

TIEKE

**Sosiaalisen median kanavien hyödyntäminen viestinnässä,
markkinoinnissa ja asiakaspalvelussa**
22.10.2020

Mikko Eloholma | Projektiasiantuntija, Digitaidot
TIEKE Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry
@eloholmamikko @tiekery #DigiTahti

Webinaarin tavoitteet

- Ymmärtää Facebookin, Instagramin, Twitterin ja LinkedInin pääominaisuuksia
- Ymmärtää em. kanavien keskinäiset erot
 - Käyttäjien ikäjakauma
 - Minkälaiseen viestintään ja keskusteluun kanava sopii?

Webinaarin rakenne

1. Orientoiva harjoitus
2. Sosiaalisen median pääpiirteitä
3. Facebook
4. Instagram
5. Twitter
6. LinkedIn
7. Yhteenveto

Orientoiva harjoitus

- Klikkaa chatissa olevaa linkkiä, joka ohjaa sinut verkossa olevaan kyselyyn.
- Kerro, mitä sosiaalisen median kanavia olet yrityksessäsi käyttänyt. **Vastaaminen on täysin anonyymiä, mutta yleisiä tuloksia esitellään seuraavaksi.**

Sosiaalinen media?

- Käyttäjälähtöisyys
 - Tekstin, kuvan, videon ja linkkien jakaminen
- Reaaliaikaisuus
- Sosiaalisuus, yhteisöllisyys, verkostomaisuus
 - Mahdollisuus tavoittaa “kuka tahansa koska tahansa”
 - Käytännössä ihmisten tavoittaminen vaatii hyvää verkostoa ja pitkäjänteistä aktiivisuutta.
- Verkostomaisuus
 - Aihetunnisteet (#)



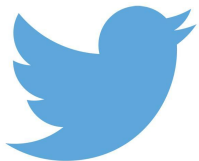
Suomalaisten sosiaalisen median käyttö



Facebook: 2.7miljoonaa



Instagram: 1.6 miljoonaa



Twitter: 0.9 miljoonaa

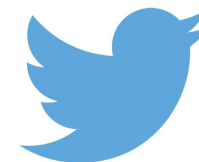


LinkedIn: 0.7 miljoonaa

Lähde: <https://www.meltwater.com/fi/blog/suomalaisten-somen-kaytto>

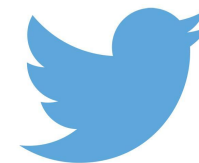


Kaikissa palveluissa voi...



- Luoda oman tilin yksityishenkilönä tai yrityksenä
- Jakaa tekstiä, kuvia, linkkejä tai videoita sisältäviä päivityksiä.
 - Päivitykset voi merkitä aihetunnisteilla (esim. #digitahti)
 - Facebook, LinkedIn ja Instagram: Päivitykset julkisia tai omalle verkostolle
 - Twitterissä päivitykset julkisia
- Tykätä muiden julkaisuista ja jakaa niitä omalle “seinälleen”.
- Osallistua päivitysten yhteydessä käytävään keskusteluun.

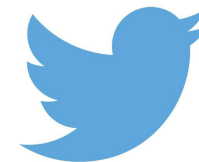
Somemarkkinoinnin nyrkkisääntö:



Jos haluaa lisätä seuraajiensa määrää ja saada näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa, täytyy olla jatkuvasti aktiivinen. Kanavat suosivat aktiivisten käyttäjien päivityksiä ja ne saavat enemmän näkyvyyttä.



Mutta:



Vaikka aktiivinen ei olisikaan, kannattaa esim. Facebook-sivu yritykselle olla olemassa satunnaistakin tiedottamista varten. Kannattaa aloittaa pienestä ja ottaa uusia kanavia käyttöön vähitellen.



