

# MAASEUDUN HELMET ESILLE

---

**JOENSUUN MAASEUTUALUEIDEN MARKKINOINTITYÖPAJOJEN  
KOULUTUKSELLINEN OSUUS**

Rookie Communications Oy  
Työpajat, elokuu 2020

# MIKSI PITÄÄ MARKKINOIDA



🔍 Joensuun maaseu|

🔍 joensuun maaseutupalvelut

🔍 joensuun maaseutuohjelma

🔍 joensuun **seudun** maaseutupalvelut

🔍 Maaseutuyhdistys Sydänlanka Ry, Kirkkokatu, Joensuu

🔍 Liperin Maaseutumuseo Tähkä, Koulukuja, Liperi

Google-haku    Kokeilen onneani

*Ilmoita sopimattomista ennakoinneista*

**Tietotyhjiö**  
**täyttyy aina -**  
**tavalla tai toisella**

**Kun markkinointi ja viestintä ovat  
kunnossa, tietotyhjiötä ei ole**

**”EI TÄNNÄ KUKAAN  
LOGON TAKIA  
MUUTA”**



**”PREMIUM ON  
YKSITYISKOHTIA”**



# JA NIISTÄ KERTOMISTA

**PAIKKA, JOKA EI HERÄTÄ  
MIELIKUVIA  
EI OLE OLEMASSA**

# MISTÄ MIELIKUVA MUODOSTUU

- › Uutisista **luetusta**
- › Radiosta **kuullusta**
- › Kavereiden **kertomasta**
- › Some-keskusteluista **bongatusta**
- › Ohi ajettaessa **havaitusta**
- › Taksikuskin **kertomasta**

**Mielikuva on kasa vaikutelmia,  
joita ihmisillä asiasta on.  
Se ei synny hetkessä,  
mutta sitä voi ohjailla  
viestinnällä ja markkinoinnilla**

**Suomessa on aika monta kuntaa,  
joilla on maaseutualueita**

# MITEN TUOSTA JOUKOSTA EROTTAUDUTAAN?

# Lähipalvelut ja maaseudun rauha

Aitoa elämää

Keskellä kaunista luontoa

Elämää ja enemmän

## Parasta palvelua

Helppo tulla ja olla

Luonnollista kasvua

Aitoa osaamista

Elinvoimaa ja luonnetta

Vedenvälkettä ja Vihreää Kultaa

## Hyvä paikka elää ja asua

# EROTTUMINEN ON VALINTOJA

- › Etsittävä **oma** juttu
- › Mikä **oikeasti erottaa** meidät muista
- › Kun se löytyy, **panostetaan** siihen - täysillä
- › Jos tavoitellaan **kaikkia**, ei tavoiteta ketään
- › **Uskallettava** profiloitua
  - ✓ ”Rikkaiden eläkeläisten valtakunta”, ”Sateenkaarikansan paratiisi” tms.
- › Kun ollaan jotain mieltä, joku on aina **eri mieltä**





# PITKÄ JA KIVINEN TIE

**Teillä voi olla Suomen parhaimmat palvelut,  
suurimmat tontit kaikkein komeimmilla paikoilla  
ja harrastusmahdollisuuksia vaikka kuinka.  
Jos niistä ei kerrota, ei niistä kukaan tiedä.**

# MITEN SE TEHDÄÄN?

- › Onneen ei ole **oikotietä**
- › Vaatii **panostamista** viestintään ja markkinointiin
- › Kaikki on tehtävä **suunnitelmallisesti**
- › **Markkinointikohtauksella** voi saada pikavoiton, mutta kestävää tulosta tulee vain **säännöllisellä** tekemisellä
- › Viestinnässä ja markkinoinnissa oltava oma tyyli ja **”ääni”** ja siinä on pysyttävä kaikessa tekemisessä

# MAAILMA MUUTTUU

# AIKAA EI OLE

- › Viestintä **reaaliaikaista**
- › Tieto on **ulkona** ennen kuin tapahtunut on kunnolla tiedossa
- › Viesti **leviää** todella nopeasti - ja laajalle
- › Paikallisesta asiasta tulee **globaali**
- › Oman ”**tilannekuvan**” merkitys korostuu
- › Voi johtaa **ylireagoointeihin**

