



# Maitoyrittäjän someviestinnän työkalupakki

Mahtava suomalainen maito ja maitoyrittäjä esille!



Maitovaltuuskunta



Maitohygienialiitto

MAITO JA TERVEYS



Suomen Meijeriyhdistys

JaMeLi Jalostusmeijerien Liitto ry

PRO  
Agria

# Hei maitoyrittäjä!

*Tässä on juuri sinulle tehty **someviestinnän työkalupakki** tukemaan arvokasta sometyötäsi! Työkalupakista löydät vinkkejä niin aloittelijalle kuin konkarille sekä paljon tietoa, ideoita sekä kokemuksia erilaisilta somettavilta maitoyrittäjiltä.*

*Yhteinen tavoitteemme on pysäyttää yhdessä kuluttajan ja maaseudun erkaneminen liian kauas toisistaan kertomalla entistä enemmän, paremmin sekä avoimemmin kuluttajalle nykyaikaisesta maitoyrittäjästä ja -yrittämisestä. Tuodaan eri kanavien kautta esiin todenmukaisia kuvia ja tunnelmia sekä mitattuja ja tutkittuja tosiasioita suomalaisesta maidontuotannosta. Tähän löydät apua **Maitoyrittäjän faktapaketista**, jonka olemme koonneet helpottamaan sometyötäsi.*

*Kaikki voivat osallistua näihin talkoisiin omien resurssien mukaan, omalla tyylillään ja tavallaan. Joukossa on voimaa!*

## Henna

Toiminnanjohtaja / Maitoyrittäjät ry

*Paketti on koottu yhteistyössä ruokaviestintään erikoistuneen Kuule Oy:n kanssa marraskuussa 2019.*

*Somen tekeminen ottaa helposti aikaa. Äkkiseltään sitä ajattelee, että miksi ihmeessä haalia itselleen lisätyötä, josta ei edes makseta.*

## **mutta**

*Nyt on tärkeämpää kuin koskaan, että kuluttaja ymmärtää suomalaista ruokaketjua, pääsee lähelle maitoyrittäjää ja hänen arkeaan, näkee millaista osaamista, kehitystyötä ja eläimistä välittämistä meidän maitotiloilta löytyy. **Se, että meitä arvostetaan ammattiryhmänä, sataa meidän omaan laariin.** Se auttaa jaksamaan päivästä toiseen ja hyödyttää tulevaisuudessa myös taloudellisesti.*

*Vain me osaamme kertoa millaisella taidolla, tinkimättömyydellä ja sydämellä täällä työtä teemme. Some on tähän mahtava väline ja nyt meillä on siihen hyvät työkalut.*

*Annetaan siis somen laulaa ja otetaan ohjat omiin käsiimme!*

## **Juha**

*Maitoyrittäjät ry:n hallituksen puheenjohtaja*



# Sisällysluettelo:



1. Miksi tekisin someviestintää? diat 6 - 11

2. Parhaat vinkit onnistumiseen diat 12 - 30

3. Lisähakemisto diat 31 - 120

1. Mikä kohderyhmä on minulle oikea?

2. Mikä kanava sopii minulle?

3. Mitä sisältöä jaan?

4. Milloin ja kuinka usein jaan?

5. Mistä saan apua somen tekemiseen?

6. Millainen on hyvä postaus?

7. Millainen on hyvä kuva?

8. Millainen on hyvä video?

9. Millainen on hyvä kommentti?

10. Millainen on hyvä hashtag?

11. Miten osallistan seuraajia?

12. Lähteitä ja lisätietoja

Sometuksen  
ensiaskeleet



Vinkejä  
viestinnän  
kehittämiseen

# Mukana vinkkejä ja vertaistukea somettavilta maitoyrittäjiltä



**Anna Länsisalmi**

Keisalan tila

@Töysä

[Katso video!](#)

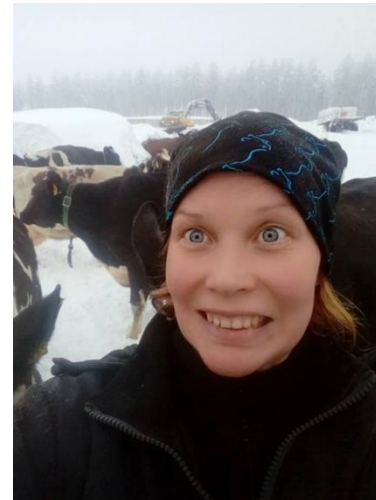


**Liisa Vuorela**

Koskenojan tila

@Jalasjärvi

[Katso video!](#)



**Suvi Vainikainen**

Moonmilk

@Suonenjoki



**Jarkko Salonen**

Rantalan tila

@Hausjärvi

[Katso video!](#)



# Someviestinnän ABC

**Miksi tekisin someviestintää?**



# Koskenojan Tila



*Tekijät ääneen: "Vain me tiedetään kaikki tästä alasta, meidän pitää itse kertoa, miten asiat on, mitä on lypsykarjatilän nykypäivä ilman filttäreitä!"*

*Mielikuvien päivitys ja hyvän esiin nosto: "Haluan oikoa väärinkäsityksiä, joita nykymaatalous aiheuttaa. Ala ja ammattitaito kehittyy koko ajan. En jaksaa valittamista, haluan nähdä asioissa hyvää ja tehdä hyvän myös näkyväksi."*



# Keisalan tila



Keisalan tila  
@KeisalanTila

Home  
Posts  
Reviews  
Videos  
Photos  
About  
Community  
Create a Page

Liked Following Share ...

Keisalan tila  
3 September at 19:56 · 🌐

Huomenna on ensimmäinen Suomalaisen ruoan päivä!! 🥗🌿🍷  
Tässä videolla faktoja, miksi syödä suomalaista ruokaa. Katso, kommentoi ja ota haaste vastaan jakamalla video! Kiitos! ❤️

Watch together with friends or with a group Start Watch Party

👍👍👍 1K 146 comments 427 shares

Like Comment Share ...

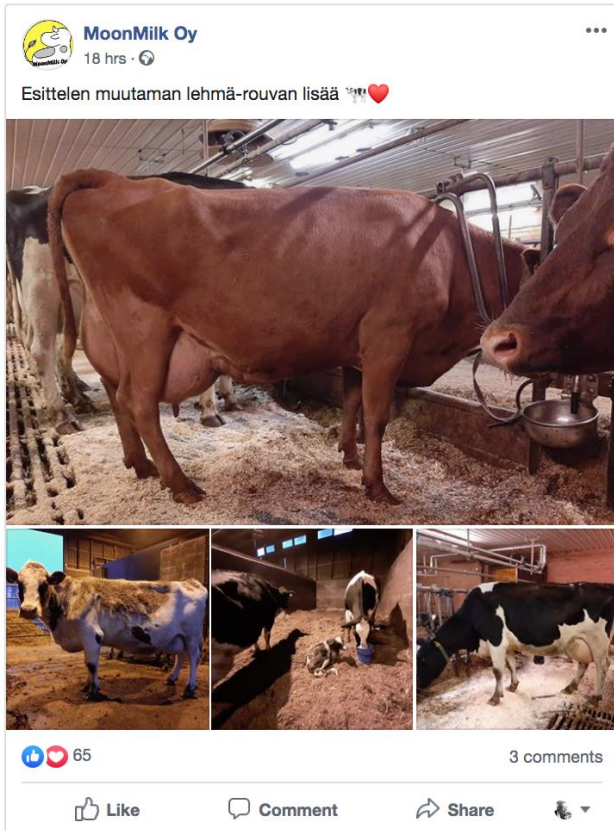
Most relevant ▾

*Arvonmuodostus: "Somessa haluamme kertoa tuotantoeläinten hyvistä oloista, jotta kuluttajat valitsisivat kotimaisia elintarvikkeita ja tuottajahintaa saataisiin nostettua."*

*Imagon nosto: "Brändäämisen kautta voidaan myös saada paremmin työntekijöitäkin maaseudulle."*



# Moonmilk Oy



## *Kuluttajatyö & mielikuvien päivitys:*

*"Me halutaan tehdä maatilan arkea tutuksi kuluttajille. He ovat todella kiinnostuneita millaista elämä maalla on nyt, ei todellakaan samaa kuin mummin ja ukin aikaan. Kuluttajat helposti ihastelevat, ihmettelevät, kommentoivat ja kyselevät.*

*Siitä on oikeasti hyötyä, että kuluttaja näkee millaista maatalous on tänä päivänä. Esimerkiksi sen, että sitä välittää oikeasti näistä elämistä ja haluaa pitää niistä hyvää huolta. Ovathan ne meidän tärkeitä työkavereita. "*

# Rantalan "Torholan" tila



## *Ikkuna nykypäivän maatalouteen:*

*"Ennen vanhaan tiloja oli paljon ja maatilojen arki oli lähes kaikille tuttua. Nykyään tiloja on vähän eivätkä kuluttajat tiedä, millaista moderni maatalous on. Me haluttiin kertoa kaupunkilaisille, mitä me täällä tehdään."*

## *Henkireikä kaupunkiin:*

*"Itse olen alunperin kaupunkilainen. Avioliiton myötä muutin maalle. Some avasi linkin takaisin kaupunkiin ja lisäsi sosiaalista kanssakäymistä. Siitä tuli nopeasti meidän työssä henkireikä, joka lisäsi työn iloa ja jaksamista. Some on nykyään osa meidän asiakaspalvelutyötä, mahdollisuus dialogiin toisten kanssa."*

# Maitoyrittäjät ry

*"Somen tekeminen vie aikaa ja resursseja. Helposti tulee ajateltua, että meillä maitoyrittäjillähän on työtä jo liikaakin eikä tästä lisätyöstä edes makseta.*

*Mutta.*

*Nyt on tärkeämpää kuin koskaan, että kuluttaja ymmärtää ruokaketjua, pääsee lähelle maitoyrittäjä ja hänen arkaan, kuulee keskusteluissa myös maitoyrittäjän äänen – tietää millaista osaamista, kehitystyötä ja eläimistä välittämistä maitotiloilta löytyy. **Se että meitä arvostetaan ammattiryhmänä, sataa meidän omaan laariin. Yhteiskunnan arvostus** auttaa meitä jaksaan ja hyödyttää meitä tulevaisuudessa taloudellisesti.*

*On meistä yrittäjistä itsestä kiinni. mitä ihmiset tietävät ja ymmärtävät meidän arjestamme, osaamistamme, millaisella osaamistella ja laadukkaasti me täällä asioita tehdään. Some on siihen meille mahtava väline. Kannustan kaikkia ottamaan näihin talkoisiin osaa.*

*Näillä teoilla me itse otamme ohjat kösiin!"*

*Juha @Maitoyrittäjät ry:n hallituksen puheenjohtaja*



Someviestinnän ABC

**Parhaat vinkit onnistumiseen**



# Pienin mahdollinen someteko



*"Kannattaa käydä tutustumassa, mitä ja miten muut maitoyrittäjät somettavat. Sieltä saa hyviä ideoita! Helppo tapa aloittaa oma someilu on käydä tykkäämässä ja jakamassa toisten sisältöä, tai päivittämällä avointa kuvapäiväkirjaa maaseudun tuottajilta. Sometyö vie paljon aikaa. Tällä tavoin voit säästää itseltäsi aikaa ja samalla osoittaa arvostusta somettavia maitoyrittäjiä kohtaan."*

*Anna @Keisalan tila*

# Tsekkäa ainakin nämä somessa toimivat tilat:

- Hukanmäki Highland
- Keisalan tila
- Koskenojan tila
- Kuikkalahti Dairy
- Kukkulan tila
- Lakson tila
- Leinolan Maito Oy
- Maito-Kokko Oy
- Milk Source, LLC
- Ohelan tila
- Rantalan tila
- Rastinlahden tila
- Riutta Highland
- Rosy-Lane Holsteins LLC
- Sumu Sireeni
- Talviaisten tila
- Uusitalon tila

# Kanava kerrallaan



*"Kannattaa ottaa aluksi yksi somekanava haltuun, kaikkia ei kannata kahmia kerralla. Aloita vaikka siitä, joka tuntuu itselle mieluisimmalta ja tutuimmalta.*

