

Pitsaus kertoo kotimaisen mainonnan huippunimistä

Kolmekymppinen mainostoimistotyöläinen **Ville Voipio** haastatteli keväällä 2006 kymmenkunta Suomen arvostetuimpiin kuuluvaa markkinointigurua ja kirjoitti keskusteluiden pohjalta henkilöitä ja heidän teesejään luotaavan kirjan. Teoksen nimeksi tuli *Pitsaus*, joka on alan slangia ja tarkoittaa mainostoimistokilpailutusta. Pitsaus julkaistaan Mainontapäivässä 20.9.2006.

"Idea kirjaan lähti jo muutamia vuosia sitten halusta auttaa mainosalaamme", Voipio kertoo. Suomessa on Voipion mielestä markkinointiosaamista, mutta toistaiseksi vielä liian harvalla. Ilman yleistä osaamistason nousua mainostoimistomme ja markkinoijamme jäävät ulkomaisiin jalkoihin.

"Kirjaa tehdessä oli kiinnostavaa kuulla, minkälaisen asioiden parissa markkinoinnin kärkiryhmä painii. Kirjassa he ovat päätyneet tekemään toisiinsa nähden rohkean erilaisia tulkintoja siitä, mitä on tapahtumassa ja mihin markkinoijien juuri nyt pitäisi panostaa", Voipio paljastaa kirjan sisällöstä.

Haasteista huolimatta gurut uskovat suomalaisen markkinoinnin ja mainonnan nousuun. Heidän mukaansa se voisi käydä markkinointikulttuurin kehittymisen kautta ja löytämällä suomalaisesta eksotiikasta kiinnostavaa sisältöä. "Samankaltaistuvassa maailmassa erikoisuus on kiinnostavaa ja siinä omaperäisyytemme on tehnyt jo hetken tuloaan", Voipio summaa.

Kirjan kuvaaja-graafikkona on Topi Saari sekä kustannustoimittajana Satu Rämö.

MAINOSTAJIEN LIITTO

* * *

Pitsaus – markkinointiteesejä tuhansien järvisten maasta (239 s.)

Ville Voipio, 2006

ISBN: 952-5262-27-8

Kustantaja: Mainostajien Liitto / Janne Häivälä ja Ritva Hanski-Pitkäkoski

Painopaikka: Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä

Toimituksiin:

Kirjan toimittajatuokio järjestetään Mainontapäivä 20.9., jolloin on mahdollista haastatella kirjoittajaa ja muutamaa kirjan henkilöistä. Vapaakappaleet ja ilmoittautuminen toimittajatuokioon: asta.anttila@mainostajat.fi.

Lisätietoja:

Ville Voipio, puhelin 050 562 1809 tai sähköposti v.ville@gmail.com

Janne Häivälä, puhelin (09) 686 0840 tai sähköposti janne.haivala@mainostajat.fi

Kirjan kotisivu:

www.pitsaus.fi

Sisällysluettelo

PITSAUS – markkinointiteesejä tuhansien järvien maasta

ESIPUHE

Ville Voipio

LUKU I: Miksi yritykset eivät kasva?

Ami Hasan, hallituksen puheenjohtaja, hasan&partners: Markkinointiviestinnän murros

Marko Parkkinen, bob, BOB Helsinki: Ihmisyuden jäljillä

LUKU II: Miksi markkinointi on tehotonta?

Marco Mäkinen, strategiajohtaja, SEK-ryhmä: New School Marketing

Anna Moilanen, Artek: Postmoderni kuluttaja

Catharina Stackelberg, toimitusjohtaja, Marketing Clinic: Markkinoinnin mittaaminen

LUKU III: Miksi luovuudesta on pulaa?

Markku Rönkkö, copywriter, Mainostoimisto PHS: Luovat ideat

Vesa Kujala & Ilkka Kärkkäinen, suunnittelutiimi, Dynamo Advertising: Tuloksellinen mainonta

Sari Mikkonen-Mannila & Leena Periaho, suunnittelutiimi, Mainostoimisto Skandaali: Cannes perspective

Päivi Topinoja-Aranko, suunnittelujohtaja, Mainostoimisto Family inc: Luova ilmapiiri ja sen johtaminen

LUKU IV: Miksi viesti ei tavoita?

Veijo Hytti, toimitusjohtaja, HappiMindshare: Luova mediankäyttö

Heikki Rotko, varatoimitusjohtaja, MTV3: Elämä sähköistyy

LUKU V: Mikä yrityksiä viime kädessä haastaa?

Hannu Laakso, markkinointijohtaja, Elisa Oyj: Markkinoinnin ammattimaistuminen

Thomas Pimenoff, markkinointijohtaja, TeliaSonera Finland: Alueellinen kotimarkkina

JÄLKISANAT

Henrikki Tikkanen, professori, Helsingin kauppakorkeakoulu: Globalisaatio ja toimialamurros