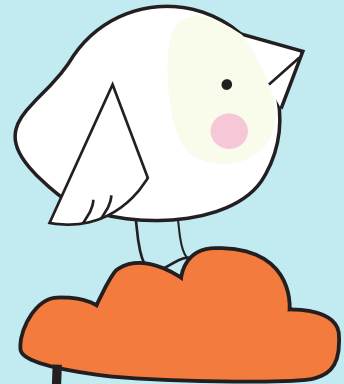


Minttu Merivirta (toim.)

# Sosiaalisen median työkalupakki

Opas luovien alojen yrittäjille  
some-viestinnän tehostamiseen

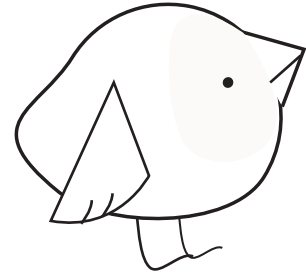




Sosiaalisen median työkalupakki



Minttu Merivirta (toim.)



# Sosiaalisen median työkalupakki

Opas luovien alojen yrittäjille some-viestinnän tehostamiseen

Sarja B. Raportit ja selvitykset 21/2013

© Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu ja tekijät

ISBN 978-952-5897-93-7 (pdf)  
ISSN 1799-831X (verkkajulkaisu)  
ISSN-L 1799-2834

Kemi-Tornion ammattikorkeakoulun julkaisuja Sarja B. Raportit ja selvitykset 21/2013

Rahoittajat: Northern Periphery Programme 2007–2013, Euroopan Unioni Euroopan aluekehitys rahasto, Vipuvoimaa EU:lta 2007–2013, Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu, Whitaker Institute, Western Development Commission, South Eastern Economic Development, Film i Västerbotten

Kirjoittajat: Ella Käyhkö, Nina Tuomainen, Minttu Merivirta

Kannen kuva: Ella Käyhkö

Graafinen suunnittelu ja kuvitus: Ella Käyhkö

Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu  
PL 505  
94101 Kemi  
Puh. 010 353 50

[www.tokem.fi/julkaisut](http://www.tokem.fi/julkaisut)

Lapin korkeakoulukonserni



Lapin korkeakoulukonserni LUC on yliopiston ja kahden ammattikorkeakoulun strateginen yhteenliittymä. Konserniin kuuluvat Lapin yliopisto, Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu ja Rovaniemen ammattikorkeakoulu.

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

# Sisällys

ESIPUHE . . . . .	10
Minttu Merivirta	
ABC: Mukaan sosiaaliseen mediaan! . . . . .	15
Nina Tuomainen	
Sosiaalinen media osana luovan alan yrityksen ja yrittäjän viestintää . . . . .	16
Ohjeita sosiaalisen median palveluiden käyttöön . . . . .	21
Ella Käyhkö & Nina Tuomainen	
Facebook . . . . .	22
Google+ . . . . .	24
LinkedIn . . . . .	26
Blogit . . . . .	28
Twitter . . . . .	30
Tumblr . . . . .	32
Foursquare . . . . .	34

YouTube . . . . .	.36
Vimeo . . . . .	.38
Myspace . . . . .	.40
Prezi . . . . .	.42
SlideShare . . . . .	.44
Pinterest . . . . .	.46
DeviantART . . . . .	.48
Flickr . . . . .	.50
Storify . . . . .	.52
SoundCloud. . . . .	.54
Kirjoittajien esittelyt . . . . .	.56





# ESIPUHE

Creative Edge on vuosina 2011–2013 toteutettu hanke, jonka pääasiallisena tavoitteena on ollut saada luovan alan organisaatiot ja yritykset kansainvälisille markkinoille. Vuorovaikutus olemassa olevien yritysten ja luovan alan tulevaisuuden osaajien välissä on ollut hankkeessa avainasemassa. Hankkeen päärahoittajana on toiminut Northern Periphery Programme. (Creative Edge 2013.)

Creative Edge -hankkeessa on pyritty kehittämään sekä fyysisiä että virtuaalisia kohtaamispaikkoja, jossa nuoret osaajat kohtaavat yrityksiä sekä löytävät mahdollisuuksia toimia luovalla alalla ja yritykset saavat paremmin tuotteensa ja palvelunsa näkyviin.

Kansainvälisen Creative Edge -hankkeen toiminnassa on ollut mukana viisi eri partneriorganisaatiota neljästä eri maasta. Irlannista mukana ovat National University of Irelandin Whitaker Institute ja Western Development Commission (WDC). Pohjois-Irlannista partnerina on toiminut South Eastern Economic Development (SEED). Pohjois-Suomesta mukana on ollut Kemi-Tornion ammattikorke-

koulu ja Pohjois-Ruotsista Film i Västerbotten. (Creative Edge 2013; The Creative Edge Project Partners 2013.)

Hankkeen tavoitteiksi määriteltiin kolme päätoimintoa: Ensinnäkin haluttiin yhdistää luovan alan osaajat luomalla ”työllistämispankki”, joka antaa mahdollisuuden luovan alan osaajille työllistymiseen ja toisaalta yrityksille luovan alan osaajien työllistämiseen niin reaali- kuin myös virtuaalimaailmassa. Toisena tavoitteena oli luoda pohjoisen Euroopan osaamisen vientiä varten foorumi, joka tarjoaa mahdollisuuksia laajempaan kansainvälistymiseen. Kolmas tavoite oli perustaa luovan alan osaajille konkreettisia tiloja harjoittaa ja esitellä luovuuttaan ja töitään. (Creative Edge 2012.)

Osaamisviennin foorumi toteutui, kun kesällä 2013 avattiin MyCreativeEdge.eu-sivusto (2013). Sivusto antaa luovan alan osaajille mahdollisuuden markkinoida osaamistaan ja tarjoamiaan palveluja ja muille yrityksille puolestaan mahdollisuuden löytää toiminnassaan tarvitsemiaan luovan alan am-

mattilaisia. Lokakuun 2013 alkuun mennessä sivustolla oli vierailut jo yli 10 000 yksittäistä kävijää (15,000 visits to MyCreativeEdge since launch 2013).

Yhtenä etuna MyCreativeEdge.eu-sivustolle rekisteröityneet ovat päässeet käsiksi sosiaalisen median työkalupakkiin. Tässä julkaisussa kyseinen työkalupakki esitetään täysin uudessa ja visuaalisemmassa muodossa. Työkalupakkiin pääsee nyt kurkistamaan ilman minkäänlaista rekisteröitymistä. Sisältöä on jaoteltu hyötynäkökulman ja käytettävyyden näkökumista, joten jokainen yrittäjä voi helposti löytää omaa toimintaa parhaiten tukevat sosiaalisen median palvelut.

Sosiaalisesta mediasta on tullut tärkeä osa asiakaspalvelua, myyntiä ja ylipäätään yritysten asiakassuhteiden hallintaa. Käyttämällä sosiaalista mediaa yritys antaa kuvan avoimuudesta ja saavutettavuudesta. Lisäksi se mahdollistaa reaaliaikaisen palautteen vastaanoton ja tarjoaa suoran vaikutuskanavan asiakkaisiin. (Weissenfelt 2012, 4, 8.)

Sosiaalinen media tarjoaa yritykselle käytännössä ilmaisen markkinointiväylän, mutta siltikään sitä ei vielä käytetä kovin aktiivisesti strategisena markkinointikeinona. Synä voi olla esimerkiksi tietämättömyys erilaisista mahdollisuuksista tai muutosvastaisuus, sillä uusien asioiden ja käytäntöjen omaksuminen

voidaan kokea haasteena. (Tuomisto 2010.)

On tuotettava sisältöä, osallistuttava keskusteluun ja myös pyrittävä tekemään osallistuminen helpoksi (Weissenfelt 2012, 29). Sosiaalinen media alentaa yritysten kynnystä tuottaa julkaisuja mutta antaa samalla asiakkaille mahdollisuuden kommentointiin. Jotta avoimuus ja saavutettavuus toteutuivat, on yrityksen käytettävä aikaa ja resurssejaan sosiaalisen median palvelujen ylläpitoon, sillä esimerkiksi asiakkaan esittämään kysymykseen on vastattava viipymättä. Sosiaalisen median hyödyntäminen tuleekin kokea aitoon vuorovaikutukseen perustuvana pitkäjänteisenä prosessina eikä vain kertaluontoisena kampanjana (Hasanzadeh 2010).

Sosiaalisen median hyödyntämisen yleistymisen on synnyttänyt myös uusia työtehtäviä ja -nimikkeitä. Esimerkiksi community managerin tehtävänä on luoda sisältöä ja keskustella yleisön kanssa verkossa. (Parkkila 2012.) Pienemmissä yrityksissä vastaavanlaisia tehtäviä voi hoitaa kuka tahansa tai vaikkapa koko henkilökunta yhdessä. Pääosassa on kuitenkin aina sosiaalisen median päivittäjän taito tuottaa laadukasta ja mielenkiintoista sisältöä (Parkkila 2012).

Sosiaalinen media tarjoaa useita erilaisia väyliä olla yhteydessä asiakkaisiin, esitellä omaa toimintaa, verkostoitua ja tehdä brän-

diään tutuksi. Jokaisen yrityksen on löydetävä itselleen sopivin tai sopivimmat väylät omien tarkoituksien täyttämiseksi. Tässä julkaisussa esittelemme joitain yleisimpiä sosiaalisen median ohjelmia, joiden käyttöönotto on helppoa ja vaivatonta. Toivomme alentavamme kynnystä lähteä mukaan kokeilemaan, miten sosiaalisen median avulla yritys voi tehostaa toimintaansa ja laajentaa markkinoitaan.