*Ole armollinen itsellesi ja muista, että joka päivä ei tarvitse päivittää."*

*Anna @Keisalan tila*



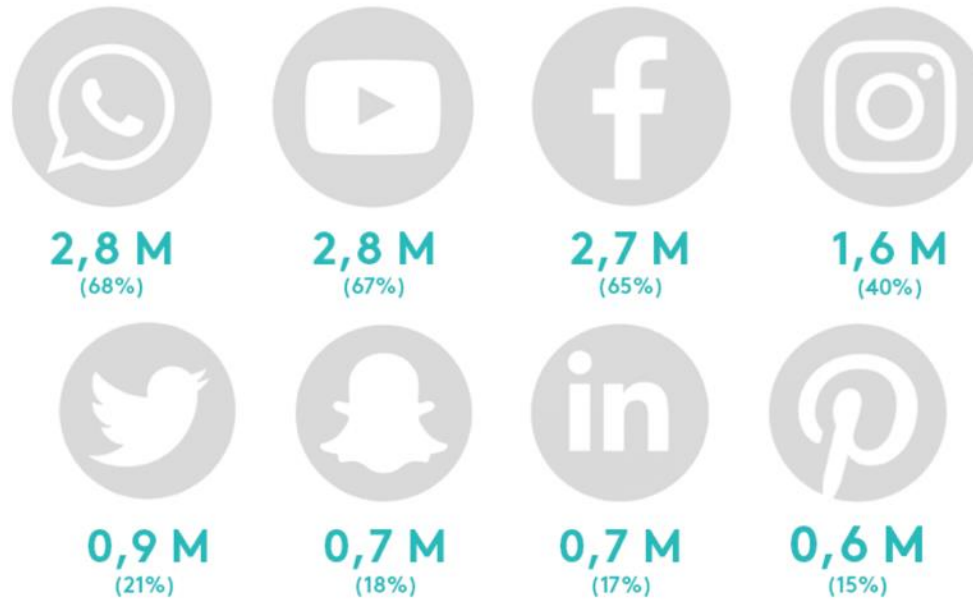
# Vähempi on joskus enempi



*"Meillä on tällä hetkellä ainoastaan Facebook-sivut. Instagram kiinnostaa, mutta on vieraampi itselle käyttää. Alunperin haluttiin tehdä nettisivut. Nyt tuntuu, ettei sille olekaan tarvetta. Sitä näkee paljon nettisivuja, joita ei ole päivitetty moneen vuoteen – se ei vaan toimi. Mieluummin pidetään ne kanavat, joita jaksaa päivittää."*

*Suvi @Moonmilk*

# Suomalaisten käyttämät somekanavat



Lähde: DNA – digitaaliset elämäntavat 2019

# Löydä itselle sopiva aihe & tyyli



*"Jokainen tila on omanlaisensa. Toisen tilan postaukset tai tyyli eivät välttämättä sovi itselle. Löydä rauhassa itsellesi sopiva näkökulma ja tyyli.*

*Aitous, arki ja ihminen – ne ovat ne, jotka purevat. Konepostauskin voi toimia pari kertaa, mutta ihminen on aina kiinnostavampi, samaistuttavampi. Kannattaa aloittaa jostain helposta aiheesta, joka ei aiheuta liiaksi kuohuntaa. Esim. lehmät ulkoilemassa talvella on takuuvarmasti kaikkien mielestä kivaa ja mukavaa.*

*Ole itsellesi armollinen, älä harmittele turhaan, jos joku tilanne menee ohi, kun ei ehdi vaikka ottaa puhelinta esille. Rutiinit ja somesilmä kehittyy ajan myötä."*

*Jarkko @Torholan (Rantalan) tila*

# Tee siitä tarinallista!

- Valitse vaikka yksi tutuksi tuleva eläin, jonka tarinaa jaat
- Esiinny omalla nimellä ja kasvoilla
- Kirjoita omalla ”puheäänellä”
- Aitous on mielenkiintoisinta, ole oma itsesi
- Jaa postaus aina kuvan tai videon kanssa, kuvata voi esim. kännykällä, kameralla, dronella tai GoPro:lla
- Kirjoita napakasti, pitkää tekstiä ei jäädä lukemaan
- Muista oikolukea teksti
- Kerro sopivasti mukaan faktatietoa
- Anna itsellesi mahdollisuus heittäytyä ja testata hullumpiakin ideoita. Jos ei toimi, eihän sitä tarvitse julkaista!

# Faktoja & läpinäkyvyyttä



*" Rehellisyys on kaiken A ja O. Kaikkien sanojen takana pitää pystyä seisomaan! Fakta pitää olla kunnossa.*

*Meidän tavoite somessa on yksinkertaisesti kertoa, mitä tehdään ja miksi - ei oteta kantaa tai ruveta muita neuvomaan ja muille huutelemaan. Mitään negatiivista palautetta ei ole tullut meidän kohdalle somen myötä, eikä mikään postaus ole jäänyt kaduttamaan. "*

*Suvi @Moonmilk*

# Viestintä on tekoja



*"Avoimuus, rehellisyys ja arki kiinnostavat kuluttajia. Tämän päivän karjatalous on aivan erilaista kuin silloin vuonna 1993, kun aloitettiin 20 lehmällä parsinavetassa.*

*Haluan kertoa siitä millaista on nykymaatalous: oikoa väärinkäsityksiä, tehdä näkyväksi tapahtunut kehitys, kertoa siitä miten vastuullisesti tänä päivänä teemme asioita, miltä lypsykarjatilän arki näyttää ilman filttareita. Kaiken punainen lanka on, että suomalainen maidontuotanto on maailman vastuullisinta. Kerrotaan se tekoina ja tarinoina!"*

*Liisa @Koskenojan tila*

# Mistä voisin kertoa?

- Tämän päivän maitoyrittäjyydestä, modernista maataloudesta
- Faktoja nykypäivän maidontuotannosta (kts. faktapaketti)
- Arjesta ja elämästä maalla
- Työstä, ammatista ja yrittämisestä
- Eläimistä ja eläinten hyvinvoinnista
- Viljelystä ja peltotöistä
- Koneista
- Faktaa ja tunnetta sopivassa suhteessa



# Ei suuttuneena someen

Navetalla kaikki hyvin! Mukavan rennosti töitä, ei ole juuri sairaita, eikä kukaan ole poikanutkaan pariin päivään. Tänään kyllä siirsin Moomoon yöks poikimakarsinaan, ihan varmuudeksi 😊

Maissikin on jo korkeimmissa kohdissa 3m korkea, vaikkakin tähkä on aika pientä. Harmillise... Näytä lisää



👍❤️😬 471

13 kommenttia

*"Jos nousee esiin joku kuohuttava juttu, en lähde suuttuneena someen. Rauhoitun ja mietin ensin. Usein juttelen jonkun kanssa, jotta löydän hyvän näkökulman omalle postaukselleni. Pidän yleistyylini aktiivisena, elämänmyönteisenä, aitona, rehellisenä ja innostuneena. En tuomitse enkä arvostele muiden valintoja vaan olen valmis dialogiin. Kun teen somea omalla naamalla, se on samaistuttavaa; ei kehdata tulla negatiivisesti kommentoimaan."*

*Anna @Keisalan tila*

# Selvennä ja arvosta, älä syyttele tai arvostelee



*"Kommentoimaan lähtiessä pitää muistaa, ettei arvostelee vastapuolta. Muuten siinä astutaan sontaläjään. Arvostelu ei yleensä ole rakentavaa eikä koskaan auta asiaa.*

*Sen sijaan selvennä asiaa, kerro oma mielipide, mutta älä arvostelee tai syyttele, äläkä ikinä mene henkilökohtaisuuksiin. Näin pienessä maassa ja markkinassa ei ole varaa ruveta riitelemään keskenään."*

*Liisa @Koskenojan tila*

# Vältä vastakkainasettelua, vahvista viestiä faktoilla

- Vastakkainasettelun sijaan korosta asioita, joissa olemme samalla puolella, esim. eläinten hyvinvointi, ilmastoteot, terveellinen, maukas, laadukas ja turvallinen ruoka
- Kerro kehityksestä ja tulevaisuuden tavoitteista
- Nojaa faktoihin, tarkista tarvittaessa (kts. esim. Maitoyrittäjän faktapaketti)
- Oman tilan osalta voit kommentoida: "meillä tehdään näin", mutta kun puhut alasta yleisellä tasolla, perusta tietosi faktoihin.

# Tee siitä helppoa!



*"Tee aloittamisesta helppoa, tee alkuun vaikka pari viikossa aluksi. Itselläni mobiililla tekeminen on ainoa, mikä toimii: sillä teen töiden lomassa kuvat, videot, postaukset, kommentoinnit. Ei sitä illalla myöhään koneella enää jaksu."*

*"Meillä sometyötä ja päivitysten tekemistä ei ole koettu työnä vaan osana päivän rutiineja. Emme ajattele, että tänään pitää tehdä postaus, vaan heti jos syntyy idea jostain tilanteesta, uutisista tai somea selaillessa, kaivan älypuhelimien taskusta."*

*Jarkko @Torholan (Rantalan) tila*

# Tee siitä rutiini!

- Pidä aina älypuhelin taskussa
- Kuvaa aina, kun näet jotain kiinnostavaa
- Mieti, onko joku ajankohta päivässä tai viikossa, jolloin voisit tehdä helpoiten sometyötä
- Julkaise säännöllisesti, oli se sitten kerran päivässä tai kuussa, tee siitä rutiini!
- Jos et ehdi tehdä omaa julkaisua, jaa toisten julkaisuja tai käy tykkäämässä toisten postauksista.

# Harjoittele rauhassa & pyydä apua



*"Kun aloitat somettamisen, ole armollinen ja anna itsellesi aikaa harjoitella."*

*Jos postaus mietityttää, voit esitestata reaktioita jollain tutulla ennen kuin pistät postauksen menemään. Jokaisella varmasti on joku ystävä tai tuttu, joka käyttää paljon somea, joka voi tässä auttaa. Harjoittele ja testaa postauksia vaikka ensin suljetulla, yksityisellä profiililla, johon kutsut vain tuttuja. Harjoittelun avulla sitä oppii ja kehittyy!"*

*Jarkko @Torholan (Rantalan) tila*

# Tee siitä hauskaa!

- Iloitse onnistumisista!
- Anna itsellesi mahdollisuus heittäytyä ja testata hullumpiakin ideoita. Jos ei toimi, eihän sitä tarvitse julkaista.
- Kokeile kuvaamista esim. dronella tai GoPro:lla



# Lukuvinkki:



Anna Länsisalmen lopputyö  
Keisalan tilan ja maidontuotannon  
tunnettuuden kasvattaminen

<https://www.theseus.fi/handle/10024/147546>

Someviestinnän ABC

**Lisähakemisto**



# Lisää tietoa tai vinkkejä eri aiheisiin löydät täältä:

1. Mikä kohderyhmä on minulle oikea?
2. Mikä kanava sopii minulle?
3. Mitä sisältöä jaan?
4. Milloin ja kuinka usein jaan?
5. Mistä saan apua somen tekemiseen?
6. Millainen on hyvä postaus?
7. Millainen on hyvä kuva?
8. Millainen on hyvä video?
9. Millainen on hyvä kommentti?
10. Millainen on hyvä hashtag?
11. Miten osallistan seuraajia?
12. Lähteitä ja lisätietoja

# Someviestinnän ABC

## 1. Kohderyhmän valinta



# Kenelle teen someviestintää?

Sometyhjyyteen hukkuu helposti, jos ei ole selkeää kohderyhmää. Viestintä onnistuukin parhaiten, kun ensin mietit, kenelle puhut.

- minkä kohderyhmän kautta tavoitteesi voisi helpoiten toteutua?
- kenelle erityisesti haluaisit kertoa arjestanne?
- keitä ovat nämä ihmiset, minkä ikäisiä, miehiä, naisia, koululaisia, missä he asuvat, maalla, kaupungissa jne?
- mistä asioista tämä kohderyhmä on mahdollisesti kiinnostunut, liittyen maitoyrittäjän elämään?
- millä tyylillä nämä ihmiset itse viestivät verkossa ja somessa?

