

# MITEN MENESTYÄ SOSIAALISESSA MEDIASSA?

Sosiaalisen median koulutus yrittäjille | Veera Bianca & Annika Räihä

# KOULUTUKSEN SISÄLTÖ

- SOSIAALISEN MEDIAN TRENDIT 2025

Mihin trendeihin kiinnittää huomita tänä vuonna?

- LUO MENESTYNYT SOMEBRÄNDI

Esimerkkejä menestyneistä somebrändeistä

- HYVÄN SISÄLLÖN ANATOMIA

Mitä ottaa huomioon, jotta sisältö varmasti toimii?

- SOMEKANAVAT

Instagram, Facebook, Tiktok ja Youtube Shorts

- MENESTYSTÄ MAINONNALLA

Somemainonnan perusteet pähkinänkuoressa.

- SOMEKUVAAMISEN PERUSTEET

Mitä ottaa huomioon laadukkaassa kuvaamisessa?

# VEERA BIANCA

- Bloggaaja ja somevaikuttaja vuodesta 2008:  
@veerabianca / [www.veerabianca.com](http://www.veerabianca.com)
- Palkittu Suomen parhaaksi matkabloggaajaksi  
2017 & Instagram Stories “velhoksi” 2017
- Valokuvaaja (mm. National Geographic, Visit  
Switzerland)
- Somekoulutuksia yrityksille vuodesta 2015  
(mm. Euroopan Komissio, Clarion Hotels,  
Icelandair, lukuisat startupit)



# 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. Kuntaliitto, Ruka, Pyhä ja Vierumäki
- Kouluttanut mediasuunnittelussa/maksetun mainonnan strategiassa lisäksi myös useita mediataloja ja suunnittelutoimistoja mm. Sanoma, MTV, Bauer ja Parcero.



“Social media is like any other cocktail party.”

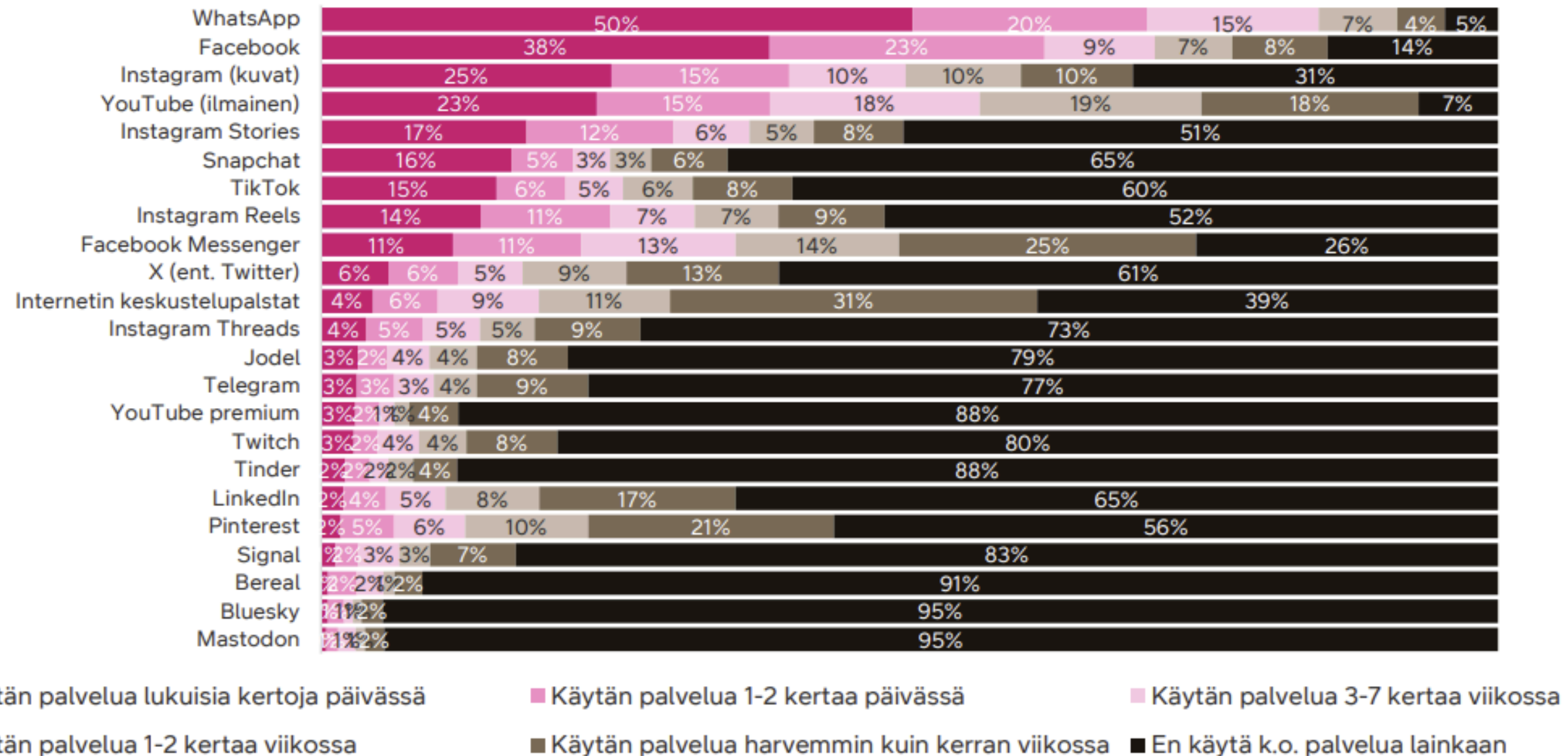
— Scott Eddy



# Valtaosa suomalaisista käyttää sosiaalisen median kanavia 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



# Käytetyimmät kanavat ovat yhteydenpitomedioita, muut vaihtelevat iän mukaan

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74
Snapchat	77% (78%)	WhatsApp (83%)	WhatsApp (75%)	WhatsApp (67%)	WhatsApp (61%)	Facebook (59%)
Instagram (kuvat)	70% (66%)	Facebook (60%)	Facebook (64%)	Facebook (64%)	Facebook (64%)	WhatsApp (49%)
WhatsApp	68% (74%)	Instagram (kuvat) (55%)	YouTube (ilmainen) (43%)	Instagram (kuvat) (35%)	YouTube (ilmainen) (28%)	YouTube (ilmainen) (22%)
Instagram Stories	62% (64%)	Instagram Stories (48%)	Instagram (kuvat) (35%)	YouTube (ilmainen) (32%)	Instagram (kuvat) (26%)	Facebook Messenger (14%)
YouTube (ilmainen)	60% (61%)	YouTube (ilmainen) (53%)	Instagram Stories (29%)	Instagram Stories (20%)	Facebook Messenger (25%)	Instagram (kuvat) (21%)
TikTok	57% (69%)	Snapchat (33%)	Facebook Messenger (29%)	Facebook Messenger (26%)	Instagram Stories (12%)	X (ent. Twitter) (12%)
Instagram Reels	55% (46%)	Instagram Reels (37%)	Instagram Reels (22%)	Instagram Reels (16%)	Instagram Stories (12%)	Internetin keskustelupalstat (esim. Suomi24, Vauva, Muropaketti, Jatkoaika) (3%)
Facebook	38% (37%)	TikTok (34%)	TikTok (17%)	TikTok (9%)	X (ent. Twitter) (13%)	Instagram Reels (12%)
Jodel	19% (21%)	Facebook Messenger (28%)	X (ent. Twitter) (9%)	Instagram Threads (n/a)	Instagram Reels (12%)	Instagram Reels (12%)
Facebook Messenger	19% (22%)	X (ent. Twitter) (12%)	Snapchat (7%)	Internetin keskustelupalstat (esim. Suomi24, Vauva, Muropaketti, Jatkoaika) (8%)	TikTok (8%)	Instagram Stories (6%)
					Internetin keskustelupalstat (esim. Suomi24, Vauva, Muropaketti, Jatkoaika) (11%)	Instagram Reels (6%)
						Instagram Reels (6%)
						TikTok (8%)

K: Mitä seuraavista sosiaalisista medioista käytät? Merkitse myös, miten usein käytät/seuraat eri palveluita.

16-24: 108 IP. 25-34: 152 IP. 35-44: 150 IP. 45-54: 133 IP. 55-64: 147 IP. 65-74: 130 IP. 75+ 67 IP.

