

# Vaikuttavaa ja tavoitteellista viestintää kirjastoille

Koulutus kirjastojen viestintävastaaville 22.5.2024  
Savon AKE

**Piritta Seppälä**

Viestintäkouluttaja ja asiantuntija

#ViestintäPiritta

@viestintapiritta

[www.viestintapiritta.fi](http://www.viestintapiritta.fi)

# Piritta Seppälä

- Viestinnän ja sosiaalisen median asiantuntija Viestintä-Piritta Oy:ssa.
- Kysytty julkishallinnon ja järjestöjen viestintäkouluttaja ja -sparraaja.
- Tietokirjailija.
- Järjestödigi-kartoittaja.
- Perustanut Viestintä-Pirittan 2010.
- Toiminut viestinnän asiantuntija-tehtävissä vuodesta 2003.
- Medianomi YAMK 2009.



# Koulutuksen eteneminen

- Koulutuksen kellonaika on 13-16.
- Pidämme kaksi taukoa iltapäivän aikana.
- Voit esittää koko ajan kysymyksiä chatiin ja käymme niitä koulutuksen edetessä läpi.
- Saatte tämän materiaalin PDF-muodossa jälkikäteen.
- Voit somettaa Pirittan osuudesta, kunhan mainitset lähteet. Tägää @viestintapiritta julkaisuihisi ja lisää #ViestintäPiritta.
- Koulutusmateriaalit ovat tarkoitettu vain osallistujien käyttöön, mutta niitä voi tarvittaessa hyödyntää omassa organisaatiossa sisäisessä kehitystyössä.

# Puheenvuoron pääkohdat

- 1 Viestinnän suunnittelu ja sen merkitys.
- 2 Viestintää ohjaavat tavoitteet
- 3 Kirjaston kohderyhmät ja näiden tavoittaminen.
- 4 Kanavat ja viestinnän reitit kohderyhmä huomioiden.
- 5 Sisällöistä kiinnostavia ja vaikuttavia.
- 6 Miten seurata viestinnän onnistumista?



# Viestinnän suunnittelu ja sen merkitys



Suunnitelmallinen viestintä  
kunnioittaa resursseja ja  
auttaa saamaan halutut  
viestit perille.



Viestinnän suunnitelmista  
kannattaa tehdä selkeitä ja  
viestintää käytännössä  
ohjaavia.

# Miksi suunnittelu on tärkeää?

- Suunnittelemalla täsmennetään asiat, joita viestinnällä halutaan saavuttaa.
- Suunnitteluvaiheessa saadaan kasaan ideoita, joiden avulla tavoitteita voidaan toteuttaa.
- Suunnittelu auttaa myös jättämään asioita tekemisen ulkopuolelle (esimerkiksi sisältötyyppejä, kanavia ja aihepiirejä).
- Yhdessä tekemällä suunnitelmasta tulee realistinen ja vastuunjaon kannalta myös helpommin toteutettava.



Kerää suunnitteluvaiheessa  
kasaan kaikki sisältöaarteet  
ja valitse niistä käyttöön  
parhaat timantit.

# Strategia ohjaa viestintää

**1**

**Viestintästrategia**

**Kirjaston  
(ja kaupungin)  
strategia**

**Sosiaalisen median  
strategia**

**4**

**2**

**Vuosittainen  
viestintäsuunnitelma**

**Toimintasuunnitelma  
ja tapahtumat**

**Somen kanavakohtaiset  
sisältösuunnitelmat**

**5**

**3**

**Viestinnän  
mittaaminen**

**Arviointi ja  
onnistuminen**

**Sosiaalisen median  
mittaaminen**

**6**

**Raportointi ja  
kehittäminen**

# Viestintästrategia



Kertoo, mihin viestinnän avulla päästään ja miten se tehdään. Tukee organisaation strategiaa. Tehdään pidemmälle aikavälille.

# Viestintäsuunnitelma



Kulkee käsi kädessä  
toimintasuunnitelman kanssa ja  
kertoo, miten toiminnasta viestitään  
vuoden kuluessa.

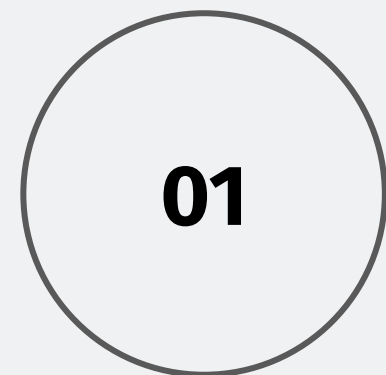
Sisältää viestinnän vuosikellon.

# Viestinnän suunnitelmia

- Viestintästrategia (2-4 vuotta, muokkautuva ja elää ajassa).
- Vuosittainen viestintäsuunnitelma ja vuosikello.
- Sosiaalisen median strategia (1-3 vuotta, elää ajassa).
- Sosiaalisen median kanavakohtaiset suunnitelmat.
- Raporttipohjat ja analyysit.
- Henkilöstön viestintäohjeet ja sosiaalisen median linjaukset.
- Kriisiviestinnän suunnitelma.
- Saavutettavan sisällöntuotannon ohjeistukset.
- Graafiset ohjeistukset.
- Tekoälyn käytön linjaukset viestinnässä ja pelisäännöt henkilöstölle.

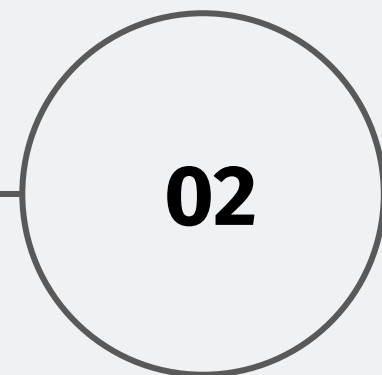
# Yksinkertaistettu tapa suunnitella viestintää

## Tavoitteet



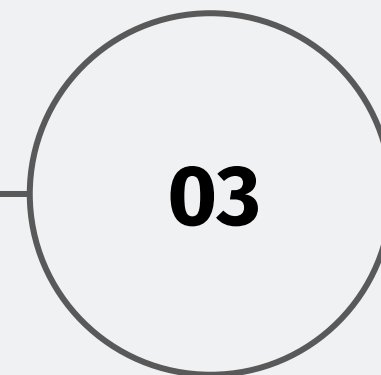
Mistä kaikesta meidän tulee viestiä?

## Kohderyhmät



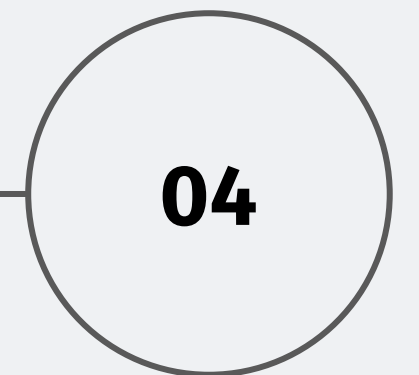
Kenelle kaikille haluamme puhua?

## Kanavat



Miltä kanavilta tavoitamme halutut ihmiset?

## Resurssit



Ihmiset ja aika määrittävät sen, mitä voimme tehdä.

# Pienten resurssien viestinnän neljä osiota



# Viestinnän suunnittelun apukysymyksiä



- Miksi olemme olemassa?
- Ketä varten olemme olemassa?
- Mitä meidän ainakin pitää kertoa itsestämme ja yleisöllemme?
- Kenelle meidän erityisesti pitää viestiä asioistamme?
- Miltä kanavilta nämä ihmiset ovat tavoitettavissa?
- Mitä kanavia näistä me jo käytämme?
- Millä tavalla voimme kiinnittää kanavilla ihmisten huomion?
- Ketkä meistä voivat tehdä viestinnän sisältöjä?
- Kuinka usein voimme julkaista sisältöä eri kanaville?
- Miten voimme seurata ja analysoida onnistumistamme?

# Viestintää ohjaavat tavoitteet



Viestinnän tavoitteet ohjaavat viestinnän suunnittelua ja erityisesti viestinnän toteutusta. Hyvin asetettu tavoite on myös mitattavissa.



Mieti hetki tätä:  
Mitä viestimällä halutaan saada kirjastossasi aikaan ja miksi? Voit kirjoittaa vastauksesi chatiin.

# Näin vastasimme: Mitä viestinnän avulla saadaan aikaan?



- Tavoitamme oikeat kohderyhmät.
- Innostamme ihmisiä lukemaan.
- Saamme ihmiset tietoisiksi kaikesta mitä kirjastossa tapahtuu ja voi tehdä.
- Madallamme kynnystä olla yhteydessä henkilöstöön.
- Saamme lisää asiakkaita ja lainoja.
- Lisäämme osallistujia tapahtumissamme.
- Saamme välitettyä tietoa kirjastopalveluista kuntapäätäjille.
- Tiedotamme myös heitä, jotka eivät käytä kirjastoa.



Janne Palander/Kallion kirjasto:  
“Somen avulla viemme kirjaston  
myös heidän luokseen, jotka  
kirjastossa eivät koskaan käy.”



Hyvä tavoite ei ole tiedotteen läpi meneminen mediassa. Hyvä tavoite on se syy, miksi tiedote on kirjoitettu. Mikä se on teillä?



Tarkastele vastaustasi viestinnän  
tavoitekysymykseen. Voitko  
muotoilla ajatuksistasi  
konkreettisia viestinnän  
tavoitteita? Millaisia?

# Hyvän tavoitteen kriteerit

**1**

## Tavoite on selkeä ja konkreettinen

“Haluamme lisätä osallistujia kirjaston tapahtumissa”

**2**

## Tavoitteen toteutumista voi mitata

- osallistujamäärät
- verkkosivuvierailut
- mediaosumat
- somekeskustelu

**3**

## Tavoitteesta voi juontaa alatavoitteita

- teematapahtumien kampanjajaksot
- kirjaston muiden toimintojen käyttö lisääntyy

# Viestintäsuunnitelman täyttäminen:

1. Mistä kaikista asioista kirjastonne täytyy ainakin loppukevään ja kesän aikana kertoa ja kenelle? Valitse näistä aiheista yksi ja kirjoita se halutessasi chatiin.
2. Mitä tapahtumia ja toimintaa on tulossa?

# Kohderyhmät ja näiden tavoittaminen



Kun tiedämme, kenelle  
kulloinkin puhumme, myös  
viesti menee paremmin  
perille.

