

# Työkalupakki sosiaalisen median hyödyntämiseen

Taina Myöhänen  
[Get it Right Helsinki](#)  
6.5.2010

*Get it Right*

... eli mitä sosiaalisen median hyödyntäminen  
käytännössä yritykselle tarkoittaa

# Get it Right Helsinki Oy

- Get it Right on strategisen verkkomarkkinoinnin asiantuntijayritys. Autamme asiakkaitamme tekemään parempaa ja tuloksellisempaa liiketoimintaa verkossa. Olemme erikoistuneet markkinoinnin tuottavuuden mittaamiseen ja kehittämiseen sekä tuloksellisten Internet-markkinointistrategioiden luomiseen.
- Tarjoamme yritysjohdolle ja markkinoinnin ammattilaisille keskustelu- ja sparrauskumppanin verkon hyödyntämiseen liittyvissä aiheissa.
- Toteutamme valikoituja hakukonemarkkinoinnin, sosiaalisen median optimoinnin ja web-analytiikan palveluita.
- Toiminnassamme korostuu sitoutuminen asiakkaidemme liiketoiminnan kehittämiseen sekä kyky tuottaa yksiselitteisiä, mitattavia menestystarinoita.

# Faktaa sosiaalisesta mediasta

- Vuonna 2009 Suomen eniten haetuina sana Googlessa oli Facebook
- Suomen suosituimmista sivustoista 5/10 on sosiaalisen median sivuja
- Jos Facebook olisi maa, se olisi maailman neljänneksi suurin
- Sosiaalinen media on Internetissä suositumpaa kuin porno
- 1/8 USA:ssa vihityistä pareista tapasi sosiaalisen median kautta 2009
- Facebookiin tuli 100 miljoonaa käyttäjää alle 9 kuukaudessa
- YouTube on toiseksi suurin hakukone maailmassa
- Jos Wikipedian artikkeleista saisi 1\$, joku ansaitsisi 156,23 \$ tunnissa
- 25% kaikesta mediasta tuotetaan toimestamme vuoteen 2012 mennessä

Lähteet: Google Zietgeist Finland 2009 / Alexa / Sosinomics / Huffington Post / McKinsey Study / Mashable / TGDaily / Sosinomics / Nokia

**katso video osoitteessa [www.getitright.fi](http://www.getitright.fi)**

*Get it Right*

# Näkökulmia sosiaaliseen mediaan

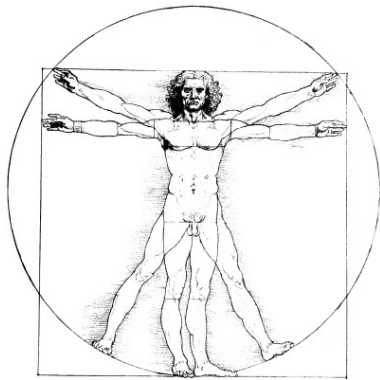
- “What happens in Vegas stays on YouTube, Flickr, Twitter, Facebook...”
- Tekniikka on uutta, mutta ihmisillä on aina ollut tarve kuulua yhteisöihin
- Sosiaalinen media mahdollistaa maantieteelliset rajat ylittävät yhteisöt
- Verkkoyhteisöt tekevät sosiaaliset suhteet ja keskustelut navigoitaviksi
- Digitaalisia jalanjälkiä on hankala pyyhkiä
- Kuluttajat luottavat vertaisverkon suosituksiin
- Tuotteet ja palvelut löytävät meidät jatkossa sosiaalisen median kautta
- **Yritykset siirtyvät mainonnasta ja markkinoinnista sisällöntuotantoon, tapahtumajärjestelyyn, mielipidevaikuttamiseen...**

**kulttuurin muutos?**

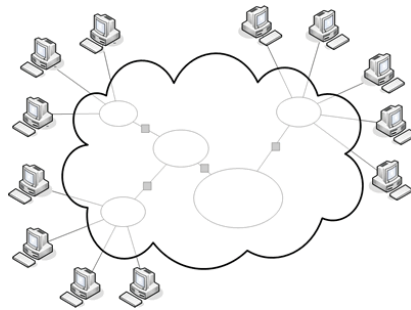
Lähteet: Sosinomics / Jaokar & al

*Get it Right*

# Sosiaalisen median työkalut



+



+



*Get it Right*

# Sosiaalisen median työkalut, esimerkki

Niina,  
tamperelainen  
vaatehullu nainen

+

Elisa ADSL  
MacBook

+

Blogger  
Indiedays

= **Nelliinan vaatehuone**

<http://nelliina.indiedays.com/>

*Get it Right*



... mutta ei siinä vielä kaikki...