# OLET ITSE MEDIA

- › Kaikilla on käytössään **julkaisukanavat**
- › Tekeminen on halpaa ja **helppoa**
- › **Päätät itse** mitä julkaiset, mutta vain omien kanavien osalta
- › **Portinvartijoita** ei ole
- › Vapauden mukana tulee myös **vastuu**
- › Vastaanottajilta tarvitaan kriittisyyttä ja **medialukutaitoa**

# VIESTIT OMANA ITSENÄSI

- › Viestintää tehdään oman **persoonan** kautta
- › **Asiantuntijuutta** korostetaan
- › Persoonalla **luodaan** omaa ja edustamansa organisaation **brändiä**
- › Toista ihmistä **uskotaan** enemmän kuin organisaatiota
- › **Rajanveto** työminän ja siviiliminän välillä hankalaa



# MONESTA ERI TUUTISTA

- › Viestintää ei mietitä **yksittäisen** kanavan kautta
- › Keskiössä **viestittävä** asia
- › Asia **jalostetaan** kuhunkin kanavaan sopivaksi
- › Vaatii suurten **kokonaisuuksien hallintaa** ja laajaa välineiden sekä kanavien tuntemusta

# KAIKESTA JÄÄ JÄLKI

- › Kaikki toiminta **mitataan**
- › Verkkosivut, some, puhelut
- › Mistä **tulit**, mitä **teit**, mihin **menit** seuraavaksi
- › Viestiä **muokataan** analytiikan perusteella
- › **Kohdentaminen** entistä tarkempaa
- › Sinua **seurataan** mainonnalla - ja muutenkin

# VAIN SITÄ MITÄ ITSE HALUAN

- › Viestinnän pitää **koskettaa** vastaanottajaa
- › Vastaanottaja **päättää** mitä näkee ja milloin
- › Viesti **tarjottava** oikeaan aikaan ja oikealle kohderyhmälle
- › Kaikkea kaikille -ajattelu **ei toimi**

# LIKKUVAA KUVAA JA ÄÄNTÄ

- › Videoiden merkitys **kasvaa**
- › Lukemisen sijaan **halutaan katsoa**
- › **Podcastit** nousussa
- › Kaikkea kulutetaan **mobiilisti**, eli kännykällä

# AVOIMET SELVIÄVÄT

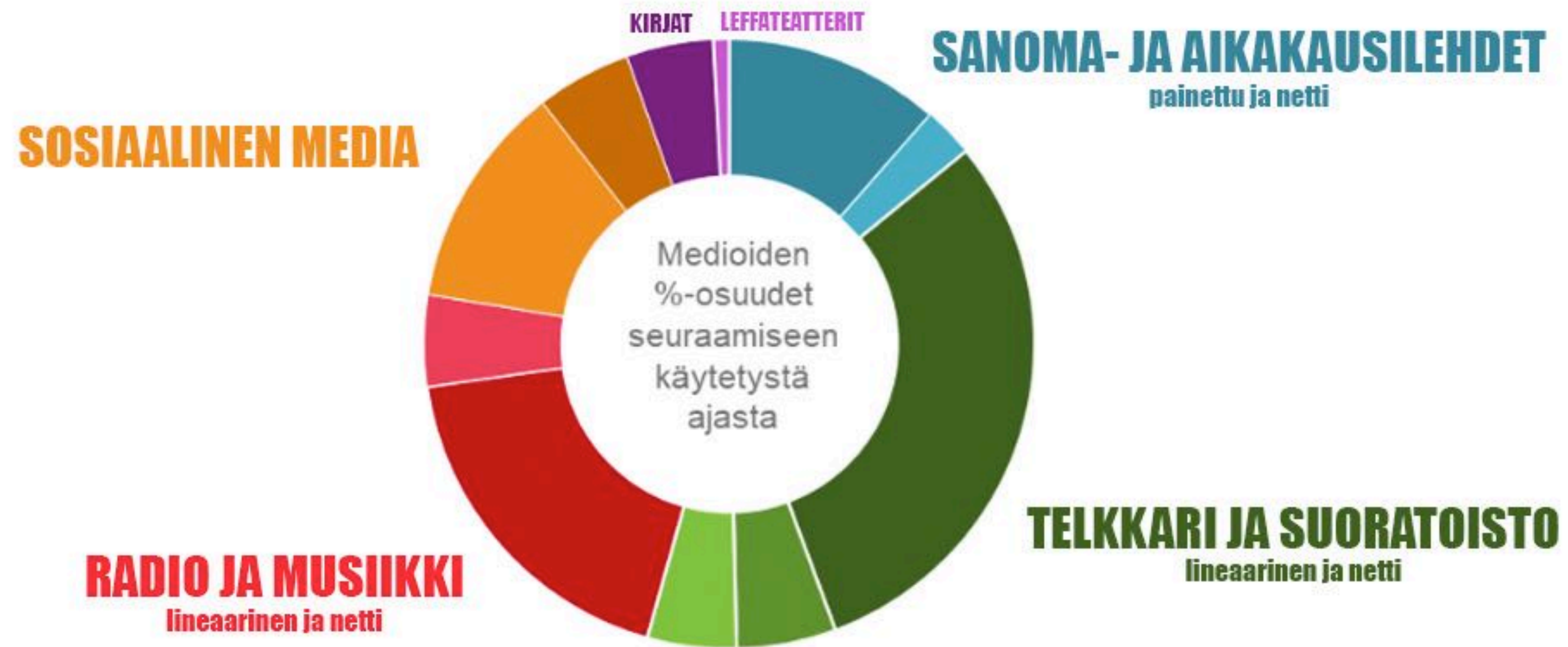
- › Organisaatioilta **vaaditaan** avoimuutta
- › Jos jostain ei kerrota, oletetaan heti, että on jotain **peiteltävää**
- › Kaikki tieto täytyy olla **saatavilla**
- › Kerrottava ennen kuin **kysytään**
- › Avoimuudella **lunastetaan** olemassaolon oikeutus

