



Parhaat viestintäkäytännöt: mitkä kanavat tavoittavat kenetkin?

Tanja Laatikainen ja Tuulamaria Lempiälä
G-fest 24.9.2022

Esityksen sisältö

- Viestinnästä yleisesti
- Sähköinen viestintä
- Erilaisia somekanavia
- Jaetaan kokemuksia some-kanavista
- Vinkkejä postauksiin
- Harjoitellaan!

Viestinnästä yleisesti

Miksi, mitä ja kenelle?



Kenet haluamme tavoittaa?

- Jäsenet
- Mahdolliset jäsenet
- Vapaaehtoiset
- Mahdolliset vapaaehtoiset



Viestinsaaaja
on monia

Miksi haluamme tavoittaa? (Esimerkkejä)

Haluamme
osallistujia
tapahtumiin

Haluamme uusia
jäseniä
yhdistykselle

Haluamme jakaa tietoa
gluteenittomuudesta

Mitä kanavia on olemassa?

1. Sähköiset kanavat: kotisivut ja some.
2. Printtikanavat: Gluteeniton elämä -lehti (tapahtumia lähelläsi) ja paikallislehdet (meno-palstat ja juttuvihjeet)
3. Epäviralliset kanavat: tuttaville kertominen, ihmisten kohtaaminen kaupan hyllyillä jne.



Rajattomat
mahdollisuudet

Viestintä luo mielikuvia

- Miettikää millaista kuvaa haluatte yhdistyksestä välittää.
- Nykypäivänä erityisesti visuaalinen viestintä (eli kuvat) ovat tärkeitä.
- Ihmiset toimivat (tulevat tapahtumiin, liittyvät jäseniksi jne.) mielikuvien ja tunteiden pohjalta.

Mitkä kanavat tavoittavat kenetkin?

- Yhtä "sääntöä" vaikea antaa.
- Viestintä on tänä päivänä hyvin monikanavaista ja eri kohderyhmät tavoittaa eri kanavista.
- Tärkeää on valita itselle hyvät kanavat ja viestiä niissä säännöllisesti.
- Ihmiset hakevat tietoa erityisesti hakukoneista (Google), hakukoneoptimointi (esim. avainsanat, kuvien nimeäminen, linkitys)



**Viestintä on
monikanavaista**

Sähköinen viestintä

Kotisivut ja sosiaalinen media



Kotisivut

- Tavoittavat hakukoneiden kautta laajasti eri-ikäisiä ihmisiä.
- Pidä kotisivut ajan tasalla niin, että tulevat tapahtumat ja yhteystiedot löytyvät.
- Muista myös Keliakialiiton kotisivujen tapahtumakalenteri, jota kautta voi tavoittaa esim. uusia jäseniä.
(keliakialiitto.fi/tapahtumat)
- Kotisivut "tietopankki", jonne somesta ohjataan.

Keliakialiitto tarjoaa yhdistyksille kotisivupohjan

- Kotisivupohjaa hallinnoi Yhdistysavain.
- Nettitiimi järjestää koulutuksia, johon osallistumiseen voi hakea jäsenjärjestöavustusta.



Tietolaarista
löydät valmiit
mallitekstit

Sosiaalinen media

- Vuorovaikutteinen kanava.
- Käyttäjät itse myös sisällöntuottajia.
- Tavoitat ihmisiä sitä paremmin mitä aktiivisempi itse olet.
- Kanavia on paljon, tärkeää on valita itselle hyvä(t) kanava(t)



Viikkotasolla käytetyimmät somepalvelut Suomessa (16-74-v.)



3,3 M
(81 %)



3,1 M
(77 %)



2,9 M
(72 %)



2,0 M
(48 %)



1,0 M
(25 %)



0,9 M
(22 %)



0,7 M
(17 %)



0,7 M
(16 %)



0,5 M
(12 %)



0,4 M
(10 %)



0,4 M
(9 %)

Seuratut yhteisöpalvelut 2020, %-osuus väestöstä,

	16- 24v	25- 34v	35- 44v	45- 54v	55- 64v	65- 74v	75- 89v	Miehet	Naiset	Kaikki
Facebook	67	81	76	66	52	42	13	53	63	58
WhatsApp	78	72	58	56	44	27	6	46	53	50
Instagram	80	65	50	40	24	12	2	33	45	39
Snapchat	71	26	5	6	2	0	0	13	16	14
Twitter	27	20	18	14	10	4	1	16	11	13
LinkedIn	8	25	21	20	10	3	1	15	11	13
TikTok	34	9	3	2	1	0	0	5	8	6
Jodel	25	13	2	0	0	0	0	4	7	5
Suomi24	4	3	3	3	4	3	1	4	3	3
Joku muu	12	10	6	5	2	2	1	5	6	6