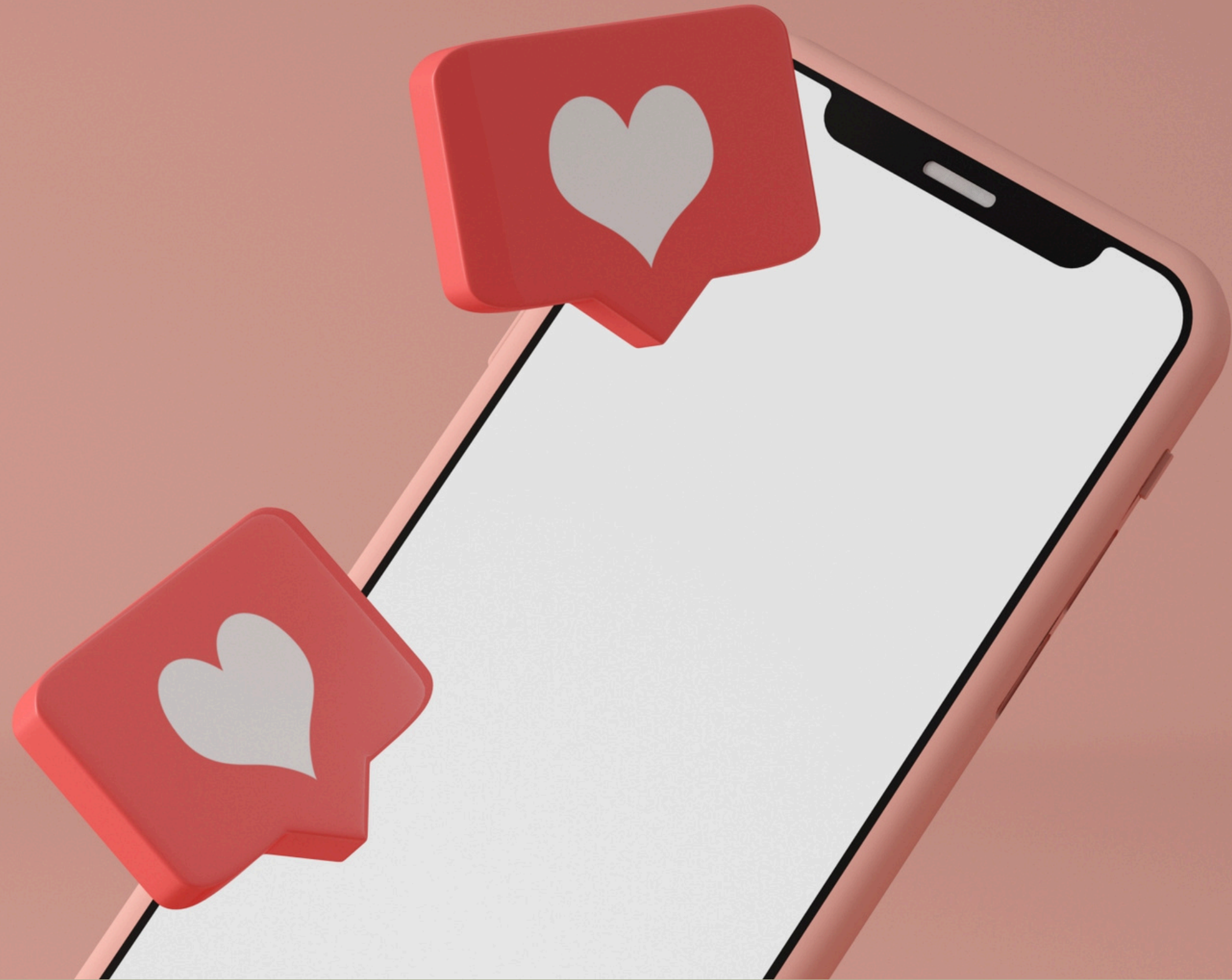
Edellisvuoden tulokset sulussa

Sensitivity: Open

# SOSIAALISEN MEDIAN TRENDIT 2025

- Autenttisuus: kuluttajien luottamus brändeihin somekanavissa on laskussa – läpinäkyvyys ja rehellisyys entistä tärkeämpää
- UGC (user generated content)
- Edutainment; viihdytä ja ole hyödyksi
- Videoiden merkitys jatkaa kasvua; Instagram Stories, Reels, TikTok, Youtube Shorts (9:16 -formaatti)
- Somekanavat ja tekoäly korvaavat Googlea tiedonhakukanavana, joten optimoinnin tärkeys merkittävämpää
- Tekoälyn rooli sisällöntuotannon apuvälinenä kasvaa. Lisää sisällöntuotannon nopeutta, mutta voi vaikuttaa negatiivisesti kuluttajan luottamukseen





MENESTYNEEN SOMEBRÄNDIN PERUSTEET

# MENESTYNEEN SOMEBRÄNDIN RESEPTI PÄHKINÄNKUORESSA

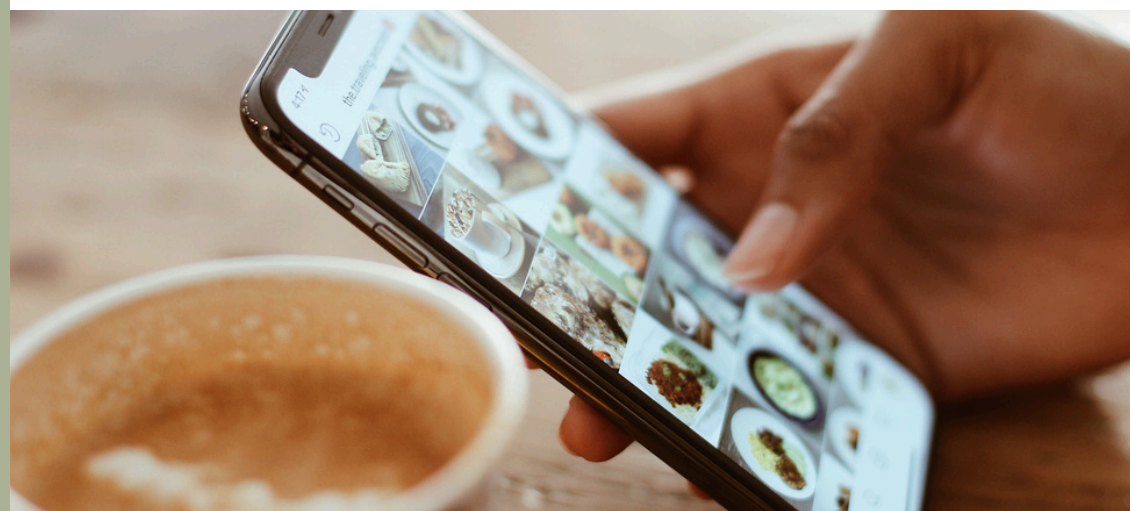


## YLEISÖN SITOUTTAMINEN

Tuota sisältöä säännöllisesti ja pyri luomaan keskustelua mainostamisen sijaan.

## VIIHDYTTÄVÄ SISÄLTÖ

Somea käytetään viihtymiseen, joten viihdytä yleisöäsi myymisen sijaan.



## TUNNE YLEISÖ

Älä tee sisältöä miettien omaa brändiä vaan suoraan yleisöä. Mikä yleisöä kiinnostaa? Mitä ne haluaa? Miten voit ratkoa yleisön ongelmia?

## ANALYSOI SISÄLTÖÄ

Benchmarkkaa kilpailijoita, tutki kuukausittain analytiikkaa ja toista niitä asioita mitkä tuo tuloksia. Uskalla kokeilla rohkeasti.



# DAY IN THE LIFE / TEEMAINEN TARINANKERRONTA

brookibakehouse Following Message + ...

357 posts 1M followers 396 following

**BROOKI**  
The internet's favourite cookies 🍪  
Delivering cookies across Australia & the world!  
Bake with Brooki cookbook out now... more  
[linktr.ee/brookibakes](https://linktr.ee/brookibakes)

Abu Dhabi Cookbook BOOK TOUR! Press YOU Q&A DIML

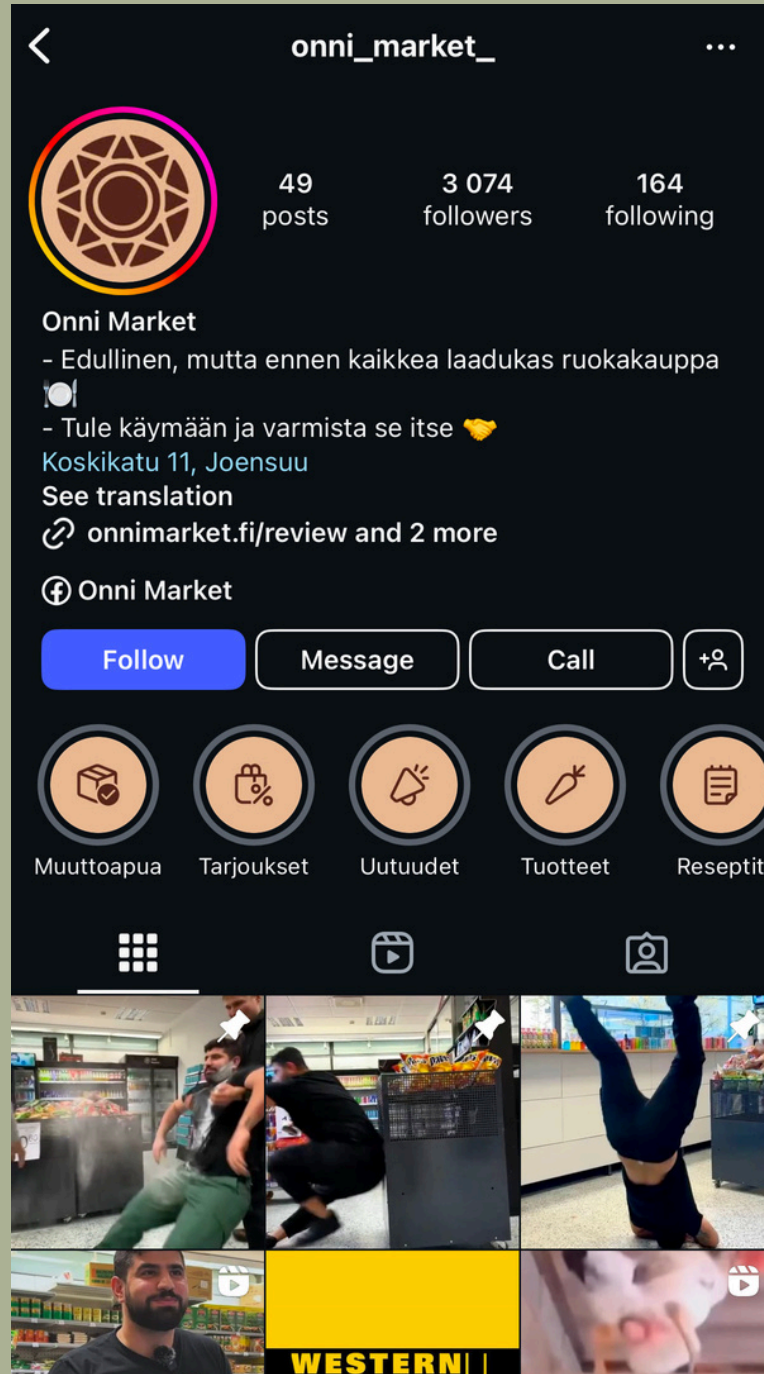
POSTS REELS TAGGED

day in my life



@brookibakehouse (tsekkää myös suomalainen @bakerika\_)

