

# Sosiaalisen median markkinointi, 1 osp

Digiperustaidot haltuun



Euroopan unionin rahoittama –  
NextGenerationEU

Rahoittaja



Jatkuvan oppimisen ja  
työllisyyden palvelukeskus

**SASKY**



# Koulutuksen sisältö

## teema

Sosiaalisen median perusteet yritysnäkökulmasta

Somekanavan perustaminen ja ylläpito

Kuvasisällön tuottaminen omalla puhelimella

Videosisällön tuottaminen omalla puhelimella

Ajastaminen ja tuloksellisuuden seuranta

Vinkit, somesuunnitelma keväälle 2026

**SASKY**



**Kirkastettavia asioita  
ennen sosiaalisen  
median kanavien  
valintaa**

SASKY



# Mietittäviä asioita ennen kanavavalintaa:

## TAVOITE

- Tavoite
  - Mitä haluat saavuttaa somella?
    - myynti, tunnettuus (uudet asiakkaat), sitouttaminen (vanhat asiakkaat)
  - Millaista mielikuvaa haluat viestiä? -> voi vaikuttaa kanavavalintaan
- TEHTÄVÄ:
  - Kiteytä oman yrityksesi sosiaalisen median tavoite seuraavalle puolelle vuodelle
  - Sisällytä tavoitteeseen jokin mitattava elementti:
    - Montako seuraajaa, montako euroa myyntiä jne.

# Mietittäviä asioita ennen kanavavalintaa:

## KOHDERYHMÄ

- Kohderyhmä
  - Kenelle pitäisi viestiä?
  - 2-3 tärkeintä kohderyhmää
  - Missä he viettävät aikaa? Miten he somea käyttävät?
- TEHTÄVÄ:
  - Tunnista 2-3 tärkeintä kohderyhmää, jotka haluat somen kautta tavoittaa
    - Kuvaile jokaista kohderyhmää lyhyesti ja anna yhdelle esimerkkiasiakkaalle nimi

# Mietittäviä asioita ennen kanavavalintaa:

## RESURSSIT

- Paljonko sinulla on aikaa tai rahaa käytettävissä?
  - Kuka tekee sisällön?
  - Kuka julkaisee?
  - Kuinka usein haluat / pystyt julkaisemaan?
  - Montako eri kanavaa ehdit hallinnoimaan?
- TEHTÄVÄ:
  - Mieti realistinen julkaisutahti

# Sosiaalisen median palveluiden kokonaisuus yritykselle

SASKY



# Eri **some**kanavista lyhyesti

SASKY





- Tavoittaa suurimman osan aikuisväestöstä
- Käyttötapa: syöte (feed), ryhmät (monesti todella tehokkaita)
- Sisällössä korostuvat faktat ja selkeys
- Julkaisujen kommentointi ehkä vähäisempää
- Yhteisön rakentaminen
- Mainokset ok, mainonnan kohdentaminen helppoa
- Erottuminen vaatii pitkäjänteisyyttä, läsnäoloa ja mainosrahaa
- Yrityssivun hallinnointi yksityisprofiilien kautta
- hallinnointi mahdollista Meta Business Suiten kautta (selain, mobiilisovellus)
- Linkkivinkki: [Yrityksen Facebook-sivu – 10 nyrkkisääntöä markkinointisisältöihin](#)



- Valtavirtaistunut, ei enää vain nuorten kanava
- Käyttötapa: syöte (feed), hakukone
- Muihin käyttäjiin / vaikuttajiin luotetaan
- Visuaalisuus tärkeää
- Vuorovaikutus muiden käyttäjien kanssa aktiivisempaa
- Hastagit lisäävät näkyvyyttä
- Seuraa alan tilejä, aktivoi tagaamaan -> jaa tarinoihin
- Rinnakkaisjulkaisut!
- Mainosmahdollisuudet Metan kautta helpot, hallinnointi mahdollista Meta Business suiten kautta



- videosisältö, musiikkikirjasto
- nuorten hakukone, hastagit auttaa, myös brändihastag-haasteet
- Käyttötapa:
  - FYP=for your page = algoritmi valitsee käyttäjälle sopivaa sisältöä
  - tilien seuraaminen,
- Markkinointi lisääntymässä Suomessa
- Sisällön sovittava kanavan luonteeseen
  - pohdi mikä voisi olla oman organisaatiosi juttu tässä kanavassa
- "teinit kasvavat nopeasti aikuisiksi"
- Hallinnointi, ajastus ja markkinointi TikTokin selainversion kautta

# You Tube

- Videosisältöjen jättiläinen Googlen alla
- Monelle videoiden säilytyspaikka, mutta voi olla muitakin (käyttöohjeet yms.)

# Linked in

- Oma, ammatillinen verkostoituminen
- Rekrytointinäkökulma erityisesti isoille organisaatioille
- Asiantuntijabrändin rakentaminen
- B-to-B-markkinointi



# WhatsApp

- Ominaisuuksia yritykselle:
  - Palautekanava: kuvat ja videot säilyy
  - Ryhmien/yhteisöjen luominen
  - Kanavat/yhteisöt?



- Kuvapainotteinen
- Häviääkö TikTokille?

# Sosiaalinen media – mikä tekee somesta somen?

- Perustuu sosiaaliseen kanssakäymiseen!
- ”Digitaalinen ilmoitustaulu” –ajattelu ei toimi taustalla toimivan algoritmin vuoksi
  - Laadukkaat eli kiinnostavat julkaisut saavat näkyvyyttä
    - Erityisesti yrityssivuilla
    - Erityisesti facebookissa
  - Tee hyvää sisältöä tai osta näkyvyyttä, välimuotoa ei ole
- Kaikki kanavat tukevat toisiaan: sisältöä voidaan kierrättää ja muokata eri alustoille.
  - Esimerkiksi tuote-esittely voidaan kuvata sekä Instagramiin että TikTokiin, ja laajempi video julkaista YouTubessa.
  - MUTTA kokonaan samoja sisältöjä jatkuvasti ei kannata julkaista eri kanaviin (kohderyhmät!)

# Lisäksi huomioitava muu yrityksen digitaalinen näkyvyys

- Kotisivut
  - Mitä asioita on pysyvästi nettisivuilla? Voiko somejulkaisuista ohjata asiakkaan nettisivuille?
- Google MyBusiness –profiili
  - ilmainen
- hakukoneoptimointi
- Digitaalinen jalanjälki: Mitä asiakas löytää googatessaan sinun yrityksen?

# Ennen ensi kertaa:

**Tee oman yrityksen napakka  
somesuunnitelma valmiiseen pohjaan.**

- **Saat palautusohjeet ensi kerralla**

**Seuraavalla kerralla: somekanavien  
perustaminen ja hallinnointi**

- **Voit perustaa uudet kanavat ohjatusti ensi kerralla**

**SASKY**



# Lisätietoa, linkkejä, vinkkejä:

- Esimerkki kohderyhmien kuvaamisesta: [Levin pyöräilymatkaikun kehittäminen: Asiakasprofiilit | Kideve](#)
- [Yritysprofiilin muokkaaminen - Google-yritysprofiili Ohjeet](#)
- Kirjasuosituksia:
  - Salla Virtanen: Somemarkkinoinnin työkirja



# Sometilien perustaminen

Erityisesti Facebook ja Instagram

SASKY

**Facebook:  
sivun perustaminen,  
käytön alkeet ja eri  
sisältömuodot**

**SASKY**



# Facebook-yrityssivun perustaminen

- **Kirjaudu Facebookiin**

- Mene osoitteeseen <https://www.facebook.com/> ja kirjaudu sisään omilla tunnuksillasi. Jos sinulla ei ole tiliä, luo ensin henkilökohtainen Facebook-tili.

- **Luo yrityssivu**

- Klikkaa oikeasta yläkulmasta "+" ja valitse "Sivu".
- Anna sivulle nimi (yrityksen nimi), valitse kategoria (esim. "Paikallinen yritys", "Koulutuspalvelut") ja lisää lyhyt kuvaus.

- **Lisää profiili- ja kansikuva**

- Lataa yrityksen logo profiilikuvaksi, **neliömuoto!**
- Kansikuva: esimerkiksi yrityksen tiloista, tuotteista tai palveluista, **kokosuositus 851 x 315 pikseliä**

- **Täydennä yhteystiedot**

- Lisää osoite, puhelinnumero, sähköposti ja mahdollinen verkkosivusto.

- **Tarkista asetukset**

- Käy läpi yksityisyys- ja julkaisuasetukset. Suositeltavaa on ottaa kaksivaiheinen tunnistautuminen käyttöön.
- Lisää hallinnointioikeuksia

- **Julkaise ensimmäinen postaus**

- Esittele yrityksesi ja kerro, miksi olet Facebookissa.

- **Kutsu seuraajia**

- Kutsu ystäviäsi ja asiakkaitasi tykkäämään sivusta.

# Facebookin sisältötyypit 1/2

## 1. Postaukset

- Perinteiset postaukset voivat sisältää tekstiä, kuvia, videoita, linkkejä ja kyselyitä.
- Postauksilla tavoitat seuraajasi uutisvirrassa. Hyvä postaus on ytimekäs, visuaalinen ja sisältää selkeän toimintakehotuksen.

## 2. Kelat (Reels)

- Facebookissa voi julkaista lyhyitä, TikTok-tyylisiä videoita eli keloja.
- Keloja voi nyt jakaa myös ryhmissä, ja niihin voi lisätä tekstejä, ääniä ja suotimia.
- Kelojen avulla tavoitat erityisesti nuorempaa yleisöä ja voit hyödyntää luovia, viihdyttäviä sisältöjä.

# Facebookin sisältötyypit 2/2

## 3. Tapahtumat

- Facebook-tapahtumat ovat tehokas tapa kutsua ihmisiä mukaan tilaisuuksiin, webinaareihin tai tempauksiin.
- Tapahtuman voi luoda sivun, ryhmän tai henkilökohtaisen profiilin kautta.
- Tapahtumat mahdollistavat ilmoittautumisen, keskustelun ja muistutukset osallistujille.
- Tapahtumia voi markkinoida rahalla!

## 4. Ryhmät

- Ryhmät ovat yhteisöjä, joissa jäsenet voivat keskustella, jakaa sisältöä ja järjestää tapahtumia.
- Ryhmissä voi nyt jakaa myös keloja, ja ylläpitäjille on tarjolla uusia työkaluja moderointiin ja aktiivisuuden seurantaan.