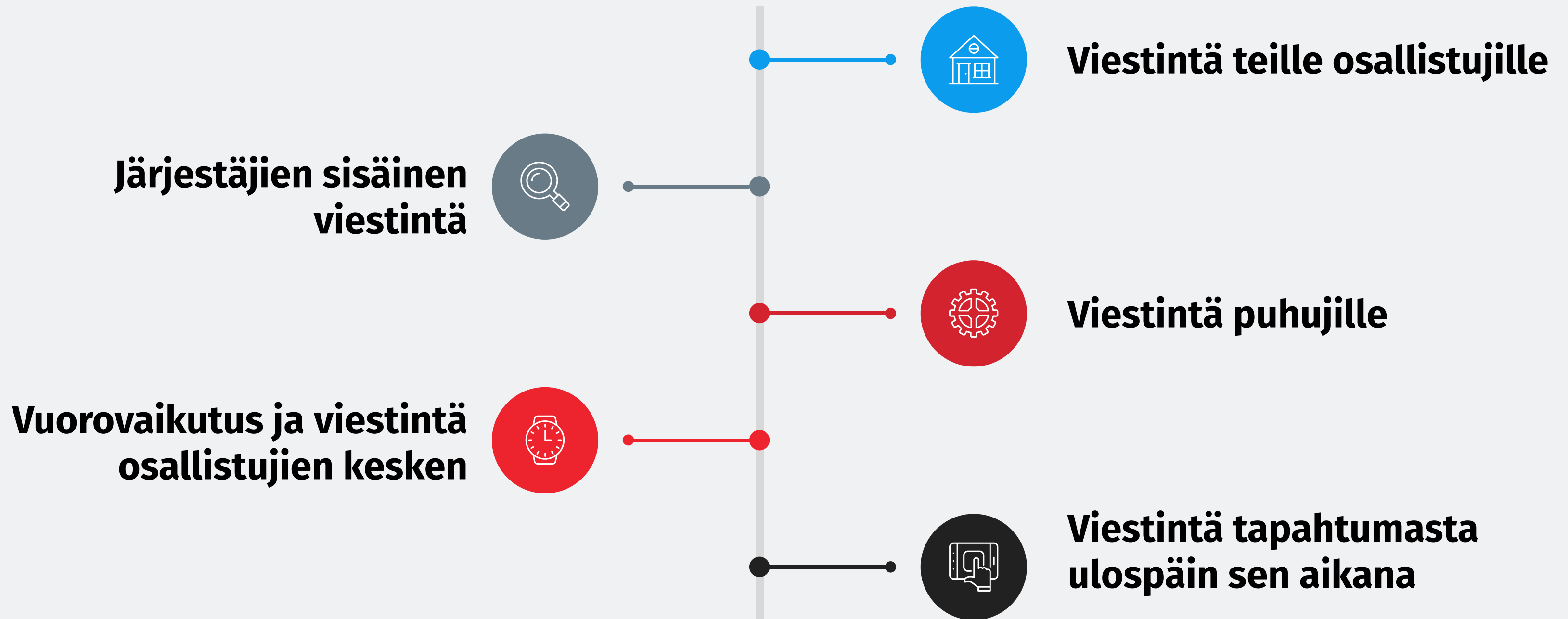


Kohderyhmät määrittelevät  
viestinnän tavat, sävyt,  
sisällöt ja kanavat.



Kohdenna ja puhuttele  
rohkeasti. Viesti osuu silloin  
heihin, joille se kuuluukin.

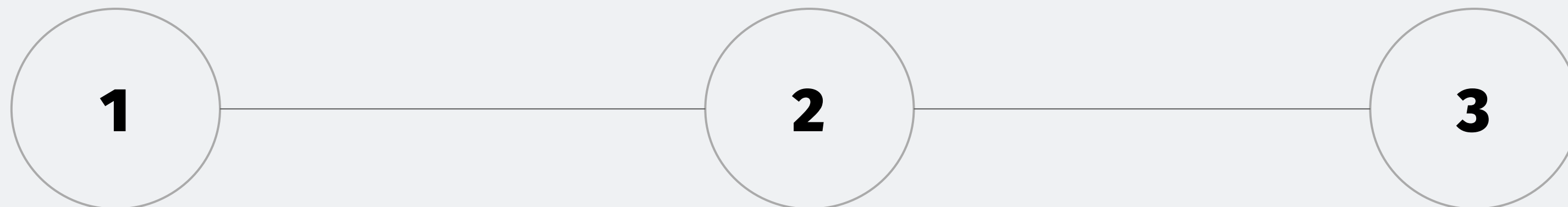
# Esimerkkinä tämän tapahtuman viestinnän kohderyhmät



# Viestintäsuunnitelman täyttäminen:

1. Ketä kirjasit hetki sitten viestintäsuunnitelman kohtaan “Kenelle”?
2. Listaa näitä kohderyhmiä muutama chatiin.

# 3 vinkkiä viestien kohdentamiseen



**Mieti aina, kenelle viestisi on tarkoitettu.**



**Pohdi sitten, mikä juuri tätä ihmistä aiheessasi eniten kiinnostaa.**



**Sano viestissäsi aina tärkein asia ensin.**

# Viestinnän kanavat ja reitit eri kohderyhmille

# Missä kaikkialla kirjasto viestii?

- Omat verkkosivut
- Kaupungin verkkosivujen muut sivut
- Omat somekanavat
- Kaupungin somekanavat
- Puskaradiot ja muut someryhmät
- Uutiskirjeet
- Sähköpostit
- Paikallismedia: lehdet ja radio
- Puhelin
- WhatsApp
- Sidosryhmien kanavat
- Ilmoitustaulut
- Televisio-ilmoitustaulut
- Printtimateriaalit
- Tapahtumat
- jne.....



Kanavien käyttöä on tärkeä  
pohtia aina kohderyhmä  
mielessä pitäen: mistä tavoitat  
haluamasi ihmiset?

# Kanavien kautta tavoiteltavat ihmiset kärkenä kanavavalinnoissa

**Ketä kohderyhmistänne tavoitatte esimerkiksi  
seuraavilta kanavilta?**

## Verkkosivut

- Esim....
- Kuntalaiset (ns. suuri yleisö)
- Lasten vanhemmat
- Päätäjät
- He, jotka eivät käytä somea

## Facebook-sivu ja -ryhmät

- Esim....
- Lasten vanhemmat
- Aikuisikäiset
- Eläkeläiset

## Instagram

- Esim....
- Yli 20-vuotiaat
- Nuoret aikuiset
- Eri alojen harrastajat



Pohdi viestittävien sisältöjen  
kanavavalintoja aina  
tavoiteltavan ihmisen  
mukaan.



Muista, että voit ulottaa  
sisältöjäsi myös muualle kuin  
vain “omille” kanaville.

# Laajenna viestintää oman kehän ulkopuolelle

- Jaa tietoa ihmiset edellä myös kanaville, jotka eivät ole omianne.
- Hyödynnä esimerkiksi Facebook-ryhmiä.
- Ryhmien säännöt määrittelevät sen, voitko julkaista ryhmässä sivun roolissa vai itsenäsi.



Ikaalisten nuorisopalvelut järjestää Fun Friday -tapahtuman perjantaina 31.5. klo 15-23 nuorisotila Vienolassa! 🥳

Tapahtumassa on erikseen vuorot

🧡 4.-6. luokkalaisille klo 15-18

🧡 7.lk-alle 18v. ikäisille klo 18-23

Ohjelmassa mm. seikkailurata-pomppulinna, last one standig-huvilaite, hattaraa, discoa, pihapelejä ja bingoa! 🎉

Tapahtuma on täysin ilmainen ja paikalle voi tulla oman vuoron aikana milloin vain!

Näytä lisää



PE, 31. TOUKOK. KLO 15.00

**Vienolan Fun Friday**

Oikotie 8, 39500 Ikaalinen, Finland

☆ Kiinnostunut



Ja kaikkihan eivät käytä  
somea...

# Muista myös juttuvinkit ja toimittajien suorat sähköpostit

- Tarkista paikallislehtien toimitusten yhteystiedot ja toimittajat.
- Käytä juttuvinkki -toimintoja.
- Ole yhteydessä myös suoraan toimittajiin. Hyödynnä suhteet!
- Tuota mahdollisimman valmista materiaalia toimittajille.
- Muista myös medioiden tapahtumakalenterit

## Juttuvinkki ja uutiskuva

Lähetä meille juttuvinkki tai valokuva uutistapahtumasta. Maksamme julkaistuista uutiskuvista palkkion. Liitä mukaan yhteystietosi palkkionmaksua ja mahdollista lisätietojen kysymistä varten.

Voit lähettää tällä lomakkeella vain juttuvinkkejä ja valokuvia. Jos haluat lähettää videon, lähetä linkki videoon sähköpostilla.

### Uutiskuva

Voit liittää yhden kuvan. Jos haluat lähettää useita kuvia, lähetä ne yksi kerrallaan. Suurin sallittu tiedostokoko on 8 megatavua.

Valitse tiedosto Ei valittua tiedostoa

Sallitut tiedostotyytit: jpg, jpeg, png, gif, Max. tiedoston koko: 8 MB.

### Kuvaajan nimi

Jos lähetät uutiskuvan, kirjoita tähän, kuka kuvan on ottanut.

### Kuvauspaikkakunta

Jos lähetät uutiskuvan, kirjoita tähän, missä kaupungissa tai kunnassa kuva on otettu.

### Juttuvinkki tai kuvan sisältö \*

Kirjoita tähän juttuvinkkisi. Jos lähetät uutiskuvan, kerro tässä, mitä kuvassa tapahtuu ja keitä siinä esiintyy.

### Lähettäjän yhteystiedot

#### Nimi \*

#### Puhelinnumero \*



Mediassa asiasi tavoittaa  
myös laajemmät  
kohderyhmät ja tiedon  
vaikuttavuus kasvaa.



Yhdistä mediaviestintä  
muuhun viestintään ja tee  
niistä toisiaan tukeva  
kokonaisuus.



