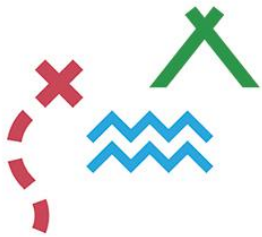


# OHJE SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÄMISEEN LIPPUKUNNILLE

1. Erilaiset roolit sosiaalisessa mediassa
  - 1.1 Lippukunta sosiaalisessa mediassa
  - 1.2 Yksittäinen partiolainen sosiaalisessa mediassa
2. Hyvän postauksen checklist
3. Tapahtumista viestiminen sosiaalisessa mediassa
4. Sosiaalisen median kanavat
  - 4.1 Whatsapp
  - 4.2 Facebook
  - 4.3 Instagram
  - 4.4 Muut kanavat
5. Muiden tuottaman sisällön hyödyntäminen sosiaalisessa mediassa
6. Lippukunnan näkyväksi tekeminen muiden kanavissa



## 1. Erilaiset roolit sosiaalisessa mediassa

### 1.1 Lippukunta sosiaalisessa mediassa

Kun lippukunta toimii sosiaalisessa mediassa, kannattaa aina ensin pohtia, miksi lippukunta on missäkin kanavassa, millaisia tavoitteita toimimisella on ja ketä halutaan tavoittaa? Onko ajatuksena tavoittaa nykyiset jäsenet, potentiaaliset jäsenet, jäsenten huoltajat, yhteistyökumppanit, muut partiosta kiinnostuneet? Tämä vaikuttaa paljon siihen, millaista sisältöä mihinkin kanavaan kannattaa tuottaa. Lippukunnan pitää myös realistisesti miettiä kuinka moneen kanavaan liittyy, kuinka monta kanavaa on realistista päivittää.

Kynnys julkaista jotain lippukunnan tilillä voi olla suuri. Kannattaa kuitenkin muistaa, että aitous ja oma ääni ovat sosiaalisessa mediassa ensiarvoisen tärkeitä. Sosiaalisessa mediassa ei tarvitse puhua kirjakieltä tai julkaista kiiltokuvamaisia kuvia. Miettikää yhdessä, miltä teidän lippukuntanne haluaa näyttää ja pitääkää tästä kiinni!

### 1.2 Yksittäinen partiolainen sosiaalisessa mediassa

Lippukunnan jäsenistöä kannattaa kannustaa seuraamaan keskusjärjestön ja piirien sekä muiden lippukuntien kanavia sosiaalisessa mediassa, jotta ajankohtaiset tapahtumat ja aiheet osuvat omalle uutisvirralle. Omien profiilien ja uutisvirtojen kautta on helppo poimia kiinnostavia sisältöjä jakoon eteenpäin ja samalla pysyy tietoisena, siitä mitä kaikkea partiossa tapahtuu.

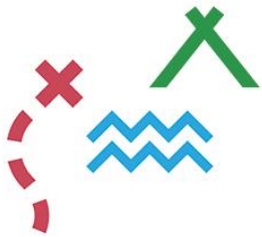
Hyödynnä siis omaa profiiliäsi "uutisvahtina" ja nappaa kiinnostavat sisällöt esimerkiksi kuvakaappauksena tai jakona lippukuntasi tiedotuskanaviin ja sisäisiin ryhmiin. Muista myös, että voit tuoda oman profiilisi kautta lippukuntasi näkemystä esiin kommentilla tai jakamalla sisältöä omalla saatteella eteenpäin.

## 2. Hyvän postauksen checklist

- Aloita kohderyhmästä ja työstä ajatuksella mielenkiintoinen, monipuolinen ja houkutteleva sisältökokonaisuus
- Valitse kanava: Instagram, Snapchat, Facebook, Twitter, WhatsApp, TikTok, Youtube tai LinkedIn
- Toteuta kuva / valitse kuva partion kuvapankista
- Valitse kuvan koko sen mukaan mihin kanavaan se on menossa
- Tee kuvan tekstit oikealla fontilla, jos fontin voi valita (ks. partion graafinen ilme)
- Lisää tarvittaessa logo: partion / lippukunnan / tapahtuman
- Mainitse kuvaajan nimi joko kuvassa tai kuvatekstissä
- Kirjoita ytimekäs ja asiapitoinen saate kuvatekstiksi, joka puhuttelee kohderyhmää, tarkista oikeinkirjoitus
- Lisää postaukseen tarkoituksenmukaiset merkinnät ja hastagit
- Lisää linkki ja tarkista sen mahdollinen esikatselukuva
- Mieti milloin haluat julkaista postauksen? Mikä on kohderyhmäsi kannalta paras ajankohta?
- Jos regrammaat / repostaat muiden käyttäjien kuvia, muista laittaa alkuperäisen kuvaajan tiedot näkyviin – ja muista kysyä lupa
- Pidä huolta postauksen jälkihoidosta eli kommenttien ja jakojen tykkäämisestä ja kommentoinnista
- Jaa vain sellaista sisältöä, joka sopii partion arvomaailmaan ja minkä voisit sanoa ääneen missä vain!
- Ole rohkea ja persoonallinen – muista pitää hauskaa!