# **Instagram: tilin perustaminen, käytön alkeet ja eri sisältömuodot**

**SASKY**



# Instagram-yritystilin perustaminen

- **Lataa Instagram-sovellus**
  - Lataa sovellus puhelimeesi (Android/iOS) tai käytä selainta osoitteessa <https://www.instagram.com/>.
- **Luo uusi tili**
  - Valitse "Luo uusi tili" ja syötä sähköpostiosoite tai puhelinnumero.
  - Luo käyttäjätunnus (yrityksen nimi) ja salasana.
- **Vaihda tili yritystiliksi**
  - Mene profiiliin (oikea alakulma) → valikko (kolme viivaa oikeassa yläkulmassa) → **Asetukset ja yksityisyys**
  - Valitse **Tili** → **Vaihda ammattilais- tai yritystiliksi**
  - Valitse yritystili ja seuraa ohjeita (voit valita myös sisällöntuottajan tilin, mutta yritystilillä saat käyttöösi analytiikan ja mainostyökalut)
- **Täydennä profiili**
  - Lisää yrityksen nimi, kuvaus, profiilikuva (esim. logo), yhteystiedot (sähköposti, puhelin, osoite)
  - Lisää linkki yrityksen verkkosivuille, jos sellainen on
- **Julkaise ensimmäinen postaus**
  - Tee tervetuloa- tai esittelyjulkaisu: kerro kuka olet, mitä yrityksesi tekee ja miksi olet Instagramissa
- **Kutsu seuraajia**
  - Etsi tuttuja, asiakkaita ja yhteistyökumppaneita ja kutsu heidät seuraamaan tiliäsi
  - Voit jakaa tilin linkin myös sähköpostilla tai muissa kanavissa
- **Ota käyttöön kaksivaiheinen tunnistautuminen**
  - Suojaa tili asetuksista: **Asetukset ja yksityisyys** → **Tili** → **Kaksivaiheinen todennus**

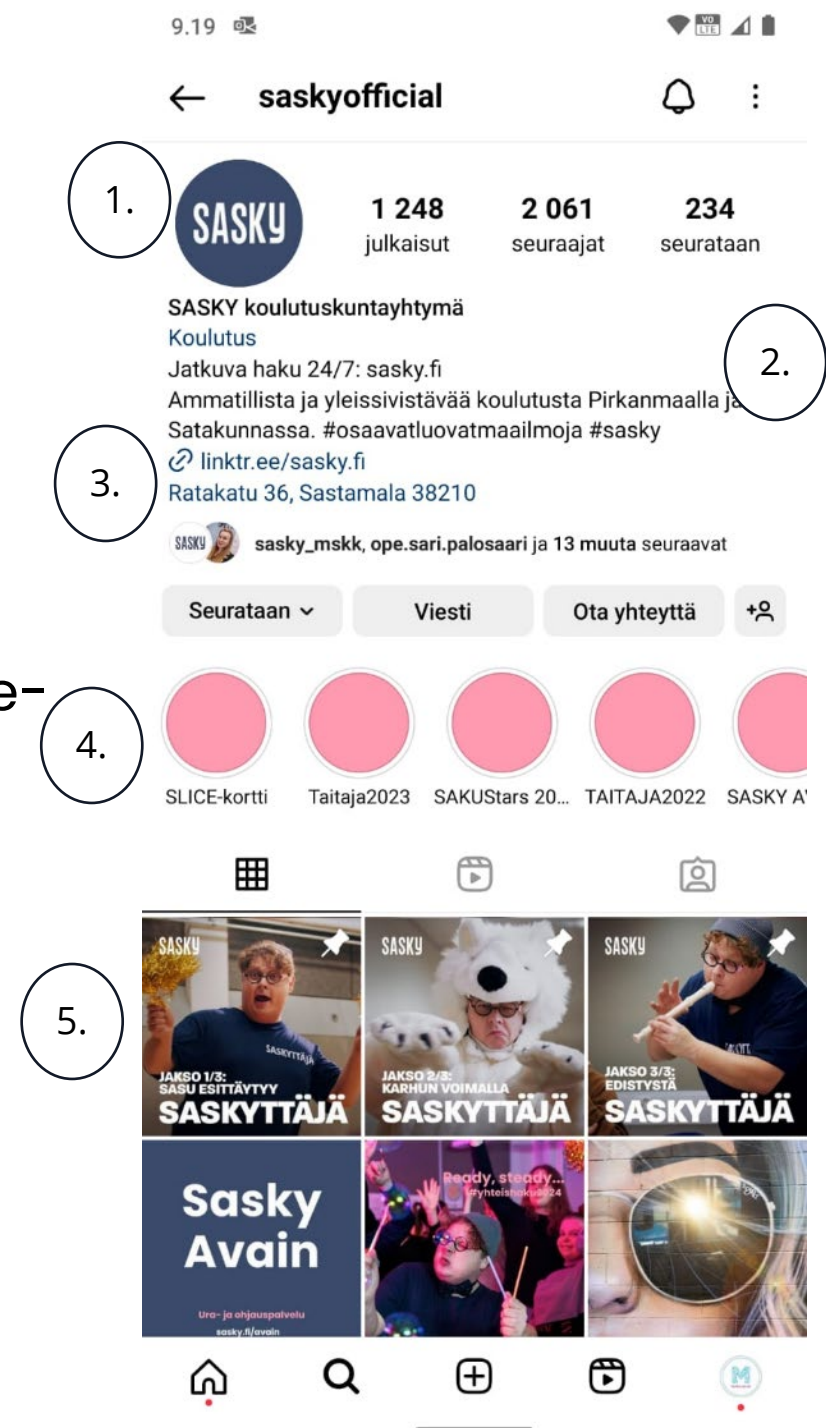
# 1. Profiilin luominen

- Rekisteröityminen ja ohjattu käyttöönotto
  - Luo käyttäjätunnus (@tunnus) ja salasana
  - Muuta tilimuotoa tarvittaessa
    - Kaikki tilit aluksi henkilökohtaisia
    - Yritystilillä kaikki mm. maksetun mainonnan ominaisuudet, rajatut musiikit
    - "Sisällöntuottaja"-tilityyppi kevyempi, esim. sivutoimisille yrittäjille ym. Analytiikkaominaisuudet paremmat kuin yksityistilillä
- Kirjautuminen useampaan tiliin
  - Vaihto profiilikuvasta alareunassa
  - Mahdollista samoilla tai eri tunnuksilla

# Profiilin optimointi

1. Profiilikuva
2. Bion teksti! Avainsanat
3. Linkit (max 5), enemmän voi sisällyttää esim. linktr.ee-palvelun kautta
4. Kohokohtiin voi tallentaa teemoittain tarinoista, tee kansikuva esim. Canvalla
5. Julkaisut näkyvät ruudukkona, uusin ylimpänä, ylimmäksi voi kiinnittää (nasta) tietyt

SASKY



# Sisältömuodot 1/2

## 1. Julkaisut syötteeseen/feediin

- Kuva + teksti (max. 2200 merkkiä)
- Avainsanojen hyödyntäminen tekstissä, hastagit ehkä vähemmän päin?

## 2. Tarinat ja kohokohdat

- Nopeita, helppoja ja kevyitä päivityksiä
- Näkyvissä 24h, voi tallentaa kohokohtiin
- Paljon lisättäviä elementtejä ja aktivoivia toimintoja
- Näkyy lähinnä omille seuraajille

# Sisältömuodot 1/2

## 3. Videot, kelat eli reelsit

- Videot tai animoidut kuvasarjat
- pystyvideo
- Hauskaa, luovaa
- Kaikki videot muuttuvat keloiksi eli reelseiksi

## 4. Livet

- Suoria lähetyksiä, myös ajastettuna
- Max. Kesto 4 tuntia, parhaiten toimii muutaman kymmenen minuutin pituisina
- Voi tallentaa kelaksi/reelsiksi

## 5. Threads

- Twitterin/X:n haastaja
- Uusi sisältömuoto, kannattaa seurata
- Voi saada näkyvyyttä aluksi helpommalla kuin myöhemmin

**Ohjeita muihin kanaviin:**

**SASKY**



# LinkedIn-yrityssivun perustaminen

- **Kirjaudu LinkedIniin**
  - Mene osoitteeseen <https://www.linkedin.com/> ja kirjaudu sisään omilla henkilökohtaisilla tunnuksillasi. Jos sinulla ei ole LinkedIn-tiliä, luo sellainen ensin.
- **Avaa yrityssivun luonti**
  - Klikkaa ylävalikosta "Tuotteet" (Products) ja valitse alavetovalikosta "Luo yrityssivu" (Create a Company Page).
- **Valitse sivun tyyppi**
  - Valitse yrityksesi kokoon ja tarkoitukseen sopiva vaihtoehto (esim. "Pieni yritys", "Keskisuuri tai suuri yritys", "Oppilaitos").
- **Täytä yrityksen tiedot**
  - Lisää yrityksen nimi ja julkinen LinkedIn-URL (esim. [linkedin.com/company/yrityksennimi](https://www.linkedin.com/company/yrityksennimi)).
  - Lisää yrityksen verkkosivut, toimiala, yrityksen koko ja tyyppi.
  - Lisää yrityksen logo ja lyhyt kuvaus (esim. palvelut, arvot, toiminta-alue).
- **Tarkista ja hyväksy**
  - Vahvista, että olet yrityksen virallinen edustaja ja hyväksy LinkedInin käyttöehdot.
- **Täydennä profiili**
  - Lisää kansikuva, yhteystiedot, sijainti ja muut lisätiedot.
  - Kirjoita yrityksen esittelyteksti, jossa kerrot toiminnasta ja tavoitteista.
- **Julkaise ensimmäinen postaus**
  - Tee tervetuloa- tai esittelyjulkaisu, jossa kerrot yrityksestä ja kutsut seuraamaan sivua.
- **Kutsu verkostoasi seuraamaan sivua**
  - Voit kutsua omia LinkedIn-kontaktejasi seuraamaan yrityssivua ja jakaa sivun linkin muissa kanavissa.

