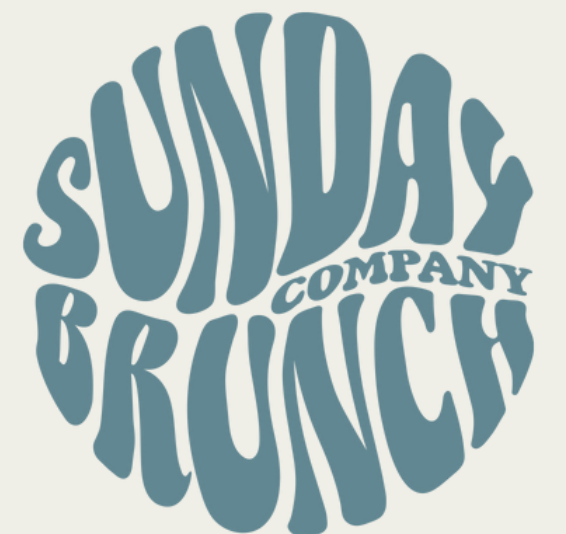


LinkedIn koulutus yrittäjille

Annika Räihä

Sunday Brunch Company

www.sundaybrunchcompany.com



ANNIKA RÄIHÄ

- Maksetun markkinoinnin palkittu ammattilainen yli 15 vuoden kokemuksella
- Monikanavainen mediasuunnittelu ja ostaminen
- Toimii tällä hetkellä markkinoinnin strategisena kumppanina sekä yhden naisen mediatoimistona asiakkailleen mm. Reima, Kuntaliitto, Ruka, Pyhä, Edita Prima ja Vierumäki
- Kouluttanut mediasuunnittelussa/maksetun mainonnan ja sosiaalisen median strategiassa lisäksi myös useita mediataloja ja suunnittelutoimistoja mm. Sanoma, MTV, Alma ja Parcero.