## 3. Tapahtumista viestiminen sosiaalisessa mediassa

- **Kenelle, mitä, milloin ja miksi?**
  - Mieti mikä on tapahtuman tavoite. Mitä tapahtumasta saa tai minkä ongelman se ratkaisee? Kenet haluat viestilläsi tavoittaa?
- **Aikataulu**
  - Milloin viestiminen kannattaa aloittaa? Onko tapahtumassa ilmoittautumisaika? Tee lista, milloin eri vaiheista voi/kannattaa viestiä. Älä jätä kaikkea viime tinkaan: herätä alustavaa kiinnostusta, vaikka kaikki faktat eivät olisikaan vielä selvillä.
- **Mikä kanava ja milloin?**
  - Mikä on tapahtuman kohderyhmä, minkä kanavan valitset sen perusteella? Milloin ko. kohderyhmä parhaiten on tavoitettavissa?
- **Jälkiviestintä ja vuorovaikutus**



- Muista viestiä tapahtumasta myös jälkikäteen, erityisesti jos tapahtuma tulee uudestaan. Myös jälkimarkkinointi kannattaa suunnitella etukäteen, jotta siihen osaa varautua mm. kuvien suhteen.
- Vuorovaikutus on myös tapahtumaviestinnässä tärkeää. Kommentoi ja tykkää muiden kommentteista, jaa muiden postauksia ja fiilistelyjä jne.

## 4. Sosiaalisen median kanavat

### 4.1 Whatsapp

WhatsApp on nopeutensa ja helppokäyttöisyytensä vuoksi laajalti käytössä myös partiossa. WhatsAppia voi käyttää niin sisäisessä kuin ulkoisessakin yhteydenpidossa (jäsenet, huoltajat), dokumenttien jaossa ja koko lippukunnan tiedotuksessa. Tekstin ja dokumenttien lisäksi sovelluksella voi lähettää ääniviestejä, kuvia, videoita sekä soittaa ääni- ja videopuheluita.

#### Huomioitavaa:

- › Luotaessa WA-ryhmiä lippukunnan käyttöön, sopikaa ensin lippukunnan sisäisistä säännöistä. Esimerkiksi mistä asioista saa viestiä ja mistä ei.
- › Nimetkää ryhmät informatiivisesti. Esimerkiksi lippukunnan lyhenne voi näkyä ryhmän nimessä.
- › Kutsukaa ihmiset ryhmään kutsulinkillä, älkää liittäkö ihmisiä suoraan ryhmään, jolloin jokaisella on mahdollisuus päättää, liittyykö ryhmään vai ei.
- › Ryhmän asetuksista voi valita, että vain ylläpitäjä voi lähettää viestiä, jolloin yksisuuntaiset WA-ryhmät sopivat parhaiten tiedotukseen.
- › Ryhmäviestinnän säännöistä kannattaa tiedottaa myös ryhmässä ensimmäisenä. Esimerkiksi vanhempien ryhmissä voidaan kehottaa välttämään "peukkuja" tai ok-viestejä.

#### WhatsApp:n huonoja puolia:

- › Viestihistoria ei välity ryhmän uusille jäsenille.
- › Ryhmiä kertyy helposti liikaa. Kannattaa miettiä, voisiko jokin lippukunnan ryhmä olla ajoittain toiminnassa, esim. kesäleirin suunnitteluryhmä, johon ihmiset liittyisivät tarpeen mukaan?
- › Ryhmien koko on rajoitettu 256 henkilöön.
- › Jos kaikki ryhmän huoltajat tai jäsenet eivät ole WhatsAppissa, täytyy viestintää tehdä muutenkin kuin WhatsAppilla.
- › Sovellusta ei kannata käyttää arkaluontoisen tai salassa pidettävän tiedon käsittelyyn.

### 4.2 Facebook

Facebookissa voi tehdä sivuja tai ryhmiä. Sivun valitaan usein silloin, kun halutaan tiedottaa laajemmalle joukolle ja markkinoida esimerkiksi tulevia tapahtumia. Facebook-sivulla tavoittaa hyvin esimerkiksi jäsenten huoltajat ja lippukunnan yhteistyökumppanit. Sivun on aina avoin ja siitä voi tykätä kuka tahansa.