Torniossa 2.12.2013,  
Minttu Merivirta

## LÄHTEET:

15,000 visits to MyCreativeEdge since launch 2013. MyCreativeEdge.eu:n uutiset. Hakupäivä 7.11.2013. <<http://www.mycreativeedge.eu/15000-visits-to-mycreativeedge-since-launch/>>

Creative Edge 2012. Newsletter No. 1. November 2012. Hakupäivä 2.11.2013. <<http://www.creative-edge.eu/wp-content/uploads/2012/07/Creative-Edge-Newsletter-issue-12.pdf>>

Creative Edge 2013. Hankkeen kotisivu. Hakupäivä 7.11.2013. <<http://www.creative-edge.eu>>

Hasanzadeh, Ali 2010. Facebook yrityksen markkinoinnissa. Alan.fi – Sosiaalinen media yrityksen markkinoinnissa. Hakupäivä 2.12.2013. <<http://alan.fi/facebook-yrityksen-markkinoinnissa/>>

MyCreativeEdge-eu-sivusto 2013. Luovan alan osaajien foorumi. Hakupäivä 7.11.2013. <<http://www.mycreativeedge.eu>>

Parkkila, Tarja 2012. Community Manager on yrityksen äänitorvi somessa. Viestinnän tasavalta. Hakupäivä 2.12.2013. <<http://republic.fi/community-manager-on-yrityksen-aanitorvi-somessa/>>

The Creative Edge Project Partners 2013. Hakupäivä 7.11.2013. <<http://www.creative-edge.eu/partners-2/>>

Tuomisto, Santtu 2010. Sosiaalinen media yritysviestinnässä. Muutosmarkkinointi-blogi. Mainostoimisto Aihe Oy. Hakupäivä 2.12.2013. <<http://www.muutosmarkkinointi.fi/sosiaalinen-media-yritysviestinnassa/>>

Weissenfelt, Jukka 2012. Sosiaalinen media markkinoinnin työkaluna. Sosiaalinen media – Perusteita ja Yritysviestintää. Hakupäivä 2.12.2013. <<http://www.slideshare.net/jukkaw/sosiaalinen-media-perusteita-ja-yritysviestint>>





# ABC: Mukaan sosiaaliseen mediaan!

---

---

---

Nina Tuomainen

# Sosiaalinen media osana luovan alan yrityksen ja yrittäjän viestintää

Sosiaalinen media on jo monissa yrityksissä tuttu työkalu. Kun asiakkaat siirtyvät sosiaaliseen mediaan, myös yritykset siirtyvät sinne tavoittaakseen asiakkaansa.

Välineenä sosiaalinen media on varsinkin pienelle yrittäjälle ihanteellinen, koska se on pääsääntöisesti ilmaista ja tavoittaa perinteistä markkinointiviestintää laajemman yleisön.

Usein sosiaalinen media tukee jo yrityksen olemassa olevaa markkinointia ja viestintää, mutta se voi toimia myös omana, itsenäisenä viestintäkanavanaan.

**MIKSI luovan alan yrittäjien ja yritysten kannattaa käyttää sosiaalista mediaa?**

Kuluttajien siirtyessä sosiaaliseen mediaan sen arvo markkinointiviestintäkanavana kasvaa. Sosiaalisen median avulla yritykset ja yrittäjät tavoittavat etenkin nuoret ja ak-

tiiviset aikuiset. Oman yrityksen brändiä rakennetaan sosiaalisessa mediassa ja myyntiä edistetään.

Sosiaalinen media tarjoaa kanavan myös oman alan uusimpiin ideoihin ja tuoreimpaan tietoon.

Sosiaalisen median avulla luovien alojen yritykset ja yrittävät voivat verkostoitua toistensa ja kuluttajien kanssa. Uudet viestintäkanavat tarjoavat paremman tavoitettavuuden ja lisänäkyvyyttä yritykselle tai omille töille.

Vuorovaikutuksen avulla yrityksillä on mahdollisuus saada ruohonjuuritasolta asiakkaiden palautetta sekä käyttäjäinformaatiota.

**MITEN luovan alan yritysten ja yrittäjien kannattaa käyttää sosiaalista mediaa?**

Menestyäkseen sosiaalisessa mediassa yritysten tulee ymmärtää asiakkaiden toivei-



ta ja käyttäytymistä. Lisäksi tulee ymmärtää, miten yrityksen kannattaa toimia sosiaalisessa mediassa.

Mitä enemmän yritys yrittää kontrolloida viestintää, sitä kauemmaksi asiakkaat ajautuvat. Sosiaalinen media haastaa vanhat viestintämallit yritysten ja kuluttajien viestinnässä.

Sosiaalinen media voi olla yrittäjälle tai yritykselle tehokas viestintäkanava. Varsinkin pieni luovan alan yrittäjä voi varsin vapaasti käyttää sosiaalista mediaa markkinointiviestinnässään.

### Oma yritys mukaan sosiaaliseen mediaan

Markkinointia kannattaa suunnitella tarkkaan ennen sosiaaliseen mediaan lähtöä.

Aloita miettimällä, mitä sosiaalisen median kanavia yrityksesi kohderyhmät käyttävät ja mistä tavoitat kohderyhmäsi parhaiten. Kannattaa ottaa huomioon, millainen sosiaalisen median kanava tai kanavat sopivat parhaiten juuri omalle yrityksellesi. Pohdi, millaisia odotuksia ja tavoitteita yrityksellä on sosiaalisen media suhteen.

Valintaan vaikuttaa, onko sosiaalinen media vain yksi markkinointiviestinnän kanava muiden joukossa vai halutaanko sen avulla ehkä saavuttaa jotain konkreettista, kuten

brändin tunnettavuutta tai tuotteiden menekkiä. Mieti jo etukäteen, millä mittareilla tavoitteiden saavuttamista voidaan seurata. Seurataanko niitä esimerkiksi Facebook-tykkäyksillä vai myynnin kasvulla?

Otettaessa käyttöön erilaisia sosiaalisen median kanavia pitää laatia strategia ja ohjeistaa koko yritystä, miten sosiaalisessa mediassa toimitaan sekä miksi ja milloin yritys on sosiaalisessa mediassa.

Sosiaalisen median tulisi pelata yhteen jo olemassa olevan viestinnän kanssa ja tukea sitä. On myös sitouduttava toimimaan pitkäjänteisesti ja olemaan vuorovaikutuksessa kuluttajien kanssa. Anna kuluttajalle mahdollisuus vuorovaikuttaa, kuuntele mitä hänellä on sanottavaa ja keskustele.

On hyvä myös tiedostaa sosiaalisen median haasteet, kuten yritykselle tuleva negatiivinen julkisuus ja imagohaitat. Yrityksen on osattava varautua ja olla tietoinen sosiaalisen median arvaamattomuudesta.

Sosiaalinen media ei päivitä itse itseään. Tämän vuoksi kannattaa jo alkuvaiheessa määrittää sosiaalisesta mediasta vastaava henkilö omasta yrityksestä tai palkata ulkopuolista apua. On mietittävä, kuinka paljon sosiaaliseen mediaan käytetään aikaa ja resursseja, jotta sosiaaliseen mediaan siirtyminen ei jää vain hyvään alkuun.

## LÄHTEET JA LISÄTIETOJA:

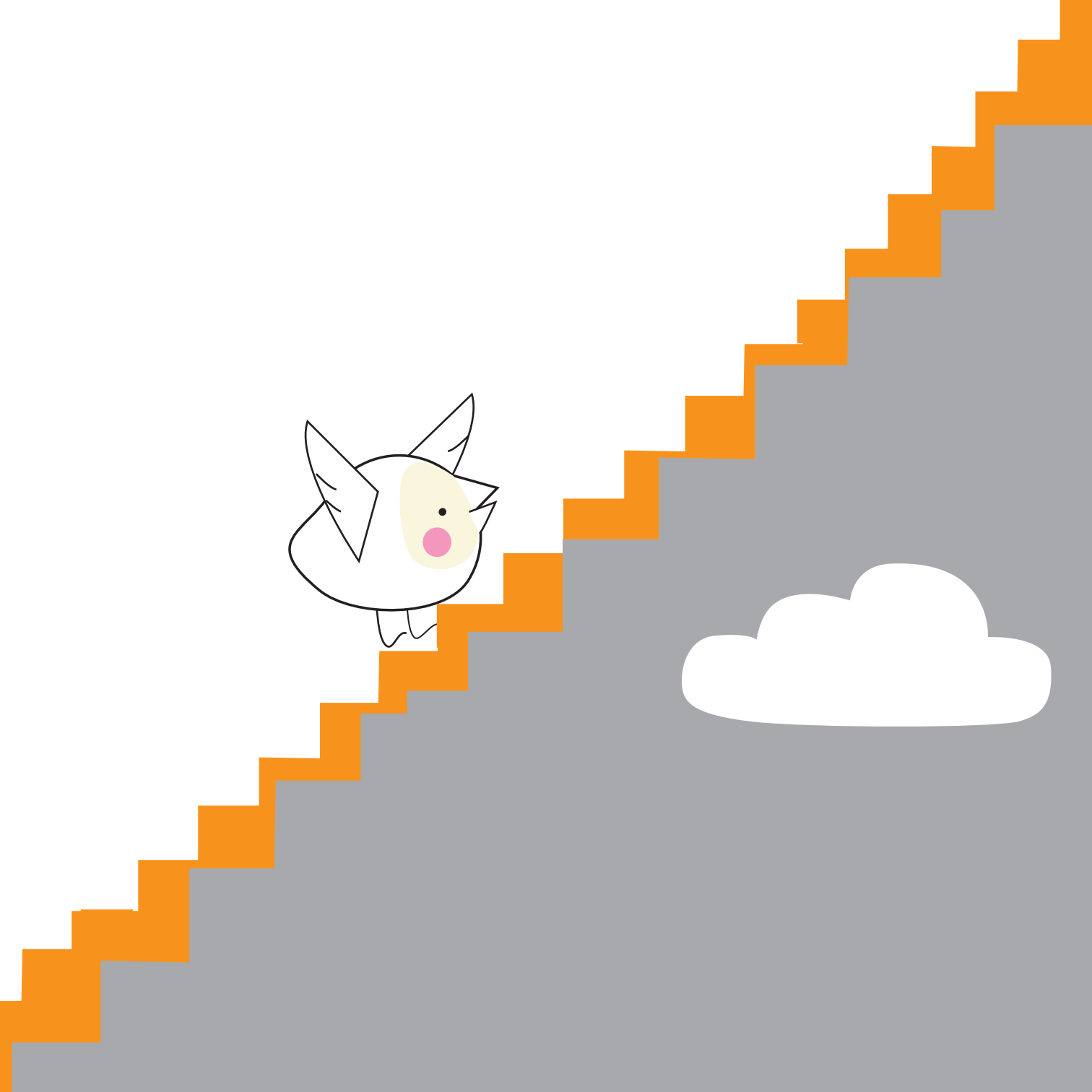
Markkinointiopas 2012. TOOLKIT for HEIs. VALOA-hanke. Hakupäivä 13.6.2013. <[http://www.studentintegration.fi/materials/markkinointiopas/69/13\\_medianakyvyys](http://www.studentintegration.fi/materials/markkinointiopas/69/13_medianakyvyys)>

Social Media 2013. Entrepreneur Media Inc. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://www.entrepreneur.com/socialmedia/index.html>>

Someco 2013. Yrityksen kotisivu. Hakupäivä 13.6.2013. <[someco.fi](http://someco.fi)>

Viestintätoimisto Deski 2013. Yrityksen kotisivu. Hakupäivä 13.6.2013. <[viestintatoimistodeski.fi](http://viestintatoimistodeski.fi)>





# Ohjeita sosiaalisen median palveluiden käyttöön

---

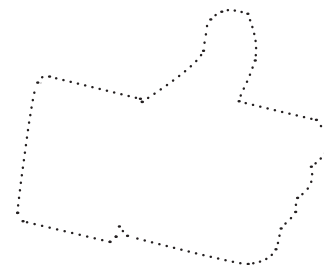
---

---

---

Nina Tuomainen & Ella Käyhkö

# Facebook



jaa sisältöjä

verkostoidu

markkinoi

## SUOSIO:

Facebook on tämän hetken suosituin sosiaalinen media. Käyttäjää on 1,1 miljardia (toukokuu 2013).