Facebookin, Instagramin, Twitterin ja LinkedInin esittelyt

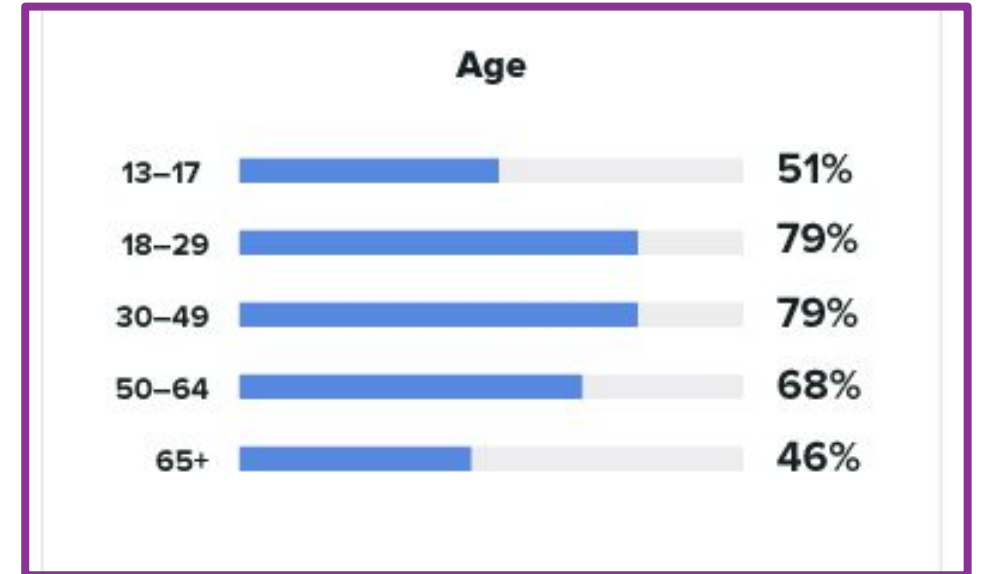
Facebook

Tarjoaa käyttäjille mahdollisuuden kuvallisen käyttäjäprofiilin luomiseen ja yhteydenpitoon ystäviensä kanssa sekä liittymiseen erilaisiin **ryhmiin** ja **tapahtumiin**.

Käyttövinkkejä

- Facebook-sivun perustaminen
 - Tiedottaminen ja asiakaspalvelu (chat)
 - Kuvien ja päivitysten jakaminen
 - Kannattaa pohtia kotisivujen ja FB-sivun suhde
- Markkinointi ryhmissä epäsuoraan ja suoraan (tarkista ryhmän säännöt).

Käyttäjät



Lähde: sproutsocial.com

Esimerkki: Julkinen ryhmä
[Matkaile Suomessa -
Vinkkejä ja ideoita](#)



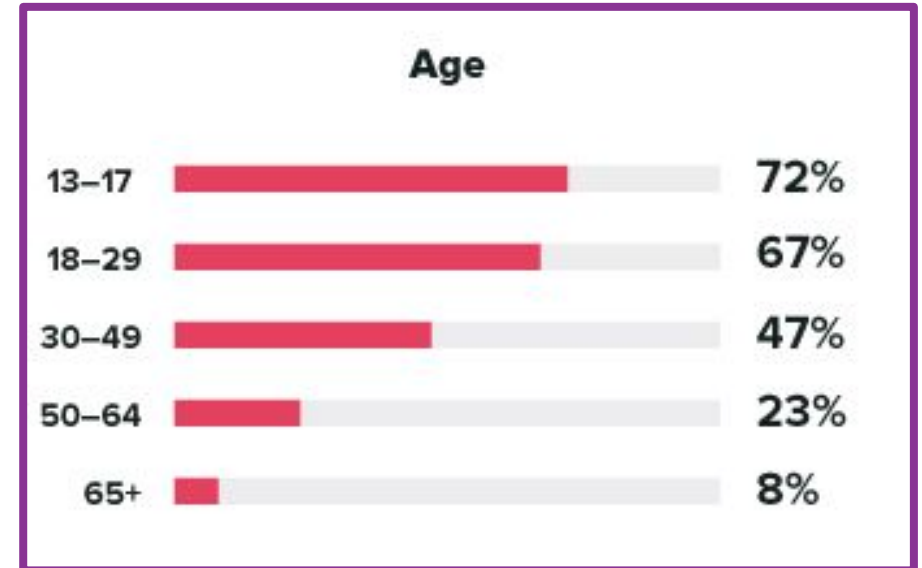
Instagram

Pääosin mobiililaitteilla (“instant”) käytettävä kuvien ja videoiden jakopalvelu.

Käyttövinkkejä

- Kuvien, videoiden ja tunnelman välitys
 - Aihetunnisteet (#, hashtagit)
- Kaiken viestinnän visuaalisuus tärkeää
 - Käyttäjät saattavat etsiä esim. kuvia ruoka-annoksista tai maisemista yrityksen tilin tai aihetunnisteen kautta.
- Maksettu mainonta suoraan tai suosittujen käyttäjien kautta.

