

Sosiaalisen median opas



SOSIAALISEN MEDIAN OPAS

Sosiaaliset verkostot ovat tärkeä markkinointityökalu kirjailijalle. Tässä oppaassa saat vastauksen kysymyksiin, miksi sosiaalinen verkostoituminen on kirjailijalle tärkeää, mitä siinä täytyy erityisesti ottaa huomioon ja missä sosiaalisen median kanavissa puhuttelet kohderyhmäsi parhaiten. Opas tarjoaa yleiskatsauksen tärkeisiin sosiaalisiin verkostoihin ja esittelee hyödyllisiä sosiaalisen median palveluita.

Sisältö

1 Markkinointi sosiaalisessa mediassa	s. 3
2 Markkinointistrategia	s. 4
3 Suurten käyttäjämäärien yhteisöt: Facebook ja Twitter	s. 6
4 Kuva parrasvaloissa: Pinterest ja Instagram	s. 14
5 Lukupiiripalvelut	s. 19
6 Apuvälineitä menestykseen sosiaalisessa mediassa	s. 20
7 Oikeiden kanavien löytäminen	s. 21
Lähteet	s. 22

1 Markkinointi sosiaalisessa mediassa

Sosiaalista markkinointia

Hyödyntämällä sosiaalista mediaa markkinointitarkoituksiin yritys voi luoda suoran yhteyden nykyisiin ja potentiaalisiin asiakkaisiinsa. Sosiaalisessa mediassa korostuu markkinoijan taito kuunnella käyttäjiä ja vastata heille tilanteeseen sopivalla tavalla. Markkinoijan tavoitteena on tuoda tarjoamiaan tuotteita ja palveluita hienovaraisesti yleisön tietoisuuteen, parantaa niiden näkyvyyttä internetissä ja luoda kestäviä asiakassuhteita.

Miksi sosiaalinen media on tärkeää sinulle kirjailijana?

Verkostoituminen sosiaalisessa mediassa ei ole keskeinen markkinointikeino pelkästään yrityksille. Myös sinä voit kirjailijana laajentaa lukijakuntaasi toimimalla aktiivisesti sosiaalisissa yhteisöissä. Sosiaalisessa mediassa markkinoidessa on tärkeää tuottaa kiinnostavaa sisältöä pelkkien mainospuheiden sijaan ja tarjota käyttäjille lisäarvoa mielenkiintoisilla julkaisuilla. Markkinoimalla sosiaalisessa mediassa voit

- parantaa tunnettuuttasi ja saada huomiota kirjoillesi
- laajentaa lukijakuntaasi – myös Suomen ulkopuolella
- saada kirja-arvosteluja
- luoda avoimia mielipidekyselyitä lukijoillesi: näin voit kerätä suoraa palautetta
- luoda suoran yhteyden lukijoihisi
- verkostoitua muiden kirjailijoiden kanssa
- sitouttaa lukijasi ja luoda pysyviä suhteita lukijoihisi

Sosiaalisessa mediassa on valtavasti markkinointipotentiaalia. Jotta saat sen parhaiten hyödynnettyä, kannattaa suunnitella huolella, millä tavoin aiot sosiaalisessa mediassa toimia ja minkälaisen kuvan haluat itsesi antaa.

2 Markkinointistrategia

Toimimalla sosiaalisessa mediassa työstät luottamusta ja sympatiaa – asioita, joita ei parhaimmallaakaan mainoskampanjalla voi ostaa. Ole siis kärsivällinen äläkä odota salamanopeita tuloksia. Markkinointi sosiaalisessa mediassa on pitkän aikavälin prosessi. Keskity alussa ensimmäisten sisältöjen julkaisuun ja lukijoidesi kiinnostuksen herättämiseen ja tähtää vasta sitten menestykseen pidemmällä tähtäimellä. Seuraavaksi esittelemme viisi vinkkiä, joilla pääset alkuun sosiaalisessa mediassa.

1. Määritä kohderyhmäsi

Kohderyhmäanalyysi on omiaan, kun haluat olla varma yleisöllesi oikeasta puhutteluvasta ja kiinnostavista sisällöistä. Kysy itseltäsi, keitä lukijasi ovat: Minkä ikäisiä he ovat, ovatko he miehiä vai naisia, mistä he ovat kiinnostuneita? Käyttävätkö lukijasi tiettyjä sosiaalisen median palveluita? Puhuvatko he jo sinusta yhteisöissään? Minkälaiset sisällöt herättävät heidän mielenkiintonsa parhaiten? Entä missä verkostoissa kilpailijasi ovat aktiivisia ja kuinka he niissä viestivät?

2. Ajattele ennen kuin julkaiset

Ei ole aina helppoa julkaista tietylle sosiaalisen median alustalle räätälöityä sisältöä. Julkaisemiselle kannattaakin varata aikaa. Älä postaa mitään harkitsematonta ja pyri monipuolisiin sisältöihin yhden teeman toistamisen sijaan. Pelkkä oman kirjasi mainostaminen ei riitä, vaan yritä tuottaa lukijoillesi lisäarvoa: voit esimerkiksi linkittää sivuillesi kiinnostavia artikkeleita, joissa käsitellään ajankohtaisia tai kirjaasi sopivia teemoja, tai jaa kuvia ja videoita seuraajillesi. Kysy itseltäsi, mitä sinä haluaisit tietää lempikirjailijastasi. Tärkeää on julkaista sisältöä säännöllisesti ja antaa lukijoillesi mahdollisuus osallistua keskusteluun kysymällä heidän mielipidettään.

3. Valitse oikea lähestymistapa

Jotta julkaisusi herättävät mielenkiintoa ja tavoittavat ihmisiä, on viestisi oltava nopeasti ja helposti ymmärrettävissä. Kirjoita siis lyhyesti ja ytimekkäästi. Mieti, millainen lähestymistapa uppoaa kohdeyleisösi: huumori, faktat ja/tai viihteellisyys? Monet käyttäjät lukevat myös mielellään kirjailijasta eli sinusta itsestäsi. Kerro itsestäsi lyhyillä ja todenmukaisilla julkaisuilla, olivat ne sitten tekstiä, kuvia tai videoita. Kaunokirjailijat voivat olla emotionaalisiaakin, kun taas tietokirjailijoilta odotetaan usein faktapohjaisempaa ilmaisu-tapaa. Ole kuitenkin rehellisesti oma itsesi ja käytä sinulle luontevaa puhetapaa.



