



Aivovammaliitto



Aivovammaliitto ry

Sosiaalinen media

Pia Warvas ja Asta Hietanen

Lokakuu 2015

Sisältö

- Sosiaalinen media järjestöissä
- Twitter
- Blogit
- Instagram

Lähteet: Sosiaalinen media –koulutus Oulussa 2.9.2015 sekä oma tiedonhankinta

Laura Kourin aineistot:

[Blogit nouseva trendi](#)

[Twitter haltuun](#)

Minna Pesosen aineistot:

[Sosiaalinen media järjestöissä](#)

[Instagram](#)

Sosiaalinen media

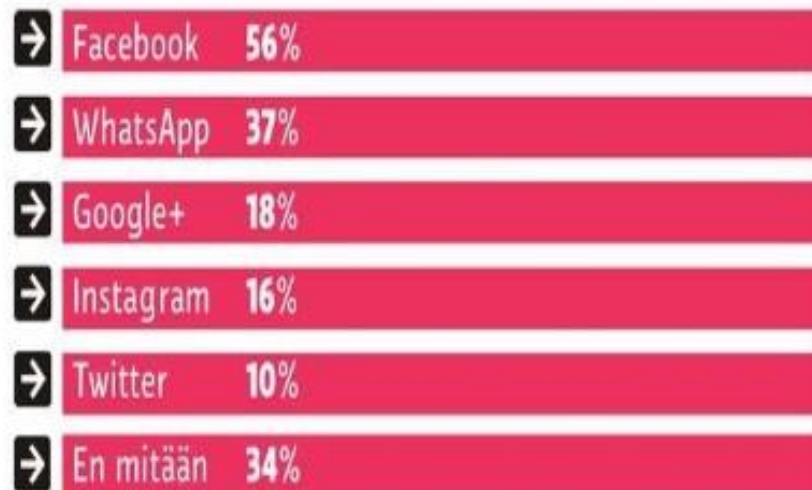
- Sosiaalisella medially tarkoitetään internetin uusia palveluita ja sovelluksia, joissa yhdistyy käyttäjien välinen kommunikaatio ja oma sisällöntuotanto.
- Sosiaalinen media eroaa perinteisestä viestinnästä siinä, että käyttäjät eivät ole vain vastaanottajia, vaan voivat myös tehdä asioita:
 - kommentoida
 - jakaa sisältöjä
 - tutustua toisiin

Sosiaalisen median jaottelu

1. Viestintä, vuorovaikutus
2. Sisällöntuottaminen
3. Tiedonhaku ja jakaminen
4. Etäkokoukset, verkkolähetykset
5. Esitystekniikat

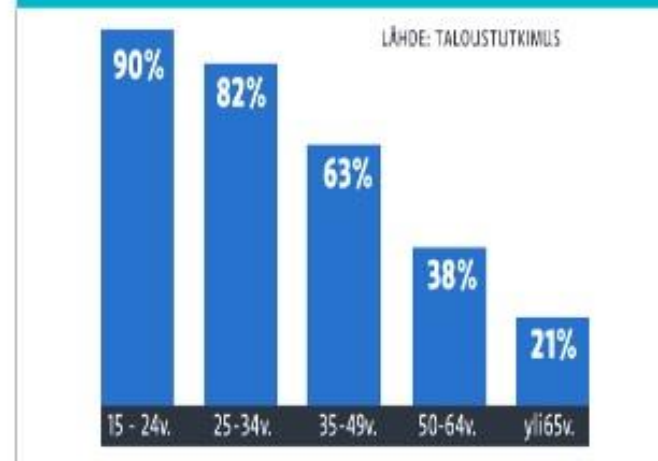
Suomalaisten sosiaalisen median käyttö

MITÄ SOME-PALVELUJA KÄYTÄT?



