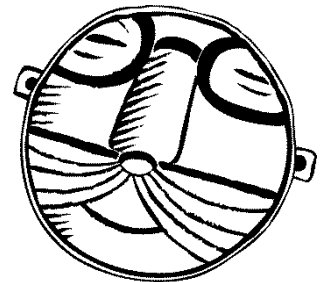


Tiedekirjojen markkinointi sosiaalisessa mediassa

Ajankohtaista julkaisemisessa

6.3.2015

Mandi Vermilä



Mitä sosiaaliset mediat ovat?

facebook

Pinterest



Instagram



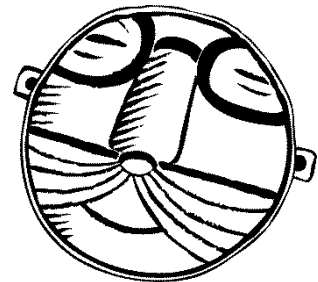
LinkedIn

ResearchGate
SCIENTIFIC NETWORK



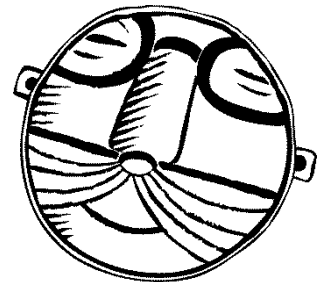
Academia.edu
share research

bloglovin'



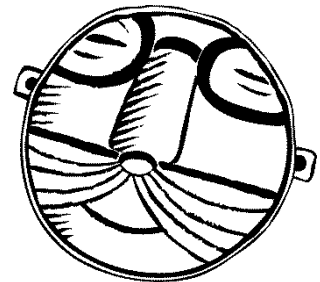
Miksi sosiaalisia medioita käytetään markkinointikanavana?

- Koska
 - sosiaalisen median parissa vietetään aikaa
 - sosiaalisen median kautta etsitään tietoa
 - sosiaalisessa mediassa kommunikoidaan
- Sosiaalinen media markkinointikanavana on halpa.



Miten sosiaalisia medioita käytetään markkinointikanavina?

- Jakamalla tietoa oikeissa kanavissa
- Päivittämällä tietoja
- Vastaamalla asiakkaiden kysymyksiin



Oikeiden kanavien valinta

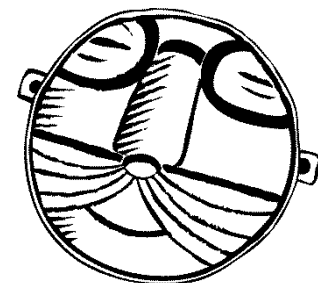


facebook



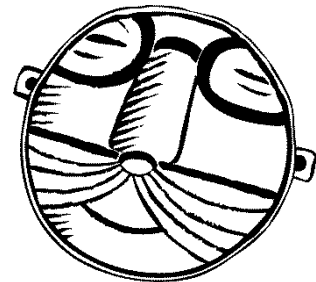
Academia.edu
share research

ResearchGate
SCIENTIFIC NETWORK



Tiedekirja sosiaalisessa mediassa

- Facebook
 - Oma sivu, jolla on noin 600 tykkääjää
 - Sivulla julkaistaan 3-5 postausta/vko
 - Postaukset käsittelevät Tiedekirjassa myytäviä kirjoja, tapahtumia ja alan uutisia
 - Lisäksi pidetään aukioloaikatiedot päivitettyinä ja vastaillaan tykkääjien kommentteihin.
 - Tiedekirja seuraa Facebookissa omia sidosryhmiään.
 - Mitä muuta?
- Missä muissa sosiaalisissa medioissa Tiedekirjan tulisi sinusta olla?

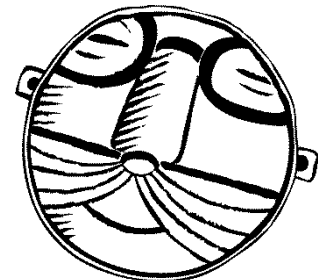


Tieteelliset seurat sosiaalisessa mediassa

- Facebook
- Twitter
- Researchgate
- Academia.edu
- LinkedIn

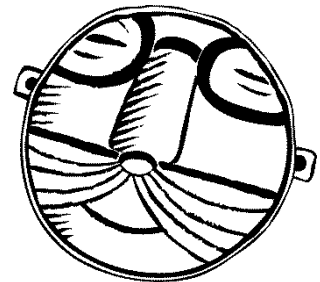


Academia.edu
share research



Yhdessä sosiaalisessa mediassa

- Tehdään suunnitelma: Miten edesautamme mainioiden kirjojemme ja lehtiemme näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa?
 - Ketkä ovat asiakkaitamme? Ketkä haluamme saavuttaa?
 - Mitä sosiaalisia medioita nämä asiakkaat käyttävät?
 - Miten seurat toimisivat näissä medioissa tehokkaimmin?
 - Miten Tiedekirja toimisi näissä medioissa tehokkaimmin?
 - Miten voimme tukea toisiamme?