Joskus voit saada keskusteluissa asiaankuulumattomia kommentteja tai epäasiallisesti muotoiltuja viestejä, joihin ei kannata edes vastata. Säilytä tällaisissa tilanteissa malttisi ja kommentoi vain asioita, joista mielelläsi keskustele. Muut kommentit voi jättää huomiotta. Tässä pätee kirjoittamaton sääntö, jonka mukaan muiden käyttäjien kommentteja ei pidä poistaa – elleivät ne sitten riko kyseisen sosiaalisen median sääntöjä.

4. Oikea ajoitus

Oikea julkaisuajankohta on yksi merkittävä tekijä, kun halutaan menestyä sosiaalisen median markkinoinnissa. Yleisesti ottaen julkaisuajankohdan määrittelee tavoittelemasi kohdeyleisö: paras aika julkaista sisältöä ja tarkkailla saamiasi reaktioita on silloin, kun tavoittelemasi käyttäjät ovat online. Ratkaisevaa on määrittää sopivimmat viikonpäivät ja vuorokaudenajat.

5. Pidä langat käsissäsi

Erilaisia sosiaalisen median palveluita on nykyään pilvin pimein. Niiden valtavaa määrää ei kannata kuitenkaan pelästyä! Pääasia ei ole käyttää jokaista sosiaalisen median kanavaa vaan keskittyä säännölliseen yhteydenpitoon lukijoidesi kanssa. Sosiaalisessa mediassa pelkkä profiilin luominen ja satunnaiset tilannetarkastukset eivät vielä riitä, vaan niissä on oltava aktiivinen. Yhteisöpalvelut ovat erittäin nopeatempoisia, ja niissä painottuu sisältöjen ajankohtaisuus. Alussa kannattaakin keskittyä yhteen tai kahteen kanavaan ja panostaa niihin kunnolla.

3 Suurten käyttäjämäärien yhteisöt: Facebook ja Twitter

Facebook

Facebook on yhteisöpalvelujen kiistaton kuningas: maailmanlaajuisesti yhteensä 1,28 miljardia käyttäjää vierailevat Facebookissa päivittäin ja palvelulla on Suomessakin 2,1 miljoona päivittäistä kävijää. Suurin ikäryhmä ovat alle 25-vuotiaat ja Facebookin suosio kasvaa kaikissa ikäluokissa alle 18-vuotiaita lukuun ottamatta. Myös vanhemmat ikäluokat liittyvät ahkerasti Facebookiin.

Facebook-profiili – henkilökohtainen sivusi

Yksityisen Facebook-profiilisi kautta olet yhteydessä ystäviisi ja tuttaviasi. Profiilin avulla voit vaihtaa viestejä, kertoa kiinnostuksenkohteistasi, ladata kuvia, julkaista kommentteja ym. Kirjailijana henkilökohtainen Facebook-profiili kannattaa säilyttää pääasiassa yksityisessä käytössä.

Näin luot Facebook-profiilin

Mene Facebookin sivuille (www.facebook.com) ja täytä tietosi kohtaan "luo uusi käyttäjätili". Facebookiin kannattaa kirjautua omalla nimelläsi tai kirjailijanimelläsi, sillä muuten muut käyttäjät eivät välttämättä löydä sinua.

Facebook-sivu – markkinointityökalusi

Suosittu ja maksuton ominaisuus Facebookissa on mahdollisuus luoda oma Facebook-sivu. Sivut ovat tarkoitettu pääasiassa tuotteille ja palveluille, ja niitä käyttävät yritykset, brändit, organisaatiot ja julkisuuden henkilöt. Kirjailijana sinunkin kannattaa ehdottomasti luoda oma Facebook-sivu, jolla voit esitellä itsesi ja kirjasi. Toisin kuin profiilisi, Facebook-sivu on aina julkinen ja näkyy myös henkilöille, jotka eivät ole kirjautuneet Facebookin käyttäjiksi. Kuten henkilökohtaisella sivullasi, sinä ja seuraajasi voitte ladata kuvia ja videoita ja kirjoittaa julkaisuja.

Muista täyttää Facebook-sivusi tiedot-välilehti huolella ja pitää se ajan tasalla. Se toimii virtuaalisena käyntikorttina, joten sen pitäisi sisältää yhteystietosi ja lyhyet kuvaukset kirjoistasi.

Näin luot Facebook-sivun

*Facebook-sivun luomiseksi tarvitset henkilökohtaisen Facebook-tilin. Uuden sivun luominen tapahtuu osoitteessa www.facebook.com/pages/create/. Valitse seuraavaksi sopiva sivukategoria. Jos haluat luoda kirjailijasivun, klikkaa kohtaa *Artisti, yhtye tai julkisuuden henkilö*. Valitse sitten pudotusvalikosta kirjailija ja nimeä Facebook-sivusi. Jos taas haluat luoda sivun kirjallesi, valitse *Viihde ja pudotusvalikosta* sopiva luokka. Seuraavaksi pääset täydentämään sivuasi lataamalla profiilikuvan ja täyttämällä sivusi tiedot.*

Parhaat käytännöt: menesty Facebookissa

Ole ainutlaatuinen

Facebook-sivuja on lukemattomia. On siis erityisen tärkeää erottautua joukosta, sillä tylsä fanisivu on yhtä tyhjän kanssa. Mieti ajan kanssa, miten teet sivustasi yksilöllisen. Tärkeä kriteeri on sivun tunnistettava ulkoasu, jonka käyttäjät voivat yhdistää sinuun tai kirjaasi. Inspiraatiota ja ideoita voit hakea hyvin ja houkuttelevasti tehdyistä Facebook-sivuista.