## PALVELUN KUVAUS JA HYÖDYT:

Yrityksille Facebook tarjoaa monia mahdollisuuksia. Tärkein näistä on varmaankin oman sivun ylläpitäminen. Sivulla voi julkaista statuspäivityksiä, jotka voivat olla esimerkiksi videoita, kuvia, kilpailuja, linkkejä, testejä, pelejä, uutisia tai muistiinpanoja. Päivitykset näkyvät niiden käyttäjien uutisvirrassa, jotka tykkäävät sivusta.

Suurista käyttäjämääristä johtuen Facebook on myös markkinoinnissa tehokas väylä. Facebook sopii isolle tai pienelle mutta aktiiviselle markkinoijalle, joka etsii uusia markkinointikanavia. Parhaat tulokset syntyvät hyödyntämällä monipuolisesti Facebookin tarjoamia markkinointivälineitä.

Facebook sopii nimenomaan kysymyksiin, rentoon keskusteluun ja tiedottamiseen.

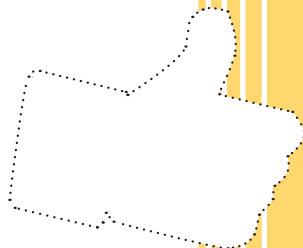
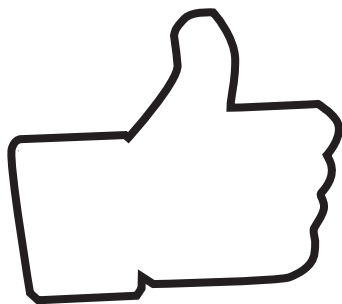
Yksityiskohtaisempia tietoja varten on hyvä sisällyttää julkaisuun mukaan linkki esimerkiksi yrityksen omille sivuille.

Käyttäjät voivat tykätä yritysten sivuista ja saada näin tietoa niiden toiminnasta. Mitä enemmän yritykset onnistuvat saamaan sivustolle tykkääjiä, sitä tehokkaammin haluttu tieto leviää.

## KÄYTTÖOHJEITA:

Facebookiin liittyminen on ilmaista. Sivusto toimii siten, että käyttäjät luovat henkilökohtaisen käyttäjäprofiilin, joka mahdollistaa yhteydenpidon ystävien kesken. Myös yritykset ja yhdistykset voivat liittyä Facebookiin ja perustaa yrityssivun.

Facebook vaatii yrityksiltä resursseja, suunnitelmallista toimintaa ja pitkäjänteisyyttä.



tä. Facebookissa olo on dialogia, joten viesteihin on vastattava ja läsnäoloa on kehitettävä. Pelkkä sivun perustaminen ja passiivinen läsnäolo ei riitä.

Facebook-mainonnan kenties suosituin keino on bannerimainonta, jolloin palvelussa mainostetaan, kuten missä tahansa mediassa, ja ostetaan Facebookilta mainostilaa joko klikkauksina tai näkyvyytenä.

Mainontaa pystyy kohdentamaan tarkasti, sillä sivut tuottavat kävijätilastoja, joista näkee tykkääjän iän, sukupuolen, kielen ja maan. Mainoksia voi olla samanaikaisesti useampia, ja kukin mainos voidaan kohdistaa omalle kohderyhmälle. Esimerkiksi käyttäjät, jotka mainitsevat musiikin harrastuksena, saavat musiikkiin liittyvää mainontaa.



#### MENESTYSTARINOITA:

- Starbucks  
(<http://www.facebook.com/Starbucks>)



#### VASTAAVIA PALVELUITA:

- Google+  
(<https://plus.google.com>)
- Twitter (<https://twitter.com>)



#### LÄHTEET JA LISÄTIETOJA:

- Facebook 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<https://www.facebook.com>>
- Facebookin ohje- ja tukikeskus 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<https://www.facebook.com/help/?ref=pf>>

# Google+

jaa sisältöjä

verkostoidu

markkinoi

## SUOSIO:

Yli 400 miljoonaa käyttäjää (kesäkuu 2013).

## PALVELUN KUVAUS JA HYÖDYT:

Google+ on Googlen verkkoyhteisöpalvelu. Sen avulla käyttäjä voi esimerkiksi kommentoida, jakaa valokuvia ja musiikkia, videochatata ja pitää yhteyttä sosiaalisiin piireihinsä.

Palvelu muuntautuu käyttäjän tarpeiden mukaan joko henkilökohtaiseksi tai kollektiiviseksi käyttöympäristöksi. Yritykset voivat luoda palveluun yrityksensä oman sivun. Google+ sisältää ominaisuuksia, joiden avulla voit muokata sen omiin tai yrityksesi tarpeisiin sopivaksi.

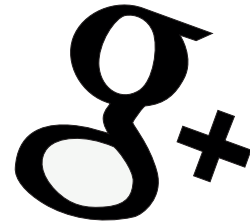
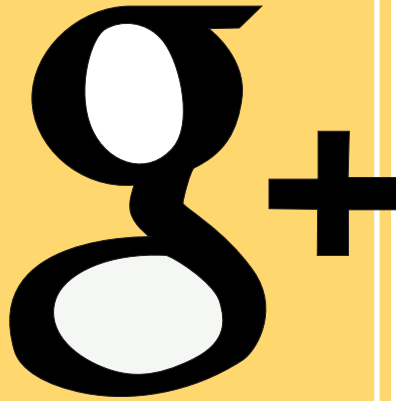
## KÄYTTÖOHJEITA:

Alkuun pääset luomalla yrityksellesi hyvän Google+-profiilin. Osoitteessa <http://www.google.com/+business/>. Syötä tiedot palve-

luun mm. siitä mitä yritys tekee ja mitä palveluita se tarjoaa. Kannattaa lisätä yrityksen osoite karttalinkkeineen, Y-tunnus sekä muut perustiedot. Tämän lisäksi kannattaa muistaa lisätä esimerkiksi myynnin sähköposti, linkit nettisivulle ja muihin sosiaalisen median kanaviin sekä yhdistää mahdollinen blogi sekä YouTube -kanava tiliin. Hyvä profiilikuva on tärkeä.

Julkaise säännöllisesti osuvia viestejä seuraajien houkuttelemiseksi ja sitouttamiseksi. Postausajankohta kannattaa jaksottaa vaikka eri päivälle, jos seuraajissa on samoja henkilöitä tai sivuja. Muista kommentoida muiden julkaisuja ja olla vuorovaikutuksessa toisten yritysten ja potentiaalisten asiakkaiden kanssa.





#### MENESTYSTARINOITA:

- Daria Musk (<https://plus.google.com/+DariaMusk/posts>)
- Suklaavalmistaja Cadbury (<https://plus.google.com/s/cadbury>)



#### VASTAAVIA PALVELUITA:

- Twitter (<https://twitter.com>)
- Facebook (<https://www.facebook.com>)



#### LÄHTEET JA LISÄTIETOJA:

- Google+ 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<https://plus.google.com>>

# LinkedIn

jaa sisältöjä

verkostoidu

markkinoi

## SUOSIO:

225 miljoonaa käyttäjää (kesäkuu 2013).

## PALVELUN KUVAUS JA HYÖDYT:

LinkedIn tarjoaa mahdollisuuden verkostoitumiseen oman alan ammattilaisten kanssa. Monet työnantajat ovat alkaneet painottaa LinkedIn-profiilin tärkeyttä työhauussa, sillä se antaa hakijasta tarkemman kuvan kuin vanhanaikainen työhakemus.

Kun yrityksen henkilöstö esiintyy ansioluetteloinen ja taitoinen palvelussa, pystyy yritys näyttämään asiakkailleen ja potentiaalisille uusille työntekijöille kiinnostavana organisaationa. Tämä kaikki on omiaan vahvistamaan yrityksen asiantuntijamielikuvaa.

## KÄYTTÖOHJEITA:

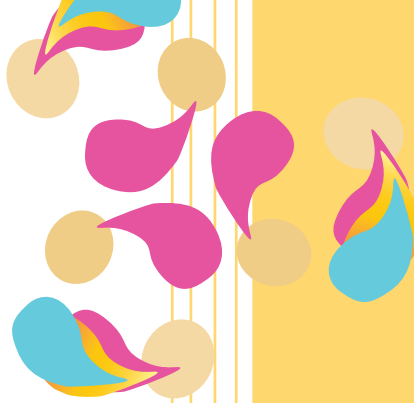
Palveluun voi rekisteröityä joko yksityishenkilönä tai yrityksenä. Oma profiili koostuu ansioluettelosta, jossa kerrotaan myös

taidoista, harrastuksista sekä kiinnostuksen kohteista.

Omaan profiiliin voi esimerkiksi saada suosituksia entisiltä esimiehiltä ja työkavereilta. Näin LinkedIn toimii oivallisena välineenä esitellä itseä työnhakijana ja saada työtarjouksia mutta myös tutustua potentiaalsiin työnhakijoihin ja rekrytoida uutta henkilöstöä.

Yrityssivut sisältävät henkilökunta- ja rekrytointi-välilehdet sekä tuotteet ja palvelut -osion. Yrityskäyttäjä-profiiliin pystyy lisäämään myös tuotteet-osion, palvelu-osioon bannerin, yritysvideon sekä tuote- ja palvelukuvauksia.