# Esimerkkejä kohderyhmistä:

- Kaupunkilaiset
- Koululaiset, nuoret, työkäiset, eläkeläiset
- Toiset tuottajat
- Yhteistyökumppanit
- Yhteiskunnalliset vaikuttajat

# CASE: Koskenojan Tila



## *Kuluttajat ja oppilaat:*

*"Puhun kaikille kuluttajille. Pidän omia kanavia ennen kaikkea opetuskanavina."*

*"Ihmiset eivät tiedä, miten ruuan tuotanto nykypäivänä tapahtuu. Kuluttajilla on ihan älytön tarve päästä näkemään esim. mitä navetassa tapahtuu. Opettajana olen rakentanut meidän navetan yhteyteen "Liisan luokkahuoneen", jossa kävijätkin pääsee ihmettelemään navetan toimintaa."*



# CASE: Keisalan tila



## Kaupunkilaiset kuluttajat:

*"Kohderyhmäni on kaupunkilaiset, eivät toiset tuottajat. Somekanavat ovat opetuskanavia: niiden takana on vankka faktapohja ja tietotaito. Kerron mm. tuotantoeläinten hyvistä oloista, jotta kuluttajat valitsisivat kotimaisen tuotteen."*

*"Puhun kuluttajille kuluttajien kielellä. En tuputa valitsemaan. Käytän selkeää kieltä, jotta koululainenkin ymmärtää."*

# CASE: Rantalan "Torholan" tila



## *Kaupunkilaiset:*

*"Me tehdään somea kaupunkilaisille, ei missään nimessä tuottajalta tuottajalle, se ei uppoa kuluttajaan.*

*Ollaan myös huomattu, että jos tehdään somemateriaalia kaupunkilaisille, tekijäporukassa pitää olla mukana kaupunkilaisia. Kun kohderyhmä on itse mukana tekemässä, näkee heti, mikä kiinnostaa ja mikä on ihmeellistä. Kun kaupunkilainen innostuu jostain niin paljon, että haluaa jakaa sen kavereilleen, silloin se oikeasti uppoaa."*

# Someviestinnän ABC

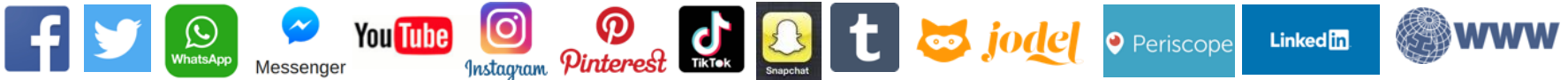
## 2. Kanavan valinta



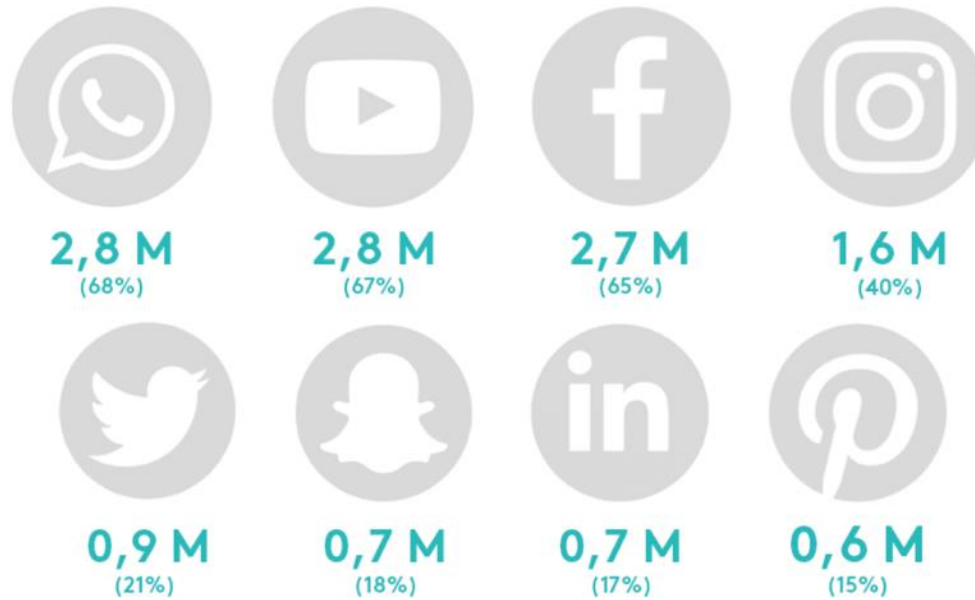
# Mikä kanava sopii minulle?

Somekanavia on hurja määrä. Tehokkainta on aloittaa yhdestä tai kahdesta itselleen jo tutusta ja mieluisasta. Mieti myös:

- missä kanavissa kohderyhmäsi yleensä viihtyy?
- minkä kanavien käyttö on jo tuttua?
- jos olette jo somessa, ketä olette näissä kanavissa tavoittaneet?



# Suomalaisten käyttämät somekanavat



Lähde: DNA – digitaaliset elämäntavat 2019



# KANAVA: WhatsApp

- **WhatsApp** on suomalaisten eniten käyttämä maksuton pikaviesti- ja somepalvelu
- Viesteissä voi jakaa tekstiä, kuvaa, videota, ääntä tai sijaintia. Mahdollisuus luoda ryhmiä.
- Suomalaisten suosituin some-kanava: yli 2,8 milj. käyttäjää (vrt. 1,9 milj. käyttäjää Messenger-palvelussa)
- 68 % yli 15-vuotiaista, 90 % 15-24—vuotiaista
- Ohjeet ensikertalaiselle täältä!

<https://www.dna.fi/blogi/-/blogs/whatsapp-opas-ensikertalaisille>

<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2018/08/12/nain-lahetat-viestin-whatsapp-sovelluksella>

*Lähde: DNA – digitaaliset elämäntavat 2019*



# KANAVA: WhatsApp Business

- **WhatsApp Business** on uusi kanava (Android 2018, iOS 2019)
- Tarkoitettu yksinomaan yrittäjille nopeuttamaan ja helpottamaan yhteydenpitoa asiakkaisiin
- Ammatilliseen profiiliin voi liittää yksityiskohtaisempia tietoja mm. linkki yrityksen omille sivuille, sijainti ja yhteystiedot.



# KANAVA: YouTube

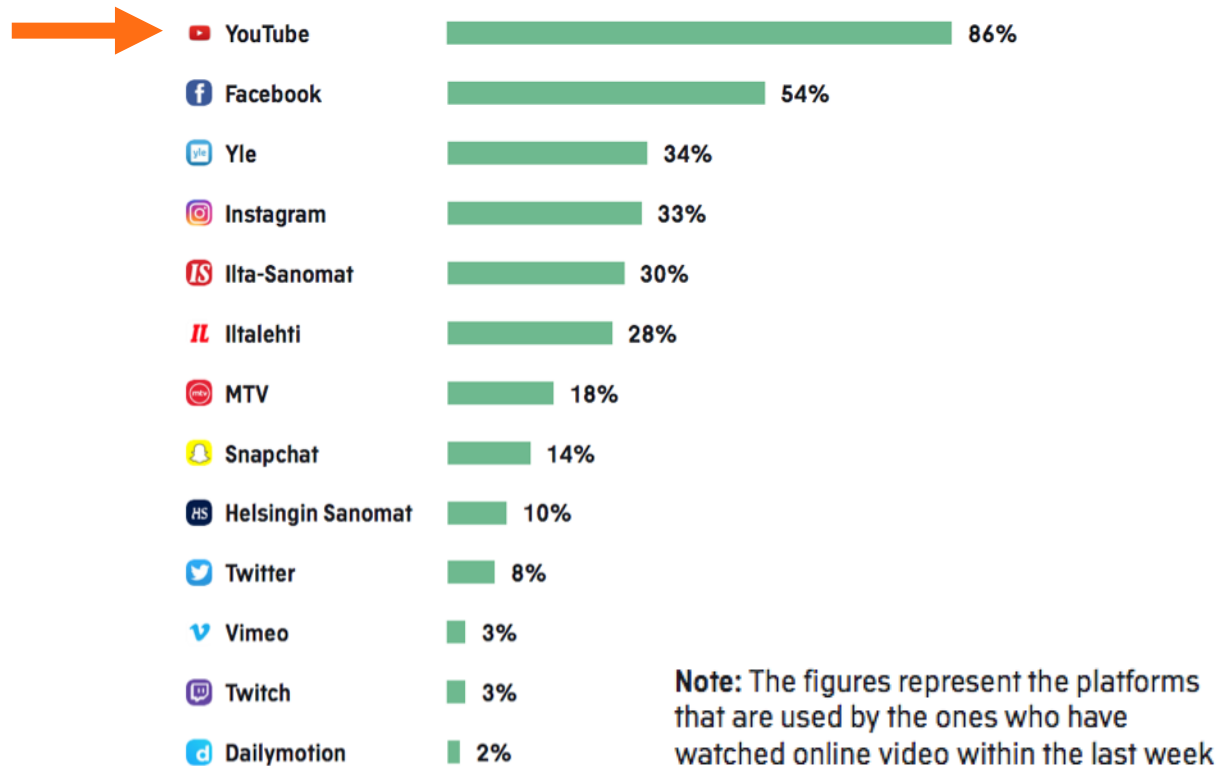
- YouTube on Googlen omistama netissä toimiva videopalvelu.
- Käyttäjät voivat lisätä sivustolle omia videoita, sekä katsoa ja kommentoida muiden käyttäjien videoita.
- Suomalaisten suosituin viihdepalvelu, n 2,8 milj. käyttäjää
- 67 % yli 15-vuotiaista, 86 % 25-34 –vuotiaista \*
- Päivittäin käyttää 879 000 15-35-vuotiasta suomalaista\*\*
- 15-35-vuotiaat kokevat YouTube-videoiden katselun ensimmäistä kertaa tärkeämpänä kuin minkään muun median\*\*
- Ohjeet ja käyttövinkit täältä!

<https://www.kuulu.fi/blogi/youtuben-optimointi-ja-analytiikka/> & <http://viestinta.humak.fi/>  
<https://www.kuulu.fi/blogi/youtuben-kayton-perusteet/>

*\*Lähde: DNA – digitaaliset elämäntavat 2019 \*\*)* Lähde: Troot: Vaikuttavuusraportti 2019