Esimerkiksi Fazer luottaa Fazerin Sininen -tuotemerkkinsä sivuilla samaan ikoniseen siniseen sävyyn ja tuttuihin fontteihin, joista tuotteetkin tunnistetaan.

www.facebook.com/fazerinsininen/



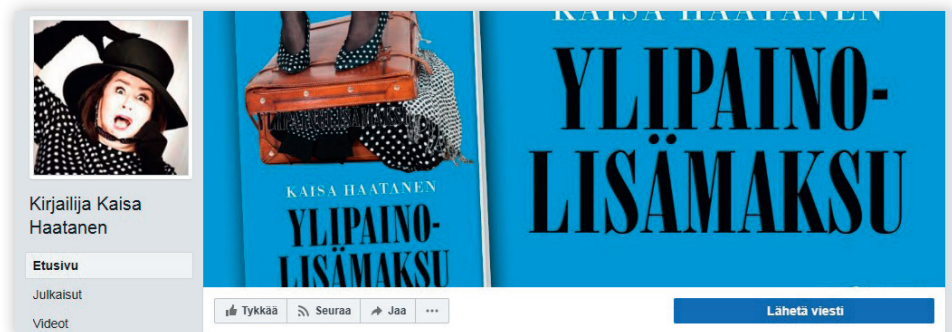
Ensivaikutelma - Profiili- ja kansikuva

Käyttäjät, jotka seuraavat sivuasi, ovat kiinnostuneita kirjailijasta itsestään. Heille kannattaaakin tarjota vastinetta kuvalla lisäämällä hyvä kuva sinusta sekä kirjoistasi. Tämä luo henkilökohtaisuuden tuntua ja tuo sinua lähemmäs lukijoitasi sekä auttaa tekemään sinua ja kirjojasi tunnetuksi.

Profiilikuva on kuva, jonka lukijat näkevät suoraan nimesi yhteydessä. **Kansikuva** taas on suuri kuva sivusi yläosassa. Kansikuvana voit käyttää mieleenpainuvaa kuvaa, joka kertoo jotain olennaista sinusta tai esittelee julkaistuja kirjojasi.

Sosiaalisessa mediassa ei tarvitse olla aina vakavana. Kirjailija Kaisa Haatanen näyttää profiilikuvallaan esimerkkiä, kuinka erottua hausalla tavalla massasta.

www.facebook.com/Kirjailija-Kaisa-Haatanen-496210287203296/



Hyvä esimerkki on myös kirjailija Seppo Jokisen Facebook-sivu. Persoonallisen profiilikuvan lisäksi hän käyttää hyväkseen tilaisuuden esitellä teoksiaan heti kansikuvassa.

www.facebook.com/Seppo-Jokinen-201384753230849/



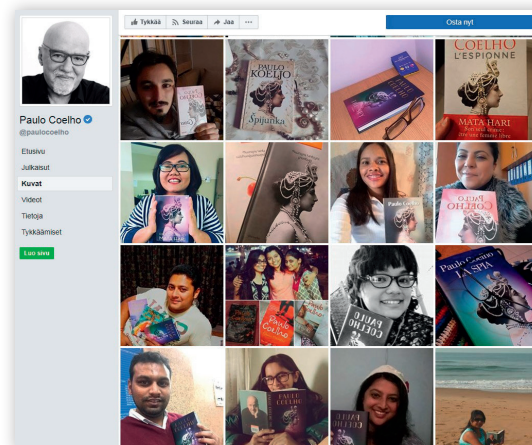
Kansikuva voi toimia myös mainoksena. Laulaja Robin näyttää tästä mallia mainostamalla kansikuvassaan kiertuettaan. Kirjailijana voit kerätä kansikuvalla huomiota esimerkiksi pian ilmestyvälle kirjallesi tai tulevalle kirjatapahtumalle, johon olet kirjailijana osallistumassa.

www.facebook.com/RobinPackalen/



Ole yhteydessä tykkääjiisi

Facebookissa on monia mahdollisuuksia päästä kontaktiin seuraajiesi kanssa. Voit esimerkiksi viestiä vastavuoroisuutta ja läheisyyttä sallimalla tykkääjiesi julkaisut sivullasi. Tämä voi tietysti vaatia jonkin verran moderointia, mutta samalla annat mahdollisuuden suoran palautteen antamiseen.



Kirjailija Paulo Coelho esimerkiksi nostaa profiilissaan esille lukijoidensa kuvia, joissa he poseeraavat hänen kirjansa kanssa.

www.facebook.com/pg/paulocoelho/photos/

Luodaksesi vastavuoroisen suhteen seuraajiasi on tärkeää puhutella heitä suoraan ja kysyä heidän mielipiteitään. Voit esimerkiksi järjestää äänestyksen tulevan kirjasi eri kansivaihtoehtoista. Erilaiset arvonnat ovat myös hyvä tapa osallistaa seuraajiasi.



Esimerkiksi BoD-kirjailija Jus-si Huhtala kannustaa tykkäämään Paarmamies-kirjansa Facebook-sivusta kirja-arvonnalla.

www.facebook.com/paarmamies/

Näppärä ominaisuus Facebookissa on tiettyjen sovellusten kuten Twitterin tai Instagramin linkittäminen sivusi välilehtiin. Twitterin linkittäminen onnistuu suoraan osoitteessa www.facebook.com/twitter. Instagram-välilehden luomiseen voit käyttää apuna Facebookin Instatab-sovellusta: löydät sen kirjoittamalla Instatab Facebookin hakukenttään. Jos käytät Goodreads-lukupiiripalvelua (lisää sivulla 19), voit integroida myös sen sivullesi, kuten kirjailija Milja Kaunisto on tehnyt.

www.facebook.com/kirjailijamiljakaunisto/app/2415071772/



BoD-vinkkejä

- ✓ Valokuvat, videot ja erilaiset arvonnat ovat hyviä keinoja vastavuoroisuuden lisäämiseksi. Julkaisemalla kiinnostavia linkkejä voit luoda lisäarvoa sivusi seuraajille
- ✓ Kannusta tykkääjiäsi aktiivisuuteen ja reagoi heidän postaamiin julkaisuihin ja kommentteihin. Muista kiittää palautteesta, varsinkin positiivisesta.
- ✓ Jaa Facebook-sivusi linkkiä mahdollisimman usein muissa sosiaalisen median palveluissa, henkilökohtaisessa Facebook-profiilissasi ja kotisivuillasi. Mikset mainitsisi siitä myös sähköpostisi allekirjoituskentässä ja käyntikortissasi?
- ✓ Vakuuta tykkääjiäsi siitä, että sivuasi kannattaa seurata: pidä huoli sisällön vaihtelevuudesta ja ajankohtaisuudesta.
- ✓ Pidä mielessä sopiva kirjoitustapa julkaistessasi sisältöä: yleensä lyhyt ja ytimekäs toimii parhaiten.
- ✓ Voit muokata julkaisujasi myös jälkikäteen. Julkaisun oikeasta yläkulmasta löydät nuolimerkin, jota klikkaamalla voit muokata sen tekstiä tai muuttaa päivämäärää.