# YouTube-kanavan perustaminen

- **Kirjaudu Google-tilille**
  - Mene osoitteeseen <https://www.youtube.com/> ja kirjaudu sisään Google-tililläsi. Jos sinulla ei ole Google-tiliä, luo sellainen ensin.
- **Avaa YouTube ja siirry profiiliin**
  - Klikkaa oikeasta yläkulmasta profiilikuvaketta.
  - Valitse "Luo kanava" (Create a channel).
- **Luo uusi kanava**
  - Valitse "Aloita" (Get started).
  - Syötä kanavan nimi (esim. yrityksen nimi) ja lataa profiilikuva.
  - Täydennä kanavan tiedot: kuvaus, yhteystiedot, linkit (esim. verkkosivut, somekanavat).
- **Mukauta kanavaa**
  - Lisää kansikuva (banneri), joka näkyy kanavan yläosassa.
  - Täydennä "Tietoja"-osio (About): kerro yrityksestäsi, palveluista ja yhteystiedoista.
- **Aseta kanavan asetukset**
  - Tarkista yksityisyysasetukset ja valitse, haluatko kanavan olevan julkinen vai piilotettu.
  - Ota kaksivaiheinen tunnistautuminen käyttöön Google-tililläsi tietoturvan parantamiseksi.
- **Julkaise ensimmäinen video**
  - Klikkaa "Luo" (Create) -painiketta (kamera ja plus-merkki oikeassa yläkulmassa).
  - Lataa video, lisää otsikko, kuvaus ja mahdolliset tunnisteet (hashtagit).
  - Valitse videon näkyvyys (julkinen, piilotettu, yksityinen).
- **Kutsu seuraajia**
  - Jaa kanavan linkki verkkosivuilla, uutiskirjeissä ja muissa somekanavissa.
  - Kutsu asiakkaita ja yhteistyökumppaneita tilaamaan kanava.

# Google Business Profile

- **Kirjaudu Google-tilille**
  - Mene osoitteeseen <https://www.google.com/business/> ja kirjaudu sisään yrityksen Google-tilillä. Jos sinulla ei ole Google-tiliä, luo sellainen ensin.
- **Aloita profiilin luonti**
  - Klikkaa "Hallitse nyt" (Manage now).
- **Syötä yrityksen nimi**
  - Kirjoita yrityksen virallinen nimi.
- **Valitse yrityksen toimiala**
  - Valitse toimialaluetteloista yrityksellesi parhaiten sopiva toimiala.
- **Lisää sijainti**
  - Jos yrityksellä on fyysinen toimipiste, lisää osoite. Jos yritys toimii verkossa tai asiakkaiden luona, voit valita "En tarjoa palveluita asiakkaiden luona".
- **Lisää yhteystiedot**
  - Lisää puhelinnumero ja yrityksen verkkosivujen osoite (jos on).
- **Vahvista yritys**
  - Google pyytää vahvistamaan yrityksen. Vahvistus tapahtuu yleensä postitse lähetettävällä koodilla, mutta joskus myös puhelimitse, sähköpostilla tai Googlen sovelluksella.
- **Täydennä profiili**
  - Lisää aukioloajat, palvelut, tuotteet, yrityksen kuvaus ja kuvia (esim. logo, toimitilat, tuotteet).
  - Profiilin täyttäminen huolellisesti parantaa näkyvyyttä Googlessa ja houkuttelee asiakkaita.
- **Julkaise profiili**
  - Kun yritys on vahvistettu, profiili julkaistaan Googlessa ja näkyy Google-haussa sekä Google Mapsissa.



# Ennen seuraavaa kertaa:

1. Käy läpi huolellisesti yrityksesi somekanavat:

- Päivitä tiedot ja uudista kuvat ja tekstit

2. Julkaise sivustolle / kanavalle jotain, jolla selvität seuraajiltasi, millaista sisältöä he haluaisivat kanavillasi nähdä

→ Päivitä tällä perusteella 1. kerralla tekemäsi somesuunnitelma, johon olet linkannut myös somekanavasi.

# Lisätietoa, linkkejä, vinkkejä:

- Facebook-yrityssivujen perustamisohje: [Facebook-ohje.pdf](#)
- Markkinointitoimisto Kuulun
  - Facebook-vinkit: [Facebook-markkinointi – lue parhaat vinkit FB-markkinointiin ja mainontaan](#)
  - Instagram-vinkit: [Instagram – lue Kuulun vinkit Instagram-markkinointiin ja -mainontaan](#)
- [Instagram perusteet – ota Instagram haltuun näillä käyttöohjeilla \(kuulu.fi\)](#)
- [Instagram ohje - Instagramin perusteet yrityksille | Folcan](#)
- [TikTokin perusteet haltuun – 16 perusjuttua TikTokien tekemisestä – AITO VIDEO](#)

# Sisällön tuottaminen: Kuvat somejulkaisuissa

3. tapaaminen

SASKY



# Taustalla oma somesuunnitelma:

- Arvolupaus – Miksi asiakas seuraa juuri sinua?
- Brändin ääni ja tyyli – Millainen sävy ja visuaalinen ilme?
- Sisältöpilarit – 3–5 pääteemaa, joihin sisältö perustuu



# **Parempia kuvajulkaisuja someen**

**SASKY**

# 1. Suunnittele tai ideoi sisältö

1. Herätä huomio
  - Pysäytä asiakas syötteessä
    - Kameraan katsova ihminen
2. Kuvan sisältö
  - Mielenkiintoinen asia itse kuvassa
  - Sosiaaliset vihjeet: taustalla aktiviteettia, tunnistettava asia
  - Pääsisällön korostaminen (taustan häivytytys jne.)
- 3. Tuotokuva, henkilökuva vai fiiliskuva?  
Kaikille on paikkansa!

# Mistä kuvia?

## 1. Itse otettu, laadukas valokuva

- Paras vaihtoehto
- Uskottavin vaihtoehto
- Suositeltavin vaihtoehto

## 2. Kuvapankkikuvat

- Maksullisuus, lisenssit eri käyttötarkoituksiin
- Pixbuster: <https://pixbuster.com/>
- Unsplash: <https://unsplash.com/>
- Pexels: <https://www.pexels.com/>
- Pixabay: <https://pixabay.com/>

## 3. Kuvan tuottaminen tekoälyllä, mm.

- Canva
- Adobe Express  
<https://new.express.adobe.com/>
- Craiyon: <https://www.craiyon.com/>

# 2. Teknisesti hyvä kuva

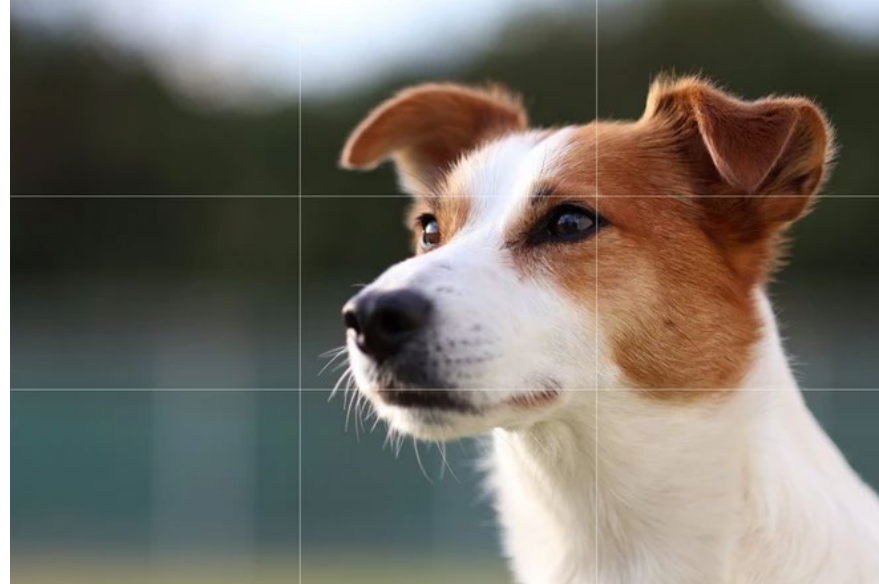
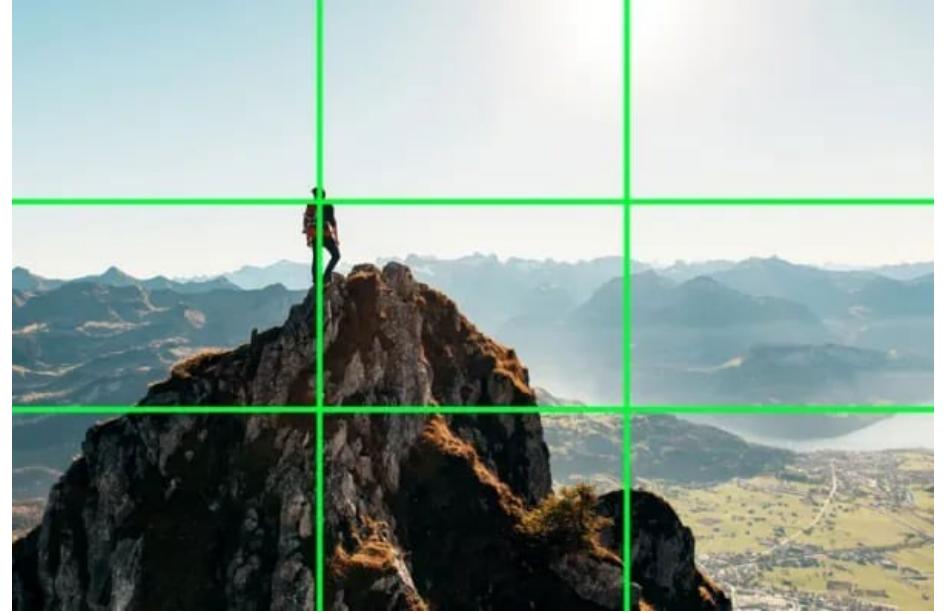
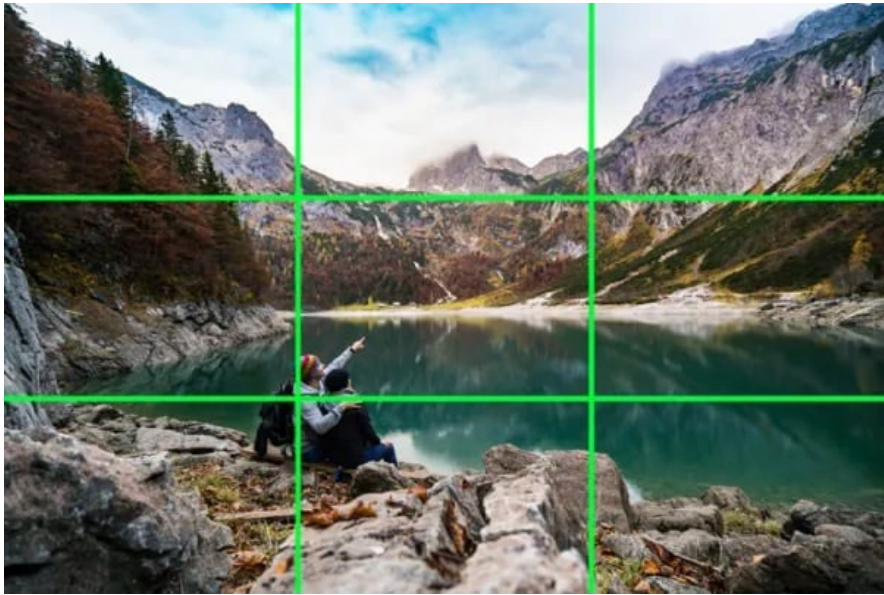
- **Puhdista kameran linssi**
  - Pyyhi linssi ennen kuvaamista, jotta kuvasta tulee tarkka.
- **Hyödynnä luonnonvaloa**
  - Ota kuva mieluiten päivänvalossa. Vältä suoraa vastavaloa ja liian hämäriä tiloja.
- **Kiinnitä huomiota taustaan**
  - Valitse rauhallinen ja siisti tausta, joka ei vie huomiota pääkohteelta.
- **Kohdista ja tarkenna**
  - Napauta näytöltä pääkohdetta, jotta kamera tarkentaa siihen.
- **Pidä puhelin vakaana**
  - Tue käsiäsi tai käytä tarvittaessa tukea (esim. pöytää), jotta kuva ei tärähdä.
- **Käytä vaakasuuntaa tarvittaessa**
  - Jos kuvaat maisemaa, tilaa tai ryhmää, käännä puhelin vaakasuoraan.
- **Kokeile eri kuvakulmia**
  - Ota useampi kuva eri suunnista ja korkeuksilta – valitse paras lopuksi.
- **Vältä zoomaamista**
  - Mene lähemmäs kohdetta sen sijaan, että zoomaisit digitaalisesti.
- **Hyödynnä kameran asetuksia**
  - Kokeile HDR-tilaa, jos valo-olosuhteet ovat haastavat.
- **Muokkaa kuvaa kevyesti**
  - Rajaa, suorista ja säädä tarvittaessa kirkkautta tai kontrastia ennen julkaisua