AGENDA

Sosiaalisten medioiden käyttö
Suomessa

Sosiaalisen median trendit 2025

LinkedIn alustana

Hyvä LinkedIn sivu + profiili

Hyvän LinkedIn postauksen
anatomia

LinkedIn mainonta

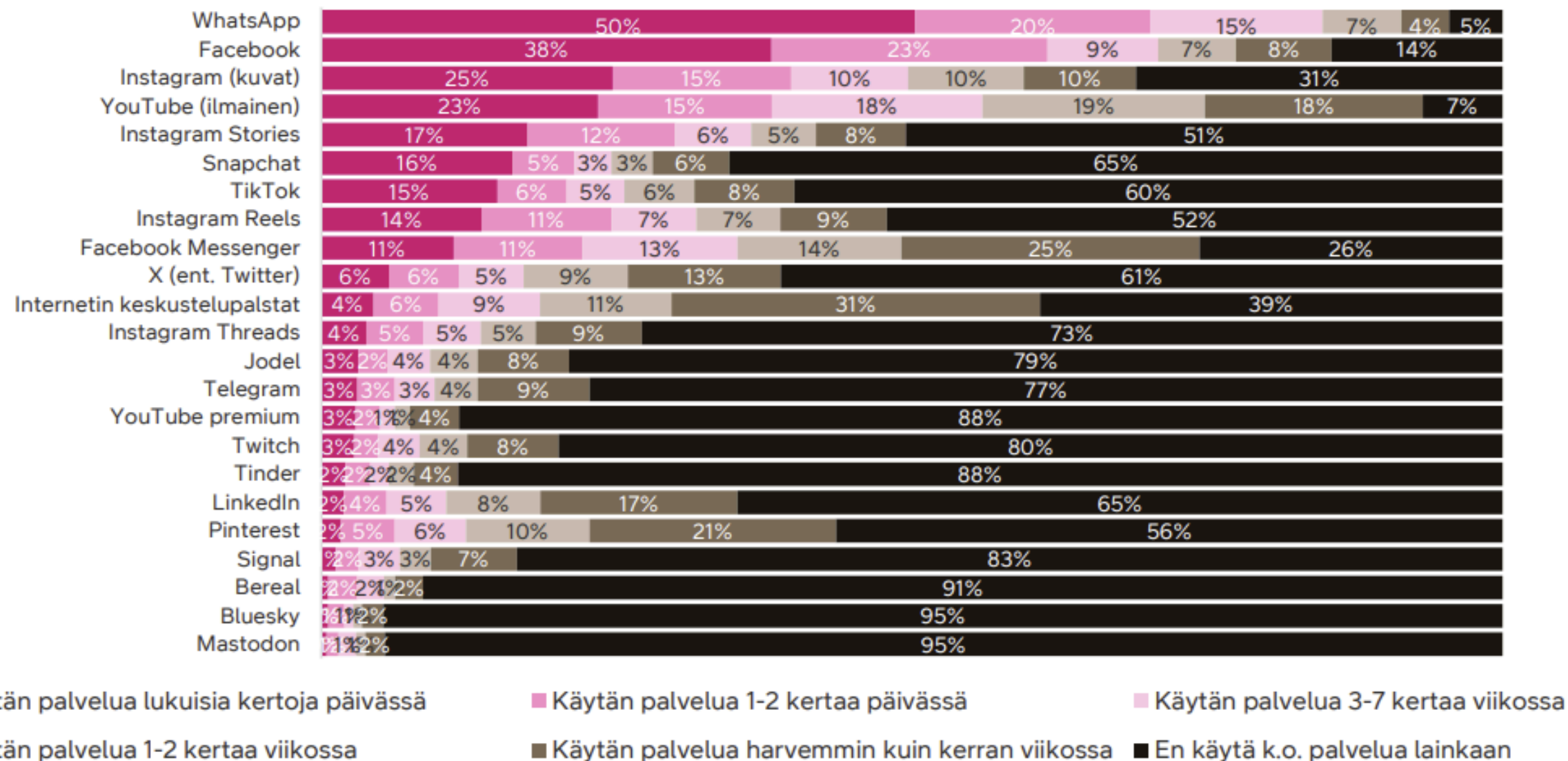
Vinkit rekryilmoitukseen
LinkedInissä

Sisältösuunnitelman tekeminen

VALTAOSA SUOMALAISISTA KÄYTTÄÄ SOSIAALISTA MEDIAA PÄIVITTÄIN

Käytetyimmät sosiaalisen median kanavat ovat WhatsApp, Facebook, Instagram (kuvat) ja YouTube:n ilmaisversio. Puolet suomalaisista käyttää WhatsAppia lukuisia kertoja päivässä.

Käytetyt sosiaalisen median kanavat



TÄRKEIMMÄT SISÄLTÖÄ OHJAAVAT TEEMAT 2025

1

Autenttisuus

Inhimillisuus
persoonallisuus
tarinankerronta
oma ääni
seuraajien ottaminen
mukaan matkalle

2

Leikkisyys

huumori
ei liian vakavasti
asioihin suhtautuminen
kokeilunhalu
uteliaisuus
Tämän teeman voi
jättää LinkedInissä
vähemmälle huomiolle,
vaikka on hyvä
erottautumistekijä

3

Lisäarvo

mielenkiintoinen
hyödyllinen
asiantunteva
ajatusjohtajuus
näkökulmien ja
löydösten jakaminen

4

Rentous

Ystävällinen
ei liian kuratoitu
lähestyttävä
keskusteleva

5

Reagoiva

Alan uutisiin ja
tutkimuksiin kantaa
ottava
Kommentteihin
vastaava
Muiden keskustelun
aloitukseen osallistuva

LinkedIn

NÄITÄ KANNATTAA AINAKIN MIETTIÄ ENSIN

- Kuka on viestinnän kohderyhmä? Onko yrityksesi sidosryhmät LinkedInissä vai jossain muussa sosiaalisen median kanavassa? Esim. isomman yrityksen päättäjät ovat LinkedInissä, pienten yritysten omistajat yleensä muualla
- Haluaako yritys/ sinä olla LinkedInissä aktiivinen toimija vai käyttää sitä enemmän mainosalustana?
- LinkedInissä yritykset voivat julkaista ja viestiä - ja kannattaakin - mutta suurin vaikuttavuus tulee yrityksen henkilöiden aktiivisuudesta. Oletko itse valmis olemaan henkilönä aktiivinen LinkedInissä? Miten saat työntekijäsi aktivoitua?
- Millainen on brändisi? Varmista, että kommunikaatio somessa on linjassa yrityksesi brändin kanssa

Hyvän LinkedIn postauksen anatomia



Pratik Thakker 

@PratikThakker

Reality:

I got my driving license

LinkedIn: 😂

I am honored and thrilled to announce that I have been selected among the top 5 applicants who participated in the professional and the most-respected exam which evaluates the skills and ability to operate fuel-based vehicles. I cannot wait to see what the next chapter holds, and I cannot express my appreciation to the ministry of transportation, Wendy's, Google, NASA, my neighbors who supported me during this difficult journey.