Omaan verkostoon kannattaa lisätä aktiivisesti asiakkaita, yhteistyökumppaneita, si-



dosryhmiä ja muita kiinnostavia tahoja. Myös oman aineiston mainostaminen omalle verkostolle onnistuu palvelun kautta helposti.

Koska LinkedIn on sosiaalisen median palvelu nimenomaan työelämän kontaktien kanssa, liittyvät siellä käydyt keskustelut ja jaettavat uutiset työelämään. LinkedIniin voi jakaa tietoa myös muista sosiaalisen median palveluista.



#### MENESTYSTARINOITA:

- Adobe (<http://emea.marketing.linkedin.com/success-stories/adobe/>)



#### VASTAAVIA PALVELUITA:

- Doostang (<http://www.doostang.com>)
- SunZu (<http://www.sunzu.com>)



#### LÄHTEET JA LISÄTIETOJA:

- LinkedIn 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://www.linkedin.com>>
- LinkedIn About Us 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://www.linkedin.com/about-us>>

# Blogit

jaa sisältöjä

verkostoidu

markkinoi

## SUOSIO:

Vuonna 2013 maailmassa oli yli 240 miljoonaa julkista blogia.

## PALVELUN KUVAUS JA HYÖDYT:

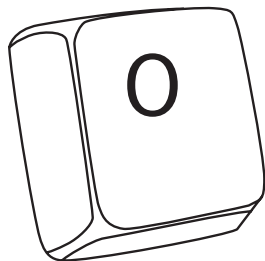
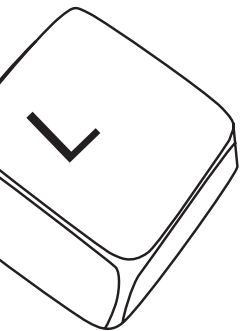
Blogi on verkkosivu tai -sivusto, johon yksi tai useampi kirjoittaja tuottaa sisältöä. Tekstin lisäksi voidaan julkaista kuvia, videokuvaa tai ääntä. Blogit eroavat perinteisistä nettisivuista ajankohtaisuuden, linkityksen ja henkilökohtaisten/yrityksen näkemysten merkityksellä sekä kommentointimahdollisuudella.

Yritysblogi eroaa yksityishenkilön blogista siten, että sen kirjoittaja julkaisee tekstiä selkeästi yrityksen edustajina. Blogi voi sijaita esimerkiksi erillisellä blogialustalla tai yrityksen omilla kotisivuilla.

## KÄYTTÖOHJEITA:

Pohdi aluksi, miksi haluat blogata. Haluatko käyttää blogia markkinointivälineenä uudelle elokuvallesi tuottamalla sinne making of -materiaalia esituotannosta? Jaatko ottamiasi valokuvia, jotta saisit lisää valokuvauskeikkoja? Vai onko se enemmänkin tiedotuskanava yrityksesi asiakkaille ja yhteistyökumppaneille?

Valitse blogialusta omien tarpeidesi mukaan. Pienemmille yrityksille ilmaisblogi voi olla hyvä ratkaisu. Isommalle yritykselle oma domain tai sivustoon integroitu blogi voi olla parempi ratkaisu. Optimoi blogisi hakukoneystävälliseksi, jotta mahdollisimman moni



löytää sinne. Jaa postauksesi myös yrityksen Facebook-sivuilla ja Twitterissä.

Kirjoita aiheesta ja näkökulmasta, joka kiinnostaa kohderyhmääsi mutta myös itseäsi. Anna ihmisille mahdollisuus kommentoida tekstejasi ja ota osaa keskusteluun.



#### MENESTYSTARINOITA:

- Lentoyhtiö Finnair (<http://blogit.finnair.fi>)
- The Hobbit -elokuva (<http://www.thehobbitblog.com>)



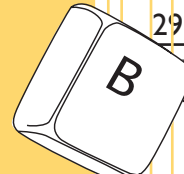
#### VASTAAVIA PALVELUITA:

- Tumblr (<http://www.tumblr.com>)
- WordPress (<http://wordpress.org>)
- Livejournal (<http://www.livejournal.com>)
- Weebly (<http://www.weebly.com>)
- Blogster (<http://www.blogster.com>)
- Blogger (<http://www.blogger.com>)



#### LÄHTEET JA LISÄTIETOJA:

- WordPress 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://en.wordpress.com/stats/>>



# Twitter



jaa sisältöjä

verkostoidu

markkinoi

## SUOSIO:

Yli 200 miljoonaa aktiivista käyttäjää (kesäkuu 2013).

## PALVELUN KUVAUS JA HYÖDYT:

Twitter on mikroblogi, jonka yhden viestin (twiitin/tweet) enimmäismerkkimäärä on rajattu 140 merkkiin. Viestit voivat sisältää linkin kuvaan, videoon, blogiin tai vaikka yrityksen nettisivuille. Twiitit ovat merkkimäärästä johtuen lyhyitä ja ytimekkäitä.

Yrityskäytössä Twitter soveltuu nykyisten asiakassuhteiden hoitamiseen paremmin kuin uusasiakashankintaan. Parhaat tulokset syntyvät yhdistämällä Twitter muuhun sosiaaliseen mediaan ja ulkoiseen viestintään. Esimerkiksi jakamalla yrityksen blogikirjoituksen Twitterissä saat sille lisää näkyvyyttä.

Palvelulle on ominaista sen käyttäminen erityisesti ajankohtaisten aiheiden ympärillä

käytävässä keskustelussa ja reaaliaikaisena kanavana. Twitterin avulla tapahtuman järjestäjä tarjoaa myös kanavan keskustella järjestäjän ja osallistujan, tai toisten osallistujien kesken.

## KÄYTTÖOHJEITA:

Päästäksesi alkuun luo itsellesi tai yrityksellesi käyttäjätili ja käyttäjänimi. Usein se kirjoitetaan @-merkin jälkeen kuten @creativewedes.

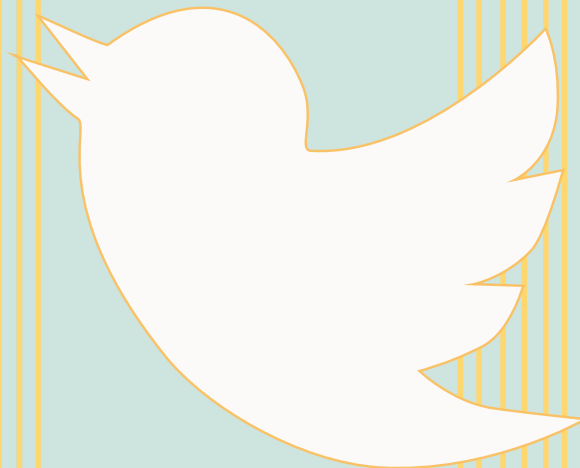
Saatuasi seuraajia tuota Twitter-sivuillesi mielenkiintoista sisältöä ja osallistu aktiivisesti keskusteluihin. Twitterin avulla pääset seuraamaan myös muita käyttäjiä, jolloin heidän lähettämänsä viestit ilmestyvät omaan Twitter-virtaasi.

Twitterin peruskäyttö on ilmaista, mutta maksua vastaan yritykset voivat nostaa omaa sisältöään tehokkaammin esille: Promoted



Accounts näkyvät hakutuloksissa ja Who to follow -osiossa, joka suosittelee käyttäjille tämän mielenkiinnonkohteiden pohjalta uutta sisältöä. Toiminto on mahdollista myös hetkellisesti esimerkiksi tapahtuman tai tuotteen yhteydessä. Promoted Tweets toimii viestin vahvistamiseen ja kohdentamiseen oikealle yleisölle. Tweettejä on mahdollista kohdentaa seuraajien, seuraajien kaltaisten käyttäjien, käyttäjän maantieteellisen sijainnin ja sovellualustan mukaan (esimerkiksi iPad). Twitterin kolmas maksullinen toiminto on keskustelutrendien sponsorointi (Promoted trends), joka on vielä beta-vaiheessa eikä kaikkien mainostajien käytössä.

Maksullisten palveluiden lisäksi Twitter tarjoaa tilastotyökaluja sekä erilaisia profiilin muokausvaihtoehtoja, jolloin Twitter-tilin ulkoasu voi muokata brändiin sopivaksi.



#### **MENESTYSTARINOITA:**

- Cirque du Soleil @Cirque (<https://twitter.com/Cirque>)



#### **VASTAAVIA PALVELUITA:**

- Tumblr (<https://www.tumblr.com>)



#### **LÄHTEET JA LISÄTIETOJA:**

- Twitter 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<https://twitter.com>>
- Twitter 101 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<https://business.twitter.com/twitter-101>>
- Twitter 101: Getting started with Twitter 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<https://support.twitter.com/articles/215585>>
- Web Marketing Tools 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<https://business.twitter.com/web-marketing-tools>>



# Tumblr

jaa sisältöjä

verkostoidu

markkinoi

## SUOSIO:

120 miljoonaa blogia (kesäkuu 2013).

## PALVELUN KUVAUS JA HYÖDYT:

Tumblr on blogialusta, jonne on helppoa jalkaa omaa materiaalia ja informaatiota muista sosiaalisista medioista sekä internetistä. Sivuston joustavuuden ansiosta Tumblr-blogi on yrittäjälle hyvä vaihtoehto omaksi kotisivuksi. Myös Tumblrin mobiiliversio on hyvin käyttäjäystävällinen.

Yrittäjälle Tumblr sopii nimenomaan brändin vahvistamiseen. Tumblr-tili on kaikille avoin, joten se näkyy myös palveluun rekisteröitymättömille käyttäjille. Tumblr tilit näkyvät myös Google-hauissa.

## KÄYTTÖOHJEITA:

Omalle Tumblr-tilille valitaan haluttu ulkoasu ja otsikko tuhansien valmiiden blogipohjien

joukosta. Mahdollisuudet muokata ulkoasua myöhemminkin ovat laajat.

Tumblrissa kannattaa käyttää tageja. Myös muiden käyttämiä tageja kannattaa tarkkailla ja tallentaa. Tämä mahdollistaa ”trackingin”, jonka avulla löytää helposti kyseisiä tageja sisältäviä postauksia ja kiinnostavia kontakteja. Tageja käyttämällä tulee myös itse löydetyksi.

Tumblrissa on muiden sosiaalisen median palvelujen tavoin tärkeää seurata, ”tykätä” ja ”uudelleenpostata” useasti. Kävijämääriä pystyy seuraamaan Google Analyticsin kautta. Sivustolle voi lisätä myös domainin eli tehdä blogista kotisivun, jolloin myös näkyvyys Tumblrissa kasvaa.





