA BUDJETOIMAAN PAREMMIN

Sparripiirissä laskemme optimaalisen LinkedIn-mainonnan budjetin auki esimerkkiyleisölle + keskustelemme aiheesta.

Muuttuja	Muuttujan arvo	Tarkennus
Yleisön koko	13000	"24.9. Commercial tittelet" = yleisö LinkedIn Campaign Managerissa
CPM-hinta	79,58€	Tätä CPM-hintaa LinkedIn Campaign Manager suosittelee kyseiselle yleisölle Brand Awareness -kampanjassa kun optimointilavoitteeksi valitaan näytöt (impressions) ja hintatarjousstrategiaksi "Manual Bidding"
Jakokerroin	2	Jaetaan kahdella, koska keskimäärin vain joka toinen LinkedIn-käyttäjä käyttää palvelua aktiivisesti
Kerroin	1000	Tätä käyttämällä saadaan selville paljonko jokaisen käyttäjän tavoittaminen kertaalleen maksaa.
Kustannus yhden ko. yleisön kuuluvan LinkedIn-käyttäjän tavoittaminen yhden kerran laskennallisesti	517,27€	
Kerroin	6	Vaikutuksen aikaan saamiseksi kylmässä yleisössä 30-päivän aikaikkunassa.
Kerroin	0,75	75% mediabudjetista kannattaa käyttää kylmään yleisöön.
Kerroin	0,25	25% uudelleenmarkkinointiin jo lämmitellylle yleisölle.
Mediabudjetti kylmälle yleisölle kuukaudessa	2 327,72€	
Uudelleenmarkkinointi -budjetti yleisölle	775,91€	
Kokonaisbudjetisuositus	3 103,62€	



LISÄTIETOJA

MIKKO RINDELL

Founder & Consultant

+358 457 710 2181

mikko@bgb.fi