# OLTAVA JOTAIN MIELTÄ

- › Viestinnässä on otettava **kantaa**
- › Jopa sellaisiin asioihin, jotka eivät suoranaisesti **liity toimintaan**
- › Olet olemassa, jos sinulla on **mielipide**
- › Tarkoittaa, että joku on silloin aina **eri mieltä**
- › **Päälle liimattu** mielipide huomataan ja sitä paheksutaan

# MISTÄ IHMISET TAVOITTA A?

# Suomalaisen mediapäivä 7 h 57 min



Lähde: TNS Mind Kuluttajat, 2018/H1  
Väestö 15-74v, N=10 072

KANTAR TNS

TNS MIND



# HUOMIOITA

- › Suurin ryhmä **televisio**, myös nuorissa, mutta katsovat sitä kännykästä
- › **Netti** vie kokonaisuudessaan puolet ajasta
- › Alle 24-vuotiaista viidesosan ajasta **somessa**
  
- › *”Vahvoista massamedioista on yhä voimakkaammin siirrytty kohti jokaisen omaa, juuri itselle sopivaa mediaa. Median luomien julkisuuden henkilöiden kirjo onkin kasvanut ja eriytynyt – ”kaikkien” tuntemien tv:stä tuttujen rinnalle ovat tulleet ”kaikkien” tuntemat tubettajat.”*

<https://www.kantar.fi/uutiskirje/2018/suomalaisen-mediapaiva>

## SANOMALEHDET

7-6-päiväiset sanomalehdet

|                      |         |       |
|----------------------|---------|-------|
| Aamuposti            | 12 803  |       |
| Etelä-Saimaa         | 18 834  | -4,5% |
| Etelä-Suomen Sanomat | 38 713  | -3,9% |
| Helsingin Sanomat    | 339 437 | 2,0%  |
| Hufvudstadsbladet    | 29 965  |       |
| Ilkka                | 37 226  | -5,2% |
| Karjalainen          | 31 116  | -4,9% |
| Keskisuomalainen     | 68 589  | -3,8% |
| Keski-Uusimaa        | 12 086  | -5,1% |
| Kouvolan Sanomat     | 18 045  | -5,7% |
| Kymen Sanomat        | 13 753  | -8,0% |
| Länsi-Savo           | 15 386  | -8,8% |
| Länsi-Suomi          | 10 525  | -6,0% |
| Länsi-Uusimaa        | 8 515   | -5,0% |
| Pohjalainen          | 15 815  | -6,4% |
| Savon Sanomat        | 55 535  | -3,3% |
| Turun Sanomat        | 72 979  | -4,3% |
| Uusimaa              | 8 243   |       |
| Vasabladet           | 15 538  | -0,1% |
| Österbottens Tidning | 11 538  | 1,2%  |

