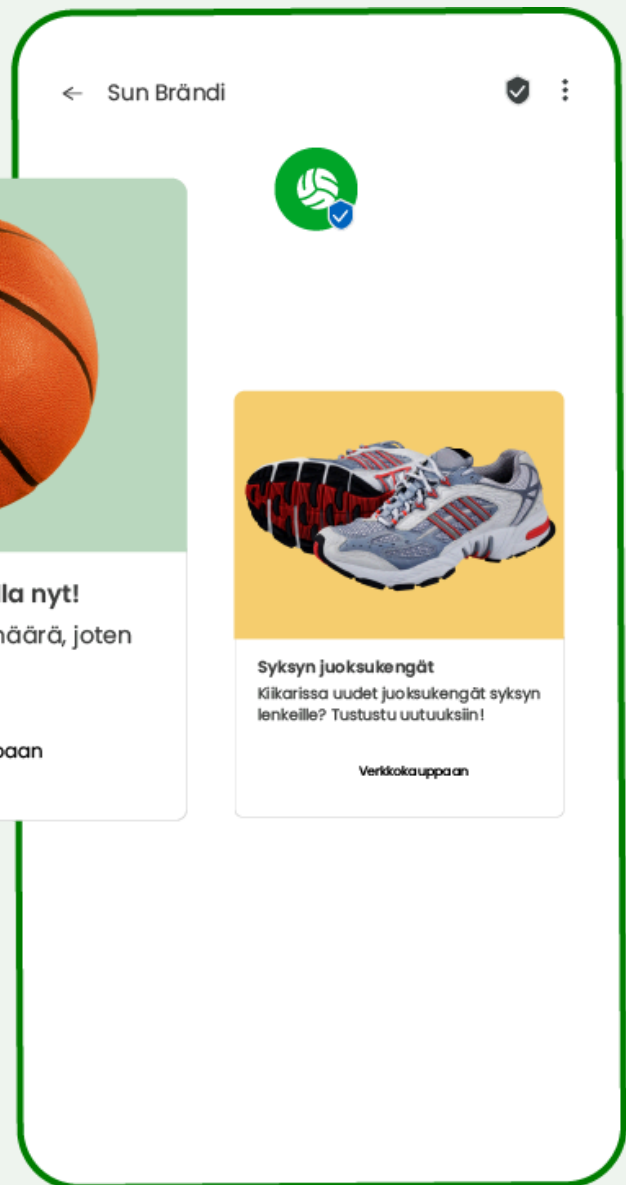




RCS yritysviestinnässä

Käytännön opas 2026

1. Mikä on RCS?

RCS eli Rich Communication Services on tekstiviestin seuraava kehitysaskel. Se tuo puhelimen omaan viestisovellukseen kuvat, videot, painikkeet ja tuotekortit, ilman että vastaanottajan tarvitsee asentaa mitään erillistä sovellusta. Viesti näyttää ja toimii kuin sovellus, mutta saapuu samaan paikkaan kuin tavallinen tekstiviesti. Asiakkaalle kanava on siis tuttu, vaikka sisältö on aiempaa monipuolisempi.

RCS yrityksille

RCS on tekniikkana sama, tapahtuipa viestintä kaverin vai yrityksen kanssa. Kahden ihmisen välisessä viestinnässä RCS parantaa tavallista tekstiviestikeskustelua kuvin ja videoin. RCS Business Messaging (RBM) on räätälöity erityisesti yritysten ja kuluttajien väliseen viestintään.

Ymmärtääksemme paremmin RCS:n ja RBM:n väliset keskeiset erot, tarkastellaan seuraavaa vertailutaulukkoa:

	RCS	RCS Yrityksille (RBM)
Käyttäjä	Henkilöt	Yritykset
Käyttötarkoitus	Henkilökohtainen keskustelu	Asiakasviestintä ja markkinointi
Tuetut ominaisuudet	Kuvien, videoiden ja sijainnin jakaminen. Luku- ja toimituskuittaukset.	Tuotekortit, videot ja kuvat, karusellit, toimintopainikkeet, ehdotetut vastaukset. Verifioitu & brändätty lähettäjä.