# Kuvan vakaus

- Älä kuvaa pitkällä kädellä -> tärisee enemmän
- Huono valo -> tärisee enemmän (pitkä valotusaika)
- Hyvä kuvausasento:
  - Kahdella kädellä kiinni kamerasta, kyynärpäät tukena vartaloa vasten
  - Kameran tukeminen: jalusta, huonekalu, aita, toisen ihmisen hartia

# Tutustu omaan kameraasi!

- Tarkentaminen
  - Automaattitarkennus
  - Käsitarkennus esim. kuvan taustalle (huom. samalla monesti myös valotus säädetään)
- Kuvausruudukko helpottaa linjoja, keskitystä, sommittelua
- Kuvakoon määrittely (kameran asetuksissa)
- Kuvasuhteen määrittely
- valkotasapaino



<https://blog.kuulu.fi/kuvan-sommittelu>

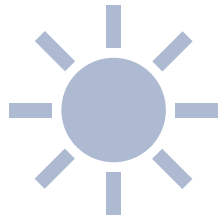
<https://www.canon.fi/get-inspired/tips-and-techniques/better-composition/>

# 3. Editoi tai muokkaa kuvaa puhelimella

- **Avaa kuva puhelimen galleriassa.**
  - Valitse "Muokkaa" (Edit) -toiminto.
- **Rajaa** kuva tarvittaessa – poista turhat reunat ja keskity pääkohteeseen.
- **Säädä kirkkautta ja kontrastia** – lisää valoa, jos kuva on tumma, ja kontrastia, jos kuva on harmaa.
- **Kokeile suodattimia** – voit käyttää valmiita filttäreitä, mutta vältä liiallista muokkausta.
- **Suorista kuva** – jos kuva on vinossa, käytä suoristustyökalua.
- **Tallenna uusi versio** – älä korvaa alkuperäistä kuvaa, jotta voit palata siihen tarvittaessa.
- **Vinkki:**

Voit käyttää myös ilmaisia sovelluksia, kuten Canva, Snapseed tai Adobe Lightroom, jos haluat lisää muokkausmahdollisuuksia.

# Kuvien jälkikäsittely:



## Kuvan valo:

*valotus* (exposure)

*kirkkaus* (brightness)

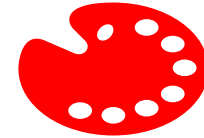
*Kontrasti* (contrast)



## Sävyjen palautus

*varjot* (shadows)

*korostukset* (highlights)



## Värit

*Sävy* (hue) muuttaa värin  
sävyjä,

*värikylläisyys* (saturation)  
säätelää värin voimakkuutta

*värikirkkaus* (vibrance) sen  
eloisuutta

# Kuvan editointivinkkejä:

- [5 vinkkiä kuvanmuokkaukseen älypuhelimella | ifolor](#)
- [KUVAT ENNEN JA JÄLKEEN EDITOINNIN – janniehari.fi](#)

**SoMe.**  
**VIIKON VINKKI:**  
MITEN EDITOIDA KUVA NOPEASTI ILMAN  
FILTTEREITÄ TAI APPEJA



- SUORISTA/RAJAA
- KIRKKAUS +11
- KONTRASTI +22
- LÄMPÖ +13
- KYLLÄISYYS +9
- KOROSTUS +11
- VARJOT -16
- TERÄVÖITÄ +35

**SASKY**

# 4. Mieti hyvä somejulkaisun teksti

- **Aloita kiinnostavasti**
  - Käytä kysymystä, yllättävää faktaa tai suoraa puhuttelua, jotta lukija pysähtyy.
- **Kerro ydinasiat selkeästi**
  - Tuo tärkein asia heti alkuun. Pidä teksti lyhyenä ja ytimekkäänä.
- **Käytä omaa ääntä ja persoonallisuutta**
  - Kirjoita rennosti ja yrityksesi tyyliin sopivasti.
- **Kutsu toimintaan (CTA)**
  - Kehota lukijaa toimimaan: "Lue lisää", "Kysy lisää", "Tule käymään", "Jaa kokemuksesi", "Seuraa meitä".
- **Hyödynnä hashtageja ja tunnisteita**
  - Lisää 1–3 aiheeseen liittyvää hashtagia, jotta julkaisu tavoittaa laajemman yleisön.
- **Tarkista oikeinkirjoitus**
  - Lue teksti läpi ennen julkaisua ja korjaa mahdolliset virheet.
- **Lisää tarvittaessa emoji**
  - Sopiva emoji voi tuoda tekstiin ilmettä ja auttaa kiinnittämään huomion.



# Ennen seuraavaa kertaa:

1. Mieti, millaista kuvamateriaalia tarvitset someen lähiaikoina
2. Kerää somea varten oman yrityksesi kuvapankki (n. 30 kuvaa)
  - Käy läpi aiemmat kuvat -> paranna editoimalla
  - Ota uusia kuvia vähintään 10 kpl
  - Jos tarpeen, hyödynnä kuvapankkeja lisenssit huomioiden
  - Tallenna samaan paikkaan käytettäväksi ja tarvittaessa nimeä järkevästi
3. Tee vähintään kolme (suunnitelman mukaista) kuvajulkaisua valmiiksi teksteineen, jotka julkaista somekanavallasi lähiviikkoina

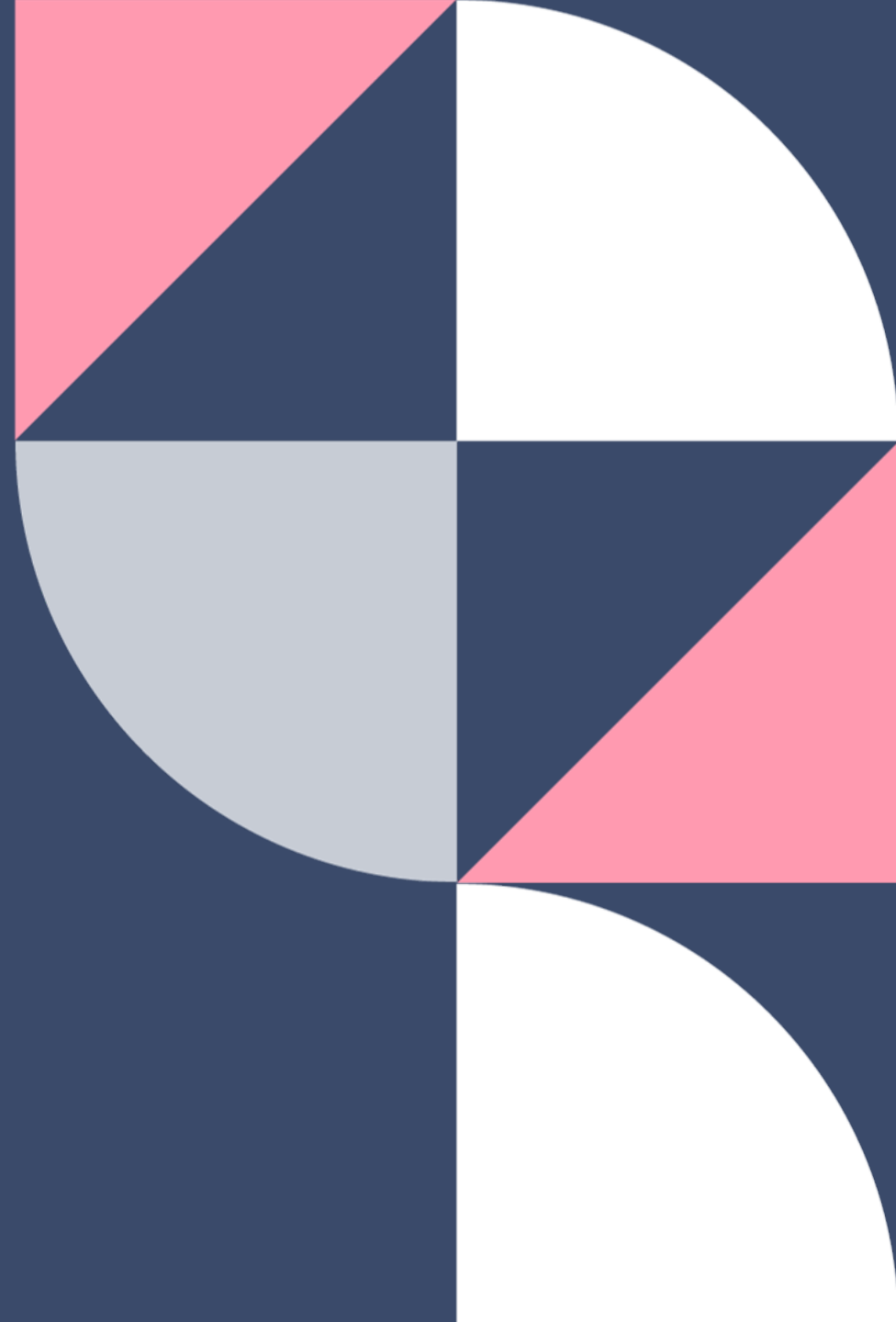
**HUOM! Seuraava kerta vasta kahden viikon kuluttua ti 3.2.**

**SASKY**

# Sisällön tuottaminen: videot

4. tapaaminen

SASKY



# Miksi video kannattaa?

- ✓ Tehokkain sisällöntuotannon muodoista > Ihmiset haluavat kuluttaa videosisältöjä
- ✓ Parempi näkyvyys
  - Hakukoneet ja somen algoritmit tykkäävät IHMISTEN tuottamista videoista niiden laadukkaan sisällön vuoksi
- ✓ Helpompi tapa tuoda esiin brändin inhimillisyyttä ja arvoja
  - Ihmiset sitoutuvat ja luottavat brändiin paremmin
- ✓ Videoilla voidaan täydentää esim. blogien tai some-julkaisujen tekstisisältöjä
  - Lisää liidejä ja parantaa konversiota

# Videon elementit



LIKKUVA KUVA



ÄÄNI (MUSIIKKI, PUHE JNE.)