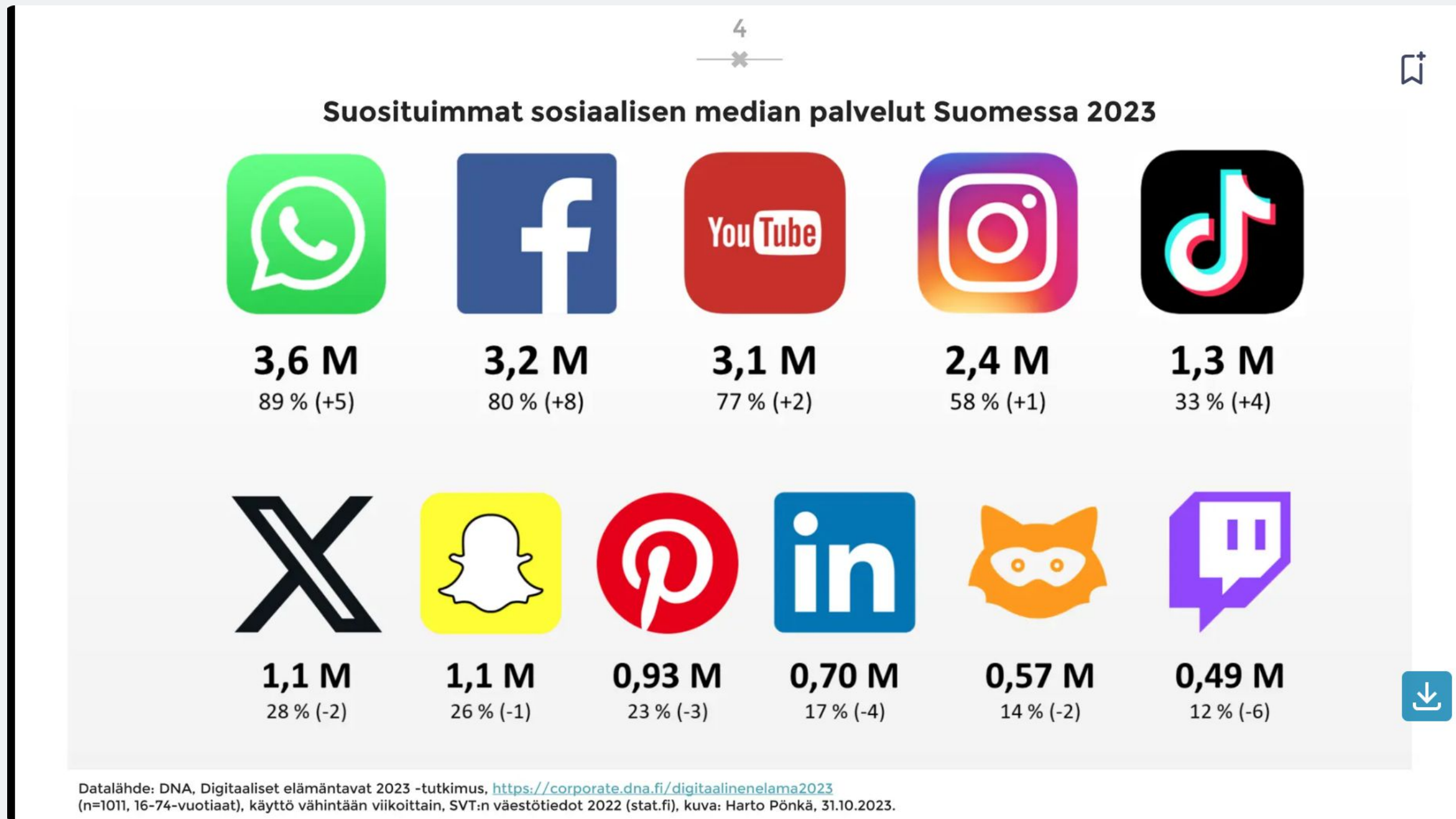
# Esimerkkinä Hyvin sanottu -keskustelu

- Viestintä-Pirittan www, uutiskirje ja sosiaalinen media
- Some-merkinnät puhujiin ja tapahtuman järjestäjään
- Mediatiedotteet paikallisiin medioihin

