

TURUNDUSLABORI VIDEOTE NIMEKIRI

12 TUNDI: TURUNDA, MÜÜ, VÄRBA! (25.09.25)

- **Timo Porval – Kuidas küsida klientide tagasisidet ja tänu sellele uusi kliente saada?**
 - silla meetodil tagasiside, mis päriselt aitab müügile kaasa;
 - 19 kohta, kus saad klientide tagasisidet kasutada;
 - 8 komponenti, millest koosneb üks usaldusväärne tagasiside;
 - protsess ja kirja põhjad, mis aitavad sul tagasisidesid saada;
 - mis küsimusi soovitab Timo kasutada tagasisidede saamisel;
 - konkreetset nõuanded, mille saad kiirelt kasutusse panna ja mis on Timol aidanud saada 500+ tagasisidet.
- **Karl Kangur – Kuidas analüüsida konkurentide veebilehti ja neid otsingutes edestada?**
 - kuidas ja mis tööriistade abil Karl SEO-s konkurentide nõrku kohta otsib;
 - kuidas valida, mis võitlusi tasub pidada ja mida mitte;
 - kuidas saada AI-d sind otsingutes soovitama;
 - kuhu tasub SEO-s aega ja raha järgmise 12 kuu jooksul panna;
 - osalejate e-poodide ja veebilehtede analüüs kõigi silme all.
- **Brit Mesipuu – Ennetus, reeglid ja päästetööd: Kuidas hoida Meta kontod turvalisena?**
 - Esimesed sammud konto turvamiseks. Kuidas saab igaüks oma kontot kohe kaitsta?
 - Levinumad vead, mis põhjustavad ettevõtte konto blokeerimise
 - Kui kriis on käes. Mida teha (ja mida mitte), kui sinu konto on kaaperdatud või Meta on selle blokeerinud?
- **Brit Mesipuu – Küsimustele vastamine**
- **Piret Ilver – Ellujäämisnippid AI- ja turundustööriistade uputuses**
 - miks on nii, et kes kõike proovib, see midagi ei lõpeta;
 - päästerõngas mikro- ja väikeettevõtja AI-tööriistade uputuses;
 - kuidas teha valikuid ja mis on KÕIGE olulisem tööriist;
 - kuidas väikse ettevõtte toimetada kiiresti muutuvast turundusest nii sotsiaalmeedia kui AI-maastikul;
 - kuidas vältida pidevate koolituste, aga väheste elluviidud asjade lõksu.
- **Piret Ilver – Küsimustele vastamine**
- **Ivar Leiten – Kuidas on Kontamo e-pood jõudnud 50 000+ euroste kuukäiveteni?**
 - mida Ivar täna alustades teeks kohe teisiti;
 - millised turunduskanalid töötavad – reaalsed numbrid;

- kellelt ja mida Ivar ise turunduses õpib ning mida soovitab sulle;
- suuremad ämbrid, mida sul ei ole vaja kolistada;
- kas blogimisest on kasu või on see olnud Ivari suurim ajaraiskamine;
- kuidas on ta kasutanud trükitud raamatut oma turunduses;
- kuidas kasutab Ivar täna AI-d e-poega seotud tegevuste juures.
- **Ivar Leiten – Küsimustele vastamine**
- **Eia Uus – Kuidas kasutada turunduses lugusid?**
 - mis teeb ühest loost hea loo;
 - kus ja kuidas lugusid turundusse põimida;
 - kuidas kirjutada oma lugu nii, et inimesed seda loeksid;
 - kui pikka teksti täna üldse viitsitakse lugeda;
 - kuidas leida oma elus väärt lugusid, mida tasub jutustada;
 - kuidas loovus valla päästa ja kirjutamise blokist üle saada;
 - kas ja kuidas Eia oma kirjutistes AI abi kasutab.
- **Eia Uus – Küsimustele vastamine**
- **Sandra Raju – Sinu ettevõtte kui tipptalentide magnet: Kuidas parimad enda poolele võita?**
 - tööandjabränding – mis see on ja miks on see oluline;
 - millele tasub oma ettevõtet turundades rõhku panna;
 - kuidas end talentidele huvitavaks teha;
 - kuidas olla hea partner majavälisele värbajale;
 - 5 suurimat ämbrit, mida Sandra näinud on;
 - kuidas ettevõttele silma jääda;
 - kas LinkedIni profiil on oluline või mitte;
 - 5 kõige olulisemat asja, millele LinkedInis tähelepanu pöörata.
- **Sandra Raju – Küsimustele vastamine**
- **Helgor Markov – Kuidas teha edukalt eksporti?**
 - kuidas üldse käib maailmatasemel tootearendus;
 - mida tuleb messidel teha ja vältida, et saada edasimüüjaid;
 - kuidas luua ja hoida suhteid, mis lõpuks tehinguteni viivad;
 - milliseid põhimõtteid Helgor ettevõtjana jälgib;
 - kuidas ta on oma tiimi kokku pannud.
- **Helgor Markov – Küsimustele vastamine**
- **Andrus Albi – Millised süsteemid peavad müügis paigas olema, et edu saavutada?**
 - põhimõtted, mida Andrus ise müügis jälgib ja mis päriselt ka toimivad;
 - kuidas ta enda aega organiseerib ja prioriteete seab;
 - Andruse lemmikmüügitehnikad, mille saad kiiresti kasutusele võtta;
 - miks osad õnnestuvad müügis ja teised mitte;
 - kuidas müüa kallima hinnaga;
 - mis küsimusi tuleb müügis küsida, et jõuda tehinguni.
- **Andrus Albi – Küsimustele vastamine**

- [Peep Laja – Kuidas ehitada \(persooni\) brändi, eristuda ja tänu sellele rohkem müüa?](#)
 - kuidas Peep on tooteid ja teenuseid luues eristumisele lähenenud;
 - kuidas on ta tõusnud valitud valdkondade rahvusvaheliseks eksperdiks ja mida on see andnud;
 - mis on turunduses olnud muutumatu ning millest iga turundaja ja ettevõtja peab aru saama,
 - kuhu tasub brändi ehitamisel aega panna ja kus pole sellest kasu;
 - Peebu sisu loomise protsess ning kuhu, mida ja miks ta postitab;
 - milliste tööde jaoks ta AI-d kasutab, plaanib kasutada ja kus see veel pikalt teda ei asenda.
- [Sven Nuum – Kuidas AI saab aidata kiiremini kirjutada turundustekste, mis päriselt töötavad?](#)
 - miks mõned tekstid kõnetavad paremini ja müüvad rohkem, teised aga kaovad infomürasse;
 - kuidas kasutada AI-d oma tööka assistendina ja mida talle ei tohiks anda;
 - kuidas hinnata, kui hea tekst AI poolt tuli;
 - kuidas AI saab aidata tuua välja sihtrühma probleemid ja pöörata need veenvaks reklaamiks, postituseks või e-mailiks.
- [Sven Nuum – Küsimustele vastamine](#)
- [Remo Ojaste – Kuidas vastutuse võtmine aitab kasvada nii sinul kui ettevõttel?](#)
 - kuidas tuvastada, mille eest vastutust võtta;
 - kuidas päriselt vastutust võtta;
 - mis on suurimad takistused vastutuse võtmisel;
 - kuidas ehitada vastutuse võtmise kultuur.
- [Remo Ojaste – Küsimustele vastamine](#)

SEO Estonia 2025 kordused

- [Karl Kangur "AI Stacking: How to Win in Search \(and AI\) at the Same Time"](#)
 - Karl näitab ja seletab, kuidas LLM-id ehk "AI"-d täna töötavad ja õpivad ning kuidas on nemad seda oma SEO agentuuriga nii enda kui oma klientide kasuks ära kasutanud.
- [Q&A with Karl Kangur](#)
- [Kyle Roof "Does The Butterfly Remember? Training Your Brain For Better SEO Outcomes."](#)

- Kyle, kes on tuntuks saanud sellega, et jooksub korraga sadu erinevaid SEO teste, toob välja, mis on viimastel aastatel tema arust muutunud ning kuidas AI-de tulek on SEO-d mõjutanud.
- [Q&A with Kyle Roof](#)
- [Michał Suski "Big data analysis of how on page ranking factors changed and got affected by updates"](#)
 - Michał, SurferSEO üks asutajatest, jagab 100 miljoni otsingutulemuse põhjal tehtud uuringu järeldusi – mis siis ikkagi mõjutab SEO-s tulemusi ja kui palju.
- [Q&A with Michał Suski](#)
- [Rakesh Patel "Using and deploying AI agents for SEO"](#)
 - Rakesh tutvustab AI agentide maailma ning näitab tööriistu, mida ta on enda jaoks paremate SEO tulemuste saavutamiseks ehitanud.

Turunduspraktikud: vähem teooriat, rohkem näiteid

- [Meiliturundus \(20.05.25\)](#)
 - Kas tasub kohe inimesele meiliturunduses müüki teha?
 - Kuidas hakkasid Timo, Henri ja Kaitel meiliaadresse koguma?
 - 44 saadetud e-kirja automaatika ja tulemused
 - Mis juhtub, kui lased meiliaadressil külmaks minna?
 - Mis panna endale saatja nimeks?
 - Turunduslabori meililisti statistika
 - Kirjad, mis on hästi toiminud
 - Onboarding kirjad Turunduslabors
 - Veebinaride korduste vaatamise statistika
 - Mymagic.ee kirjade statistika
 - Kui palju inimesi tuleb kalendri lingi kaudu veebinarile?
- [Automatiseerimine \(23.04.25\)](#)
 - Milleks üldse automatiseerida?
 - Kuidas automatiseerida (Turunduslabori näitel)?
 - Turunduslaboriga liitumise protsess
 - Tervituskirjad
 - Turunduslabori katkestamise protsess
 - Koolituste protsess
 - Kui laborant pole 30 päeva sisse loginud
 - Personaalse kirja flow, kui pole 30 päeva sisse loginud
 - AI agendid
 - Make AI agent
- [E-poe uuendamise ja sisu ületoomise teekond \(27.03.25\)](#)
 - Mis on myMagic? Ülevaade
 - Väljakutse myMagic e-poega
 - Hüpoteesid

- Mis muutus?
- Tootepildid
- Lähteülesanne
- Toodete üle toomine
- URLide suunamine
- Soodustused
- Kasutajad
- Klientide tagasiside
- Õppetvideote vaatamise statistika
- E-kirjade flow'd
- Kuidas käis üleminek uuele e-poele?
- Mida toob tulevik?
- Palju on Henril selle kõige peale aega läinud?
- Kuidas hoiab Henri enda fookust?
- **Turunduslabori boti loomine (27.03.25)**
 - Mis on Discord?
 - Teekond boti loomiseni
 - Turunduslabori bot ja näited
 - Botile iseloomu andmine
 - Kui palju maksab boti loomine ja üleval pidamine?
 - Tehniline pool
 - Boti veebi versioon
 - Milline näeb välja sisend AI assistendile?
- **Turunduslabori launch (14.02.25)**
 - Veebinari maandumisleht (ClickFunnels)
 - Elemendid, mis võiks veel maandumislehel olla
 - Kui palju Laboriga liitujatest olid veebinari kuulajad?
 - Maandumislehe CTA tekst
 - Mis saab peale kirjapanekut?
 - Maandumislehe disain
 - Milliseid pealkirju kasutada?
 - Millal algab veebinari turundus?
 - Kirjade sisu analüüs
 - Numbrate analüüs
 - Müügikirjad
 - Veebinari statistika (live)
 - 3 launchi statistika
 - Exceli jagamine – Millised reklaamid toimivad paremini?

SEO Estonia 2024 kordused

Day 1

- [Kyle Roof "Rhinoplasty Plano 5 Years Later"](#)
- [Q&A with Kyle Roof](#)
- [Karl Kangur "Link Building in 2024 – Cutting the BS"](#)
- [Q&A with Karl Kangur](#)
- [Georgia Tan "Creating Helpful Content That Ranks and Converts in 2024"](#)
- [Q&A with Georgia Tan](#)

Day 2

- [Jared Codling "Test Everything. Growth hack your way to victory."](#)
- [Q&A with Jared Codling](#)
- [Mads Singers "The 3 Stages of Management"](#)
- [Q&A with Mads Singers](#)
- [Jason Barnard "Protect Yourself From Updates by Creating a Brand"](#)
- [Q&A with Jason Barnard](#)

12 TUNDI: TURUNDA, MÜÜ, VÄRBA! (26.09.24)

- [Timo Porval – Minu 15 aasta kõige edukamad turundustaktikad](#)
 - 10 taktikat, millest igaüks on väärt rohkem kui 1000 eurot;
 - Timo lemmiktööriistad, mis võiksid ka sulle meeldida;
 - inimesed, keda Timo soovitab ja kelle abiga saad turunduses häid tulemusi;
 - 7 nõuannet, mille rakendamine võtab alla 5 minuti, aga mis muudavad palju.
- [Sandra Reivik – Nutikam töö tehisintellektiga: kuidas kasutada AI-lahendusi enda kasuks](#)
 - kuidas luua sisuloo AI-assistent, mis arvestab brändi keele ja eripäradega;
 - kuidas tehisintellekti abil turundustegevusi optimeerida;
 - praktilised nõuanded, mis aitavad AI abil produktiivsust tõsta.
- [Sandra Reivik – Küsimustele vastamine](#)
- [Mari Arnover – Kas teenusedisain on uus turundus?](#)
 - miks on teenusedisain ka turundajate jaoks üha popimaks muutunud,
 - mida on turundajal teenusedisainist õppida,
 - mõtestamine kui jätkusuutlikkuse tugisammas.
- [Mari Arnover – Küsimustele vastamine](#)
- [Marelle Ellen – Mis LinkedInis päriselt toimib?](#)
 - kellel ja miks tasub LinkedInis aktiivne olla;

- millist tüüpi sisu LinkedInis edu toob (numbrid selle taga);
- kuidas oma LinkedIni kontot kasvatada ja mida kindlasti vältida;
- 15 postituse ideed, mille saad kohe kasutusele võtta.
- **Marelle Ellen – Küsimustele vastamine**
- **Kaitel Männikust – Meiliturundus ja turunduse automatiseerimine**
 - kuidas alustada ja millele enne automatiseerimist mõelda;
 - kuidas veebilehe ja e-poe omanikuna meiliturunduse abil rohkem tulu teenida;
 - Kaiteli lemmiktööriistad ning miks just need;
 - tema suuremad õppetunnid ja edulood;
 - kui tihti ja mis teemal kirju saata, et inimesed neid avaksid.
- **Kaitel Männikust – Küsimustele vastamine**
- **Sven Nuum ja Timo Porval – Veebilehtede tagasiside otse-eetris: kuidas muuta külastajad klientideks**
 - tagasiside osalejate veebilehtedele ja e-poodidele – maandumislehted, pakkumised ja muu oluline;
 - müüvate tekstide loomine – kuidas panna klient tundma, et just sinu toode või teenus on tema jaoks parim lahendus;
 - usalduse loomise nõuanded – kuidas õigete elementide abil usaldust kasvatada ja külastajat ostma veenda;
 - vigadest õppimine – enamlevinud vead ja kuidas neid vältida.
- **Sven Nuum – Küsimustele vastamine**
- **Remo Ojaste ja Priit Lilleväli – Eriväelase mõtteviis müügipraktikas**
 - kata ja liigu: hea suhte 5 sammu, mis aitavad hoida kvaliteeti;
 - ülim vastutus: mida teha siis, kui asjad lähevad valesti;
 - distsipliin = vabadus: järjepidev ja eesmärgipärane treening.
- **Remo Ojaste – Küsimustele vastamine**
- **Priit Lilleväli – Küsimustele vastamine**
- **Aljona Gorbatškova – Kuidas müügis võimatuna näivad olukorrad võitudeks pöörata?**
 - järjepidevus kui edu võti – kuidas leida selleks jõudu;
 - kuidas sai Placent Active 24 tunniga 100 000 € eest tellimusi ja mis edasi sai;
 - põhimõtted, mida Aljona sotsiaalmeedias rakendab ja mis päriselt tulemust toovad;
 - tema läbirääkimiste põhimõtted ja “ämbrid”.
- **Aljona Gorbatškova – Küsimustele vastamine**
- **Birgit Arus – Külmad kõned, messimüük ja välisturgude vallutamine**
 - müügikõned kui efektiivne salarelv konkurentide ees – kuidas aru saada, et on aeg palgata väline müügiinimene;
 - mis on messimüük – pane messid enda jaoks tööle ja lõpeta seal “agressiivne” ootamine;

- välisturgude vallutamine: kuidas müüa Eestist kaugemale (Skandinaavia, India, USA, Euroopa, Lähis-Ida, Aasia, Lõuna-Korea – milline turg valida ja millest alustada).
- [**Birgit Arus – Küsimustele vastamine**](#)
- [**Signe Ventsel – Elu on bränding. Kuidas brändi teadlikult ja julgelt luua?**](#)
 - oleme inimestena kõik brändid ja brändisaadikud – miks see tööturul vajalik on;
 - millistes etappides on värbaja teadlik persoonibränd oluline;
 - kui teame, et persoonibränd on tähtis, siis miks me ei tegutse.
- [**Signe Ventsel – Küsimustele vastamine**](#)
- [**Indrek Harjak – Värbamise meistriklass: vead, mida vältida ja tööriistad, mis toovad edu**](#)
 - kuidas professionaalse värbaja kaasamine parandab ettevõtte värbamisprotsessi tõhusust ja kvaliteeti (praktilised näited ja eelised);
 - "Me saame ise hakkama." ehk levinud värbamisvead, mis võivad maksma minna parimad kandidaadid;
 - nutikad nipid, mis aitavad sul tööportaalist kiiremini ja lihtsamalt kandidaate leida.
- [**Indrek Harjak – Küsimustele vastamine**](#)
- [**Liina Ostumaa – Kuidas leida täiuslik assistent, kes aitab äri järgmisele tasemele viia?**](#)
 - milline on täiuslik assistent;
 - kas neid peaks olema üks või mitu;
 - kuidas sujuvalt ülesandeid delegeerida;
 - kuidas toetada assistendi sisseelamist, et see oleks kiire ja sujuv ka sinu enda jaoks;
 - õnnestumised ja ebaõnnestumised värbamisel.