# JUTTU LEHDESSÄ, KAIKKIHAN SEN SITTEN TIETÄÄ

- › Karjalaisen levikki 31 116
- › Levikkialueella on yli 80 000 taloutta

## EI NE TIEDÄ...

- › Karjalaisen lukijamäärä 76 000
- › Facebookilla ja Instagramilla 75 000 käyttäjää Pohjois-Karjalassa

<http://mediaauditfinland.fi/levikit/tilastot/>

# SUOMALAISET SOMESSA



**2,9**  
miljoonaa



**2,4**  
miljoonaa



**2,3**  
miljoonaa



**1,9**  
miljoonaa



**0,7**  
miljoonaa  
[Li:n kertoma: 980 t.]



**0,7**  
miljoonaa  
[twiittaa n. 150 t./kk]



**0,5**  
miljoonaa



**0,5**  
miljoonaa

PÄIVITTÄIN



**2,8**  
miljoonaa



**1,1**  
miljoonaa



**2,0**  
miljoonaa



**1,8**  
miljoonaa



**0,2**  
miljoonaa  
[Li:n kertoma: 980 t.]



**0,4**  
miljoonaa  
[twiittaaaja n. 150 t./kk]



**0,1**  
miljoonaa



**0,5**  
miljoonaa

**EI KAIKKI OLE SOMESSA**

**NO, MISSÄ NE KAIKKI  
SITTEEN OVAT?**

**Ihmisiä ei enää tavoita  
yhdestä paikasta,  
vaan on pakko olla  
useissa kanavissa**

**Viestintä on koko ajan  
tärkeämpää mutta myös  
vaikeampaa**



**Viesti pitää saada  
erottumaan massasta**



# HANKI HUOMIOTA

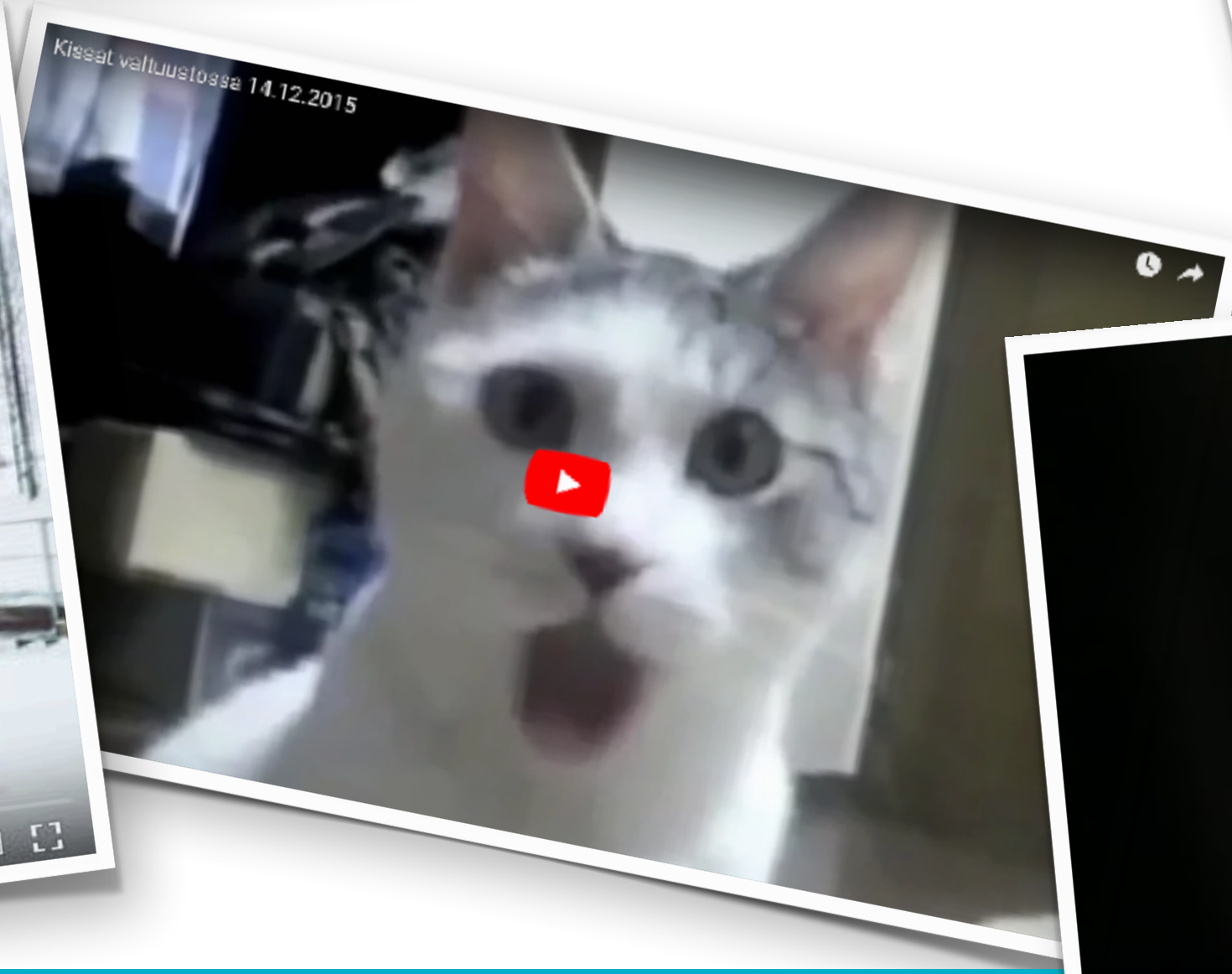
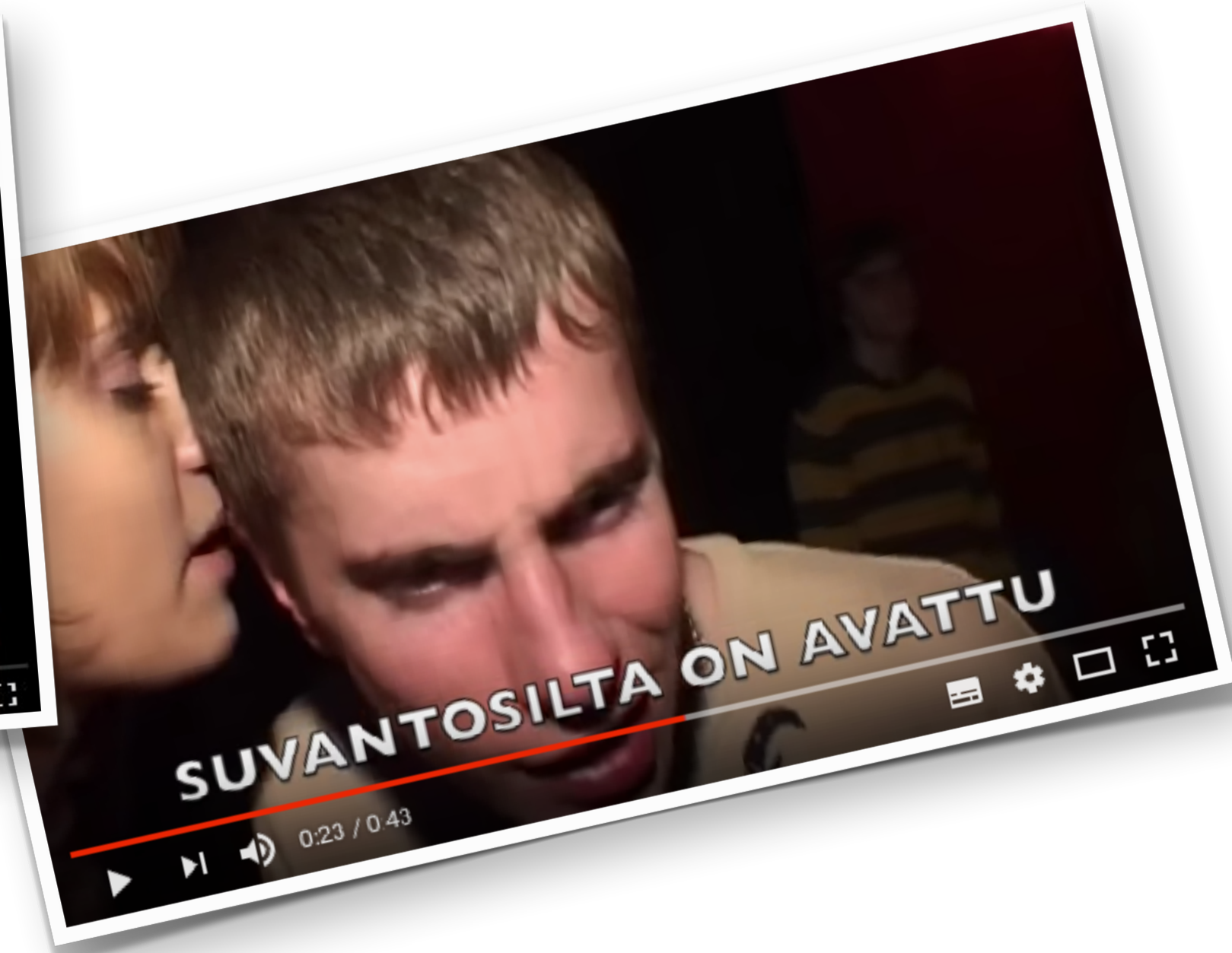
**MIULLAPA ON PIDEMPI**