# Muutama sometilasto tarkasteluun

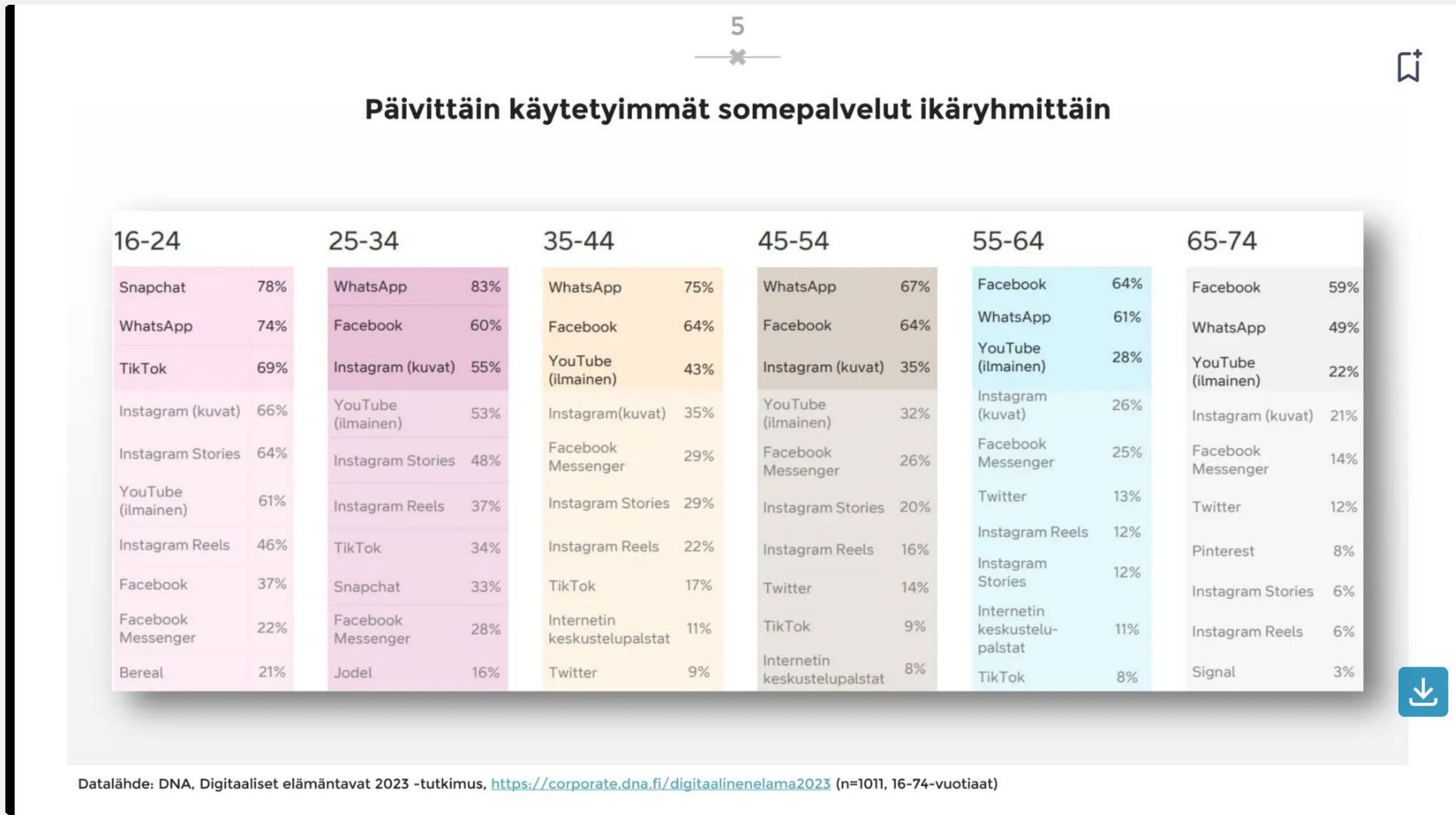
# Some-tilastokooste

Lähde: Harto Pönkä 12-2023



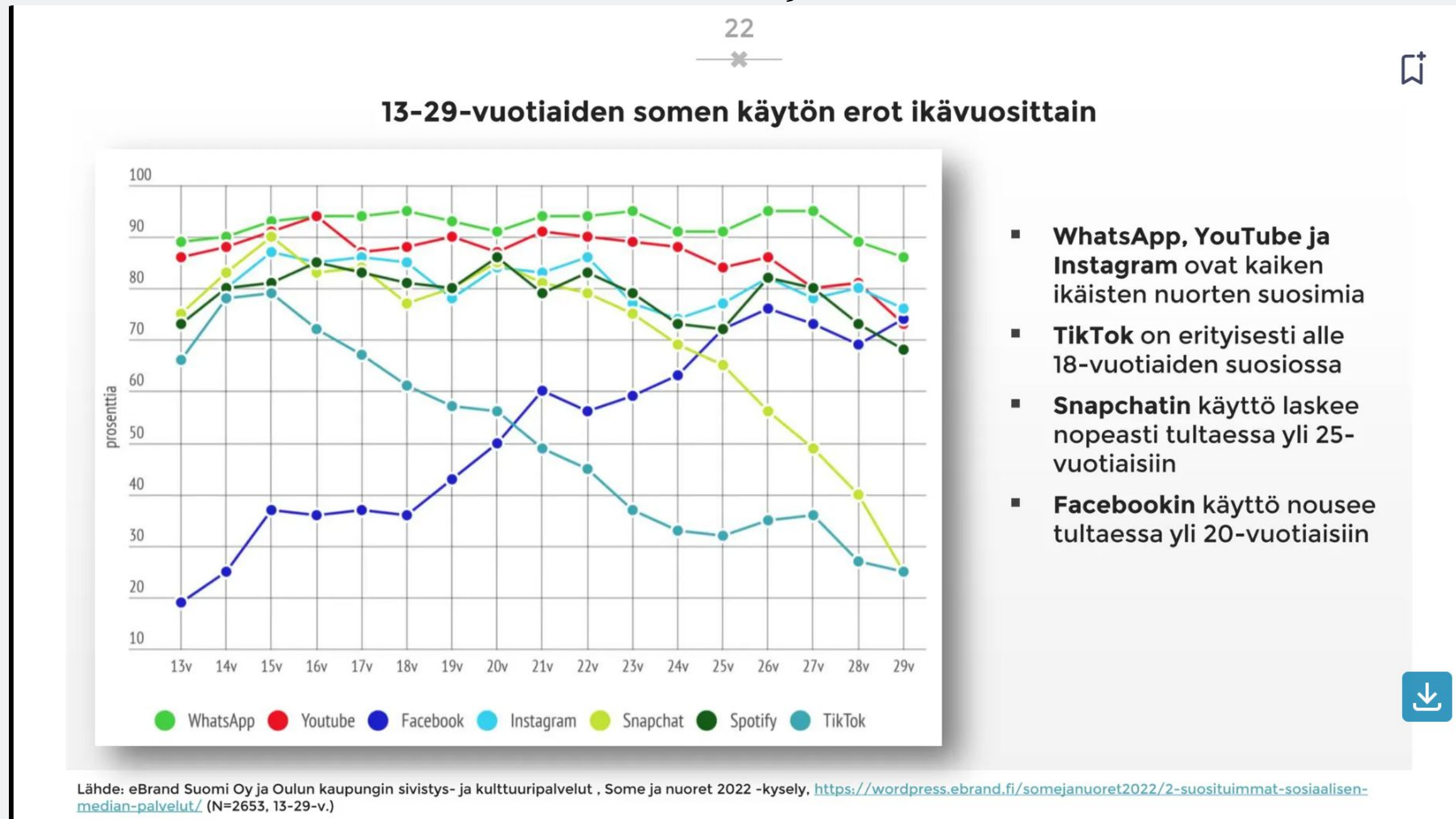
# Some-tilastokooste

## Lähde: Harto Pönkä 12-2023



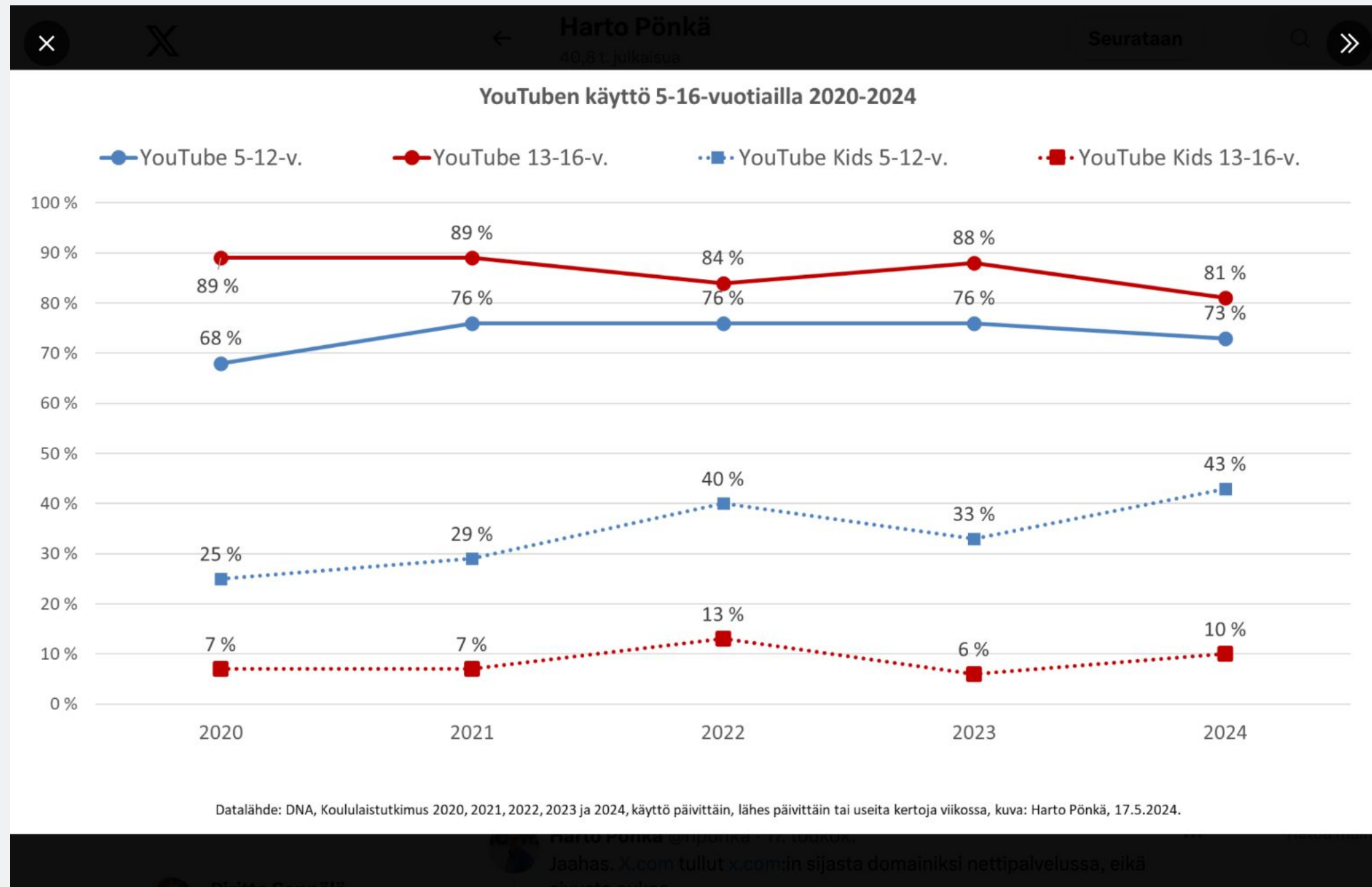
# Some-tilastokooste

Lähde: Harto Pönkä 12-2023 ja eBrand



# YouTube ja nuoret

## Lähde: Harto Pönkä / X ja DNA



**Harto Pönkä** @hponka

Tämän vuoden selkein muutos somepalvelujen trendeissä on ollut ikisuosikki YouTuben suosion kääntyminen viimein laskuun.

Kuvassa YouTuben käyttö 5-16-vuotiailla 2020-2024.

Syynä tällekin on luultavasti TikTok.

Lähde: DNA:n koululaistutkimukset.

#youtube #tilastot #lapset

11.07 ap. · 17. toukok. 2024 · 343 Näyttöä

1 kommenttia · 1 retweetiä · 3 mielipitoa

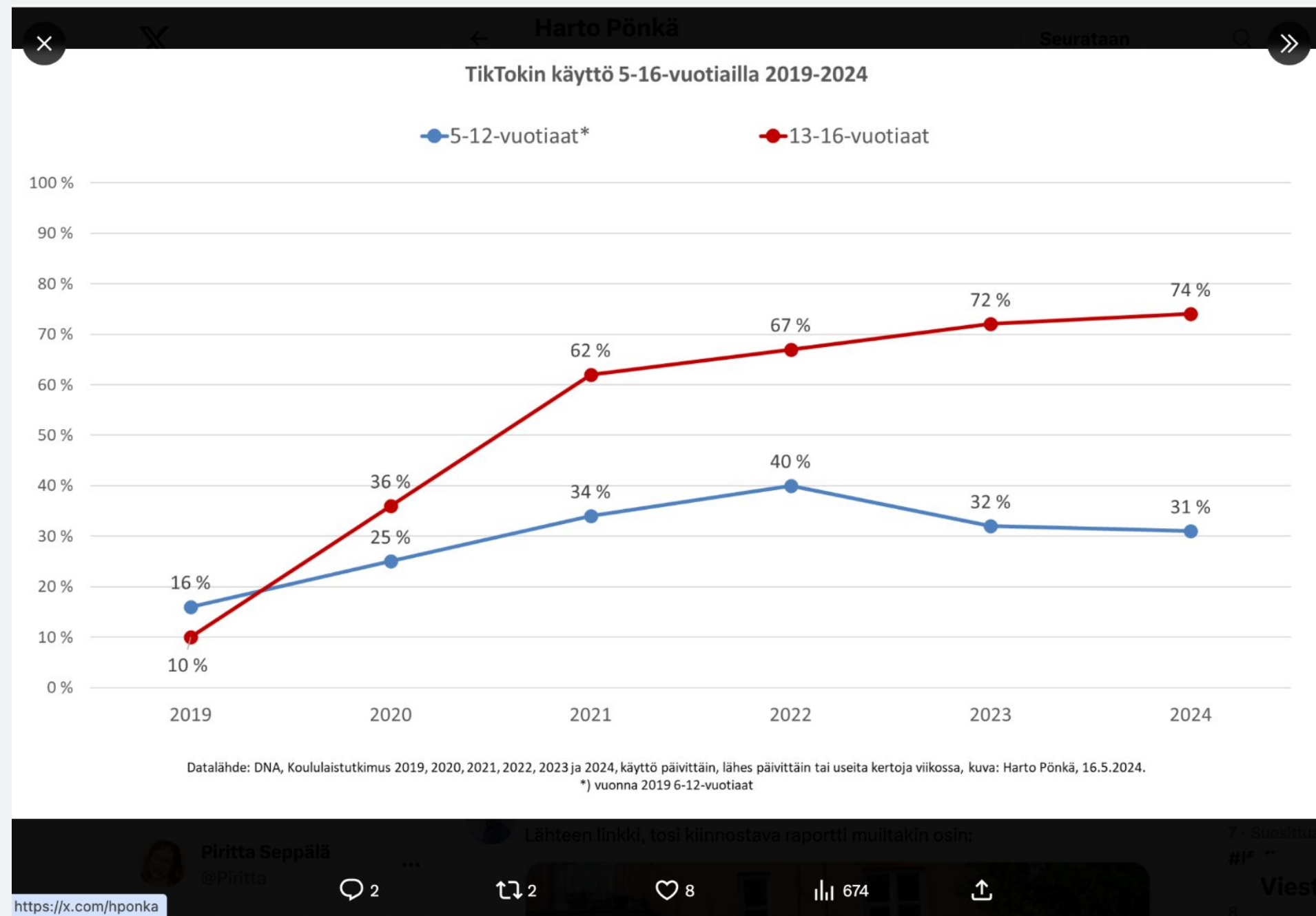
**Julkaise** **Vastaa**

**Toni Hintik** @tonihinti · 17. toukok. ...  
 Youtube on mennyt siihen, että sitä katsotaan töllöstä, kuten muitakin maksutv-palveluita.

23 näyttöä

# TikTok ja nuoret

## Lähde: Harto Pönkä / X ja DNA



**Harto Pönkä** @hponka

Uusimmat lasten ja teinien TikTokin käyttöluvut Suomessa, olkaapa hyvät.

5-12-v: laskee hitaasti  
13-16-v: kasvu loivenee entisestään

Lähde: DNA:n koululaistutkimus 2024

#TikTok #lapset

3.47 ip. · 16. toukok. 2024 · 674 Näyttöä

2 kommentia · 2 retweetiä · 8 mielipitoa

Julkaise Vastaa

**Harto Pönkä** @hponka · 16. toukok. ...  
Lähteen linkki, tosi kiinnostava raportti muiltakin osin:

DNA Koululaistutkimus 2024 | DNA via

Lähteestä corporate.dna.fi

162 mielipitoa

<https://x.com/hponka/status/1791088080880807948/photo/1>

# Lue lisää: DNA:n koululaistutkimus



DNA:n tutkimusten päätavoite on tuottaa arvoa DNA:n liiketoiminnan ja keskeisten sidosryhmien päätöksenteon tueksi.

[Katso kaikki tutkimukset](#)

## Koululaistutkimus 2024 osoittaa, että vanhempien huoli lapsen puhelimen käytöstä on kasvanut

Suomalaisvanhempien huoli lastensa puhelimen käytöstä on nyt korkeampi kuin kertaakaan tällä vuosikymmenellä, kertoo DNA:n yli tuhannen vastaajan Koululaistutkimus 2024. Huolenaiheista yleisimpiä ovat digilaitesisältöjen koukuttavuus, niin sanottu grooming-ilmiö sekä erilaiset tietoturvaohat.

5–12-vuotiaiden lasten vanhemmista peräti puolet vastaa olevansa huolestuneita lapsensa puhelimen käytöstä, mikä on kymmenen prosenttiyksikköä enemmän kuin vuoden takaisessa tutkimuksessa. 13–16-vuotiaiden lasten vanhempien keskuudessa vastaava luku on 42 prosenttia, eli 9 prosenttiyksikköä aiempaa enemmän.