Ettevõtlik Mees 2024 telgitagused

- [**\[Osa 1\] Kavatsus. Eristumine ja eelis. Esinejate leidmine.**](#)
- [**\[Osa 2\] Strateegia. FB reklaamid. Numbrid.**](#)
- [**\[Osa 3\] Pakkumine ja garantii.**](#)
- [**\[Osa 4\] Müügilehe loogika. Ostukorv. Hinna määramine.**](#)
- [**\[Osa 5\] Launchi tabel. Enda energia. Ootuste juhtimine**](#)
[**Turundusnurgad. FB reklaamid müügi tegemiseks.**](#)

SEO Estonia 2023 kordused

- [**Kyle Roof – Google Proof Your Sites**](#)

- [Adam Chronister – Unleashing AI Potential – Mastering Prompt Hijacking, Stacking, and Automatisation](#)
- [Robert Niechcial – Shit in shit out SEO](#)
- [Bibi Raven – The Quest for Inbox Conquest](#)
- [Kasra Dash – Website Recovery](#)
- [Kevin Meng – CHAT-GPT VS HUMAN WRITERS](#)
- [George Blandford – Linkbuilding for Link Builders](#)

12 tundi turundust (13.10.23)

- [Vahur Singa – Kuidas ma jõudsin 2 kuuga 20 000k Instagrami jälgijani](#)
 - Kuidas saavutas Vahur kõrge *engagement*'i ja tõmbas tähelepanu enda ettevõttele
 - Mida ja kui palju ta postitas, et kasvatada jälgijaskonda ja meelitada ligi uusi kliente
 - Kuidas Vahur jõudis koostööni maailma tipp sisuloojatega, Chris Do ja Brendan Kane'iga
- [Karl Kangur – SEO kõige põletavamad küsimused-vastused](#)
 - Kas AI on SEO ära tapnud
 - Eesti ja välisturgude eripärad
 - Millele SEO-s keskenduda ja mis on ajaraisk
- [Anu Tähemaa – Kuidas saada üle esinemise hirmust ja sõbraks kaameraga](#)
 - Enesekindluse loomine. Esinemishirmu tekkimise põhjused ja nipid selle ületamiseks. Kuidas hoida enesekindlust ka siis, kui kaamera käivitub?
 - Esmamulje olulisus. Piinlikud olukorrad, mida on võimalik ennetada. Kuidas luua positiivselt eristuv ja meelde jääv enesetutvustus?
 - Eneseväljenduse viisid. Sõnastuse ja kehakeele tähtsus sõnumi edasi andmisel, ja kuulajate tähelepanu hoidmisel. Kuidas võimendada soovitud mõju?
- [Liis Laisaar – Suurimad kuluefektiivsuse võidukohad: õppetunnid sadade Google Adsi kontode auditeerimisest](#)
 - Levinuimad vead, mis Google Adsis eelarvet kulutavad
 - Konto baashügieeni aspektid, mida kindlasti unustada ei tohiks
 - Mida teha, et Google Adsis konkurentidest sammu võrra ees olla
 - AI – sellega või selleta
- [Indrek Pöldvee – Mis LinkedInis päriselt oluline on ja mille vastu enamik eksib](#)
 - Uued algoritmi uuendused – kõik pöörati jälle pea peale
 - Mis ikkagi viib tehinguni

- Isikliku brändi kasvatamine
 - Ettevõtte konto olulisuse kasv
- **Jaana Maling – Miks on selge sõnum oluline ja kuidas see kirja panna**
 - Miks on selge ja ladus tekst oluline
 - Kuidas vältida segase sõnumi kirjutamist
 - Kuidas panna lugejad tegutsema
- **Egle Raadik – Teekond väikese küla tüdrukust nelja miljoni ettevõtte loojaks**
 - Kuidas seda kõike hirmude kiuste teha
 - Tööeetika, mis on sellel teel olnud hädavajalik
 - Praktilised näpunäited, mida Eesti e-poodide omanikud kasutusele peaksid võtma, et teistest 3 sammu võrra ees olla
- **Robin Pass – Kuidas TikTakis silma paista? Millised on peamised TikTakis tehtud vead?**
 - Kuidas see lühivideo platvorm oma ettevõtte heaks tööle panna
 - TikTok'i turunduse ABC: kontoga alustamine, jätkusuutlik sisuloomine ja fännikommuniteet kasvatamine
 - Kuidas hallist massist erineda ehk peamised vead TikTok'i turunduses, praktiliste näidete põhjal
- **Katrin Hinrikus – Podcasti meistriklass: "Täitsa pekkis" teekond mitme miljoni kuulamiseni**
 - Millised on eduka saate kolm põhisammast
 - Kuidas saatesse edukalt külalisi kutsuda
 - Saadete ettevalmistusprotsess kui üks edu võtmeid
 - Milliseid turundusstrateegiaid kasutada uute kuulajateni jõudmiseks
- **Timo Porval – 10-sammuline mudel tulemust toova veebilehe tegemiseks**
 - Veebilehe roll turundusstrateegias. Selle mõistmine aitab sul algusest peale asju õigesti teha
 - Peamised vead veebilehe tellimisel, mis tekitavad mõttetut kulu ja takistavad tulu teenimist
 - 3 olulist ärilist küsimust, mis on vaja ära vastata, muidu veebileht kliente tooma ei hakka
- **Kristi Saare – Kuidas Instagramis 35 000 jälgijani jõuda**
 - Miks on kõik Instagrami reeglid rikkumiseks
 - Mis teeb ühest Instagrami kontost kogukonna
 - Millistele tegevustele pandud aeg toob tulemuse
- **Sven Nuum – Mõtteviis ja fookus turunduses, mis aitab teha samme õiges suunas**
 - Vaatame ausalt otsa asjadele, mis on vaja päriselt ära teha ja paneme paika sinu järgmised sammud
 - Millele keskenduda, kui turunduseelarve on väike ja pole aega Instagrami postitada

- Olulised küsimused, mis aitavad Svenil järgmise 6 kuu fookuse paika seada

Konverents “Turundus + Müük + Värbamine” (9.03.23)

- **Timo Porval – Kas ja milliseid turundustegevusi majanduslanguse ajal teha**
 - millistesse kanalitesse tasub panustada;
 - mis muudab veebilehe usaldusväärseks;
 - SEO ja reklaamid;
 - 8 kohta, kuhu Timo ise raha panna ei julge,
 - 12 konkreetset turundustegevust, mille jaoks on vaikselt aeg ideaalne;
 - kuidas valmistuda järgmiseks tõusuks;
 - 9 võimalust, kuidas väikese eelarvega edukalt turundada;
 - üks praktiline harjutus.
- **Indrek Põldvee – Kuidas LinkedInis brändi ja usaldust kasvatada, et uute koostööde ja müükideni jõuda**
 - mis on LinkedIn ja kas seda on üldse vaja;
 - ettevõtte ja isikliku konto strateegiad ja tulemused;
 - analüütika, mille järgi LinkedInis tegutseda;
 - tegevused, mis LinkedInis edu toovad;
 - ajaline investering.
- **Katrin Kiviselg – Kuidas luua ettevõttesse müügi protsesse**
 - miks ei taheta müügisüsteeme luua;
 - 3 konkreetset põhjust, miks on vaja ettevõttes müügisüsteeme;
 - milline näeb välja müügitsükkel;
 - kuidas käib kontakti loomine;
 - kuidas müügitegevusi mõõdistada.
- **Andrus Albi – Müügi strateegiad, mis päriselt tulemust toovad**
 - mis eristab parimaid müügiinimesi keskpärastest;
 - milline näeb välja üks müügitsükkel;
 - mis on CLASP mudel;
 - kuidas ehitada üles hind.
- **Kaire Kleesment ja Marii Männiste – VOT mudel ehk värbamine on turundus**
 - millest üldse alustada,
 - kuidas jõuda õige inimeseni,
 - milline näeb välja VOT-mudel.

- **Ketlin Kasak – Kui tahad võita, vali võitjameeskond!**
 - 8 nippi, kuidas olla nii atraktiivne tööandja, et talendid on ukse taga järjekorras;
 - 4 konkreetset nõuannet, kuidas valida parimad inimesed õigetes rollidesse;
 - keda kriisi ajal meeskonda jätta ja keda lahti lasta;
 - 6 asja, mida teeb personalijuht sinu ettevõttes ja mis on tema vastutusvaldkonnad.

Värbamisturunduse praktikum

- **[Osa 1] Sissejuhatus**
 - miks selle kursuse oleme kokku pannud,
 - miks võttis CV-Online ühendust Turunduslaboriga,
 - mis on värbamisturundus,
 - värbamisturunduse eesmärk,
 - naiste ja meeste töötuse määr läbi aastate.
- **[Osa 2] Värbamiskampania**
 - mis on värbamiskampania;
 - millal seda kasutada;
 - 6 tõhusat turunduskanalit, kus enda värbamiskampaniat läbi viia;
 - milliseid kanaleid valida;
 - näited hästi tehtud töökuulutustest.
- **[Osa 3] Sisuloome**
 - 5 olulist punkti, mida ootavad tööotsijad;
 - nipid, kuidas nõudeid kandideerijale paremini sõnastada;
 - erinevad töökuulutuse näited;
 - miks on hea sisu oluline.
- **[Osa 4] Karjäärileht**
 - mis on karjäärileht;
 - 5 nõuannet, kuidas alustada;
 - 5 nippi, kuidas karjäärilehte seadistada;
 - 5 kohta, mida mõõta karjäärilehe juures;
 - kus ja kuidas teha järelturundust.
- **[Osa 5] Tulemusliku värbamise põhitõed**
 - 8 konkreetset sammu, millest koosneb värbamisprotsess;
 - näited, mida erinevad ettevõtted töötajale pakuvad;
 - konkreetset näited töökuulutustest.
- **[Osa 6] Töövestlused ja valik**
 - 5 olulist punkti, mis tuleks enne töövestlust läbi mõelda;
 - 4 konkreetset punkti, millest koosneb töövestluse meelepea;
 - näited, kuidas töövestlusel oma küsimust sõnastada ja mida küsida;

- 4 kohta, millele mõelda testi/proovitöö koostamisel;
- miks ja kuidas teha taustauuringut;
- milline näeb välja valikuprotsess;
- kuidas ja miks anda kõigile kandidaatidele tagasiside;
- 5 olulist punkti pakkumise/töölepingu juures.
- **[Osa 7] Onboarding**
 - mis on sisseelamise 6 erinevat etappi;
 - 4 sammu, mis tuleb enne tööle asumist ära teha;
 - 5 asja, millele mõelda kliendi esimese tööpäeva juures;
 - 4 olulist punkti, mida jälgida töötaja esimese nädala juures;
 - 3 meespead töötaja esimese kuu juures;
 - küsimuse näited tagasiside kogumiseks;
 - 4 olulist punkti töötaja kolmanda kuu ehk katseaja juures;
 - kuidas mõõta uue töötaja sisseelamist.
- **[Osa 8] Kuidas Kelly Laborisse jõudis**

Alusta siit! 3 sammu, et võtta Turunduslaborist maksimum

- **Samm 1. Tegid õige otsuse! Aitäh, et tulid Turunduslaborisse + foorumi link :)**
- **Samm 2. 7 viisi Turunduslaborist maksimumi võtmiseks**
- **Samm 3. Kiired ja olulised turundaja tööriistad**

Kiired ja olulised turundaja tööriistad

- **Tutvustus**
- **Videote ja podcastide kiirendi, mis muudab su õppimist igaveseks**
 - mis on Video Speed Controller ja kuidas seda kasutada;
 - 4 soovitus, kuidas kiiremini teadmisi omandada.
- **Facebooki uudisvoog peitu ehk kasuta sotsiaalmeediat, aga ära lase tal ennast kasutada**
 - milliseid positiivseid muutusi koges Timo 30-päevase sotsiaalmeedia paastu ajal;
 - 6 nippi, kuidas olla fokusseeritum ja produktiivsem.
- **Eesti keele speller, mis aitab sul tekstides vigu vähendada**
 - miks on mõistlik oma tekstid üle kontrollida;
 - kuidas kasutada eesti keele spellerit (filosoft.ee);
 - 5 nõuannet, mis aitavad spellerist maksimaalset kasu saada.

- [Answerthepublic ehk saad kuhjaga ideid, mille kohta sisu luua](#)
 - mis on AnswerThePublic;
 - kuidas sellest tööriistast maksimaalset kasu saada.
- [Kuidas Amazonist sisu jaoks ideid hankida](#)
- [Produktiivsuse häkk! Loo enne, kui askeldad](#)
 - kuidas aitab kuldreegel "loo enne, kui askeldad" tõsta efektiivsuse taset;
 - 2 lihtsat harjutust, mis aitavad sul seda reeglit rakendada;
 - 11 ideed, mida luua;
 - 4 põhjust, miks võtta 60 minutit loomiseks just hommikul.
- [Gorgias templates, millega hoiad kuhjaga aega kokku](#)
 - mis on Gorgias Templates (uue nimega Briskine);
 - kuidas see aega säästa aitab.
- [Boomerang, mis näitab, kes su kirju avab](#)
 - mis on Boomerang ja kuidas seda endale seadistada;
 - 4 *must have* võimalust, mida Boomerang pakub.
- [Kiire hiir, mis teeb töötegemise mugavamaks](#)
 - miks peaksid arvutihiire maksimaalsele kiirusele seadistama;
 - kuidas hiire kiirust muuta.
- [Veebilehe kiiruse mõõtmine, mis on Google ja sinu veebi külastaja silmis oluline osa](#)
 - miks on veebilehe kiirus oluline;
 - millistel lehekülgedel oma veebilehe kiirust analüüsida;
 - 3 konkreetset põhjust, miks sinu veebileht võib olla aeglane.
- [Häälsõnumid, mis aitavad sul olla kiirem ja personaalsem](#)
- [Sotsiaalse sõltuvuse kasutamine ehk kuidas oma eesmärgid päriselt ära teha](#)
- [Produktiivsuse nipp! Kaks asja samal ajal](#)
- [Kuidas klienti paremini mõista](#)
- [Ubersuggest, mis annab teada, mis märksõnu sinu kliendid päriselt Google'ist otsivad](#)
- [Kasuta Facebook Ads Library't ja tead, mis reklaame konkurendid teevad ning saad ideid juurde](#)
- [GoFullPage ehk kuidas salvestada ära olulised veebilehed ja müügitunnelid](#)
- [Oluline printsiip, mis aitab teadmisi paremini kinnistada](#)
 - 47 raamatusoovitust;
 - kuidas lugeda ja õppida asju, mida kohe rakendada saab.
- [Parem küsimus kui "Kuidas rohkem kliente saab?"](#)
- [Üks kiiremaid viise klientide saamiseks](#)

- milline küsimus aitab oluliselt edukamalt koostööd teha;
- mudel, mida rakendades on edukas koostöö garanteeritud;
- 8 suurepärase varianti koostööks.
- [Google Trends, mis aitab sul aru saada, kuhu turg liigub](#)
 - miks on Google Trends vajalik;
 - kuidas seda kasutada.
- [Kuidas aja mõõtmine su elu ja äri muudab. Ilma naljata!](#)
 - miks peaksid oma aega mõõtma;
 - takistused, mis võivad aja mõõtmisel tekkida;
 - 10 konkreetset küsimust aja mõõtmise juures;
 - 6 soovitus, mis aitavad sul ajamõõtmise tööriistaga kiiremini ja stressivabalt sina peale jõuda.
- [Teine aju, ilma milleta sa ei saa ja kuidas seda luua](#)
 - 3 olulist komponenti, millest koosneb 3T mudel;
 - 3 tööriista, mis aitavad sinu teist aju süstematiseerida.
- [Mis oleks parem küsimus kui "Kuidas seda teha?"](#)

61 produktiivsuse nippi

- [\[Osa 1\] Tea oma tugevusi. Teadmised vs tulemused. Oprimeeri. Süstematiseeri. Lihtsusta jpm.](#)
- [\[Osa 2\] 1000 € tund. Kaustad. Muusika. Paroolide haldus. Ekraanitõmmised jpm.](#)

Boonused

- [Kuidas aja mõõtmine su elu ja äri muudab. Ilma naljata!](#)
- [Teine aju, ilma milleta sa ei saa ja kuidas seda luua](#)
- [Üks kiiremaid viise klientide saamiseks](#)
- [\[1/2\] 60 raamatusoovitus vastavalt probleemidele ja 17 mentorit, keda mina jälgin - Facebooki live](#)
- [\[2/2\] 60 raamatusoovitus vastavalt probleemidele ja 17 mentorit, keda mina jälgin - Facebooki live](#)

Turunduse vundament, mis aitab sul edukas olla

- [Olulised definitsioonid ja 30 kavalat lülitit, mida turunduses kasutatakse](#)

- [12 põhimõtet, mida iga eetiline turundaja ja ettevõtja peaks jälgima](#)
- [Teadmine vs Tarkus ehk kas sa TEAD või sa TEED ;\)](#)
- [11 uskumust, 12 oskust ja 9 protsessi, mis sind eesmärkide saavutamisel tagasi hoiavad](#)
- [Millised on olulised mõõdikud ja miks peaksid neid kindlasti rakendama](#)
- [Kuidas aja möötmine su elu ja äri muudab. Ilma naljata!](#)
- [Teine aju, ilma milleta sa ei saa ja kuidas seda luua](#)
- [3 lihtsat viisi, kuidas olla oma äris iga päev 10% parem](#)
- [Üks oluline küsimus, mida fookuses hoida, kui rohkem kliente soovid](#)
- [Miks peaksid püüdma eksperdiks saada ja mis hüved sellega kaasnevad](#)

Boonused

- [Roland Tokko – Kuidas esineda online'is nagu proff, ilma profitiimi palkamata!](#)
- [Olesija Saue – Nähtamatust asjatundjast nõutud eksperdiks](#)
- [Teet Torim – “Ajatu digiturundaja” tööriistad ja oskused, mis sind tööturul edukaks teevad](#)

Sotsiaalmeediaturundus

- [\[1/8\] Sissejuhatus sotsiaalmeediasse](#)
 - mis on sotsiaalmeedia,
 - miks üldse sotsiaalmeedia,
 - miks kasutatakse sotsiaalmeediat nii laialdaselt,
 - mille järgi valida sobiv(ad) kanal(id),
 - millised on peamised kanalid ja nende erinevused.
- [\[2/8\] Sotsiaalmeediaga alustamine](#)
 - kuidas enda sotsiaalmeedia profiilid korda teha: Facebooki ja Instagrami korrastamise kontrollnimekirjad.
- [\[3/8\] Algoritm ja sisu loomine](#)
 - kuidas algoritm töötab ja kuidas seda häkkida;
 - punktid, millele tuleks keskenduda enne sotsiaalmeediasse sisu loomist.
- [\[4/8\] Postituste ja tekstide kirjutamine](#)

- asjad, mida pidada silmas postitusi kirjutades.
- [\[5/8\] Visuaalide loomine sotsiaalmeediasse](#)
 - milline visuaal toimib,
 - 5 pildistamise nippi sisuloojatelt,
 - soovitud fototöötamiseks.
- [\[6/8\] Instagrami võimalused](#)
 - Instagrami võimalused,
 - kuidas saavutada kõrgemat kaasatust,
 - millal ja kui palju postitada.
- [\[7/8\] TikTok](#)
 - TikToki ajalugu ja statistika,
 - erinevused teiste platvormidega,
 - kuidas TikToki sisuloomega alustada ning
 - kuidas kontot kasvatada.
- [\[8/8\] Tulemuste mõõtmine sotsiaalmeedias](#)
- Facebook Pixel ja mida on võimalik mõõta,
- Facebook ja Instagram *insights*,
- TikToki analüütika.

Boonused

- [Sven Nuum – 15 ideed Facebooki postitusteks](#)
- [Orgaanilise sotsiaalmeediaga seotud küsimused](#)
- [Shalini Mody – Kuidas luua ja hoida kogukonda GraceFiti näitel?](#)

Kuidas Google'is esimeseks saada?