VINKIT HYVÄÄN POSTAUKSEEN

- Jos jaat jonkun toisen postaamaan sisällön, muista aina kirjoittaa omat saatesanat aiheeseen / oma näkökulma!
- Postaus on hyvä aloittaa kysymyksellä tai sellaisella lauseella, joka saa ihmisen pysähtymään
- Mieti, mitä tahoja voisit merkitä julkaisuun mukaan; lisäämällä (mahdollisimman luontevasti) mukaan eri ihmisiä, yrityksiä jne. lisäät huomattavasti sekä postauksen kattavuutta että saat yleensä tägätyt ihmiset jakamaan/tykkäämään/kommentoimaan postausta
- Muista hashtagit! Nämä ovat edelleen relevantteja LinkedInissä ja lisäävät todennäköisyyttä osua oikeiden silmäparien eteen
- Tykkäykset ja kommentoinnit lisäävät postauksen kattavuutta; jos sinulla on linkki jota haluat jakaa, lisää se kommentteihin. Vastaile aktiivisesti postaukseen tulleisiin kommentteihin myös itse!
- Lisäämällä kuvan tai videon saat enemmän näkyvyyttä kuin pelkällä tekstillä

ESIMERKKIPOSTAUKSIA

Postaus, jossa tägäykset, hashtagit ja sisältö suunniteltu kattavuutta ajatellen.

Tulokset:

Annika Rähä posted this • 2mo



Harvoin saa yhtä paljon positiivista palautetta yhdestä markkinointituntista kuin meidän [Rukakeskus Ltd / Pyhätunturi Ltd](#) tiimi on saanut tästä [Stockmannin](#) näyteikkunatoteutukse ...show more

Discovery ⓘ

13,708
Impressions

8,939
Members reached

Video performance ⓘ

6,157
Video Views

30h 59m 54s
Watch time

18s
Average watch time

Engagement ⓘ

Reactions 323 →

Comments 43 →

Reposts 1 →

Postaus, jossa on jaettu toisen tekemä julkaisu, mutta haettu kattavuutta:

Annika Rähä reposted this • 3w



Medianäätä osteli vähän printtimainontaa ja kieltämättä hippusen herkistää, että oltiin Pyhän kanssa [Kauppalehti](#) Option viimeisimmäksi jääneessä numerossa. ...show more