# Sosiaalinen media on prosessi, ei kampanja

- Monet sosiaalisen median asiantuntijat ja mainostoimistot keskittyvät sosiaalisen median sovelluksiin: Facebook-kampanjoihin, blogien rakentamiseen, foorumeiden pystyttämiseen, tuote-esittelyihin YouTubessa.
- Sovellukset ovat kuitenkin vain väline, joka mahdollistaa kommunikoinnin. Välineen käytön voi oppia helposti, mutta vasta **sisällöllä ja keskustelulla on arvoa.**
- Sosiaalinen media on **suhteiden rakentamista**. Kampanjoiden rakentaminen on investointi sosiaalisen median sovelluksiin nopeiden tuloksien toivossa; aito sosiaalinen media on prosessi, joka luo suhteita (esimerkiksi potentiaalisiin asiakkaisiin) ja pitää olemassa olevia suhteita yllä.

(hyvä)

**strategia + sisältö + prosessi**

= säännölliset toimenpiteet

**= onnistunut sosiaalinen media**

*Get it Right*

Nelliinan vaatehuone

“osaan paremmin”  
vaatehulluus

ompelemisesta, pukeutumisesta,  
kauniista asioista, kengistä... “kuplivaa  
ja huumorilla höystettyä vuodatusta”

**strategia + sisältö + prosessi**

päivittäinen postaus

**= onnistunut sosiaalinen media**

Blogilistan luetuin ja tilatuin, uusia ystäviä, julkisuutta,  
sivutuloja mainonnasta, tuotelahjoja...

<http://nelliina.indiedays.com/>

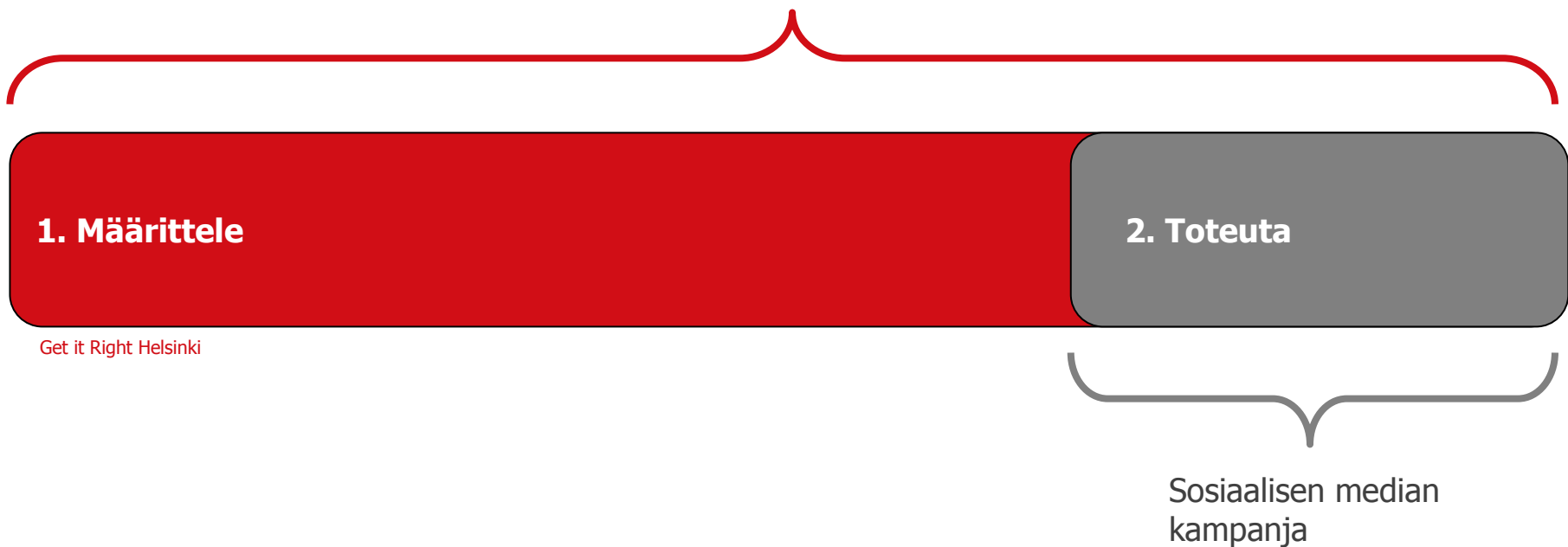
*Get it Right*

# Sosiaalisen median strategia

## = työkalu sosiaalisen median hallintaan

Et voi hallita sitä mitä ihmiset puhuvat yrityksestäsi verkossa, mutta voit hallita sitä, miten yrityksesi vastaa puheeseen ja mitä itse julkaiset.