- [SEO üldised põhimõtted](#)
 - mis on SEO ja kuidas see töötab;
 - 4 heade Google'i positsioonide saamise eeldust;
 - 3 peamist komponenti, mis aitavad heale positsioonile kaasa;
 - mis on Google RankBrain ja miks sa peaksid seda kasutama;
 - 10 viisi, kuidas hankida linke.
- [Karl Kangur – 3 levinumat müüti SEO kohta. Mis on tehniline SEO?](#)
 - kuidas Karl juba 12-aastaselt SEO juurde jõudis;
 - miks on SEO oluline;
 - 3 levinumat müüti SEO kohta;

- mis on tehniline SEO;
 - 5 tehnilist SEO faktorit (jätkub järgmises videos).
- [Karl Kangur – Mis on lehepealne SEO ja kuidas veebilehte optimeerida?](#)
 - mida teha veebilehe kiiruse parandamiseks;
 - mis on lehepealne SEO;
 - 2 lehepealse SEO faktorit;
 - kuidas veebilehte optimeerida.
- [Karl Kangur – 7 linkide ehitamise strateegiat. 5 sammu, kuidas luua sisu, mis rank'ib](#)
 - mis on leheväline SEO;
 - miks on linkide ehitamine veebilehe puhul kõige tähtsam;
 - 7 linkide ehitamise strateegiat;
 - 5 sammu, kuidas luua sisu, mis rank'ib;
 - kuidas Eesti turg teistest erineb;
 - 3 kiiret taktikat, mis aitavad sinu ettevõtte tulemustele kaasa.
- [\[1/5\] Karl Kangur – Kas SEO on surnud? Kui ei ole, mis suunas see liigub](#)
- [\[2/5\] Karl Kanguri – Mis on see saladuslik 20% tegevustest, et saada 80% tulemustest?](#)
- [\[3/5\] Karl Kangur – Kuidas ehitada tugevamaid linke?](#)
- [\[4/5\] Karl Kanguri – Mis on veel backlinkide ehitamise strateegiad? Kas raha maksmine on ainus võimalus?](#)
- [\[5/5\] Karl Kangur – Kirjutasin artikli, kuidas kiirendada protsessi, et Google'is välja tulla?](#)
- [Karl Kangur – Põhjused, miks sa ei ole Google'is parimal kohal](#)

SEO tööriistad, mis sind aitavad

- [\[1/4\] Ahrefs](#)
- [\[2/4\] Ahrefs](#)
- [\[3/4\] Ahrefs](#)
- [\[4/4\] Ahrefs](#)
- [\[1/3\] Surfer SEO](#)
- [\[2/3\] Surfer SEO](#)
- [\[3/3\] Surfer SEO](#)
- [Yoast plugina kasutamine veebilehe sisu lisamisel](#)

Boonused

- [Kyle Roof ja Karl Kangur “Viimane Google algoritmi muudatus. Mida teha ja mida oma lehtedel üle vaadata” \(12.04.24\)](#)
- [Konkreetne mudel, millest sisuturunduses alustada ja 11 sammust koosnev artikli SEO checklist](#)
 - milline näeb välja sisuturunduse strateegia A-st müügini;
 - 14 takistust, mis sisuturunduse tegemisel ette jäävad;
 - konkreetne mudel, millest sisuturunduses alustada;
 - 8 levinud viga, mida selle mudeli juures tehakse;
 - kuidas SEO-d lihvida;
 - 5 asja, mida meta description'i kirjutamisel paremini teha;
 - kaks 500 € väärt teadmist, mida Timo sinuga tasuta jagab;
 - 11 sammust koosnev artikli SEO checklist'i;
 - mida teha, et sinu pildid Google'is välja tuleksid.
- [SEO-ga seotud küsimustele annab Priit Kallas praktilised vastused](#)
- [Kuidas teha Eesti e-poele link building'ut ja jõuda Google'is tippu? Raido Tamar](#)
- [Karl Kangur – Ärist, tööriistadest ja raamatutest](#)
- [\[1/2\] 5 SEO erinevust Eesti ja muu maailma vahel. Marten Saar \(11.02.21\)](#)
 - millele kodulehe juures keskenduda;
 - 5 SEO erinevust Eesti ja muu maailma vahel;
 - kõige levinumad SEO müüdid.
- [\[2/2\] 6 konkreetset asja, mida saab SEO-s ise ära teha. Kuidas hinnata SEO teenusepakkuja. Marten Saar \(11.02.21\)](#)
 - 6 konkreetset asja, mida saab SEO-s ise ära teha;
 - kuidas hinnata SEO teenusepakkuja.

Kuidas muuta turunduse kulu tuluks

- [10SVS mudel, mis aitab sul turundust selgemini planeerida](#)
- [Väga olulised 8 küsimust, mida kliendi teekonna igal sammul endalt küsida](#)
- [5 elementi, millest strateegia koosneb ja 2 põhimõtet, mida meeles pidada](#)
- [Küsimus, mis aitab sul tegeleda turunduses kõige olulisemate asjadega. 10 kohta, kus võidad kõige rohkem](#)
 - küsimuse, mis aitab sul ettevõtte kõige olulisemate asjadega tegeleda;

- 11 konkreetset näidet, millel on sinu ettevõttele suur mõju;
 - millised on Lavii 9 nõrgemat lüli (et saaksid neist õppida);
 - 10 tegevust, millega ettevõtted võidavad kõige rohkem.
- **Millised on olulised mõõdikud ja miks peaksid neid kindlasti rakendama**
 - miks peab digiturunduses kõike mõõtma;
 - millised on pehmed mõõdikud ja miks need sind suures plaanis edasi ei aita;
 - millised on olulised mõõdikud ja miks peaksid neid kindlasti rakendama.
- **Kuidas aja mõõtmine su elu ja äri muudab. Ilma naljata!**
 - miks peaksid oma aega mõõtma;
 - takistused, mis võivad aja mõõtmisel tekkida;
 - 10 konkreetset küsimust aja mõõtmise juures;
 - 6 soovitus, mis aitavad sul ajamõõtmise tööriistaga kiiremini ja stressivabalt sina peale jõuda.
- **3 lihtsat viisi, kuidas olla oma äris iga päev 10% parem**
- **Üks oluline küsimus, mida fookuses hoida, kui rohkem kliente soovid**
- **[1/2] 5 kohta, kuhu tasub oma turunduseelarve investeerida. Veebiseminar**
 - millised 11 elementi peavad veebilehel/e-poele kindlasti olemas olema;
 - milline näeb välja veebilehe tegemise 10-sammuline protsess.
- **[2/2] 5 kohta, kuhu tasub oma turunduseelarve investeerida. Veebiseminar**
 - milliseid vigu Google Adsi juures kõige rohkem tehakse;
 - 5 konkreetset soovitus Facebook Adsile;
 - kas e-maili turundus on surnud ja miks;
 - 7 tõhusat soovitus e-maili turunduse kohta;
 - mida on vaja teha, et Google'is hästi välja tulla.
- **Mis loom on Google Analytics 4 ja kuidas seda kasutada**
 - mis on Google Analytics 4;
 - mis ajaks peab olema GA 4 üleminek tehtud;
 - mis Google'i tööriistu kasutab Henri enda mõõdikute ülespanemiseks ja jälgimiseks;
 - kas ja kui palju kasutada Google Search Console'i;
 - mida mõõta veebilehtede juures;
 - mis on e-poodide äriliselt olulised mõõdikud, mida peaks poeomanik jälgima;
 - kuidas teha kliendi liikumine e-poes jälgitavaks;
 - mis on Server-Side Tracking;
 - kas küpsised kaovad ära või ei;
 - kuidas saada aru, et küpsiste seadistamine on õige GDPR-i vaatepunktist;

- kuidas küpsiseid valida ja neid ära kustutada;
- GA 4 - mida peaks keskmine turundaja teadma;
- kuidas leida üles maksekeskus;
- kuidas luua sihtgruppe;
- mis on *data studio* ja mida sellega teha saab;
- mis on klientidel tavaliselt GA 4 juures puudu ja mida saaks veel paremini teha.
- **Google Tag Manageri ülevaade**
 - mis on Google Tag Manager ja miks on ettevõtjal seda vaja;
 - erinevad näited Marathon Studiose näitel, kes kuhu klikib jne;
 - miks tasub jälgida erinevaid klikke, mida nendega teha;
 - kus asub Tag Manageri ID;
 - mida teha koodijuppidega;
 - kui suur on kogu asja seadistamise rahaline kulu.
- **Meta Custom Audience**
 - mis asi on Facebook Pixel,
 - kuidas käib pikslite seadistamine,
 - mida kõike on võimalik jälgida ja mõõta,
 - kuidas käib listide loomine.
- **Facebooki reklaamide tegemine (juuni 2023)**
 - mida saab Facebook Ads Manageris jälgida ja teha;
 - kuidas luua kampaaniaid;
 - mis on A/B testimine;
 - kuidas sihtida reklaame;
 - kuidas käib sihtrühma valimine;
 - kuidas valida, kus reklaame näitama hakatakse;
 - reaalsele numbritele otsa vaatamine Turunduslabori näitel.
- **GDPR ja küpsised, küpsiste banner ja selle seadistamine – TASUTA (Roland Kivitare)**

Boonused

- **8 tundi turundusküsimusi – Strateegia ja planeerimine**
- **8 tundi turundusküsimusi – Mõõtmine**
- **Kuidas aja mõõtmine su elu ja äri muudab. Ilma naljata!**
 - miks peaksid oma aega mõõtma;
 - takistused, mis võivad aja mõõtmisel tekkida;
 - 10 konkreetset küsimust aja mõõtmise juures;
 - 6 soovitus, mis aitavad sul ajamõõtmise tööriistaga kiiremini ja stressivabalt sina peale jõuda.
- **Taavi Kalvi – Mida ja miks ettevõtted peaksid digiturunduses mõõtma?**

- [Viljo Vabrit – Kõige olulisemad mõõdikud e-poes, mille parandamine tagab stabiilse äri kasvu](#)
- [\[1/2\] Ketlin Kasak – Kuidas endale rohkem kliente ja koostööpakkumisi saada](#)
 - miks on vaja olla oma ala tõeline spetsialist;
 - sammud, mida on selleks vaja teha;
 - 10 asja, mida tõeline spetsialist mõistab.
- [\[2/2\] Ketlin Kasak – Kuidas endale rohkem kliente ja koostööpakkumisi saada](#)
 - 12 turundustegevust, mis on aitavad kõige rohkem kliente tuua;
 - 7 sammu, millest koosneb ostuprotsess;
 - omadused, mida on vaja eduka turunduse ja müügi tegemiseks.

Eristu või sure

- [Mis probleemi lahendad? 6 asja, millest klient hoolib ja mida pead teadma](#)
- [7 küsimusi, mida kliendilt küsida ja mille vastuseid peaksid kindlasti teadma](#)
- [17 konkreetset eristumise võimalust, mida saad kohe rakendada](#)
- [Indrek Saul – Soovid kallimalt müüa? Eristu](#)

Boonused

- [Kuidas saada eksperdiks?](#)
 - miks peaksid püüdma eksperdiks saada;
 - millised on hüved, mis sellega kaasnevad;
 - kuidas ikkagi eksperdiks saada;
 - milline on väärtuslik sisu;
 - 8 takistust ja hirmu, mis võivad sind eksperdiks saamise teekonnal tagasi hoida;
 - üks oluline nipp, mis aitab hirmust üle saada.
- [Nähtamatust asjatundjast nõutud eksperdiks. Olesija Saue](#)

Usalduse tekitamine veebilehel ja sotsiaalmeedias

- [20 võimalust, kuidas potentsiaalse kliendi teadvusesse jõuda](#)
 - mida peaksid enne sisu loomist silmas pidama;
 - kuidas panustada oma kuulajaskonna ehitamisse;

- 7 põhjust, miks on kuulajaskonna ehitamine oluline;
 - 20 võimalust, kuidas potentsiaalse kliendi teadvusesse jõuda.
- **12 põhimõtet, mida iga eetiline turundaja ja ettevõtja peaks jälgima**
- **30 konkreetset võimalust, kuidas kliendis usaldust tekitada**
- **Tagasiside küsimise mudel + kirjade põhjad + küsimused**
 - 13 kohta, kus klientide tagasisidet kasutada;
 - kuidas tagasisidet üles ehitada;
 - 4 küsimust, mis aitavad maandada lugeja hirme;
 - kirja põhjad, mida kasutada klientidega suhtlemisel;
 - 7 lihtsat põhjust, miks tagasisidet ei küsita.

Boonused

- **Psühholoogiateadmiste kasutamine kodulehel ja e-poes. Veebiseminar**
 - 12 ajatut põhimõtet, mida iga turundaja peaks jälgima;
 - 6 olulist printsiipi turunduses ja e-poes;
 - 10 nippi, kuidas kliendile kasulik olla;
 - kus kasutada sotsiaalset tõestust;
 - 11 konkreetset võimalust meeldivuse suurendamiseks;
 - milliste takistuste ja hirmudega turundaja tihti kokku puutub.
- **Kuidas esineda online'is nagu proff, ilma profitiimi palkamata! Roland Tokko**
- **Kuidas luua ja hoida kogukonda GraceFiti näitel? Shalini Mody**

Vastupandamatu: Kuidas müüa nii, et klient tahab osta

- **20 võimalust, kuidas potentsiaalse kliendi teadvusesse jõuda**
 - mida peaksid enne sisu loomist silmas pidama;
 - kuidas panustada oma kuulajaskonna ehitamisse;
 - 7 põhjust, miks on kuulajaskonna ehitamine oluline;
 - 20 võimalust, kuidas potentsiaalse kliendi teadvusesse jõuda.
- **Üks kiiremaid viise klientide saamiseks**
 - milline küsimus aitab oluliselt edukamalt koostööd teha;
 - mudeli, mida rakendades on edukas koostöö garanteeritud;
 - 8 suurepärase varianti koostööks.
- **Parem küsimus kui "Kuidas rohkem kliente saab?"**
- **8 soovituslikku vajalikku eeldust, mis peavad sinu tootel/teenusel olema**

- **3 olulist küsimust, mis aitavad ettevõtte müügitrepi korralikult üles ehitada**
- **Mida on vaja teha selleks, et müügitrepi korralikult toimima saada**
 - mis on müügitrepi;
 - mis on müügitrepi sisend ja mis väljund;
 - 4 müügitrepi komponenti;
 - 11 võimalust, kuidas jõuda potentsiaalsete klientideni;
 - keskkonnad, kuhu inimesi tuua;
 - 6 pakumise idee;
 - 6 müügitrepi võimalust;
 - mida on vaja teha selleks, et müügitrepi korralikult toimima saada.
- **9 asja, mida edukaks müügitrepiks vaja läheb**
- **Psühholoogiateadmiste kasutamine kodulehel ja e-poes.**
Veebiseminar
 - 12 ajatut põhimõtet, mida iga turundaja peaks jälgima;
 - 6 olulist printsiipi turunduses ja e-poes;
 - 10 nippi, kuidas kliendile kasulik olla;
 - kus kasutada sotsiaalset tõestust;
 - 11 konkreetset võimalust meeldivuse suurendamiseks;
 - milliste takistuste ja hirmudega turundaja tihti kokku puutub.

Boonused

- **Kuidas kirjutada reklaamteksti, mis tõstab müüki ja toob kliente?**
Sven Nuum
- **Kuidas saada eksperdiks?**
 - miks peaksid püüdma eksperdiks saada;
 - millised on hüved, mis sellega kaasnevad;
 - kuidas ikkagi eksperdiks saada;
 - milline on väärtuslik sisu;
 - 8 takistust ja hirmu, mis võivad sind eksperdiks saamise teekonnal tagasi hoida;
 - üks oluline nipp, mis aitab hirmust üle saada.
- **Nähtamatust asjatundjast nõutud eksperdiks. Olesija Saue**

Mõjuisikuturundus (19.04.22)

- **[1/11] Sissejuhatus mõjuisikuturundusse I (19.04.22)**
 - mis ettevõtte on Promoty,
 - mis on *influencer* turundus ja miks seda teha,
 - kes on *influencer*.

- **[2/11] Sissejuhatus mõjuisikuturundusse II (19.04.22)**
 - miks *influencer* turundus toimib,
 - kellele sobib *influencer* turundus ja kellele mitte.
- **[3/11] Jälgijaskond (19.04.22)**
 - kes on mikro-*influencer*,
 - miks rohkem jälgijaid pole alati parem.
- **[4/11] Influencer turunduse strateegia (19.04.22)**
- **[5/11] Erinevad koostöövormid influencer'itega I (19.04.22)**
 - koostöövormid *influencer*'itega,
 - pikaajaliste koostööde eelised,
 - kui palju investeerida ja kuidas tasuda,
 - kes on hea sisulooja,
 - kuidas planeerida kampaaniaid.
- **[6/11] Erinevad koostöövormid influencer'itega II (19.04.22)**
 - kuidas planeerida kampaaniaid,
 - kust ja kuidas leida *influencer*'eid.
- **[7/11] Influencer'ite valimise põhimõtted (19.04.22)**
 - kuidas valida *influencer*'eid,
 - kuidas läheneda sisuloojale,
 - suurimad vead *influencer*'itega tegutsedes.
- **[8/11] Ostetud jälgijad (20.04.22)**
 - kes on ostetud jälgijad,
 - kuidas neid leida,
 - kuidas ostetud jälgijaid ära tunda.
- **[9/11] Influencer turunduse mõõtmine (20.04.22)**
 - milliseid turunduseesmärke aitab täita *influencer* turundus,
 - mis on AIDA mudel,
 - millest algab mõõtmine.
- **[10/11] Influencer turunduse legaalsed aspektid (20.04.22)**
 - millist vastutust kannab *influencer* sotsiaalmeedias,
 - millist vastutust kannab bränd sotsiaalmeedias,
 - millised valdkonnad nõuavad erimärgistust,
 - mida on lubatud reklaamida ja mida mitte,
 - kes vastutavad reklaaminõuete täitmise eest.
- **[11/11] Promoty platvormi tutvustus (20.04.22)**
 - Promoty võimalused,
 - kuidas luua kampaaniaid Promoty platvormil,
 - mis on sisukampaania ehk *content-only* kampaania.

55 persoonibrändi häkki

- [\[Boonusküsimused 1\] 55 persoonibrändi häkki. Evelin Org ja Olesija Saue](#)
 - Kuidas saada üle perfektsionismist?
 - Mis on neil endal persoonibrändi loomise juures kõige raskem olnud?
 - Milliseid hirme on nad pidanud oma persoonibrändi luues ületama?
 - Millist sisekõnet pidasid nad enne oma esimest *live*'i?
 - Lugu, kuidas sündis raamatu „Bränd nimega Sina” kaanepilt.
 - Kui lihtne või keeruline on kirjutada raamatut?
 - Mis on *bucketlist* ja kuidas seda kasutada, et oma elu ägedamaks teha?
 - Mille nad viimati oma *bucketlist*'ist ära tegid?
 - Mis on Persoonibrändi akadeemia õpilaste kõige suuremad takistused?
 - Kas ja kui palju nad ise õpivad ju kui oluline see nende jaoks on?
- [\[1/4\] 55 persoonibrändi häkki. Evelin Org ja Olesija Saue](#)
- [\[2/4\] 55 persoonibrändi häkki. Evelin Org ja Olesija Saue](#)
- [\[3/4\] 55 persoonibrändi häkki. Evelin Org ja Olesija Saue](#)
- [\[4/4\] 55 persoonibrändi häkki. Evelin Org ja Olesija Saue](#)
- [\[Boonusküsimused 2\] 55 persoonibrändi häkki. Evelin Org ja Olesija Saue](#)
 - Millised on parimad praktikad iseenda kaardistamiseks ja määratlemiseks?
 - Kas ja mis hetkel peaks oma persoonibrändi üle vaatama?
 - Kas digiturundus ja numbritele toetumine tapab brändingu?
 - Kui palju persoonibrändis keskenduda oma põhioskusele ja kui palju tuua sisse mitmekülsust?
 - Kui oma persoonibrändi veebilehele pidevalt sisu ei tooda, kas lehte on siis üldse mõtet teha?
 - Kuidas panna ettevõtte meeskonda ennast avatumalt näitama?
 - Milline on Evelini ja Olesija liftikõne?
 - Kuidas muuta internetis oma negatiivset kuvandit?
 - Kuidas reklaamida oma teraapiateenust?
 - Millist appi kasutada tegevusplaanide tegemiseks?
 - Mitu koolitust on vaja, et saavutada selline tase, mis lubab 4 tundi jutti kõrge energiaga kaamera ees olla?