**PINNA KUIN SIULLA**

## HUOMIO PITÄÄ ANSAITA TAI OSTAA

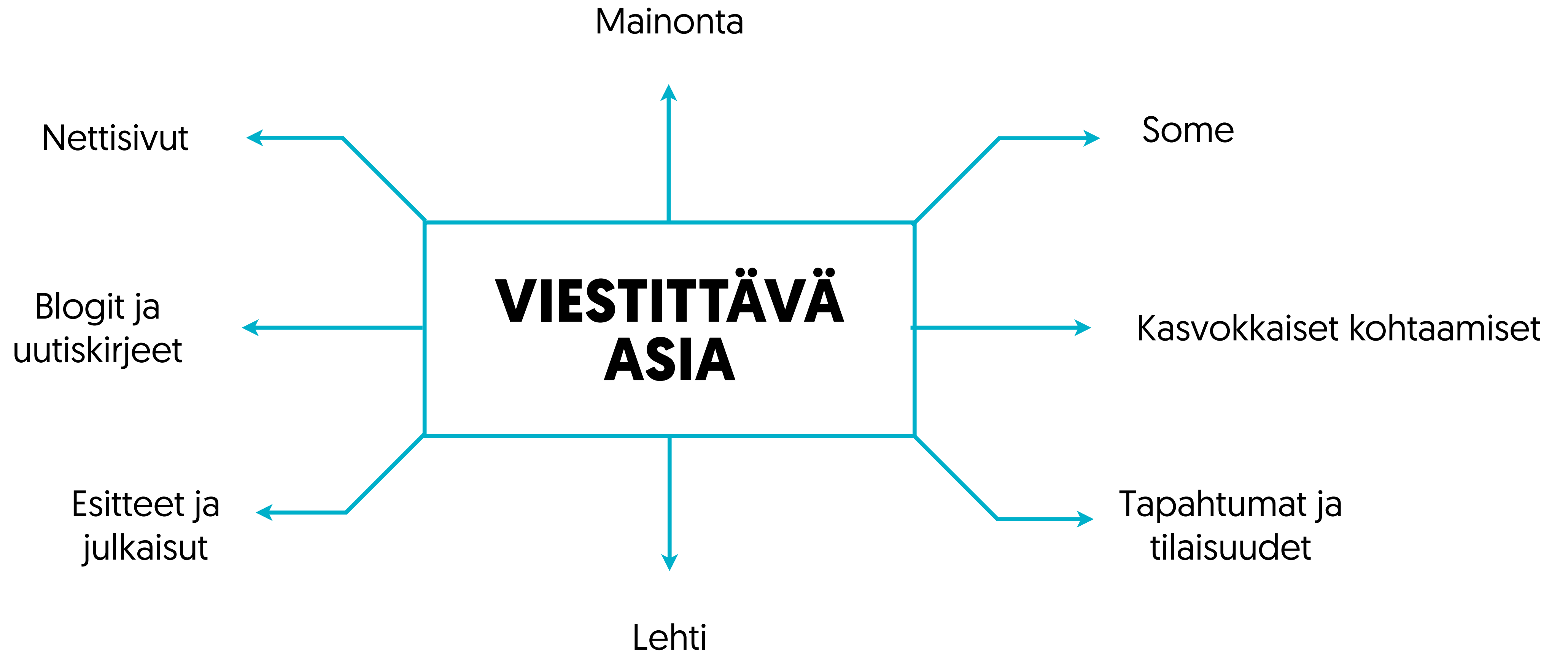
- › Törmäät **5 000 - 30 000** markkinointiviestiin päivässä
- › Facebookissa odottaa **1 500** päivitystä, joista selaat **300**
- › **Jos haluaa saada viestinsä läpi, pitää erottua**
- › Näkyvyyttä on kahta lajia: **orgaanista** ja **maksettua**
- › **Algoritmit** palkitsevat ja rankaisevat
- › **Maksaakin** voi ja pitää
- › Panostukset eivät ole **suuria**, esimerkiksi Varusteleka tavoittaa Facebookissa 100 eurolla kaikki suomalaiset 18-26 -vuotiaat miehet