**SASKY**

# Ohjeet hyvän videon kuvaamiseen puhelimella

- **Suunnittele etukäteen**
  - Mieti, mitä haluat videolla kertoa tai näyttää.
  - Pidä viesti lyhyenä ja selkeänä.
- **Puhdista kameran linssi**
  - Pyyhi linssi ennen kuvaamista, jotta kuva on tarkka.
- **Käytä luonnonvaloa**
  - Kuvaa päivänvalossa tai hyvin valaistussa tilassa. Vältä kuvaamista suoraan valoa vasten.
- **Pidä puhelin vakaana**
  - Tue käsiäsi pöytään tai käytä tarvittaessa jalustaa. Vältä tärinää.
- **Kuvaa pystysuunnassa**
  - Useimmissa somekanavissa suositaan pystysuuntaa. Valitse kanavan mukaan.
- **Tarkista tausta**
  - Varmista, että tausta on siisti eikä vie huomiota pääasiasta.
- **Tarkenna kohteeseen**
  - Napauta näytöltä kuvattavaa kohdetta, jotta kamera tarkentaa siihen.
- **Käytä puhelimen mikrofonia lähellä**
  - Jos puhut videolla, varmista että ääni kuuluu selkeästi. Kuvaa rauhallisessa paikassa ilman taustamelua.
- **Ota useampi otos**
  - Kuvaa tarvittaessa useampi versio ja valitse paras.
- **Muokkaa kevyesti**
  - Leikkaa turhat alut ja loput pois. Lisää tarvittaessa tekstiä tai musiikkia.

**Videoklipin lisäksi...**

**SASKY**



# Hyvä video kertoo aina jonkin tarinan, selkeyttä sitä editoimalla

## Videon editoinnin perusteet

- **Leikkaus:** Poista videosta tarpeetonta materiaalia ja yhdistä eri videoklipit toisiinsa.
- **Nopeuden säätäminen:** Muuta videon nopeutta nopeammaksi tai hitaammaksi luodaksesi erilaisia efektejä.
- **Äänen muokkaaminen:** Lisää taustamusiikkia, poista taustamelua tai muuta äänenvoimakkuutta.
- **Tekstit ja tehosteet:** Lisää videoon tekstejä, tehosteita ja siirtymäefektejä.
- **Värien korjaus:** Säädä videon värejä ja kontrastia, jotta saat videosta ammattimaisemman ilmeen.

## Vinkkejä parempaan videon editointiin

- **Suunnittele video etukäteen:** Mieti, mitä haluat videolla sanoa ja miten haluat sen näyttävän.
- **Käytä hyvälaatuista valaistusta:** Hyvä valaistus parantaa videon laatua huomattavasti.
- **Äänitä hyvälaatuinen ääni:** Selkeä ääni on tärkeä osa onnistunutta videota.
- **Pidä video lyhyenä ja ytimekkäänä:** Nykyajan katsojat eivät jaksakaan katsella pitkiä videoita.
- **Käytä musiikkia harkiten:** Musiikki voi lisätä videoon tunnetta ja tunnelmaa.
- **Lisää videoon tekstitykset:** Tekstitykset tekevät videosta helpommin ymmärrettävän.

# Videon äänimaailma

1. Videoinnissa tallentuneita luonnollisia ääniä ja puhetta
2. Editointivaiheessa lisätty musiikki
3. Erikseen äänitetty ja editointivaiheessa lisätty puhe/selostus

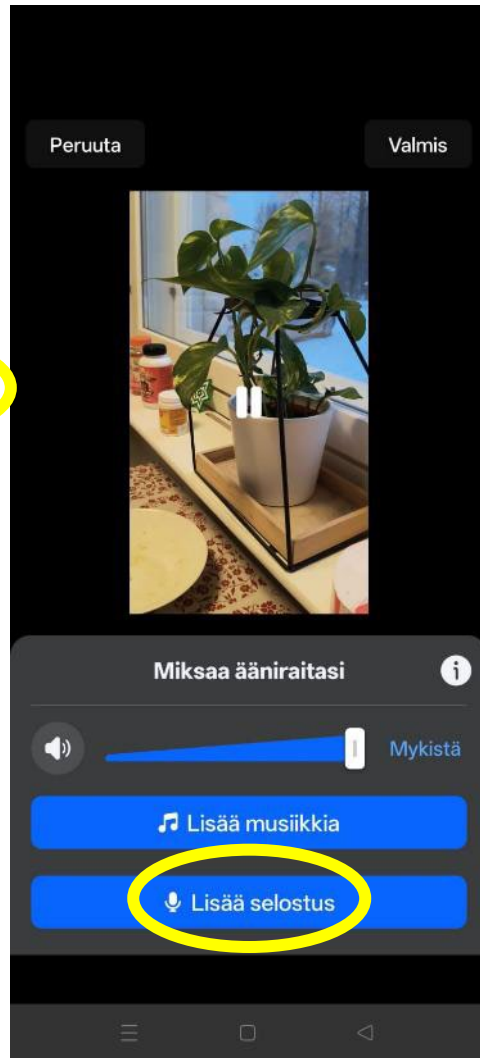
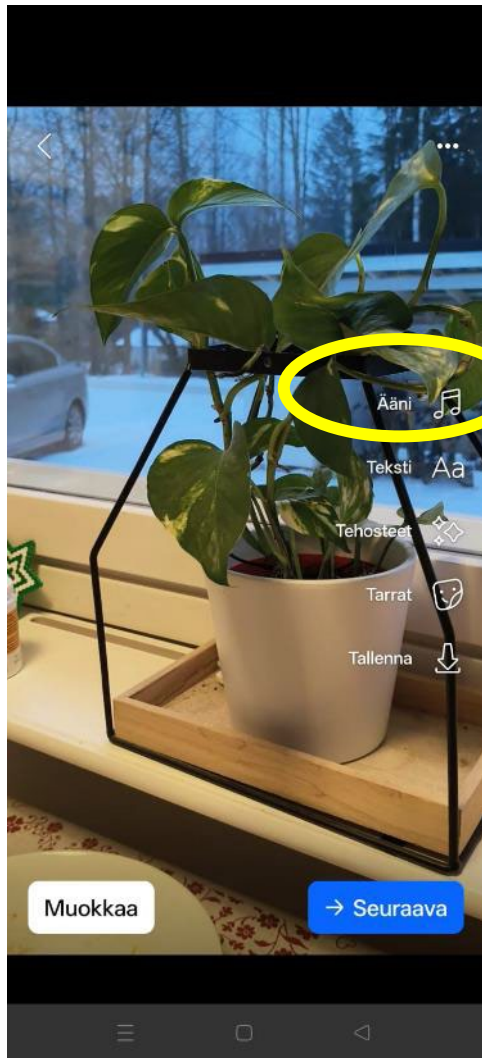
Mistä äänet videoihin?

- Oma äänitys
- Somealustan äänet ja musiikki (huom! Oikea tilityyppi!)
- Canva
- Ilmaiset ja maksulliset musiikkipankit: [Ilmaista musiikkia videoihin – kaikki ilmaiset musiikkipankit](#)

# Videon tekstitys

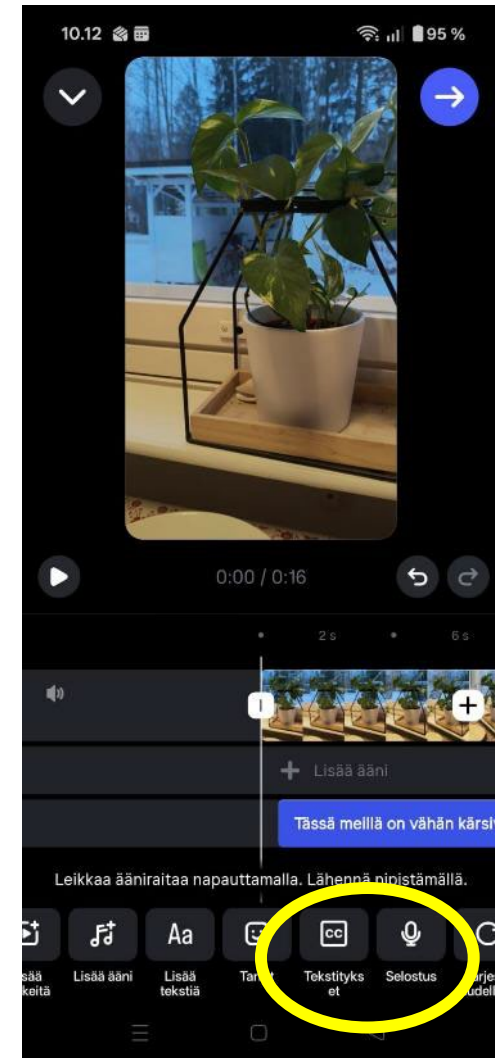
- Selventää videon sisältöä
- Painuu paremmin ihmisen muistiin
- Helpottaa videosisältöjen kuluttamista tilanteissa, joissa ääniä ei voi pitää päällä (julkinen liikenne jne.)
- **Saavutettavuus-asetus** koskee julkisten organisaatioiden sisällöntuotantoa:
  - > puheen ja äänen lisäksi videot täytyy tekstittää

# FB (mobiili)



SASKY

# IG (mobiili)



# Videonkin yhteyteen tulee teksti

- **Aloita kiinnostavasti**
  - Käytä kysymystä, yllättävää faktaa tai suoraa puhuttelua, jotta lukija pysähtyy.
- **Kerro ydinasiat selkeästi**
  - Tuo tärkein asia heti alkuun. Pidä teksti lyhyenä ja ytimekkäänä.
- **Käytä omaa ääntä ja persoonallisuutta**
  - Kirjoita rennosti ja yrityksesi tyyliin sopivasti.
- **Kutsu toimintaan (CTA)**
  - Kehota lukijaa toimimaan: "Lue lisää", "Kysy lisää", "Tule käymään", "Jaa kokemuksesi", "Seuraa meitä".
- **Hyödynnä hashtageja ja tunnisteita**
  - Lisää 1–3 aiheeseen liittyvää hashtagia, jotta julkaisu tavoittaa laajemman yleisön.
- **Tarkista oikeinkirjoitus**
  - Lue teksti läpi ennen julkaisua ja korjaa mahdolliset virheet.
- **Lisää tarvittaessa emoji**
  - Sopiva emoji voi tuoda tekstiin ilmettä ja auttaa kiinnittämään huomion.