Boonused

- [Kuidas saada eksperdiks?](#)
 - miks peaksid püüdma eksperdiks saada;
 - millised on hüved, mis sellega kaasnevad;

- kuidas ikkagi eksperdiks saada;
- milline on väärtuslik sisu;
- 8 takistust ja hirmu, mis võivad sind eksperdiks saamise teekonnal tagasi hoida;
- üks oluline nipp, mis aitab hirmust üle saada.
- **Nähtamatust asjatundjast nõutud eksperdiks. Olesija Saue**
- **Roland Tokko – Kuidas esineda *online*'is nagu proff, ilma profitiimi palkamata!**
- **20 võimalust, kuidas klientideni jõuda**
 - mida peaksid enne sisu loomist silmas pidama;
 - kuidas panustada oma kuulajaskonna ehitamisse;
 - 7 põhjust, miks on kuulajaskonna ehitamine oluline;
 - 20 võimalust, kuidas potentsiaalse kliendi teadvusesse jõuda.
- **Millise sisuga sisu luua?**
- **28 soovitud sisu ideede genereerimiseks**

Kuidas luua õiget sisu ja võita klientide poolehoid

- **Mis on sisuturundus ja 7 võimalust selle tegemiseks**
- **Sisuturunduse põhimõtted ja 13 müüti**
- **Konkreetne mudel, millest sisuturunduses alustada**
 - milline näeb välja sisuturunduse strateegia A-st müügini;
 - 14 takistust, mis sisuturunduse tegemisel ette jäävad;
 - konkreetne mudel, millest sisuturunduses alustada;
 - 8 levinud viga, mida selle mudeli juures tehakse;
 - kuidas SEO-d lihvida;
 - 5 asja, mida meta *description*'i kirjutamisel paremini teha;
 - kaks 500 € väärt teadmist, mida Timo sinuga tasuta jagab;
 - 11 sammust koosnev artikli SEO *checklist*'i;
 - mida teha, et sinu pildid Google'is välja tuleksid.
- **Kaks lähenemist sisu loomisele**
- **24 ideed, millistes kanalites oma sisu levitada**
- **28 soovitud sisu ideede genereerimiseks**
- **8 nõuannet, mida tasub pealkirjade kirjutamisel silmas pidada**
- **4 konkreetset e-raamatu loomise sammu**
 - 4 konkreetset e-raamatu loomise sammu;
 - milline protsess viib kiiresti tulemusteni;
 - kuidas luua e-raamatu struktuuri;
 - kuidas kirjutada mustandit;
 - 7 soovitud disainerile lähteülesande andmiseks;
 - kui palju võtab e-raamatu loomine aega;
 - 6 peamist viga, mida e-raamatu loomise juures tehakse;

- hea nipi, mille abil kliendile kohe kasulik olla.
- [Eesti keele speller, mis aitab sul tekstides vigu vähendada](#)
- [Parem küsimus kui "Kuidas rohkem kliente saab?"](#)
- [Kuidas viia läbi küsitlusi, millele inimesed vastavad ja millest sul päriselt ka kasu oleks](#)
 - 7 müüti, mis küsitlustega kaasa käivad;
 - 11 põhjust, miks küsitlusi peaks tegema;
 - 10 ideed, mida anda kliendile tänutäheks;
 - miks küsida ainult avatud küsimusi;
 - parim küsimus, mida kliendilt küsida;
 - kanalid, mille kaudu on hea küsitlust läbi viia.

Boonused

- [Kuidas luua e-poele kasulikku sisu blogi formaadis ja miks see vajalik on? Photopointi näitel. Jürgen Veerme](#)
- [Kuidas sisuloomega rohkem raha teenida Veebimajutus.ee näitel. Richard Rõõmusaar](#)
- [Sven Nuum, Priit Kallas ja Timo vastavad hunniku sisuturundusega seotud küsimusi](#)
- [Kuidas kirjutada reklaamteksti, mis tõstab müüki ja toob kliente? Sven Nuum](#)
- [15 ideed Facebooki postitusteks. Sven Nuum](#)

Märksõnaanalüüsi tegemine samm-sammult

- [10 konkreetset sammu, kuidas tõhusalt märksõnade analüüsi teha](#)
- [\[1/4\] Ahrefs](#)
- [\[2/4\] Ahrefs](#)
- [\[3/4\] Ahrefs](#)
- [\[4/4\] Ahrefs](#)
- [\[1/3\] Surfer SEO](#)
- [\[2/3\] Surfer SEO](#)
- [\[3/3\] Surfer SEO](#)
- [Yoast plugina kasutamine veebilehe sisu lisamisel](#)

Veebileht, mis toob rohkem kliente + NÄIDISED

- [Päev 1 "Tulemusi toova veebilehe planeerimise 10 sammu" \(osa 1\)](#)

- [Päev 1 "Tulemusi toova veebilehe planeerimise 10 sammu" \(osa 2\)](#)
- [Päev 2 "Kuidas teha eeltööd ja miks see on tähtis" \(osa 1\)](#)
- [Päev 2 "Kuidas teha eeltööd ja miks see on tähtis" \(osa 2\)](#)
- [7 nõuannet, kuidas intervjuud edukalt läbi viia ja 4 olulist põhjust, miks seda teha](#)
 - 4 olulist põhjust, miks on vaja oma kliente intervjuuerida;
 - miks on näost-näku kohtumisel kõige suurem mõju;
 - mitme kliendi intervjuerimisest piisab;
 - kuidas peaks kliendiga kohtumist planeerima;
 - 19 küsimust, mis sulle intervjuu tegemisel abiks on;
 - 7 nõuannet, kuidas intervjuud edukalt läbi viia;
 - millal ja mida tagasisideks küsida.
- [Kuidas viia läbi küsitlusi, millele inimesed vastavad ja millest sul päriselt ka kasu oleks](#)
 - 7 müüti, mis küsitlustega kaasa käivad;
 - 11 põhjust, miks küsitlusi peaks tegema;
 - 10 ideed, mida anda kliendile tänutäheks;
 - miks küsida ainult avatud küsimusi;
 - parim küsimus, mida kliendilt küsida;
 - kanalid, mille kaudu on hea küsitlust läbi viia.
- [Päev 3 "Kuidas ja millist sisu veebilehele kirjutada" \(osa 1\)](#)
- [Päev 3 "Kuidas ja millist sisu veebilehele kirjutada" \(osa 2\)](#)
- [Päev 4 "22 veebilehe elementi, mis aitavad küllastajates usaldust tekitada" \(osa 1\)](#)
- [Päev 4 "22 veebilehe elementi, mis aitavad küllastajates usaldust tekitada" \(osa 2\)](#)
- [Päev 5 "Veebilehe struktuuri planeerimine" \(osa 1\)](#)
- [Päev 5 "Veebilehe struktuuri planeerimine" \(osa 2\)](#)

Boonused

- [Veebilehe avalehe elemendid ja planeerimine + LISATUD NÄIDISED](#)
- [Indrek Saul – Soovid kallimalt müüa? Eristu.](#)

Veebilehe ja e-poe tehnilised nõuanded

- [Peeter Marvet – 4 lihtsamat võimalust kodulehe loomiseks](#)
- [Peeter Marvet – Kuidas oma veebi häkkerite eest kaitsta](#)
- [Peeter Marvet – Nipid ja tööriistad, mille abil saad oma veebilehe kiiremaks muuta](#)

- [Peeter Marvet – Kuidas tagada, et sinu e-pood ei koguks tuntuist suurima andmelekkega?](#)
- [Yoast plugina kasutamine veebilehe sisu lisamisel](#)

Igakuised küsimused-vastused kõned

[#38 Ivar Leiten: Kuidas Kontamo oma e-poes on müüke kasvatanud ja mida AI-ga turunduses teha saab? \(27.08.25\)](#)

- mida oleks Ivar e-poe ja turunduse kohta soovinud teada enne alustamist;
- Enzymedica ja turu harimine;
- mis on programmid, mida Ivar täna kasutab ja mis tema jaoks päriselt töötavad;
- millistest Turunduslabori teadmistest on Ivaril kõige rohkem kasu olnud ja mis pole töötanud;
- punase naise lugu;
- kuidas kasumlikult Meta reklaame teha;
- reel'ide reklaamina jooksmata panemine;
- kuidas kasutada füüsilist raamatut e-poe turunduses;
- kuidas teha koostöid ja mida arvesse võtta;
- mis on kolm suurimat viga ja kolma parimat otsust, mis Kontamo turunduses teinud on.

[#37 Marelle Ellen: Kuidas LinkedInis turundust teha ja enda ettevõttega alustada? \(11.06.25\)](#)

- kellel ja kas tasub LinkedInis olla;
- Marelle suurimad võidud LinkedInis;
- kuidas ja mida peaks postitama;
- kuidas saada üle postitamise hirmust;
- kui pikad peaksid postitused olema;
- mille peale peaks kindlasti mõtlema postitust üles ehitades;
- kui oluline on piltide kasutamine enda postitustes;
- millised postituse formaadid LinkedInis levivad;
- kui tihti ja millal postitada;
- kuidas saada enda postitusele kommentaare juurde;
- kuidas levivad linkidega ja tag'imisega postitused;
- kui palju enda ajast panna postituste tegemisele vs kommenteerimisele;
- kas enne postitamist peaks tegema enda profiili korda;
- kas ja kuidas toimivad LinkedIni eventid;
- kuidas endale rohkem jälgijaid saada;
- kes on grit. konverentsi ideaalne osaleja;
- kuidas saab Marelle endale teisi koolituspartnereid ja kontakte;

- milliseid õppetunde on Marelle konverentsi korraldamise käigus saanud;
- mida ütleks ta neile, kes mõtlevad konverentsi korraldamise peale;
- kui keeruline on olnud sukelduda ettevõtja ellu;
- tasulise ja tasuta LinkedIn konto plussid-miinused;
- mida küsitakse LinkedIn väljakutsetel kõige rohkem ;
- kolm Grit podcasti osa, mida laborant kuulama peaks;
- kuidas Griti podcast nii kaua vastu on pidanud;
- kuidas teeb Marelle podcasti osale eeltööd;
- keda LinkedInis jälgida, sest teevad häid postitusi;
- põhimõtted turunduses, mida jälgida;
- millised turunduskanalid töötavad;
- kuidas meililisti kasvatada.
- **#36 papsid.ee: Kuidas jõuda varbalutsimisega sadade tuhandete inimesteni? (16.04.25)**
 - kuidas oli hüpe palgatöö elu juurest ettevõtluse juurde;
 - kuidas papsid enda koolitusi kokku panevad;
 - suurim ämber ja kuidas koolitusi paremaks teha;
 - kuidas meeste tagasisidesid koguda;
 - kuidas papsid koolide ja lasteaedadeni jõuavad;
 - koolituste filmimine ja suurimad ämbrid;
 - kuidas läheb müük – kas füüsilist koolitust on lihtsam või raskem müüa kui online koolitust;
 - kumb reklaam töötab paremini, kas video või pilt;
 - kuidas on papsid endale tipp-külalisi podcasti saanud;
 - õppetunnid podcasti tegemisel ja turunduses;
 - kuidas käib tekstide kirjutamine;
 - veebilehe ja selle muutmise protsess.
- **#35 Eia Uus: kuidas jutustada turunduses lugusid, mis lähevad südamesse (26.03.25)**
 - mis teeb ühest loost hea loo;
 - kas keegi on kunagi Eia haavatavust/avatust ära kasutanud;
 - kuidas laval või kaamera ees enda lugu hästi rääkiga;
 - kuidas Eia lugusid leiab;
 - kui pikk peaks olema üks postitus;
 - kas *hook* tuleb loo lõpus või sünnib see kohe, millest lugu hargneb;
 - kuidas lahendada lõpud;
 - milline on hea *hook*;
 - kas Eia on vahel seisnud silmitsi olukorraga, kus peab kirjutama millestki, mida otseselt ise läbi elanud pole, kuid mis tekitab tema sees teatava sisemise dilemma;
 - kas postituse tegemisel on lihtsad lahendused parimad;
 - dokumenteeri, ära loo sisu;
 - kui palju teeb Eia eeltööd enne raamatu kirjutamist;
 - kuidas teha ühte head intervjuud;

- kas loovkursuseid on tulemas sel aastal;
- nipid ja nõuanded persoonibrändi loomisel;
- kui tihti Eia LinkedIni postitab;
- kui palju kasutab Eia AI-d;
- kui keeruline oli Eia jaoks hüpe vabakutselise elu suunas;
- mida ütleb Eia kahtlejatele, kas minna freelanceriks või mitte;
- mitmes allikas on läbi käinud, et väga vähe luuakse ägedat toodet/teenust sihtgrupile 55-75 – Kuidas Eia neile loovalt läheneksid mõnda toodet/teenust luues?
- kuu kokkuvõtte päev;
- kuidas enda vaimset tervist hoida.
- **#34 Marika Juusu: veebilehed, AI-tööriistad, müügitunnelid jpm (19.02.25)**
 - mille õppimisest on Marikal turundusteenuse juures kõige rohkem kasu olnud;
 - kuidas ta enda tekstidele eeltööd teeb;
 - kaks viisi, kuidas enda sihtrühma tundma õppida;
 - kui palju kasutab Marika ChatGPT abi enda teksti loomel;
 - kui oluline on Marika jaoks persoonibränd ja kuidas ta ise seda arendab;
 - mis persoonibrändi juures Marikat kõige rohkem aidanud on;
 - mis on veebilehti tehes ja planeerides kõige olulisem;
 - mida on AI tulek muutnud veebilehtede tehnilises, sisulises ja disaini tegemise osas;
 - kui on teenuse pakkuja koduleht ja CTA-ks "broneeri tasuta kõne", siis kuidas seda atraktiivsemaks teha;
 - olemas olevat kodulehte AI abil muuta, kas siis peab arvestama ka mingite andmete kadumisega ja kas e-poe seadistust ka muudab;
 - levinumad vead veebilehtedel, mida vältida;
 - turunduskanalid, kuhu tasub panustada;
 - mis on Marika ja Timo arvates parimad LMS (learning management system) platvormid;
 - milliseid AI-tööriistu veel turundaja võiks kasutada;
 - mida peab arvestama ühe e-kursuse kokkupanekul, et see päriselt müüks;
 - Marika lemmikud müügitunnelid;
 - mis Veebikoolis tulemas on.
- **#33 Priit Villemson: Viirelaiust Ko Pha-ngani saareni – kuidas hullud unistused ellu viia (18.12.24)**
 - kõige hullemad projektid, mille Priit on ette võtnud;
 - Taisse kinnisvara arendamine – erinevused võrreldes Eestiga;
 - kuidas üldse Priit Viirelaiuni jõudis;
 - kuidas mitte öelda "ei";
 - kuidas leida eristuvust;
 - kuidas julgeda suuremalt unistada;

- kas ja kui palju hoolida teiste arvamusest;
- kuidas mitte läbikukkumist karta;
- kuidas leida kõrvale inimesi, kellega koos suuri asju ära teha;
- inimeste lõunale kutsumise praktika;
- mis ikkagi on rikkuse saladus;
- kuidas peab pere vastu ägedatele ideedele;
- asjad, mis on Priidu jaoks olulised ürituste korraldamisel;
- mis praegusel ajal turunduses toimib;
- kuidas luua oma klientidele unikaalseid sündmuseid;
- kõige suurem miinus, mis mõne projektiga olnud on;
- kui keeruline on praegusel ajal inimesed enda sündmusele saada;
- kuidas Viirelaiust nii nõutud saar on saanud;
- kuidas leida julgus ise oma näoga pildis olla;
- kuidas stressi ja pingega toime tulla;
- kuidas delegeerida;
- mis eristab head ja parimat peoperemeest;
- kuidas juhtida vestlust;
- milline näeb välja Priidu värbamisprotsess;
- kuidas kasutada AI-d enda igapäevaelus.
- **QA #32 Karl Kangur: SEO (6.11.24)**
 - mis on SEO maailmas muutunud viimaste aastatega;
 - mida õpib Karl hetkel ise, milles soovib paremaks saada;
 - milline on parim viis õppimiseks;
 - kui Karl peaks täna blogimisega alustama, siis millise millise valdkonna valiks ja miks (eesmärk jõuda koostööde ja hea sissetulekuni);
 - mida on muutnud AI SEO maailmas;
 - kas SEO-ga tasub ise pusida või peaks selle teenusena sisse ostma;
 - mis on Karli copy kirjutamise põhimõtted;
 - kui palju mõjutab SEO-d iframe'i kasutamine;
 - mida teha, kui vaib on maas, aga olulised asjad vajavad tegemist;
 - kellele ja millist SEO kursust Karl täna soovitab, kui turg on ingliskeelne maailm;
 - kust jookseb piir, kui palju võib kindlat märksõna alamlehel/artiklis kasutada;
 - millised on Karli lemmiktööriistad;
 - kuidas kaitsta end Google'i uuenduste eest;
 - mis on põhilised teemad, mida suurematel SEO konverentsidel arutatakse.
- **QA #31 Martin Mark: harjumuste juurutamine ja kaamerahirmust üle saamine (16.10.24)**
 - milliste harjumuste juurutamisega on Martin kõige rohkem maadelnud;
 - kuidas juurutada häid harjumusi;
 - kuidas võtta vastu komplimente;

- kuidas saada üle petturi sündroomist;
- kuidas saada lahti halbadest harjumustest;
- millistest sammudest koosneb pisikeste harjumuste meetod;
- kuidas muuta õppimist enda jaoks regulaarseks;
- miks meie uusaastalubadused sageli nurjuvad;
- nipid, kuidas kaamera ees mitte lukku minna.
- **#30 Timo Porval: tabelid, tiimitöö ja palju muud kasulikku (14.08.24)**
 - muudatus hommikusöökidega – miks jätame ära igakuised hommikusöögid,
 - Timo tabel enne koostöö alustamist (mis meeldib, mis närvi ajab jne);
 - Timo jagatud tabelite blankis, näidised, SERP CTA;
 - juhtimine, tiimiga suhtlus, mentori olemasolu ja värbamine;
 - äriga seotud head küsimused, mille Timo on üles korjanud.
- **QA #29 Roland Kivitare, Keiti Käosaar, Timo ja Kelly: SEO Estonia on läbi. Mida me sellest õppisime? (19.06.24)**
 - kas ja kui keeruline on uusi suhteid luua;
 - mida teha, et sind kergemalt seltskonda võetakse;
 - kuidas võtta sellistelt konverentsidelt maksimumi;
 - mis siis SEO vallas toimub ja mida saab kiirelt rakendada;
 - kuidas tiim koostööd tegema panna;
 - mis läks hästi ja mis nässu;
 - kuidas oma aega ja energiat planeerida;
 - millised on suurte konverentside suurimad ohukohad.
- **QA #28 Henri Palmar: Looker Studio (22.05.24)**
 - miks ja kuidas Looker Studiot kasutada,
 - millistele küsimustele aitab see vastuseid anda,
 - miks on see turundajale parem kui Google Analytics 4,
 - vaatame konkreetseid näiteid.
- **QA #27 Janika Möru: miks kaks assistenti on parem kui üks (17.04.24)**
 - kes on virtuaalsed assistendid ja mida nad teha aitavad,
 - mis on asjad, mida ei tasu assistendilt loota;
 - mis on keskmine tunnihind virtuaalsel assistendil Eesti turul;
 - kuidas leida endale õige assistent;
 - kust leida endale assistenti;
 - kuidas delegeerida nii, et teine pool sellest aru saab;
 - mis on SOP ja kuidas seda luua;
 - millal üks ettevõtja peaks hakkama assistendi peale mõtlema;
 - kui soovin virtuaalassistenti, siis millest ikkagi peale hakata;
 - Janika lemmiktööriistad, millela ta hakkama ei saa;
 - mis teeb ühest koolitajast hea koolitaja;
 - kuidas saada üle koolitamise hirmust.
- **QA #26 Riho Muuga: stiiliraamat (CVI) ja veebidisain (28.02.24)**