# Sosiaalisen median strateginen toteutus



Get it Right Helsinki

# ROAD-malli



**Tutki** kohderyhmääsi ja sitä mitä yrityksesi sanotaan

Määrittele tutkimuksen pohjalta **tavoitteet** ja mittarit

Luo sosiaalisen median **strategia** ja taktinen toimintasuunnitelma

Valitse toimintasuunnitelmaasi sovelutuvat **sovellukset** ja työkalut

# Tutki!

- **Tutustu** erilaisiin sosiaalisen median sovelluksiin ja palveluihin
- **Löydä** kohderyhmäsi ja heidän reviirinsä
- **Kuuntele**, mistä puhutaan, miten puhutaan ja mitä teistä puhutaan
- **Vertaile** keskusteluja teistä ja muista

**Sosiaalisessa mediassa vakoilu on sallittua!**

# Määrittele tavoitteet!

- **Hyödynnä tutkimaasi!**
- Määrittele onnistumisen edellytykset
- Vaadi **mitattavuutta**, sano ei pehmeille arvoille
- Luo **seurannan prosessi**, jolla tarkkailet tavoitteiden toteutumista

**You cant achieve what you cant measure**

# Esimerkkejä tavoitteista

- Verkkosivujen laadukkaan liikenteen lisääminen
- Liidien määrän kasvu
- Myynnin kasvu
- Löydettävyyden parantaminen
- Tuotteen tai yrityksen maineen kasvattaminen
- Asiakaspalvelukustannusten pienentäminen
- Asiakaspalvelun parantaminen

# Esimerkkejä mittareista

- Kävijämäärät ja liikenteen lähteet
- Verkoston koko (seuraajat, fanit, jäsenet, kirjautuneet jne)
- Tuotetta / yritystä koskevien kommenttien määrä / laatu
- Löydettävyys
- Liidien määrä
- Merkittävien kontaktien määrä
- Myynnin konversio
- ROI
- Peitto sosiaalisessa mediassa / ko. palvelussa

# Luo strategia!

- **Hyödynnä tutkimaasi**
- **Linjaa** strategia tavoitteisiin
- **Varmista**, että strategia on linjassa muihin yrityksen strategioihin
- **Analysoi** yrityksen lähtötilanne
- **Huomioi** työntekijät
- **Määrittele toimenpiteet**

Strategia ei ole "pistä Facebook-sivu pystyyn"

## (ja vasta sitten) valitse sovellukset

- Julkiset tai ammatilliset sosiaaliset verkostot: LinkedIn, Facebook, Nymz...
- Mikroblogit: Twitter, Jaiku...
- Yrityksen oma blogi: alustaksi Wordpress, Blogger...
- Sisällönjakamiseen tarkoitettut sivustot: Youtube, Flickr, Slideshare...
- Foorumit ja keskustelupalstat
- Sosiaaliset linkkilistat: Digg, Delicious...
- Yrityksen ylläpitämät wikit

**Valinnan perusteena se, kuinka hyvin sovellus sopii strategiaan  
- ei se, mikä on pop**

# Tuota sisältöä, joka on..

- Mielenkiintoista
- Informatiivista
- Luettavaa
- Oikein kirjoitettua
- Henkilökohtaista
- Kohderyhmää puhuttelevaa
- Yrityksen edun mukaista
- Strategian mukaista
- Sovellukseen sopivaa

**Kukaan ei halua  
keskustella logon  
kanssa**

# Luo prosessi

“What you really need is a **person** who has **time** and **passion** for the **regular** online communication”

# Sosiaalisen median seitsemän käskyä

- Älä valehtele
- Älä esitä
- Älä osta ääniä
- Älä keskity yksin toteutukseen
- Älä unohda varata resursseja
- Älä oletta, että teknologia on aukotonta
- Älä kuvittele, että olet verkossa anonyymi

# Get it Rightin sosiaalisen median palvelut

- Sosiaalisen median tutkimukset
- Sosiaalisen median seurannan suunnittelu
- Sosiaalisen median strategian luonti & sparraus
- Sisällöntuotannon sparraus ja itse tuotanto
- Sosiaalisen median toimintatapojen auditointi
- Sosiaalisen median optimointi

# Kiitos!

Taina Myöhänen

Managing Director

Get it Right Helsinki

[t.myohanen@getitright.fi](mailto:t.myohanen@getitright.fi)

+358 50 523 1857

[www.getitright.fi](http://www.getitright.fi)

*Get it Right*