Twitter

Facebookiin verrattuna Twitter on pieni alusta, mutta se on vakiinnuttanut asemansa julkisen keskustelun areenana. Twitteriä käyttää maailmanlaajuisesti noin 317 miljoonaa ihmistä ja Suomessakin 0,7 miljoonaa. Twitter perustuu ”mikro-bloggaamiseen”: käyttäjät voivat kirjoittaa korkeintaan 140 merkin pituisia julkaisuja, joita muut voivat jakaa ja kommentoida. Myös Twitteriin rekisteröitymättömät käyttäjät voivat nähdä julkaistut päivitykset.

Ryhdy twiittaajaksi

Voit luoda Twitteriin oman profiilisi osoitteessa www.twitter.com. Annettuasi rekisteröitymiskenttään nimesi, sähköpostiosoitteesi tai puhelinnumerosi sekä salasanan pääset luomaan itsellesi käyttäjänimen (esimerkiksi kirjailijanimesi). Käyttäjänimen tulisi olla mahdollisimman mieleenpainuva, sillä sen avulla muut käyttäjät löytävät sinut ja voivat pitää sinuun yhteyttä. Käyttäjänimen vaihtaminen on mahdollista jälkeenkäinkin mutta sitä kannattaa välttää saatuasi seuraajia, joita nimen vaihto voi hämmentää. Pidä käyttäjänimesi lyhyenä, sillä muiden käyttäjien twiitatessa sinulle heidän täytyy sisällyttää käyttäjänimesi viestin 140 merkkiin.

Yksilöllisyys kunniaan

Twitterissä profiilisi on käyntikorttisi, joten se kannattaa luoda ajatuksella ja tehdä siitä mahdollisimman omannäköinen. Profiilin yksilöimistä varten sinulla on käytössäsi useita työkaluja. Panosta hyvälaatuiseen ja erottuvaan profiilikuvaan ja lisää myös kiinnostava otsakekuva erottaksesi massasta. Varmista että kuvat ovat sopivan kokoisia hyvän kuvanlaadun takaamiseksi. Voit myös vaihtaa profiilisi teeman väriä.

Kirjoita kuvaus-kenttään lyhyt, korkeintaan 160 merkin pituinen esittely itsestäsi ja kirjoitasi. Jos sinulla on kotisivut tai oma blogi, voit linkittää sen profiilisi tietoihin. Asetukset-kohdassa voit myös yhdistää Twitterin Facebook-tiliisi.

Parhaat käytännöt: salamannopeaa viestintää

Twitterissä viestit voivat levitä salamannopeasti. Nopea tahti ja twiittien rajattu merkkimäärä on johtanut vuosina omanlaisen kielenkäytön kehitykseen. Näiden muotoseikkojen noudattaminen onkin twiittaamisen A ja O.

Twiittaaminen

Twiitit ovat verrattavissa Facebookin julkaisuihin, mutta Twitterissä käytössäsi on vain 140 merkkiä. Sen puitteissa voit lähettää seuraajillesi lyhyitä viestejä vaikkapa kertoaksesi kirjasta, jonka parissa työskentelet, tai kommentoidaksesi jotain ajankohtaista ja kiinnostavaa tapahtumaa. Voit liittää twiittiisi myös kuvan tai videon. Muut twiittaajat voivat tykätä twiitistäsi ja seurata Twitter-sivuasi, jolloin he tilaavat julkaisemasi twiitit.

Hashtag (#)

Hashtagit ovat twiittiisi avainsanoja, jotka voit luoda merkitsemällä haluamasi sanan tai tunnusteen risuaita-symbolilla. Nämä avainsanat toimivat Twitterissa linkkeinä, joiden avulla voit löytää muita twiittejä samasta aiheesta. Hashtagien avulla voit selvittää seuraajillesi, mistä twiitissäsi tai linkkaamassasi sisällössä on kyse, ja liittää julkaisusi osaksi aiheesta käytyä keskustelua.

Keskusteleminen muiden käyttäjien kanssa

@-merkki yhdistettynä käyttäjätunnukseen toimii kyseisen käyttäjän puhutteluna ja muodostaa linkin tämän profiiliin. Voit vastata toisten twiitteihin myös suoraan painamalla twiitin alta löytyvää "vastaa"-painiketta. Pidä kuitenkin mielessäsi, etteivät twiitit ole yksityisiä, vaan ne näkyvät myös muille käyttäjille.



Laulaja Paula Vesalan esimerkki hyvästä twiitistä. Videon liittäminen twiittiin lisää sen kiinnostavuutta, ja käyttämällä Muitaki Ihmisii -kappaleestaan hashtagia Vesala tarjoaa sen yleiseksi puheenaiheeksi.

[twitter.com/paulavesala/
status/859655103145426944](https://twitter.com/paulavesala/status/859655103145426944)

Uudelleentwiittaaminen

Uudelleentwiittaamalla (retwiittaus, retweet) voit jakaa toisen käyttäjän julkaiseman twiitin, aivan kuten Facebookissakin voit jakaa muiden käyttäjien sisältöjä. Se on näppärä tapa kertoa kiinnostuksesta toisen viestiä kohtaan. Twiitin voi uudelleentwiitata sellaisenaankin, mutta hyvä vaihtoehto on myös lisätä mukaan oma kommentti.