Discovery ⓘ

3,792
Impressions

2,340
Members reached

Engagement ⓘ

Reactions 104 →

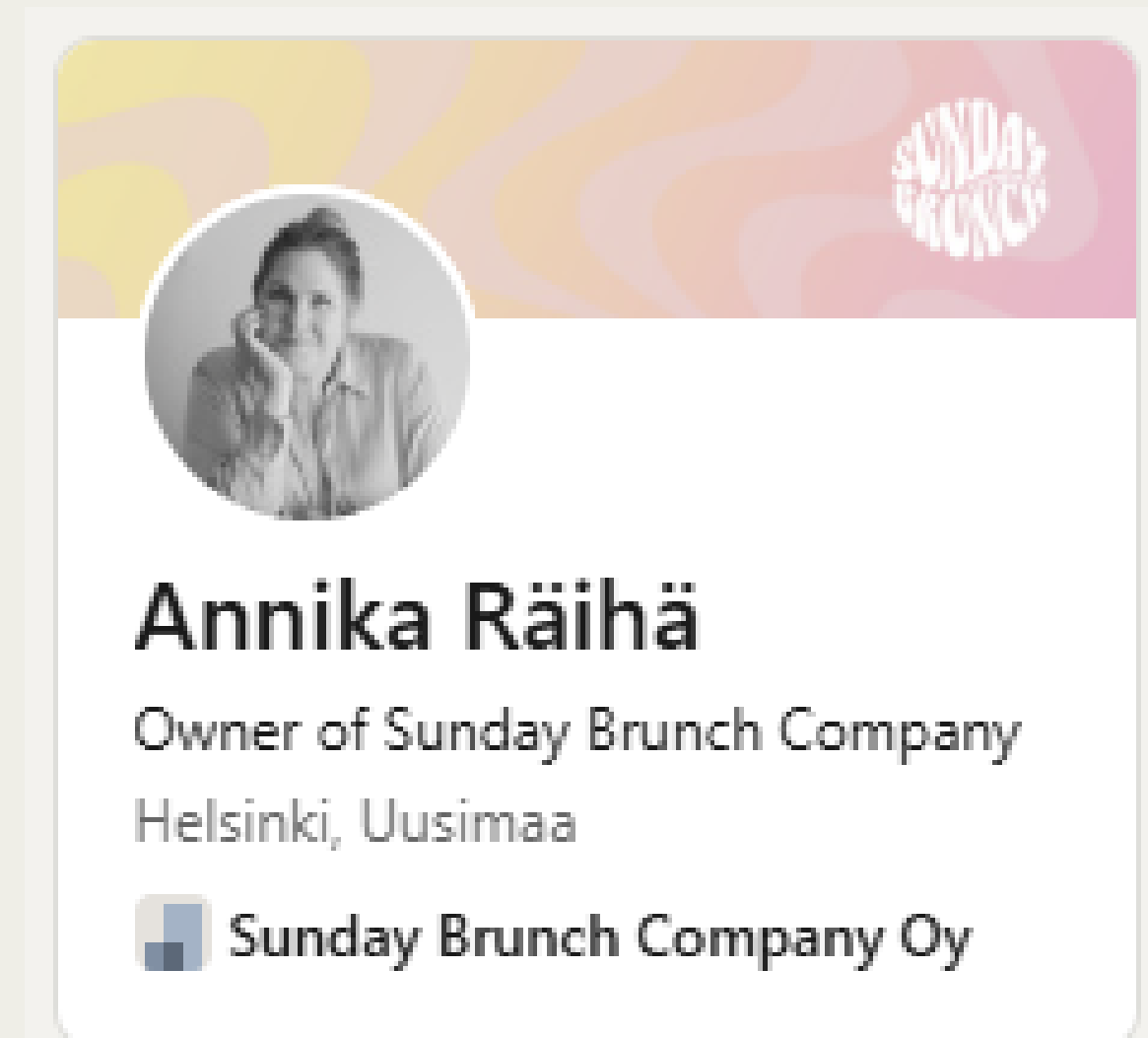
Comments 17 →

Reposts 1 →

Vinkit hyvään

LinkedIn

profiiliin



YRITYSPROFIILIN TSEKKILISTA

- Varmista, että perusasiat on ainakin kunnossa:
 - profiilikuva on mieluiten yrityksen logo ja taustakuva jokin yritystä kuvaava, esim. sitaatti kivalla taustalla, kuva henkilöstöstä/toimipaikasta/parhaista tuotteista
 - mieti millä kielellä kuvauksen laadit; jos asiakkaita on ulkomailla tai haluat rekrytää ulkomaisia työntekijöitä, valitse kieleksi englanti
 - yrityksen kuvaus / about section: houkutteleva tiivis kuvaus yrityksestä ja sen toiminnasta; keitä olette, mitä tarjoatte, miksi olette kiinnostavia
 - lisää perustietoihin yrityksen osoite ja verkkosivut, älä unohda merkitä yrityksen toimialaa ja kokoa - tämä vaikuttaa siihen miten yritystäsi suositellaan seurattavaksi ja kenelle julkaisujasi näytetään
- Mieti kuvaustekstiä myös SEOn näkökulmasta; käytä avainsanoja esim. ohjelmakehitys, puunjalostus, urheiluseura jne.

HENKILÖPROFIILIN TSEKKILISTA

- Varmista tässäkin, että perusasiat ovat ainakin kunnossa:
 - profiilikuva asiallinen - persoonallinen saa toki olla! Profiilikuvan poisjättäminen voi näyttää feikkiprofiililta tai ainakin vain huonosti tehdyttä
 - taustakuvan kanssa voi käyttää mielikuvitusta, voit lisätä sinne lempisitaattisi, jos olet yrittäjä esim. yrityksesi logon jne.
 - mieti millä kielellä laadit tekstit. LinkedInin yleinen kieli on englanti profiileissa vaikka postaukset tekisitkin suomeksi
 - lisää työhistoria aikajanelle ja kuvaukset työtehtävistäsi, erityisesti viimeisen 10 vuoden aikana
 - pyydä vanhoilta työkavereilta/esimiehiltä/asiakkailta suosituksia/recommendations
 - lisää rohkeasti työnäytteitä, nettisivut jne varsinkin jos olet yksityisyrittäjä/työntekijä ja haluat potentiaalisten asiakkaiden /headhuntereiden kiinnittävän huomiota
 - Lisää skills-osioon osaamasi taidot teknologioista ja koodikielistä lähtien ja pyydä tuttuja endorsaamaan näitä, ole tässä ihan rohkea ja mieti mitä amerikkalainen kollega sinun tilanteessasi lisäisi listaan :)