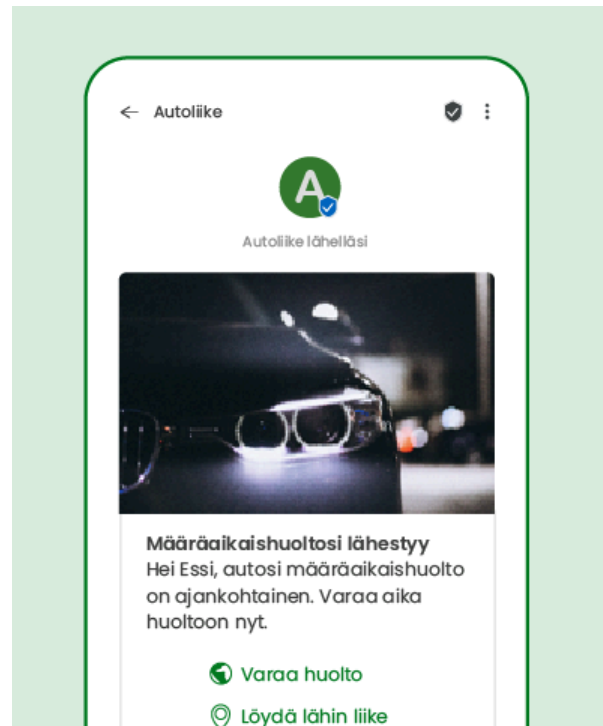
Tilanne Suomessa

RCS toimii tällä hetkellä Elisan ja DNA:n liittymillä Android-puhelimissa. Applen iPhone-tuki on maailmalla laajenemassa, mutta Suomeen se ei ole vielä laajentunut. Käytännössä tämä tarkoittaa, että RCS tavoittaa jo merkittävän osan suomalaisista Android-käyttäjistä, ja kattavuus kasvaa sitä mukaa kun operaattorit etenevät.

Kannattaa ottaa RCS haltuun jo nyt, jotta yritys on valmiina kun kattavuus laajenee.

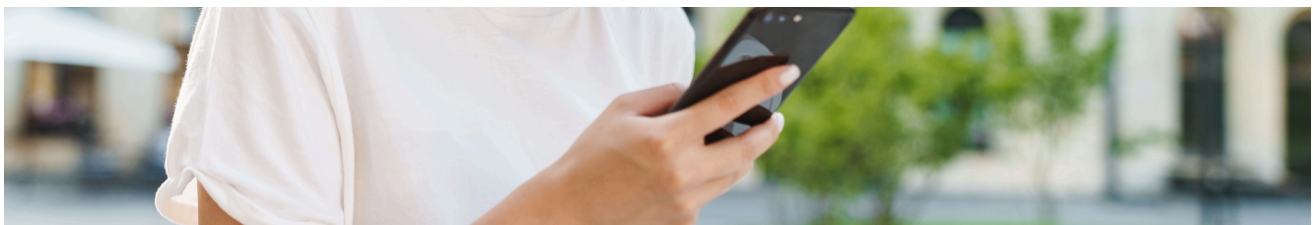
RCS:n tarkoitus

RCS:n (tässä tapauksessa RBM:n) tarkoituksena on yksinkertaisesti antaa yrityksille tehokas työkalu viestiä asiakkaidensa kanssa tavalla, joka tuntuu sekä modernilta että käyttäjäystävälliseltä. Kyse on intuitiivisemmän ja vuorovaikutteisemmän kokemuksen luomisesta, jossa asiakkaat saavat pääsynsä kaikkeen tarvitsemaansa yhdellä viestillä: varauksista ja maksuista asiakastukeen ja tietoihin.



Yritykset, jotka aloittavat RCS-viestinnän jo nyt, hyötyvät eniten

Kun kattavuus vasta laajenee, kilpailu asiakkaan huomiosta RCS-kanavassa on vielä vähäistä. Lähettäjäprofiilin luvitus ja viestien rakentaminen vievät oman aikansa, joten aikaisin aloittanut yritys on valmiina heti kun kattavuus kasvaa, ei vasta silloin lähdössä liikkeelle.