Lähde: Suomen virallinen tilasto (SVT):
 Väestön tieto- ja viestintäteknikan
 käyttö [verkojulkaisu].
 ISSN=2341-8699. 2020, Liitetaulukko
 25. Seuratut yhteisöpalvelut 2020, %-
 osuus väestöstä . Helsinki:
 Tilastokeskus [viitattu: 24.3.2022].
 Saantitapa:
http://www.stat.fi/til/sutivi/2020/sutivi_2020_2020-11-10_tau_025_fi.htm

Sometrendejä vuonna 2022

Lyhyet videot

**Inhimillinen sisältö
ja
vuorovaikutteisuus**

Nostalgia

Lähde: [Sosiaalisen median trendit 2022 | 14 kuuminta trendiä | Folcan](#)

Erilaisia somekanavia

WhatsApp

- Viestintäsovellus, jossa viestitään tutuille henkilöille (tarvitset vastaanottajan puhelinnumeron lähettääksesi viestin). Toimii vähän samaan tapaan kuin perinteinen tekstiviesti, mutta Whatsappiin voit tehdä myös useamman hengen ryhmiä.
- Soveltuu hyvin kahden keskiseen tai pienen ryhmän viestintään. Esimerkiksi kaveriporukan tai hallituksen sisäiseen viestintään ajankohtaisissa asioissa.
- Voi käyttää myös yhdistyksen tiedotuskanavana. Tällöin kannattaa valita, ettei viesteihin voi vastata.



- Keskustelu- ja media-alusta, jossa luodaan yhteisöjä(ryhmiä), kerrotaan tarinoita ja kerätään ihmisiä yhteisten ajatusten äärelle.
- Facebookissa käyttäjät ja yhdistykset ym. yhteisöt viestivät sekä avoimilla "seinillä" (henkilökäyttäjillä) tai "sivuilla" (yhteisökäyttäjillä) että yksityisissä ja avoimissa ryhmissä.
- Facebookissa on myös "tarina" toiminto, jonne sivu tai käyttäjä voi kuvata lyhyen videopätkän joka näkyy seuraajille vuorokauden ajan.
- Facebook soveltuu mm. tapahtumamainontaan, uusien jäsenten ja vapaaehtoisten etsimiseen sekä toiminnasta viestimiseen.



Instagram

- Instagram perustuu tarinan kerrontaan kuvilla.
- Yhdistystoiminnan näkökulmasta Instagram sopii toiminnasta kertomiseen ja mielikuvien luomiseen.
- Käyttö kasvanut. Instagramin sisällöt voi jakaa myös Facebookiin.
- Tarina-toiminto on suosittu, ja sen kautta voit ohjata käyttäjän suoraan esim. yhdistyksen nettisivulle.



- Twitterissä julkaistaan lyhyitä alle 300 merkin mittaisia tekstejä eli "twiittejä".
- Twitterissä on paljon poliitikkoja, toimittajia ja vaikuttajia. Siellä tehdään pääasiassa vaikutustyötä eli kerrotaan mitä on saatu aikaan tai otetaan kantaa ajankohtaisiin asioihin.
- Twitter viestintään kuuluu myös muiden julkaisuiden kommentointi – olit sitten samaa tai eri mieltä.
- Twitter soveltuu mm. edunvalvontaan, mielipiteiden ilmaisuun ja kannanottoihin.



- Tarinankerrontaa, viestintää ja vaikuttamista lyhyin videoin.
- Tik tokiin kuvataan lyhyitä videoita, jotka jäävät näkyviin käyttäjän tilille . Vaikka Tik Tokissa voi myös seurata valikoituja käyttäjiä, se ehdottaa ensisijaisesti satunnaisien käyttäjien videoita muista sosiaalisen median kanavista poiketen.



Tik Tok

Sosiaalisen median kanavat muuttuvat käyttäjiensä myötä

- Edellä mainitut kanavat ovat vain muutamia esimerkkejä.
- Uusia sosiaalisen median kanavia ilmestyy jatkuvasti ja osasta tulee valtavirran käyttämiä.
- Käyttäjien ikärakenne vaikuttaa mm. siihen mikä kanava järkevä valita.
- Sosiaalisen median kanavien käyttötapa ja ominaisuudet muuttuvat jatkuvasti, kannattaakin seurata mitä muut tekevät ja hyödyntää hyvät ideat myös omassa viestinnässä.