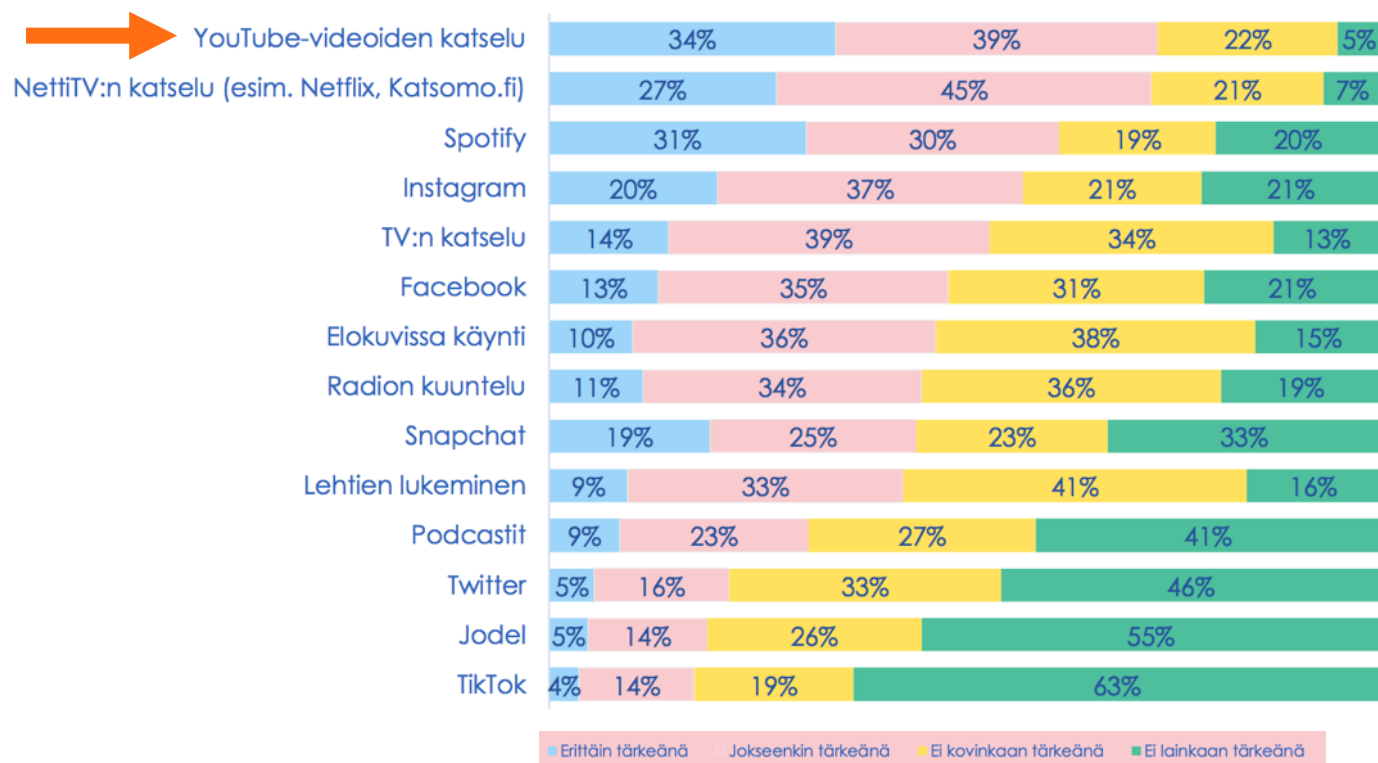


# Suosituimmat kanavat videoiden katsomiseen Suomessa



Lähde: Audience Project: INSIGHTS 2019

# Tärkeimmiksi koetut mediat Suomessa (15-35 -vuotiaat)



Lähde: Troot: Vaikuttavuusraportti 2019



# KANAVA: Facebook

- **Facebook** on mainosrahoitteinen yhteisöpalvelu, johon voi luoda oman käyttäjäprofiilin, sivuja, ryhmiä, tapahtumia, jakaa päivityksiä ja kommentoida, kuvia, videoita sekä tehdä kohdennettua mainontaa.
- Suomalaisten kolmanneksi suosituin some: n. 2,7 milj. käyttäjää.
- Suosio on kasvussa varsinkin yli 45 -vuotiaiden ryhmässä. Päivittäinen käyttö korostuu hieman naisten keskuudessa. Käyttö laskussa alle 40 -vuotiaissa, nuoret siirtymässä muihin palveluihin.
- Ohjeet ja käyttövinkit täältä!

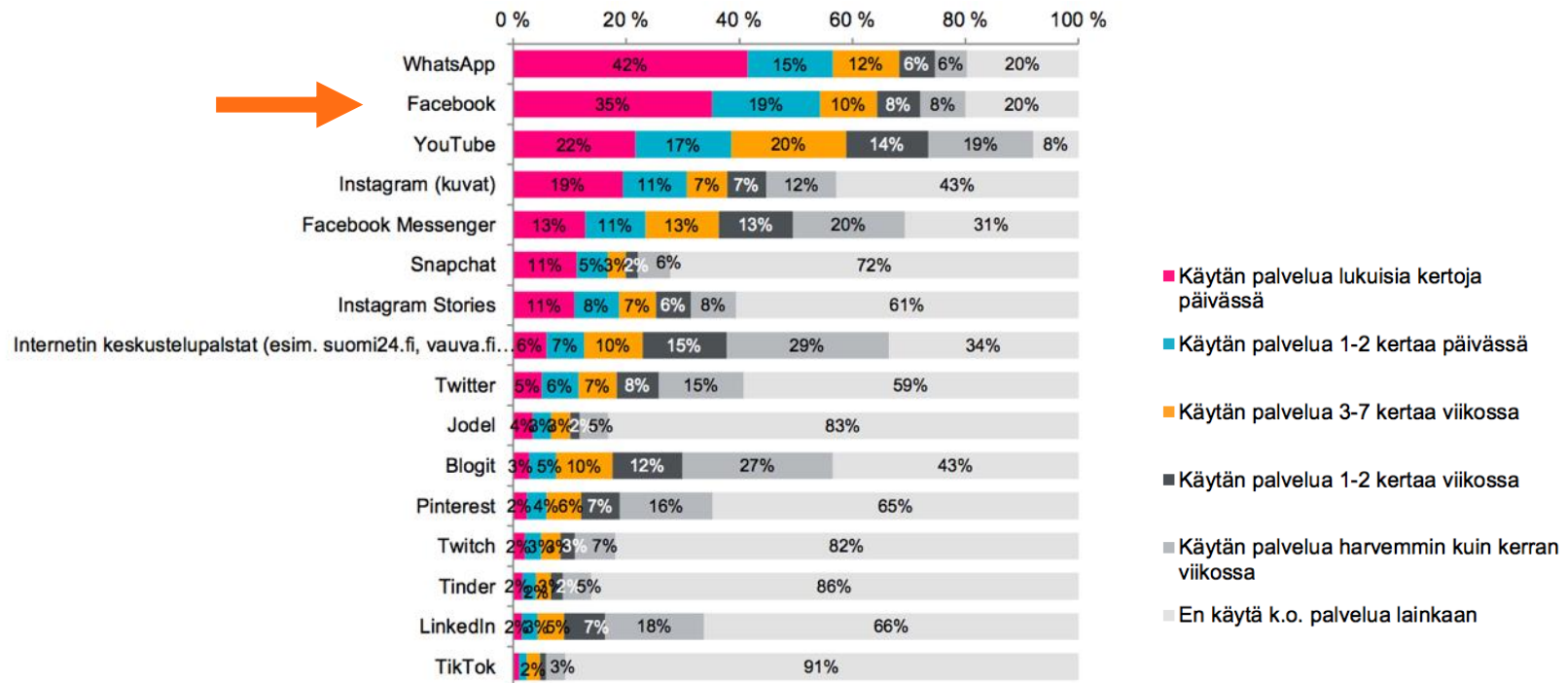
<https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/facebook-markkinoinnin-aloittaminen-ja-4-strategista-kysymysta>

<https://www.yrittajat.fi/uutiset/595295-nain-onnistut-paremmiin-facebook-markkinoinnissa-nelja-tarppia-joita-somejatti-suosii#d16ca537>

*Lähde: DNA – digitaaliset elämäntavat 2019*

# Käytetyimmät sosiaaliset mediat & viikottainen käyttö

(Suomalaiset 16-74-vuotiaat)



Lähde: DNA – digitaaliset elämäntavat 2019

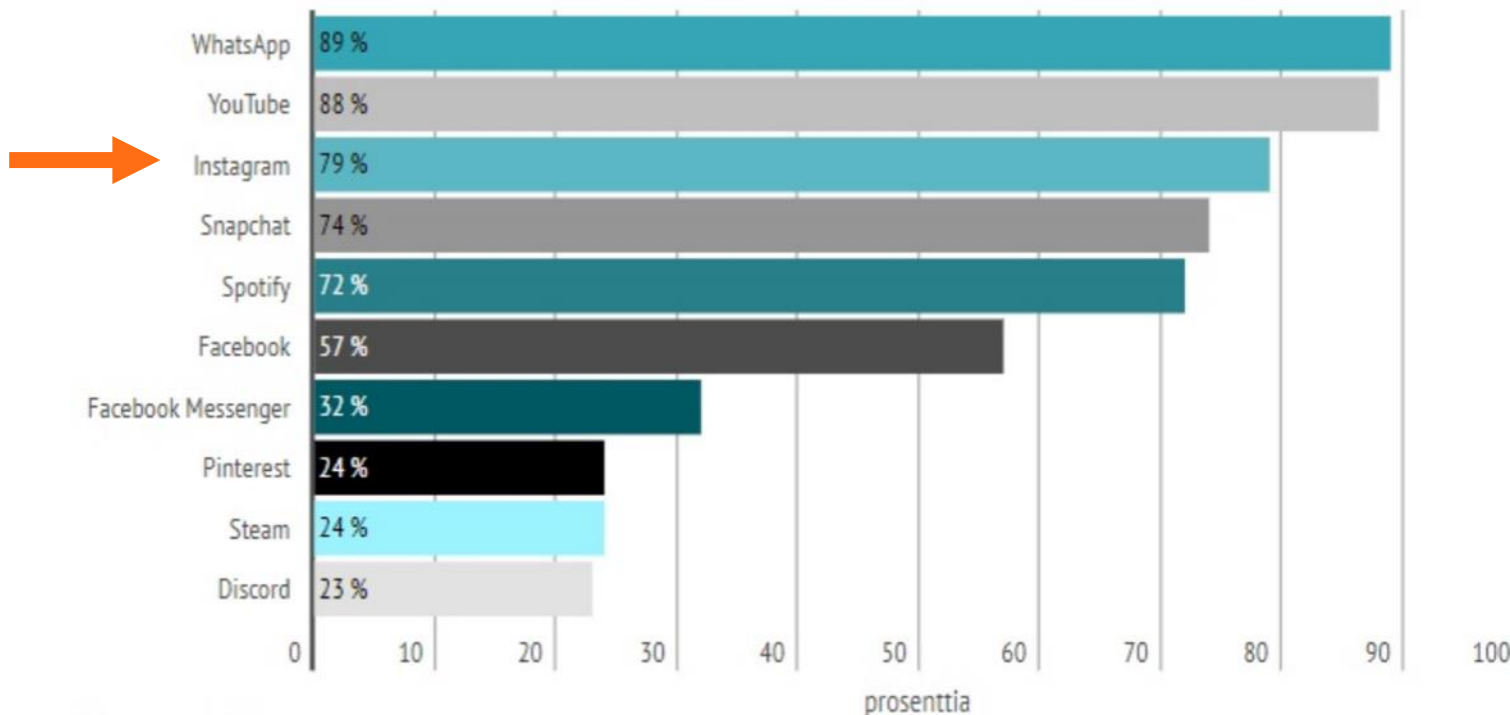


# KANAVA: Instagram

Instagram

- **Instagram** on ilmainen kuvien jakopalvelu ja sosiaalinen verkosto.
- Käyttäjät voivat jakaa kuvia ja videoita, kommentoida ja tykätä toistensa jakamasta sisällöstä. Kuvia ja videoita voi muokata erilaisilla filtereillä.
- N. 2 milj. suomalaista käyttäjää. Käyttö kasvussa kaikissa ikäluokissa, erityisesti naisilla ja nuorilla (15–29-vuotiaat).
- 13–64 vuotiaista naisista 62% käyttää Instagramia, miesten vastaavan luvun ollessa 47%.
- Ohjeet ensikertalaiselle täältä: <https://help.pinterest.com/fi/guide/all-about-pinterest>  
<https://www.kuulu.fi/blogi/instagram-perusteet/>

# Suosituimmat kanavat nuorten (13-29 -vuotiaat) keskuudessa



Lähde: ebrand Group Oy: SoMe ja nuoret 2019



# KANAVA: Twitter

- **Twitter** on maksuton yhteisö- ja mikroblogipalvelu, jonka käyttäjät pystyvät lähettämään ja lukemaan toistensa päivityksiä.
- Tekstipohjaiset viestit eli tviitit (tai twiitit), voivat sisältää korkeintaan 280 merkkiä. Twiittiin voi lisätä kuvaa, videota, tagejä, hashtagejä, linkkejä.
- N. 1 milj. suomalaista käyttäjää, joista twiittaa viikoittain n. 70 000, kuukausittain n. 150 000.
- Ohjeet ensikertaiselle täältä:  
<https://www.yrittajat.fi/uutiset/567550-8-vinkkia-twitterin-kayttoon-tuo-persoonasi-esiin-ja-twiittaa-saannollisesti#d16ca537>
- Lisää käyttövinkkejä täältä:  
<https://www.redland.fi/vinkeja-twitterin-kayttoon>