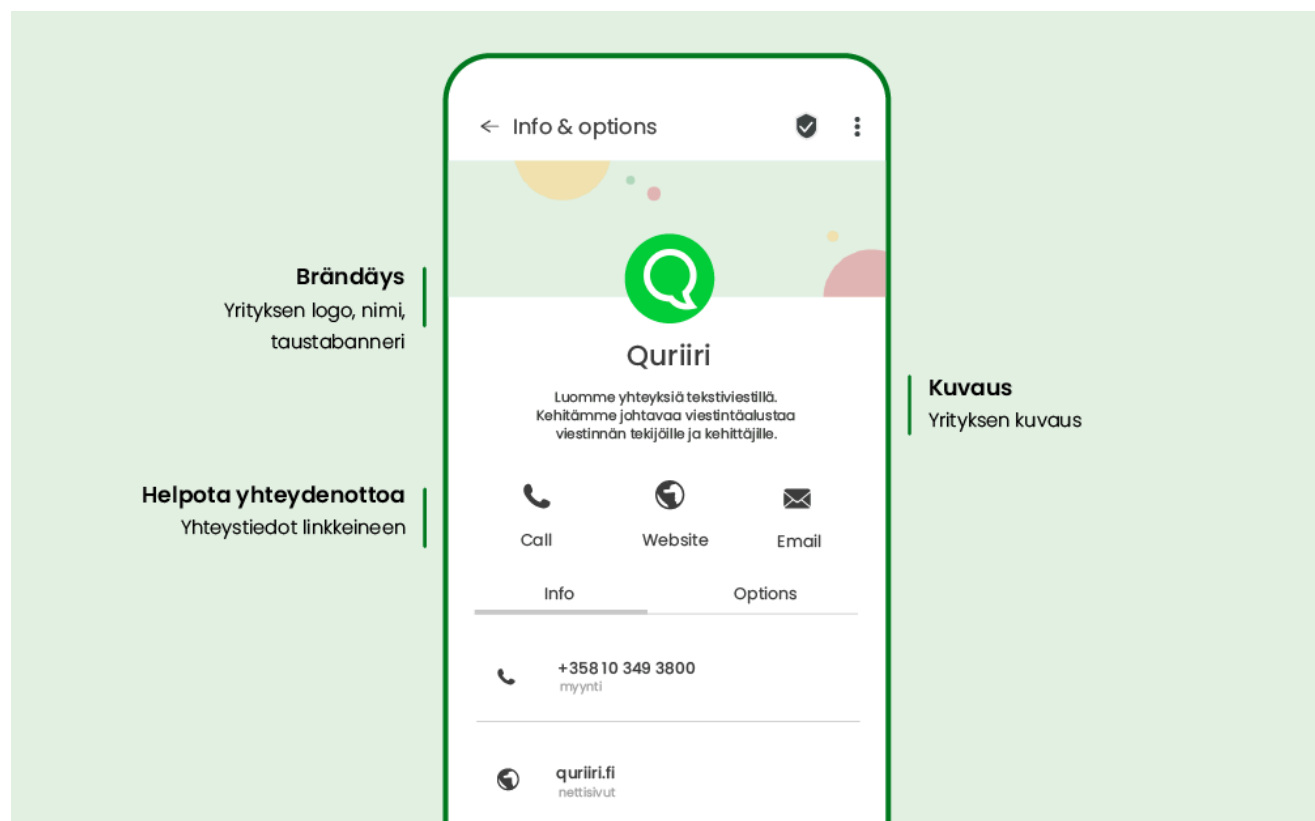


2. RCS:n keskeiset ominaisuudet yrityksille

Verifioitu ja brändätty lähettäjätieto

Ennen kuin yritys voi lähettää RCS-viestejä, täytyy yritykselle luoda lähettäjäprofiili. Lähettäjäprofiili täytyy verifioida niin operaattoreilla kuin Googlellakin. Quriirin kautta tämä onnistuu sujuvasti. Prosessi takaa sen, että asiakas voi luottaa viestin tulevan oikeasti siltä yritykseltä, joka viestissä sanoo lähettäneensä sen.