#### MENESTYSTARINOITA:

- Ann Street Studio (<http://annstreetstudio.com>)
- Suri's Burn Book (<http://surisburnbook.tumblr.com>)
- Fuck! I'm In My Twenties (<http://fuckiminmy20s.tumblr.com>)



#### VASTAAVIA PALVELUITA:

- Twitter (<https://twitter.com>)



#### LÄHTEET JA LISÄTIETOJA:

- Tumblr 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://www.tumblr.com>>
- Tumblr At A Glance 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://www.tumblr.com/about>>
- Tumblr Starter Kit 2012. Unnecessary Ligatures. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://unnecessaryligatures.tumblr.com/post/26943720745/tumblr-starter-kit>>
- Tumblr Tips 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://www.tumblr.com/tips>>

# Foursquare

jaa sisältöjä

verkostoidu

markkinoi

## SUOSIO:

Vuonna 2013 palvelulla oli 33 miljoonaa käyttäjää.

## PALVELUN KUVAUS JA HYÖDYT:

Foursquare on paikkatietoon perustuvista sovellus, joka seuraa, missä käyttäjä liikkuu. Sovelluksen avulla voi etsiä palveluita läheltä sitä paikkaa, missä itse kulloinkin on. Käyttäjät voivat jakaa kokemuksiaan ja vinkkejään paikoista, joissa ovat käyneet, ja palveluista, joita ovat käyttäneet.

Foursquare toimii pelin tavoin; käyttäjät kirjautuvat tiettyyn sijaintiin (check-in) ja aktiivisuudesta myönnetään pisteitä tai kunniamerkkejä.

Yrityksille Foursquare tarjoaa uudenlaisen kanavan tavoittaa uusia ja vanhoja asiakkaita. Yritys voi tarjota uusille asiakkaille etuuksia esimerkiksi palveluun sisäänkirjautumisen yhteydessä. Vanhoja asiakkaitakaan


ei kannata unohtaa, sillä heitä voi esimerkiksi kymmenennen sisäänkirjautumisen yhteydessä palkita jollakin tuotteella tai palvelulla.

Foursquaren avulla yritys saa ilmaista mainosta, sillä käyttäjän kirjaututtua sisään välittyy siitä tieto kaikille hänen Foursquare-verkostossaan oleville. Moni jakaa sisäänkirjautumiset myös Facebookissa ja Twitterissä.

## KÄYTTÖOHJEITA:

Palvelu on käyttäjälle ilmainen ja alkuun pääset rekisteröitymällä palveluun osoitteessa <http://www.foursquare.com/>. Tarkista sivun yläreunasta sijaintisi ja muuta sijainniksesi paikkakunta, jossa yrityksesi sijaitsee. Hakutoiminnon avulla voit





etsiä yrityksesi, jos joku on luonut sen jo palveluun. Jos sitä ei löydy lisää yrityksesi palveluun osoitteessa [https://foursquare.com/add\\_venue](https://foursquare.com/add_venue).

Kun yrityksesi löytyy palvelusta, voit vaatia sitä omistukseesi yrityksen Foursquare-sivun oikeasta reunasta löytyvän ”Do you manage this venue? Claim here.”-linkin kautta. Omistajuuden saaminen voi kestää jonkin aikaa. Sitten pääset muokkaamaan paikan ominaisuuksia, tekemään kampanjoita ja etuuksia sekä seuraamaan tilastotietoja.

Palvelu tarjoaa myös yrittäjille (paikan tai palvelun omistajalle) kattavan tilastoinnin tehtyihin sisäänkirjauksiin esimerkiksi aktiivisimmista kirjautujista ja sen uudelleenjakamisesta Facebookissa ja Twitterissä.



#### MENESTYSTARINOITA:

- Hennes & Mauritz (<https://foursquare.com/hmusa>)
- Hilton (<https://foursquare.com/hiltonhotels>)



#### VASTAAVIA PALVELUITA:

- Facebookin check-in-toiminto (<https://www.facebook.com/about/location>)



#### LÄHTEET JA LISÄTIETOJA:

- Foursquare 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<https://foursquare.com>>
- Foursquare connects people to businesses 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://business.foursquare.com>>

# YouTube

jaa sisältöjä

verkostoidu

markkinoi

## SUOSIO:

4 miljardia rekisteröitynyttä käyttäjää, soveluksessa katsotaan 4 miljardia videota päivittäin (kesäkuu 2013).

## PALVELUN KUVAUS JA HYÖDYT:

Googlen omistama YouTube on internetin suosituin videopalvelu. Joka minuutti palveluun ladataan 48 tuntia videoita. Sivusto toimii 54 eri kielellä.

Yksi hyvä video voi saada YouTubessa miljoonia katsojia. Tämän takia YouTube on voimakas keino vaikuttamiseen. Sen kautta on noussut maailmanlaajuiseen tietoisuuteen monia muoti-ilmiöitä, kuten esimerkiksi Flash Mopit.

## KÄYTTÖOHJEITA:

YouTube'n käyttö perustuu videoiden lataamiseen ja kommentoimiseen. Käyttäjät voivat luoda palveluun oman profiilin, jonka

kautta he voivat ladata ja kommentoida videoita. Videoiden kerääminen ja tallentaminen erilaisiin soittolistoihin on mahdollista.

YouTube ei sovellu niinkään keskusteluun tai kevyeen ilmoittamiseen, sillä videot ovat raskaita pyörittää. YouTube'n vahvuus onkin siinä, että sen avulla voidaan vedota tunteisiin. Yrittäjälle ja työnhakijalle YouTube on mutkaton paikka esitellä esimerkiksi omaa portfolioa.

Nykyisin YouTubessa esitettävien videoiden alkuun on mahdollista ostaa mainos. YouTube kysyy tähän luvan videon tekijältä sähköpostitse. Videon palveluun ladannut henkilö saa sen mainostuloista suurimman osuuden. YouTubessa yleistynyt videomai-

nonta on herättänyt yritysten mielenkiinnon, ja sen arvellaan vievän mainostuloja televisiolt tulevaisuudessa yhä enemmän.

Videoiden avulla voidaan lisätä myös itse tuotteen myyntiä. Esimerkiksi Monty Pythonin Lentävä sirkus -ryhmän lisäämät vanhat sketsit nostivat ryhmän DVD-levyjen myynnin moninkertaiseksi Amazon.com-verkko-kaupassa.



#### MENESTYSTARINOITA:

- Monty Python (<http://www.youtube.com/user/MontyPython>)
- Justin Bieber (<http://www.youtube.com/user/JustinBieberVEVO>)
- Jessica Lee Rose (<http://www.youtube.com/user/jessicaleerose>)



#### VASTAAVIA PALVELUITA:

- Vimeo (<https://vimeo.com>)



#### LÄHTEET JA LISÄTIETOJA:

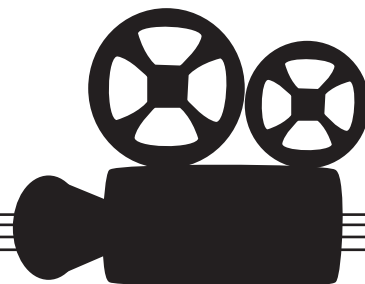
- About YouTube 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://www.youtube.com/yt/about/>>
- YouTube 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://www.youtube.com>>

# Vimeo

jaa sisältöjä

verkostoidu

markkinoi



## SUOSIO:

14 miljoonaa rekisteröitynyttä käyttäjää  
(kesäkuu 2013).

## PALVELUN KUVAUS JA HYÖDYT:

Vimeo on tarkoitettu videoiden lataamiseen, jakamiseen ja säilyttämiseen. Vimeon vahvuuksia ovat hyvä kuvan laatu ja sivuston nopeus, mutta suosiossa se on yhä YouTubea jäljessä. Palvelu on etenkin ammattilaisten suosiossa.

Vimeo-palvelun kautta pystyy hankimaan uusia kontakteja seuraamalla ja kommentoimalla toisten videoita.

## KÄYTTÖOHJEITA:

Alkuun pääset luomalla oman profiilin. Profiilin kautta pystyt jakamaan videoita perheen, ystävien tai koko maailman kesken. Profiili mahdollistaa myös videoiden kommentoimisen, viestien lähettämisen ja muiden käyttäji-

en seuraamisen. Rekisteröityneillä käyttäjillä on mahdollisuus myös käyttää Vimeo-sivuston blogia.

Omaan profiiliin pystyy lataamaan videoita. Vimeon sisällä on myös lukuisia tutoriaaleja, joiden kautta omaa kuvaamistaan voi parantaa. Palvelu mahdollistaa myös omien videoiden muokkaamisen ja äänen lisäämisen videoihin. Käyttäjä pystyy myös itse määrittelemään keiden kanssa omat videonsa haluaa jakaa. Muiden käyttäjien jakamia kiinnostavia videoita voi löytää tagien, ryhmien ja kanavien kautta.

Vimeo sisältää myös yrittäjille tarkoitettuja maksullisia palveluja. Vimeo PRO -käyttäjillä on mahdollisuus maksullisen Vimeo On Demandin kautta luoda kanavaprofiilinsa

ulkonäöstä haluamansa näköinen. Kyseisen palvelun kautta filmintekijä pystyy myös myymään omia videoitaan suoraan katsojille itse määrittelemillään hinnoilla. Tekijälle jää 90 prosenttia myynnin tuotosta.

Videoiden katseleminen on mahdollista kaikilla elektronisilla laitteilla televisioista älypuhelimiin. Palvelu ei sisällä mainoksia.



#### VASTAAVIA PALVELUITA:

- YouTube  
(<http://www.youtube.com>)



#### LÄHTEET JA LISÄTIETOJA:

- Help Center / Vimeo Basics 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://vimeo.com/help/basics>>
- Vimeo 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<https://vimeo.com>>
- Vimeo Business 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://vimeo.com/business>>
- Vimeo Plus 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://vimeo.com/plus>>
- Vimeo Pro 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://vimeo.com/pro>>

# Myspace

jaa sisältöjä

verkostoidu

markkinoi

## SUOSIO:

50 miljoonaa käyttäjää (kesäkuu 2013).