*Lähde: Meltwater – Somekatsaus 2019*

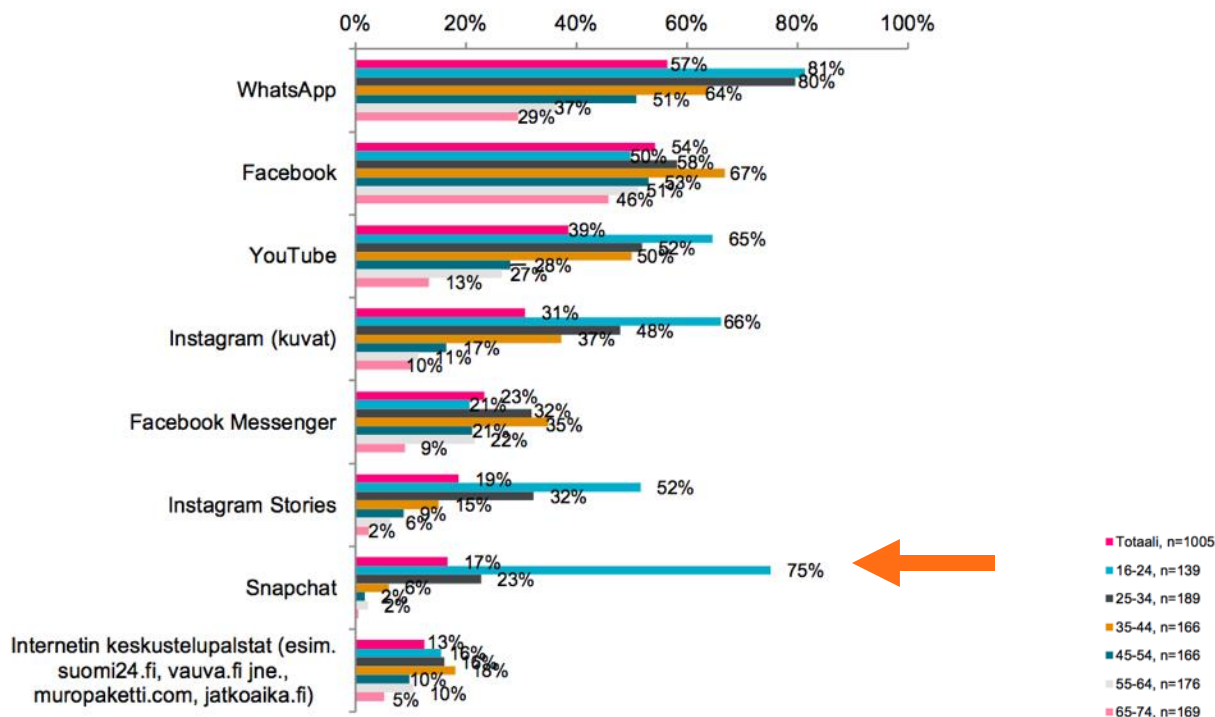


# KANAVA: Snapchat

- **Snapchat** on ilmainen pikaviestipalvelu kuvien ja lyhyiden videoiden (Snap) nopeaan ja helppoon jakamiseen yksityisesti tai julkisesti (My Story), johon lisätyt snäpit ovat nähtävissä 24 tunnin ajan kuvan julkaisusta. Palvelussa voi myös viestitellä (Chat).
- Kuvia ja videoita eli snäppejä voi muokata reaaliaikaisesti erilaisilla efekteillä ja filttäreillä, teksteillä ja piirroksilla.
- N. 700 000 suomalaista käyttäjää, suosituin nuorten keskuudessa.
- Ohjeet ensikertalaiselle täältä:  
<https://support.snapchat.com/fi-FI/a/how-to-use-snapchat>  
<https://tiski.fi/snapchat/> <https://yksityisille.hub.elisa.fi/mita-snapchatissa-tapahtuu/>



# Snapchatin päivittäinen käyttö nuorten (16-24 v) keskuudessa suurinta



Lähde: DNA – digitaaliset elämäntavat 2019



# KANAVA: LinkedIn

- **LinkedIn** on Microsoftin omistama sosiaalisen median palvelu, jossa verkostoidutaan ammatillisesti. LinkedInin jokaisella käyttäjällä on oma profiili, joka vastaa suunnilleen julkista CV:tä.
- Palvelussa voi tutustua toisten profiileihin, viestiä, osallistua keskusteluihin ja luoda ryhmiä. Palvelua pidetään leimallisesti ammatillisena.
- N. 700 000 suomalaista käyttäjää.
- Ohjeet alkuun & käyttövinkit:
- <https://www.slideshare.net/Uraristeys/linkedin-aloittelijan-usein-kysytyt-kysymykset>  
<https://www.yrittajat.fi/uutiset/559184-onko-linkedinista-hyotya-ja-miten-siita-saa-eniten-irti-ammattilainen-vastaa#d16ca537>

*Lähde: ebrand Group Oy: SoMe ja nuoret 2019*



# KANAVA: Pinterest

- **Pinterest** on visuaalinen, ilmoitustaulutyypinen sosiaalinen linkkien ja kuvien jakopalvelu. Se tarjoaa mahdollisuuden luoda ja ylläpitää kokoelmia, jotka perustuvat johonkin teemaan tai aiheeseen, kuten tapahtumaan tai harrastukseen.
- Käyttäjä voi selata muiden linkki- ja kuvakokoelmia, poimia niistä osia omiin kokoelmiinsa ja ilmoittaa tykkäävänsä linkistä/kuvasta.
- N. 600 000 suomalaista käyttäjää.
- Ohjeet alkuun & käyttövinkit:  
<https://www.nellaino.com/blog/pinterestin-kytt-suomeksi-nill-pset-alkuun>  
<https://help.pinterest.com/fi/guide/all-about-pinterest>

*Lähde: DNA – digitaaliset elämäntavat 2019*



# KANAVA: TikTok

- TikTok on kiinalainen lyhyiden 15 sekunnin videoiden jakamiseen tarkoitettu mobiilisovellus.
- Sovelluksessa on tarjolla musiikkikappaleiden kirjasto, joista voi valita sopivia biisejä videoilleen. Videoita voi muokata, nopeuttaa, lisätä tekstiä, filtereitä ja efektejä. Toisten videoista voi tykätä ja niitä voi kommentoida.
- Suomalaisista 13-29-vuotiaista alle 10 % käyttää TikTokia (YouTuben kohdalla luku on 88 % ja Instagramin 79 %) Suosituinta 10-12-vuotiaiden tyttöjen keskuudessa.
- Ohjeet alkuun & käyttövinkit: <https://www.indieplace.fi/mika-on-tiktok/>  
<https://www.linkedin.com/pulse/tiktok-vinkkej%C3%A4-aikuisille-julius-jansson/>

*Lähde: ebrand Group Oy: SoMe ja nuoret 2019*

# CASE: Koskenojan Tila



"Meillä on käytössä Facebook- ja Instagram-tilit sekä omalla nimellä Twitter-tili"

<https://www.facebook.com/koskenojantila/>

- 3600 seuraajaa, perustettu 26.10.2010
- Suosituimmat postaukset: suvivirsi pohjalaismurteella navetassa: yli 800 tykkäystä, lähes 300 jakoa

[https://www.instagram.com/koskenojan\\_tila/](https://www.instagram.com/koskenojan_tila/)

- 85 julkaisua, 2 756 seuraajaa, 11.12.2014
- Suosituimmat postaukset: videot, yli 1000 katsojaa

<https://twitter.com/LiisaVuorela>

- 1030 twiittiä, n. 800 seuraajaa, 03/2009

# CASE: Keisalan tila



*"Meillä on käytössä Facebook ja Instagram, YouTube on harkinnassa."*

<https://www.facebook.com/Keisalantila/>

- 4 838 seuraajaa, perustettu 21.3.2018
- Suosituimmat postaukset: videot, yli 1000 katsojaa, yli 100 kommenttia, yli 400 jakoa

<https://www.instagram.com/keisalantila/>

- 245 julkaisua, 2 304 seuraajaa, 21.3.2018
- Suosituimmat postaukset: videot, yli 1000 katsojaa

# CASE: Moonmilk



*"Meillä on tällä hetkellä ainoastaan Facebook-sivut. Instagram kiinnostaa, mutta on vieraampi itselle käyttää. Alunperin haluttiin tehdä nettisivut. Nyt tuntuu, ettei sille olekaan tarvetta. Sitä näkee paljon nettisivuja, joita ei ole päivitetty moneen vuoteen – se ei vaan toimi. Mielummin pidetään ne kanavat, joita jaksaa päivittää."*

<https://www.facebook.com/moonmilkoy/>

- 725 seuraajaa, perustettu 24.3.2016

# CASE: Rantalan "Torholan" tila



*"Meillä on käytössä Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, TikTok & Snapchat"*

[www.facebook.com/Rantalan-tila-JJ-Nummela-Salonen-292843494082567/](http://www.facebook.com/Rantalan-tila-JJ-Nummela-Salonen-292843494082567/)

759 seuraajaa. perustettu 21.10.2011

[www.instagram.com/torholan\\_emanta/](http://www.instagram.com/torholan_emanta/)

1 452 julkaisua, 1270 seuraajaa

<https://twitter.com/torholanemanta/>

1 562 seuraajaa, 7 726 twiittiä, 05/2013 alkaen

@Snapchat: jossuliini78

@YouTube: Torhola

@TikTok: torholanemanta



# Someviestinnän ABC

## **3. Sisällön valinta**



# Mitä sisältöä jaan?

Valitsemasi kohderyhmä ja kanavat määrittelevät aika pitkälle jaettavan sisällön. Voit esimerkiksi miettiä:

- mitä sisältöä tavoittelemasi ihminen voisi haluta teiltä, mikä häntä kiinnostaa, mitä iloa ihminen sisällöstä saa?
- millä tavoin valitsemassasi kanavassa voi jakaa sisältöä (kuvat, tapahtumat, videot, kilpailut, kyselyt, tarinat ym.)?
- mitä valmista sisältöä voitte jakaa omissa kanavissa (esim. toisten tilojen tai meijerien uutiskanavia tai meemejä)?
- millainen viesti/sisältö saa ihmiset tekemään niitä asioita, joita somen avulla tavoittelette?

# Mistä voisin kertoa?

- Tämän päivän maitoyrittäjyydestä, modernista maataloudesta
- Faktoja nykypäivän maidontuotannosta (kts. faktapaketti)
- Arjesta ja elämästä maalla
- Työstä, ammatista ja yrittämisestä
- Eläimistä ja eläinten hyvinvoinnista
- Viljelystä ja peltotöistä
- Koneista
- Faktaa ja tunnetta sopivassa suhteessa

# CASE: Koskenojan Tila



*"Avoimuus, rehellisyys ja arki kiinnostaa. Tämän päivän karjatalous on aivan erilaista kuin silloin 1993, kun aloitettiin 20 lehmällä parsinavetassa. Haluan kertoa millaista on nykymaatalous: oikoa väärinkäsityksiä, tehdä näkyväksi tapahtunut kehitys ja kertoa lypsykarjatilan arjesta ilman filttareitä. Kaiken punainen lanka on, että suomalainen maidontuotanto on maailman vastuullisinta. Kerrotaan se tekoina ja tarinoina!"*

# CASE: Keisalan tila



*"Ihmisiä kiinnostaa elämä maalla. Teen maidontuottajan avointa kuvapäiväkirjaa, muistaen kuitenkin, että kuva ilman tekstiä ei toimi. Pitää olla joku sanoma tai näkökulma."*

*"Söpöt vasikkakuvat keräävät aina tykkäyksiä, mutta koskettavat, henkilökohtaiset ja surulliset päivitykset, esim. eläimen sairastuminen, teuraaksi lähteminen kiinnostavat todella paljon, se miten hyvin eläimiä hoidetaan vaikeissa tilanteissa. Onhan se tietoinen riski, mutta samalla syntyy mahdollisuus oppia. Kun teen somea omalla naamalla, se on samastuttavaa; ei kehdata tulla negatiivisesti kommentoimaan."*

# CASE: Moonmilk



*"Ihmisiä kiinnostaa oikeasti kaikki maalaiselämään liittyvä. Rajoitin onkin lähinnä oma aika, se ei meinaa riittää. Postauksia varten valitsen yleensä jonkun iloisen ja hauskan asian, josta haluan kertoa. Rutiinitehtävistä on hauska kertoa, esim. manikyyripäivästä, kun eläimet käyvät sorkanhoidossa kolme kertaa vuodessa."*