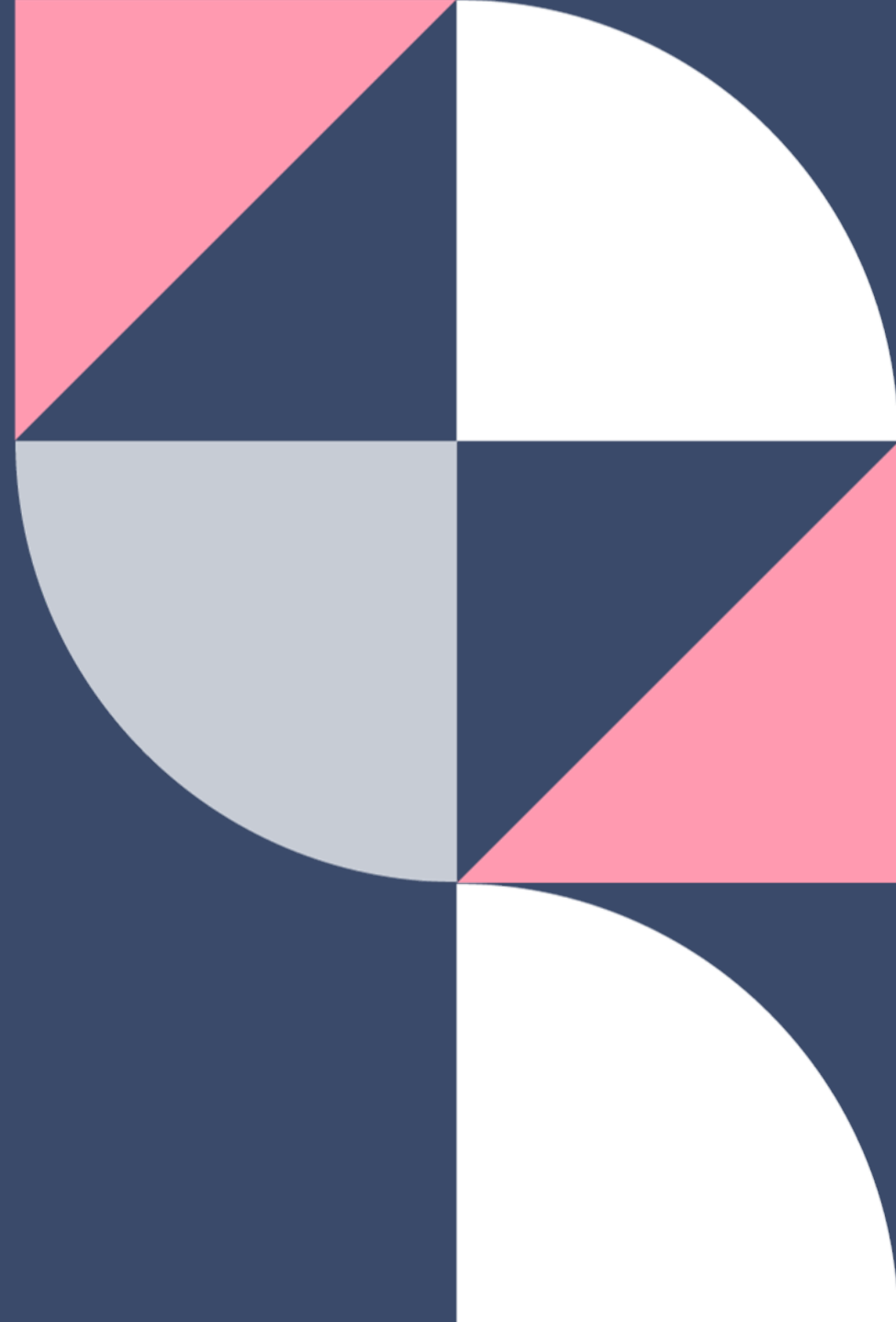
# Ennen seuraavaa kertaa:

1. Jatka suunnitelmasi mukaista sisällön tuottamista
2. Tee 1-2 videojulkaisua, josta julkaiset vähintään yhden
  - Palaa somesuunnitelmaasi: mitä haluat julkaista?
  - Harjoittele kuvaamista ja kevyttä editointia, pääasia että teet!

# Tehokkuutta ja ammattimaisuutta someen ajastamalla ja analysoimalla

5. tapaaminen

SASKY





# Julkaisujen ajastaminen

SASKY

# Yleisiä vinkkejä ajastamiseen

- Hyödynnä sisältökalenteria ja suunnittele julkaisut etukäteen
- Ajasta julkaisut silloin, kun Itselläsi on siihen aikaa ja sellaiseen ajankohtaan, kun sisältö sopii ja kohderyhmäsi on aktiivisimmillaan.
- Tarkista ajastetut julkaisut säännöllisesti ja tee tarvittaessa muutoksia.

# Facebook

## **Avaa yrityssivusi Facebookissa.**

- Klikkaa "Luo julkaisu" -kenttää ja kirjoita haluamasi teksti, lisää kuva/video.
- Klikkaa "Ajasta" (Schedule) -painiketta (löytyy nuolen alta "Julkaise"-painikkeen vierestä).
- Valitse päivämäärä ja kellonaika, jolloin haluat julkaisun näkyvän.
- Vahvista ajastus klikkaamalla "Ajasta".

## **Vinkki:**

Voit hallita ja muokata ajastettuja julkaisuja "Meta Business Suite" -työkalussa (<https://business.facebook.com/>).

# Instagram

## **Vaihtoehto 1: Meta Business Suite (suositeltu yritystileille)**

- Mene osoitteeseen <https://business.facebook.com/> ja valitse yrityksesi Instagram-tili.
- Klikkaa "Luo julkaisu" ja valitse Instagram.
- Lisää kuva/video ja kirjoita teksti.
- Klikkaa "Ajasta julkaisu" (Schedule) ja valitse päivämäärä ja kellonaika.
- Vahvista ajastus.

## **Vaihtoehto 2: Ajastus Instagram-mobiilisovelluksessa**

Kuten tekisit normaalin julkaisun -> lisää vaihtoehtoja -> ajasta

## **Vaihtoehto 3: Kolmannen osapuolen työkalut**

- Voit käyttää esimerkiksi Later, Buffer tai Hootsuite -palveluita ajastamiseen.

# Ajastus eräissä muissa kanavissa

**SASKY**



# TikTok

- TikTok ei salli ajastamista suoraan mobiilisovelluksesta, mutta voit ajastaa julkaisuja TikTokin verkkoselaimessa:

## 1. Kirjaudu TikTokiin selaimessa

- Mene osoitteeseen <https://www.tiktok.com/upload>
- Kirjaudu sisään TikTok-tilillesi

## 2. Lataa videosi

- Valitse ladattava video
- Lisää kuvateksti, kansikuva ja muut asetukset kuten yksityisyysasetukset

## 3. Ajasta julkaisu

- Valitse kohta "Ajasta julkaisu"
- Aseta haluamasi päivämäärä ja kellonaika
- Varmista, että aikavyöhyke on oikein

## 4. Tallenna ja vahvista

- Kun kaikki on valmista, vahvista ajastus
- Video julkaistaan automaattisesti valittuna ajankohtana

# LinkedIn

- Aloita uusi julkaisu yrityssivullasi.
- Kirjoita teksti, lisää kuva/video.
- Klikkaa kellokuvaketta (“Ajasta julkaisu” / “Schedule for later”).
- Valitse päivämäärä ja kellonaika.
- Klikkaa “Ajasta”.

# YouTube

- Lataa uusi video YouTubeen (klikkaa "Luo" → "Lataa video").
- Lisää otsikko, kuvaus ja muut tiedot.
- Kun pääset "Näkyvyys" (Visibility) -kohtaan, valitse "Ajastettu" (Schedule).
- Valitse päivämäärä ja kellonaika, jolloin video julkaistaan.
- Klikkaa "Ajasta".



