



# Sosiaalinen media kylätoimijoiden viestinnässä ja kylien markkinoinnissa

Auli Lepistö, 050 531 5093

Digiteekki Oy  
Säkylä  
Lännen kyläyhdistys

# Sisältö

- Mitä on sosiaalinen media
- Sosiaalisen median työkaluja
- Mihin voisi hyödyntää
  - Yhdistyksen sisäinen toiminta
  - Julkinen: markkinointi, tiedottaminen
- Kotisivut ja sosiaalinen media
- Facebook
  - Profiilin luonti
  - Sivun ja ryhmän luonti
  - Kuvat (kansikuva, profiilikuva, kuvat muualla)
  - Sisällön ja päivittämisen merkitys
- Käsittelen aihetta erityisesti Facebookin käytön kannalta ja Facebookin mahdollisuuksien näkökulmasta.

# Sosiaalinen media, some, ***yhteisöllinen media***



- Tapa tuottaa ja jakaa tietoa
- Osallistujat voivat itse
  - tuottaa sisältöä, muokata niitä
  - Kommentoida ja Keskustella
  - Jakaa sisältöä ja aineistoja
  - verkottua keskenään
- Sopii
  - Yhdistysten sisäinen viestintä ja dokumentaatio
  - Ihmisten välinen yhteydenpito ja yhteistyö
- Työkaluja on paljon

# Huomioitavaa

## Hyviä ominaisuuksia

- ilmaista
- yhteisöllinen sisällöntuotanto sopii yhdistystoimintaan
- helppo päästä alkuun ja helppo käyttää
- mahdollisuus yhdistää erilaisia sisältöjä
- sosiaalinen media antaa kylälle / yhdistykselle mahdollisuuden erottua

## Huomioitavaa

- oikeus sisältöön saattaa osittain siirtyä palvelun tarjoajalle
- osa ohjelmista vaatii englanninkielen taitoa
- ilmaisia ohjelmia rahoitetaan myymällä mainostilaa, joten ohjelmissa on koko ajan mainoksia esillä
- uusiutuvat nopeasti - mukana pysyminen

# Työkaluja



- Videoiden jakaminen
- Blogit, päiväkirjamainen
- Twitter on mikroblogi
  - Twiitit, eli Twitteriin kirjoitetut jutut, ovat ”julkisia tekstiviestejä”
- Linked In
  - Verkko yhteisöpalvelu, mm. työn hakuun
- Diaesitysten jakaminen
- Tiedostonjakopalvelu
- Skype, ryhmäpuheluja
- Facebook
  - Yhteydenpitoon, verkostoitumiseen, tiedottamiseen, mainostamiseen



# Työkaluja Googlessa



- Googlen kalenteri
  - Esim kylätalon varauskalenteriksi
- Googlen kartta
  - Kylätalot ja muut nähtävyydet kartalle
- Google Drive
  - Dokumenttien yhteiskäyttö – useat voivat omalla selaimellaan muokata dokumentteja jopa samanaikaisesti.
- Google sites intranetiksi tai sitten maksullinen intranet
- Google analytics- kävijäseuranta



# Hyödyntäminen

## Sosiaalisen median avulla voi mm.



- Rakentaa ja ylläpitää suhteita suoraan sidosryhmiin
- Julkistaa yhdistyksen eri vaiheissa olevia toimintoja ja tapahtumia
- Lisätä yleisön osallistumista
- Kasvattaa tykkääjien, seuraajien tai lukijoiden määrää
- Kasvattaa yhteenkuuluvuuden tunnetta käyttäjien keskuudessa
- Kasvattaa jäsenten määrää



# Sitoutuminen / osallistuminen

## Kulttuurin esiin tuominen ja rakentaminen



- Mikä saa ihmiset liittymään
- Mikä saa ihmiset sitoutumaan johonkin asiaan
- Jos kokee jotenkin tärkeäksi itselleen, niin sitten helpommin sitoutuu ja jakaa tietoa
  
- **Rakennetaan kulttuuria,**
- Ei niinkään fakta tiedottamisista, vaan enemmän sitä, mitä kylällä tapahtuu
- **Mikä on kylälle ominaista**
  - Reseptit
  - Kirpputorit
  - Tapa elää kylällä ja mikä siellä on yhteistä
  - Tarinoita, mitä kylällä on tapahtunut
  - maisemakuvia
- Voidaan ohjata kylän kulttuuria sillä, mitä uutisvirtaan laitetaan

# Tiedottaminen



- Tapahtumatiedotus esimerkiksi Facebookin ja Twitterin kautta
  - Tapahtumasta tiedottaminen on hyvä aloittaa ajoissa ja vielä tapahtuman jälkeenkin kertoa tapahtumasta
    - Talkoot, kirpputorit yms.
  - Uudet julkaisut ja jäsenlehdet
    - Näiden ilmestymisen tiedottaminen esim Facebookissa Näin tiedon saavat myös ne, jotka eivät ole yhdistyksen jäseniä.
  - Jäseneksi liittyminen
    - Kotisivuilla on hyvä olla jäseneksi liittymisen lomake ja linkki tänne sivulle on hyvä julkaista silloin tällöin myös Facebookissa
  - Kylätalojen vuokraus
  - Luontopolkujen esittelyä (Google kartta, paikkatiedot)
  - Tonttien esittelyä