## PALVELUN KUVAUS JA HYÖDYT:

Myspace kokoaa yhteen luovan alan yrittäjät muusikoista valokuvaajiin ja videokuvaajiin. Alustalla yrittäjät voivat markkinoida omia töitään, kerätä tietoa yleisöstään ja tulevaisuudessa myydä lippuja ja lisä tuotteita. Mukana on myös perinteisiä yrityksiä.

Myspacen avulla voi myös verkostoitua ja pitää yhteyttä muiden artistien, yrittäjien ja fanien kanssa. Mitä suurempi yleisö, sen enemmän näkyvyyttä saat.

## KÄYTTÖOHJEITA:

Alkuun pääset luomalla profiilin osoitteessa [myspace.com](http://myspace.com). Kannattaa miettiä, luotko profiilin yrityksellesi vai itsellesi yksityishenkilönä edustamaan yritystäsi. Kirjaututtuasi

palveluun voit muokata Myspace-sivusi ulkoasua vastaamaan yrityksesi visuaalista ilmettä. Muista päivittää myös yrityksesi yhteystiedot ja yritystiedot. Sivuille voi lisätä myös tapahtumia. Jos käytät Myspacea cv:nä tai käyntikorttina, voit ladata ottamiasi kuvia, videoita tai musiikkia.





#### MENESTYSTARINOITA:

- Katy Perry (<https://myspace.com/katyperry>)
- Bruno Mars (<https://myspace.com/brunomars>)



#### VASTAAVIA PALVELUITA:

- Twitter (<https://twitter.com>)
- Facebook (<https://www.facebook.com>)



#### LÄHTEET JA LISÄTIETOJA:

- Myspace 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<https://myspace.com>>

# Prezi

jaa sisältöjä

tee esityksiä

## SUOSIO:

20 miljoonaa käyttäjää (kesäkuu 2013). Prezin suosio on kovassa vauhdissa, ja se saa uusia käyttäjiä miljoonan käyttäjän kuukausivauhdilla.

## PALVELUN KUVAUS JA HYÖDYT:

Prezi on esitysten tekoon ja jakamiseen tarkoitettu internetpalvelu. Se on uudenlainen dynaaminen, non-lineaarinen ja visuaalinen tapa tehdä esityksiä. Esityksiin voi upottaa niin videoita kuin kuviakin. Prezi toimii selaimen kautta, eli sen käyttämistä varten ei tarvitse ladata erillistä ohjelmistoa koneelle. Omiin esityksiin pääsee käsiksi miltä tahansa koneelta, jossa on selain Flash-liitännäisellä ja internetyhteys. Useampi käyttäjä pystyy muokkaamaan yhtä ja samaa esitystä samanaikaisesti internetyhteyden kautta.

Prezi mahdollistaa yrityksille mielenkiintoisen, joukosta erottuvan ja luovan tavan esittää ja jakaa tietoa. Lisäksi se mahdollis-

taa yksittäisten esitysten jakamisen laajalle yleisölle, jolloin esitys ei jää rajatun yleisön nähtäväksi.

## KÄYTTÖOHJEITA:

Alkuun pääset luomalla oman profiilin. Palveluun voi kirjautua myös Facebook-profiiliin kautta. Tämän jälkeen voit täydentää profiiliin käyttäjätietosi. Palveluun rekisteröitymisen jälkeen pystyt aloittamaan oman Prezi-esityksen teon sivustolla painamalla "create new prezi"-painiketta. Tämän jälkeen voit aloittaa oman esityksesi ulkoasun suunnittelun.

Sivusto sisältää useita valmiita esityspohjia, mutta voit tehdä myös oman. Esityksen ei tarvitse kulkea lineraalisesti, vaan voit pomp-

pia paikasta toiseen miten haluat. Esityksen pääasiat kannattaa laittaa esitysalustalle pääkohdiksi ja esityksen kulkua ajatella polkuna. Mieti myös esitystä tehdessäsi, miten aiot liikkua esityksen sisällä eli miten aiot liikuttaa kameraa esityksen kohdasta toiseen. Muista pitää esityksesi yhdenmukaisena ja selkeänä.

Prezillä luotujen esitysten vahvuus on nimenomaan niiden visuaalisessa ilmeessä. Epälineaarisuus taas vetoaa ihmisen kykyyn hahmottaa tilaa ja paikkaa. Palvelusta on olemassa erilaisia maksullisia versioita, joiden avulla muun muassa esitysten näkyvyyttä voi rajata.



#### VASTAAVIA PALVELUITA:

- SlideShare  
(<http://www.slideshare.net>)



#### LÄHTEET JA LISÄTIETOJA:

- Beginner's guide to Prezi Desktop 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<https://prezi.zendesk.com/entries/22415442-Beginner-s-guide-to-Prezi-Desktop>>
- Choose your Prezi license 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://prezi.com/pricing/>>
- Finn, Isabel 2013. Prezi-tation: Internet marketing tool for stand out presentations. Virtual Fundamentals. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://www.virtualfundamentals.com/internetmarketing/prezi-tation-internet-marketing-tool/>>
- Prezi 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://prezi.com>>

# SlideShare

jaa sisältöjä

tee esityksiä

## SUOSIO:

SlideSharella on 60 miljoonaa käyttäjää (kesäkuu 2013), ja sivustolla tapahtuu 130 miljoonaa sivukatselua kuukaudessa.

## PALVELUN KUVAUS JA HYÖDYT:

SlideShare on maailman suurin esityksille tarkoitettu internet-yhteisö.

Yrittäjälle SlideShare on kanava oman yrityksen personointiin. SlideSharen kautta yritykset pystyvät esittämään taloudellisia, teknisiä tai muita syvällisempiä sisältöjä, joita on vaikea esittää perinteisemmällä työkaluilla kuten taulukoilla ja teksteillä.

## KÄYTTÖOHJEITA:

Rekisteröityneet käyttäjät pystyvät lataamaan palveluun PowerPoint-, PDF-, Keynote- ja OpenOffice-esityksiä sekä webinareja. SlideShare-esityksiin voi ladata myös

mp3-ääntä, jolloin esityksestä tulee webinaari eli interaktiivinen konferenssi. Samoin niihin voi upottaa YouTube-videoita.

Esitysten näkyvyyttä voidaan rajata, mutta ne voidaan jättää myös julkisiksi kaikille. Tällöin niiden katselu ei vaadi erillistä sisäänkirjautumista ja myös palveluun kirjautumattomat käyttäjät voivat ladata ja muokata niitä sekä jakaa niitä edelleen.

Palveluun ladatut sisällöt leviävät laajasti sosiaalisen median kuten blogien, LinkedInin, Facebookin ja Twitterin kautta. Tavallisella esityksellä voidaan tavoittaa parhaimmillaan pari tuhatta ihmistä, kun taas SlideShareen

ladattu esitys voi helposti tavoittaa moninkertaisen määrän katsojia.

Sivuston käyttö on ilmaista, mutta sovelluksesta löytyy erilaisia maksullisia versioita, joissa on monentyyppisiä oheistoimintoja, kuten tilastoja ja brändättyjä kanavia.



#### VASTAAVIA PALVELUITA:

- Prezi (<http://prezi.com>)



#### LÄHTEET JA LISÄTIETOJA:

- 7 Ways Businesses Can Get More Social With SlideShare 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://mashable.com/2011/12/22/slideshare-social-tips/>>
- SlideShare 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://www.slideshare.net>>
- SlideShare licenses 2013. Go PRO on World's Largest Content Marketing Platform. Hakupäivä 13.6.2013. <[http://www.slideshare.net/business/premium/plans?cmp\\_src=general&cmp\\_src\\_from=main\\_nav](http://www.slideshare.net/business/premium/plans?cmp_src=general&cmp_src_from=main_nav)>
- Using SlideShare to Share Presentations 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://www.jiscdigitalmedia.ac.uk/guide/slideshare>>
- Why you should use SlideShare? 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://www.slideshare.net/about>>

# Pinterest

jaa sisältöjä

verkostoidu

markkinoi

## SUOSIO:

23 miljoonaa käyttäjää (helmikuu 2013).

## PALVELUN KUVAUS JA HYÖDYT:

Pinterest on ilmoitustaulutyypinen, sosiaalinen linkkien ja kuvien jakopalvelu, jossa voi luoda ja ylläpitää kokoelmia, jotka perustuvat johonkin teemaan. Käyttäjä voi myös selata muita linkki-/kuvakokoelmia, poimia niistä osia omiin kokoelmiinsa ja ilmoittaa tykkäävänsä linkistä/kuvasta.

Pinterestin avulla yritykset voivat lisätä kävijämääriä ja näkyvyyttä netissä. Esimerkiksi tapahtumalle voi lisätä oman kansion, jonne voi pinnata rajattoman määrän kuvia. Pinterestin avulla voi myös järjestää kilpailuja ja kampanjoita.

## KÄYTTÖOHJEITA:

Voit luoda yrityksellesi Pinterest-tilin osoitteessa <https://pinterest.com/business/create/>.

Kirjautumisen jälkeen Pinterest tarjoaa muutamien vaihtoehdoisen kuvakokoelman aihion, joita kutsutaan nimellä ”Board”. Boardien määrällä ei ole rajaa, eli niitä voi luoda niin monta kuin haluaa. Niitä on helppo poistaa, muokata ja lisätä.

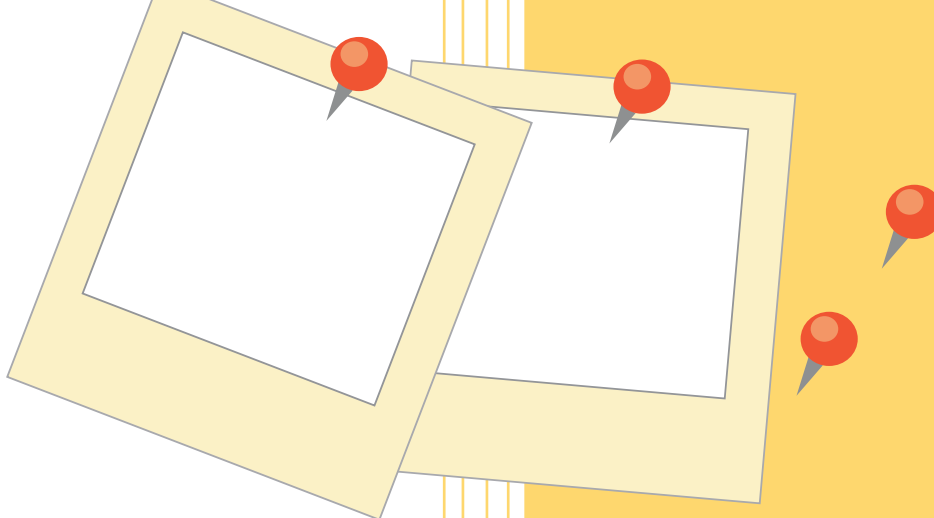
Luotuaasi ensimmäisen boardin voit lisätä sinne kuvia pinnaamalla (”pin”). Helpointa on kuvien lisääminen palvelun sisällä, josta löytyy useita eri kuvia esimerkiksi Pinterestin haun avulla. Kuvien lisäksi voit pinnata videoita, artikkeleja, blogeja ja muuta kiinnostavaa sisältöä.