BoD-vinkit

- ✓ Pidä hashtagien määrä pienenä, jotta twiittisi olisivat helppoja lukea. Useimmiten enintään kolme hashtagia riittää.
- ✓ Oikeinkirjoitus on tärkeää myös Twitterissä, etenkin jos haluat vaikuttaa vakavastiotetavalta ja pätevältä keskustelukumppanilta. Käytä kokonaisia lauseita, pidä huoli sisältösi ymmärrettävyydestä ja vältä kirjoitusvirheitä.
- ✓ Twiittaaminen on myös kuuntelemista. Twitter on omiaan mahdollistamaan dialogin seuraajiesi kanssa. Huomioi saamasi kysymykset ja kommentit ja reagoi niihin mahdollisimman nopeasti.
- ✓ Tarkkaile, mitkä twiitit kiinnostavat seuraajiasi eniten, mihin kysymyksiin ja kommentteihin he reagoivat ja minkälaista keskustelua he kanssasi käyvät. Twitter-tilin suosioon ei riitä pelkästään säännöllinen twiittaaminen, vaan twiittien kuuluu olla myös sisällöllisesti mielenkiintoisia ja asiaankuuluvia. Siksi kannattaakin miettiä, kannustaako julkaisemasi sisältö uudelleentwiittaamaan tai vastaamaan ja kuinka hyvin se sopii aiheeltaan tilillesi.
- ✓ Jaa aktiivisesti muiden käyttäjien twiitteja, kommentoi viihdyttäviä julkaisuja ja suosittele muiden kirjailijoiden kirjoja. Pidä kuitenkin huoli siitä, että suurin osa tilisi twiiteistä on omiasi.
- ✓ Kuva kertoo tunnetusti enemmän kuin tuhat sanaa. Kiinnitä seuraajiesi huomio liittämällä twiitteihin välillä myös kuvia tai videota.
- ✓ Älä seuraa heti alussa liian montaa käyttäjää. Jos seuraat huomattavasti enemmän muita twiittaajia kuin mitä sinulla itselläsi on seuraajia, voi se antaa epäuskottavan vaikutelman.

4 Kuva parrasvaloissa: Pinterest ja Instagram

Pinterest

Pinterestin nimi on yhdistelmä sanoista pin (kiinnittää) ja interest (kiinnostus). Palvelu toimiikin virtuaalisena korkkitauluna, johon käyttäjät voivat lisätä kiinnostavia kuvia ja linkkejä. Pinterestillä on 150 miljoonaa käyttäjää maailmanlaajuisesti ja Suomessakin 50 000. Heistä yli 70 prosenttia on naisia. Eniten Pinterestiä käyttävät 20-30-vuotiaat.

Luo virtuaalinen ilmoitustaulusi

Voit rekisteröityä Pinterestiin osoitteessa www.pinterest.com. Suosittelemme luomaan **yritystilin**, sillä sen kautta pääset käyttämään Pinterestin markkinointityökaluja ja analyysitietoja. Pinterest-sivusi ulkoasu määräytyy sen mukaan, minkälaisia kuvia ilmoitustauluillesi kiinnität.

Parhaat käytännöt: visuaalista viestintää

Pinnaaminen sallittu

Pin-lisäykset ovat kuvia, joita voit kiinnittää ilmoitustauluihisi. Pin-lisäys sisältää linkin alkuperäiseen sivustoon, jolta kuva on pinnattu. Voit luoda useita tauluja haluamiesi kategorioiden mukaan ja järjestellä kuvat niihin. Taulut voivat olla joko yksityisiä, jolloin vain sinä voit ne nähdä, tai kaikille julkisia. Pinterest-käyttäjät voivat seurata koko profiiliasi tai pelkästään niitä tauluja, jotka heitä kiinnostavat. Käyttäjät voivat myös tallentaa pin-lisäyksiä omiin tauluihinsa. Pinterestissä profiilisi seuraajien lukumäärä ei ole ratkaisevaa vaan se, kuinka monta kertaa pin-lisäyksiä pinnataan uudestaan. Parhaimmillaan pinnaamasi sisältö voi levitä lumipalloefektin tavoin.

Katseenkiinnittäjä: ilmoitustaulusi

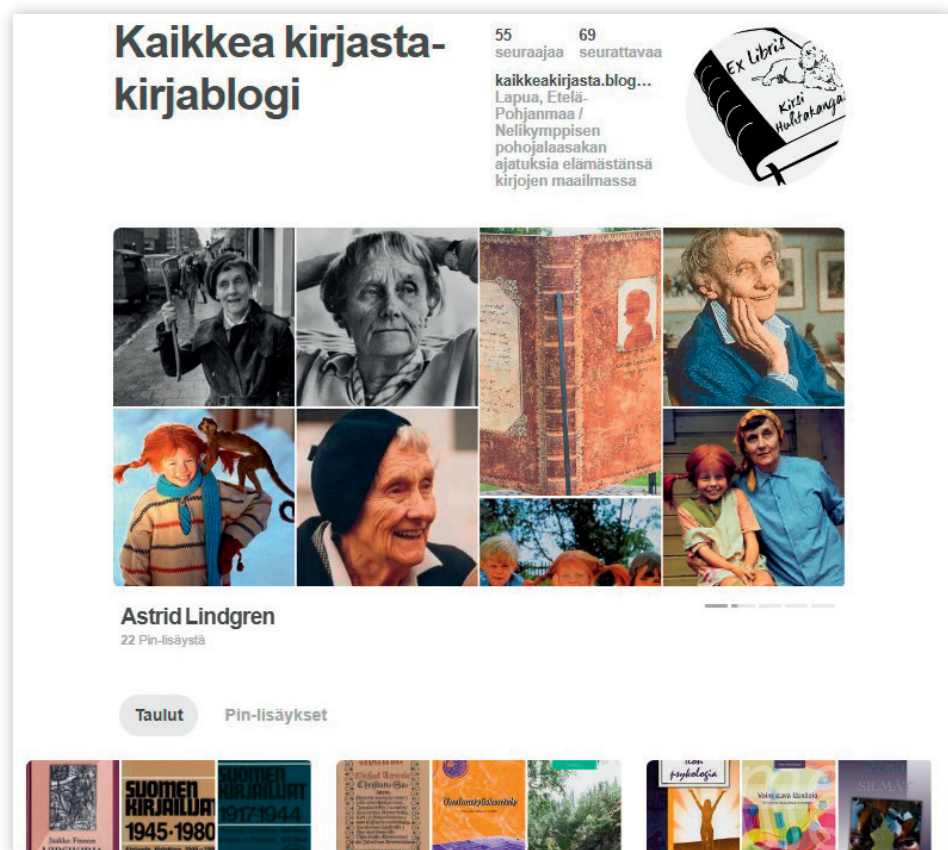
Taulut ovat vapaasti luomiasi kategorioita, joihin voit järjestellä pin-lisäyksiä. Luo eri kategorioille omat taulunsa. Mieti eri teemoja mahdollisimman luovasti ja pyri monipuolisuuteen. Voit hakea inspiraatiota taulujesi aiheiksi listastamme:

- Kerää kuvia paikoista, jotka esiintyvät kirjassasi
- Lisää kirjasi päähenkilöille ominaisia kuvia. Miltä he näyttävät ja mitä he tekevät?
- Lataa tulevan kirjasi kansikuvavaihtoehtoja Pinterestiin ja kysy lukijoiltasi ja seuraajiltasi heidän mielipidettään
- Näytä rakkaimmat kirjoituspaikkasi
- Paljasta jotain omista harrastuksistasi, lempikirjoistasi jne.