Vinkkejä

rekry-

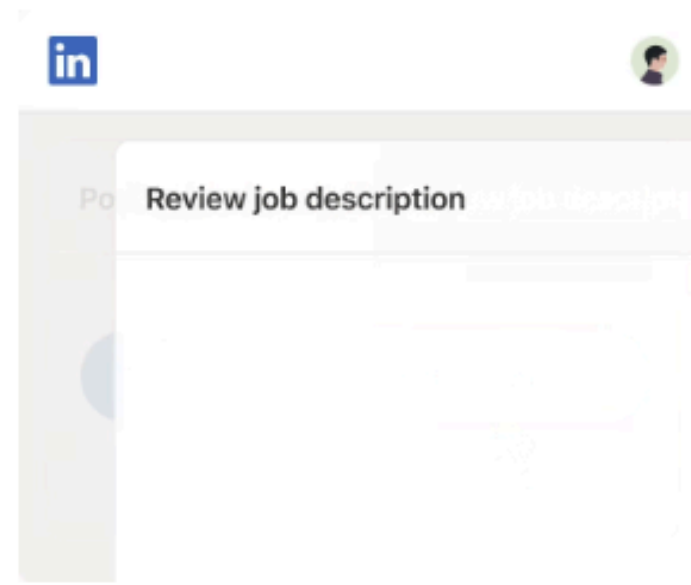
ilmoitteluun

LinkedInissä

Jobs
Manage your page's job posts.

[Post a job for free](#)

[Open](#) [Draft](#) [In review](#) [Paused](#) [Closed](#)



You haven't posted any jobs yet

Post a job in minutes and reach qualified candidates you can't find anywhere else.

[Post a job for free](#)

REKRYILMOITTELU ILMAISEKSI LINKEDINISSÄ

1. Tee postaus yrityksen LinkedIn profiiliin

- Postauksen alkuun selvästi, että etsitään työntekijää “We are hiring” “Hausssa uusi työkaveri” jne.
- Avaa postauksessa työnkuvaa, kerro minkälainen työpaikka on jne. ja ohjaa suoraan linkillä sivulle, josta löytyy lisätietoa ja haku
- Mahdollisuuksien mukaan lisää kuva tai video, mielellään sellainen jossa on aitoja ihmisiä
- käytä relevantteja hashtageja kuten #rekry #työpaikat #hiring, sekä alakohtaisia avainsanoja
- Pyydä työntekijöitä ainakin peukuttamaan postausta, mielellään myös jakamaan.
- Muista, että työpaikkailmoitus on yrityksesi bränditeko, käytä tämä mahdollisuus siis hyväksesi

REKRYILMOITTELU ILMAISEKSI LINKEDINISSÄ

2. Pyydä ainakin tulevaa esimiestä tekemään aiheesta oma LinkedIn postaus tai ainakin jakamaan yrityksen sivujen postaus omilla saatesanoilla; on suuri todennäköisyys, että olemassaolevien työntekijöiden verkostosta löytyy oikeanlaisia hakijoita

3. Tee yrityksen LinkedIn sivujen jobs-osioon ilmainen rekryilmoitus:

- Mene yrityksen LinkedIn sivuille, valitse sieltä Jobs-osio
- Klikkaa “Post a job for free” ja seuraa ohjeita
- Kuvaile työroolin lisäksi yrityksen toimintaa esim. mitä yritys tekee, mitkä tulevaisuuden visiot ovat, millainen työkuulttuuri on jne. - tämä tietysti mahdollisimman houkuttelevasti
- Huom! Aina jos on mahdollista, ohjaa hakemaan johonkin muualle kuin LinkedIniin ÄLÄKÄ käytä LinkedInin toimintoa, jossa voi hakea pelkällä LinkedIn profiililla, muuten hukut turhiin hakemuksiin
- Jobs-osion ilmoitukset saavat todennäköisesti vähän näkyvyyttä orgaanisesti, 1. ja 2. kohdat ovat ilmaisessa näkyvyydessä tärkeämmät