# HUUMORILLA VIRAAALIKSI



onni\_market\_

49 posts 3 074 followers 164 following

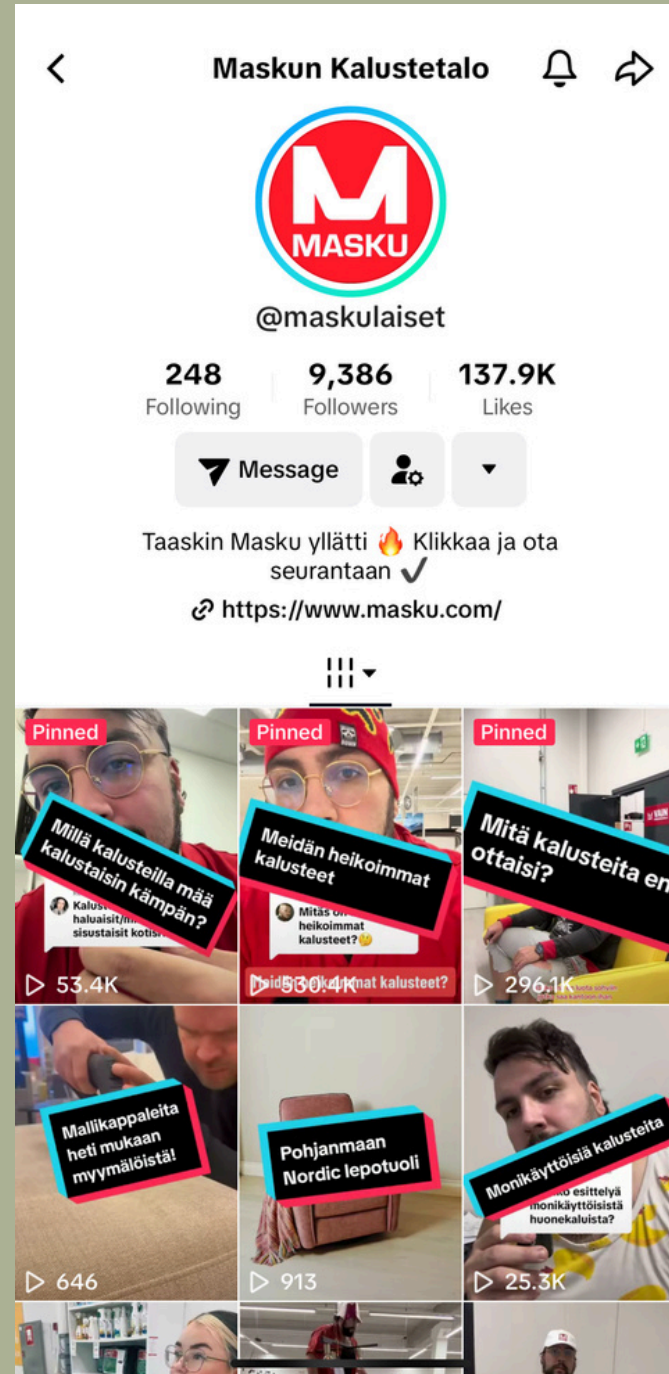
**Onni Market**  
- Edullinen, mutta ennen kaikkea laadukas ruokakauppa  
- Tule käymään ja varmista se itse 🍷  
Koskikatu 11, Joensuu  
See translation  
[onnimarket.fi/review](https://onnimarket.fi/review) and 2 more

Onni Market

Follow Message Call +

Muuttoapua Tarjoukset Uutuudet Tuotteet Reseptit

WESTERN



Maskun Kalustetalo

**M MASKU**

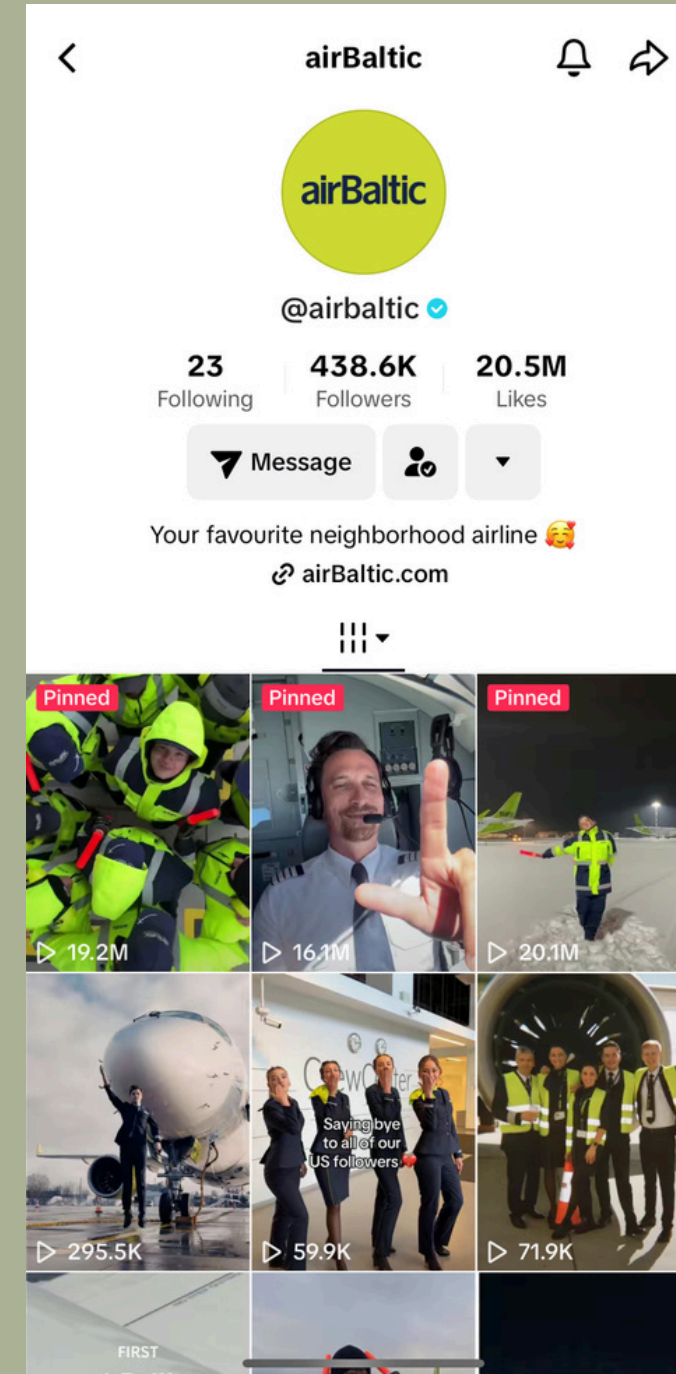
@maskulaiset

248 Following 9,386 Followers 137.9K Likes

Message

Taaskin Masku yllätti 🔥 Klikkaa ja ota seurantaan ✓  
<https://www.masku.com/>

Mitä kalusteilla määhän kalustaisin kämpän?  
Mikä kaluste? Meidän heikoimmat kalusteet  
Mitä kalusteita en ottaisi?  
Mallikappaleita heti mukaan myymälöistä!  
Pohjanmaan Nordic lepotuoli  
Monikäyttöisiä kalusteita



airBaltic

**airBaltic**

@airbaltic ✓

23 Following 438.6K Followers 20.5M Likes

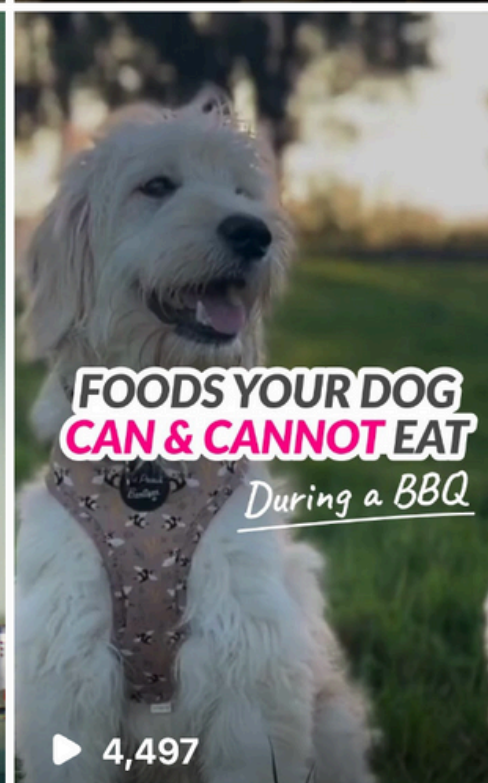
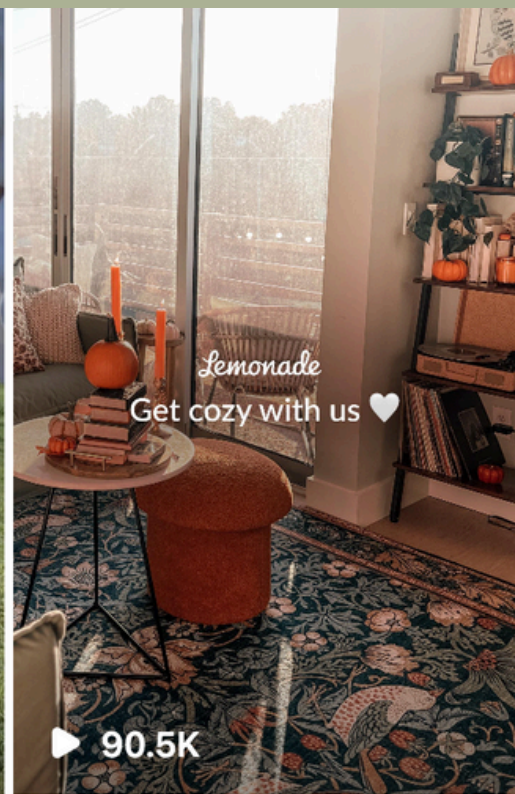
Message

Your favourite neighborhood airline 🍷  
[airBaltic.com](https://airbaltic.com)

Pinned

19.2M 16.1M 20.1M

295.5K 59.9K 71.9K



Kaikki sisältö ei päädy viraaliksi vaikka se olisi miten hyvää, mutta tärkeintä on jatkaa ja luottaa prosessiin!