Maksullinen mainonta Facebookissa



Bookstore: Tiedekirja
Julkaissut Mandi Vermilä [?] - 28. helmikuuta kello 13:00 - Muokattu [?] -

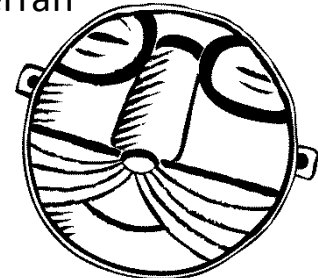
"Mieleni minun tekevi, aivoni ajattelevi
lähteäni laulamahan, saa'ani sanelemahan,
sukuvirttä suoltamahan, lajivirttä laulamahan.
Sanat suussani sulavat, puhe'et putoelevat,
kielelleni kerkiävät, hampahilleni hajoovat"... Näytä lisää

100 henkilöä tavoitettu

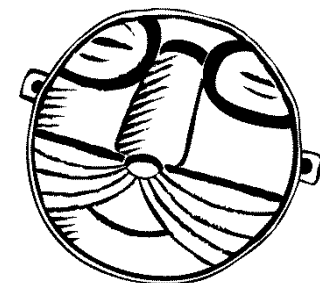
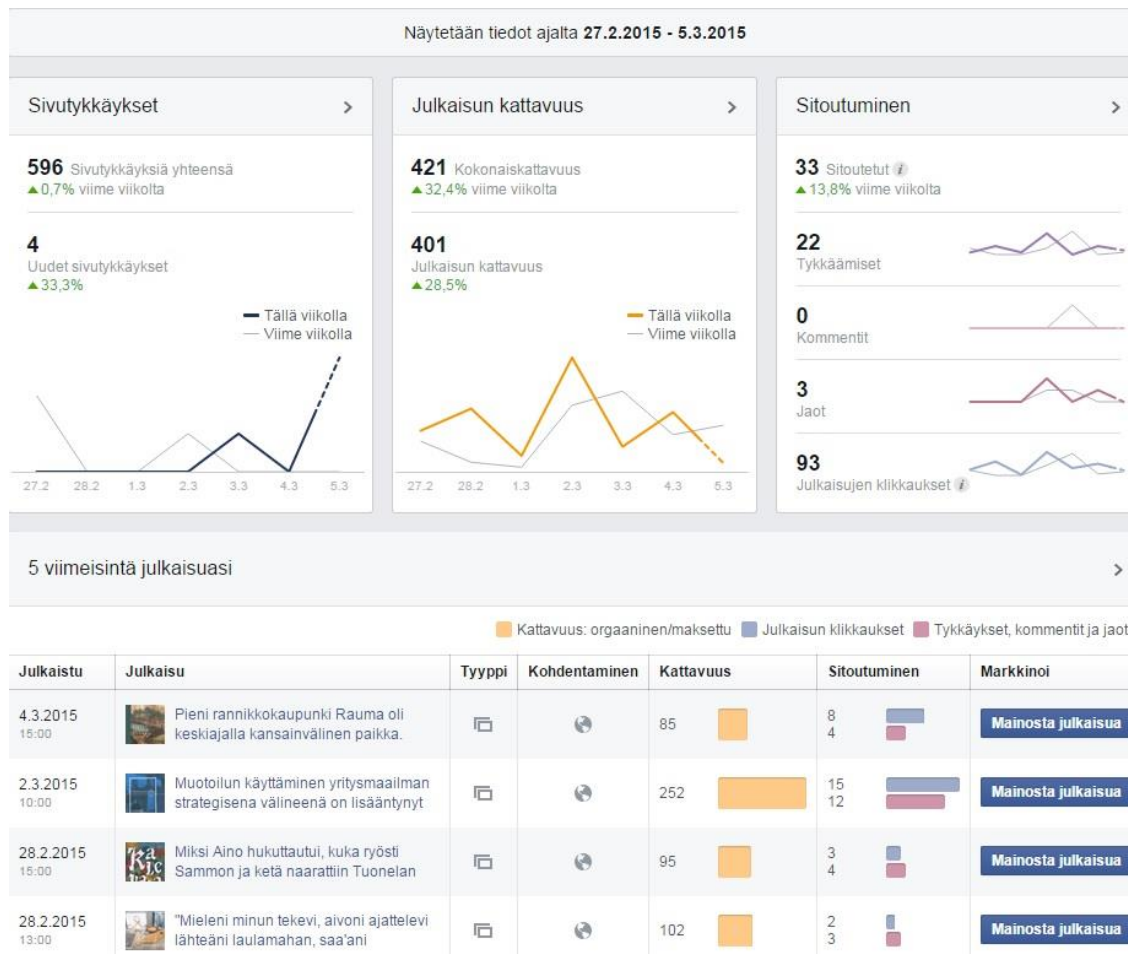
En tykkääkään · Kommentoi · Jaa ·  3