REKRYILMOITUKSEN MAINONTA LINKEDINISSÄ

- Helppo vaihtoehto: Jobs-osion työpaikkailmoituksen buustaus päiväbudjetilla
 - Mene yrityksesi profiilin jobs-osioon, johon olet työpaikkahakemuksen luonut
 - valitse tekemästä ilmoitus ja “promote job”
 - Valitse päiväbudjetti
 - Valitse sopiva kohderyhmä (mieti kannattaako tehdä valtakunnallisena vai esim. maakuntakohtainen rajausta): ammattinimike, toimiala, hakijan työkokemus vuosina
 - Klikkaa launch ja seuraa mitä tapahtuu :)
 - voit vaihtaa budjettia tai kohderyhmän rajausta rekryn edetessä, mikäli on tarvetta
- Voit myös nostaa yrityksen rekrypostauksen (siis sen feed-postauksen, ei job-osion rekryilmoitusta) sponsoroituna mainontaan, “sponsored content” mainostyyppinä. Katso tarkemmat ohjeet [täältä](#)
- ekstravinkki: kannattaa kohdentamiseen hyödyntää alaa tai spesifejä taitoja enemmän kuin ammattinimikkeitä

Sisältösuunnitelman luominen

SOPIVIEN TEEMOJEN KARTOITUS

- Mieti postausta tehdessäsi aina, miksi se olisi lukijalle mielenkiintoinen - LinkedIn on sosiaalinen kanava, ei tiedotuskanava --> jos haluat saada seuraajia, näkyvyyttä ja kommentteja, tällä on iso merkitys
- Mieti itsellesi/ yrityksellesi luontaisia teemoja, näitä voi ainakin olla (ja AI auttaa keksimistä)
 - toimialaasi vaikuttavat yleiset uutiset, esim. Yhdysvaltojen tuontitullit, raaka-aineiden hinnan nousu, inflaatio, turismin määrä, asuntokaupan kehitys jne.
 - toimialaan liittyvä tutkimustieto
 - yrityksesi uutiset esim. uudet asiakkaat, investoinnit, tapahtumat joihin osallistutte, uudet tuotteet
 - työnantajamielikuva: työntekijöiden esittelyt, rekryilmoitukset, kickoffit/koulutusmatkat/pikkujoulut
 - itseäsi lähellä olevat teemat mm. nuorten työllistyminen, töissä jaksaminen, järjestötoiminta

TEKOÄLY AVUKSI SISÄLLÖN TUOTTAMISEEN

- Jos aiheiden tai näkökulmien keksiminen tuottaa haasteita, suosittelen käyttämään esim. ChatGPT:ta apuna
- Muista kuitenkin, että henkilökohtainen ote on paras; älä postaa suoraan AI:n tuottamaa sisältöä, sillä somealusta myös tunnistaa että se on tekoälyn tekemää ja voi rajoittaa näkyvyyttä tämän takia
- Varmista, että tiedät aiheesta, josta kirjoitat, jotta pystyt tarvittaessa osallistumaan keskusteluun ja vastaamaan kommentteihin, etkä vahingossa postaa tekoälyn hallusinoimaa sisältöä, joka ei vastaa todellisuutta
- LinkedInissä on nykyään paljon AI:lla tuotettua kuvamateriaalia, tämä ei tehokeinona oikein enää toimi, “uutuusviejätys” on jo mennyt eli tee se mieluummin överinä tai käytä oikeita kuvia. Kuvapankkikuvia en suosittelen

ESIMERKKI CHATGPT:N KÄYTÖSTÄ SISÄLTÖKALENTERIN LUOMISESSA

Hyödynnä promptauksessa eli pyynnössä firman nettisivuja tai muuta materiaalia, jotta GPT ymmärtää paremmin, mistä yrityksessäsi on kyse. Pyydä selvästi mitä haluat ja kuinka monesta teemasta haluat kommunikoida, 3-5 teemaa riittää erinomaisesti:

Voitko auttaa tekemään LinkedIniin sisältösuunnitelman tälle yritykselle: <https://businesssteuva.fi/> Haluamme olla asiantuntijaorganisaatio, mutta helposti lähestyttävä. Haluamme 4-5 eri sisältöteemaa

ESIMERKKI CHATGPT:N KÄYTÖSTÄ SISÄLTÖKALENTERIN LUOMISESSA

Katso läpi AI:n tuottama ehdotus ja kommentoi/pyydä tarkentamaan/muokkaamaan, jos on tarpeellista:

Totta kai! Laaditaan Business Teuvalle LinkedIn-sisältösuunnitelma, joka korostaa asiantuntijuutta ja helposti lähestyttävää imagoa. Tässä viisi sisältöteemaa, jotka tukevat näitä tavoitteita:

1. Yrittäjätarinat ja menestystarinat

Tavoite: Inspiroida ja motivoida nykyisiä sekä tulevia yrittäjiä jakamalla paikallisten yritysten kokemuksia.