- mis on CVI ehk stiiliraamat,
 - kust saab Riho värvi ideid,
 - kuidas käib CVI tegemine,
 - kellel on stiiliraamatut vaja,
 - kas on mõistlik tellida koduleht ja CVI ühelt disainerilt ja miks,
 - mida on enne CVI tellimist vaja teada,
 - kuidas toimivad fondi litsentsid,
 - kuidas leida tasuta fonte ja mis on nende miinus,
 - kui palju CVI tegemine maksab,
 - mitut värvi võiks disainis kasutada.
- **QA #25 Katrin Hinrikus: uute (info)toodete turuletoomine (10.01.24)**
 - kust tuli transformatsioonipaketi idee, hind, sponsorid jne;
 - mida pakuti sponsoritele vastu;
 - kust tulid erinevad ostud;
 - mis diili pakuti sisuloojatele;
 - kellest koosnes tiim ja kuidas olid ülesanded jaotatud;
 - kõige olulisemad õppetunnid launchist.
- **QA #24 Kaitel Männikust: meiliturundus ja automaatika vol 2 (29.11.23)**
 - kas CK-s saab luua *pop-up*'i enda veebilehele ja *trigger*'dada erinevalt;
 - kuidas saata kirju nii, et inimesed avaksid ja loeksid, kui sihtgrupp pole veel paigas;
 - kas ja kuidas kasutada emotikone;
 - kuidas toimib CTA kõige paremini – lingi või nupuna;
 - millised CTA-d toimivad kõige paremini;
 - mida tasub maandumislehe juures testida;
 - tagasiside programmide soovitusel;
 - kuidas ehitada sisu üles nii, et kogu aeg ei peaks midagi müüma.
- **Turunduslabori 3. sünnipäev. Timo Porval, Kelly Mattus ja Ahti Kaskpeit (16.11.23)**
- **QA #23 Kaitel Männikust: meiliturundus ja automaatika (25.10.23)**
 - Kaiteli teekond - kuidas sai mööblirestauraatorist meiliturunduse ekspert;
 - kuidas hakkas ta enda töötunde hinnastama;
 - miks Kaitelile meiliturundus meeldib;
 - millistele ettevõtetele meiliturundus sobib;
 - mida on Kaitel pidanud meiliturunduses enda jaoks ümber mõtestama;
 - milliseid kirju saata külmadele kontaktidele;
 - kui tihti saata kirju, et kliendid maha ei jahtuks;
 - millist meiliturunduse programmi on kõige lihtsam veebiga ühendada;

- miks tasub teiste meiliturunduse kirju avada;
 - mida teha, et kirjad jõuaksid kliendile päriselt kohale;
 - ühe konkreetse kirja analüüs.
- **QA #22 Timo Porval: vastused tekkinud küsimustele (27.09.23)**
 - uued sündmused, mis tulemas on (12 tundi turundust, Get Sh!t Done, Labori sünnipäev, Turunduslabori jooga, QA kõned, turbotutvumine);
 - 3 mõtet turundusest, mis Timol vahepeal tekkinud on;
 - Turunduslabori hinnatõus;
 - läbikukkunud koolituse õppetunnid;
 - ostuprotsesside näitamine veebilehel ja nende usaldusväärsus;
 - kuidas leida õige SEO tegija;
 - kus Eestis linke ehitada saab;
 - kas linkide puhul on vahet, kas need on minu valdkonnaga seotud või ei;
 - mida näitab *backlink*;
 - meiliturunduse põhitõed;
 - kui tihti enda listile kirju saata;
 - millist meiliturunduse programmi kasutada.
- **QA #21 Külaliseks turundusjuht ja koolitaja Arno Lehtsaar, produktiivsus ja puhkamine (14.06.23)**
 - mis on produktiivsuskubi ja mida nad oma klientide jaoks teevad;
 - kuidas saada aru, kas olen produktiivne või mitte;
 - kuidas enda viie aasta visiooni välja kirjutada;
 - kas ja kuidas peaksime oma tööaega mõõtma;
 - milline on meie keskmine keskendumisaeg;
 - kuidas mõjub meile avatud kontor;
 - kuidas on Arno tekitanud laste kõrvalt aja, et ka kõige muuga tegeleda jõuaks;
 - kuidas vältida ületöötamist ja mis on selle esimesed märgid;
 - kas on nii, et mõni inimene ongi loomu poolest produktiivsem ja teine peab selleks rohkem vaeva nägema;
 - 3 parimat nippi fookuse hoidmiseks;
 - müüdid ja väärarusaamad, mis inimestel on produktiivsuse osas;
 - kuidas planeerida enda tööd päevas;
 - tööriistad, mida kasutada;
 - mis on kommunikatsiooni rutiin;
 - kuidas öelda "ei";
 - kuidas delegeerida;
 - kuidas lõpetada asjade edasilükkamine;
 - kuidas ennast premeerida, kui ülesanne saab tehtud.
- **QA #20 Külaliseks turundusstrateeg Taavid Mikomägi: brändi loomine (10.05.23)**
 - mis üldse on bränd ja mida ta ei ole;

- kuidas nullist brändi luua;
- keda kõike on vaja kaasata, et sünniks üks äge bränd;
- suurimad vead, mida brände luues tehakse;
- miks ütleb Taavid enda kohta ärihipi;
- kuidas kasvatada bränd suureks ja jätta sellele hing sisse;
- kas ja kui palju on vaja brändi jooksvalt arendada;
- mida peab Taavid turunduses oluliseks ja millest võib mööda vaadata;
- millised on tema suurimad õnnestumised ja ämbrid;
- millised turundustiimid õnnestuvad ja millised mitte;
- millises suunas peaksid turundajad ja ettevõtjad ennast rohkem arendama;
- millised on Taavidi lemmikraamatud ettevõtlusest ja turundusest;
- kuidas käib loovate tekstide kirjutamise protsess ideedest lõpplahenduseni.
- **QA #19 Külaliseks meiliturunduse ekspert Viivika Lumberg: meiliturundus (19.04.23)**
 - Turunduslabori äpp;
 - milliseid tarkvarasid Viivika ise kasutab;
 - kuidas parandada mainet kirjade saatmisel;
 - millised on need märksõnad, mis on kahtlased;
 - kuidas saada hea *open rate* ja *click rate*;
 - kuidas kirjutada head sisu;
 - mitu kirja peaks enne müüki saatma;
 - mis on meiliturunduse esimesed sammud;
 - kuidas saata kirja, mis avaneb igal pool;
 - kui tihti peaks minimaalselt uudiskirja välja saatma, et olla pildis, aga ei tüütaks;
 - miks peaks koguma liste;
 - kuidas saab ettevõtetele meile saata;
 - kui inimene on öelnud, et ei soovi uudiskirja, siis kuidas tema meiliaadress ikka kätte saada;
 - mida peale meiliaadressi on täna veel mõistlik küsida;
 - kuidas veel meiliaadresse koguda;
 - kas ja millised tähelepanekud on, kui suhtled eraisiku või ettevõttega;
 - kas ja kui palju kasutab Viivika *pop-up*'e;
 - kuidas Viivika veel testib oma kirju;
 - kuidas sellise listiga tegeleda, mis 10a kasutamata olnud.
- **QA #18 Külaliseks digiturunduse ekspert ja turundusstrateeg Katrin Vilimaa-Otsing. Digiturundus (8.03.23)**
 - kuidas ehitada üles oma turundussüsteem, strateegia ja plaan;
 - mis kontod ja struktuur peaks olema sinu omandis;
 - milliseid vigu tehakse ja mida kindlasti peaks vältima;
 - automatiseerimise võimalused;

- erinevad müügitunnelid;
- FB ads koolitus, mida kõige rohkem mööda pannakse, fb placement ja lähenemine kui hakkad reklaame üles seadma;
- kuhumaani tasub hunt kriimsilmal reklaame teha ja mis ajal võtta appi ekspert;
- mis teha, kui Facebooki reklaam lükatakse mitu korda tagasi;
- mis reklaamid kuuluvad erikategooriasse;
- mis vahe on business manageri ja business *suite*'il;
- LinkedIn'i reklaami võimalused;
- kuidas muuta oma funneleid usaldusväärsemaks, milliseid elemente kasutada;
- mis on facebook adsi juures põhilised möödapanekud.
- **QA #17 Külaliseks turundusekspert Priit Kallas, dreamgrow.ee. ChatGPT (15.02.23)**
 - mis on ChatGPT;
 - keda jälgida ChatGPT osas ja mida küsida selle käest;
 - erinevad kasutusviisid turundajale;
 - inglise keel või eesti keel;
 - kui kõik ChatGPT-d kasutavad, siis mis sellest tulevikus saab;
 - kui pikk on ChatGPT lühimälu;
 - mida teha, kui sinna sisse ei saa;
 - mida ChatGPT-ga teha ei saa;
 - kus suunas ChatGPT liigub ja mida teeb ChatGPT4;
 - kas ja milliseid visuaale ChatGPT-ga teha on võimalik.
- **QA #16 Külaliseks avaliku esinemise ekspert Anu Tähemaa, anutahemaa.com. Avalik esinemine (25.01.23)**
 - kuidas saada avaliku esinemise hirmust üle;
 - mis kasu avalik esinemine annab;
 - nipid, trikid, häkid esinemiseks;
 - milliseid harjutusi teha, kui ärevus enne esinemist peale tuleb;
 - kuidas slaidide pealt maha lugedes oma esitlust lühemaks teha;
 - kuidas harjutada;
 - milliseid raamatuid lugeda, et saada kõnekunstis paremaks;
 - kuidas harjutada soravat ja kiiret juttu;
 - kuidas saada enda rääkimist aeglasemaks;
 - mis on kõnelemise juures kõige raskem osa;
 - kas enda otse-eetris esinemist tasub pärast üle vaadata ja analüüsida;
 - mida enda kõnelemises analüüsida:
 - kuhu kõnelemise ajal vaadata, kui esinemine on laivis;
 - kuidas oma energiat kõnelemise ajal hoida;
 - mida teha, kui närv tuleb enne esinemist sisse;
 - kuidas anda viisakalt märku esinejale, kui ta on juba 5 min üle läinud;
 - kuidas lugu üles ehitada.

- **QA #15 Külaliseks TikTok'i ekspert Robin Pass (14.12.22)**
 - kuidas Robin ja Timo omavahel tutvavaks said;
 - kes on Robin Pass;
 - TikTok'i statistika (kui palju eestlasi, kui vanad);
 - mis on sammud, kui tahan TikTokiga algust teha;
 - kellele TikTok sobib;
 - TikTok'i ABC, mida vaja teada (strateegia);
 - kui tihti, millal ja mida üldse võiks postitada;
 - kas ja kuidas seal tulemusi mõõta saab;
 - TikTok vs Facebook vs Instagram;
 - mis seal keskkonnas lähima aasta jooksul toimub;
 - teenuse sisseostmise plussid-miinused;
 - kuidas käib sisu loomine;
 - kui tihti postitada ja mida üldse postitada;
 - kuidas Robin ettevõtjana ja õpilasena end hoiab ja enda aega planeerib;
 - näited erinevatest TikTok'i videotest.
- **[I osa] QA #14 Külaliseks Jaana Maling, jaanamaling.com. Copywriting (23.11.22)**
 - mida teha, kui peal nõ kirjutajablokk;
 - mis peaks igas heas artiklis või blogipostituses kindlasti olema olema;
 - mis vigu Jaana copywriterina kõige rohkem märkab ja igapäevaselt tähele paneb;
 - kuidas kirjutamist ette valmistada;
 - kuidas kirjutada teemadest, millega ei ole nii hästi kursis;
 - millised on kõige keerulisemad/tundlikumad teemad, millesse ettevaatusega suhtuda;
 - mis teeb copywriterist hea copywriteri;
 - kuidas leida motivatsiooni kirjutamiseks;
 - kuidas olla ise copywriterile hea klient;
 - mis raamatud on Jaanat kirjutamise juures kõige rohkem aidanud ja miks;
 - mida teeks ta oma teekonnal teisiti;
 - millised on läbipõlemise märgid, kuidas neid märgata ja kuidas nendega päriselt tegeleda;
 - suurimad prohmakad ja kuidas sellest välja tulla;
 - kas ja kui palju teeb Jaana eeltööd;
 - kuidas anda copywriterile tagasisidet, kui said teksti kätte, aga pole rahul;
 - hinna tõstmise protsess ja hirmud selle juures;
 - kas heast ja läbimõeldud veebilehest on Jaana puhul kasu olnud;
 - milliseid sõnu tuleks oma turunduse tekstides vältida.
- **[II osa] QA #14 Külaliseks Jaana Maling, jaanamaling.com. Copywriting (23.11.22)**

- **Turunduslabori 2. Sünnipäev. Külaliseks Ahti Kaskpeit Marathon Studiosest (16.11.22)**
 - tublide laborantide tänamine ja nende võidud;
 - aasta eredamad hetked;
 - hõigatakse välja Turunduslabor 2.0;
 - loositakse välja Timo lemmikraamatuid;
 - lausa 3 laboranti said eluaegse Turunduslabori pääsme.
- **QA #13 Külaliseks Ahti Kaskpeit, Marathon Studios. Ettevõtte ehitamine ja tööetika (5.10.22)**
 - miks otsustas Ahti just Timoga hakata koostööd tegema;
 - kuidas Ahti ja Marko Marathon Studiost nii kiiresti kasvatanud on;
 - milline on Ahti visioon enda ettevõttele;
 - kuidas tuleb ta toime stressi ja suure töökoormusega;
 - 5 suurimat õppetundi, mida ta on erinevatest projektidest õppinud;
 - millisel hetkel alustada asjade kirjapanekuga, kuidas ettevõttes asju tehakse;
 - millist tööriista Ahti enda tiimiga kasutab;
 - kust kohast ta inspiratsiooni ammutab;
 - konkreetset nipid ja nõuanded erinevat tüüpi sisu tootmiseks;
 - kui lihtne oli Ahtil kaamerate tagant nende ette tulla;
 - kuidas on ta ettevõttes oma töö kiirust tõstnud nii, et kvaliteet pole kannatanud;
 - hinnatõstmine Marathon Studioses.
- **QA #12 Külaliseks Argo Lipp, klewermarketing.com. Google Ads (11.08.22)**
 - millistele ettevõtetele Google Ads sobib;
 - mis vahe on *discovery* ja *display* reklaamil;
 - kuidas videoreklaame hinnastatakse;
 - kus suunas Google Ads täna liigub;
 - millega Google Ads vormistamisel on Eestis probleeme ja mida tuleb teha teisiti;
 - kuidas nägi välja Argo teekond agentuuri ehitamisel;
 - Argo lemmik turundus- ja äriraamatud;
 - kuidas Argo aja maha võtab ja inspiratsiooni kogub.
- **QA #11 (8.06.22)**
 - kuidas koguda meililisti, kui toode ise on odav ja müüd toitu;
 - milline on õige sõnastus reklaamis.
- **QA #10 (18.05.22)**
 - kõned Turunduslaborist lahkujatega – kuidas läinud on ja miks seda teeme,
 - praktiline harjutus "Mis sind ettevõttega tagasi hoiab?",
 - turundusplaani olulisus tänapäeval,
 - TikToki turundamine,
 - uus hinnanäitamise reegel 28. mail.

- **QA #9 Külaliseks Henri Palmar, lavii.ee. Google Analytics 4 (6.04.22)**
 - SEO koolituse kuupäevad,
 - miks on sul juba täna vaja GA4 külge panna,
 - lahendused küpsiste seadistamisel,
 - mis on tag manager,
 - Facebook Pixel plugina kasutuselevõtt,
 - ühe kodulehe põhjalik audit.
- **QA #8 (16.03.22)**
 - kuidas ehitada üles koolitusele registreerimise lehte;
 - meiliturunduse vormistamine;
 - sõja aeg ja turundamine;
 - e-poe e-maili kujundus.
- **QA #7 (23.02.22)**
 - kui pikk peaks üks artikkel ikka olema;
 - grupi laivide tehniline lahendamine;
 - fotograafias uuesti turundamise alustamine peale 2-kuulist vaheaega;
 - allikad, mida võiks uurida siseturunduse teemal;
 - soovitusel e-poe tegijate kohta alustavale ettevõttele;
 - GA 4 ja küpsised;
 - kõige mõistlikum ja lihtsam viis, kuidas Wordpressi ingliskeelset tõlget juurde tekitada.
- **QA #6 Külaliseks Madis Mark, madismark.com. Digitaalne minimalism (12.01.22)**
 - mis on digitaalne minimalism;
 - 5 võimalust, kuidas see sulle kasu toob;
 - miks on oluline sisemine fookus;
 - mitmeid küsimusi, mida endalt küsida analüüsimiseks;
 - konkreetseid viise, kuidas piirata digiseadmete kasutamist;
 - hommiku- ja õhturutiini olulisus ja harjumused;
 - abivahendid, kuidas hoida päeva jooksul fookust.
- **QA #5 Isegi Priit Kallas oli kohal (8.12.21)**
 - Mida on vaja teada Google Analytics 4 kohta?
 - Plausible plugin: milline on selle väärtus?
 - Google Ads. Kumb töötab paremini: kas kasule orienteeritud või vaimukas tekst?
 - Kas liikuvate taustade kasutamine veebilehel on mõistlik?
 - Kas Upviralis saab ka eraldi maandumislehte teha või see tuleb siduda oma maandumislehega?
 - Miks on eraldi Clickfunnels vajalik?
 - Kontaktivorm vs makselahendus ostulehe lõpus. Kumb töötab paremini?
 - Kuidas raamatut turundada?