# Markkinointia



- Tapahtumien, tuotteiden ja palveluiden markkinointi sosiaalisen median kautta saavuttaa paljon ihmisiä.
  - Muistettava, ettei markkinoinnissa tule tyrkyttämisen makua
  - Ei ole hyvä toistaa liian usein.
- Sama asia kotisivuille ja saman näköinen, niin kävijä tietää heti, että on samasta asiasta kyse
  - Mainokseen / tapahtumaan linkki kotisivuille, josta saa lisätietoja

# Hyötyjä

- Brändin rakentamista
- Näkyvyyden lisääminen
- Kiinnostuksen lisääminen kylää kohtaan
- Muuttoa suunnitteleva voi seurata kuulumisia jo ennen päätöksen tekoa
- Uusi markkinointikanava – ei vaadi lisäkustannuksia
- Saavuttaa laajoja joukkoja
- Osallistumis- ja keskustelumahdollisuus
- Tontit
- Kylätalojen ym matkailupaikkojen esiin tuominen
- Havainnolliset kartat
- Esim. kesällä kanoottien ja saunan vuokrausta

# Kotisivut ja some



- Sosiaalista mediaa voi käyttää kylän viestinnässä
  - yksinään
  - Suositeltavaa on yhdistää kotisivut ja some
    - Esim Facebook – sivu toimii sisäänheitto-sivuna kotisivulle, jossa on tarkempaa tietoa yhdistyksen toiminnasta
  - Kotisivuille
    - Tykkää-painike
    - Jaa tämä sivu Facebookissa, sähköpostilla jne
  - kampanjoiden tukena
    - Tapahtumat
    - Julkaisut, Lehdet yms
    - jäsenhankinta

# Keskity tärkeimpään



- Säännölliset päivitykset ovat tärkeitä, jotta yleisö huomaa, että yhdistyksellä on aktiivista toimintaa.
  - Jos viimeisin tilapäivitys on esim. kuukauden takaa, vaikuttaa siltä, ettei edes ylläpito ole kiinnostunut sivusta.
  - Jos ylläpitäjä vastaa jäsenten kommentteihin ja keskustelu on rakentavaa, vaikuttaa sivu hyödylliseltä ja ammattitaitoisesti hoidetulta
- Suunnitelkaa aiheita ja aikataulutusta ja kuka tekee mitäkin.
- Yhdistyksen sivu ei ole omien mielipiteiden alusta vaan yhdistyksen julkinen alusta.
- Miettikää, mitä haluatte saada sosiaalisen median ympäristössä aikaan, ja keskittykää siihen.

# Yksityisyys



- Älä julkaise itsestäsi tai muista ihmisistä liian henkilökohtaisia tai yksityiskohtaisia
  - Tietoja tai valokuvia
- Älä julkaise läheistesi tai muiden ihmisten kuvia tai tietoja verkossa ilman heidän lupaansa.
- Verkossa julkaiseminen on helppoa, mutta tiedon poistaminen on aina epävarmaa ja usein jopa käytännössä mahdotonta.



Facebook.com



# Facebookin ryhmät ja sivut



- **Facebook- ryhmä**
- kokoaa ihmiset yhteen jonkun teeman ympäriltä (esim. harrastusporukka, suku)
- kuka vaan voi ylläpitää
- voi olla salainen, suljettu tai julkinen
  
- **Facebook- sivu**
- sopii esim. kyläyhdistykselle
- Voidaan tehdä vain yksi ko yritykselle / yhdistykselle
- aina julkinen eli näkyy kaikille
- kerää tykkääjiä, jotka näkevät päivitykset omalla seinällään
- kävijätilasto saatavilla
- löytyy Googlesta

## Kuvat ovat tärkeitä ja herättävät mielenkiinnon



- **Kansikuvan** koko on 851 pikseliä (leveys) ja 315 pikseliä (korkeus).
  - Ladattava kuva voi olla myös korkeampi, jolloin sitä voi raahaamalla asettaa parhaaseen asentoon kuvapaikalla.
  - Kansikuvan minimileveys on 399 pikseliä.
- **Profiilikuvan** koko on 180 x 180 pikseliä
  - Profiilikuva näkyy myös pienempänä neliönä kaikkien sivusi tekemien päivitysten tekijänä. Tämän kuvan koko on 32 x 32 pikseliä.
- Ylläpitäjien lisäämät kuvatiedostot muodostavat päivittyvän **kuvakollaasin** sivun yläreunaan

# Kun sivu on valmis

- Ota käyttöön sovellukset:
  - Tapahtumat, muistiinpanot ja muokatut sivut
- Kutsu kavereitasi
- Kerro kavereillesi vaikka sähköpostilla
  - kun sivulla on 25 tykkääjää, saa kunnan Facebook-nettiosoitteen
- Lisää Tykkää- ja Jaa-painikkeet kotisivuille
- Mobiilisovelluksen käyttöönotto
  - Tilapäivitykset ja kuvat suoraan puhelimesta Facebookiin
- Palkitse esim. 100:n tykkääjän rajan
- Pieniä tehtäviä/kilpailuja, joissa vastaajat osallistuvat arvontaan
  - Mistä tämä kuva on otettu jne.

# Palaute



- Häiriköinti
  - Ei tarvitse kuunnella, blokataan pois sellaiset henkilöt
- Negatiivinen palaute
  - Jos tekee virheen, pyydä nopeasti anteeksi
  - Mieti, mikä en sai aikaiseksi
    - Jos oma toiminta – muuta
    - Jos vain palautteen antajan ongelma – unohda
- Ei silti kannata pelätä, ei voi tehdä mitään väärää