# CASE: Rantalan "Torholan" tila

**Rantalan tila (J&J Nummela-Salonen)** is at Rantalan Tila. 6 October at 17:24 · Hausjärvi · 🌐

Parin päivän takaista huumaa, kun Tiktok sekoitti emännän pään 🤪🔥👍  
Suosittelen kaikille tasapuolisesti ottamaan tästä haasteen vastaan ja pistämään tanssiks 🤪👍 Ole hyvä ja näytä #mullesunmuovit 🤪❤️ Twitter teki tästä mun tanssista viikonlopun suosituimman tanssin joten kokeile sinäkin 🤪👍 #torhola #tiktok #ChickenNoodleSoup #jhope #bts lhanaa sunnuntai iltaa vaan 🤪👍



**TikTok**  
@torholanemantila

You and 74 others 12 comments 5 shares

*"Meidän jutut on aina perustuneet avoimuudelle, aitoudelle, huumorille ja vähän trendien seuraamisellekin. Yritetään saada aikaan jotain hauskaa, mikä kiinnostaisi ihmisiä, saisi ne hetkeksi pysähtymään meidän arjen äärelle. Esim. korealainen K-pop-trendi on tällä hetkellä maailmalla ja Suomessa kova. Meidän Johannan navetassa kuvaaman pop-artistin J-Jopen Chicken Noodle Soup –biisin tanssichallenge keräsi Twitterissä yli 15 000 katselukertaa."*

[www.facebook.com/292843494082567/videos/396649664364300/](https://www.facebook.com/292843494082567/videos/396649664364300/)  
[www.youtube.com/watch?v=i23NEQEFpgQ](https://www.youtube.com/watch?v=i23NEQEFpgQ)

# Someviestinnän ABC

## 4. Ajankohdan valinta





# Milloin ja kuinka usein jaan?

Kohderyhmä, kanava, sisältötyyppi ja omat resurssit määrittävät. Yksinkertainenkin somerutiini, -suunnitelma tai -julkaisukalenteri helpottaa sekä viikoittaista että koko vuoden sometyötä ja sisällön suunnittelua:

- paljonko aikaa pystyt irrottamaan someviestintään?
- pystyttekö olemaan paikalla some-kanavillanne silloin kun tavoittelemanne ihmisetkin (esim. kommentointi)?
- kuinka paljon aikaa yksi postaus vaatii työtä (esim. söpö vasikkakuva voi olla nopea, opetuksellinen video vie paljon aikaa)?

# CASE: Koskenojan Tila



*"Se, miten paljon pystyn käyttämään somen tekemiseen, vaihtelee viikoittain todella paljon. Työ on niin sitovaa, sen ehdoilla mennään. Poimin arjesta asioita, yrittäen miettiä, mikä aihe voisi avata alaa uudessa valossa kuluttajalle.*

*Joskus idea ja postaus voi tulla minuutissa, kun vaikka keksii hyvän tilanteen ja saa otettua siitä hauskan kuvan. Jotain haastavampaa aihetta pitää avata enemmän ja sanojaan miettiä, välillä menee puolikin tuntia ennen kuin löytyy se oikea näkökulma ja oikeat sanat."*

# CASE: Moonmilk



*"Haluaisin päivittää viikottain, mutta välillä tulee pitkiäkin taukoja. Ei vaan ehdi löytää siihen aikaa. Toisin kuin meidän lapset, itse olen vielä sitä sukupolvea, joka käy somessa eikä ole somessa.*

*Jos aika on kortilla, laitan vaikka työn lomassa vaan kuvan lyhyellä tekstillä. Olisi hyvä idea jakaa muiden hyviä päivityksiä. Kaikkien ei tarte tehdä itse."*

# CASE: Keisalan tila



*"Se, miten paljon käytän somen tekemiseen aikaa, vaihtelee päivästä toiseen, mutta kyllä siihen tosi paljon aikaa menee.*

*Yhteen päivitykseen menee yleensä noin tunnin verran. Se vie paljon, koska tekstit ovat yleensä pitkiä, mietin ne huolella, tarkistan kirjoitusvirheet.*

*Mulle on tullut paljon omia seuraajia, jotka ovat hyvin aktiivisia, aikaa menee paljon seuraajien kommentteihin vastailemiseen, tykkäyksiin ym."*

# CASE: Rantalan "Torholan" tila



*" Itselläni mobiililla tekeminen on ainoa, mikä toimii: sillä teen päivän aikana kuvat, videot, postaukset, kommentoinnit. Ei sitä illalla myöhään koneella enää jaksa.*

*Meillä sometyötä ja päivitysten tekemistä ei ole koettu työnä vaan osana elämää - tapa toimia, osa päivän rutiineja. Emme ajattele, että tänään pitää tehdä postaus, vaan heti jos syntyy idea tilanteesta uutisista tai somea selailesssa, kaivan älypuhelimien taskusta. "*

# Someviestinnän ABC

## 5. Työnjakoa ja tukea



# Kuka voisi auttaa?

Someviestintä on ihan oma työnsä, johon on hyvä ottaa mukaan apua ja tukea.

- kuka voisi auttaa someviestinnän tekemisessä, esim. kuvien ottamisessa, kommentoinnissa, tekstien oikolukemisessa?
- onko joku osa-alue, johon tarvitset lisää työkaluja, esim. kuvankäsittelyohjelman, kameran?

# CASE: Koskenojan Tila



*"Meidän koko tiimi tilalla on mukana somen tekemisessä, kaikki ovat sisällöntuottajia. Jos tartten vaikka rehusta kuvia, pistän viestin meidän tilan WhatsApp-ryhmään - ja jo alkaa puhelin piippaamaan!"*

*"Itselle on ollut apua MTK:n & Valion kuluttajatyön koulutuksista, ProAgrian vertaistukiryhmätapaamisista ja Maitoyrittäjien luennoista ja reissuista."*



# CASE: Keisalan tila



*"Anoppi ja poikaystävä lukevat tekstejäni ja tukevat sometyötäni.*

*Näkyvyyden lisäämiseksi tarvittaisiin lisää jakoja (esim. muut tuottajat) ja/tai rahaa somemarkkinointiin. Hyvä kamera on myös listalla YouTube-videoita varten."*

# CASE: Rantalan "Torholan" tila



*"Paras apu voi löytyä kotoa!"*

*Me ollaan Johannan kanssa tietty toistemme tukena aina, mutta itse asiassa lapsista on ollut yllättävän paljon apua. Nykyään lapset saattavat olla sisällöntuottajina usein huomattavasti aikuisia kehittyneempiä ja osaavampia. He ovat diginatiiveja, somen raskaan sarjan käyttäjiä, aina askeleen edellä. Heitä kannattaa hyödyntää. Meilläkin parhaat neuvot Snapchatin ja TikTokin käyttöön tulivat lapsilta. "*

# Someviestinnän ABC

---

## 6. Hyvä postaus



# Millainen on hyvä postaus? 1/2

- **Henkilökohtainen:** ihmiset & eläimet yrityksen takana kiinnostavat. Aitona ja omilla kasvoilla esiintyessäsi olet kiinnostavin.
- **Tietoon perustuva:** millaista on nykypäivän maitotalous (kts. faktapaketti)
- **Ajankohtainen:** innostutko jostain ajankohtaisesta ilmiöstä? Tee siitä oman näköinen postaus.
- **Tarinallinen:** kerro pieniä tarinoita/sattumuksia työviikon varrelta, näytä millaisessa ympäristössä teet töitä, arki maalla on kiinnostavaa!
- **Aktivoi seuraajiasi:** Kysy kysymyksiä/mielipidettä esim. vasikan nimestä, pyydä kommentteja.
- **Lyhyt on usein kaunista:** yritä kirjoittaa/puhua napakasti.

# Millainen on hyvä postaus? 2/2

- **Jaa sivuillesi hyviä artikkeleita, linkkejä & postauksia:**  
jos näet netissä tai somessa jotain, joka sopii omaan brändiisi, jaa se myös omissa kanavissa! Saat helposti lisää sisältöä. Muista omat saatesanat; miksi seuraajiesi kannattaisi käydä lukemassa kyseinen juttu.
- **Jaa omia päivityksiä:** missä ryhmissä kohderyhmäsi liikkuu, missä ryhmissä itse olet mukana? Hyödynnä sopivia ryhmiä omien postauksien jakamiseen!
- **Anna vinkkejä:** kerro seuraajillesi neuvoja alaasi liittyen.
- **Jaa palautetta:** Kun saat hyvää palautetta/tunnustuksia, muista jakaa se omissa kanavissasi!
- **Keksi pyörä uudelleen:** vanhojen ideoiden uudelleenkäyttäminen on enemmän kuin sallittua. Toista toimiva postaus!

# Millainen on hyvä postaus, mitkä aiheet kiinnostavat kuluttajia?

Mitä haluaisit, että sivuilla julkaistaisiin? (Voit valita useamman.)

1 210 vastausta



Lähde: Anna Länsisalmi 2018

# CASE: Keisalan tila

Navetalla kaikki hyvin! Mukavan rennosti töitä, ei ole juuri sairaita, eikä kukaan ole poiknutkaan pariin päivään. Tänään kyllä siirsin Moomoon yöks poikimakarsinaan, ihan varmuudeksi 😊

Maissikin on jo korkeimmissa kohdissa 3m korkeaa, vaikkakin tähkä on aika pientä. Harmillise... Näytä lisää



👍❤️😬 471

13 kommenttia

*"Kun teen somea omalla naamalla, se on samaistuttavaa; ei kehdata tulla negatiivisesti kommentoimaan."*

*"Pidän tyylini aktiivisena, elämänmyönteisenä, aitona, rehellisenä ja innostuneena. En tuomitse enkä arvostele muiden valintoja vaan olen valmis dialogiin."*

*"Jos nousee esiin joku kuohuttava juttu, en lähde suuttuneena someen. Rauhoitun ja mietin ensin. Usein juttelen jonkun kanssa, jotta löydän hyvän näkökulman omalle postaukselleni."*

# CASE: Keisalan tila

HYVÄ SUOMIIII 🇫🇮 🏆 🇫🇮

Mites muut ootte juhlistanut?? Itse tietysti alkuperäisen lapinlehmän kanssa ❤️

(Ps. Väri on haitatonta eläintenmerkitsemisväriä ja lähtee nopeasti pois.)



👍🤔👉 1 t.