# **Analytiikkatyökalut eri kanavissa**

**SASKY**

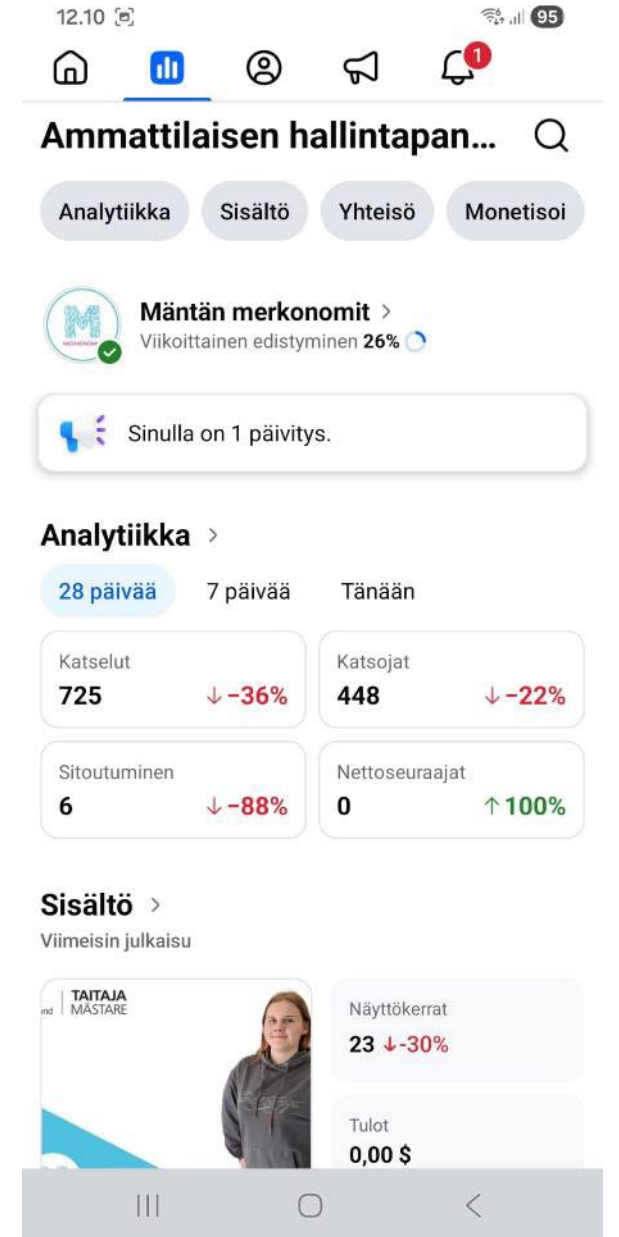
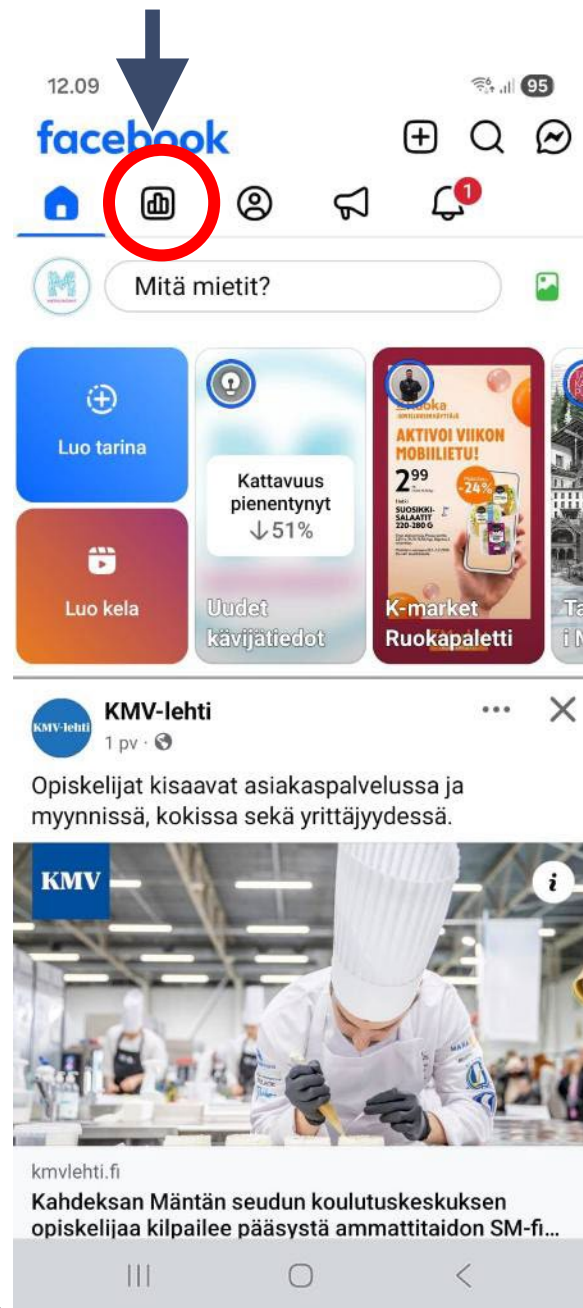
# Facebook selaimella: ammattilaisen hallintapaneeli

The screenshot displays the Facebook Professional Dashboard interface. On the left is a navigation menu with options: Etusivu, Kävijätiedot, Sisältö, Monetisointi, Sitoutuminen, and Kaikki työkalut. The main content area is divided into sections: 'Kävijätiedot' (Audience Insights) with a line graph showing a 36% decrease in reach and an 88% decrease in engagement; 'Sisältö' (Content) with a post thumbnail; and 'Valikko' (Menu) on the right. The 'Valikko' section includes 'Ammattikäyttöön' (Professional Use) with options like 'Mainosten hallinta' and 'Meta Business Suite', and 'Luo' (Create) with options like 'Julkaise' and 'Tapahtuma'. A blue bar at the bottom contains the text 'Luo julkaisu'. The 'SASKY' logo is centered at the bottom of the image.

1.

2.

# Facebook mobiili-sovelluksella: ammattilaisen hallintapaneeli



# Facebook: mittareita

- Tyypillisiä mittareita:
  - Sivun seuraajamäärä (Followers)
  - Julkaisujen kattavuus (Reach)
  - Sitoutuminen (Engagement): tykkäykset, kommentit, jaot
  - Yleisön demografiatiedot (ikä, sukupuoli, sijainti)
- Näkymässä on usein pylväsdiagrammeja ja lukuja viimeisimmiltä viikoilta.

# Instagram selaimella: ammattilaisen hallintapaneeli

**isen hallintapaneeli**

Mainostyökalut

Viimeiset 30 päivää

**Tilin kävijätiedot**

**Näyttökerrat**

**2 687**  
Katselut

Seuraajat	42,6%
Ei-seuraajaa	57,4%
Tavoitetut tilit	500

**Sisältötyypin mukaan**

Kaikki Seuraajat Ei-seuraajaa

Kelat	57,9%
Tarinat	30,4%
Julkaisut	11,7%
Videot	0,1%

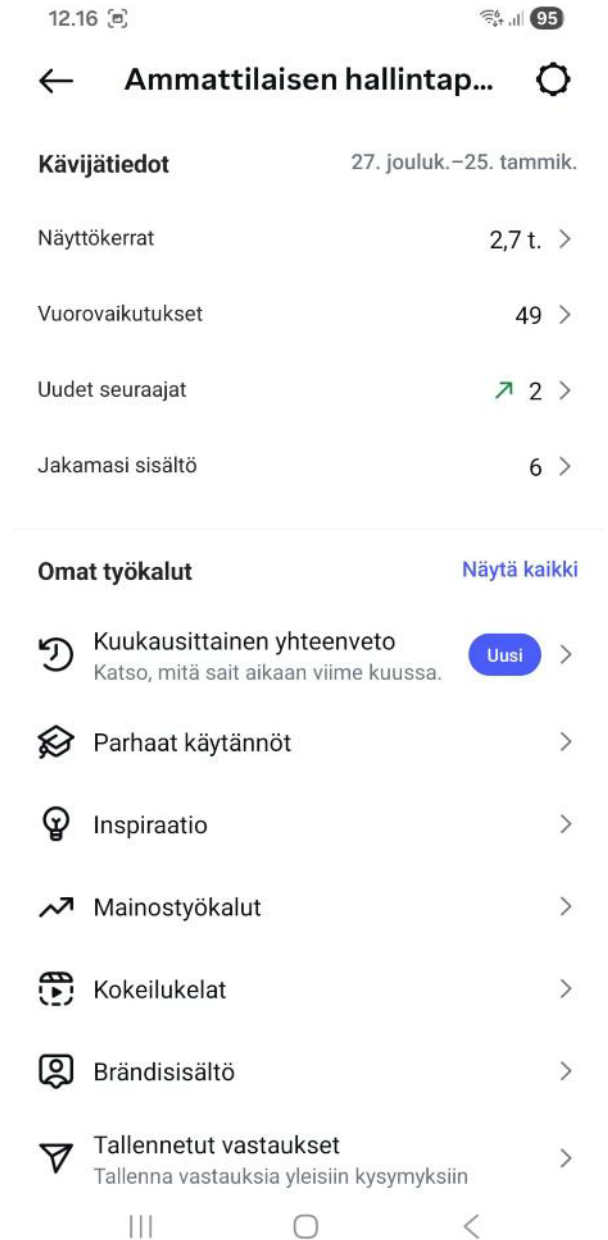
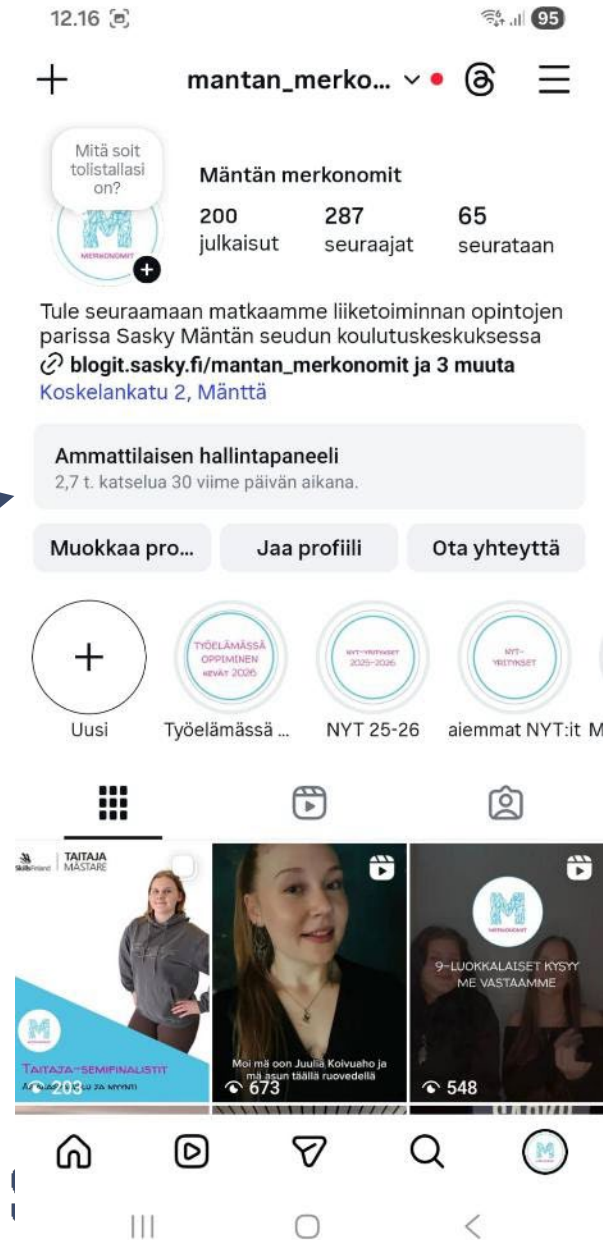
Seuraajat Ei-seuraajaa

Viestit

2.

1.

# Instagram mobiili- sovelluksella: ammattilaisen hallintapaneeli



# Instagram: mittareita

- Tyypillisiä mittareita:
  - Profiilikäynnit ja seuraajamäärä
  - Julkaisujen näyttökerrat (Impressions) ja kattavuus (Reach)
  - Sitoutuminen: tykkäykset, kommentit, tallennukset, jaot
  - Yleisön aktiivisimmat ajat ja sijainti
- Näkymässä on kaavioita ja listauksia suosituimmista julkaisuista.