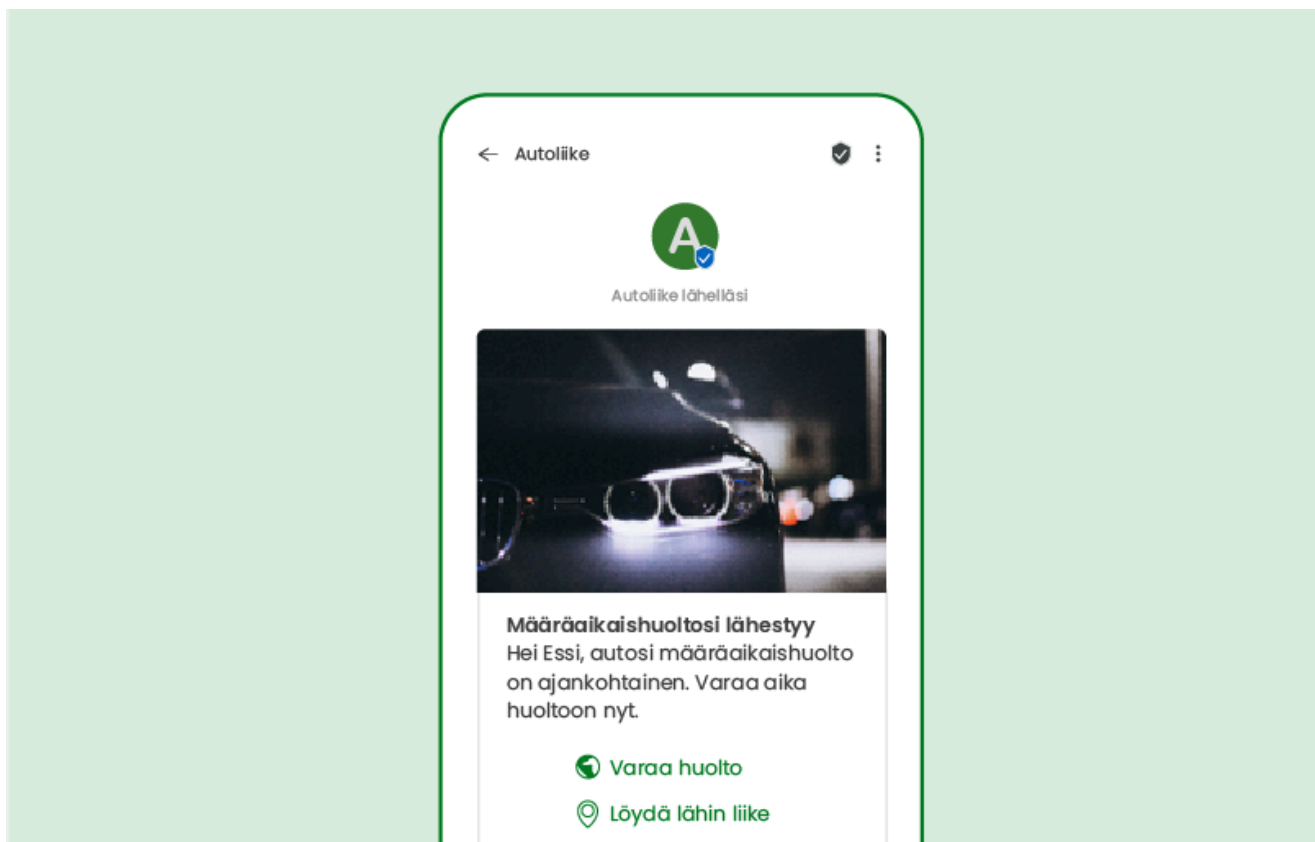
Lähettäjäprofiiliin lisätään nimen lisäksi yrityksen logo, värit, taustakuva sekä yhteystiedot linkkeineen. Viestin vastaanottaja löytää kätevästi yhteystiedot ja voi olla yhteydessä yritykseen helposti.



Sisältökortit

Sisältökortit ovat RCS-viestin ominaisuus, joka mahdollistaa rikkaiden sisältöjen lähettämisen käyttäjälle. Sisältökortit voivat sisältää mediaa, tekstiä ja ehdotettuja vastauksia ja toimintoja käyttäjillesi. Voit sisällyttää tuotekortteihin JPG, PNG, video- ja äänitiedostoja.

Sisältökortteja voi lähettää yksittäin tai ryhmitellä karuselliksi, joka mahdollistaa monien vaihtoehtojen esittämisen samassa viestissä.