40 kommenttia 35 jakoa

*"Kannattaa olla ajan hermolla. Kohderyhmän ymmärrys ja huumori on myös tosi tärkeää. Kun Suomi voitti jääkiekon maailmanmestaruuden, teimme ko. postauksen, joka pääsi myös lehteen!"*



# CASE: Moonmilk



*" Hyvä postaus on sellainen, jossa näkyy eläinten hyvinvointi, esim. kun lehmillä on lystiä ja ne kirmaavat elämänsä onnesta. Kun aloitettiin somessa, talviulkoiluvideot herättivät kuluttajissa paljon ihastusta ja hämmennystä: "ulkoileeko ne pakkasellakin, tuleeko sieltä suoraan jäätelöä?"*

*Lehmänäyttelytulokset eivät iskeneet, näyttelyvalokuvat kyllä. Söpöt vasikkakuvat ovat aina suosittuja."*

# CASE: Koskenojan Tila

 **Koskenojan Tila Oy**  
17 June · 🌐

Tätä emme ole aiemmin todistaneet!!!  
Keräsen tiinehtyminen takkusi oikein kunnolla, joten viimeisenä konstina se siennettiin samaan kiimaan sekä Holsteinilla että Blondilla. Aamulla riemuitsimme Holstein lemmuvasun syntymää ja iltapäivällä ihmettelimme toisen lemmuvasun syntymää, liharotuinen 🤩 #kaksoset #twins  
On siinä emällä ihmettelemistä, niin kyllä meilläkin 😊 #valiomaito  
#spermivitalsunlight #blondibigbill Semex Finland Oy  
#maailmassamontaonihmeellistäasiaa



   369

15 comments 5 shares

*"En oikeastaan koskaan mieltä postauksista tehdessä, että tuleeko tästä nyt suosittu. Pyrin vaan kertomaan asioita meidän arjesta. Viimeksi tein postauksen, kun koodailin maitopurkkeja. Mietin, että kukaan ei varmaan tiedä, että tällaistaakin me tehdään.*

*Uuden elämän synty on aina hieno asia, siitä on kiva kertoa. Teuraaksi laittamisesta puhun kyllä tilavieraiden kanssa, mutten somekanavissa. Välillä ihan hullut postaukset ovat levinneet kuin kulovalkea. Esimerkiksi täysin hetken mieltäjohteesta tehty [parressa kuvattu lauluvideo](#) on erinomainen esimerkki tästä, se sai lähes 300 jakoa!"*

# CASE: Rantalan "Torholan" tila



*"Aitous, arki ja ihminen – ne ovat ne, jotka purevat. Konepostauskin voi toimia pari kertaa, mutta ihminen on aina kiinnostavampi, samaistuttavampi.*

*Oikeasti ei sitä tiedä etukäteen, että mikä postaus on menestys ja mikä ei. On tässä paljon sattumaakin, mutta kokeilemalla ja harjoittelemalla sitä kehittyy. Someviestintä on taito siinä missä joku muukin.*

*Kannattaa aloittaa jostain helposta aiheesta, joka ei aiheuta liiaksi kuohuntaa. Esim. lehmät ulkoilemassa talvella on takuuvarmasti kaikkien mielestä kivaa ja mukavaa.*

*Kannattaa olla itselleen armollinen, eikä harmitella turhaan, jos joku tilanne menee ohi, kun ei ehdi vaikka ottaa puhelinta esille. Rutiinit ja somesilmä kehittyy ajan myötä."*

# Someviestinnän ABC

## 7. Hyvä kuva



# Millainen on hyvä kuva?

Kuva pysäyttää moninkertaisesti tekstiä tehokkaammin. Siksi on hyvä käyttää kuvia somessa. Tässä muutamia vinkkejä kuvaamiseen:

- **Aitous ja tavallisuus:** ihmiset tunnistavat aitouden kuvista ja arvostavat sitä. Ihminen on omana itsenään kiinnostavin.
- **Yksinkertainen on kaunista:** Ihmiset selaavat somefeedejään vauhdilla, joten kuvan täytyy toimia nopeasti ja pysäyttää heidät.
- **Rajaus:** rajaa kuvasta ulos tarpeeton, keskity siihen mistä kerrot. Pidä huoli, että kuvattava alue on siisti eikä anna väärää kuvaa tilanteesta.
- **Oikea koko:** tarvitsetko kuvaa Instaan vai Facebookin profiilikuvaksi, banneriin, tapahtumaan vai feediin? Täältä voit tarkistaa, minkä mallinen kuva tarvitaan mihinkin: [meltwater.com/fi/blog/sosiaalisen-median-kuvakoot/](https://meltwater.com/fi/blog/sosiaalisen-median-kuvakoot/)
- **Valo:** helpointa on kuvata ulkona pilvisenä päivänä (hajavallo). Kovassa auringonpaisteessa voi kuvata vaikka puun alla varjossa.

# CASE: Koskenojan Tila



*"Itse pyrin rajaamaan kuvat siten, että ympäristö kuvassa on mahdollisimman siisti. Yritän valita kuvaushetken, niin että on juuri siivottu ja on siistin näköistä. Lehmä kun ei ole sisäsiisti. Navetassa käymättömälle navetan arki voi muuten hätkähdyttää.*

*Luonnolliset, arkiset tilanteet ovat usein parhaita. Eläinlääkärin toimenpiteiden julkistamista vältän, jotta niistä tilanteista ei tulisi väärinymmärryksiä. Yhtään kuollutta eläintä en ole kuvannut someen, enkä kuvaa. Ei onnettomuuspaikallakaan ole kohteliasta kuvata.*

*Pitää arvostaa eläintä ja sen elämää."*



# CASE: Koskenojan Tila



*"Lapsia kuvattaessa pitää muistaa, että kuvausluvut on oltava kunnossa. Jos niitä ei ole tai niistä ei ole täyttä varmuutta, kannattaa kuvata lapsia selkäpuolelta.*

*Kannattaa myös kannustaa tilavierailijoita kuvaamaan itse. Varsinkin lapset ovat hyvin innoissaan kaikesta näkemästään ja jakavat kuvia innoissaan omissa kanavissaan. On tärkeää pitää huoli paikkojen siisteydestä."*

# CASE: Moonmilk



*" Hyviä ja suosittuja kuvia ovat olleet vitsikkäät, hauskat ja vetoavat kuvat, esim. lehmärouvien turvenaamiot. Itsekin voin olla välillä kuvassa, mutta silloinkin mieluummin päätähtenä ovat meidän rouvat. "*



# CASE: Keisalan tila



*"Konekuvat eivät toimi omissa kanavissani, mutta jos kuvassa on ihminen tai eläin, se on heti kiinnostavampi."*

*Kuvien kohdalla kiinnitän huomiota siihen, että kuva on selkeä ja hyvälaatuinen. Lisäksi rajausta on tärkeää, mietin aina mitä haluan, että kuvassa näkyy ja mitä ei."*

# CASE: Rantalan "Torholan" tila



*"Somessa täytyy aina tarkkaan miettiä, kun vaikka postaa kuvia lehmistä, että maaseudulla aina asunut ei välttämättä ymmärrä, miten ulkopuolinen asian näkee. Kuluttaja saattaa pelästyä, jos kuvassa näkyy vaikka rautaputkia ja ulostetta. Reaktiot ja tunteet saattavat olla herkässä, ja ne täytyy ottaa huomioon."*

# Someviestinnän ABC

## 8. Hyvä video



# Millainen on hyvä video?

- **Ei oikotietä onneen:** ääriharva meistä pitää itsensä kuvaamisesta. Ainoa tapa päästä ahdistuksesta yli on kuvata - ja kuvata vielä lisää! Ajan myötä kuvaaminen helpottuu ja rentous lisääntyy. Ole armollinen itsellesi.
- **Ytimekäs, lyhyt ja selkeä:** hyvin suunniteltu video on parempi, tiiviimpi ja kiinnostavampi. Tee sisällöstä kiinnostava. Pidä video ytimekkäänä ja yksinkertaisena. Älä yritä kertoa kaikkea yhdellä videolla.
- **Mene asiaan:** somessa kiinnostus pitää voittaa nopeasti. Katsoja tekee ensimmäisen 2-3 sekunnin aikana päätöksen, katsooko sen loppuun. Mene nopeasti asiaan, jotta et menetä katsojaa.
- **Valitse tyyli:** huumoria vai tiukkaa asiaa? Kumpikin toimii, mutta ei välttämättä yhdessä. Valitse videolle tyyli ja pysy siinä.

# Hittivideon valmistuskaava

## SUCCES

**S** = Simple (yksinkertainen)

**U** = Unexpected (yllättävä)

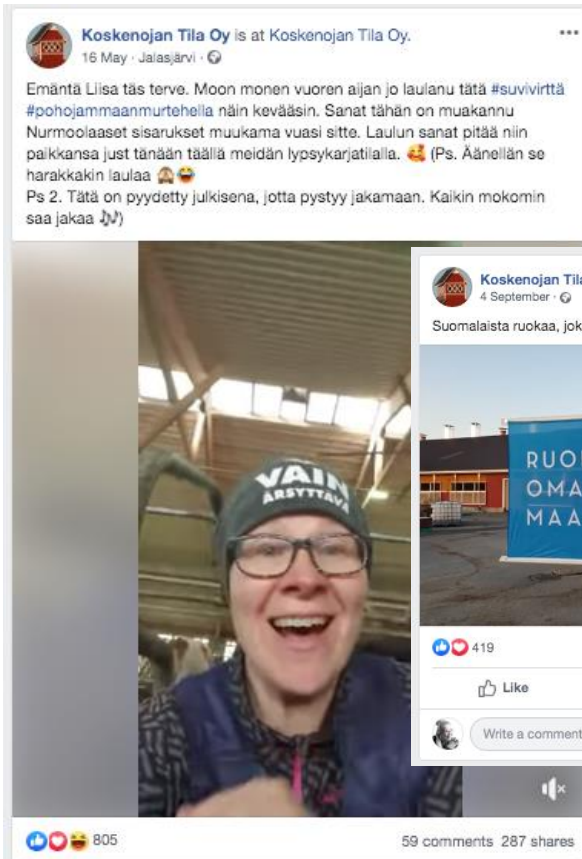
**C** = Concrete (konkreettinen)

**C** = Credible (uskottava)

**E** = Emotional (tunteita herättävä)

**S** = Stories (tarinallinen)

# CASE: Koskenojan Tila



"Meidän hyvät videopostaukset ovat olleet, kun on esim. laulettu parrella suvivirsi, viety lunta lehmille, laulettu naiskuoron kanssa eteläpohjanmaan murteella. Yhteistä näille on ollut heittäytyminen ja huumori, jonkun hauskan hetken jakaminen.

Ajankohtaisuus ja hyvät tempaukset toimivat myös, kuten esim. Suomalaisen ruoan päivän postauksessa."

# CASE: Rantalan "Torholan" tila

 **Rantalan tila (J&J Nummela-Salonen)** is at Rantalan Tila. 6 October at 17:24 · Hausjärvi · 🌐

Parin päivän takaista huumaa, kun Tiktok sekoitti emännän pään 🤪🔥👍  
Suosittelem kaikille tasapuolisesti ottamaan tästä haasteen vastaan ja  
pistämään tanssiks 🤪👍 Ole hyvä ja näytä #mullesunmuuvit 🤪❤️ Twitter  
teki tästä mun tanssista viikonlopun suosituimman tanssin joten kokeile  
sinäkin 🤪👍 #torhola #tiktok #ChickenNoodleSoup #jhope #bts Ihanaa  
sunnuntai iltaa vaan 🤪👍



 You and 74 others 12 comments 5 shares

*"Yritetään saada aikaan jotain hauskaa! Jutut on aina perustuneet huumorille, avoimuudelle, aitoudelle ja trendien seuraamiselle. Esim. korealainen K-pop-trendi on kova. Meidän Johannan navetassa kuvaaman pop-artistin J-Jopen Chicken Noodle Soup –biisin tanssichallenge keräsi Twitterissä yli 15 000 katselukertaa."*

[www.facebook.com/292843494082567/videos/396649664364300/](https://www.facebook.com/292843494082567/videos/396649664364300/)

[www.youtube.com/watch?v=i23NEQEFpgQ](https://www.youtube.com/watch?v=i23NEQEFpgQ)



# CASE: Keisalan tila



*"Parhaiten toimivat videot, joissa esiintyy omilla kasvoilla ja kertoo jostain asiasta. Keisalan tilalla on esim. Facebookissa yli 100 videopostausta. Harkinnassa on hyvän kameran hankkiminen, jotta voisi alkaa tehdä esim. YouTubeen helpommin hyviä videoita."*



# Someviestinnän ABC

## 9. Hyvä kommentti



# Millainen on hyvä kommentti?

Somessa keskustelu voi parhaimmillaan avata uusia näkökulmia ja mahdollisuuksia kummallekin osapuolelle. Sosiaalinen media on hyvä renki mutta huono isäntä, joten pää kannattaa pitää kylmänä ja ohjat omissa käsissä.

- **Älä väitä/valista vaan keskustele arvostavasti:** keskustellessa täytyy olla valmis itsekin oppimaan uutta. Kun vastapuoli kokee tulevansa kuulluksi ja arvostetuksi, on hänen helpompi kuunnella ja omaksua tietoa ja uusia näkökulmia sinulta.
- **Vältä sarkasmia:** sarkasmi voidaan helposti ymmärtää väärin somessa.
- **Ota tarvittaessa aikalisä:** hermostuneena ei kannata lähteä someen. Myös toisten provosointi ja ärsyttäminen on päämäärätöntä, eikä johda hyvään lopputulokseen.