Useimpien vanhempien mielestä digisisällöt koukuttavat lasta liikaa. Näin kokee lähes kolme neljästä (73 %) alakouluikäisen vanhemmasta ja lähes seitsemän kymmenestä (68 %) yläkouluikäisen vanhemmasta. Kummankin ikäryhmän lasten vanhemmista noin kolme viidestä on myös huolissaan grooming-ilmiöstä, eli siitä, että tuntematon henkilö lähestyy lasta verkossa houkutellessaan tätä seksuaalisessa tarkoituksessa.

<https://corporate.dna.fi/medialle/dnan-tutkimukset/koululaistutkimus-2024>

# Ping Helsinki 2023: TikTok



MEDIA-ALAN > TUTKIMUSSÄÄTIÖ

## TikTok on ponnahtanut koko väestön tasolla joka kolmannen suomalaisen sosiaalisen median käyttäjän arkeen

15-65-vuotiaiden kk-käytössä näkyy Metan vahva ote — Facebook pitänyt pintansa ja Instagram nousssut

Käyttö vähintään kuukausittain, %	2017	2020	2023
YouTube	79	88	87
Facebook	79	78	80
Instagram	49	59	66
TikTok		14	36
Blogit	32	30	21
Snapchat	24	26	31
Twitter	23	23	24
Pinterest	21	21	23
LinkedIn	20	21	21
Jodel		12	15
Twitch		8	12

### Kuinka usein käytät seuraavia sosiaalisen median kanavia?

Vuoden 2023 data: Vastaajat (n=1034) edustavat sosiaalista mediaa käyttäviä 15-65-vuotiaita suomalaisia.

[Vuoden 2020 tutkimusraportti](#)

YouTube'n käyttö saturoitunut. IG:n käyttö vielä kasvanut hieman ja TikTok hurjasti.

Twitter (nykyään X), Pinterest ja LinkedIn pysyneet omalla matalalla tasollaan.

[#pinghelsinki](#)



Usein vähemmän on enemmän.  
Panosta muutamaaan kanavaan ja  
viestintätapaan – ja tee se hyvin.

# Viestintäsuunnitelman täyttäminen:

1. Listaa suunnitelmapohjaan kaikki käyttämänne kanavat. Erottele itse ylläpitämänne kanavat ja muut mahdolliset viestinnän kanavat ja reitit.
2. Lisää kanavien rinnalle, ketä kaikkia kanavalta voisitte tavoittaa.

# Toimivat viestinnän sisällöt

# Näin vastasimme: Millaista on vaikuttava viestintä?



- Selkeää, yksiselitteistä ja tiivistä.
- Osallistavaa, innostavaa ja rentoa.
- Visuaalisesti tyylikästä.
- Tekstisisällöltään riittävän tiivistä.
- MITEN JATKAISIT LISTAA?

# Onnistuneen sisällön peruspilarit

## 1

### Sisällön kiinnostavuus

- Mikä ihmistä aiheessasi kiinnostaa?
- Mitä hyötyä se hänelle tarjoaa?
- Mitä tietoa hän saa?

## 2

### Ihmiselle kohdentaminen

- Miten puhuttelet viestisi tärkeintä vastaanottajaa?
- Mitä asioita tämä ihminen tarvitsee aiheeseesi liittyen?

## 3

### Selkeys ja ymmärrettävyys

- Käytätkö vaikeita termejä vai puhutko arkikieltä?
- Puhu aina niin, että kuka tahansa ymmärtää sanomasi.

## 4

### Tekstin rakenne

- Erityisesti verkossa tekstin rakenne vaikuttaa sisällön omaksumiseen.
- Keskity siis myös sisällön rakenteen muotoiluun.

# Kerro ihmiselle, mitä haluat tämän tekevän



**Kirjoita tarina,  
jossa on toivoa.**

**Kirjoita se vain  
kuudella sanalla.**

**Kallion kirjasto**  
9. huhtikuu 2020 · 🌐

Tänä huhtikuun torstaina on Mikael Agricolan päivä. Sen kunniaksi kirjasto kerää pikkuruisia tarinoita kaikkien iloksi. Joten:

Kirjoita tarina toivosta. Kirjoita tarina, jossa on toivoa. Kirjoita se vain kuudella (6) sanalla.

Noin, anna mennä. Rohkeasti ja rennosti. Juhlitaan taipuisaa ja ilmaisuvoimaista kieltämme! Sillä Agricolan työn ansiota on, että voimme sitä lukea ja kirjoittaa.

Tämän haasteen toteuttavat yhdessä Järvenpään ja Kallion kirjastot ❤️ Pitäkää murut huol... **Näytä lisää**

👍❤️ 127      164 💬 26 ➦

👍 Tykkää    💬 Kommentti    ➦ Jaa    🧑🏻

Osuvimmat ▾

**Piritta Seppälä**  
Huomenna on uusi päivä, aurinkokin paistaa.

**Kirjoita kommentti...**

🗨️ 😊 📷 GIF 🗑️ ➦

⚠️ Kommentoit käyttäjänä Piritta Seppälä.

Kuva: DarkWorkX / Pixabay

<https://www.facebook.com/kirjastokallio/photos/a.403010303112465/2940127182734085/>

# Vinkkejä vaikuttavaan kirjoittamiseen

1

**Sano vain se, mitä pitääkin.**

2

**Sano aina tärkein ensin.**

3

**Käytä selkeää ja ymmärrettävää kieltä.**

4

**Unohda turha taustoittaminen.**

5

**Anna selkeät toimintaohjeet.**

6

**Puhu yhdestä asiasta yhdessä viestissä (jos voit).**

# Vinkkejä verkkokirjoittamiseen: www, sähköposti, some, WA

1

**1 asia / kappale.**

2

**Max. 5 riviä / kappale.**

3

**Tekstin katkaisu 3-4  
kappaleen jälkeen  
(väliotsikko, kuva tms.)**

4

**Yli 3 asian listatut asiat  
allekkain olevaksi  
luetteloksi.**

5

**Otsikon pituuden  
yleissuositus: 4-8 sanaa.**

6

**Virkkeessä max 1 pilkku  
ja sitten piste.**

# Tiiviskin ilmaisu riittää, muista myös asiaa kuvaileva otsikko

**Vinkki: Muista verbi otsikossa.**

## Ajankohtaista

E-kirjasto -palvelussa huoltokatko 21.5. klo 9-10

E-kirjasto on auki!

Nilsin kirjaston omatoimijärjestelmä on pois käytöstä. Vika jatkuu edelleen.

Maaningan kirjaston poikkeusaukiolo tiistaina 21.5.

Kesälukukampanjat lapsille, perheille ja nuorille

Kuopion kaupunginkirjasto poistuu viestipalvelu X:stä

Miljoona roskapussia -kampanja 15.4.–5.6.2024

Pyörön kirjaston käteiskassapalvelut loppuvat 3.6.2024

Pääkirjaston lasten- ja nuortenosastolle on avautunut Nepsy-nurkka

Pehmolelut ja roolivaatteet poissa käytöstä pääkirjastolla

Varastoaineiston käytänteet

Uusi elokuvapalvelu Cineast

# Harjoittele suoraan asiaan menemistä

- Sähköposteissa
- WhatsApp-viesteissä
- Kotona...



# Panosta myös sähköposteihin. Linkitä oikein.

- Sano tärkein ensin.
- Muista kappalevälit.
- Käytä lyhyitä virkkeitä.
- Moniaiheisissa viesteissä voit myös väliotsikoida.
- Ohjaa linkeillä tiedon lähteelle.
- Tee linkeistä luettavia ja huomioi näin myös saavutettavuus.

Muista otsikoida kuvailevasti: mitä viestisi sisältää?

Vastaanottajat

Muista otsikoida kuvailevasti: mitä viestisi sisältää?

Tervehdys kohdennettuna vastaanottajalle!

Puhu mieluummin ihmiselle suoraan kuin kolmannessa persoonassa. Näin ihminen omaksuu viestisi paremmin.

Jos ihmisen pitää tehdä jotakin, kerro se hänelle: "Ilmoittaudu webinaariin 25.10. mennessä!".

Tee esimerkiksi ilmoittautuminen helpoksi eli ohjaa ilmoittautumaan: "[Pääset ilmoittautumaan klikkaamalla tästä](#)". Muista kertoa myös mahdolliset ruoka-ainerajoitteesi!".

## Linkittämisen ohje sähköposteihin ja verkkosivuille

Tee linkeistä informatiivisia eli toimi näin:

1. Linkitä tekstistä se kohta, [joka ohjaa linkkiin](#).
2. Maalaa tarvittava kohta ja klikkaa sähköpostista linkkipainiketta (tässä kuvassa alhaalla).
3. Lisää haluamasi linkki ja paina OK.
4. Vältä linkkien lisäämisessä "Klikkaa tästä!" tai "täällä" -linkittämistä.
5. Jos et pysty lisäämään linkkiä sisään tekstiin, pyri lisäämään linkki mahdollisimman lyhyessä muodossa: <https://viestintapiritta.fi/blogi/parempaa-keskustelukulttuuria-someen/>

--

Piritta Seppälä  
Viestintä-Piritta Oy

↩ ↪ Sans Serif ↕ ↶ ↷ **B** *I* U A ▾ ☰ ☱ ☲ ☳ ☴ ☵ ☶ ☷ ▾

PI 16

Lähetä ▾

A

📎

🔗

😊

📍

🔒

✍️

📅

⋮

🗑️

# Hyvä julkaisu Facebook-sivuilla

- Sano tärkein ensin. Ole tiivis.
- Muista kappalevälit.
- Käytä lyhyitä virkkeitä.
- Vältä liikaa emojiien käyttöä ja sijoittele ne mieluiten virkkeiden loppuun (saavutettavuus).
- Merkitse (tägää) muita tarvittaessa.
- Lisää linkit loppuun selkeässä muodossa, jos mahdollista.

 **Mäntyharjun kirjasto**  
10. huhtikuu · 🌐

📱🎧 Uusi e-kirjasto avautuu huhtikuun loppupuolella. Mobiilisovelluksena toimivasta E-kirjastosta voi lainata äänikirjoja, e-kirjoja sekä kotimaisia aikakauslehtiä. Palveluun kirjaututaan vahvalla tunnistautumisella, eli kirjastokorttia ei tarvita.

Palvelua voivat käyttää kaikki, joiden kunta on mukana palvelussa. Mukana on tällä hetkellä yli 200 kuntaa, mukaanlukien Mäntyharju.

Kyseessä on Kansalliskirjaston ja Suomen kuntien yhdessä tuottama palvelu.



