



Sosiaalinen media

MUUTTUU JATKUVASTI

Sosiaalisen median virtaan sukeltamalla yritys voi saada arvokasta lisätietoa tuotekehitykseensä, kuluttajista brändiensä lähettiläitä tai uuden kanavan palvella asiakkaitaan.

Työyhteisissä perinteiset hierarkiset rakenteet ovat yhä enemmän korvautumassa avoimilla ja nopeasti muuttuvilla organisaatioilla. Yrityksistä ja yhteisöstä keskustellaan verkossa. Kuluttajat hakevat suosituksia ostopäätöksensä tueksi yhä enemmän yhteisömedioista.

Etenkin tieto- ja asiantuntijatyössä on siirrytty tekemään työtä verkostoissa tai verkostomaisesti. Työpaikka voi sijaita asiakkaan luona, kotona, toisessa toimipisteessä – missä tahansa, mistä päästään verkkoon. Yhteisen tiedon ja kokemusten jakaminen ei aina onnistu päivittäisessä kanssakäymisessä, vaan viestintään on käytettävä erilaisia teknisiä ratkaisuja.

– Ihmiset edellyttävät yhteisöllisyyttä työssään. Tänä päivänä sen täytyy toteutua myös silloin, kun ihmiset ovat fyysisesti kaukana toisistaan. Yhteisölliset palvelut mahdollistavat yhteisen tiedon luomisen, jakamisen ja käytön monen toimijan toimesta, riippumatta ihmisten sijainnista, asiakkuusjohtaja **Sari Selkälä** viestintätoimisto Akvamariini Porter Novellista kuvaa sosiaalisen median roolia työyhteisön viestinnässä.

Sosiaalinen median sovellusten avulla voidaan löytää osaajat ja jakaa tietoa organisaation sisällä, tuoda esille ideoita, osaamista ja kokemuksia. Koko henkilökunta voi osallistua yhteisen tiedon luomiseen, uuden innovoimiseen ja liiketoiminnan kehittämiseen. Uudet työkalut toimivat hyvin esimerkiksi projektityössä, joka vaatii usean henkilön osaamista.

YHTEISÖMEDIAT KEHITYSALUSTANA

Ideointiin ja innovointiin tarvitaan yhä enemmän erilaisia kanavia. Yrityksen johdon, tuotekehityksen tai markkinoinnin rooli on edelleen tärkeä, mutta lisäksi tarvitaan toisistaan poikkeavia näkemyksiä. Sosiaalinen media on keino tuottaa välineitä tai alustoja yhteisille ideoille ja niiden kommentoinneille. Avoin innovaatio tarkoittaa juuri kenen tahansa mahdollisuutta tuottaa ideoita. Sosiaalinen media on keino ottaa uudella tavalla yrityksen ulkopuolista osaajajoukkoa mukaan esimerkiksi virtuaalisen työtilan avulla.

Perinteisen sähköpostiviestinnän rinnalle sosiaalinen media tarjoaa vuorovaikutteisen keskustelufoorumin, jossa ei pelkästään välitetä tietoa, vaan myös jaetaan ja vaihdetaan ajatuksia.

– Kokousmuistioita tai suunnitelmia ei tarvitse enää kierrättää sähköpostin liitteinä ja lähettää aina uutta versiota jokaisen korjauksen jälkeen. Muistio voidaan kirjoittaa wikinä, johon jokainen tekee korjaukset ja muutokset, jotka ovat sitten kaikkien muiden nähtävinä. Virtuaalikokousten ansiosta osanottaja voi olla mukana eri puolilta maailmaa, Selkälä kertoo.

REAGOI JA VAIKUTA

Sosiaalinen media on uudenlainen toiminta-

tapa ja kulttuuri, jota voidaan kutsua yhteisöllisen tiedon ja suositusten kulttuuriksi. Yhä useampi kuluttaja käyttää yhteisö sivustoja löytääkseen tuotteista ja palveluista kirjoitettuja artikkeleita ja arvosteluja ostopäätöksensä tueksi. Sosiaalinen media ohjaa tänä päivänä merkittävästi kuluttajakäyttäytymistä.