# CASE: Koskenojan Tila



*"Kommentoimaan lähtiessä pitää muistaa, ettei arvostele vastapuolta. Muuten siinä astutaan sontaläjään. Arvostelu ei yleensä ole rakentavaa eikä koskaan auta asiaa.*

*Sen sijaan selvennä asiaa, kerro oma mielipide, mutta älä arvostele tai syyttele, äläkä ikinä mene henkilökohtaisuuksiin. Näin pienessä maassa ja markkinassa ei ole varaa ruveta riitelemään keskenään."*

# CASE: Keisalan tila



*"Jos joku lähtee provosoimaan, siihen ei kannata lähteä mukaan, ei kannata suuttua. Yleensä itse rauhoitun ja mietin ensin hetken, tarvittaessa juttelen jonkun kanssa, jotta löydän oikean näkökulman omaan kommenttiini.*

*Tärkeää on, että jokaiselle on annettava vapaus tehdä, mitä haluaa. Asioista voidaan keskustella, mutta toisten valinnoista ei saa ottaa nokkiinsa.*

*Jos joku vaikka kommentoi jakamaani reseptiin, että tuon voi kyllä tehdä vegaanisena ilman maitoaikin, saatan sanoa, että joo, voisin vaikka kokeilla itsekin. Ihan turha rakentaa taistelua, kun voidaan rakentaa dialogia."*

# CASE: Rantalan "Torholan" tila



*"Twitterissä on ollut kiva keskustella ja kertoa meidän arjesta. Siellä on paljon kiinnostuneita kuluttajia. On ollut kiva tehdä töitä, kun aina tulee heti paljon kommentteja, kysymyksiä ja keskustelua. Se on poikinut paljon hyvää, esim. YLE:lle haastatteluja.*

*Twitter on muuttunut viime vuosina melko paljon, keskustelu ei ole aina rakentavaa, välillä tylyäkin. Epäasialliset keskustelut eivät johda mihinkään.*

*Nykyisin periaatteeni on, että yhden kerran voi kommentoida, ei enempää, muuten lähtee homma käsistä. Usein tarkkaan kysymykseen riittää yksi kommentti. Hyvään kysymykseen hyvä vastaus, se on siinä!"*

# Someviestinnän ABC

## 10. Hyvä hashtag



# Millainen on hyvä hashtag?

Hashtagien, eli aihetunnisteiden, tarkoitus on helpottaa tiedon jaottelua ja auttaa etsimään aiheelle relevantteja julkaisuja. Se muodostetaan ristikkomerkillä (#) ja sitä seuraavalla sanalla tai merkkijonolla. Hashtagejä käytetään mm. Twitterissä, Instagramissa, LinkedInissä, YouTubessa.

- **Tutkimalla ja kokeilemalla tulosta:** itsellesi toimivimmat hashtagit löydät etsimällä. Tutki muita maitoyrittäjiä, vaikuttajia jotka edistävät asiaasi, kohderyhmääsi: minkälaisia hashtageja he käyttävät, mitä asioita he pitävät tärkeinä. Kirjaa löytämäsi hashtagit vaikka ruutuvihkoon, kokeile niiden käyttöä ja seuraa niiden tehoa.
- **Määrä:** optimimäärä on yleensä jossain 3-11 hashtagin välissä. Esim. Instagram sallii jopa 30 hashtagia yhdessä julkaisussa, mutta yhteen twiittiin ei mahdu montaa, vaikka niitä sulauttaisi osaksi tekstiä.
- **Lyhyt oppimäärä** hashtageista [täältä!](#)

# CASE: Koskenojan Tila



*"Käytän aina hashtagejä. Yleisin käyttämäni hashtag on #valiomaitoa. Tilanteen mukaan käytän muitakin. Suosikkejani ovat #cowsofinstagram #semex #liisanluokkahuone #kuluttajatyö #hiilineutraalimaito #ayrshire # holstein # brown swiss*

*Varsinkin Twitterissä käytän hashtageja #työtäsuomalaisille #kotimaista."*



# CASE: Keisalan tila



*"En hirveästi käytä hashtagejä. Facebookissa en käytä ollenkaan, Instagramissa jonkun verran esim. #maatila #maatilanarkea. Koska kohderyhmäni on suomalainen kuluttaja, käytän ennen kaikkea suomalaisia hashtagejä, jonkun verran myös kansainvälisiä."*

# CASE: Rantalan "Torholan" tila



## *Hashtagit kohderyhmän mukaan*

*"Jotta oma twiitti tai postaus löytää kohderyhmän somevirtaan, kannattaa oikeasti miettiä, mitä hashtagejä kohderyhmä käyttää, mikä kohderyhmää kiinnostaa, mikä on heille tärkeää, mikä yhdistää heidät meihin. Vaikka joku hashtag innostaa tai hauskuuttaa itseä/tuottajaa, sillä todennäköisesti saadaan mukaan vaan muita tuottajia."*

## *Vältä kaupallisuutta*

*"Parhaiten kuluttaja uskoo viestiin, kun se syntyy meidän omasta elämästä ja arjesta. Aina kun postauksessa haiskahtaa kaupallinen yhteistyö, hashtagissa mainitaan yritys, kuluttajilta tulevat tykkäykset tippuvat."*

# CASE: Rantalan "Torholan" tila



## ***Kerro tarina***

*Hashtageillä voi kertoa tarinaa, ne voivat olla kuvan, postauksen tai tekstin luonteva jatko. #huippupäivä #paskapäivä*

## ***Mukaan isoihin virtoihin***

*Hashtagien avulla saa näkyvyyttä hyvin, kun vähän seuraa ja tutkii, mitä hashtagejä käytetään ja miten paljon. Kansainväliset hashtagit on myös hyvä olla mukana, jotta kuva saa jatkoaikaa somessa osana isoja virtoja.*

*Meillä käytetään esim. hashtageja  
#torhola #cow #dairycow*

# Someviestinnän ABC

---

## 11. Osallistaminen



# Miten osallistan seuraajia?

Yksi somen parhaita puolia on sen interaktiivisuus. Seuraajan ei tarvitse vain seurata, mitä teet tai kerrot, hän voi osallistua toimintaan. Osallistamalla voi lisätä seuraajien kiinnostusta ja saada lisää seuraajia.

- **Pyydä ehdotusta:** esimerkiksi vastasyntyneen vasikan nimeäminen.
- **Pyydä arvausta:** monet maatilan yksityiskohdat ja avainluvut ovat kiinnostavia. Montako litraa tarvitaan yhden juustopalan valmistamiseen?
- **Järjestä kilpailu tai arpajaiset:** pyydä osallistujia tykkäämään tai jakamaan postausta, tai tägäämään ystävä. Hyvä muistilista some-kilpailujen järjestäjälle [täältä!](#)
- **Pyydä vaikuttamaan:** hyvän asian puolesta voi myös pyytää toimimaan. Anna helppo toimintakehote ja haasta mukaan.

# CASE: Koskenojan Tila



*"Meillä on useampi kummieläin navetassa, joiden nimen on keksinyt joku seuraajista. Kaikki ovat olleet todella otettuja kunniasta. Jokipiin eskariryhmän vierailupäivänä syntyi Olof-vasikka. Olofin kuulumisia on seurattu tarkkaan. Nimen antanut tyttö sai myös kistaa Olof-vasikan.*

*Yhden kerran olen järjestänyt Facebookissa arpajaiset, joissa kaikkien tykkääjien kesken arvottiin paikallisen yhteistyökumppanin tuotteita. Toimi hyvin!"*



# CASE: Rantalan "Torholan" tila



*"Helppo tapa aloittaa osallistaminen on esimerkiksi kysyä seuraajilta, mikä annetaan vasikalle nimeksi. Se on ollut todella hyvä tapa saada aikaan vuorovaikutusta. Silloin kannattaa kuitenkin muistaa, että osalla kuluttajista on käsitys, että ryöstämme vasikan sen emolta. Kannattaa varautua kysymyksiin kuten "kuinka monta päivää vasikka saa olla emon kanssa."*

# CASE: Keisalan tila

 **Keisalan tila**  
5. toukokuuta · 🌐

Edit. Mahtavaa, kun niin moni on lähtenyt tähän mukaan, kiitos 💖 sain Ruokatiedolta tietoa, että kesäkuun alussa on kaupoille menossa materiaalia ja ohjeistukset, jotta saadaan kotimainen ruoka paremmin esille. Ja heidän tavoite on, että 4.9 mennessä jokaisen kaupan hyllynreunat olisi merkitty. Aivan... Näytä lisää



👍👎👤 1,3 t.      176 kommenttia    324 jakoa

👍 Tykkää    💬 Kommentoi    ➦ Jaa

57 795 henkilöä tavoitettu >    Mainosta julkaisua

*"Haastoin seuraajani haastamaan lähikauppansa: merkitsemään hintalappuihin Joutsenlipun, kun se on kotimainen. Pyysin jakamaan haastetta. Lähes kaikki kommentit ovat haasteita eri kaupoille. Osa kaupoista vastasi lähtevänsä mukaan. Omista haastamistani Töysän Sale toteutti tämän kesän aikana."*



# CASE: Keisalan tila

 **Keisalan tila**  
3. syyskuuta klo 19.56 · 🌐

Huomenna on ensimmäinen Suomalaisen ruoan päivä!! 🥬🍷🍷

Tässä videolla faktoja, miksi syödä suomalaista ruokaa. Katso, kommentoi ja ota haaste vastaan jakamalla video! Kiitos! 💕



👍❤️👎 1 t. 146 kommenttia 430 jakoa

👍 Tykkää 💬 Kommentoi ➦ Jaa

107 823 henkilöä tavoitettu > [Mainosta julkaisua](#)

*"Kuvasin videon eri paikoissa rapsutellen eläimiä ja kerroin mm. antibioottien käytöstä, nurmesta, lehmien yksilöllisestä hoidosta ja nimistä, ummessa olemisesta ja siemennyksestä, sekä maidon työllistämisestä Suomessa. (ei tarvitse olla täydellinen video) Haastoin ostamaan kotimaisia tuotteita kaupoista ja ravintoloista vaatimaan kotimaista. Pyysin kommentoimaan alle suomalaisen ruoan tärkeyden ja jakamaan."*

# Someviestinnän ABC

## 12. Läheteitä ja lisätietoa



# Lähteet:

- Tilastokeskus: Väestön tieto- ja viestintätekniikan käytön tutkimus  
[https://www.stat.fi/til/sutivi/2018/sutivi\\_2018\\_2018-12-04\\_tau\\_014\\_fi.html](https://www.stat.fi/til/sutivi/2018/sutivi_2018_2018-12-04_tau_014_fi.html)
- DNA & Nepa: Digitaaliset elämäntavat -tutkimus 2019  
<https://www.sttinfo.fi/data/attachments/00892/7c6913e1-11dd-4bc2-a432-ef98097352b7.pdf>
- Troot: Vaikuttavuusraportti 2019 - Vaikuttajamarkkinoinnin trendit ja kaupallisten yhteistöiden vaikutus kuluttajakäyttäytymiseen  
<https://troot.fi/wp-content/uploads/2019/09/Troot-vaikuttavuuskartoitus-2019-tiivistelmä.pdf>
- Audience Project: INSIGHTS 2019 - Traditional TV, online video & streaming in US UK Germany Denmark Sweden Norway Finland  
[https://www.audienceproject.com/wp-content/uploads/audienceproject\\_study\\_tv\\_video\\_streaming.pdf](https://www.audienceproject.com/wp-content/uploads/audienceproject_study_tv_video_streaming.pdf)
- ebrand Group Oy: SoMe ja nuoret 2019  
<https://wordpress.ebrand.fi/somejanuoret2019/>
- Meltwater: Somekatsaus 2019 – suomalaisten sosiaalisen median käyttö  
<https://www.meltwater.com/fi/blog/suomalaisten-somen-kaytto/>
- Facebookin mainostyökalut
- Instagramin mainostyökalut





Yhteistyössä:

Maitoyrittäjät ry

Maito ja Terveys ry

Maitohygienialiitto ry

MTK Maitovaltuuskunta

Jalostusmeijerien Liitto ry

Suomen Meijeriyhdistys

ProAgria

*Paketti on koottu yhteistyössä Kuule Oy:n kanssa marraskuussa 2019*