# Ennen viimeistä kertaa:

1. Jatka suunnitelmasi mukaista sisällön tuottamista
2. Harjoittele ajastamista: tee 1-2 ajastettua julkaisua
3. Käy läpi omien sisältöjesi analytiikka:
  - Mitkä julkaisut toimivat ja mitkä heikommin? Miksi?



# Suoritusmerkintää edellyttävät suoritukset:

1. **Somesuunnitelma** (tehty 1. kerralla), johon on liitetty

- Linkit somekanaviin, joita olet mahdollisesti päivittänyt koulutuksen aikana tai

2. **Kuva- ja videojulkaisuja** (tai linkit niihin) tai julkaisemattomia esimerkkituotoksia

3. Lyhyet **analyysit** tehtyjen julkaisujen toimivuudesta

4. Lyhyt **itsearviointi**, jossa pohdit myös sitä, miten aiot jatkossa somea hyödyntää

5. Palautekyselyyn vastaaminen:

<https://asiointi.jotpa.fi/fi/tyokalut/opiskelijapalaute/:edid/0D10F0-8728AE-4F3EAF-7786B5>

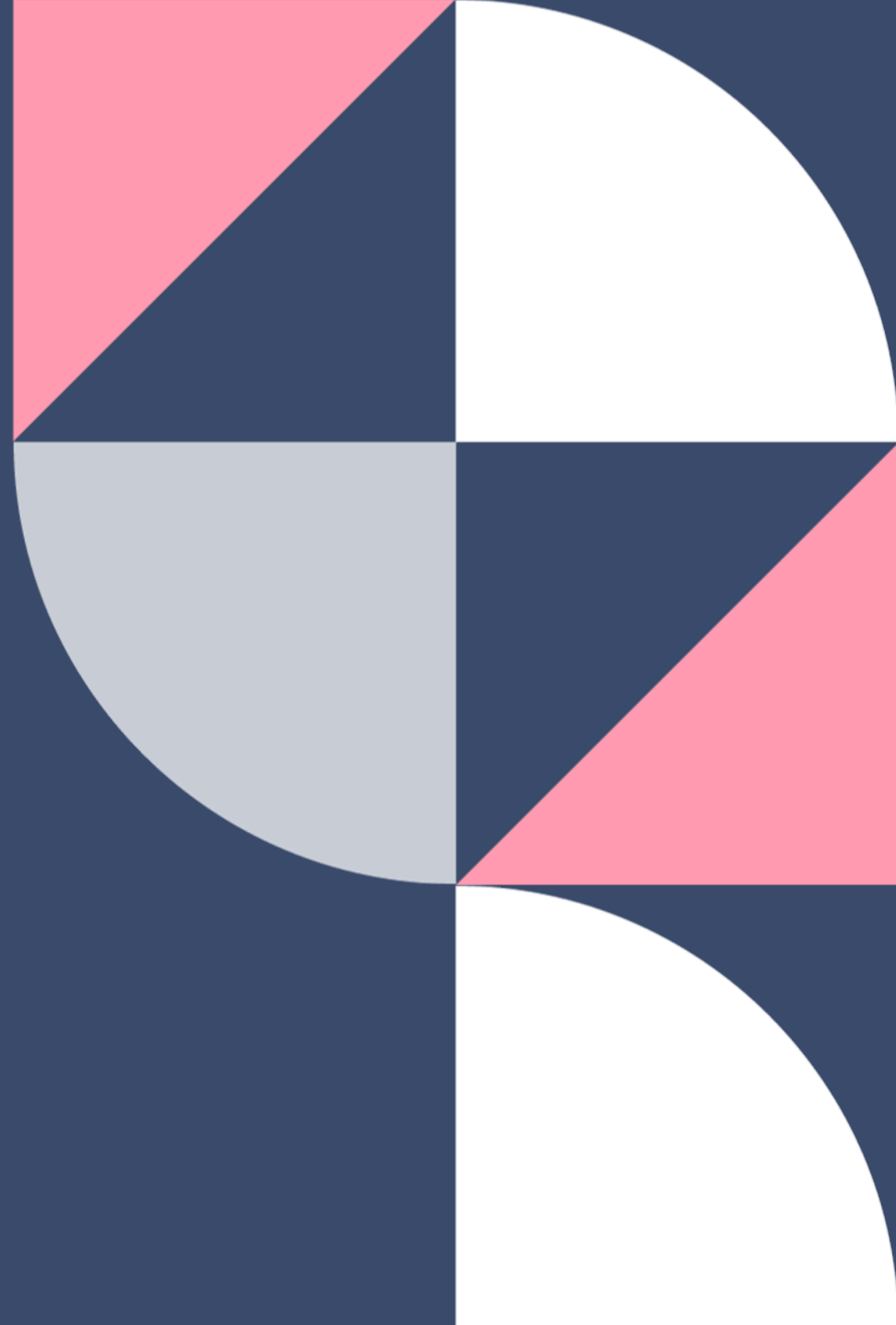
Lähetä sähköpostilla [maria.nyykooli@sasky.fi](mailto:maria.nyykooli@sasky.fi) viimeistään ke 18.2.

**SASKY**

# Vinkkejä, kysymyksiä ja kohti yrityksesi kevään somea

6. tapaaminen

SASKY



# Kriisiviestintä ja some-etiketti

- **Kriisiviestintä:**

Jos yritys saa negatiivista palautetta tai kohtaa somekriisin, tärkeintä on reagoida nopeasti ja asiallisesti.

- Vastaa palautteeseen ystävällisesti ja rakentavasti, älä poista kritiikkiä ilman hyvää syytä.
- Myönnä virheet, jos niitä on sattunut, ja kerro, miten aiot korjata tilanteen.
- Pidä viestintä lyhyenä, selkeänä ja rauhallisena.

- **Some-etiketti:**

- Käyttäydy aina kohteliaasti ja kunnioittavasti, myös haastavissa tilanteissa.
- Älä provosoidu, äläkä vastaa tunnekuohussa.
- Muista, että kaikki julkaistu jää verkkoon ja vaikuttaa yrityksen maineeseen.

# Esimerkki: Negatiivinen palaute Facebookissa

Yrityksesi saa Facebook-julkaisuun kommentin:

*"Palvelu oli hidasta ja sain väärän tuotteen."*

## Toimi näin:

- Vastaa nopeasti ja ystävällisesti:

*"Kiitos palautteestasi ja pahoittelut kokemuksestasi. Otamme yhteyttä yksityisviestillä, jotta voimme korjata tilanteen."*

- Älä poista palautetta, ellei se ole asiatonta.
- Jatka keskustelua yksityisesti, jos asia vaatii tarkempaa selvittelyä.

# Mainonta ja maksettu näkyvyys

- **Miksi mainostaa?**

Pienelläkin budjetilla voi saada lisää näkyvyyttä ja tavoittaa uusia asiakkaita.

- **Mainonnan perusteet:**

- Facebookissa ja Instagramissa mainoksen voi luoda suoraan julkaisun yhteydessä (“Mainosta julkaisua”).
- Voit kohdentaa mainoksen tietylle alueelle, ikäryhmälle tai kiinnostuksen kohteiden mukaan.
- Seuraa mainonnan tuloksia analytiikasta ja tee muutoksia tarpeen mukaan.

- **Vinkki:**

Aloita pienellä summalla ja testaa, millainen mainos toimii parhaiten.

# Mainosesimerkkejä:

## **Esimerkki 1: Facebook-julkaisun mainostaminen**

- Olet julkaissut uuden tuotteen esittelyn Facebookissa.
- Klikkaa "Mainosta julkaisua" (Boost Post).
- Valitse kohderyhmä: esim. 30–60-vuotiaat lähialueella.
- Aseta budjetti (esim. 10 € / 7 päivää).
- Seuraa mainoksen tuloksia: montako ihmistä näki julkaisun, montako tykkäystä ja klikkausta tuli.

## **Esimerkki 2: Instagram-mainoskampanja**

- Luo uusi julkaisu Instagramiin ja valitse "Mainosta".
- Valitse kampanjan tavoite: esim. lisää verkkosivukävijöitä.
- Rajaa kohderyhmä (ikä, sijainti, kiinnostuksen kohteet).
- Seuraa analytiikasta, kuinka moni klikkasi profiiliisi tai verkkosivullesi.

# Yhteisjulkaisut ja yhteistyö:

- **Tee yhteistyötä muiden yrittäjien kanssa – esimerkiksi yhteiset kampanjat, arvonnat tai toisten yritysten esittelyt somessa.**
  - Sovitte toisen yrittäjän kanssa yhteispostauksesta:  
*“Tällä viikolla esittelemme yhteistyökumppanimme – käy tutustumassa heidän palveluihinsa!”*
  - Molemmat jaatte julkaisun omissa kanavissanne ja tägäätte toisianne tai kutsutte rinnakkaisjulkaisijoiksi

# Paikallisyhteisön voima:

- **Tue muita paikallisia yrityksiä ja jaa heidän julkaisujaan – saat usein tukea myös takaisin.**
  - Jaat toisen paikallisen yrityksen kampanjan omalla sivullasi ja kirjoitat:  
*“Ilo olla mukana tukemassa :n uutta avajaiskampanjaa!”*
  - Saat usein vastavuoroisesti näkyvyyttä omalle yrityksellesi..

# Yhteistyö ja verkostoituminen

- **Verkostoituminen:**

Osallistu alan ryhmiin ja keskusteluihin, jaa kokemuksia ja opi muilta.



Euroopan unionin rahoittama –  
NextGenerationEU

Koulutus on rahoitettu Euroopan unionin elpymis- ja palautumistukivälineellä (RRF), joka on EU:n elpymisvälineen (Next Generation EU) suurin ohjelma. Rahoituksen on myöntänyt Jatkuvan oppimisen ja työllisyyden palvelukeskus.

Lisätietoa digiperustaidot haltuun [Digiperustaidot haltuun \(Jotpa\) | SASKY koulutuskuntayhtymä](#)



Koulutus on Jatkuvan oppimisen ja työllisyyden palvelukeskuksen rahoittama. Palvelukeskus edistää työikäisten osaamisen kehittämistä ja osaavan työvoiman saatavuutta. Palvelukeskuksen toimintaa ohjaavat opetus- ja kulttuuriministeriö sekä työ- ja elinkeinoministeriö.

**Koulutuksen toteuttaja:**

**SASKY**