## MITEN HUOMIO ANSAITAA?

- › Inhimillisuus
- › Keveys
- › Henkilökohtaisuus
- › Persoonallisuus
- › Rohkeus
- › Huumori - varsinkin itselle nauraminen
  
- › Kun huomio on **herätetty**,  
kiinnostuneet **ohjataan** laajemman tiedon lähteille

# MONIKANAVAINEN VIESTINTÄ





# AJATTELE AINA KOKONAISUUTTA

- › Ajattele aina viestittävän **asian kautta**
- › Miten sen saa parhaiten **kerrottua** eri kanavissa?
- › Älä mieti, että ”Mitä laitettaisiin Facebookiin?”
- › Mieti ”Mistä meidän pitää nyt kertoa ja onko Facebook siihen oikea kanava?”
- › Selvitä asian **kohdeyleisö** ja muokkaa sisältö heille
- › Saman sisällön **kopioiminen** sellaisenaan kaikkiin kanaviin **ei toimi**
- › Sisältö kannattaa **jalostaa** kaikkiin kanaviin
- › Monikanavaisuus vaatii työtä, mutta **palkitsee** kyllä



# JALOSTA SISÄLTÖ MONEEN PAIKKAAN

- › Hyödynnä sisältö kaikissa kanavissa ja paloittele se
  - ✓ Kuva Instaan
  - ✓ Tiivistelmä Facebookiin
  - ✓ Nosto LinkedIniin
  - ✓ Sitaatti Twitteriin
  - ✓ Video YouTubeen
  - ✓ Behind the scenes -materiaalia Storiesiin
- › Muista myös aikaperspektiivi
  - ✓ Ennakkomainos, teaseri, julkaiseminen, muistutus, uudelleen nostaminen

# SUUNNITTELE

1

## SUUNNITTELE

Mihin somea käytetään?  
Mikä on sen rooli viestintäpaletissa?  
Kenelle somessa viestitään?

2

## TOTEUTA

Mikä on viestinnän tyyli somessa?  
Milloin ja miten usein? Kuka?  
Tehosta tekemistä julkaisukalenterilla.

3

## ARVIOI JA KEHITÄ

Kaikki lähtee tavoitteista.  
Analytiikkatyökalut helpottavat seurantaa.

## SUUNNITTELE

Tee **sisältösuunnitelma** (pitkän aikavälin / lyhyen aikavälin)

- › Mitä tällä viikolla, ensi viikolla, ensi kuussa
- › Määrä ei korvaa laatua - päinvastoin
- › Ilman suunnitelmaa hommasta tulee epäjohtonmukaista ja kuormittavaa
- › Nimeä vastuuhenkilö, joka seuraa keskusteluja ja **vastaa kävijöiden** kommentteihin asap
- › Varaa resursseja myös **reagointiin**
- › Tärkeintä on pitää **antennit pystyssä** -  
”tästähän voisi kertoa somessa...”



# VIESTI LÄPI RAHALLA



Karelian Lihajaloste Oy

30. joulukuuta 2019 kello 11.08 · 🌐

**Parasta pöytään ja pataan,  
uudenvuoden herkut Karelian tapaan!**

Avoinna ma 30.12. 9-17, ti 31.12. 9-15

|   |             |
|---|-------------|
| NAAPURIN MAALAISKANAN BROILERIN RINTAFIILE KOKONAINEN/PIHVI | 10,50 € /KG |
| NAKIT/ALK.  | 8,50 € /KG  |
| HERKKU FIILE  | 9,50 € /KG  |
| TALON PERUNA-SALAATTI                                       | 10,50 € /KG |
| TALON KINKKU-TAI BROILERISALAATTI                           | 12,50 € /KG |
| PIZZASUIKALE 2,5KG 2€/KG                                    | 5 € /DYNO   |
| PALVI RYYNIMAKKARA TAI JOKIPOIKA (5€/KG)                    | 5 € /2 PIK  |