LÄHDE: TALOUSTUTKIMUS

FACEBOOKIN KÄYTTÖ IKÄRYHMITTÄIN




Lähde: Kuva: Yle Uutisgrafiikka. Taloustutkimuksen selvitys Yle Uutisten pyynnöstä suomalaisten sosiaalisen median käytöstä 3.1.2015


syyskuu 2015

5

Mitä somekanavia järjestöissä käytetään ja niiden käyttäjämääriä Suomessa

 **Facebook** – 2,4 milj. suomalaista käyttäjää

 **YouTube** – 2 milj. suomalaista käyttäjää

 **Instagram** – 450 000 kuukausittaista aktiivista käyttäjää Suomessa

 **Twitter** – 48 000 viikoittaista twiittaajaa

 **LinkedIn** – yli 700 000 suomalaista profiilia

- Lähde: Viestintä-Piritta <http://www.viestintapiritta.fi/sosiaalisen-median-trendit-jarjestoille-2015/>
- <http://www.slideshare.net/Piritta/sosiaalisen-median-trendit-jarjestoille-2015>

Järjestöt somessa

- Sosiaalisesta mediasta tulee osa koko järjestön toimintaa, tietoa jaetaan yhä aktiivisemmin ja järjestöjen toimijat viestivät yhä enemmän itse
 - olisi hienoa, kun Aivovammaliiton FB-tykkääjät kirjoittaisivat enemmän! Julkaisuista tykätään ja niitä jaetaan jo mukavasti – hienoa!
- Aito vuorovaikutus, keskustelu ja jäsenten palvelu sosiaalisessa mediassa lisääntyy
 - Esimerkiksi Aivovammaliitolla on avoin sivu ja vapaaehtoistoimijoille ja pääfestiläisille on suljetut sivut

Järjestöt somessa

- Järjestöt eivät pelkästään tiedota, vaan etsivät ihmiset somesta
- Sosiaalisen median hyödyntämisen vastuunjako kehittyy ja yhä useammin vapaaehtoiset viestivät aktiivisesti somessa
- Sosiaalisen median liikkeitä analysoidaan yhä tarkemmin
- Uusia sosiaalisen median palveluita otetaan käyttöön
- Kuvaa ja videota käytetään yhä enemmän ja uusilla tavoilla

Miksi viestiä somessa?

- Vaikuttaa suuren yleisön tietoisuuteen ja asenteisiin
- Näkyminen ja tunnettuus kasvavat.
- Pitää jäsenet ja yhteistyökumppanit tietoisina toiminnasta ja auttaa hankkimaan uusia jäseniä.
- Luo ja ylläpitää myönteistä mielikuvaa
- Tukee toimintaa asetettujen tavoitteiden mukaisesti.
- Tuo osallistujia tilaisuuksiin.
- Edistää ja tukee varainhankintaa.
- Viestiminen on nopeaa, helppoa ja edullista.

Suunnittele

- Kenelle haluamme viestiä ja missä kanavassa?
- Vastuu
 - Ketkä tekevät ja toteuttavat?
- Aikataulu
 - Mitä tehdään ja millä aikataululla?
2 – 3 krt viikossa
- Somepelisäännöt
 - Miten toimitaan yksilönä ja työroolissa?

Onnistunut päivitys

Sosiaaliseen mediaan erikoistuneen
Bufferin tutkitut vinkit:

- käytä valokuvia
- päivitä lyhyesti – ei romaaneja
- käytä sopivasti hymiöitä 😊
- päivitä torstaina tai perjantaina
- kysy, niin saat kommentteja (pitääkö, voiko, kuka)

TWITTER



Twitter on avoin verkosto

- Viestit muodostuvat lyhyistä 140 merkin mittaisista viesteistä
- Twiiteissä voi lisätä linkin, kuvan tai sijainnin
- Viestintä on avointa ja reaaliaikaista
- Jokainen voi luoda itselleen verkoston aiheista ja ilmiöistä, joista on kiinnostunut
- Ketä vain voi seurata ja kuka vain voi seurata sinua
- Keskustelua voi käydä kenen kanssa hyvänsä

Lähde:

<http://www.slideshare.net/janoloferiksson/twitter-peruskytt-haltuun>, @janoler

Näin alkuun

- Mieti, mistä haluat twiitata
- Seuraa sinua kiinnostavia tahoja, niin saat itsekin seuraajia
 - Kun seuraat käyttäjää, tilaat hänen tekemänsä twiitit itsellesi. Näin Twitter-etusivullesi muodostuu virta, johon omat ja seuraamiesi käyttäjien viittaukset tulevat näkyviin
- Tapahtumista twiittamisella on hyvä aloittaa
- Hashtagilla # voit merkitä aihepiiriä/avainsanoja
- @-merkillä voit osoittaa viestisi tietyn ihmisen uutisvirtaan (esim. @aivovammaliitto)
- Uudelleentwiittaus on tapa julkaista uudelleen toisen käyttäjän twiitti siten, että ansio alkuperäisestä twiitistä annetaan sen tekijälle. Tämä kohtelias tapa tehostaa verkostoitumista ja lisää käyttäjien välisiä kontakteja. Näinviestit voivat edetä nopeasti kontaktiverkostosta toiseen.