KANSALLISKIRJASTO.FI

**E-kirjasto: kirjasto aina mukanas**

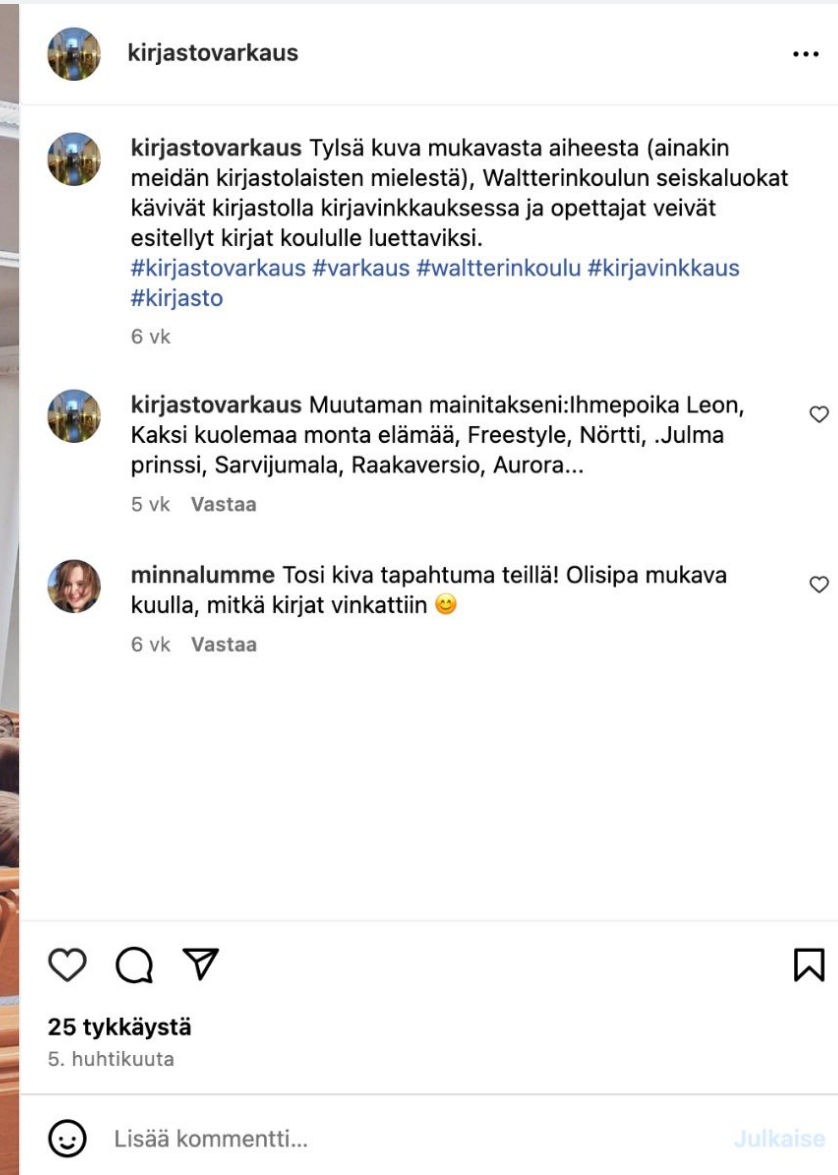
E-kirjasto on kuntien yhteinen palvelu, josta voit lainata e-kirjoja, äänikirjoja ja digilehtiä.

👍 4

# Rakenna julkaisusta aina kokonaisuus



- Ihminen näkee ensin aina kuvan: mitä tietoa kuva tälle tarjoaa?
- Kirjoita tekstisi menemällä suoraan asiaan ja kokonaisuutta täydentäen. Näin sen kaikki osat tuovat ihmiselle uutta tietoa aiheesta.



# Bonus: Huumori on sallittu!



**kirjastovarkaus**



**kirjastovarkaus** Tylsä kuva mukavasta aiheesta (ainakin meidän kirjastolaisten mielestä), Walterinkoulun seiskaluokat kävivät kirjastolla kirjavinkkauksessa ja opettajat veivät esitellyt kirjat koululle luettaviksi.  
[#kirjastovarkaus](#) [#varkaus](#) [#walterinkoulu](#) [#kirjavinkkaus](#) [#kirjasto](#)

6 vk



**kirjastovarkaus** Muutaman mainitakseni: Ihmepoika Leon, Kaksi kuolemaa monta elämää, Freestyle, Nörtti, .Julma prinssi, Sarvijumala, Raakaversio, Aurora...



5 vk Vastaa



**minnalumme** Tosi kiva tapahtuma teillä! Olisipa mukava kuulla, mitkä kirjat vinkattiin 😊



6 vk Vastaa



**25 tykkäystä**

5. huhtikuuta



Lisää kommentti...

Julkaise

# Muista myös jaot muiden kanavilta

- Seuraa sidosryhmien, muiden kirjastojen ja yhteistyötahojen viestintää.
- Facebook-sivujen ja -ryhmien ilmoitukset voi myös tilata omaan profiliin ja pysyä ajan tasalla näin.
- Jaa muiden julkaisemaa sisältöä omalla johdannolla kirjaston tileille.



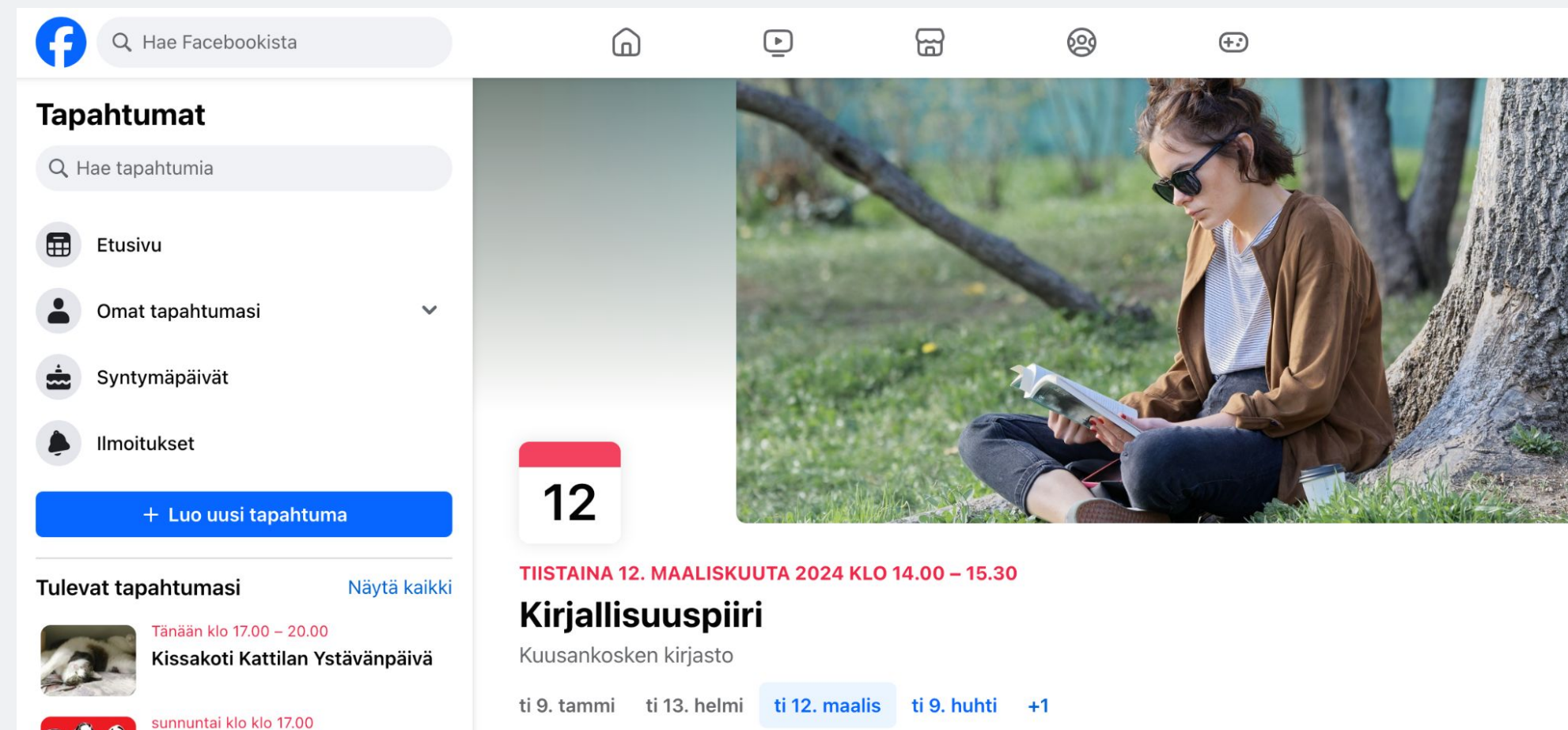
# Ole ajankohtainen

- Tartu ajankohtaisiin teemoihin.
- Käy vuosikalenteri läpi ennalta ja pohdi, mihin kaikkiin teemapäiviin voitte kiinnittää omia sisältöjanne.
- Huomioi erilaiset juhla- ja kirjallisuuden teemapäivät tai suuret tapahtumat.



# Hyödynnä Facebook-tapahtumia

- Facebook-tapahtumat saavat näkyvyyttä käyttäjien uutisvirrassa, vaikka niissä ei olisi paljoa klikkauksia.
- Suunnittele, mitkä tapahtumanne sopivat Facebookiin parhaiten.
- Pohdi myös yhteisjärjestäjiä tapahtumillenne.



