




Orgaanisen somen menestysresepti -webinaari

KAISA AARNIO

Kouluttaja



Kaisa Aarnio
★ Head of Social Media @ Tulos Helsinki

 Tulos Helsinki Oy

Agenda 28.2.2023

- Sosiaalisen median strategia
- Sosiaalisen median presenssi ja sisältöjen suunnittelu
- Community management
- Seuranta ja kehittäminen
- Q & A



Mitä eroa on sosiaalisen median orgaanisella ja maksetulla tekemisellä?

Orgaaninen

vs.

Maksettu



Mistä lähteä liikkeelle, kun yritys haluaa siirtyä sosiaaliseen mediaan?

Sosiaalisen median strategia

1. Tavoitteiden määrittäminen

- Liiketoiminnan tavoitteet?
- Mitä haluat saavuttaa sosiaalisessa mediassa?
- Lyhyen ja pitkän aikavälin tavoitteet



Sosiaalisen median strategia

2. Mittarit

- Mitä mitataan?
- Konkreettiset ja selkeät mittarit
 - mittaavuuden helppous!

3. Kohderyhmät

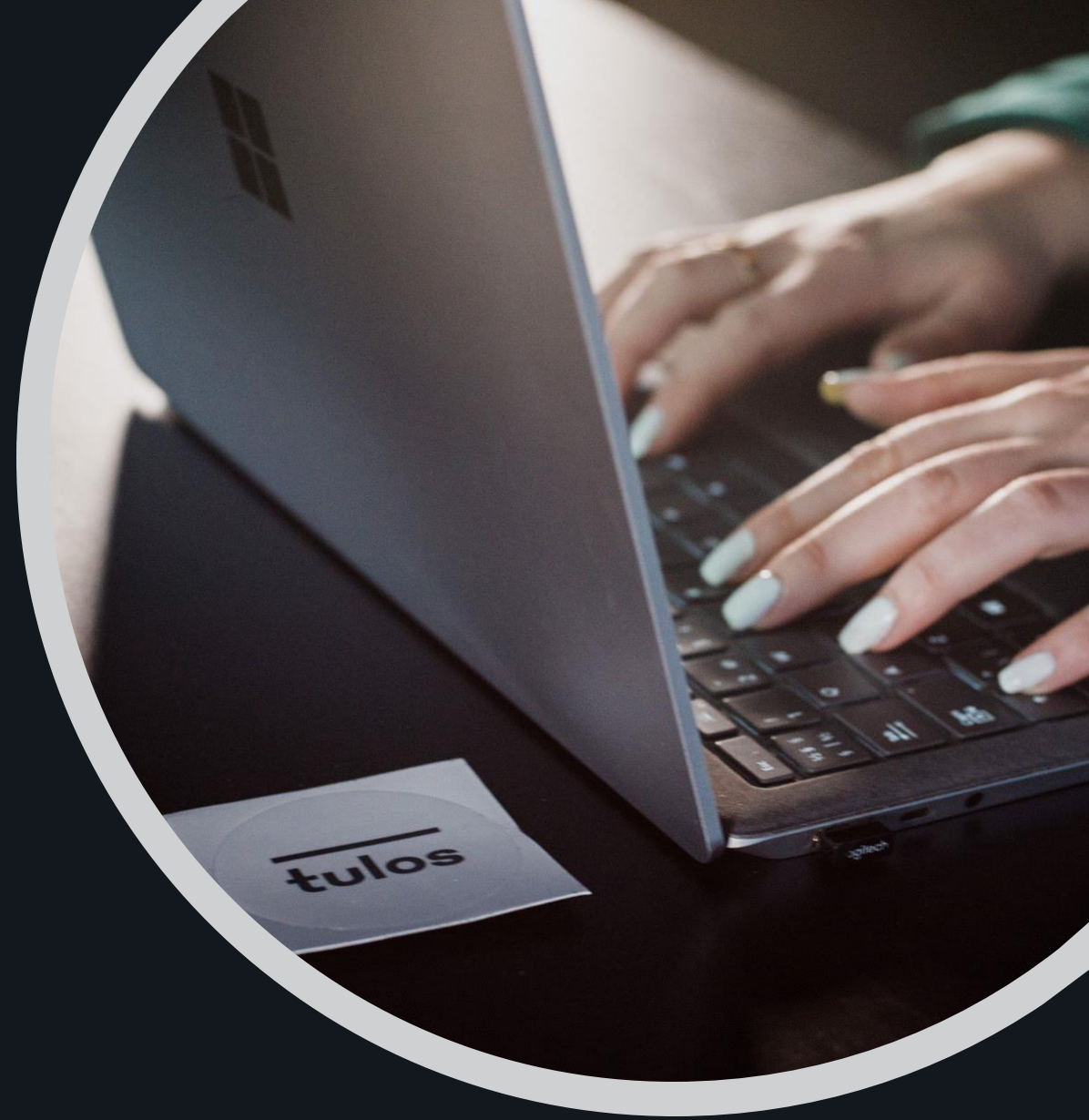
- Potentiaaliset asiakkaat?
 - Asuinpaikka, ikä, kiinnostuksen kohteet?