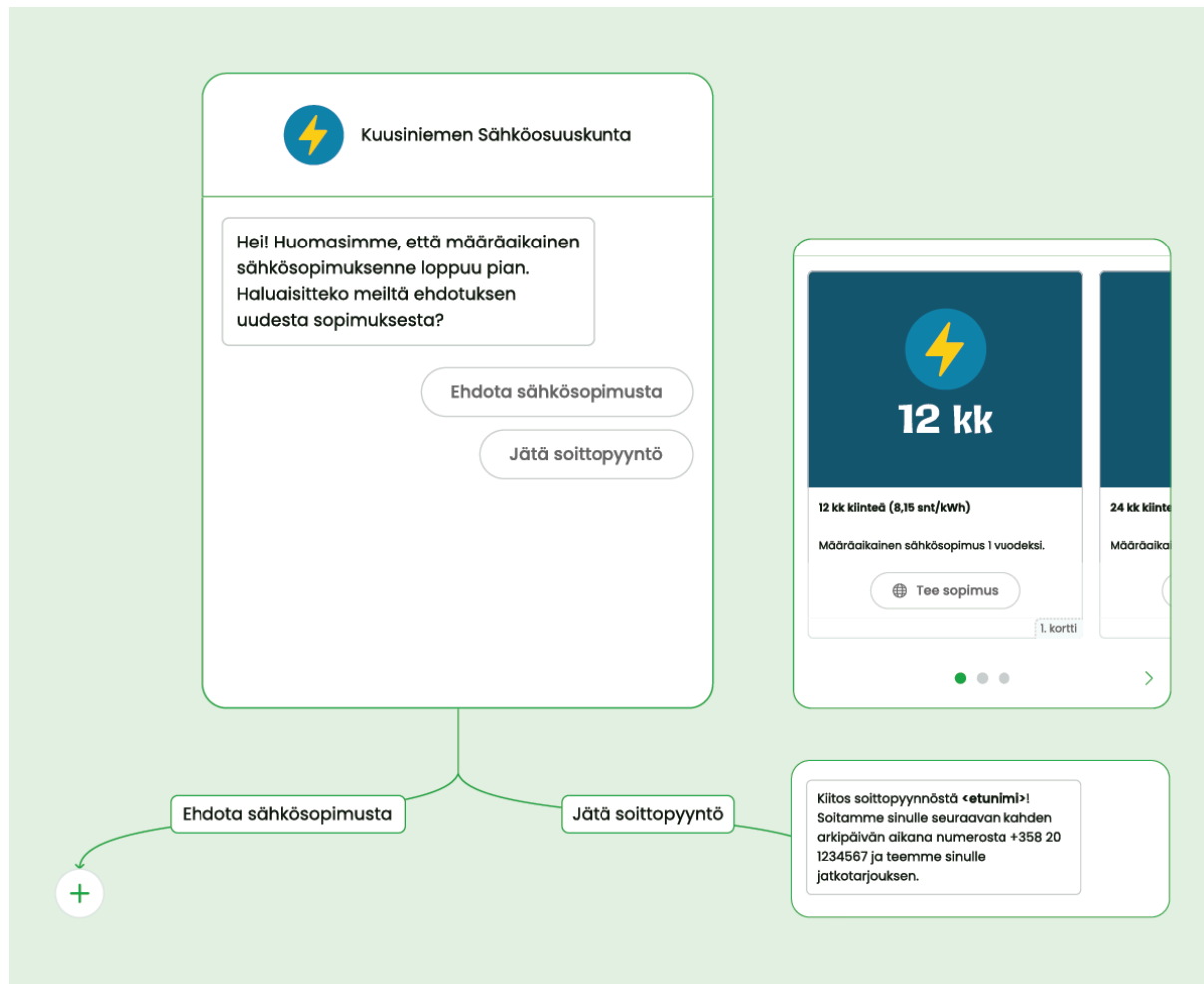


Ehdotetut vastaukset ja toiminnot

Viestiin voi lisätä painikkeita, joilla asiakas vahvistaa ajan, vastaa kyselyyn tai siirtyy suoraan ostoskoriin. Kun vastaaminen vaatii yhden painalluksen kirjoittamisen sijaan, useampi asiakas myös oikeasti vastaa

RCS-keskustelut: ohjaa asiakasta eteenpäin

RCS-viestit mahdollistavat myös keskustelun asiakkaan kanssa. Quriirin RCS-kampanjatyökalun avulla voit rakentaa viestiketjuja, joissa asiakas valitsee valmiista vastausvaihtoehdoista ja saa vastauksen perusteella erilaisen jatkoviestin. Ominaisuus sopii esimerkiksi ajanvarauksiin, tuote- tai palvelukyselyihin ja viestinnän automatisointiin.