# Toiminta esiin tunnistettavasti: myös jälkikäteen

Viestintä  
Piritta



**iisalmenkirjasto**  
Iisalmen kaupunginkirjasto



**iisalmenkirjasto** Kiitos Pirjo Virkkuselle ja "Sanat kuin lehdet" -runokirjan julkaisutilaisuutta seuranneelle yleisölle. Kiitämme myös vielä kerran kaikkia Kirjastoviikon tapahtumissa mukana olleita! Alla linkit Pirjon live-lähetysten tallenteeseen ja tapahtumakuviin:

<https://www.facebook.com/kirjastoiisalmi/videos/7219892588129067>

<https://flic.kr/s/aHBqjBidUv>

Kirjaa voi varata Rutakko-verkkokirjastosta. #iisalmenkirjasto #iisalmi #kirjasto #kirjailijavieras #pirjovirkkunen

8 vk



**8 tykkäystä**  
22. maaliskuuta

Lisää kommentteja

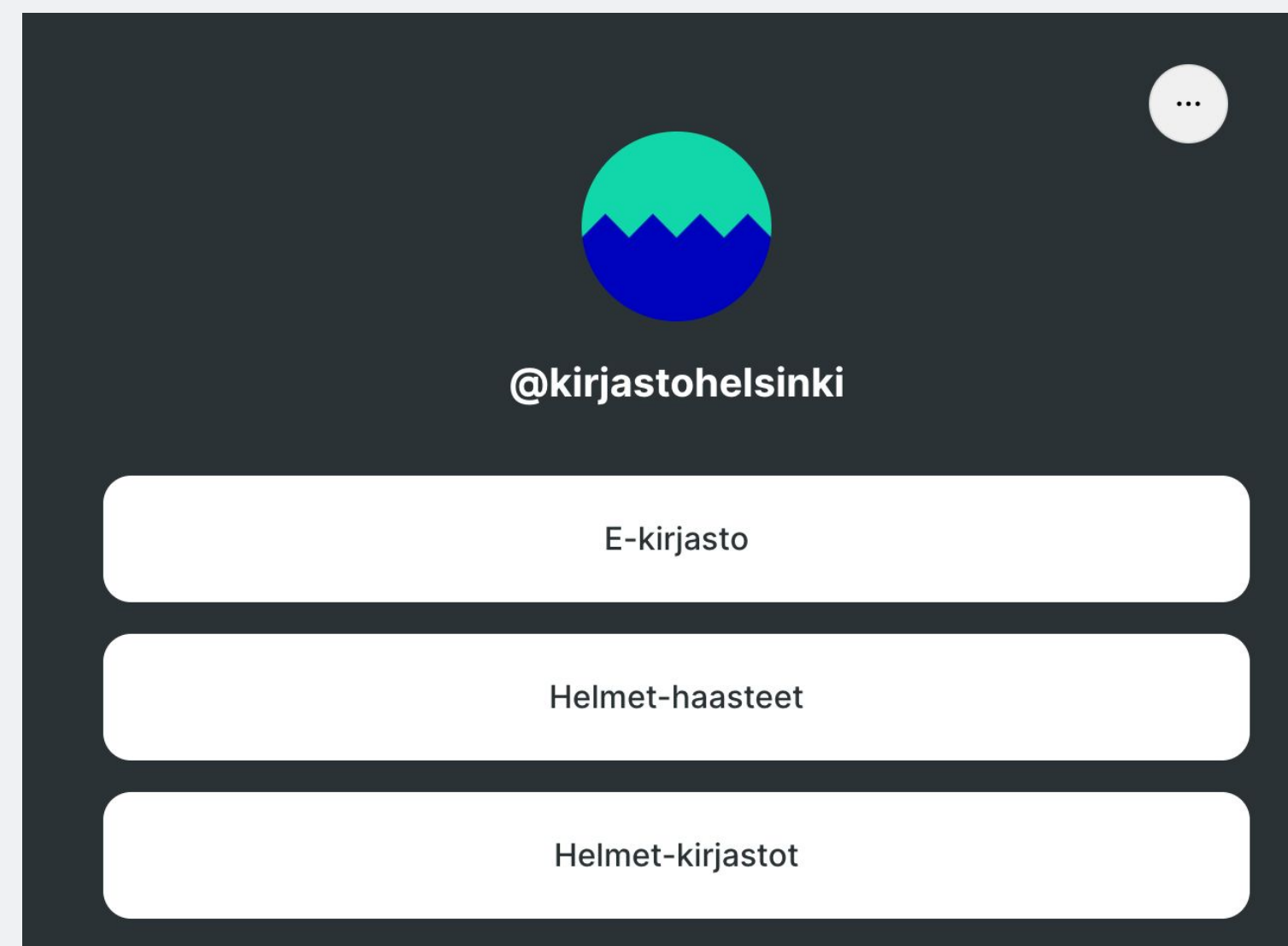
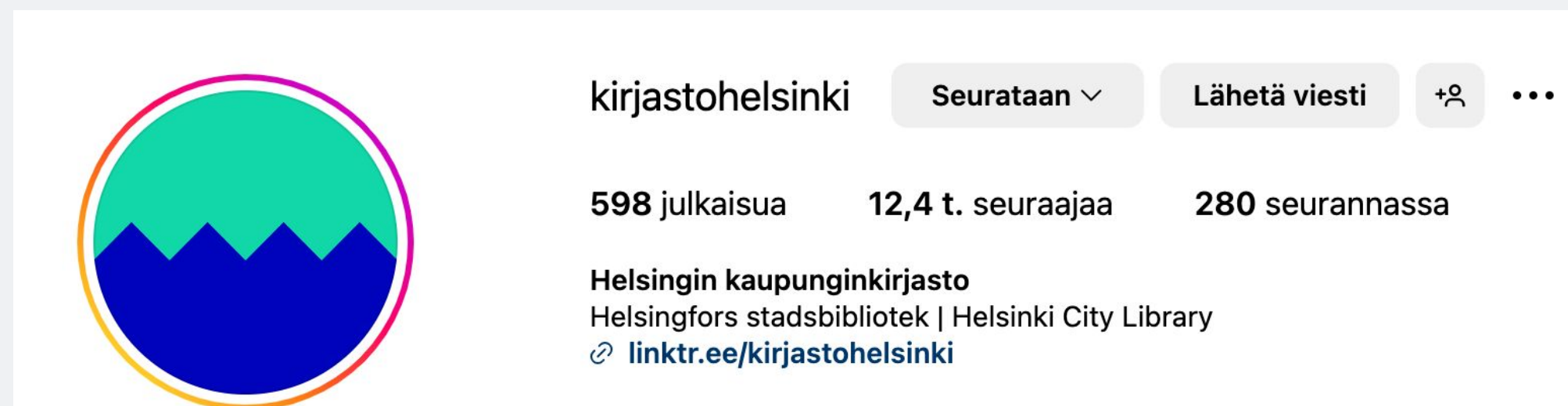


# Linkit Link.treehin Instagramissa

<https://linktr.ee/>

Viestintä  
Piritta

- Instagramissa linkittämistä tehdään esimerkiksi Link.tree -työkalun avulla.
- Kun jaat linkkejä julkaisuihin, ne eivät ole aktiivisia, vaan näkyvät tekstin seassa olevina linkkeinä.
- Linktreehin linkit saa aktiivisiksi.
- Mainitse tällöin julkaisun tekstissä esim: "Pääset lukemaan lisää profilin linkeistä".





Kun kerromme asioistamme  
eri tavoin, oleelliset tahot  
tietävät mitä näiden pitääkin  
tietää.

# Viestintäsuunnitelman täyttäminen:

## 3. Viestinnän sisällöt kohderyhmittäin ja kanavittain

Valitse yksi viestinnän kohderyhmä, joita listasit kohdan 1 aiheiden rinnalle. Kirjaa se vasempaan sarakkeeseen. Lisää rinnalle kanavat, joiden kohdalla saman kohderyhmän mainitsit kohdassa 2. Lisää seuraavaksi aiheet, joista tälle kohderyhmälle tulee kertoa (kohdasta 1). Kirjaa lopuksi viestinnän tavat ja sisältötyypit, joiden avulla asiasta kyseiselle kohderyhmälle haluat kertoa.

**Kohderyhmä**

**Kanavat**

**Aiheet**

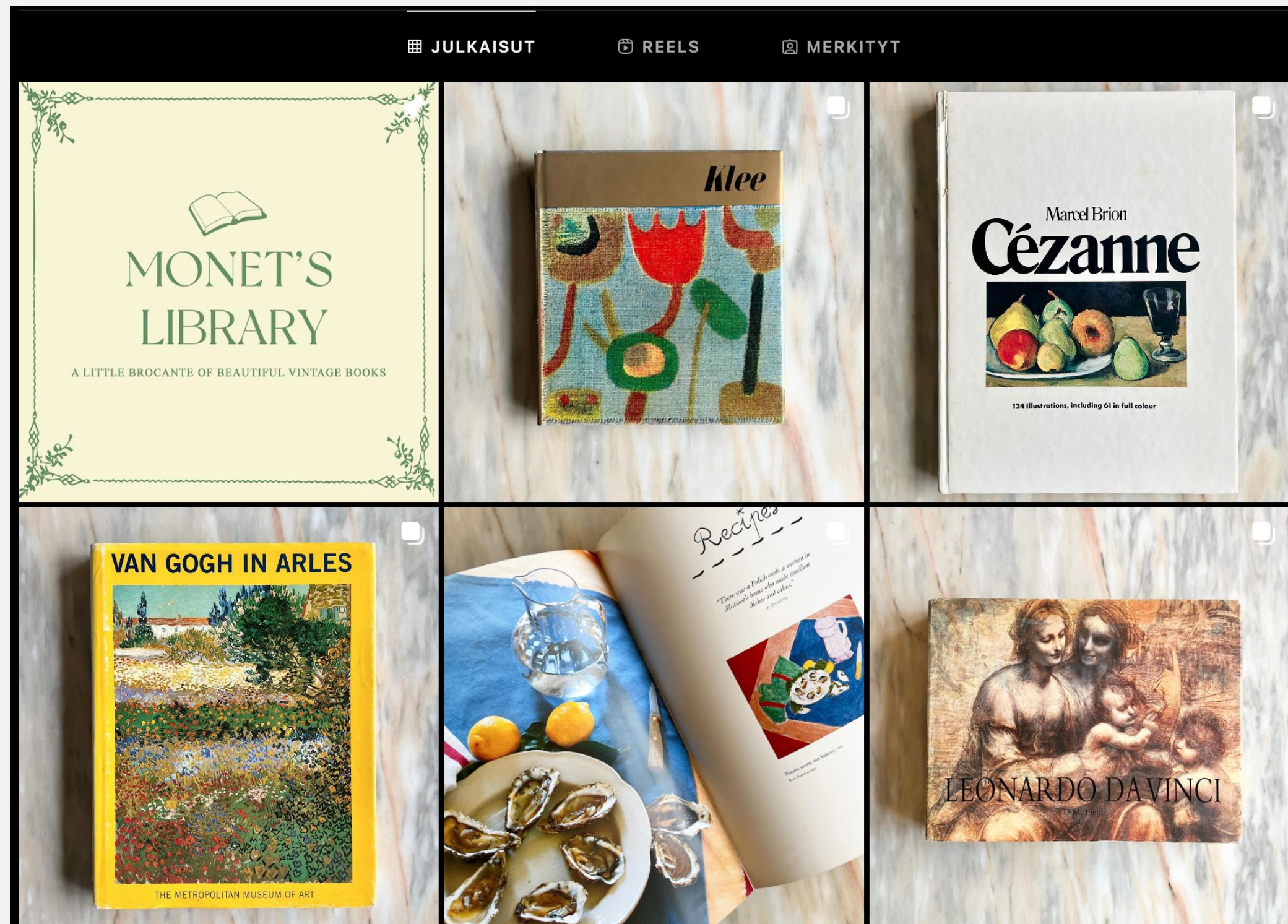
**Viestinnän tavat ja sisältötyypit**

# Muutama sana kuvista ja väreistä



Yksi kuva vastaa tuhatta  
sanaa – ja yhdessä kuvassa  
voi olla pari sanaa.