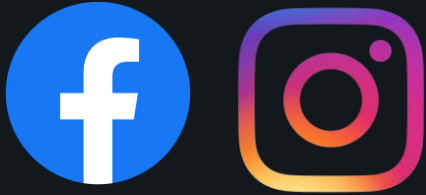
Sosiaalisen median strategia

4. Kanavat

- Mistä kanavasta kohderyhmäsi löytyy?
- Yksi kanava vs. monta somekanavaa?
- Pelkät olemassa olevat kanavat eivät tuo lisäarvoa



Sosiaalisen median kanavat



3.4M suomalaista käyttäjää
FB: aktiivisin kohderyhmä +45v.
IG: aktiivisin kohderyhmä noin 18-34v.



LI: B2B / tarkat yrityskohderyhmät, rekrytointi
TW: Poliittikka, yhteiskunta, media-ala, esports



Nuori kohderyhmä 18-34v.
Laajasti eri aihealueita



Naiset
Ruoka/reseptiikka
Huonekalut, sisustus jne.

Missä ja miten yritys näkyy
sosiaalisessa mediassa?

Ensiaskleet somepresenssin suunnitteluun

1. Missä kanavissa asiakkaat ovat?
Kuinka monen kanavan ylläpitoon resurssit riittävät?
2. Määrittele vastaukset 5 tärkeimpään kysymykseen:
Mitä julkaistaan? Milloin julkaistaan? Minne julkaistaan?
Kuka julkaisee? Kuinka usein?
→ vastuiden määrittely
3. Hoidetaanko sosiaalinen media itse vai ulkoistetaanko?
Onko resursseja ja aikaa suunnitteluun, päivittämiseen ja seurantaan?
Ulkoistaminen?

Vinkkejä pienyrityksille

- Keskity tärkeimpiin kanaviin
- Säännöllisyys ja suunnitelmallisuus kaiken A ja O
- Keskity sisällön laatuun määrän sijaan



Sisältöjen suunnittelu

- **Säännöllisyys ja suunnitelmallisuus!**
 - Markkinointi yhtenäinen kokonaisuus
- **Sisältöjen luominen**
 - Monipuolisuus
 - Kanavakohtaiset sisällöt
 - Vuosikello/teemakalenteri
- **Sisältösuunnitelma**
 - Postausteksti
 - Kuva/video/linkki
 - Julkaisupäivämäärä
 - Mahdollinen mainonnan budjetti



Tone of voice

- Äänensävy eli **miten** brändi puhuu ja **miltä** se kuulostaa?
 - *Miten se kommunikoi?*
 - *Millaisia termejä käytetään?*
 - *Millaisilla adjektiiveilla brändin äänensävyä voisi kuvata?*
- Selkeä omaperäinen tone of voice on kilpailuetu



Finlayson

Finlayson
3d · 🌐

Olo on voimaton. Ollut jo vuoden päivät. Murhaat ihmisiä ja hävität kulttuuria sekä luontoa. Valehtelet kumppaneillesi ja kansallesi. Aiheutat korvaamatonta vahinkoa. Olet kaivanut itsellesi kuopan, josta sinun on mahdotonta nousta. Mutta olet silti ihminen, joka voi pysäyttää sodan ja käynnistää parantumisprosessin. Olisiko sinun jo aika valita ainoa oikea tie – rauhan tie?