Jos kirjoitat **tietokirjoja**, voit järjestää taulusi asiantuntija-aiheesi ympärille. Voit ladata esimerkiksi kuvia luennoitasi ja tapahtumistasi tai työpisteeltäsi.

Kaikkea kirjasta -blogin Pinterest-sivusto hyvä esimerkki siitä, kuinka monenlaisia tauluja Pinterestiin voi luoda. Yritystilillä voit luoda myös näyteikkunan, johon voit nostaa esille haluamiasi tauluja. Kaikkea kirjasta -sivulla näyteikkunaan on nostettu mm. Astrid Lindgren -aiheinen taulu.

www.pinterest.com/kaikkeakirjasta/



BoD-vinkit

- ✓ Tallenna muiden käyttäjien sopivia pin-lisäyksiä tauluillesi. Näin pääset verkostoitumaan ja saat huomiota sisällöillesi.
- ✓ Seuraajiasi kiinnostaa nähdä ajankohtaisuus ja uudet pin-lisäykset. Julkaise siis säännöllisesti ja pidä taulusi aina ajan tasalla.
- ✓ Älä lisää kuvia pelkästään kirjoistasi. Pinterestissa ajanviete ja viihtyminen ovat etualalla, joten pidä huoli, että tarjoat seuraajillesi kiinnostavaa ja monipuolista sisältöä. Pyri löytämään kultainen keskitie viihdyttämisen ja mainonnan välillä.

Instagram

Kuten Pinterest, myös Instagram-palvelu keskittyy kuvamateriaalin jakamiseen. Instagram perustettiin 2010 ja se on tätä nykyä Facebookin omistuksessa. Tähän mennessä Instagramissa on julkaistu yli 34 miljardia kuvaa, ja palvelulla on puoli miljardia käyttäjää. Suomessa Instagramia käyttää 1,1 miljoonaa ihmistä, joista suurin osa on 15-25-vuotiaita.

Oma Instagram-kanavasi

Instagram on tarkoitettu pääasiassa mobiilikäyttöön. Voit ladata sovelluksen maksutta älypuhelimesi sovelluskaupasta ja rekisteröityä käyttäjäksi syöttämällä haluamasi salasan ja käyttäjänimen. Profiiliin kannattaa lisätä linkki kotisivuillesi tai blogiisi, josta kiinnostuneet löytävät sinusta ja kirjoistasi enemmän tietoa.

Instagramia ei ole suunniteltu tietokonekäyttöön. Käyttäjänä voit selata, tykätä ja kommentoida kuvia koneella osoitteessa www.instagram.com, mutta omien kuviesi julkaiseminen ja lataaminen toimii pääasiassa kännykällä.

Parhaat käytännöt: elämää kulissien takana

Hyvännäköiset kuvat puhuttelevat

Puhuttelevilla ja omaperäisillä kuvilla voit saada huomiota nopeasti. Panosta mielenkiintoisiin valokuviin ja hyödynnä Instagramin suodattimia ja kuvankäsittelymahdollisuuksia. Suodattimilla voit muuttaa helposti kuvan tunnelmaa: voit tavoitella vanhan dia- tai mustavalkofilmin tunnelmaa, käyttää lämpimän sävyjä tai valita viileän värimaailman ja vahvan kontrastin. Voit käyttää myös kehyksiä kuvassasi. Kuvien lisäksi Instagramissa voi julkaista myös videoita.

Instagramissa on mahdollista julkaista kuvia ja videoita myös "tarinoina": nämä ovat näkyville muille käyttäjille 24 tunnin ajan ja katoavat sitten. Tarina-ominaisuuden avulla voit kertoa päivästäsi tai vaikkapa kirjatapahtumasi kulusta useilla kuvilla ilman, että ne tallentuvat profiiliisi.

Tule löydetyksi

Kirjoita julkaisulle kuvateksti ja lisää siihen hashtag-tunnisteita. Kuten Twitterissä, risuaidalla merkityt hashtagit toimivat hakusanoina, joilla muut käyttäjät voivat löytää kuvasi ja näin ollen myös profiilisi. Voit merkitä kuvaan myös muita Instagram-käyttäjiä ja lisätä julkaisuun sijainnin.

Kirjailija Sofi Oksanen näyttää mallia, kuinka kuvatekstiin voi upottaa linkkeinä toimivia hashtageja ja mainita muita Instagram-käyttäjiä. Instagramissa voit näyttää itsestäsi myös rennomman puolen.

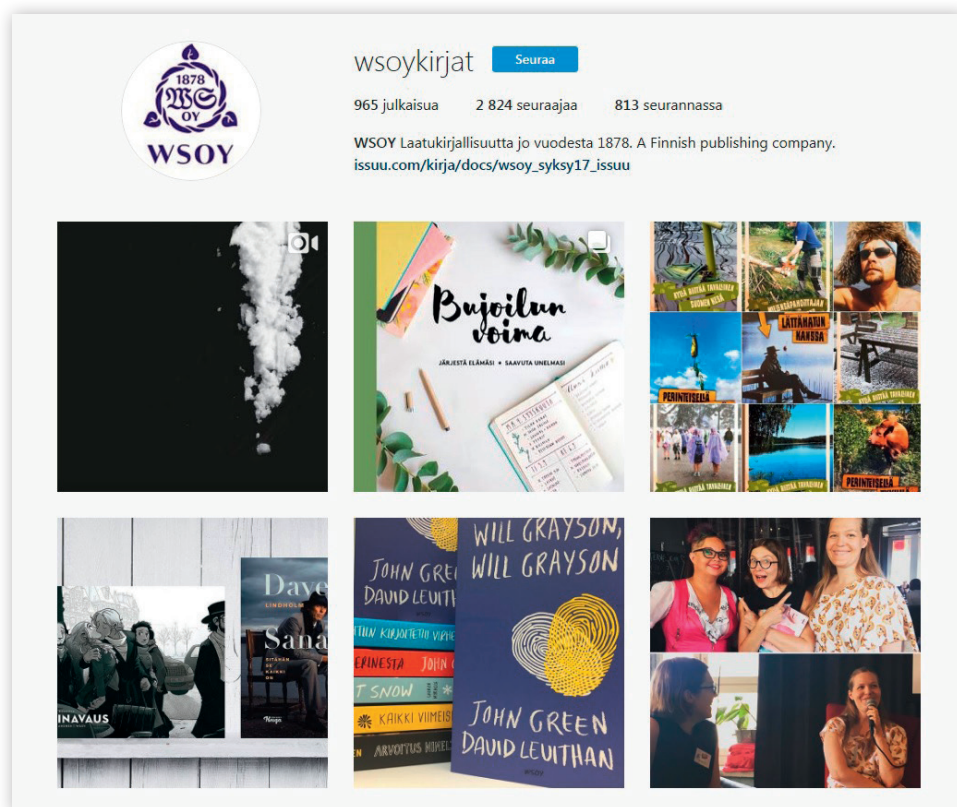
www.instagram.com/p/BUCbeS5DxUb/?taken-by=sofioksanen