Muista myös, että tavoitavuus ja myynti ei aina korreloi – mitä konkreettisemmin palvelut yleisöä, sitä enemmän myyntiä.



HYVÄN SISÄLLÖN ANATOMIA

# TOP SYYT MIKSI KULUTTAJA EI SEURAA BRÄNDIÄ SOMESSA

1. Liian keskittynyt suoraan mainostamiseen
2. Huonolaatuinen sisältö
3. Ei vastaa tai vastaa liian hitaasti kommentteihin
4. Ei löydä somekanavia
5. Brändissä ei ole mitään samaistuttavaa

“Tärkeintä on se, että me ainakin ollaan siellä somessa.”

-> EI OLE! Huono some voi tehdä brändille hallaa!





# Mieti kaiken sanomasi ydin:



## Onko sisällöstäni hyötyä?

Tarjoa konkreettista hyötyä somekanavissasi, ei pelkkää myyntiä. Kampaajalta hiustenhoitovinkkejä? Leipomolta leipomisvinkkejä?



## Viihdyttääkö sisältö?

Olenko hauska? Jaksaaako videoitani katsoa? Naurattaako ne?



## Inspiroiko sisältö?

Some on täydellinen kanava inspiraation. Inspiroitko ihanalla sisustuksella? Terveellisellä ruoalla?

# TÄRKEIMMÄT SISÄLTÖÄ OHJAAAVAT TEEMAT 2025

---

1

## Autenttisuus

Inhimillisuus  
persoonallisuus  
tarinankerronta  
oma ääni  
seuraajien ottaminen  
mukaan matkalle

2

## Leikkisyys

huumori  
ei liian vakavasti  
asioihin suhtautuminen  
kokeilunhalu  
uteliaisuus

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  
Somen viesteihin  
vastaaminen videon  
avulla  
Stitchit  
UKK vastaukset

# KAIKKI POHJAUTUU SISÄLTÖSUUNNITELMAAN

- Älä pidä sometekemistä erillisenä muista markkinointisuunnitelmista
- Somestrategia pohjautuu markkinointistrategiaan
- Luo strategian pohjalta sisältöteemoja (3-6kpl)
- Jaa sisältöteemat kalenteriin ja lähde suunnittelemaan niihin sisältöä (muista juhlapyhät)
- Ei ole oikeaa määrää miten paljon someen pitää postata, mutta pyri olemaan säännöllinen



# HYÖDYNNÄ TEKOÄLY: CHATGPT.COM

Auta minua luomaan sosiaalisen median sisältösuunnitelma seuraavalle kuukaudelle. Olen kampaamoyrittäjä, joka erikoistuu kiharoihin hiuksiin ja olen vasta avannut kampaamoni. Laita suunnitelma taulukkoon. Ehdin tehdä 3 postausta kuukaudessa ja tavoitteeni on kasvattaa myyntiä ja saada lisää seuraajia.



# HYÖDYNNÄ TEKOÄLY

Päivämäärä	Postauksen tyyppi	Sisältöidea	Tavoite	Kuva/Video
1. viikko	Esittely ja tarina	Kerro itsestäsi ja kampaamostasi: kuka olet, miksi perustit kampaamon ja miksi rakastat kiharoita hiuksia. Pyydä seuraajia kertomaan omista kiharakokemuksistaan.	Lisätä tunnettuutta ja luoda henkilökohtainen yhteys	Kuva itsestäsi ja kampaamosta (valoisa ja kutsuva)
2. viikko	Vinkkipostaus	"5 vinkkiä, miten hoidat kiharoita hiuksia talvella" – anna konkreettisia neuvoja ja suosittele tuotteita, joita käytät kampaamossasi.	Rakentaa asiantuntijuutta ja houkutella asiakkaita	Video, jossa näytät tuotteet ja niiden käyttöä
3. viikko	Asiakaskokemus / työnäyte	Jaa ennen ja jälkeen kuvat asiakkaasta, joka kävi luonasi. Kerro, mitä teit ja miten asiakas koki palvelun. Pyydä asiakasta antamaan	Näyttää työn laatu ja saada luottamusta	Kollaasi ennen-jälkeen kuvia ja lyhyt teksti

# HYVIÄ TYÖKALUJA SOMESISÄLLÖN TEKEMISEEN



Chat GPT



Canva



Inshot



CapCut



Captions

A close-up photograph of a person's hands holding a dark-colored smartphone. The person is wearing a grey, textured sweater. The background is out of focus, showing warm, bokeh light spots. The text 'Somek anavat' is overlaid in the center in a white, serif font.