- Kas Thinkificu haldamine on lihtne?
- Kuidas ja millega võiks kunstiloomes bränd tähelepanu püüda?
- Kuidas käib müük läbi kontaktivormi?
- **Turunduslabori 1. Sünnipäev. Külaliseks Ahti Kaskpeit, marathonstudios.ee (16.11.21)**
- **QA #4 (4.08.21)**
 - Magento 1 üleminek Magento 2. Mis sellega kaasneb ja mida arvestada.
 - Kus kohast ja kuidas värvata vabakutselisi ning mida vältida?
 - Kuidas Timo Jaanson 48 tunniga e-poe püsti pani ja esimeste müükideni jõudis
 - Kuidas Kaitel Männikust oma esimese e-maili automaatika ja videokursuse tegi
 - Kas ja miks koguda klientide tagasisidet ja kas neid ikka saab usaldada kliendi perspektiivist?
 - Kui paljud üldse vaatavad video tagasisidet?
 - Kui palju inimesi juba esimesel kokkusaamisel kirjas on?
 - Kas, kuidas ja kui palju juba olemasolevaid kliente kaasata?
 - Kuidas saada teisi saatma kliente sinu poole?
 - Kaisa Holsting jagas oma kogemust podcasti käivitamist ja kuulajate numbritest.
 - Grete Karmaz rääkis video väljakutsest ja sellest, kui paljud osa võtsid.
- **QA #3 (2.06.21)**
 - Kui palju on neid, kes panevad pakkumisele juurde "antud pakkumine on personaalne ja ei ole mõeldud edastamiseks 3. osapoolele?"
 - Kas keegi Bonjorot kasutab? Toimib?
 - Mille järgi Gmail otsustab, kas tegemist on Primary või Promotion íiga? Osa Turunduslabori kirju tuleb ühte ja osa teise kausta?
 - Kui toote hind ei ole väga suur, nt ca 40 eur, siis kas personaalse tänuvideo tegemine tasub ära?
 - Sügisel on plaanis turule tulla uue rõivabrandiga, millele otsime nime. Stiiliks on everyday chick. Kas on mingeid juhtnööre, lisaks loovusele?
 - Kumb CRM teile rohkem meeldib? Pipedrive või Hubspot?
 - Milliseid sertifikaate/koolitusi te soovitakse algajale? Hubspoti inbound marketing ja content marketing tulevad kohe pähe, aga kas Eesti maastikul neil mingit väärtust ka on?
 - Kui mul on mitu erinevat teenust, kuidas ma seda normaalselt sotsiaalmeedias turundan, st. kuidas hoian tasakaalu?
 - Küsimus inimestele, kes majandavad Instagrami kontot mitme kolleegiga. Mida soovitate? Tegeleme koolitustega. Üks inimene postitab planeeritult, aga mitu koolitajat võiksid oma toimetamistest

storysid jms teha. Kas pigem ikka läbi ühe inimese, stiilipuhtam või kõigile konto ligipääs ja tuld.

- Kuidas leida oma valdkonna sisuloojad nii FB kui ka Instasse ? :) Või pigem peaks olema sisulooja, kes teab, kuidas inimesi kõnetada, aga tegelikult ise ei ole teemas sees?

- **QA #2 (4.03.21)**

- Kuidas küsida tagasiside küsimusi, mille vastustega on midagi peale hakata?
- Kus kohast leida tehnilist abi väiksemate küsimustega?
- Kui palju tuleks mõelda ette blogipostituste omavahelist sidumist?
- Mida arvata spontaansete postituste tegemisest vs strateegilisest lähenemisest?
- Uus koduleht on tulemas nagnii 6 kuu pärast. Kas ja mida vanaga seni teha?
- Kuidas minna ühelt kodulehelt teisele üle nii, et SEO saaks võimalikult vähe kannatada?
- Mida teha kui veebilehe aadressid muutuvad?
- Kus kohast näha, millistel veebilehe osadel inimesed maanduvad?
- Kus kohast leida reklaamide näiteid lisaks [Facebook Ads Library](#) ja [Adespressole](#)
- Milliseid konkurente tasub jälgida?
- Kas ja kuidas reklaame A/B testida?
- Kuidas kliendilt, kes sinu juures käib, tagasisidet küsima peaks?
- Kuidas klienti motiveerida tagasisidet andma?
- Kuidas ostuprotsessis kliendiga paremat kontakti luua?
- Kuidas küsida Googlesse tagasisidet? Eelduseks [Google My Business](#) konto olemasolu.
- Kas ja miks tuleks Google või Facebooki jäetud tagasisidetele vastata?
- Kuidas personaalsuse abil eristuda?
- Kas püüda Googles suuremate mahtudega üldisemat fraasi või sihtida kitsamalt?
- Kas ja miks on oluline tagasisidete juurde panna inimese tiitel/ametikoht?
- Kas videote all peaksid olema subtiitrid ja kui keeruline on neid panna?
- Kuidas saada Foorumit käima?
- Foorum vs Facebooki grupp?
- Kuhu tagasisidet koguda? E-poodi? Googlesse? Facebooki?
- Kas veebilehe või e-poe piltidel peaksid märksõnad sees olema?

- **QA #1 (14.01.21)**

- Kas on oluline, millisele kodulehe aadressile link tuleb või võiks see alati olla pealeht?

- Kas mingid lingid on ka kahtlased? Nt lingianalüüsist tulevad välja mingid veebilehed, kus puudub igasugune seos meiega/tegevusega jne
- Aga kust ma tean, et need lingid on kahtlased ja mis ma siis tegema peaks?
- Kui teha näiteks mingi blogijaga koostööd kas siis on mõistlikum juba koostöös arvestada, et saada maksimum erinevatele lehtedele. Pealeht, toodete leht, blogi erinevad lehed. Või pigem pealehele ja sellest on juba ok.
- Palju maksab influenceritega koostöö?
- Kuidas kiirelt uue portaaliiga paljude inimeste ette jõuda?
- Kui on plaanis kodulehe aadressi muuta uue nime vastu, siis kuidas see mõjutab uue domeeni rankingut? Kas see nii öelda hakkab nullist pihtsa Googli jaoks? Ka siis peaks ka kõik vanad lingid mis olid suunatud vana domeeni peale. Kas siis lihtsalt edasi suunata või siis originaal suunamised paluda koostööpartneritel uue domeeni peale suunata?
- Sooviks paljusid blogi artikli URL pealkirju lühendada, kas parem oleks lühendada ja teha suunamine uue lühendatud lingi peale või pigem jätta pikk lohisev URL?
- Kuidas saada artiklid kiiremini Googles esile tulema?
- Kuidas peab käima linkide ehitamine?
- Kus kohast osta aeguvaid domeene?
- Kas 2018 aasta artiklitele on ka mõtet nüüd linki küsida?
- Kui täiesti uut lehte teha, siis millist platvormi kasutada?
- Kus kohast leida valmis kujundusi veebilehele/e-poele?
- Kust ma leiaks ca 20-25.a asjaliku influenseri (oma jälgijaskonnaga), super kui oleks turundustudeng, kes tahaks praktikale tulla fintech startupi, annaks talle ka piisavalt võimalust areneda, võiks igati win:win lahenduse välja mõelda. Aga tahaks asjalikku koostööpartnerit leida ja ei tea kust otsida :)
- Otsin tükk aega head copywriteri kursust, kas selles osas on soovitusi?
- Kus kohast linke juurde saada?

Kasulikud veebiseminarid parimate ekspertidega

- [Karl Kangur "Kuidas AI SEO maastikku muudab?" \(12.06.25\)](#)
 - Kas tänaseks on traditsiooniline SEO surnud?
 - Kuidas AI üldse töötab?
 - Kas ChatGPT enda vastuseid genereerib?
 - Kuidas ma tean, kas ja kuidas teiste ChatGPT-st välja tulen?
 - Kust saab ChatGPT enda infot? Millele peaks keskenduma?

- Karli samm-sammuline protsess, kuidas ta artikleid loob
- Kuidas läheneks Karl Eesti turul linkide ehitamisse?
- Mis tasemel peab olema, et osaleda SEO Estonia konverentsil?
- Kas ChatGPT-l on juba ligipääs Ahrefsi sarnastele platvormidele?
- Kas AI-le meeldib rohkem AI või inimese poolt kirjutatud artikkel?
- Millal uuesti lavale?
- Mis on saanud Karli *affiliate* lehtedest peale viimase Google'i uuendust?
- Kas enda artikleid saab agendile anda ainult failide või ka linkidena?
- **Timo Porval "31 peamist probleemi turunduses ja nende lahendused" (14.05.25)**
 - 1/ Pole aega, et turundust teha
 - 2/ Ei avalda enne, kui see on ideaalne
 - 3/ Ei eristu konkurentidest
 - 4/ Pakkumine pole piisavalt hea
 - 5/ Klient ei vii ostu lõpuni
 - 6/ Turunduse jaoks ei ole raha
 - 7/ Ei tea, mida turunduses teha
 - 8/ Ei leia õiget inimest tiimi turundust tegema
 - 9/ Ei tea, kust probleemseid kohti leida
 - 10/ Kliendid ei usalda piisavalt, et ostu sooritada
 - 11/ Klientidel on hirm ostu sooritamise ees
 - 12/ Klient ei saa aru, mida pakud
 - 13/ Toode/teenus on keskpärane
 - 14/ Ei tunne klienti ja tema vajadusi
 - 15/ Ei kasuta meiliturundust
 - 16/ Tooted/teenused on näotud
 - 17/ Ei tule piisavalt päringuid/müüki
 - 18/ Turundus on kulu, mitte tulu
 - 19/ Ei tea, kes klient on
 - 20/ Puudub igasugune turunduse strateegia
 - 21/ Google on konkurendi käes
 - 22/ Päringuid ei saa lukku
 - 23/ Korduvoste ei tule või kliendid lahkuvad
 - 24/ Reklaamil klikitakse, aga ei osteta
 - 25/ Pole (piisavalt) tutvusi ja kontakte
 - 26/ Ei tee koostöid, kas peaks?
 - 27/ Pole piisavalt teadmisi
 - 28/ Pole müügitunneleid
 - 29/ Ei tea, mis tööriistu kasutada
 - 30/ Ei tea, kas asjad on hästi tehtud
 - 31/ Ei loo ise kliendiga suhteid, ei anna esimesena
 - Kuidas tuvastada kõige tähtsam probleem?
 - Kuidas suhtuda telereklaami?
 - Kui suur on inimeste osakaal, kes kasutab reklaamivabu pakette?

- Kui läbipaistev peaks ettevõtjana olema?
- Mitmes osas maksmise võimalus
- Konkurentidel silma peal hoidmine vs enda asja ajamine
- Kuidas luua autoriteeti, kui veel pole tulemusi?
- Millega arvestada tuttavatele turunduse tegemisel?
- Millistel juhtudel võiks toimida välisreklaam?
- Kuidas käituda, kui Facebooki turunduskanal on kasutu?
- Mis on head video tegemise ja ülespanemise keskkonnad?
- Mis on ABC oskused/teadmised, mis peavad turundajal olema?
- **Karl Kangur "Kuidas SEO võimalikult kiiresti ärilisi tulemusi tooma panna?" (17.04.25)**
 - Kas ja kui palju Google'ist otsitakse?
 - Peamised pudelikaelad, miks SEO-s tulemusteni ei jõuta
 - Kust pihta hakata, kui tahan enda lehega Google'is välja tulla?
 - Kas onepager'iga on raske jõuda Google'i esimesele lehele?
 - Kas otsingumootori algoritm erineb riigiti?
 - Mis on veel oluline lehepealse SEO puhul?
 - Lehe tehniline pool – kuidas saab veebilehe kiirust mõõta?
 - Mida tähendab linkimine ja kuidas veebilehele linke saab?
 - Linkide näide Lavii ja Turunduslabori näitel
 - Mida saab täna AI-ga SEO-s ära teha?
 - SEO Estonia – mis sel aastal toimub ja kes sellest kasu saavad
 - Unikaalne pakkumine
 - Kuidas läheneks Karl SEO-le, kui tegemist on B2B tehnilise valdkonna teenusepakkujaga ja peab turundama ka välisturgudel?
 - Kuidas leida üldistavaid SEO sõnu, kui ollakse nii loominguline ja kasutatakse ulmelisi otsisõnu, mille peale ise ei suuda tulla?
 - E-poes on vanad tootelehed, mille tooted on juba ammu valikust väljas, aga tootelehed omavad mingisuguseid positsioone Google'is. Kas on mõtet alles hoida või pigem kustutada üldse ära? Mingit suurt trafficut nendelt toodetelt ei tule.
 - Kui oluline on meta tekst näiteks e-poe toodetel?
 - Kas Footerisse pandud link, mida kuvatakse igal lehel, on Google arust *spam* või on see ok?
- **[1/4] Timo Porval "Turunduses tippu" (05.02.25)**
 - kuidas sai Timo enda esimese raha internetist;
 - Timo taust numbrites;
 - turundaja kaks ülesannet;
 - mis on turundus ja selle lõplik eesmärk;
 - 11 konkreetset põhjust, miks turundus on hea valdkond.
- **[2/4] Timo Porval "Turunduses tippu" (05.02.25)**
 - 12 mõtteviisi turunduses, milleta ei saa;
 - 11 kasulikku küsimust, mida tasub küsida teistelt turundajatelt;
 - 36 ülesannet tänapäeva turundajal.

- **[3/4] Timo Porval "Turunduses tippu" (05.02.25)**
 - 12 vajalikku oskust, mille eest turundajale makstakse;
 - 22 oskust, teadmist ja tegevust, mis teevad sind turul päriselt kasulikuks;
 - 11 kohta, kuhu Timo kindlasti enda aega ei pane;
 - 11 punkti, kuidas samm-sammult tippu jõuda;
 - 9 võimalust, kuidas turundajana endale kliente leida;
 - 8 kasulikku asja, mida läbi mõelda tööle kandideerides.
- **[4/4] Timo Porval "Turunduses tippu" (05.02.25)**
 - 9 konkreetset nõuannet, kuidas leida endale hea turundaja;
 - samm-sammuline värbamise protsess, mida kasutas Timo;
 - 12 tegija turundaja omadust.
- **[1/2] Karl Kangur: "Miks konkurendid sind Googles edestavad ja kuidas olukord ümber pöörata?" (29.05.24)**
- **[2/2] Karl Kangur: "Miks konkurendid sind Googles edestavad ja kuidas olukord ümber pöörata?" (29.05.24)**
- **[1/2] Karl Kangur: AMA ehk Küsi Minult Kõike (2.05.24)**
 - Kas on kogemust või soovitusi Amazonis müügil oleva e-raamatu edukaks turundamiseks ja müümiseks?
 - Kas vastab tõele, et pole mingit salavitsa, et olla rahvusvaheliselt edukas Eesti ettevõtte? Vaid tuleb olla järjepidev, tegutseda edasi ja veidi õnnega saad välismaal hea diili või läbimurde.
 - Kas LinkedIn töötab uute rahvusvaheliste kontaktide saamisel või mitte?
 - Mis on Karli arvates parim viis tulla mentorina turule ja hakata koolitusi, üks ühele coachingut pakkuma, kas teha alguses väljakutseid või kasutada selleks muud strateegiat?
 - Kuidas kakskeelsel uudisteportaali väliseesti ajaleht sisu vaheldub inglise ja eesti keele vahel, menüüd mõlemas. SEO-d optimeerida nii Eesti kui Kanada turule. Hetkel tuleb rohkem trafficut Eestis, kuna "Eesti Elu", ajalehe nimi, on väga levinud märksõna, kuigi kogukond on Kanadas.
 - Olen kuulnud, et SEO osas on nüüd olulisemad *long-tail keywords* ning lehe, artiklide ja muu seadistamisel tuleks neid rohkem järgida. Kuidas sina seda näed? Mis uuendused SEO maailmas on toimunud, mis on pigem kuulujutt ja mis on ennast tõestanud?
 - Kas SEO on väga riskantne? Kas tuleks üldse seda teha?
 - Kui oluline on, et e-pood oleks sihtriigis kodukeelne või on võimalik ingliskeelsena sama hästi müüki teha? Kui heaks on läinud tõlkeprogrammid? Kas saavad hakkama adekvaatselt või peaks inimene enda silmaga üle käima? Kuidas hakkab SEO mängima e-poe puhul sihtriigi kõnekeelsete nüanssidega?
- **[2/2] Karl Kangur: AMA ehk Küsi Minult Kõike (2.05.24)**
 - Palun praktilisi nippe linkide saamise kohta e-poes?

- Kuidas läheneda või millist kanalit/strateegiat kasutada rahvusvahelistele suurfirmadele, et esimene kontakt viiks ka edasise koostööni?
- Olen hetkel otsimas tööd kodulehtede haldajana Wordpressi ja SEO spetsialistina. Olen läbinud mitmeid koolitusi, sealhulgas kuulanud varasemalt ka Karli. Kuid praktikat on väga vähe. Kuidas siit edasi minna? Kuidas leida töökoht, mis õpetab ja laseb areneda parimaks?
- Kas ingliskeelsele märksõnale orienteeritud copy puhul piisab täna alustuseks AI tööriistadest + natuke copywriterit või on professionaalse copywriteri roll suurem?
- Kuidas Karli agentuuris täna sisu loomele lähenetakse?
- Kes peaksid Karli hinnangul SEO Estoniale tulema, kellele oleks see kõige kasulikum ja mida ütleksid neile, kes täna mõtlevad, kas tulla või mitte?
- Mida silmas pidada luksus disainitoote e-poe tegemisel? Millega arvestada e-poes, kui sihtgrupp pole massid, vaid kitsas ring – sisekujundajad, kordumatu disaini armastajad, kodude/kontorite sisustajad jne?
- Mis on Karli TOP 3 raamatut, mille kohta ütled *must read*, kui juttu on ärist?
- Kui tahta SEO-s karjääri teha, siis kas peaks liituma mõne Eesti digiturunduse firmaga või kas oleks välismaal paremaid võimalusi?
- Kuidas oleks kõige mõistlikum Eesti turul tegutsev firma viia üle Euroopa välisturule? Mida tuleks kindlasti silmas pidada? Kas alustada tuleks ingliskeelsest SEO optimeerimisest, kui teised kaks keelt oleksid saks ja hispaania nt?
- Keda soovitate SEO teemal jälgida? Kelle veebinare kuulata või workshoppidel osaleda?
- **[1/2] Turundus 2024: taktikad, teadmised ja tööriistad (24.04.24)**
 - milline on turunduse seis aastal 2024;
 - mis on eelduseks, et turundust paremini teha;
 - 9 kohta, kus Timo numbraid mõõdab;
 - reaalsed näited numbritest (kulud, kliendi eluea väärtus jne);
 - 8 peamist nõrka kohta sinu tootel või teenusel;
 - 9 nõuannet, kuidas enda olukorda paremaks saada.
- **[2/2] Turundus 2024: taktikad, teadmised ja tööriistad (24.04.24)**
 - 9 nõuannet, kuidas enda olukorda turunduses paremaks saada;
 - 3 tööriista, mida kasutada;
 - 9 nippi, kuidas luua pakkumine, millest ei saa keelduda;
 - kuidas võita klientide usaldus ja süda;
 - 10 nõuannet, kuidas kliendiga suhet ehitada (suhte ehitamise ABC);
 - 8 nurgakivi, millest koosneb eduka turunduse vundament;
 - 3 näidet, kuidas enda teadmised süstematiseerida;
 - 9 turundusalast valikut, millest sinu tulevik sõltub;
 - 7 Timo kõige-kõige olulisemat tegevust ja põhimõtet turunduses;