BoD-vinkit

- ✓ Instagramissa voit luontevasti tarjota lukijoillesi näkymiä „kulissien takaa”. Näytä vilauksia elämästäsi esimerkiksi julkaisemalla kuvan työhuoneestasi tai yksityiskohtia kirjastasi.
- ✓ Instagramin suuri etu on, että voit julkaista kuvia välittömästi, missä ikinä oletkin. Välitä lukijoillesi tunnelmia lukutilaisuuksistasi ja muista kirjatapahtumistasi postaamalla kuvia paikan päältä.
- ✓ Pelkät hyvät kuvat eivät vielä riitä. Muista kertoa kuvatekstissä, mistä kuvassa on kyse, ja lisää hashtagilla avainsanoja.
- ✓ Kuten muutkin sosiaaliset verkostot, myös Instagram perustuu vastavuoroisuudelle. Seuraa kiinnostavia käyttäjiä ja reagoi aktiivisesti muiden kuviin tykkäämällä ja kommentoimalla.

WSOY:n Instagram-tili tarjoaa hyvän esimerkin monipuolisesta Instagramin hyödyntämisestä. Aihepiirit vaihtelevat ja julkaisuissa on hyödynnetty valokuvia ja videoita.



www.instagram.com/wsoykirjat/

5 Lukupiiripalvelut

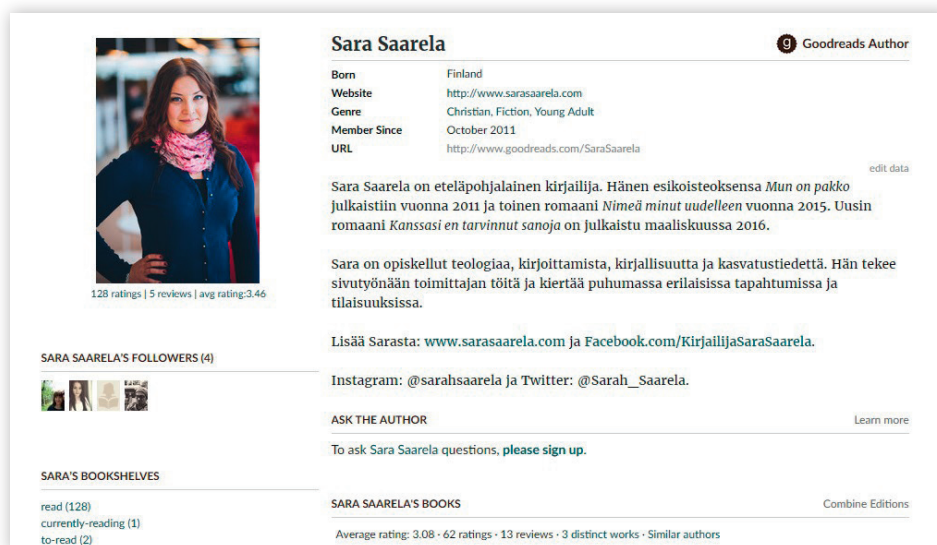
Sosiaalisen median kanavien lisäksi suosittellemme olemaan aktiivinen erilaisilla kirjallisuusfoorumeilla ja social reading -palveluissa. Näissä kanavissa voit nostaa esille kirjoja, pysyä kärryllä muiden kirjailijoiden teoksista ja vaihtaa arvokkaita vinkkejä kirjoittamisesta ja kirjoista.

Goodreads

Goodreads on virtuaalinen kirjansuositteluyhteisö, jossa jäsenet voivat jakaa lukukokemuksiaan, julkaista kirja-arvosteluja ja saada suosituksia arvioimiensa kirjojen perusteella. Goodreadsilla on 55 miljoonaa jäsentä, ja vaikka sivusto onkin pääasiassa englanninkielinen, sieltä löytyy myös suomenkielisiä ryhmiä. Liittymällä jäseneksi voit olla henkilökohtaisesti yhteydessä lukijoihisi ja keskustella niin omista kirjoistasi kuin muistakin kirjallisuuteen liittyvistä aiheista. Samalla voit pitää kirjaa teoksista, jotka olet jo lue-
nut tai haluat lukea.

Kirjailija Sara Saarela näyttää esimerkkiä onnistuneesta Goodreads-profiilista.

[www.goodreads.com/
author/show/5227134.
Sara_Saarela](http://www.goodreads.com/author/show/5227134.Sara_Saarela)



Sara Saarela Goodreads Author

Born Finland
Website <http://www.sarasaarela.com>
Genre Christian, Fiction, Young Adult
Member Since October 2011
URL <http://www.goodreads.com/SaraSaarela> edit data

Sara Saarela on eteläpohjalainen kirjailija. Hänen esikoisteoksensa *Mun on pakko* julkaistiin vuonna 2011 ja toinen romaani *Nimeä minut uudelleen* vuonna 2015. Uusin romaani *Kanssasi en tarvinnut sanoja* on julkaistu maaliskuussa 2016.

Sara on opiskellut teologiaa, kirjoittamista, kirjallisuutta ja kasvatustiedettä. Hän tekee sivutyönään toimittajan töitä ja kiertää puhumassa erilaisissa tapahtumissa ja tilaisuuksissa.

Lisää Sarasta: www.sarasaarela.com ja [Facebook.com/KirjailijaSaraSaarela](https://www.facebook.com/KirjailijaSaraSaarela).
 Instagram: @sarahaarela ja Twitter: @Sarah_Saarela.

ASK THE AUTHOR Learn more
 To ask Sara Saarela questions, [please sign up](#).