Somek anavat



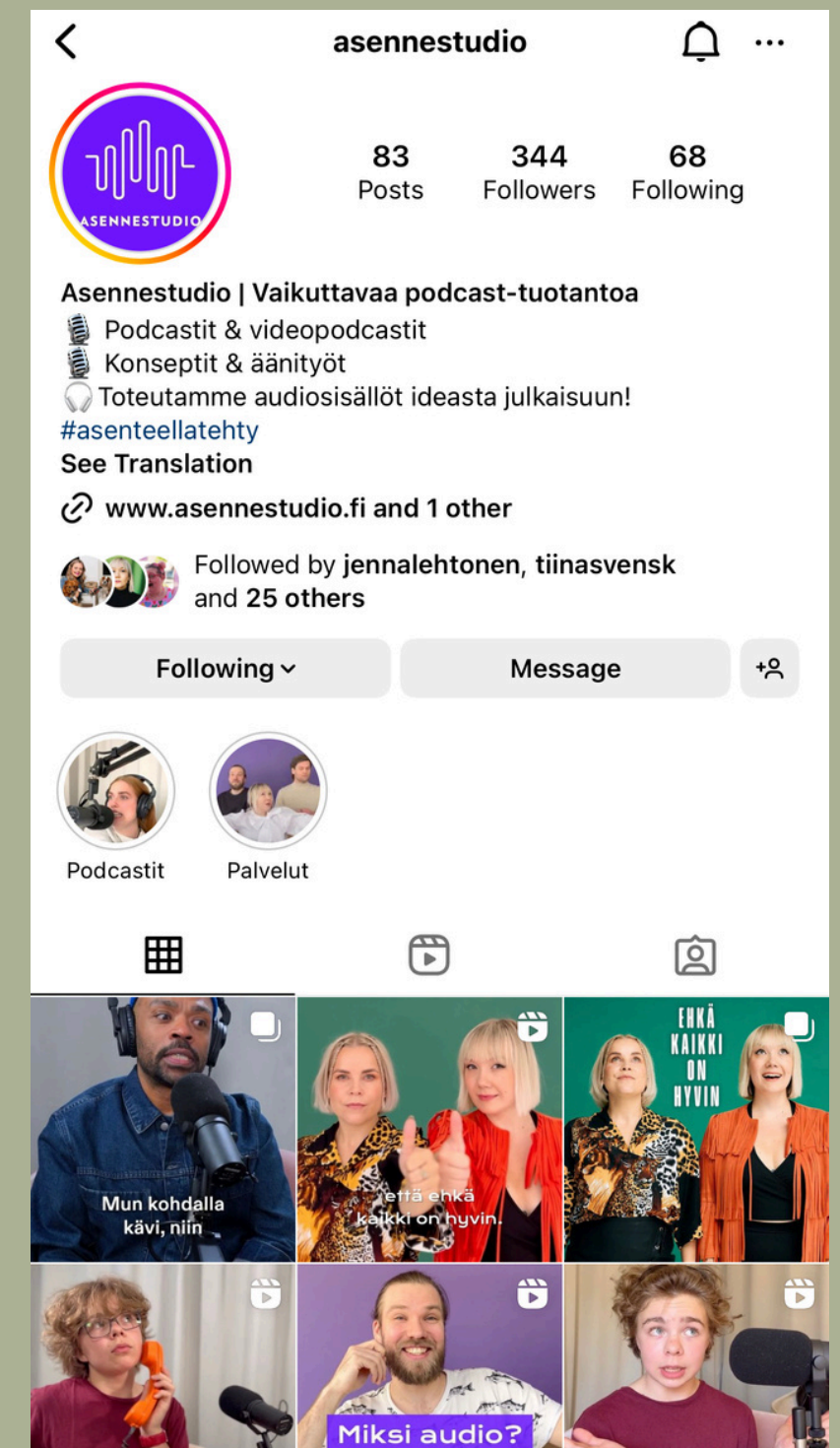
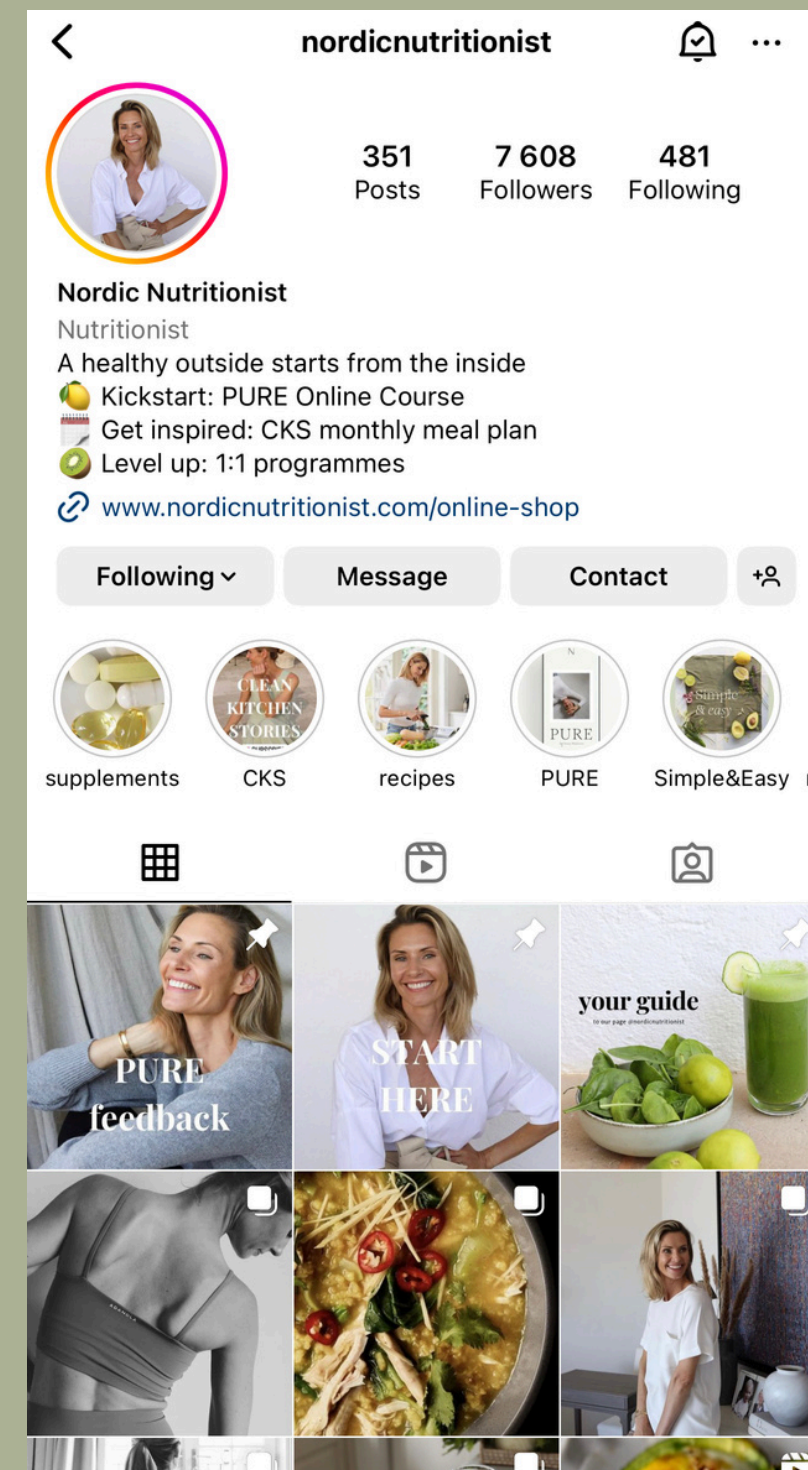
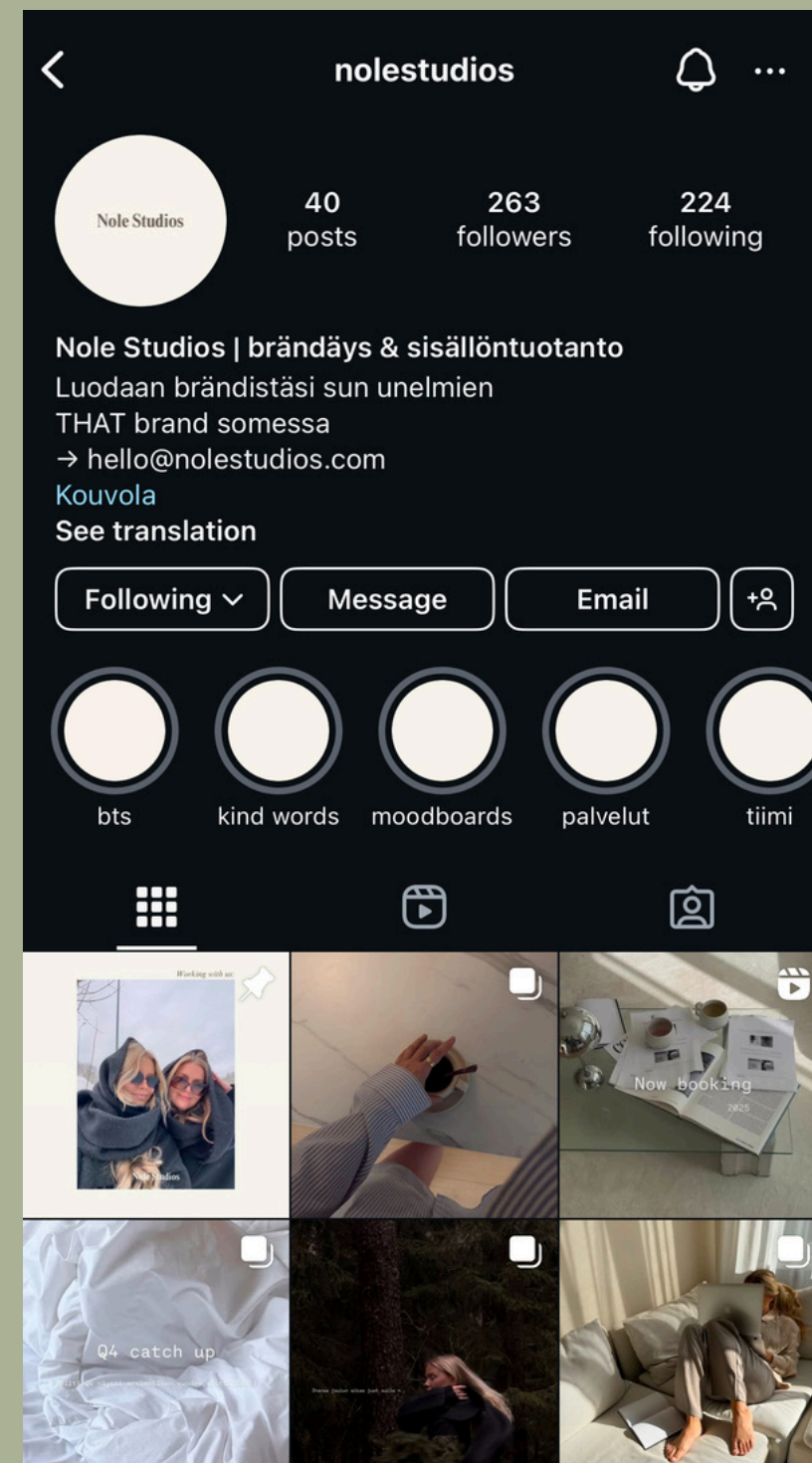
INSTAGRAM





# BIO & PROFIILI

- Bio toimii myös hakukoneen omaisesti; optimoi käyttäjänimi, nimi & bion teksti
- Hyödynnä kohokohdat
- Hyödynnä linkit ja niiden nimeäminen
- Selkeä profiilikuva
- Kiinnitetyt postaukset



# MENESTY REELSIEN AVULLA

- Reelsit eli lyhyet videot on paras ja tehokkain tapa kasvattaa Instagram -tiliä ja yleensäkin somenäkyvyyttä
- Parhaat strategiat opit yksinkertaisesti selaamalla Reelsejä ja katsomalla muiden tileiltä millä videoilla on eniten katselukertoja – analysoi
- Reelsit voidaan jakaa muutamaankin eri toimivaan kategoriaan; lyhyet videot trendaavilla soundeilla ja aiheilla tai pidemmät henkilökohtaiset videot
- Kuvaa aina pystyformaattissa ja liitä useampi lyhyt video yhteen (esim. inShot tai Capcut -sovelluksella) ja lisää niihin tekstiä – etenkin kansikuvaan
- Tee vaan Reelsejä, jotka palvelevat omaa yleisöä, koska viraali kansainvälinen sisältö väärästä aiheesta voi tuoda ihan väärän yleisön tilillesi ja sitoutuneisuus kärsii