- kui tihti peaks kliendiga kokkupuutepunkte olema.
- [**Kyle Roof, Jared Codling, Georgia Tan: 3 Strategies to Growth Hack SEO & The 80_20 of Helpful Content \(24.04.24\)**](#)
- [**Kyle Roof ja Karl Kangur “Viimane Google algoritmi muudatus. Mida teha ja mida oma lehtedel üle vaadata” \(12.04.24\)**](#)
- [**\[1/2\] Timo Porval “Kuhu tasub 2024 oma turunduse fookus panna?” \(17.01.24\)**](#)
- [**\[2/2\] Timo Porval “Kuhu tasub 2024 oma turunduse fookus panna?” \(17.01.24\)**](#)
- [**\[1/4\] Sandra Reivik “Kuidas luua ChatGPT abil terviklik turundusplaan toote või teenuse turuletoomiseks” \(13.09.23\)**](#)
 - kus faasis oleme tehnoloogia kasutuselevõtul inimkonnana;
 - AI põhikontseptsioonid;
 - erinevad AI tööriistad ja nende funktsioonid;
 - mis tööriistu kasutada, kui tahta teksti muuta pildiks.
- [**\[2/4\] Sandra Reivik “Kuidas luua ChatGPT abil terviklik turundusplaan toote või teenuse turuletoomiseks” \(13.09.23\)**](#)
 - mis tööriistade abil luua avatari;
 - mis tööriistade abil muuta tekst andmeteks;
 - praktilised AI tööriistade näited;
 - tasulise ja tasuta ChatGPT erinevus;
 - ChatGPT-le selge prompti andmine erinevate näidete põhjal.
- [**\[3/4\] Sandra Reivik “Kuidas luua ChatGPT abil terviklik turundusplaan toote või teenuse turuletoomiseks” \(13.09.23\)**](#)
- [**\[4/4\] Sandra Reivik “Kuidas luua ChatGPT abil terviklik turundusplaan toote või teenuse turuletoomiseks” \(13.09.23\)**](#)
 - erinevad näpunäited funktsioonidest, pluginatest, prompti kontrollnimekirjast ja lisatööriistadest;
 - kuidas panna ChatGPT-le kohandatud juhiseid;
 - 5 konkreetset promptitehnika näpunäidet;
 - kas ja mis erinevuse annab samasuguse prompti sisestamine erinevatesse AI-tööriistadesse;
 - turundusgraafika loomine AI abil;
 - AI subtiitrite kirjutamiseks;
 - kuidas kasutada AI-d uue domeeni nime valimisel.
- [**\[1/4\] Vii SEO järgmisele tasemele: mida on sul õppida rohkem kui 1000 SEO auditist \(9.08.23\)**](#)
 - kust saab täna teada, kui palju veebilehel linke on;
 - 3 võimalust, kust linke hankida;
 - kas linkide kvaliteet on oluline;
 - mitu domeeni on Karl ise kokku ostnud;
 - kui palju võib maksta ühe lingi hind;
 - nõuanded märksõnaanaluüsi tegemiseks;

- kui pikk peaks olema sisu.
- **[2/4] Vii SEO järgmisele tasemele: mida on sul õppida rohkem kui 1000 SEO auditist (9.08.23)**
 - mis muutub SEO-s AI tulekuga;
 - konkreetsed nõuanded, kuidas muuta enda veebileht kiiremaks;
 - levinumad vead koodis.
- **[3/4] Vii SEO järgmisele tasemele: mida on sul õppida rohkem kui 1000 SEO auditist (9.08.23)**
- **[4/4] Vii SEO järgmisele tasemele: mida on sul õppida rohkem kui 1000 SEO auditist (9.08.23)**
 - kas enda sotsiaalmeedia lingid lähevad ka linkide ehitamisel arvesse;
 - kui *backlink* on sisuturunduse artikli sees, siis kas Google saab sellest aru;
 - kuidas mõjutab AI tulevikus SEO-d;
 - kas on olemas halba linki ehk mis toob pigem kahju kui kasu.
- **[1/2] Praktiline ChatGPT kasutamine: kuidas üks inimene saab ära teha viie inimese töö**
 - kuidas ettevõttes töökorraldust sättida, et inimesed ChatGPT-d kasutama hakkaksid;
 - mida ikkagi ChatGPT teeb ja ei tee;
 - kuidas meeskonnatööd efektiivsemaks muuta;
 - kuidas koostada töökirjeldusi ja juhiseid;
 - milliste käskude abil valmib uudiskiri efektiivsemalt;
 - 5 võimalust, kuidas AI abil kiiremini ja paremini sotsiaalmeediaturundust teha;
 - kuidas genereerida ideid mänguda ja kampaaniate jaoks;
 - kuidas kirjutada ChatGPT abiga tootekirjeldusi.
- **[2/2] Praktiline ChatGPT kasutamine: kuidas üks inimene saab ära teha viie inimese töö**
 - kuidas koostada SEO-sõbralikku blogipostitust;
 - kuidas timmida olemasolevat blogipostitust;
 - erinevat ChatGPT pluginad;
 - 5 konkreetset nõuannet, kuidas ChatGPT-st maksimum võtta;
 - vastused vaatajate küsimustele.
- **[1/3] Veebinar “SEO revolutsioon: kuidas AI kogu otsingumootorite valdkonda muudab” (29.05.23)**
- **[2/3] Veebinar “SEO revolutsioon: kuidas AI kogu otsingumootorite valdkonda muudab” (29.05.23)**
- **[3/3] Veebinar “SEO revolutsioon: kuidas AI kogu otsingumootorite valdkonda muudab” (29.05.23)**
- **[1/5] Veebinar “Kuidas Google’i reklaamidega rohkem (ja soodsama hinnaga) kliente saada (16.02.23)**
 - Miks on Google Ads üks tasuvamaid reklaamikanaleid?

- Millistel juhtudel Google'ist kasu ei ole?
 - Miks on õigesti paika pandud mõõtmine kriitilise tähtsusega?
- **[2/5] Veebinar “Kuidas Google’i reklaamidega rohkem (ja soodsama hinnaga) kliente saada (16.02.23)”**
 - Milline kampaaniate struktuur aitab sul Google'ist õiglase hinnaga kliente "osta"?
 - Kuidas jaotada kampaaniate vahel eelarvet?
 - Kuidas märksõnu efektiivselt kasutada?
 - Miks annab kvaliteediskoori optimeerimine sulle konkurentide ees eelise?
- **[3/5] Veebinar “Kuidas Google’i reklaamidega rohkem (ja soodsama hinnaga) kliente saada (16.02.23)”**
 - Miks annab kvaliteediskoori optimeerimine sulle konkurentide ees eelise?
 - Milliseid raporteid peaksid jälgima, et aru saada, kui edukad su reklaamid on?
- **[4/5] Veebinar “Kuidas Google’i reklaamidega rohkem (ja soodsama hinnaga) kliente saada (16.02.23)”**
 - Kuidas teenusepakkujat valida ja sellega mitte ämbrisse astuda?
 - Küsimused, mida küsida praeguselt teenusepakkujalt?
 - Mis vahe on Facebook Adsidel ja Google Adsidel, kumb on kasumlikum?
 - Mis on konversioon?
 - Kuidas arvutada tasuvust?
 - Kas SEO või Google Ads? Kumb on kasumlikum?
- **[5/5] Veebinar “Kuidas Google’i reklaamidega rohkem (ja soodsama hinnaga) kliente saada (16.02.23)”**
 - 20 nõuannet, mille abil veebileht usaldusväärsemaks muuta.
- **[1/2] Veebinar “Kuidas korraldada online-sündmusi sadadele ja tuhandetele inimestele” (31.08.22)”**
 - Miks tasub igas sektoris suursündmusi teha. 9 konkreetset kasu
 - Kuidas saada suursündmuste tootmisel õiglase hinnaga väga head kvaliteeti.
 - Kuidas saada inimesed üritusele registreerima ja kohale ilmuma.
 - Kuidas osalejaid kaasata, et neil oleks üritust lõpuni huvitav jälgida.
 - Millised vead maksavad sulle palju aega ja raha.
- **[2/2] Veebinar “Kuidas korraldada online-sündmusi sadadele ja tuhandetele inimestele” (31.08.22)”**
- **[1/5] Karl Kanguriga kohtumine: SEO (27.04.22)”**
 - Kus ja millal kogu SEO ja turundus Karli jaoks alguse sai? Mis on olnud olulised õppetunnid?
 - Mis on olnud suurimad hüpped isiklikus arengus ja mis on lood nende taga?

- Mis on peamised asjad, mida edukad ettevõtted turunduses teevad ja mitte-edukad ei tee?
- Kui sa täna lisaks SEO-le peaksid nimetama kanaleid, mida sa näed, et mis töötavad, mis need oleks, kuhu sa enda raha julgeks investeerida?
- Tegite Facebooki case study'd, mis selle taust oli?
- Kas SEO on surnud? Kui ei ole, mis suunas see liigub ja mis on järgmise 1-2 aasta suuremad muudatused?
- Mis see "hea sisu" täna on? Mida see tähendab Google'i jaoks?
- Mis on väärtuslik osa? Kuidas selle välja loen viiest olemasolevast artiklist?
- Kas ja kuidas Google täna hindab seda, kas mingi artikkel on inimese jaoks kasulik/vajalik?
- Kust seotud sõnad kätte saada, kuidas protsess päris elus käib?
- Kuidas häid copywritereid leida ja milline on Karli värbamisprotsess?
- Millistele ettevõtetele SEO sobib ja kellele mitte?
- Kui sa oleksid alustav ettevõtja, millisest kanalist sa ise alustaksid? Kas ehitaksid seda SEO või reklaamide peale?
- Mis juhtub 6-9 kuu jooksul, et SEO hakkaks tulemusi tooma?
- Kust ma saan teada, kui palju mul linke on? Tasulised ja tasuta tööriistad.
- Kui kaua võib minna, et see link päriselt tekiks?
- **[2/5] Karl Kanguriga kohtumine: SEO (27.04.22)**
 - Mis on see saladuslik 20% tegevustest, et saada 80% tulemustest?
 - Kui olulised on täna sõnade pöörded ja käänded Google'i jaoks?
 - 700+ tehtud auditit - mis olid peamised vead, mis välja tulid?
 - Kirjutasin 5000-sõnalise artikli enda veebilehele, kuid olen ikka teisel leheküljel, miks?
 - Kui ma täiendan artiklit, kas ma Wordpressis kuupäeva peaksin muutma, jätma samaka või kas sellel üldse on vahet?
 - Kuidas hinnata konkurentsi, et aru saada, kas siseneda sinna või mitte?
 - Millise tööriistaga on kõige parem tehnilisi probleeme/asju üle vaadata?
 - Mis on peamised valed asjad, mida inimesed SEO kohta usuvad?
 - Saad sa välja tuua mõned numbrid, mida suured ettevõtted investeerivad SEO-s linkide ehitamisse igakuiselt?
 - Kas Yoast pluginale alternatiivi leidub? Tasub külge panna või üldse mitte?
 - Raido Tamar on öelnud, et eestlaste SEO teadlikkus on oluliselt madalam võrreldes leedukatega. Miks leedukad SEO-d rohkem oskavad kui eestlased? Kuidas kirjutada Karli-sugusele mehele SEO teenuse lähteülesanne?
 - Kui sa müügikõnesid teed, siis mida sa küsid (mis on oluline)?

- Kui tark on Google YouTube'i kirjelduse osas? Kas see väärrib tegemist nii eesti kui ka inglise keeles?
- **[3/5] Karl Kanguriga kohtumine: SEO (27.04.22)**
 - Piltide optimeerimine - kas saan seda kasutada pigem enda veebilehel, sest mõnel platvormil see ei tööta?
 - Kas peale Google'i võiksin pigem ignoreerida kõike muud?
 - Kas viis, kuidas Yahoo jms SEO-d loevad, on teistsugune või sarnane Google'ile?
 - Kuidas ehitada tugevamaid linke?
 - Kas sotsiaalmeediast sissetulev link loeb? vahel tuleb nt Facebooki postituse kommentaar esimesena Google'is välja - mis lugu sellega on?
 - Kas lingi positsioon on oluline (alguses, keskel, lõpus)?
 - Kas on võimalik rääkida millestki, mida otsitakse ja ennast sinna "vahele suruda" isegi, kui see ei lähe teemaga kokku? Kas see on viis, kuidas saada tähelepanu?
 - Miks üks pank peaks üldse kunagi SEO-d tegema, kui konkurents on kõrge?
 - Oleme ingliskeelsele turule sisenemas ja viimased artiklid on Google's märgatavalt langenud. Mis veel lisaks hooajalisusele võib seda positsiooni mõjutada?
 - Kuna SEO kohta on väga palju müüte ja arvamusi, siis mis allikaid Karl ise jälgib, et olla kursis muudatuste ja uuendustega?
 - E-poe SEO: kas ja kuidas hakata ka e-poe ja blogi vahel linkimist looma?
 - On öeldud, et kui lehte ei külastata, kustuta see ära ehk jäta alles ainult aktiivsed lehed - kuidas sellesse suhtuda?
 - Kuidas saan teada, millised lehed mul Google'is välja tulevad?
 - Vanade linkide ületõstmine, kas ja kuidas mõjutab?
 - Tegime juurde lühema domeeni: kui sealt tuleb liiklust, kas see mõjutab pärisdomeeni ka kuidagi?
 - Kui mul on kunagi loodud blogid, mis on kuskil arhiivis ja endal pole aimugi, kus need asuvad, siis kas on võimalik see kuidagi Google'i silmis heastada?
- **[4/5] Karl Kanguriga kohtumine: SEO (27.04.22)**
 - Mis on veel backlinkide ehitamise strateegiad? Kas raha maksmine on ainus võimalus?
 - Kuidas e-poe struktuuri tasemel SEO-d teha? Mis oleks metoodiline lähenemine?
 - Kui tõsiselt peaks Yoast plugina juures rohelisi mummukesi vaatama?
 - Kui soovid taas teha koolituse samal teemal, kas mõistlikum on luua uus leht või juba olemasoleva kuupäev ära uuendada?

- Kui sa lähed tööle ja näed, et *meta description*'eid pole varem kasutatud, siis mida sa prioritereerid? Kas neid lehti, mida külastatakse rohkem või neid, mis toovad rohkem raha sisse?
- **[5/5] Karl Kanguriga kohtumine: SEO (27.04.22)**
 - Kas Wordpressi jaoks on plugin, kui mul on lehti, millega ma ei taha Google'i otsingumootoris välja tulla?
 - Milliseid märksõnu valida, et veebileht Google'is välja tuleks?
 - Kirjutasin artikli, kuidas kiirendada protsessi, et Google'is välja tulla?
 - Kas ingliskeelsel blogil on võimalik saada eestikeelsele sisule linki?
 - Milline peaks olema väikeettevõtja SEO igakuine tegevusplaan?
 - Mida ma peaks küsima SEO-spetsialisti palgates, et aru saada, kas teda usaldada?
 - Mingeid punaseid lippe agentuuri valimisel?
 - Mis on SEO teenuste vahe, kui ühel läheb 3 ja teisel kuni 12 kuud, et tulemusi näha?
 - Kas sissetuleva lingi puhul loeb ainult lehe ranking? Kui välismaalt link saada, kas see mõjub hästi nii eesti kui inglise k osale?
 - Kui palju väärtust loovad sisemised lingid?
 - Kas Google'i enda toodete kasutamisel on mingi erisus vs nende mittekasutamisel?
 - Kui olen *freelancer*, mismoodi selle aadressi veebilehtedele panna saan?
 - Kui alustada äri, kas alustada uue domeeniga või osta vana domeen ära? Mida vana domeeni puhul jälgida?
 - Mida jälgida Google Analyticsist ja Search Console'ist? Kuidas sealt saada info pealt õigemaid otsuseid teha?
 - Kas oleks mõistlik teha enne Google Ads, et leida raha ja päringuid toovad märksõnad üles ning siis hakata SEO-d tegema?
 - Kas tasuliste linkide puhul on mingi "aga", mida me ei tea?
- **Turunduslabori 1. Sünnipäev (16.11.21)**
- **[1/2] Kuidas endale rohkem kliente ja koostööpakkumisi saada (9.06.21)**
 - miks on vaja olla oma ala tõeline spetsialist;
 - sammud, mida on selleks vaja teha;
 - 10 asja, mida tõeline spetsialist mõistab.
- **[2/2] Kuidas endale rohkem kliente ja koostööpakkumisi saada (9.06.21)**
 - 12 turundustegevust, mis on aitavad kõige rohkem kliente tuua;
 - 7 sammu, millest koosneb ostuprotsess;
 - omadused, mida on vaja eduka turunduse ja müügi tegemiseks.
- **[1/2] Millele 2021 SEO-s keskenduda + lingid (11.02.21)**
 - millele kodulehe juures keskenduda;
 - 5 SEO erinevust Eesti ja muu maailma vahel;
 - kõige levinumad SEO müüdid.

- **[2/2] Millele 2021 SEO-s keskenduda + lingid (11.02.21)**
 - 6 konkreetset asja, mida saab SEO-s ise ära teha;
 - kuidas hinnata SEO teenusepakkujat.
- **[1/2] 60 raamatut ja 17 mentorit. Facebook live (17.11.20)**
 - 60 raamatusoovitust vastavalt probleemidele;
 - nippe lugemiseks;
 - 17 mentorit, keda ta ise jälgib;
 - vastuseid küsimustele, mis on seotud Turunduslaboriga.
- **[2/2] 60 raamatut ja 17 mentorit. Facebook live (17.11.20)**
- **[1/2] Rahakratt: Kuidas tasuta turundust teha (26.10.20)**
 - kuidas on Rahakratt oma blogiga jõudnud kümnete tuhandete lugejateni;
 - 11 võimalust, kuidas tasuta turundust teha.
- **[2/2] Rahakratt: Kuidas tasuta turundust teha (26.10.20)**
- **[1/2] 5 kohta, kuhu oma turunduseelarve investeerida (28.09.20)**
 - millised 11 elementi peavad veebilehel/e-poele kindlasti olema olemas;
 - milline näeb välja veebilehe tegemise 10-sammuline protsess.
- **[2/2] 5 kohta, kuhu oma turunduseelarve investeerida (28.09.20)**
 - milliseid vigu Google Adsi juures kõige rohkem tehakse;
 - 5 konkreetset soovitus Facebook Adsile;
 - kas e-maili turundus on surnud ja miks;
 - 7 tõhusat soovitus e-maili turunduse kohta;
 - mida on vaja teha, et Google'is hästi välja tulla.
- **Psühholoogiateadmiste kasutamine kodulehel ja e-poes (19.8.20)**
 - 12 ajatut põhimõtet, mida iga turundaja peaks jälgima;
 - 6 olulist printsiipi turunduses ja e-poes;
 - 10 nippi, kuidas kliendile kasulik olla;
 - kus kasutada sotsiaalset tõestust;
 - 11 konkreetset võimalust meeldivuse suurendamiseks;
 - milliste takistuste ja hirmudega turundaja tihti kokku puutub.