Tarjoukset voimassa tällä viikolla ma-ti

**Karelian Lihajaloste**  
Tehtaantie 2 Ylämylly, p. 044 085 1851, Avoinna ma 30.12. 9-17, ti 31.12. 9-15 | www.klj.fi

30.12.19

Martti Puustinen

30. joulukuuta 2019 kello 11.01

Uudenvuoden nakit ja salaattit ym herkut tietysti Ylämyllyltä. Ylämyllyn väki pyysi välittämään kaikille;

HYVÄÄ UUTTA VUOTTA 2020 JA KIITOKSET KULUNEESTA VUODESTA!





vs.



Tarve luodaan  
- löydä -

Tarve on olemassa  
- etsi -

varusteleva.fi/group/paidat/128

Sovallukset | kalenteri | drive | Rookie | monday - Inbox

**VARUSTELEKA.FI**  
ARMEIJATAVARAN ERIKOISLIIKE

ETUSIVU | MYYMÄLÄ JA BAR SOTIMA | MUUT

Etsi tuotteista...

Kantasiakkuus | Ostaskori | Suomi FIN

**AJANKOHTAISTA**  
Uutuudet  
Varastontäydennykset  
Poistomyynti  
Kierrolautustuotteet  
Tapahtumat  
Suosittelemme sinulle

**TUOTERYHMÄT**  
Vaatteet  
Asusteet  
Jalkineet  
Reput ja laukut  
Leiriytymisvarusteet  
Taisteluvälineet  
Työkalut ja elektroniikka  
Elintarvikkeet ja juomat  
Merkki ja liput  
Ensiapu  
Tee-se-itse  
Lahjat ja paperitavarat

**Vaatteet**  
**PAIDAT**

Housut | Takit | **Paidat** | Alusvaatteet | Haalarit | Sadevaatteet | Naisten vaatteet | Lasten vaatteet

Kenttäpaidat ja -puserot  
Kauluspaidat ja pikeet  
Hupparit  
Villapaidat ja neuleet  
Taistelupaidat  
T-paidat ja hihattomat

Särmä merinohuppari  
129,99 EUR  
Heti saatavilla. Myyty 200 viimeisen kahden viikon aikana.

Särmä T-paita, merinovillaa  
32,99 EUR  
Heti saatavilla. Myyty 265 viimeisen kahden viikon aikana.

Särmä vaarinpaita, merinovillaa  
69,99 EUR  
Heti saatavilla. Myyty 120 viimeisen kahden viikon aikana.

Lähetä viesti

elisa 7:38

Tykkää | Kommentoi | Send in Messenger

Kirjoita kommentti...

**Varusteleva**  
Sponsoroitu

Huomattiin että oot selaillut paitoja meidän sivuilta. Pitäiskö sun vilasta tarjonta läpi vielä uudestaan?

Särmä merinohuppari  
129,99 € Osta nyt

Särmä vaarinpaita, merinovillaa  
69,99 €

Tykkää | Kommentoi | Jaa

Home | Video | Shopping 1 | Friends 9+ | Notifications | Menu

# MIKSI PITÄISI MAINOSTAA SOMESSA

- › Mainostaa pitää **muutakin** kuin ”myytäviä” tuotteita
- › Mainostamalla viesti saa **huomiota**
- › **Kannusta** ihmisiä osallistumaan tapahtumiin
- › **Kerro** miten he voivat vaikuttaa
- › Kerro mitä **teillä** tapahtuu

# KAIKKI TÄMÄ YHDellä SLAIDILLA

**Kukaan ei tiedä, jos et kerro**  
**Suunnittele viestintäsi**  
**Hanki huomio - vaikka rahalla**  
**Muista kaikki kanavat**  
**Joukossa on voimaa**

# KIITOS

Kertoisitko vielä meille miten tämä meni:  
[rookiecom.fi/koulutuspalaute](https://rookiecom.fi/koulutuspalaute)

**ROOKIE**



**COMMUNICATIONS**