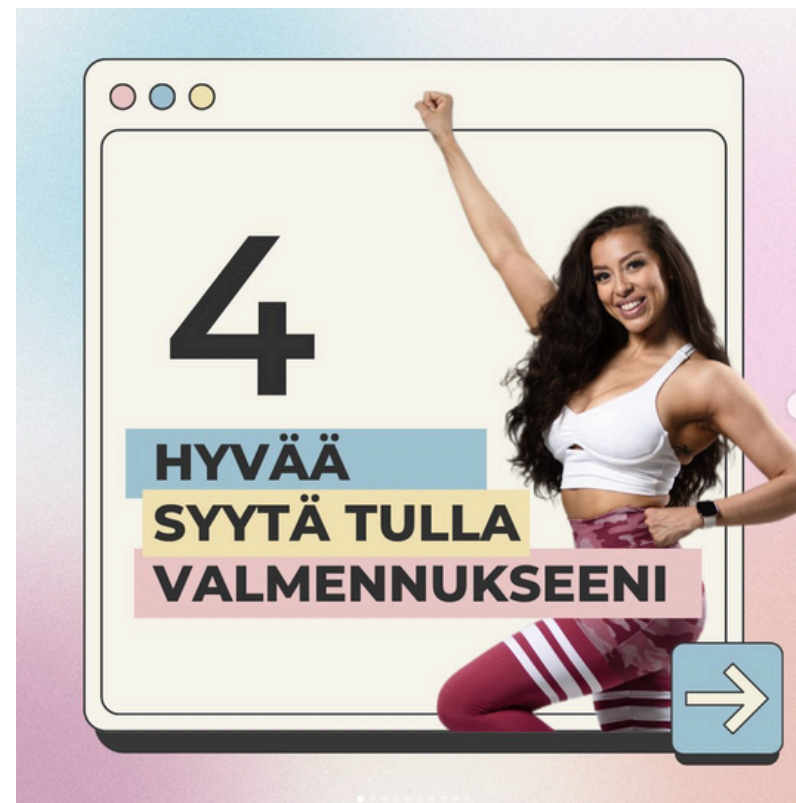


# TOIMIVA KUVAPOSTAUS

- Perinteisten kuvapostausten aika somessa on osittain ohi, mutta hyvä kuva voi silti aina toimia
- Kuvakaruseellit tai photo dumpit toimii hyvin Reelsien väliin (myös TikTokissa)
- Tee kuvapostauksista graafisia – lisää inspiroivaa tai hyödyllistä tekstiä
- Paras somekuva on myös pystysuora, jotta se vie mahdollisimman paljon tilaa puhelimen ruudulta



@piukkuu

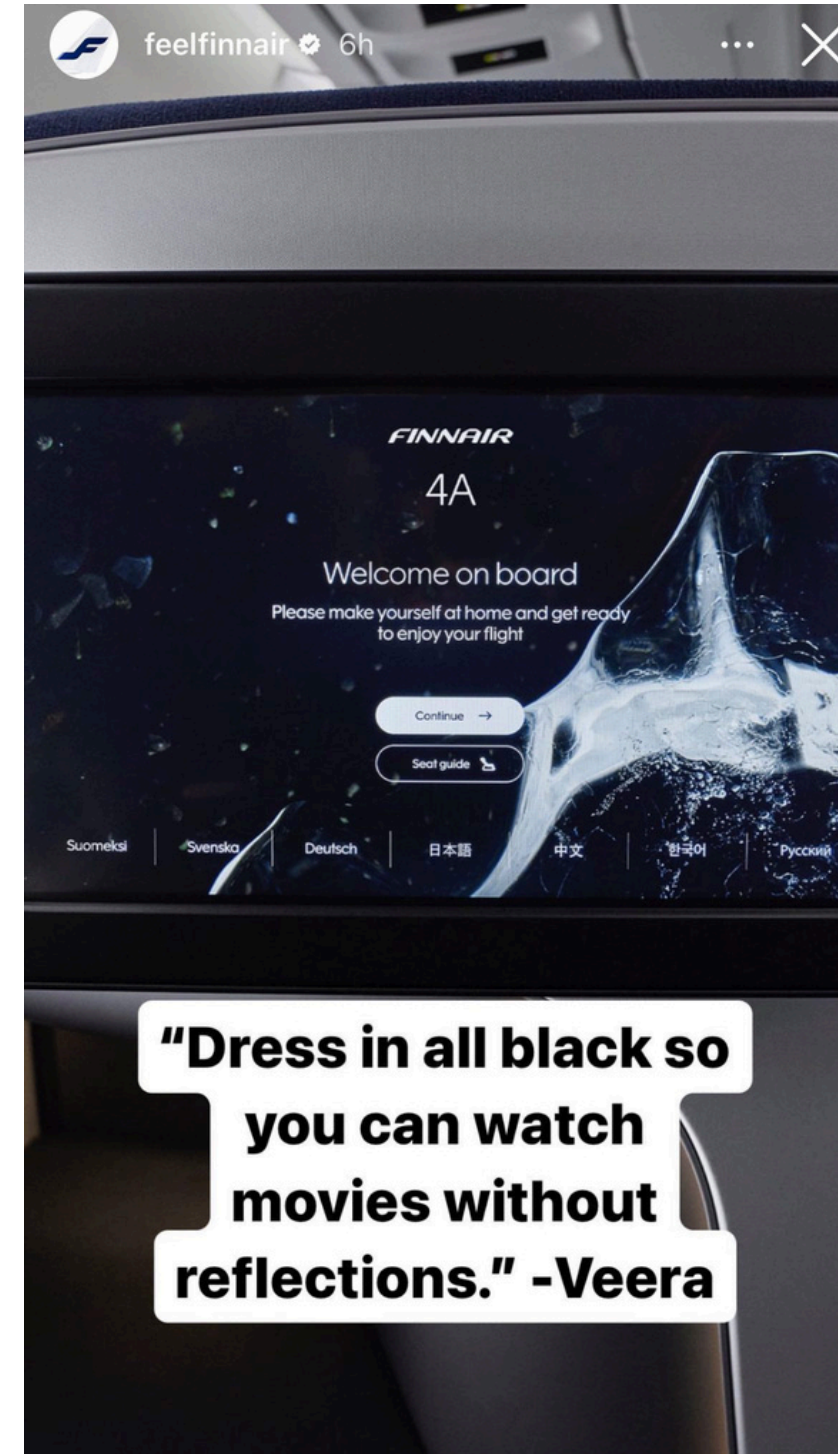


@missccheyenne

@missccheyenne

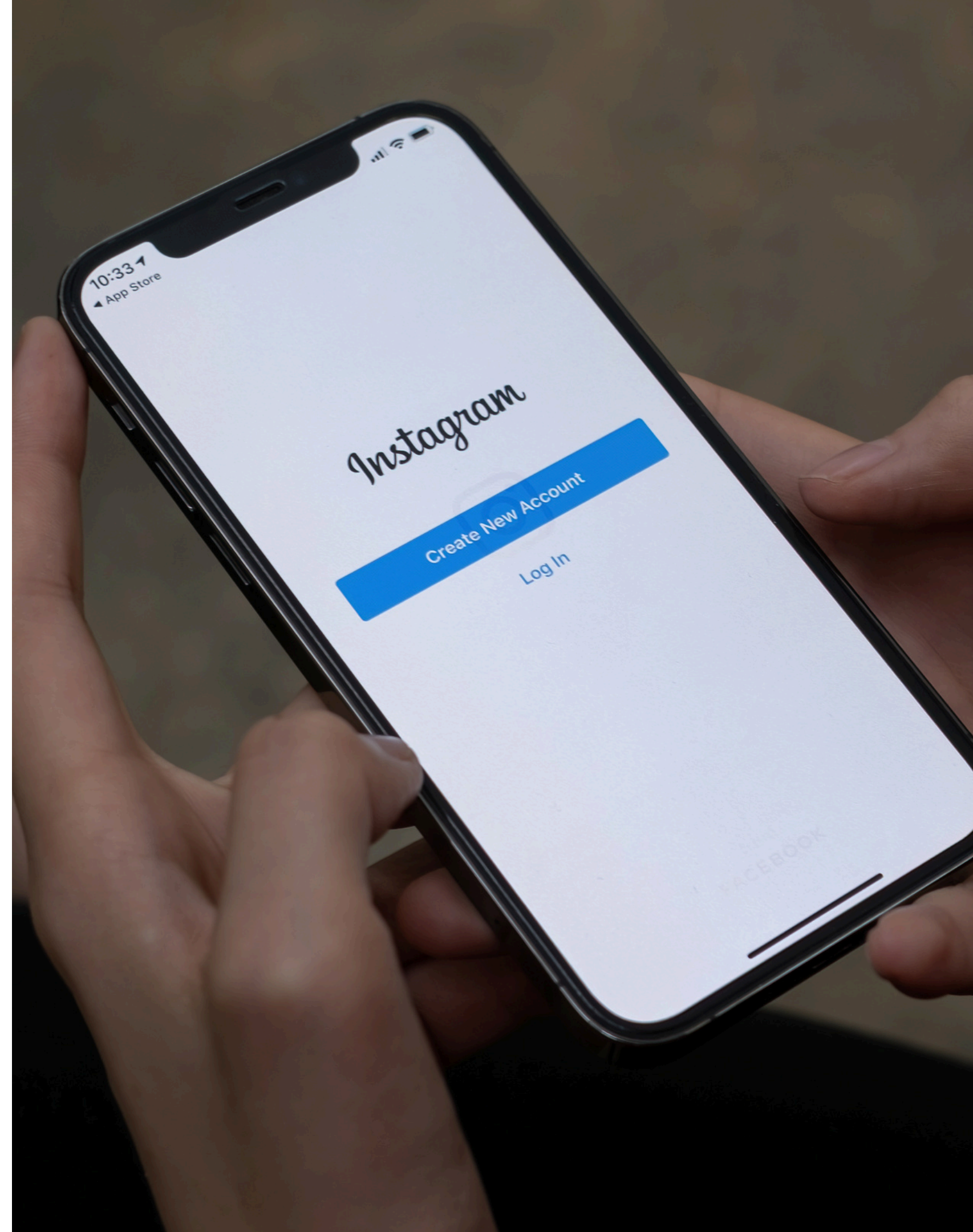
# INSTAGRAM STORIES

- Paras tapa sitouttaa seuraajat brändiin
- Pidä sisältö mahdollisimman autenttisenä
- Katoaa 24h sisällä (voit hyödyntää kohokohdat)
- IG Stories on paras linkkien jakamiseen bion lisäksi
- Nosta julkaistut postaukset aina myös stooreihin
- Ole täälläkin hyödyksi ja viihdytä, tarjoa lisäarvoa kohderyhmälle, jaa behind the scenes -materiaalia
- Infoa ajankohtaisista asioista (ravintolalle esim viikon lounaslista)
- Jaa behind the scenes -materiaalia
- Lisää sitoutuneisuutta hyödyntämällä polleja ja kysymysbokseja



# INSTAGRAM -TILIN KASVATTAMINEN

- Profiilin optimointi
- Rohkeasti Reelsejä; omia autenttisia (n. 1-1,5 minuuttia) ja trendaavia (usein 6-8 sekuntia), nyt trendaa mm. reels-sarjat, kokeile trial Reels
- Hashtagien ja avainsanojen hyödyntäminen
- muiden käyttäjien /tilien maininnat julkaisuissa ja stooreissa
- Varmista, että sisältö on HYÖDYLLISTÄ, JAETTAVAA, TALLENNETTAVAA & SITOUTTAVAA
- Pitäydy teemassa, jotta Instagram osaa tarjota sisältöäsi oikealle kohderyhmälle, seuraa myös relevantteja samankaltaisia tilejä - myös kilpailijoita
- Opiskele Instagramia ja käytä siellä aikaa (jaiks!)