SAATANNA.
NYT RIITTÄÄ.



Wendy's

McDonald's ✓
@McDonaldsCorp

Black Friday **** Need copy and link****
6:00 AM - Nov 24, 2017
1,476 22,851 72,463

Wendy's ✓
@Wendys

When the tweets are as broken as the ice cream machine. [twitter.com/McDonaldsCorp/...](https://twitter.com/McDonaldsCorp/)
4:59 PM - Nov 24, 2017
8,441 287,069 766,309

Millaista sisältöä kannattaa
tuottaa?



Miten lähteä liikkeelle?

- Käy läpi olemassa olevien kanavien nykyiset sisällöt
 - Mikä toimii / ei toimi?
 - Mikä sisältö puuttuu?
- Määritä muutama sisältötyyppi
 - Sisällöntuotannon helppous
 - Kenelle & miksi



MOTIVAATIOIDEN KARTOITUS

Työkalu sisällön suunnitteluun

Motivaatioiden määrittely

1. Tunnista haasteet ja motivaattorit kategorioille / palveluille / tuotteille
2. Liitä haasteet ja motivaattorit etuihin ja call-to-actioneihin
3. Muotoile viestit julkaisuiksi



Pohdi, mikä motivoi erilaisia yleisöjä – ja käytä motivaattoreita inspiroimaan

The image displays three distinct social media ad creatives for SodaStream, each presented in a vertical panel with a corresponding colored base. The first panel, on the left, features a dark background with a large yellow '36' and the word 'FLAVORS' in white. A bottle of 'LEMON BASIL' soda is shown to the right. Below this is a blue base with the word 'BARRIER' in white, a white box containing the text '"There won't be a flavor for me"', and the theme 'Theme: Wide Selection'. The middle panel has a white background with colorful confetti and the text 'FREE SHIPPING' in large yellow letters. Below it is a yellow base with 'BARRIER' in white, a white box with '"Why buy soda online when there's a store around the corner?"', and the theme 'Theme: Free Shipping'. The third panel, on the right, has a green background with leaf patterns and the text 'FRESHLY PICKED INGREDIENTS' in white. Below it is a dark red base with 'MOTIVATOR' in white, a white box with '"I care about craft and all natural ingredients."', and the theme 'Theme: Natural Ingredients'.