Yrityksen kannattaa kiinnittää huomiota boardin aihepiiriin, jotta ihmiset voivat seurata sitä helposti ja re-pinnaavat sitä todennäköisemmin. Uusia kuvia pinnaamalla ja tuoretta sisältöä tuottamalla käyttäjät pysy-

vät tyytyväisinä. Kilpailujen, kommentoinnin ja vuorovaikuttamisen avulla seuraajamäärä kasvaa nopeasti.

Palveluun voi lisätä myös omia kuvia joko lataamalla ne omalta koneelta tai muualta netistä. Samalla ne tulevat kaikkien pinterestiläisten levitettäväksi.

Pinterestin avulla voit esitellä yritystäsi, brändiä ja arvojanne. Linkit Pinterest muihin käyttämiisi sosiaalisen median palveluihin, kuten Twitteriin ja Facebookiin. Yrityksesi kotisivujen kuvat voivat olla pinnattavissa, jolloin muidenkin käyttäjien on helpompi jakaa niitä palvelussa.



#### MENESTYSTARINOITA:

- Etsy  
(<http://www.pinterest.com/etsy/>)
- Elle  
(<http://www.pinterest.com/elle/>)



#### VASTAAVIA PALVELUITA:

- We heart it  
(<http://weheartit.com>)



#### LÄHTEET JA LISÄTIETOJA:

- Pinning 101. Pinterestin perusteet. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://about.pinterest.com/basics/>>
- Pinterest 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<https://www.pinterest.com>>
- Pinterest for business 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://business.pinterest.com/>>

# DeviantART

jaa sisältöjä

verkostoidu

markkinoi

## SUOSIO:

Deviantartilla on 26 miljoonaa rekisteröitynyttä käyttäjää. Palvelussa vierailee kuukausittain 65 miljoonaa kävijää.

## PALVELUN KUVAUS JA HYÖDYT:

DeviantArt on suurin taiteilijoille ja taiteesta kiinnostuneille tarkoitettu ilmainen internet-sovellus. Sen ideana on viihdyttää ja inspiroida ihmisiä.

Sivustolle voi ladata omia teoksia ja osallistua keskusteluun. Omaan profiliin laadittu portfolio voi olla apuna työnhaussa tai hakiessa opiskelupaikkaa. Lisäksi sivustolla voidaan pitää päiväkirjaa, jonka päivityksiä seuraajat voivat lukea.

## KÄYTTÖOHJEITA:

Alkuun pääset luomalla oman profiilin. Sen kautta pystyt luomaan gallerioita, osallistumaan ryhmiin sekä rakentamaan itsellesi faniryhmän seuraajista ja kavereista. Eri tai-

teen lajit on kategorioitu aina perinteisestä taiteesta digitaaliseen taiteeseen, kirjallisuuteen, valokuvaukseen, animeen ja elokuvan-tekoon. Profiilista pystyy myös näkemään teosten katsojatilastot.

Sivustolla pystyy myös keskustelemaan muiden taitelijoiden kanssa sekä oppimaan heiltä. DeviantARTissa on myös useita opetusmateriaaleja 3D-mallinuksesta Photoshopin käyttöön.

Sivuston DeviantART Shopissa pystyy myymään omaa osaamista ja teoksia. DeviantART Prints -palvelu printtaa, kehystää ja lähettää teoksia tilaajille ympäri maailmaa. Yritykset käyttävät DeviantArtia etsiäkseen toimeksiannoilleen lahjakkaita ja osaavia tekijöitä.





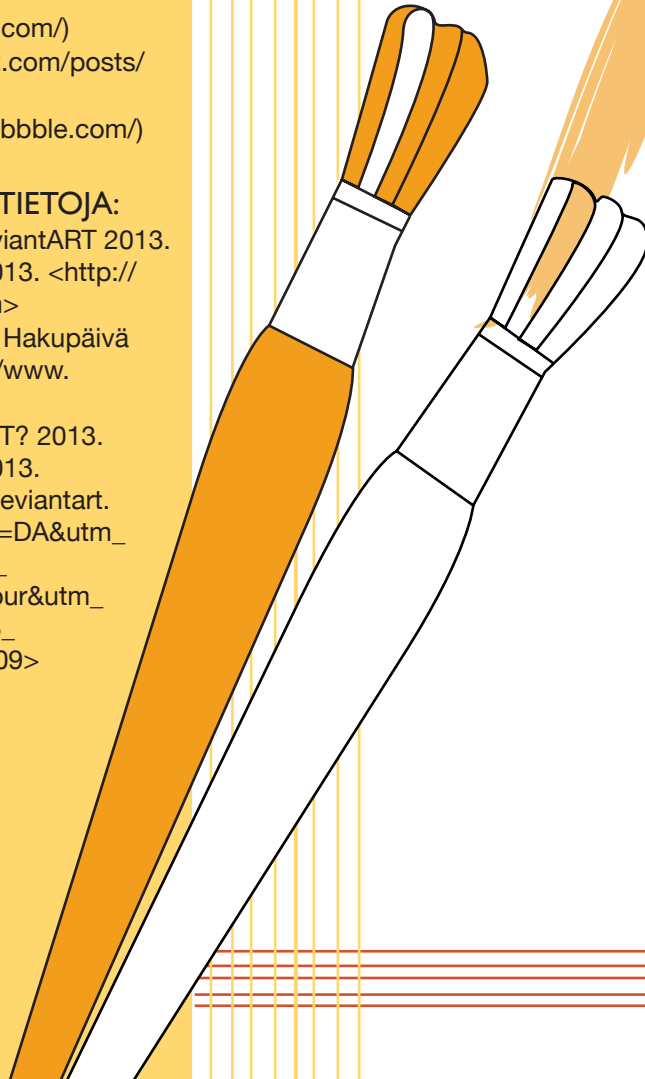
#### VASTAAVIA PALVELUITA:

- Behance (<http://www.behance.net/>)
- Designmoo (<http://designmoo.com/>)
- Forrst (<http://forrst.com/posts/from/ranger>)
- Dribbble (<http://dribbble.com/>)



#### LÄHTEET JA LISÄTIETOJA:

- Advertising on deviantART 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://deviantartads.com>>
- DeviantART 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://www.deviantart.com>>
- What is deviantART? 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <[http://welcome.deviantart.com/?utm\\_source=DA&utm\\_medium=UB&utm\\_content=Takethetour&utm\\_campaign=DA\\_UB\\_Takethetour\\_091409](http://welcome.deviantart.com/?utm_source=DA&utm_medium=UB&utm_content=Takethetour&utm_campaign=DA_UB_Takethetour_091409)>



# Flickr

jaa sisältöjä

verkostoidu

markkinoi

## SUOSIO:

87 miljoonaa rekisteröitynyttä käyttäjää (kesäkuu 2013).

## PALVELUN KUVAUS JA HYÖDYT:

Flickr on kuvien ja videoiden jakamiseen tarkoitettu yhteisöllinen palvelu. Flickrin kautta kuvia voidaan jakaa laajalle yleisölle, myös niiden tallettaminen ja arkistointi tapahtuu helposti.

Flickrissä pystytään luomaan ryhmiä sekä liittymään toisiin esimerkiksi saman alan ihmisten kanssa. Tämä mahdollistaa verkostoitumisen ja uusien kontaktien syntymisen.

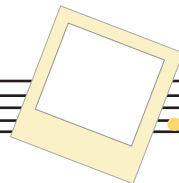
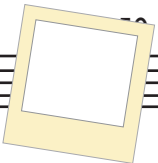
## KÄYTTÖOHJEITA:

Flickrissä yrittäjä voi keskittyä brändin rakentamiseen ja oman tarinansa kertomiseen. Palvelun kautta yrittäjä voi herätellä yleisön mielenkiintoa yritystään kohtaan. Mainos-

taminen, pelkät tuotekuvat ja suoramyynit ovat kiellettyjä.

Palveluun ladatut kuvat merkitään tageilla, jotka mahdollistavat kuvien löytämisen ja näkyvyyden Google-haussa. Sivustolla olevia kuvia pystyy myös arvioimaan. Flickrin ladattuja kuvia voidaan jakaa muissa sosiaalisissa medioissa kuten esimerkiksi blogeissa.

Flickrin käyttö on ilmaista. Käyttäjä saa palvelussa ilmaiseksi yhden teratavun verran tallennustilaa, mutta yksittäisen kuvan koko ei saa ylittää 200 megapikseliä. Ilmaispalveluun voidaan ladata 1080 pikselin HD-videoita, joiden koko on enintään 1 GB. Ilmaisversio sisältää mainoksia.





#### MENESTYSTARINOITA:

- Rosie Hardy (<http://blog.flickr.net/en/2013/10/18/maroon-5-discovers-young-photographer-on-flickr/>)



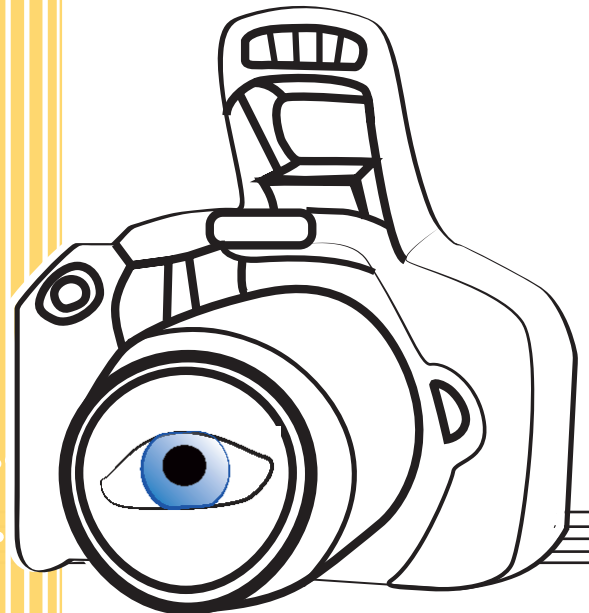
#### VASTAAVIA PALVELUITA:

- Google (<http://www.google.com>)
- Facebook (<http://www.facebook.com>)
- Instagram (<http://instagram.com>)



#### LÄHTEET JA LISÄTIETOJA:

- Best Practices for Organizations using Flickr 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://www.flickr.com/bestpractices/>>
- Flickr 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://www.flickr.com>>
- Flickr Help / FAQ 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://www.flickr.com/help/limits/>>



# Storify

jaa sisältöjä

verkostoidu

markkinoi

## SUOSIO:

Vuonna 2012 Storifyssa julkaistiin yli 554 000 tarinaa, joita luettiin yli 367 miljoonaa kertaa.