# Sisältöjen näkyvyyteen vaikuttavat asiat

SUHDE



Seuraatteko toisianne Instagramissa? Kommunikoitteko aktiivisesti? Millä tavoin?

---

AJANKOHTAISUUS



Instagram ei ole kronologinen, mutta ajalla on silti väliä.

---

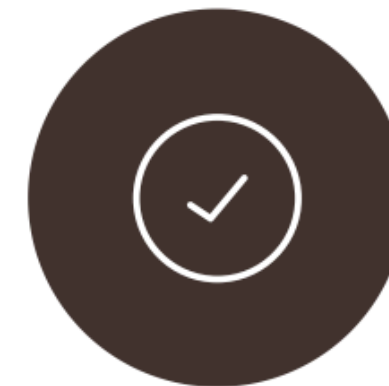
AIHE



Pidä aina kohderyhmä mielessä ja tarjoa juuri niitä kiinnostavaa sisältöä.

---

AKTIIVISUUS



Mitä enemmän brändi käyttää aikaa Instagramissa sitä todennäköisemmin sisältö saavuttaa korkean näkyvyyden.

---



FACEBOOK





# FACEBOOK -SIVU

- Selkeä intro
- Profiilikuva (logo)
- Kansikuva (hyödynnä tässä ajankohtaisuus / brändimielikuva/fiilis)
- Oikeat toimivat linkit ja muut mahdolliset yhteystiedot
- Sivun omistamat tapahtumat

**Kino Konepaja**  
1.8K likes • 2.3K followers

Liked Message Search

Posts About Mentions Reviews Reels Photos More

Switch into Kino Konepaja's Page to start managing it. [Switch Now](#)

**Intro**  
Elokuvateatteri ja baari Helsingin Vallilan Konepajalla. Laatu elokuvia sekä erilaisia erikoisnäytöksiä ja tapahtumia upeassa vanhassa tehdusrakennuksessa, jonka sisältä löytyy viihtyisiä yksinäisiä elokuvateatteria ja baaria.

Page • Movie Theater • Bar • Movie  
Konepajanpasaasi, Helsinki, Finland  
[kinokonepaja.fi](http://kinokonepaja.fi)  
[Promote Website](#)

**Featured**  
**Upcoming events**

-  Sat, Feb 1 at 4:30 PM  
Dokkari-ilta: Matti N...  
198 Interested · 20 Going
-  Sat, Feb 8 at 12 PM  
IRANIAN CULTURE F...  
69 Interested · 10 Going



# Esimerkkejä toimivista Facebook -sisällöistä:

**Delhi Rasoi Ravintolat**  
January 17 at 6:01AM · 🌐

ARVONTA! Voita illallinen kahdelle!  
!! Muista seurata meitä, jotta olet mukana arvonnassa !!  
Valitse suosikkikasvisruokasi, tykkää ja merkitse ystäväsi. Voittajat julkistetaan 23.1. – tarkista viestisi silloin.... See more

A promotional graphic for Delhi Rasoi featuring several bowls of Indian curries. The text reads "DELHI RASOI ARVONTA Syö lempiruokasi ilmaiseksi!". To the right, there are three small images of different dishes with their names: "MALAI KOFTA" (peruna-tuorejuustopyöryköitä kermäisessä cashewpähkinäkastikkeessa), "MIX VEGETABLES MASALA" (vihanneskoitus sipulitomaattimaisolan ja aromaattisiin intialaisiin mausteisiin), and "PANEER LABABAR".

You and 105 others  
153 comments 10 shares

Like Comment Copy Share

**ÖURA**  
November 2 at 6:00 PM · 🌐

If you're one of the 35% of people who wake up in the middle of the night at least three times a week – listen up.  
Here's the breakdown of why you might be experiencing those unwanted 3am wake-up calls, and what to do about it. What are your personal habits that help avoid sleep interruptions?  
Find all the causes, plus solutions, on the Pulse Blog, here: <https://bit.ly/47k1Wtn>

An infographic titled "Why you wake up at 3am — and how to go back to sleep". It features a sleep cycle graph showing "Time asleep 7h 43min" and "Total duration 8h 32m". The infographic is divided into two sections: "What might cause sleep interruptions?" and "What should I do when I wake up at 3am?".

What might cause sleep interruptions?

- Elevated stress levels
- Dietary choices or late-night meals
- Disruptive sleep environment

What should I do when I wake up at 3am?

- Read a book
- Keep the lights dim
- Meditate

**Samppalinnan Kesäteatteri**  
December 28, 2024 at 9:50 PM · 🌐

☀️HYÖDYNNÄ KULTTUURIETUSI – PANOSTA KESÄÄN!☀️

Nyt on aika hyödyntää viimeisetkin vuoden 2024 kulttuuriedut ja varmistaa lippu kesän taatusti hauskipaan musikaalikomediaan!... See more

A theater advertisement for "Jagellonica" at Samppalinnan Kesäteatteri. The background is a blue sky with a stone archway. Two women in historical costumes are shown. The text reads: "Oho, vuosi lähenee loppuaan, eli KULTTUURIEDUT VANHENEVAT!". Below that, it says "Samppalinnan Kesäteatterin verkkokaupassa voit maksaa ePassin ja Smartumin eduilla!". At the bottom, it says "smartun! epassi JAGELLONICA TURUN OMA PRINSESSA".

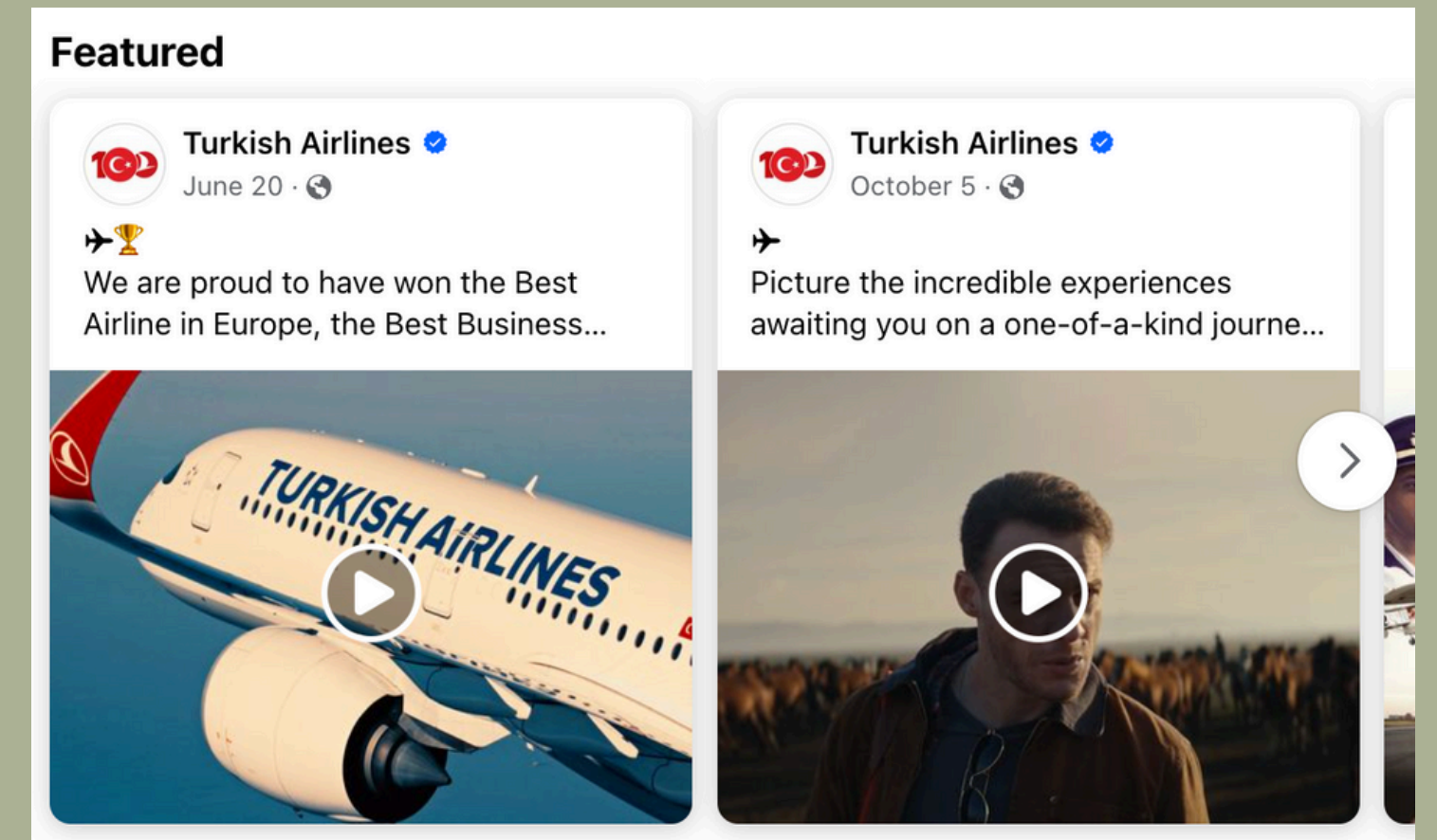
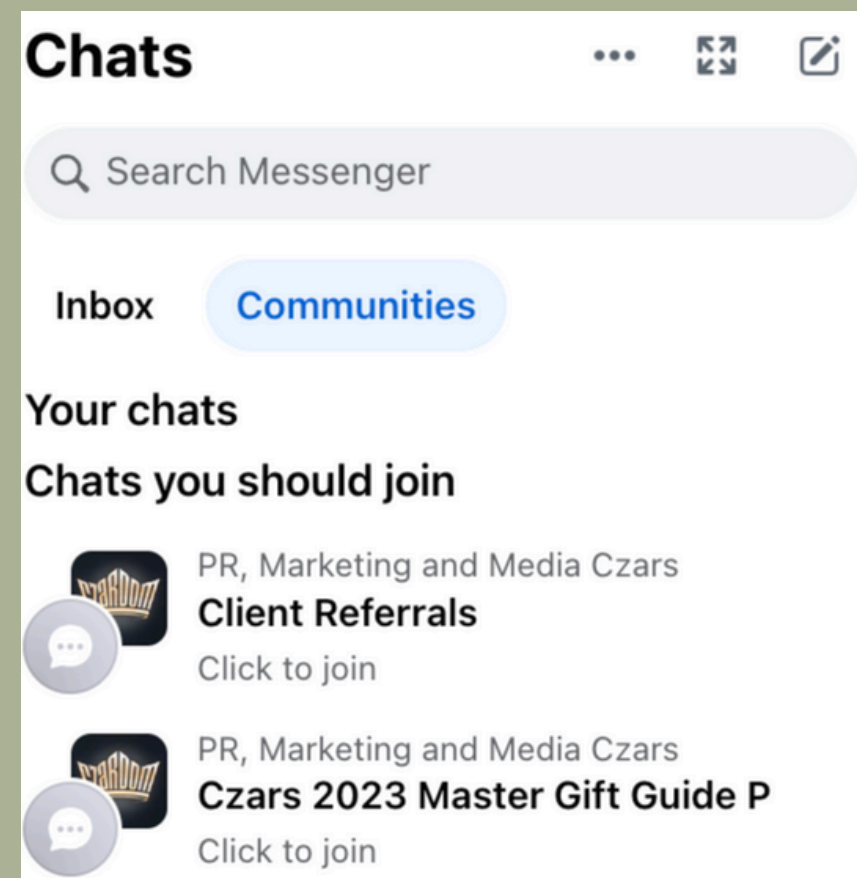
Oho, vuosi lähenee loppuaan, eli  
**KULTTUURIEDUT VANHENEVAT!**