– Sosiaalinen media tarjoaa helpon vaihtokanavan monille. Kynnys julkaisuihin on pieni, jakelu suuri ja ennakkovalvontaa ei ole, johtava konsultti **Mari Savolainen** viestintätoimisto Akvamariini Porter Novellista kertoo.

– Kyse ei ole vain välineestä, vaan toiminnasta: seurustellaan ihmisten kanssa jotka siellä ovat. Olennaista sosiaalisessa mediassa on jakaminen, pelkkä läsnäolo ei riitä.

Yritykselle riskit mukaan lähtemiseen voivat tuntua suurilta. Entä jos meitä haukutaan? Emmekö enää hallitse brändiämme?

– Kannattaa varmistaa, että olet paikalla, kun yrityksestäsi tai toimialastasi keskustellaan. Tieto saattaa olla kullannarvoista, Savolainen sanoo.

Keskustelun seuraamisen lisäksi sitä kannattaa luoda ja käynnistää myös itse. Kun kuluttaja saadaan houkutteltua tutustumaan tuotteeseen tai palveluun omatoimisesti, on se usein tehokasta ja vaikuttavaa. Yritys voi olla avoimesti läsnä esimerkiksi keskustelupalstoilla, Facebookissa, YouTubessa ja Twitterissä tai luoda yhteyksiä bloggaajiin.

Menestyminen sosiaalisessa mediassa vaatii rohkeutta kokeilla uusia asioita, sillä palvelut ja yhteisöt elävät ja kehittyvät nopeasti. ■

Viestintätoimisto Akvamariini Porter Novelli toimii S & A:n viestintäpalstan asiantuntijana. www.akvamariini.fi

Viestintätoimisto Akvamariini Porter Novellin Sari Selkälä ja Mari Savolainen kannustavat asiakasta osallistumaan sosiaalisessa mediassa.

Sosiaalisen median maisema



Lyhyt sanasto sosiaalisen median sovelluksista

- **Blogi eli weblog** on kaksisuuntainen vuorovaikutuksen väline, joka mahdollistaa keskustelun ja kommentoinnin joko moderoidusti tai suoraan. Blogi voi olla joko sisäinen tai julkinen ja sillä voi olla yksi tai useampi kirjoittaja. Blogeille on tyypillistä, että niissä yhdistyvät verkkoyhteisöjen sosiaalisuus, kotisivujen henkilökohtaisuus ja keskusteluryhmien ajankohtaisuus. Käytön myötä blogeista rakentuu oma tietokokonaisuus eli blogosfääri.
- **Wiki** voi toimia esimerkiksi neuvontapalveluna asiakkaille, työntekijöiden oppaana, yksinkertaisena intranetinä. Wiki on www-sivu, jota käyttäjät lukevat, kirjoittavat ja muokkaavat.
- **Keskustelufoorumi tai keskustelualue** on yleensä verkkosivusto tai Internetin / intranetin osa, jossa voi keskustella eri aiheista. Keskustelufoorumilla viestit tallentuvat pysyvästi nähtäville, jolloin vanhoja keskusteluja voidaan selata jälkikäteen ja niihin voidaan palata.
- **RSS-syötteet** (really simply syndication) ovat viestejä, jotka näyttävät tilaajalleen milloin esimerkiksi blogiin, wikiin tai web-sivuille on tehty muutos. Syötteet ovat toimivia työkaluja uutisten tai tietyn aihepiirin kirjoitusten seuraamiseen.
- **Sosiaaliset yhteisöt ja rikastetut yrityspuhelinluettelot** toimivat esimerkiksi työyhteisön jäsenten välineenä saada uutta tietoa juuri heikoilta sidoksilta eli ihmisiltä, joiden kanssa ei olla päivittäisessä kanssakäymisessä. Esimerkkeinä Facebook ja LinkedIn.
- Uusia sovelluksia kehitetään jatkuvasti ja ajan tasalla olevaa listausta erilaisista sovelluksista voi seurata esimerkiksi www.socialmedia.biz -sivun kautta.