## PALVELUN KUVAUS JA HYÖDYT:

Storify on ilmainen sisältöpalvelu, jonka avulla käyttäjä voi hyödyntää jo olemassa olevaa verkkosisältöä. Storify toimii julkaisukanavana aiheille, joita voi koota yhteen useista sosiaalisen median palveluista kuten Twitterista, Flickristä, Facebookista, YouTubesta ja Instagramista. Storifyn avulla käyttäjä voi etsiä sisältöjä sosiaalisen median palveluista ja ”raahata” kiinnostavat jutut Storify-alustaan.

Yrityksen näkökulmasta Storifyn avulla jaat ja kokoat tietoa yrityksestäsi, tapahtumasi tai tuotteestasi. Ilmaisten tilien lisäksi palvelu tarjoaa maksulliset Business- ja VIP-tilit, joiden avulla käyttäjä pystyy esimerkiksi kustomoimaan sivuaan ja tekstejään vastaamaan paremmin yrityksensä visuaalista ilmettä, seuraamaan Storify-sivujensa käyttäjämääriä ja tilastoja,

muokkaamaan tarinoidensa yksityisasetuksia ja luomaan sivuista PDF-tiedostoja.

## KÄYTTÖOHJEITA:

Alkuun pääset kirjautumalla Storifyihin Facebook- tai Twitter-tilisi avulla tai luomalla oman tunnuksen yrityksellesi. Saatuasi tarinan valmiiksi ja julkaistuasi sen omalla Storify-sivullasi voit jakaa sen vaikka yrityksesi Facebook-seinällä tai Twitter-tilillä.

Jos järjestät tapahtuman, voit koota kaikki tapahtuman tweetit, Facebook-keskustelut, Instagram-kuvat ja muut maininnat sosiaalisessa mediassa samalle sivulle.

Uuden tuotteen lanseerauksen yhteydessä Storify-sivulle voi kerätä tuotteen kuvia, asiakkaiden tekemiä arvosteluja ja uutisia tuotekehittelystä samaan paikkaan.

Storify

Storify



#### MENESTYSTARINOITA:

- Uutispalvelu CNN  
(<http://storify.com/cnn>)
- Uutispalvelu BBC Radio  
(<http://storify.com/bbc>)
- Suomen ulkoministeriö  
(<http://storify.com/Ulkoministerio>)



#### VASTAAVIA PALVELUITA:

- Scoop.it!  
(<http://www.scoop.it>)
- Paper.li (<http://paper.li>)



#### LÄHTEET JA LISÄTIETOJA:

- Storify 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://storify.com>>
- Storify-ohje 2013. Hakupäivä 13.6.2013. <<http://storify.com/tour>>

Storify

Storify

# SoundCloud

jaa sisältöjä

verkostoidu

markkinoi

## SUOSIO:

Yli 20 miljoonaa käyttäjää (kesäkuu 2013).

## PALVELUN KUVAUS JA HYÖDYT:

SoundCloud on musiikin ja äänitiedostojen levitykseen ja toistoon keskittynyt nettipalvelu. Muusikot ja muut äänialan osaajat voivat ladata omia musiikkitiedostojaan (valmiit kappaleet, suoranauhoitukset, demot, podcastit, äänikirjat jne.) palvelimelle esimerkiksi promootiotarkoitukseen.

Palvelussa on mahdollisuus luoda ja liittyä erilaisiin ryhmiin, joiden avulla sisältöä voidaan jakaa ja säilöä yhteisesti. Käyttäjät voivat kommentoida ja arvioida äänitiedostoja.

## KÄYTTÖOHJEITA:

Päset alkuun luomalla palveluun oman profiilin osoitteessa <http://soundcloud.com>.

Kirjauttuasi palveluun voit seurata lukuisia artisteja, bändejä ja äänialan osaajia. Muut käyttäjät voivat myös seurata sinua.

SoundCloud antaa jokaiselle palveluun siirretylle äänitiedostolle yksilöllisen URL:n. Tiedoston pystyy jakamaan suoraan artistin tai yrityksen Facebook-sivuilla tai Twitterissä. Äänitiedostoja on helppo upottaa esimerkiksi omille kotisivuille tai blogiin. SoundCloudista on olemassa myös mobiilisovellus sekä widget.

Itsessään palvelu on ilmainen, mutta maksullisten lisäominaisuuksien avulla käyttäjä saa lisää tallennuskapasiteettia, tarkat tilastot kappaleiden kuuntelusta sekä mahdollisuuden luoda useita kappaleistoja/albumeita.



#### MENESTYSTARINOITA:

- John Mayer  
(<https://soundcloud.com/johnmayer>)
- Snoop Dogg  
(<https://soundcloud.com/snoopdogg>)



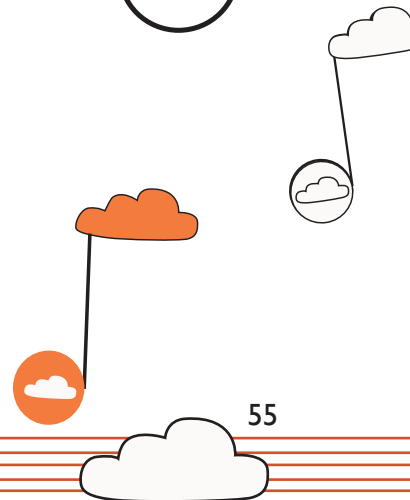
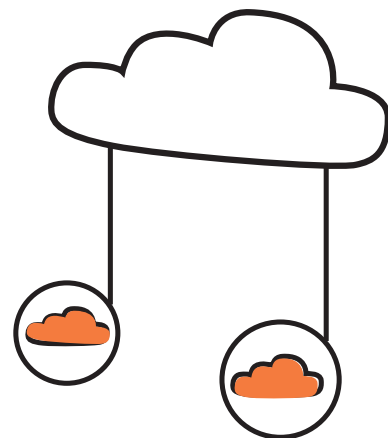
#### VASTAAVIA PALVELUITA:

- Spotify  
(<http://www.spotify.com>)
- Mixcloud  
(<http://www.mixcloud.com>)



#### LÄHTEET JA LISÄTIETOJA:

- SoundCloud 2013.  
Hakupäivä 13.6.2013.  
<<https://soundcloud.com>>
- SoundCloud 101 -ohje  
2013. Hakupäivä 13.6.2013.  
<<http://soundcloud.com/101/for>>



# Kirjoittajien esittelyt

## Ella Käyhkö

Ella Käyhkö on kuvataiteilija, joka on ollut mukana organisoimassa ja suunnittelemassa useita museo- ja ryhmänäyttelyitä. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulusta hän hakee lisäkoulutusta kuvataiteilijan (AMK) opintojen myötä. Viime aikoina hän on toiminut myös projektityöntekijänä Kemi-Tornion ammattikorkeakoulussa keskittyen erilaisten julkaisujen tekoon. Creative Edge -hankkeessa Käyhkö oli mukana eri julkaisujen sisällöntuottajana, kuvittajana ja taittajana.

## Nina Tuomainen

Nina Tuomainen työskentelee Ammattiliitto Prossa viestintäharjoittelijana tuottaen monimediallista sisältöä verkkouutisiin, sosiaaliseen mediaan ja jäsenviestintään. Keväällä 2014 Tuomainen valmistuu Kemi-Tornion ammattikorkeakoulusta medianomiksi (AMK). Creative Edge -hankkeessa hän toimi muun muassa toisena Social Media Toolkitin sisällöntuottajana My Creative Edge -sivuilla.

## Minttu Merivirta

Minttu Merivirta työskentelee Kemi-Tornion ammattikorkeakoulussa projektityöntekijänä, asiantuntijana ja suomen opettajana. Creative Edge -hankkeessa hän on ollut mukana toiminnan popularisoijana ja erilaisten julkaisujen toimittajana.





Kemi-Tornion  
ammattikorkeakoulu

Lapin korkeakoulukonseerni



Creative Edge on vuosina 2011–2013 toteutettu kansainvälinen hanke, jonka pääasiallisena tavoitteena on ollut saada luovan alan organisaatiot ja yritykset kansainvälisille markkinoille. Hankkeessa toteutettu pohjoisen Euroopan osaamisviennin foorumi, MyCreativeEdge.eu-sivusto, avattiin kesällä 2013. Sivusto antaa luovan alan osaajille mahdollisuuden markkinoida osaamistaan ja tarjoamiaan palveluja ja muille yrityksille puolestaan mahdollisuuden löytää toiminnassaan tarvitsemiaan luovan alan ammattilaisia.

Yhtenä etuna MyCreativeEdge-sivustolle rekisteröityneet ovat päässeet käsiksi sosiaalisen median työkalupakkiin. Sosiaalinen media tarjoaa useita erilaisia väyliä olla yhteydessä asiakkaisiin, esitellä omaa toimintaa, verkostoitua ja tehdä brändiään tutuksi.

Tässä julkaisussa kyseinen työkalupakki esitetään täysin uudessa ja visuaalisemmassa muodossa. Työkalupakkiin pääsee nyt kurkistamaan ilman minkäänlaista rekisteröitymistä. Sisältöä on jaoteltu hyötynäkökulman ja käytettävyyden näkökumista, joten jokainen yrittäjä voi helposti löytää omaa toimintaa parhaiten tukevat sosiaalisen median palvelut.



NUI Galway  
OÉ Gaillimh



SOUTH EAST  
Economic Development



Northern  
Periphery  
Programme  
2007–2013

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2007–2013



Euroopan unioni  
Euroopan aluekehitysrahasto

ISBN 978-952-5897-93-7 (pdf)