SARA SAARELA'S BOOKS Combine Editions

Average rating: 3.08 - 62 ratings - 13 reviews - 3 distinct works - Similar authors

SARA SAARELA'S FOLLOWERS (4)

SARA'S BOOKSHELVES
 read (128)
 currently-reading (1)
 to-read (2)

128 ratings | 5 reviews | avg rating: 3.46

6 Apuvälineitä menestykseen sosiaalisessa mediassa

Social media imagemaker

www.autreplanete.com/ap-social-media-image-maker/

Ranskalaisen Autre Planète -yrityksen maksuton Social media imagemaker on näppärä palvelu, jonka avulla voit luoda sopivia profiili- ja taustakuvia tunnetuimpiin sosiaalisen median kanaviin. Valitset sivulta vain sopivan palvelun ja kuvatyyppin (esimerkiksi kansikuva Facebookiin), lataat koneeltasi haluamasi kuvan jpg- tai png-tiedostona, valitset kuvallesi tahtomasi suodattimen ja asetukset, ja uusi kuvatiedosto on valmis ladattavaksi koneellesi.

BufferApp

www.bufferapp.com/

Jokainen sosiaalisessa mediassa aktiivisesti toimiva tietää kuinka paljon aikaa ja vaivannäköä julkaisujen säännöllinen postaaminen vaatii. Buffer-sovellus helpottaa päivitysten julkaisemista eri kanavissa. Maksuttoman sovelluksen avulla voit luoda julkaisuja samanaikaisesti mm. Twitterissä, Facebookissa, Instagramissa ja monilla muilla alustoilla. Voit ajastaa niiden julkaisuajankohdan. Lisäksi Bufferissa on mahdollista seurata tilastoja muiden käyttäjien sitoutumisesta julkaisuihisi.

7 Oikeiden kanavien löytäminen

Sosiaalisen median palveluita valitessa kannattaa pitää mielessä, ettei ole yhtä oikeaa kanavaa. Pikemminkin eri kanavilla on omat toimintatapansa ja kohdeyleisönsä, ja ne eroavat julkaistavien sisältöjensä ja medioidensa puolesta. Sinun kannattaa olla läsnä siellä, missä kohdeyleisösi on. Erityisen suosittu sosiaalisen median palvelut kuten Facebook ja Instagram ovat erinomaisia paikkoja aloittaa.

Ole aktiivinen ja kommunikoi mahdollisimman tehokkaasti yhteisösi kanssa. Pidä huoli julkaisujesi ajankohtaisuudesta ja ota osaa keskusteluihin myös oman profiilisi ulkopuolella. Muista, että sosiaalisessa mediassa kyse on verkostoitumisesta. Seuraajien keräilyttäminen vaatii työtä ja aikaa, joten ole kärsivällinen.

Sopivaa sisältöä sosiaaliseen mediaan

Kirjoitatko kaunokirjallisuutta? Postaa julkaisuja kirjoitasi ja kerro tämänhetkisistä kirjoitustöistäsi. Kerro kirjojesi päähenkilöistä, linkitä lukunäytteitä ja mainosta tulevia kirjatapahtumiasi. Näytä missä ja miten työskentelet ja kerro, mikä tekee sinusta kirjailijan.

Oletko tietokirjailija? Tuo asiantuntijuutesi esille. Julkaise linkkejä ja muita postauksia osaamisalueesi liittyen, hyödynnä osuvia hashtagia ja nosta esille omia kirja-arvosteluitasi.

BoD-vinkkejä

- ✓ Edustivatpa kirjasi mitä genreä tahansa, luo oma kirjailijasivusi sosiaalisen median palveluihin, jotta lukijasi löytävät sinut. Voit tuoda itseäsi esiin kirjailijana tai luoda kirjallesi oman sivun.
- ✓ Ole aktiivinen Facebookissa. Se on suosituin sosiaalisen median palvelu ikäluokasta ja sukupuolesta riippumatta, joten siellä olet mahdollisimman monen käyttäjän tavoitettavissa. Twitter on hyvä kanava ajankohtaisten keskustelujen käymiseen, kun taas Instagram ja Pinterest ovat omiaan, kun haluat välittää lukijoillesi autenttisen kuvan työstäsi ja itsestäsi kirjailijana.
- ✓ Liity social reading -palveluihin ja osallistu aktiivisesti keskusteluun kirjallisuusforumeilla. Näissä palveluissa voit tehdä kirjojesi tunnetuksi, saada kirja-arvosteluita ja olla henkilökohtaisesti lukijoihisi yhteydessä.
- ✓ Hyödynnä ammatillista verkostopalvelua LinkedInia mainitsemalla myös kirjailijanurastasi ja kirjoitasi profiilissasi.

Lähteet

Facebook

<https://www.statista.com/statistics/346167/facebook-global-dau/>

<https://www.mikrobitti.fi/2017/01/sosiaalinen-media-2017-voittajat-ja-haviaijat/>

<https://harto.wordpress.com/2017/03/29/suomalaiset-sosiaalisessa-mediassa-q12017/>

Twitter

<https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/>

Pinterest

<https://www.forbes.com/sites/kathleenchaykowski/2016/10/13/pinterest-reaches-150-million-monthly-users/#407a5835732e>

<https://harto.wordpress.com/2017/03/29/suomalaiset-sosiaalisessa-mediassa-q12017/>

http://im.mtv.fi/blob/4941078/6c812d65a85598db50814610bd1da47b/suomalaisten-sosiaalisen-median-kaytto-2015-mtv-white-paper-data.pdf?utm_campaign=NTF_pdf_Some2015%3Aeimarklupa&utm_medium=email&utm_source=Eloqua

Instagram

<http://www.statisticbrain.com/instagram-company-statistics/>

https://www.audienceproject.com/wp-content/uploads/social_media_and_apps_nordics.pdf

Goodreads

www.statista.com/statistics/252986/number-of-registered-members-on-goodreadscom/

Books on Demand GmbH
Mannerheimintie 12 B
00100 Helsinki

Yhteystiedot

Asiakaspalvelumme vastaa kaikkiin kysymyksiin kirjaprojektiisi liittyen.
Tavoitat meidät arkisin klo 9.30-17.00.

Puh. 09-2516 6349
info@bod.fi
www.bod.fi

 | **BoD Suomi**

 | **@bodsuomi**

 | **@bodsuomi**