- Twitter on omiaan etenkin ”juuri nyt” tapahtuvien uutisten, tapahtumien ja tilanteiden käsittelyyn.
- Se ei perustu Facebookin kavereille, vaan siellä voi vapaasti seurata eri henkilöitä, organisaatioita ja uutislähteitä.

BLOGIT



- Blogeja on monenlaisia: yritysten, harrasteryhmien, poliitikkojen, lehtien, järjestöjen...
- Mieti järjestön blogia perustaessa, että:

Mitä varten järjestö on olemassa?

- Mitkä ovat järjestön tavoitteet, ketä halutaan tavoittaa ja mitä sanoa?
- Blogissa yhdistyy järjestön strategia ja tavoitteet
- Blogin kohderyhmien selkeys jäsentää ajattelua: vaikuttajat, työntekijät, alueellisuus

Ideoita

- Koko henkilöstö bloggaamaan
- Anna ääni vapaaehtoisille, luottamushenkilöille ja jäsenille
- Pyydä vierailija bloggauksia
- Käytä valmiita sisältöjä
- Tee bloggaus listamuotoon
- Julkaise kannanotot ja mielipidekirjoitukset myös blogissa
- Nosta teempäivät ja tapahtumat esiin
- Käytä monipuolisia ilmaisumahdollisuuksia
- Käytä kaikkia edellä mainittuja vaihtoehtoja

(Lähde: <http://www.viestintapiritta.fi/ideoita-jarjestoblogin-sisaltoihin/>)

Hyvä blogi

- Hyvä blogi rakentuu lehtijutun tavoin
 - napakka otsikko
 - kuvaileva ingressi
 - tiivis tekstiosio
 - oikeakielinen, helposti luettava
- Lisäksi
 - sisältää kuvia, listoja, sitaatteja
 - on avainsanoitettu
 - ohjaa uuden tiedon lähteille

- Huom! Blogissa on lupa ottaa kantaa, voit tuoda oman mielipiteesi esille (vrt. lehtijuttu, jonka on tarkoitus välittää tietoa puolueettomasti)

Instagram



Mikä on Instagram

- Vuonna 2010 perustettu visuaalinen sosiaalisen median palvelu, johon voidaan jakaa kuvia ja (lyhyt)videoita
- Yli 300 miljoonaa käyttäjää
- Suomessa 16% käyttää Instagramia alle 25-vuotiaista 52%
- Sovelluksessa jaetaan omia kuvia - ei napata Googlesta kuvia jakoon
- Kuvat merkitään # hashtageilla eli asiasanoilla, esimerkiksi #aivovamma
- käyttäjäseuranta, tykkäämisen ja kommentoinnin mahdollisuus

- Esittele vapaaehtoisia, yhdistystoimijoita, järjestön työntekijöitä esim. pitämässä hauskaa tauolla
- Esittele tiimiä, työmatkakohteita, toimistoa, projekteja
- Jaa jotain erityistä, mitä ei löydy muista kanavistasi.
- Kysele , informoi, keskustele ja herätä keskustelua
- Näytä tyytyväinen osallistuja/yhteistyökumppani ja syy siihen
- Esittele tapahtumat ennen, aikana ja jälkeen
- Lisää kuvasi kuvakarttaan eli paikanna aina kun on mahdollista
- Rakenna kokonaisuuden ympärille oma #
- Oman hashtagin voi rakentaa monenlaiseen tilanteeseen (esim. tapahtuma, kilpailu, teemapäivä)



PORINAPATA - keskustellaan

- Mitä sosiaalisia medioita sinä käytät?
- Miksi olet päätenyt juuri näihin medioihin?
- Minkälainen on mielestäsi hyvä
 - Facebook-päivitys
 - Twiitti
 - Blogikirjoitus
- Entä huono? Miksi?
- Aiotko lisätä osallistumistasi sosiaalisessa mediassa? Jos, niin miten?