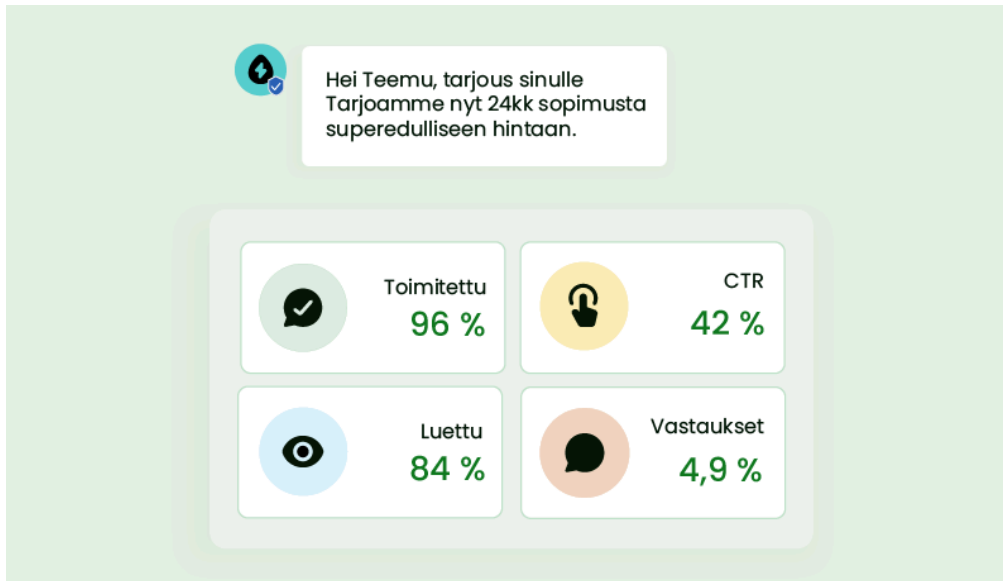


"Kun viestissä näkyy yrityksen logo ja brändi, asiakas tunnistaa lähettäjän heti. Ja kun asiakas tietää, että viesti tulee oikeasti sinulta, hän myös uskaltaa klikata linkkiä tai vastata viestiin."

-Tanja Lipponen, Head of Marketing and Growth, Quriiri

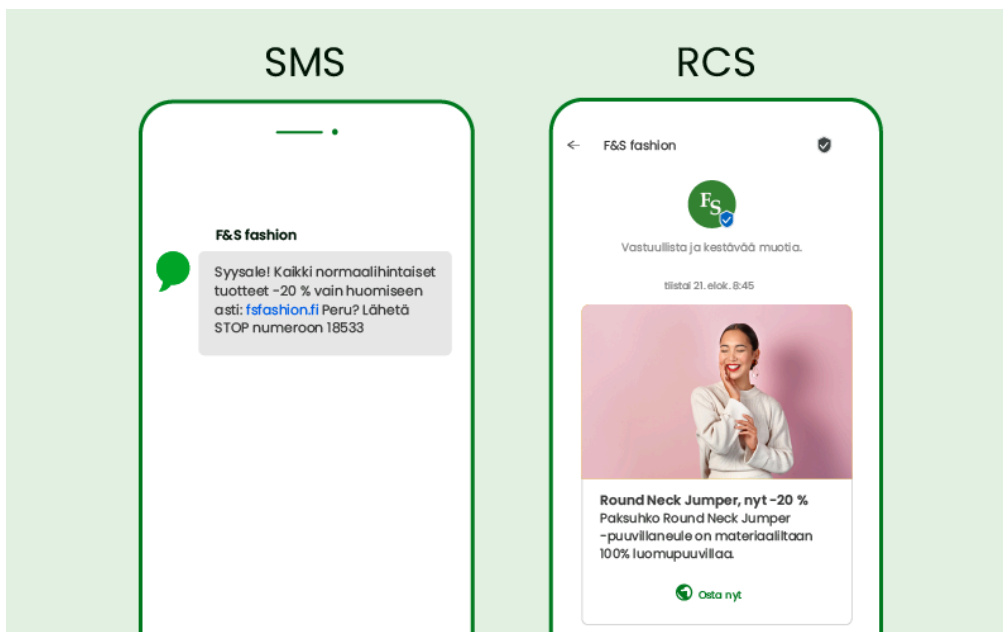
Analytiikka

RCS:n analytiikkaominaisuudet antavat kattavan kuvan kampanjasi tehokkuudesta. Katso milloin asiakkaat avaavat viestisi, linkkien klikkauksia sekä vastauksia. Seuraa miten kampanjasi toimivat ja tee parannuksia.



SMS fallback

Voit asettaa korvaavan SMS-viestin, joka lähetetään automaattisesti, jos vastaanottajan puhelimeen ei voida toimittaa RCS-viestiä.



3. RCS-markkinoinnin lukuja

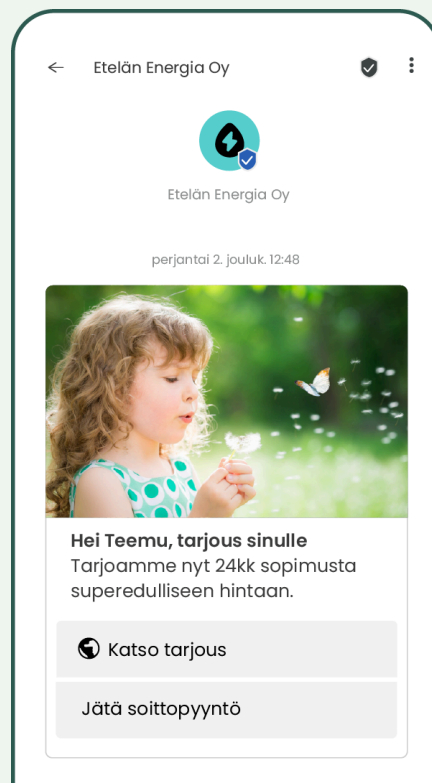
RCS-viestin taustalla on jo lähes kaksi vuosikymmentä kehitystä, ja käytöstä on kertynyt jo dataa. Sinchin kokoamien kampanjatietojen mukaan hyvin toimiva RCS-markkinointi näyttää tyypillisesti tältä:

- **Avausprosentti yli 90 %** – noin 90 % RCS-viesteistä avataan 15 minuutin sisällä toimituksesta
- **Lukuprosentti yli 70 %** – Sinchin kampanjoissa lukuprosentit vaihtelivat 73–79 % välillä
- **Klikkausprosentti tyypillisesti 11–22 %** – tarkka luku vaihtelee kampanjan ja toimialan mukaan, mutta yksittäiset brändikohtaiset tapaustutkimukset ovat asettuneet tälle välille
- **Konversioprosentti jopa 80 %** tietyissä käyttötapauksissa
- **Katseluaika jopa 45 sekuntia** per viesti, mikä antaa mahdollisuuden kertoa tuotteesta ilman erillistä jatkoviestiä.

Näiden lukujen taustalla vaikuttaa luottamus: noin 80 % kuluttajista kertoo, että visuaaliset tunnistet, kuten logo ja varmennusmerkki, lisäävät luottamusta lähettäjäan. RCS:n käyttö kasvoi vuoden 2024 joulusesonkina 111 % edelliseen vuoteen verrattuna.

Luvut kannattaa ottaa suuntaa antavina, ei takuuna. Oma lähtötaso riippuu vastaanottajalistan laadusta, tarjouksesta ja sisällöstä, joten kannattaa hyödyntää RCS:n tarkempaa analytiikkaa (lukuprosentit, toimituskuittaukset, klikkausdata) oman lähtötason määrittämiseen ensimmäisten kampanjoiden aikana, ja optimoida siitä eteenpäin.

Lähde: Sinch



3. Mihin RCS sopii?

Käyttötapauksia

RCS sopii parhaiten interaktiiviseen asiakasviestintään, markkinointiin ja asiakaspalveluun. Tyypillisiä käyttötarkoituksia ovat:

- Tilausvahvistukset ja toimitusseuranta kuvineen (verkkokauppa)
- Muistutukset ja ajanvaraukset, joissa asiakas voi vahvistaa tai siirtää ajan suoraan viestistä
- Palautekyselyt, joihin vastataan yhdellä painalluksella
- Tunnistautuminen ilman erillistä koodin näppäilyä
- Kanta-asiakasedut ja tarjoukset brändätyllä ulkoasulla

Parempi asiakaskokemus

RCS tekee asiakkaan ja yrityksen välisestä viestinnästä helpompaa: asiakas saa tarvitsemansa tiedon suoraan viestisovelluksessa, ilman että hänen tarvitsee ladata erillistä sovellusta tai siirtyä nettisivulle. Moni sovellus ladataan kertaalleen ja unohtuu sen jälkeen käyttämättä pitkäksi aikaa. Kun yritys tarjoaa tiedon siellä, missä asiakas jo on, luottamus kasvaa.

Enemmän myyntiä

Paremman asiakaskokemuksen lisäksi RCS voi avata myös uusia tulomahdollisuuksia. Interaktiiviset painikkeet ja tuotekortit mahdollistavat esimerkiksi personoitujen tarjousten ja tuotesuosittelujen lähettämisen asiakkaan aiemman käyttäytymisen perusteella, sekä muistutukset kesken jääneistä ostoksista. Joillain markkinoilla RCS mahdollistaa myös maksutapahtumia suoraan viestissä; Suomessa tämä ei vielä ole yleisesti käytössä operaattoreiden kautta, mutta kehitystä kannattaa seurata.

4. Näin pääset alkuun

RCS:n käyttöönotossa Quriiri hoitaa suuren osan käytännön työstä puolestasi, eikä prosessi vaadi erillistä IT-projektia. Näin se etenee:

1. Lähettäjäprofiilin luonti ja rekisteröinti

RCS-lähettäjäprofiilia sanotaan RCS-agentiksi. Se on yrityksesi vahvistettu lähettäjä, joka sisältää nimen, logon, värit, taustakuvan sekä yhteystiedot linkkeineen. Quriiri toimittaa RCS-agentin Googlelle ja operaattoreille hyväksyttäväksi.

Agentin luomista varten tarvitset yrityksen tiedot (virallinen nimi, osoite, Y-tunnus), brändiresurssit (logo ja taustakuva määrityksen mukaan), verkkosivustosi aktiiviset URL-osoitteet, tietosuojakäytännön ja ehdot. Autamme sinua agentin luomisessa, jolloin kerromme tarkemmin mitä tietoja tarvitsemme.