**Some-kanavat
elävät koko ajan**

Jaetaan kokemuksia some- kanavista

Mikä on toiminut kenelläkin?



Vinkkejä postauksiin

- Videot nousevat algoritmossa korkeimmalle.
 - Lataa suoraan Facebookiin.
- Jos kerrot lähestyvistä tapahtumista kerro selkeästi mitä tapahtuu, missä (osoite) ja milloin (päivämäärä)
- Huolehdi, että postauksessa on vähintään kuva.
 - Linkin mukana kuva tulee automaattisesti, jos verkkosivulle asetettu somekuva.



- Parhaiten toimivat postaukset, jotka herättävät luonnostaan halun jakaa/ tykätä/ kommentoida/ klikata linkkiä.
- Herätä postauksella mielenkiinto – itse tiedon saadakseen pitää klikata linkkiä.
- Kysy aktivoiva kysymys, viritä muuten keskustelua.



- Ihanteellinen mittasuhte kansikuvalla 820 x 312 (pikseliä)
- Julkaisukuvalla 1200 x 630
- Profiilikuvalla 180 x 180
- Tapahtuman kansikuvalla 1920 x 1080



-
- Käytä postauksessa vaakakuvaa (1200 x 630)
 - Jos haluat hifistellä, voit yhdistää esim. sitaattitekstin suoraan kuvaan Canvassa.

<https://www.canva.com/>

Muistathan ilmoittautua avoimeen webinaariin!



Lääkäri Pilvi
Laurikka kertoo
keliakiasta
webinaarissa
ke 7.9.



- Kannattaa käyttää tunnistettavia #asiatunnisteita ja ajoittain myös kertoa mistä teidät tavoittaa tai missä järjestetään seuraava tapahtuma.
- Instagram on ennen kaikkea visuaalinen, joten kannattaa panostaa kuviin. Tarinoissa voi jakaa monipuolisempaa sisältöä.
- tarinat-toiminto on suosittu nykyään. Tarina näkyy seuraajille 24 h. Tärkeät tarinat voi tallentaa sivun "kohokohtiin".



- Instagramissa voi jakaa neliönmuotoisia, pystysuuntaisia sekä maisemakokoisia kuvia. Kuvasuhteisiin liittyvät säännöt ovat syötteessä sekä Instagram Stories –osiossa tehtävien julkaisujen välillä erilaiset.
- Kun rajaat kuvia, pidä mielessä seuraavat pikselikoot:
 - Profiilisivu:**
 - Instagram-profiili: 320 X320 pikseliä
 - Kohokohta-kansion kuva 1080 X1080 pikseliä
 - Julkaisut:**
 - Vaaka 1200 X 566 pikseliä
 - Pysty 1080 X 1350 pikseliä
 - Neliö 1080 X 1080 pikseliä
 - Tarina& kela 1080 X 1920 pikseliä





Video postauksessa

Videon etuja

- Videot keräävät jopa kolminkertaisen määrän sitoutumisia ja jakoja kuviin ja teksteihin verrattuna.
- Facebookin algoritmossa korkeimmalle sijoittuva julkaisutyyppi.
- Inspiroi, ei informoi (linkki esim. verkkosivuille lisätietoja varten).



Ihanteellinen
mitta 30 sek.,
maksimi
minuutti

Vinkkejä toteutukseen

- Kuvausvälineenä toimii hyvin esim. älypuhelin.
- Varmista riittävän hiljainen kuvausympäristö.
- Leikkaamiseen löytyy puhelimesta ilmaisia Appeja, esim. Viva Videon ilmaisversio.
- Tekstittäminen kannattaa, jos mahdollista.

Harjoitellaan!

Tehdään julkaisu yhdistyksen some-kanavalle, voit itse valita kanavan.

Tehdään päivitys G-festeiltä

1. Ota kuva tai video
2. Suunnittele teksti. Mieti myös aihetunnisteet #g-fest #keliakialiitto jne.
3. Mene yhdistyksen some-tilille.
4. Tee julkaisu. Voit tägätä eli merkitä Keliakialiiton tilin @keliakialiitto



Keliakialiitto

Kiitos kaikille osallistujille!



keliakialiitto.fi