Mainosta julkaisua

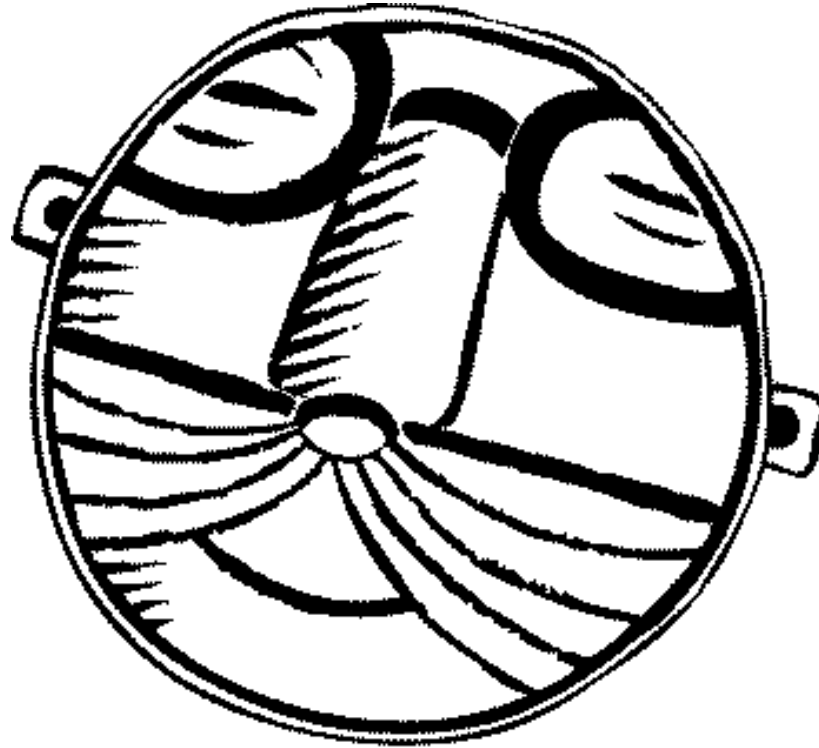
- Tiedekirja ostaa mainostilaa julkaisuilleen kun ne koskevat koko Tiedekirjaa, ei sen yksittäisiä tuotteita.
- Seurat, joilla on Facebook-sivu voivat
 - Tehdä postauksen ja ostaa sille mainostilaa. Tiedekirja jakaa postauksen.
 - Tai jakaa Tiedekirjan postauksen ja ostaa mainostilaa jakamalleen postaukselle.
- Seurat, joilla ei ole Facebook-sivua voivat
 - Pyytää Tiedekirjaa maksamaan seura koskevasta mainoksesta. Tiedekirja laskuttaa Facebook – mainoksien arvon kerran vuodessa.



Yhteistyön onnistumisen mittarit ja seuranta



Kiitos mielenkiinnosta!



Mandi Vermilä Ajankohtaista
julkaisemisessa 6.3.2015

Lopputulemat

- *Suurin osa työpajaan osallistuneista seuroista käyttää Facebookia ainoana sosiaalisen median kanavana. Facebookin lisäksi muutamilla oli käytössä Twitter.*
- *Sosiaalisessa mediassa nähtiin potentiaalia. Todettiin myös, että se vaatii resursseja. Resurssien suuruus riippuu tavoitteista ja siitä millä aikataululla tavoitteet halutaan toteuttaa.*
- *Sosiaalisen median käyttövastuuta olisi hyvä jakaa sekä seuran sisällä että kirjoittajille.*

Lopputulemat

- *Huomattiin, että emme jaa toistemme päivityksiä tai aktiivisesti seuraa toisiamme esimerkiksi Facebookissa.*
- *Jatkossa sellaisia päivityksiä, joille Tiedekirja tai jokin julkaiseva seura haluaa näkyvyyttä voisi postata suljettuun Facebook-ryhmään. Tätä kautta seurat saavat toisilta materiaalia jakoon. Ryhmässä voi myös ilmoittaa omista postauksista, joille toivoisi jakoa.*
- *Yhteistyön toimivuutta ja hyötyjä voidaan seurata Facebookin omilla seurantavälineillä.*
- *Useampi seura aikoo kokeilla maksettua mainostilaa. Heille on esitelty tavat, joilla Tiedekirja voi auttaa mainostilan ostossa.*

Lopputulemat

- *Tiedekirja voisi jatkossa postata Facebook-sivuilleen kirja-arvioita. Etenkin yhteistyötä Tieteessä tapahtuu – lehden kanssa tulee tiivistää*
- *Tiedekirja tarvitsee lisää seuraajia. Se voisi hankkia niitä esimerkiksi pitämällä messuilla tietokonetta auki ja kehottamalla ihmisiä kirjautumaan saman tien Facebookiin ja tykkäämään*
- *Tiedekirja ja seurat voisivat jakaa postauksiaan myös erilaisissa ryhmissä ja muilla sivuilla informaation keskittämiseksi esim. tietyille alueille.*