2. Tekninen pystytys

Laitamme yrityksellenne lähettäjäprofiilin valmiiksi Quriiriin, jolloin pääsette lähettämään viestejä joko rajapinnan tai käyttöliittymän kautta.

3. Aloita lähetys

Kun kaikki on valmista, voit alkaa viestimään RCS-viesteillä. Voit lähettää viestejä Quriirin kampanjatyökalulla tai rajapinnan kautta. Voit myös hyödyntää molempia: voit esimerkiksi luoda valmiita RCS-kampanjoita ja lähettää niitä rajapinnan kautta. Olemme valmiita vastaamaan kaikkiin kysymyksiisi ja haluamme auttaa sinua hyödyntämään RCS:ää mahdollisimman hyvin ja saavuttamaan haluamasi tulokset.



5. SMS ja RCS: vakuuttavat viestintäkanavat

Asiakkaat odottavat jatkuvasti parempaa palvelua: henkilökohtaisempaa, nopeampaa ja hyödyllisempää. Samaan aikaan asiakaspalvelun ja -viestinnän budjetit eivät yleensä kasva samassa tahdissa odotusten kanssa.

Tekstiviestit ja RCS auttavat ratkaisemaan tämän ristiriidan: ne parantavat asiakaskokemusta ilman, että kustannukset kasvavat samassa suhteessa. Siksi SMS on vakiinnuttanut asemansa asiakasviestinnän keskeisenä kanavana, ja siksi RCS on seuraava luonteva askel yritysten viestinnässä tulevana vuosina.

Autamme mielellämme sekä SMS- että RCS-viestinnän kanssa, oli kyse sitten uuden kanavan käyttöönotosta tai siirtymisestä nykyiseltä viestintäkumppanilta Quriirille.

Ota yhteyttä

Ota meihin yhteyttä, vastaamme mielellämme kysymyksiinne!

Quriiri / NextUp Oy
info@quriiri.fi
+358 (0)10 349 3800

Ota yhteyttä

Tilaa hinnasto



Henrika Hokkanen
Myynti ja asiakkuudet
+358 44 0256066
henrika.hokkanen@quriiri.fi



**luotettava
kumppani**

Quriiri – suurin tie asiakkaasi puhelimeen

Quriiri on rakennettu niitä tilanteita varten, joissa viestinnällä on oikeasti merkitystä. Yhdistämme luotettavan teknologian, selkeät työkalut ja nopean tuen niin, että asiakasviestintä toimii silloin kuin se pitää.

GDPR

yhteensopiva

100 %

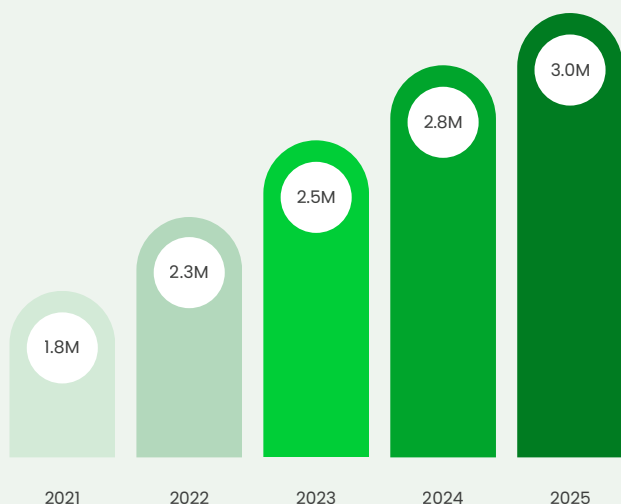
kotimainen

240M+

viestiä vuodessa

9,5

suositte-
luhalukkuus



Quriiria kehittää kotimainen NextUp Oy, ja olemme kasvaneet tasaisesti perustamisvuodestamme 2015 lähtien.

Olemme vakavarainen ja pitkälle tulevaisuuteen katsova yritys, jonka tavoitteena on tehdä viestinnästä yksinkertaisempaa ja tehokkaampaa – nyt ja jatkossa.

Miksi Quriiri

Luotettavuus

Viestit menevät perille. Panostamme laatuun ja luotettavuuteen.

Kotimaisuus

Ymmärrämme suomalaiset sääntelyvaatimukset, Traficomien määräykset ja GDPR:n. Data pysyy Suomessa.

Nopea asiakaspalvelu

Meiltä saa asiantuntevaa tukea nopeasti ilman jonottamista.