# Mieti visuaalista ilmaisua yhtenäisyyden kautta




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

# Kuva kiinnittää ihmisen huomion eri ympäristöissä



 **Mäntyharjun kirjasto**  
5. toukokuu klo 10.00 · 🌐

Kirjastojärjestelmän päivitys alkaa tänään (5.5.) sunnuntaina illalla. Järjestelmäpäivityksen vuoksi kirjaston omatoimiaika loppuu aikaisemmin ja kirjasto on suljettuna 6.5. sekä 7.5. Päivitystöiden aikana kirjastojärjestelmä ei ole käytettävissä, eli myöskään verkkokirjasto ei ole käytössä.



**Omatoimiaika  
päättyy tänään  
klo 18.30**

**Kirjaston järjestelmäpäivityksen  
vuoksi kirjasto on suljettuna  
6.-7.5.**

Päivityksen aikana kirjastojärjestelmä ei ole käytettävissä eikä verkkokirjasto ole käytettävissä. Sulkupäiville osuvia eräpäiviä on siirretty eteenpäin. Uudet eräpäivät näet verkkokirjastosta tai voit kysyä niitä soittamalla.




Muista myös värien  
erottuvuus ja kontrastit.

# Entäpä ne videot?



YouTube FI kuopion kaupunginkirjasto




**Runokantti 21.3.2024: runoilijavieraana Atik Ismail**

**Kuopion kaupunginkirjasto** 73 tilaajaa **Tilaa**

0 0 Jaa Lataa Klippi ...

41 katselukertaa 1 kuukausi sitten KUOPION KAUPUNGINKIRJASTO  
Pääkirjaston yläkerran lavalla kuultiin vaikuttavaa lausuntaa Maailman runouden päivänä 21.3. Runokantin vieraan runoilija Atik Ismailin päästessä ääneen!



**@kuopionkaupunginkirjasto** **Tilaa**

Idän Peliviikko: Mitä oli Minecraft-liven mysteeriboksissa?

4  
En tykkää  
Jaa

<https://www.youtube.com/watch?v=gBkOmacAVwM>

©Viestintä-Piritta Oy #ViestintäPiritta

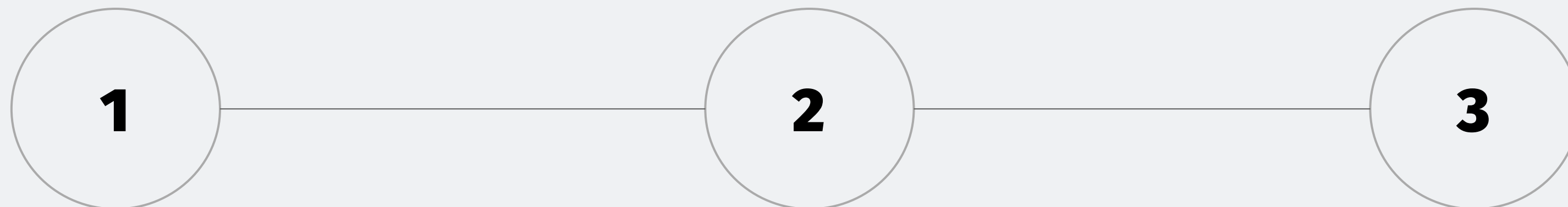
<https://www.youtube.com/shorts/a53vmZhde1E>

# Viestinnän vastuut ja resurssit

# Pienet resurssit – monta tekijää

- Onnistumisen avain on vastuunjako.
- Pilko viestinnän erilaiset tehtävät osiin ja jaa vastuuta usealle tekijälle.
- Yksi voi vastata tietyn aiheen somepostauksista, kun toinen koordinoi viestinnän suunnitelman kalenterointia.
- 1-2 henkilöllä on hyvä olla kokonaiskuva viestinnästä.
- Viestinnän voi nostaa vakioksi mukaan viikkopalaveriiniin.
- Viestinnän tehtäviä voi palastella myös harjoittelijoille ja muille tekijöille (esimerkkinä Kallion kirjaston someseinä).
- Muista määritellä, paljonko teillä on aikaa viestintään esim. viikossa.

# Viestinnän vastuunjaon tapoja



## 1-2 päävastaavaa

Tietävät, mitä milläkin jaksolla halutaan tehdä ja mitä ollaan kehittämässä.



## Viestinnän tehtävien vastuualueet/kanavat

- verkkosivuvastaava
- someylläpito
- sisäinen viestintä
- mediaviestintä jne..



## Väliaikaiset vastuut

- siviilipalvelushenkilöt
- harjoittelijat
- muut tietyn aihepiirin osaajat



Viestinnän vastuunjakoa  
pohdittaessa suunnitelmasta  
voi joutua pudottamaan vielä  
osia pois.



Karsiminen ei haittaa, sillä hyvin tehty ja harvoin on aina parempi kuin vähän sinne päin ja liian usein.

# Viestintäsuunnitelman täyttäminen:

1. Kirjaa suunnitelmaan, kuka tällä hetkellä vastaa kirjaston viestinnän suunnittelusta, onnistumisen seurannasta ja kehittämisestä.
2. Listaa alle, ketkä kaikki muut osallistuvat viestintään ja millaisia vastuualueita heillä tällä hetkellä on.



# Viestinnän onnistumisen seuranta



Kun tiedät, mitä haluat  
viestinnällä saada aikaan, on  
onnistumista helpompi myös  
seurata.



Palataan alkuun: Mitä vastasit tähän kysymykseen?  
Mitä viestimällä halutaan saada  
kirjastossasi aikaan,  
miksi ja kenen kanssa?



Viestinnän tavoitteiden ja  
päämäärien rinnalle  
kirjataan helposti seurattavat  
mittarit.

# Esimerkiksi: osallistujamäärät tapahtumissa

## “Haluamme lisätä osallistujia tapahtumissamme”

Päämäärät, mihin tavoite johtaa:

- ihmisiä käy enemmän kirjaston tapahtumissa
- ihmiset keskustelevat enemmän kirjaston tapahtumiin liittyvistä aiheista somessa
- ihmiset lukevat tapahtumiin liittyvää sisältöä enemmän verkkosivuilta
- kirjastojen rooli tunnistetaan myös tapahtumien hyvänä järjestämispaikkana

## Mittarit

Jokaiselle päämäärälle oma mittari:

- tapahtumien osallistujamäärien kehitys
- somesisältöjen sitoutuminen ja kommentit
- verkkosivuilla vierailujen määrän kehitys määritellyillä sivuilla
- yhteistyötahot haluavat järjestää enemmän tapahtumia kirjastolla ja kirjaston kanssa



Vaikuttavuus osoitetaan  
asioissa, joita halutaan  
saavuttaa. Someseuraajien  
luvut eivät kerro vielä mitään.

# Millä tavoilla voi seurata viestinnän onnistumista?

- Verkkosivujen analytiikka.
- Somen seuraajamäärän kehitys.
- Somen sitoutumisluvut.
- Somen kattavuusluvut (huonosti vertailtava).
- Somen jaot.
- Kommenttien määrä somessa.
- Yleinen keskustelun määrä somessa.
- Mediaosumat.
- Yhteistyötahojen määrä.
- Tapahtumien määrä.
- Päättäjien suhtautuminen.
- Rahoituksen kehitys.
- Ihmisten yhteydenotot.
- Vierailijamäärät kirjastossa.
- Tapahtumiin osallistumismäärät...



# Somen analytiikkaluvut seurantaan

## Sivun yleiskatsaus

Seuraajia: 2 383

[Luo julkaisu](#)

28 viime päivää

Julkaisun kattavuus	2 652
Sitoutumiset julkaisuun	497
Uudet sivutykkäykset	4
Uudet seuraajat	4

## Discovery

563  
Impressions

## Engagements

Reactions	17 →
Comments	4 →
Reposts	0 →

## Omat tulokset

Katso, Facebook- ja Instagram-kattavuutesi viime viikolla.

Yhteensä viime viikolla

527 su la

Facebook-kattavuus

Yhteensä viime viikolla

313 su la

Instagram-kattavuus

# Viestintäsuunnitelman täyttäminen:

## 5. Viestinnän onnistumisen seuranta ja mittaaminen

Tarkastele kohdassa 1 listaamiasi asioita, joista teidän tulee viestiä ja kertoa eri kohderyhmille. Voit poimia niitä tähän alle muutamia ja listata rinnalle, millä tavoin voisit osoittaa että viesti on mennyt perille ja viestintä onnistunut. Esimerkki:

### Asia, josta tulee viestiä

Kirjaston lukupiirit torstaisin

### Onnistumisen osoittaminen ja mittaaminen

Osallistujamäärä + somejulkaisujen näyttökerrat + www-käynnit

# Yhteenveto

# Yhteenveto kirjaston onnistuneesta viestinnästä



- Viestinnän suunnitelmat rajaavat tekemisen resurssien mukaiseksi.
- Mieluummin vähemmän ja hyvin, kuin paljon ja heikosti.
- Tavoiteltavat ihmiset ohjaavat kanavavalintoja ja sisältövalintoja.
- Kanavissa valitaan käyttöön ne, joita ehditään itse ylläpitää.
- Lisänä kannattaa hyödyntää yhteistyötahojen kanavia ja reittejä.
- Sisältöjen yhtenäisyys, selkeys ja suoraan asiaan meneminen auttavat.
- Kerro sisällöissä, mitä haluat ihmisten tekevän.
- Jaa vastuuta ja pilko viestinnän tehtäviä osiin. Koordinoi. Perusta tiimi.
- Aseta viestinnän tavoitteille selkeät mittarit ja seuraa niitä.

Iloa ja intoa viestintään!  
Nyt on hetki  
kysymyksille.

# Ota yhteyttä:

Verkko: [viestintapiritta.fi](http://viestintapiritta.fi)

Blogi: [viestintapiritta.fi/blogi](http://viestintapiritta.fi/blogi)

Mail: [info@viestintapiritta.fi](mailto:info@viestintapiritta.fi)

Facebook: [facebook.com/viestintapiritta](https://facebook.com/viestintapiritta)

Instagram: [Instagram.com/viestintapiritta](https://Instagram.com/viestintapiritta)

Twitter: [twitter.com/piritta](https://twitter.com/piritta)

SlideShare: [slideshare.com/piritta](https://slideshare.com/piritta)

LinkedIn: [linkedin.com/company/viestintapiritta](https://linkedin.com/company/viestintapiritta)