Kuidas oma e-äri paremini turundada

- **Kati ja Teet Torim: Kõhutundeturundus ei toimi. Kliendist tuleb aru saada!**
 - Tehnoloogia kasutamine ei õpeta meid alati kliendist päriselt aru saama. *Kuidas liiklus kodulehele oli suurepärase, aga ostud jäid tulemata. Tõstsite ostu sooritamise protsendi 2-lt 4-le. (Strateegia)*
 - Parim turundusstrateegia on ehitatud sinu kliendi, mitte toote või teenuse ümber. *Kuidas ehitasime ja kujundasime kogu tooteportfelli kliendi ümber nii, et 2 toote asemel saime müüa 8. (Segmenteerimine)*

- Ära keskendu ainult kliendiintervjuudele, kuula ka oma töötajaid.
Kuidas õppisime töötajate tagasisidet ja korduma kippuvaid küsimusi kuulama ning sellega oma e-poe kasutajakogemust parandasime. (Tagasiside)
- **Siiri Tiivits-Puttonen: Kuidas kasvatada e-äri? Kuidas seda teha keskkonnasõbralikult?**
 - Mis on põhisammud e-äri kasvatamisel? Millised on peamised takistused?
 - Kuidas automaatturundus edu toob?
 - Tarbija ootab aina enam keskkonnale tähelepanu pööramist. Mida ma saan selleks juba täna ära teha.
- **Reimo Ärm: Uute klientide leidmine ja olemasolevate kasvatamine Google'i ja Meta reklaamidega**
 - Paneme Google Searchi enda eest tööle ja toome koju kliendid, kes on juba valmis meie tooteid ostma.
 - Laiendame uute klientide otsinguid Display-võrgustikes, tuues sisse Facebooki, Instagrami ja YouTube'i.
 - Jagame kasulikke nippe, mis teevad klientide leidmise lihtsamaks.
- **Ilmar Mikhelsoo: Suurte eelarvete haldamine klikipõhises reklaamis**
 - Mis on suur eelarve? Kuidas selle abil rohkem saavutada? Millised on ohud ja kuidas neid vältida? Mida teha, et suur eelarve turundajat lollimaks ei muudaks.
 - *Tracking*'u olulisus algoritmide ja automatiseeritud turunduse maailmas. Selleks, et arvutid suudaksid üha rohkem ära teha, on vaja korralikke andmeid.
 - Kanalite ja kampaaniatüüpide tekitatud kompleksus toimib sinu kasuks.
- **Marelle Ellen: Influencer-turunduse strateegia workshop**
 - Influencer-turunduse psühholoogia: miks see toimib?
 - Millist rolli influencer-turundus täidab ja kuidas seda mõõta?
 - Paneme influencer-turunduse strateegia samm-sammult paika.
- **Timo Porval: Kuidas klienti paremini mõista, temaga pikaaajaline suhe luua ja temalt tagasisidet küsida**
 - Nõuanded kliendiintervjuude ja küsitluste tegemiseks. Pärast seda pole sul enam kunagi ideedest puudus.
 - Mida sa saad teha, et klient end pärast ostu sooritamist erilisena tunneks. Üks kogemuslugu ja üks tööriist, mida kõik võiksid kasutada.
 - Konkreetsete sammud ja näited, kuidas klienti tagasisidet koguda ja 19 kohta, kus seda müügi tõstmiseks kasutada. Usu, paljude peale sa pole ise tulnud. ;)
- **Paneel | Trendid e-kaubanduses: Millega on vaja sammu pidada, et ka 5 aasta pärast olemas olla**

- Milliseid makselahendusi eelistatakse.
- Millised muutused on tarbijakäitumises toimumas.
- Mida edukad e-poeid teisiti teevad (E-kaubanduse liidu liikmete ja ESTO 2000 kliendi näitel).
- **Paneel | Millised bännerid, pinnad ja lahendused lisaks Google'ile ja Metale veel töötavad ning kuidas neid kasutada**
 - Kuidas teha sama eelarvega maksimaalselt hea kampaania, mis teenib kliendi huve?
 - Millised reklaamide formaadid on tõusuteel ja päriselt töötavad?
 - Kuidas on reklaami ostmise meediakanalilt muutunud viimase 10 aasta jooksul?
 - Lisaks tuleb juttu brändi ehitamisest, mobiili tähtsuse suurenemisest jm põnevast ja kasulikust.
- **Paneel | Amazon**
 - Kellele Amazon sobib ja mis eeldused sul peaksid sinna minemiseks olema.
 - Mida sa Amazoni minemisel arvestama pead, et sa aega, raha ja närvirakke ei kaotaks.
 - Kas ja kuidas Amazoni ülemvõimule vastu seista.
- **Rahakratt**

Mida on sul õppida Turunduslabori turuletoomisest

- **[1/2] Samm-sammuline teekond Turunduslabori turule toomise taga**
 - 6 olulist punkti, millest sõltub *launch*'ide edukus;
 - 7 nippi, pakkumise koostamiseks ning
 - 8 konkreetset nõuannet usaldusväärse pakkumise tegemiseks;
 - samm-sammuline teekond Turunduslabori turule toomise taga.
- **[2/2] Samm-sammuline teekond Turunduslabori turule toomise taga**

Tööriistad, kuidas oma kliente tundma õppida

- **Ideaalse kliendi definitsioon ja 9 põhjust, miks on oluline klienti mõista**
 - mis on efektiivne turundus;
 - 9 põhjust, miks on oluline klienti mõista;
 - ideaalse kliendi definitsiooni;
 - millises kategoorias on sinu ettevõtte: toode või bränd;
 - 6 põhjust, miks on oluline klienti võimalikult hästi tundma õppida.

- **7 nõuannet, kuidas intervjuud edukalt läbi viia ja 4 olulist põhjust, miks seda teha**
 - 4 olulist põhjust, miks on vaja oma kliente intervjuuerida;
 - miks on näost-näku kohtumisel kõige suurem mõju;
 - mitme kliendi intervjuerimisest piisab;
 - kuidas peaks kliendiga kohtumist planeerima;
 - 19 küsimust, mis sulle intervjuu tegemisel abiks on;
 - 7 nõuannet, kuidas intervjuud edukalt läbi viia;
 - millal ja mida tagasisideks küsida.
- **Harjutus! 9 konkreetset sammu, mis aitab klienti veelgi rohkem tundma õppida**
- **Kuidas viia läbi küsitlusi, millele inimesed vastavad ja millest sul päriselt ka kasu oleks**
 - 7 müüti, mis küsitlustega kaasa käivad;
 - 11 põhjust, miks küsitlusi peaks tegema;
 - 10 ideed, mida anda kliendile tänutäheks;
 - miks küsida ainult avatud küsimusi;
 - parim küsimus, mida kliendilt küsida;
 - kanalid, mille kaudu on hea küsitlust läbi viia.
- **8 kohta, kust leida informatsiooni turu kohta**
 - miks peaksid konkurentidel silma peal hoidma;
 - 9 soovitus, mida konkurendi kohta uurida;
 - 8 kohta, kust leida informatsiooni turu kohta;
 - 2 head tööriista, mida veebilehe juures kasutada.

Boonused

- **Priit Kallas - Miks ilma persoonata turundust teha ei tohi?**
- **Kuidas teha veebilehe jaoks eeltööd ja miks see on tähtis (osa 1)**
- **Kuidas teha veebilehe jaoks eeltööd ja miks see on tähtis (osa 2)**

“12 tundi turundust” telgitagused

- **[1/3] "12 tundi turundust" telgitagused**
 - kuidas jõudis Timoni "12 tundi turundust" idee;
 - 5 põhjust, miks sellist sündmust korraldada ning
 - 10 asja korraldusprotsessi juures, mida peaksid tegema;
 - tööriistad, mida sündmuse korraldamisel kasutati;
 - tõhus nipp, kuidas enda sündmusele esinejaid saada;
 - millest peaks koosnema registreerimisleht.

- [\[2/3\] "12 tundi turundust" telgitagused](#)
 - kuidas saada inimesed enda sündmust levitama ja
 - 4 viisi, kuidas neid motiveerida seda tegema;
 - milline nägi välja suhtlus pärast sündmusele registreerimist;
 - 8 olulist punkti esinejaga suheldes;
 - kus enda sündmust turundada;
 - 12 konkreetset asja, millega on sündmuse päeval vaja arvestada;
 - milliseid inimesi on sinu korraldustiimi vaja.
- [\[3/3\] "12 tundi turundust" telgitagused](#)
 - kuidas manageerida sündmuse *chat*'i;
 - 11 asja, mille peale mõelda *greenroom*'i organiseerimisel;
 - 10 olulisemat tegevust järelkommunikatsiooni juures;
 - kuidas teha kliendile vastupandamatu pakkumine;
 - kuidas muuta pakkumine usaldusväärseks;
 - konkreetsed lisapakkumise/-tegevuse võimalused.

Boonused

- [\[1/2\] Veebinar "Kuidas korraldada online-sündmusi sadadele ja tuhandetele inimestele"](#)
 - Miks tasub igas sektoris suursündmusi teha. 9 konkreetset kasu
 - Kuidas saada suursündmuste tootmisel õiglase hinnaga väga head kvaliteeti.
 - Kuidas saada inimesed üritusele registreerima ja kohale ilmuma.
 - Kuidas osalejaid kaasata, et neil oleks üritust lõpuni huvitav jälgida.
 - Millised vead maksavad sulle palju aega ja raha.
- [\[2/2\] Veebinar "Kuidas korraldada online-sündmusi sadadele ja tuhandetele inimestele"](#)

12 tundi turundust: e-kaubanduse eri (22.10.21)

- [Katrin Vilimaa-Otsing – Facebooki kampaaniate strateegia ja mõõtmine](#)
- [Kristi Unt – E-kaubanduse tulevik Baltikumis: kuidas muudab rohepööre viimast miili?](#)
- [Sven Nuum - 15 ideed Facebooki postitusteks](#)
- [Viljo Vabrit – Kõige olulisemad mõõdikud e-poes, mille parandamine tagab stabiilse äri kasvu](#)
- [Kairo Kraaner – Peamised Google Adsi vead e-poodidel](#)
- [Jürgen Veerme – Kuidas luua e-poele kasulikku sisu blogi formaadis ja miks see vajalik on? Photopointi näitel](#)

- [Aldo Vassar – 13 olulist e-poega seotud juriidilist küsimust](#)
- [Karola Karlson – Kuidas oma Facebooki reklaamide visuaalid maailmatasemele viia](#)
- [Erkki Markus – 10 kõige olulisemat asja, mida teha selleks, et e-poe meiliturundusest maksimumtulemus võtta](#)
- [Raido Tamar – Kuidas teha Eesti e-poele link building'ut ja jõuda Google'is tippu?](#)
- [Tõnu Väärt – Trendid, mida pead oma e-poes arvesse võtma, et teistest mitte maha jääda](#)
- [Teet Torim – “Ajatu digiturundaja” tööriistad ja oskused, mis sind tööturul edukaks teevad](#)

12 tundi turundust (26.03.2021)

- [Roland Tokko – Kuidas esineda online'is nagu proff, ilma profitiimi palkamata!](#)
- [Karl Kangur – Põhjused, miks sa ei ole Google'is parimal kohal](#)
- [Sven Nuum – Kuidas kirjutada reklaamteksti, mis tõstab müüki ja toob kliente?](#)
- [Shalini Mody – Kuidas luua ja hoida kogukonda GraceFiti näitel?](#)
- [Priit Kallas – Miks ilma persoonata turundust teha ei tohi?](#)
- [Richard Rõõmusaar – Kuidas sisuloomega rohkem raha teenida Veebimajutus.ee näitel](#)
- [Peeter Marvet – Kuidas tagada, et sinu e-pood ei koguks tuntust suurima andmelekkega?](#)
- [Diana Taluri – Kuidas saada kliente läbi soovituseturunduse?](#)
- [Ketlin Kasak – Kuidas ennast töötajatele turundada?](#)
- [Taavi Kalvi – Mida ja miks ettevõtted peaksid digiturunduses mõõtma?](#)
- [Indrek Saul – Soovid kallimalt müüa? Eristu.](#)
- [Olesija Saue – Nähtamatust asjatundjast nõutud eksperdiks](#)

Kuidas tooteid ja teenuseid edukalt turule tuua?

- [Roland Tokko \(Edu Akadeemia\) ja Timo jagavad sulle ära parimad nipid ja teadmised](#)
 - Erinevad lansseerimise mudelid.
 - Eelturundus – ülioluline.
 - Hinnastamine.

- Meililisti kasvatamine.
- Meeskonna kokkupanemine.
- Tööriistad (millest üks on eriti vinge).
- Ajad, mil ei ole hea müüki avada (oh neid õppetunde!).
- Küsitluste tegemine.
- Organiseerimine ja koordineerimine.
- 5 sammu, mille abil turundus ja müük ühendada.
- Pakkumise (offer) kokkupanemine.
- Müügilehe koostamine.
- Enda energia hoidmine.
- Inimeste kaasamine.

Boonused

- **Kuidas viia läbi küsitlusi, millele inimesed vastavad ja millest sul päriselt ka kasu on**
 - 7 müüti, mis küsitlustega kaasa käivad;
 - 11 põhjust, miks küsitlusi peaks tegema;
 - 10 ideed, mida anda kliendile tänutäheks;
 - miks küsida ainult avatud küsimusi;
 - parim küsimus, mida kliendilt küsida;
 - kanalid, mille kaudu on hea küsitlust läbi viia.

Turundusraamatute kokkuvõtted

Never Lose a Customer Again (Ära kunagi kaota oma kliente)

- **[1/5] Äri mõte on lahendada INIMESTE probleeme**
- **[2/5] Ära hülga oma kliente**
- **[3/5] Kliendi peamine küsimus: kas sina suudad mu probleemi lahendada?**
- **[4/5] Mida kujutab klienditeekonnal endas kohanemise etapp**
- **[5/5] Kuidas saada endale PÄRIS fännid**

Overdeliver (Tee rohkem kui sinult oodatakse)

- **[1/4] Turunda sama pühendunult nagu sa oma toodet või teenust pakud**
- **[2/4] Miks persoonibrändi turunduses kasutada?**
- **[3/4] Tasuta sisu peab minema kokku sellega, mida sa müüd**
- **[4/4] Mis on sisenemispunkt ja kuidas see aitab sul müüki tõsta**

\$100M Offers: How To Make Offers So Good People Feel Stupid Saying No (Pakkumine, millest oleks rumalus keelduda)

- [\[1/7\] Tee nii hea pakkumine, et inimesed tunneksid end sellele "ei" öeldes rumalatena](#)
- [\[2/7\] Kolm peamist turgu, mis jäävad alatiseks püsima ja mille puudumine tekitab inimestele tohutut valu](#)
- [\[3/7\] ÜLIOLULINE! Toote/teenuse väärtusvõrrand](#)
- [\[4/7\] Mida inimesed väärtustavad TASUTAST rohkem](#)
- [\[5/7\] Üheksa veenmisvahendit, mis tõstavad su müüki](#)
- [\[6/7\] Boonused. Kuidas neid valida, hinnata ja pakkuda](#)
- [\[7/7\] Erinevad garantiide tüübid, mida saad kohe kasutusele võtta](#)

Boonused

- [\[1/2\] 60 raamatusoovitust vastavalt probleemidele ja 17 mentorit, keda mina jälgin – Facebooki live](#)
 - 60 raamatusoovitust vastavalt probleemidele;
 - nippe lugemiseks;
 - 17 mentorit, keda ta ise jälgib;
 - vastuseid küsimustele, mis on seotud Turunduslaboriga.
- [\[2/2\] 60 raamatusoovitust vastavalt probleemidele ja 17 mentorit, keda mina jälgin – Facebooki live](#)

Podcast “Ekspordime” eksklusiiv

- [Marek Unt – Marekunt.com \(23.05.23\)](#)
- [Priit Vaikmaa – TextMagic.com \(9.05.23\)](#)
- [Egle Raadik – Amazonikool.ee \(23.05.23\)](#)
- [Remo Ojaste – Combatready.ee \(21.02.23\)](#)
- [Leila Haugas – Expandyourbusinessabroad.ubpages.com \(21.02.23\)](#)
- [Timo Anis – Timoanis.com \(14.02.23\)](#)
- [Raido Pikkar – Thorgate.eu \(29.08.22\)](#)
- [Eero Sikka – Sikka.ee \(14.02.23\)](#)
- [Allan Valm – lab.mobi \(28.08.22\)](#)
- [Argo Sildvee – Emi.com \(10.08.22\)](#)
- [Indrek Reinsalu – Morek.ee \(3.08.22\)](#)
- [Aleks Koha – Promoty.ee \(28.03.22\)](#)
- [Katrin Kiviselg – Nscgroup.co \(11.01.22\)](#)

- [Meelis Anton – Cleveron.com \(28.03.22\)](#)
- [Mariliis Pikkar – Marimofashion.com \(25.10.21\)](#)
- [Piret Ilver – Sokisahtel.net \(3.12.21\)](#)
- [Anneli Andersen – Export2Norway.com \(11.01.22\)](#)
- [Karl Kangur – Businessmedia.ee \(15.11.21\)](#)
- [Kairi Kuuskor – BoldTuesday.com \(31.08.21\)](#)
- [Indrek Põldvee – LinkedInkoolitused.ee \(6.12.21\)](#)
- [Andrus Albi – SouthwesternCoaching.com \(30.03.21\)](#)
- [Kaidi Tiitson – Outvio.com \(13.06.21\)](#)
- [Indrek Saul – Saul.ee \(19.04.21\)](#)
- [Karola Karlson – KarolaKarlson.com \(1.03.21\)](#)
- [Hando Sinisalu – MarketingParrot.com \(16.02.21\)](#)
- [Viljo Vabrit – Speero.com \(15.03.21\)](#)
- [Priit Kallas – Iglucraft.com \(3.02.21\)](#)

8 tundi turundusküsimusi

- [SEO](#)
- [Möötmine](#)
- [Strateegia ja planeerimine](#)
- [Meiliturundus](#)
- [Sisuturundus](#)
- [Veebileht ja e-pood](#)
- [Tasuline reklaam](#)
- [Orgaaniline sotsiaalmeedia](#)

Turunduslabori boonused

61 produktiivsuse nippi

- [Osa 1](#)
- [Osa 2](#)

Kuidas uusi tooteid ja teenuseid edukalt turule tuua

- [Veebiseminar koos Roland Tokkoga \(Edu Akadeemia\)](#)
 - erinevad lansseerimise mudelid;
 - eelturunduses;
 - hinnastamine;
 - mailinglisti kasvatamine;
 - meeskonna kokkupanemine;
 - tööriistad (millest üks on ikka eriti vinge);

- mis aegadel ei ole hea müüki avada (oh, seda reha);
- küsitluste tegemine,
- õppetunnid;
- organiseerimine ja koordineerimine;
- 5 sammu, kuidas turundus ja müük ühendada;
- pakkumise kokkupanemine (*offer*);
- müügilehe koostamine;
- *launchil* (enda) energia hoidmine;
- inimeste kaasamine.

Turunduslabori turule toomine

- **Turunduslabori turule toomine (osa 1)**
 - 6 olulist punkti, millest sõltub *launch*'ide edukus;
 - 7 nippi, pakkumise koostamiseks ning
 - 8 konkreetset nõuannet usaldusväärse pakkumise tegemiseks;
 - samm-sammuline teekond Turunduslabori turule toomise taga.
- **Turunduslabori turule toomine (osa 2)**

12 tundi turundust telgitagused

- **12 tundi turundust telgitagused (osa 1)**
 - kuidas jõudis Timoni "12 Tundi Turundust" idee;
 - 5 põhjust, miks sellist sündmust korraldada ning
 - 10 asja korraldusprotsessi juures, mida peaksid tegema;
 - tööriistad, mida sündmuse korraldamisel kasutati;
 - tõhus nipp, kuidas enda sündmusele esinejaid saada;
 - millest peaks koosnema registreerimisleht.
- **12 tundi turundust telgitagused (osa 2)**
 - kuidas saada inimesed enda sündmust levitama ja
 - 4 viisi, kuidas neid motiveerida seda tegema;
 - milline nägi välja suhtlus pärast sündmusele registreerimist;
 - 8 olulist punkti esinejaga suheldes;
 - kus enda sündmust turundada;
 - 12 konkreetset asja, millega on sündmuse päeval vaja arvestada;
 - milliseid inimesi on sinu korraldustiimi vaja.
- **12 tundi turundust telgitagused (osa 3)**
 - kuidas manageerida sündmuse *chat*'i;
 - 11 asja, mille peale mõelda *greenroom*'i organiseerimisel;
 - 10 olulisemat tegevust järelkommunikatsiooni juures;
 - kuidas teha kliendile vastupandamatu pakkumine;
 - kuidas muuta pakkumine usaldusväärseks;
 - konkreetsed lisapakkumise/-tegevuse võimalused.