Käyttäjät



Lähde: sproutsocial.com

Esimerkki:

Julkinen tili [myhelsinki](#)



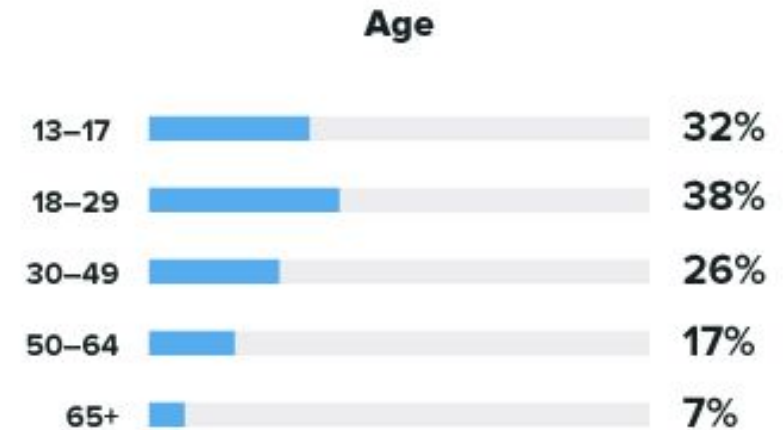
Twitter

Twitterissä käyttäjät (henkilöt tai organisaatiot) voivat lähettää ja seurata toistensa julkisia viestejä eli twiittejä (max. 280 merkkiä).

Käyttövinkkejä

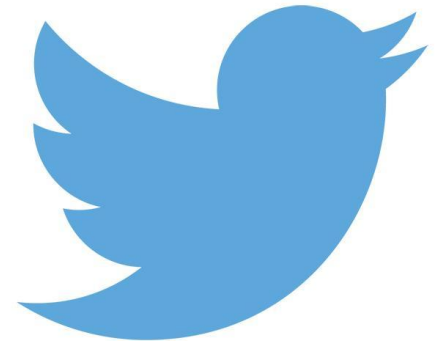
- Vaikuttamistyö, näkyvyyden saaminen
- Tunnetumpien käyttäjien käymään keskusteluun osallistuminen
- Julkaisun merkkiraja 280 -> linkkien jakaminen
- Lyhyt merkkimäärä tekee viestinnästä helposti raflaavaa ja kärjistävää. Somekohuja kannattaa varoa!

Käyttäjät



Lähde: sproutsocial.com

Esimerkki:
Aihetunniste
[#digitahti](#)



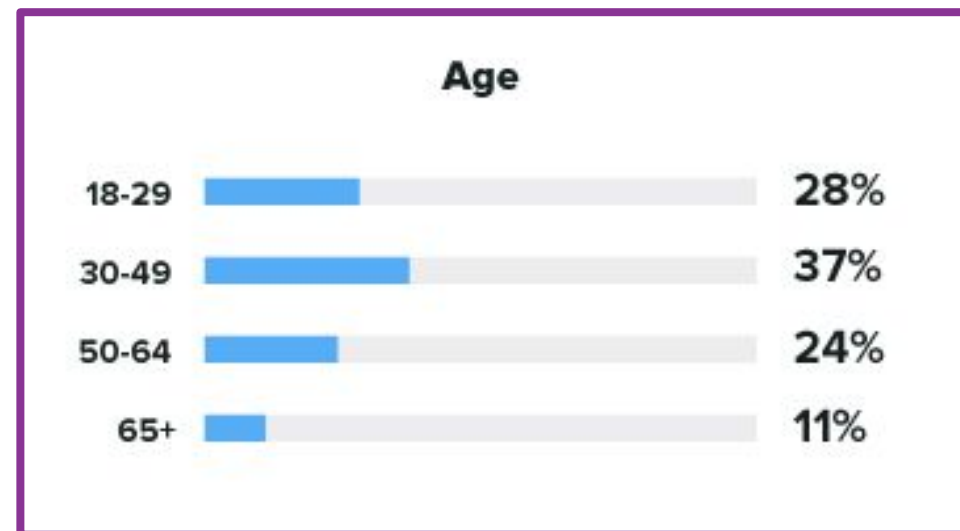
LinkedIn

Yhteisö- ja verkostoitumispalvelu, johon voi ladata ansioluettelonsa, harrastuksensa ja kiinnostuksen kohteensa sekä jakaa suosituksia työkontaktien kesken.

Käyttövinkkejä

- Ammatillisen keskustelun käyminen ja oman yrityksen näkyvyyden lisääminen
- Markkinointitempaukset ja maksettu mainonta
- Asiantuntijanäkökulmalla julkaistut blogitekstit ja videot.

Käyttäjät



Lähde: sproutsocial.com





Kysymyksiä ja keskustelua?



Lisätietoa ja lukemista

Meltwater: Suomalaisten sosiaalisen median käyttö

<https://www.meltwater.com/fi/blog/suomalaisten-somen-kaytto>

Kuulu.fi: Somestrategia - Onnistu somen sisällöntuotannossa

<https://www.kuulu.fi/blogi/somestrategia-onnistu-somen-sisallontuotannossa/>

Sproutsocial.com: Social Media Demographics 2020

<https://sproutsocial.com/insights/new-social-media-demographics/#IG-demographics>