Sisältöideat:

- **Yritysesittelyt:** Haastattelut paikallisista yrityksistä, joissa kerrotaan heidän toiminnastaan, haasteistaan ja saavutuksistaan.

Pyydä sen jälkeen GPT:ta muodostamaan taulukko aiheesta:

Voisitko tehdä tästä suunnitelmasta taulukon?

ESIMERKKI CHATGPT:N KÄYTÖSTÄ SISÄLTÖKALENTERIN LUOMISESSA

Tsekkaa taulukko, pyydä muokkauksia tarvittaessa ja lataa itsellesi sisältösuunnitelma:

ChatGPT 4o ▾

LinkedIn Sisältösuunnitelma ↓ ↗

	Sisältöteema	Tavoite	Sisältöideat	
1	Yrittäjätarinat ja menestystarinat	Inspiroida ja motivoida yrittäjiä jakamalla paikallisten yritysten	Yritysesittelyt, Menestystarinat, Päivä yrittäjän elämässä.	
2	Asiantuntijavinkit ja neuvot	Tarjota arvokasta tietoa ja käytännön neuvoja yrittäjille ja yrittäjyydestä kiinnostuneille.	Liiketoimintasuunnitelman laatiminen, Rahoitusmahdollisuudet, Verotus ja lainsäädäntö.	
3	Tapahtumat ja koulutukset	Informoida yleisöä tulevista tapahtumista ja	Tulevat tapahtumat, Koulutusmahdollisuudet. Tapahtumien	

ESIMERKKI CHATGPT:N KÄYTÖSTÄ SISÄLTÖKALENTERIN LUOMISESSA

Voit pyytää GPT:ta luomaan taulukon teemoista esimerkkejä haluamallasi tyyllillä:

Voitko antaa esimerkin postauksesta, joka on kirjoitettu jonkun taulukon sisältöteeman mukaisesti? Äänensävy voi olla humoristinen tai lämmin

ESIMERKKI CHATGPT:N KÄYTÖSTÄ SISÄLTÖKALENTERIN LUOMISESSA

Lopullinen esimerkki voi TEAKin tapauksessa näyttää vaikka tältä :)

Päivä Business Teuvan toimistolla – kulissien takana!

Tiedätekö, mikä on yritysneuvojan tärkein työkalu? No tietenkin **kahvikuppi**, joka ehtii jäähtyä **kolme kertaa päivässä**, kun puhelin soi ja joku saa loistoidean uudesta bisneksestä! ☕📞💡

Tänään meillä on ollut toimistolla **vilinää ja vilskettä**:

✅ **Aamun starttasi yrittäjä, joka halusi valloittaa maailman (tai ainakin Suomen) uudella**

keksinnöllään! – Idean testaaminen oli päivän kuumin puheenaihe. 🔥

✅ **Keskipäivällä ratkottiin rahoitushaasteita**, ja siinä sivussa huomattiin, että joku oli jättänyt viimeiset

pullat kahvihuoneeseen... vai oliko ne sittenkin vain illuusiota? 🤔👁️

✅ **Iltapäivällä naurettiin (ja vähän hikoiltiin)**, kun käytiin läpi digimarkkinoinnin saloja – "Eli siis, voiko

somepostaus oikeasti tuoda asiakkaita?!" 🤖

Mitä opimme tänään?

💡 **Kaikki ideat ovat alkuun vain haaveita, mutta yhdessä niistä tehdään totta!**

Ja hei, jos sinulla on bisnesidea tai haluat sparrailla yrityksesi kehittämistä, tule käymään. Kahvia riittää, ja joskus jopa pullaa. 😊☕

#BusinessTeuva #Yrittäjyys #KulissienTakana #ElämääYritystoimistolla

There is no good luck.
Only good marketing.

Franz Schrepf

Kiitos!

Sunday Brunch Company

Annika Räihä

www.sundaybrunchcompany.com