Source: Facebook Creatives 2021

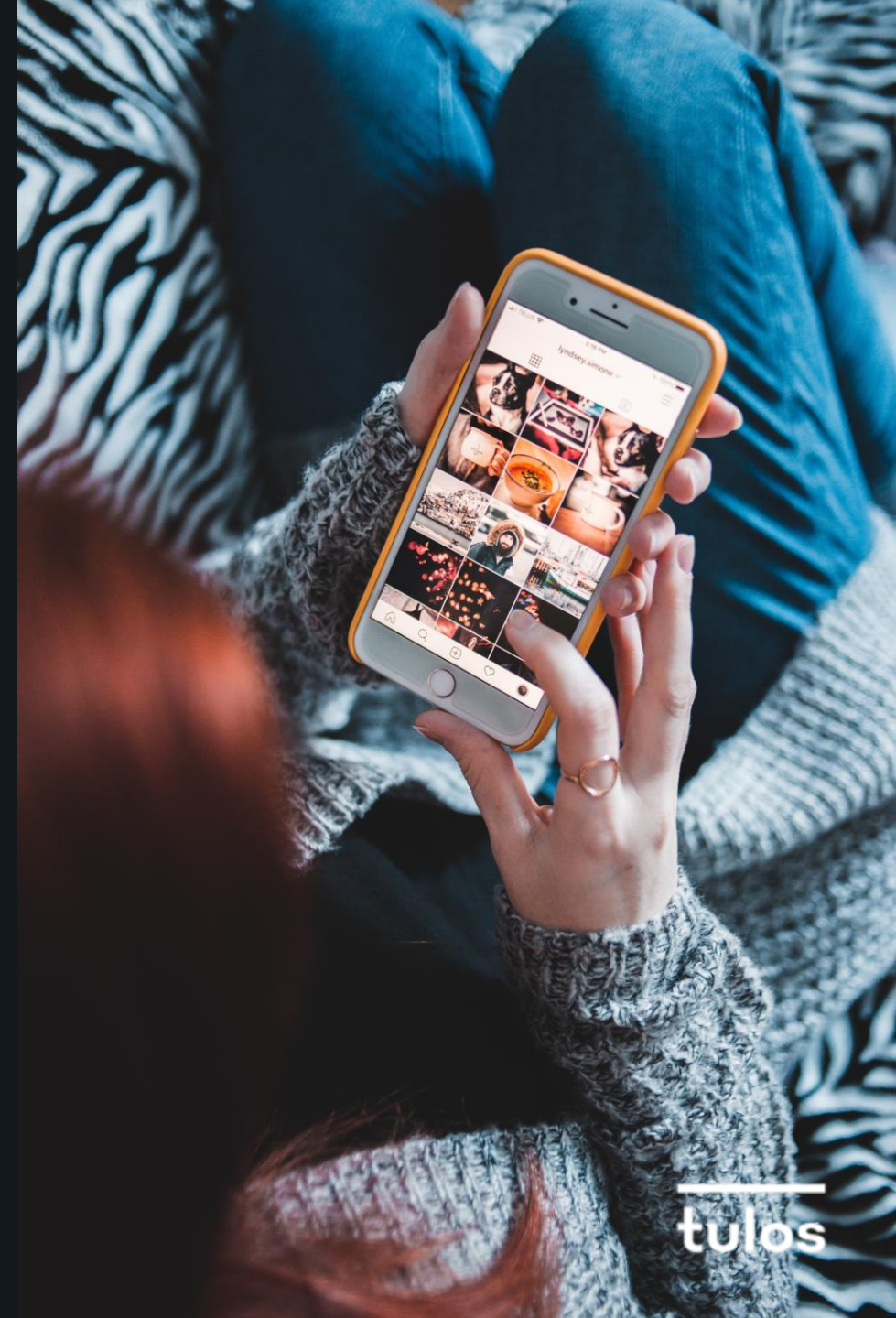
Sisällön aitous

- *TikTok-ilmio*
→ Sisältö yhä aidompaa ja vähemmän tuotettua
- Istuu luontevasti kanavaan
- Yritysten vs. somekäyttäjien tuottama sisältö



Mitä hyödyntää sisällöissä?

- Monipuoliset sisältömuodot
→ Story, Reels, feed, live jne
- Trendit ja ajankohtaisuus
- Sitoutunut kohderyhmä → kysy!
 - Kysymykset sisältöjen pohjana



Community management: Pidä huolta yhteisöstäsi



Community Management

- Reagoi asiakkaiden kommentteihin
- Yksityisviesteihin vastaus 24h sisällä
- Negatiivisiin kommentteihin vastaus → älä poista
 - Yhteisön reaktio
 - Reklamaatio ja korvausasiat

Seuraa, analysoi ja kehitä!

Analysoi ja kehitä

- Pelkkä seuraaminen ei tuo tuloksia
- Analysoi tuloksia
 - Miten tavoitteisiin ollaan päästy?
 - Missä kanavissa onnistuttu?
 - Missä parantamisen varaa?
- Kehitä sisältöä ja tekemistä
- Sosiaalinen media elää koko ajan, sisältöjen ja tekemisen tulisi elää muutoksen mukana.

Yhteenvetona

- Aloita aina **somestrategiasta!**
- Tee kanavavalinnat **kohderyhmän** perusteella
- Suunnittele sosiaalisen median vastualueet
- Panosta sisällön **laatuun ja säännöllisyyteen**
- Seuraa aktiivisesti, **analysoi ja kehitä** tekemistä!

KYSYMYKSIÄ





KIITOS!

KAISA AARNIO

kaisa.aarnio@tulos.fi

050 35 73 117

**tulos**