Samppalinnan Kesäteatterin verkkokaupassa voit maksaa ePassin ja Smartumin eduilla!

**smartun!**  
epass  
JAGELLONICA  
TURUN OMA PRINSESSA

# Huomioi myös nämä:

- Määritä miten asiakaspalvelu toimii, onko sellaista somessa?
- Mieti, miten vastaat kommentteihin - myös negatiivisiin
- Hyödynnä kiinnitetyt / pinned postaukset, jolloin tärkein postaus on aina ylimpänä profiilissa
- Facebook -ryhmänä voit myös hyödyntää chat -ryhmiä Messengerissä





TIKTOK JA YOUTUBE SHORTS

# Tiktok Suomessa

40 % suomalaisista käyttää Tiktokia

käyttäjien sukupuolijakauma on tasapuolinen

21% käyttää palvelua päivittäin, aktiivikäyttäjät painottuvat nuorempiin, mutta sovellus ei ole ainoastaan nuorten käytössä

Tiktokin käyttö ei ole lisääntynyt 2024 vrt 2023, kasvu siis tasaantunut

Pääasialliset syyt käyttää palvelua:  
Viihtyminen

Ajankohtaisten asioiden ja trendien seuraaminen





# ...entäpä Youtube shorts?

- Youtube Shorts on vastine TikTokille ja IG Reelseille; eli pystysuoria lyhyitä videoita
- Voit hyödyntää samaa sisältöä mitä Instagram Reelsit ja TikTok -videot
- 43% 35-44 -vuotiaista ja 28% 55-64 -vuotiaista käyttää Youtubea päivittäin






SOMEMAINONTA PÄHKINÄNKUORESSA

# Mieti nämä seikat aina ennen mainostamista

- Mikä on tavoitteesi mainonnalle? älä anna Metan päättää sitä puolestasi
  - Haluatko suoria yhteydenottoja esim. soittoja tai viestejä?
  - Haluatko ohjata ihmisiä nettisivuille
  - Onko tarve vain kasvattaa tunnettuutta eli saada näkyvyyttä mainonnalla / tietyille postaukselle?
- Kenet haluat mainonnalla tavoittaa?
  - Jos mainostamasi yritys on kivijalkakauppa, mieti kuinka pitkän matkan päästä ihmiset ovat valmiita tulemaan ostoksille. Esim. erikoisliikkeeseen lähdetään kauempaa, lounasravintolaan tullaan lähempää
  - Jos mainostat digitaalista palvelua tai verkkokauppaa, mainontaa voi tehdä valtakunnallisestikin, mutta silloin on tärkeää valita kohderyhmäksi oikeanlaisia ihmisiä esim. kiinnostuskohderyhmien kautta
- Haluatko tehdä mainontaa jatkuvana päiväbudjetilla, vai haluatko määritellä kampanjalle aloitus- ja lopetuspäivämäärän?
  - Suosittelen valikoimaan kampanja-ajan ja määrittelemään koko kampanjalle budjetin, jonka haluat käyttää. HUOM! ole tarkkana, ettei päiväbudjetti ja kampanjabudjetti mene vahingossa sekaisin

# Muita vinkkejä mainontaan

- Ota mielellään Facebookissa kaksivaiheinen tunnistautuminen käyttöön eli kun kirjaudut sisään muuta kuin sovelluksen kautta, Facebook lähettää vahvistus tekstiviestin. Tämä on suositeltavaa, jotta tiliäsi on vaikeampi kaapata ja käyttää tilille asetettua maksutapaa (esim. luottokorttia)
- Vinkki! Jos mainos on sellainen, jonka voi postata myös someen omalle sivulle, kannattaa ensin tehdä postaus, antaa sen kerätä kommentteja ja tykkäyksiä ja vasta sen jälkeen nostaa se mainontaan. Tämä buustaa mainontaa ja saat edullisemmin näkyvyyttä
- Jos käytät videota mainonnassa, muista että keskimääräinen mainosvideon katseluaika Facebookissa ja Instagramissa on 1-2 sekuntia --> pidä huoli siitä, että videossa näkyy heti mistä on kyse. Suosi lyhyitä videoita
- Varmista, että Instagramissa yritystilillä olet hyväksynyt mainonnan myös sinulle kohdennettuna, jos et niin se vaikuttaa oman mainonnan suoriutumiseen, tämä on ihan uusi päivitys Metalta
- Jos tavoitteet mainonnalle ovat kunnianhimoisia tai sinulla on verkkokauppa, on järkevämpää käyttää Metan mainonnanhallinnan työkaluja eikä yksinkertaistettua työkalua. Mainonnanhallinnassa on enemmän vaihtoehtoja kohdennuksille sekä mainonnan tavoitteille, joilla saa parempia tuloksia jos mainonta on tavoitteellista (tavoitteena esim. suora-ostot mainonnasta /konversio-optimointi)



PIKAKURSSI  
SOMEKUVAAAMISEEN

# HYVÄN KUVAN LÄHTÖKOHDAT

- PYYHI LINSSI!!!
- Huomioi valot ja varjot – luonnonvalo on aina paras!
- Yksityiskohdat luo tunnelmaa ja kertoo tarinaa
- “See what I see”
- Hyödynnä etuala
- Hyödynnä välillä puhelimen “portrait mode”



# SOPIVAT ASETUKSET PUHELIMEEN SOMEA VARTEN

- Kuvausasetukset: 4K & 60fps (30fps = vähemmän yksityiskohtia, ei voi hidastaa, voi olla kauniimpi)
- Varmista, että olet täbännyt Instagramin asetuksista, että lataat korkeinta mahdollista laatua “upload highest quality”
- Zoomaa vain valitsemalla valmiit zoom -vaihtoehdot (esim 1,2 tai 3)
- Takakamera on aina laadukkaampi kuin etukamera
- Jos video tai kuva näyttää sumealta ja epätarkalta, laske hieman valoa kamerasta
- Ota videoasetuksista pois HDR



# HUOMIOI AINAKIN NÄMÄ JA MENESTY SOMESSA 2025:

- PYYHI LINSSI!

Laadukas sisältö on avain somemenestykseen, mutta sun ei tarvitse silti olla ammattikuvaaja!

- HYÖDYNNÄ UGC -SISÄLLÖNTUOTTAJAT!

Somesisällön on oltava laadukasta, mutta luonnollista.

- AUTENTTISILLA VIDEOILLA KASVUUN

Hyödynnä Reels- videot kasvua ajatellen, mutta postaa ne myös Facebookiin, TikTokiin ja Youtube shortseihin

- EDUTAIN

Älä pelkästään myy vaan oikeasti luo suhteita, ole läsnä, viihdytä ja ole hyödyksi





KIITOS!

Veera Bianca & Annika Räihä

[veera.papinoja@gmail.com](mailto:veera.papinoja@gmail.com)

[@veerabianca / www.veerabianca.com](https://www.veerabianca.com)  
[www.sundaybrunchcompany.com](https://www.sundaybrunchcompany.com)