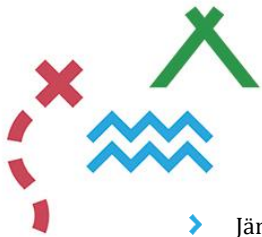
Ryhmä mahdollistaa sivua paremmin tiedonjakamisen rajatummalle porukalle ja keskustelun. Facebook-ryhmä voi olla suunnattu esimerkiksi lippukunnan johtajille. Ryhmä voi olla salainen, suljettu tai avoin.

#### 4.2.1 Facebook-tapahtumat

- › Voit kutsua tapahtumaan kohdennetusti ne henkilöt, joita ko. tapahtuma kiinnostaa
- › Tapahtumista lähtee muistutus Facebookissa lähellä ajankohtaa
- › Tapahtumat listautuvat kätevästi lippukunnan FB-sivun tapahtumakalenteriin
- › Yleisö kommentoi ja jakaa omia kuvia yleensä helpommin tapahtumasivulla
- › Yleisö näkee, ketkä muut ovat osallistumassa tapahtumaan
- › Tapahtumasivu voi myös tuoda uusia tykkäjiä lippukunnan FB-sivulle

#### FB-tapahtumassa on hyvä olla

- › Nimi, päivämäärä, kellonaika ja tarvittaessa kesto
- › Kiinnostava tapahtumakuva
- › Paikka ja osoitetiedot
- › Ohjelma/aikataulu
- › Linkki ilmoittautumiseen tai tieto, miten voi ilmoittautua



- › Järjestäjän yhteystiedot, linkki lippukunnan nettisivuille.

#### Ota huomioon FB-tapahtumaa luodessa

- › Otsikon täytyy herättää kiinnostusta: lisää myös lippukunnan nimi otsikkoon
- › Tapahtuman kansikuvaan voi myös laittaa perustiedot: nimi, päivämäärä, logo [muista kuitenkin, että tekstiä saa olla enintään 20% kuvan koosta]
- › Pidä tapahtuman infoteksti tarpeeksi lyhyenä ja helppolukuisena. Ohjaa lukijat mieluummin omille nettisivuille lukemaan lisää.
- › Käytä myös avainsanoja, joiden avulla tapahtumaa voidaan suositella kiinnostuneille
- › Tapahtumasivu kannattaa luoda heti, kun nimi ja päivämäärä on tiedossa. Lisätietoja voi täydentää myöhemmin.
- › Lisää kaikki järjestäjät rinnakkaisjärjestäjiksi tapahtumaan.

### 4.3 Instagram

Instagramissa pääpaino on kuvilla ja videoilla. Lippukunnalle kannattaa luoda julkinen Instagram-tili, jota kuka tahansa voi seurata. Instagramilla tavoittaa parhaiten lippukunnan jäsenet ja myös osan jäsenten huoltajista. Instassa kannattaa kertoa tulevien juttujen lisäksi paljon myös siitä, mitä on tehty ja fiilistellä esimerkiksi menossa olevia leirejä ja tapahtumia. Kannattaa hyödyntää tavallisten postausten lisäksi myös Stories-mahdollisuutta.

### 4.4 Muut kanavat

Lippukunnan kannalta on hyvä olla tietoinen myös muista partion sosiaalisen median kanavista, joissa pyörii partioaiheisia sisältöjä. Omia tilejä seuraaviin kanaviin ei ole välttämättä tarpeellista lippukunnan perustaa, mutta on suositeltavaa seurata tilejä esimerkiksi oman henkilökohtaisen profiilin kautta.

#### Twitter

Twitterissä vaikutetaan sidosryhmiin nopealla sykkeellä ja keskeisiä asioita ovat usein yhteiskunnalliset ja vaikuttamiseen liittyvät aiheet. Teemoja voi olla ilmastonmuutoksesta vaaleihin. Vaikuttamista tehdään sidosryhmistä seurakuntiin ja yrityksiin sekä kaupungin päättäjiin. Twitterissä suositaan hastageja eli aihetunnisteita, joiden avulla kiinnostavia sisältöjä on helppo seurata.

#### LinkedIn

LinkedIn on somekanavista parhaiten ammatillisiin tarkoituksiin soveltuva (työ ja koulutus) ja muodostaa pääasiallisesti asiantuntija ja ammatillisen verkoston. LinkedInistä tavoitellaan aikuisia ja vanhempia sekä partion parissa työskenteleviä vapaaehtoisia. Sieltä voi tavoittaa myös yhteistyökumppaneita, kuten yrityksiä ja muita tahoja. Sisällöt ja aiheet LinkedInissä ovat asiallisia ja informatiivisia ja koskettavat eri toimialojen uutisia, rekrytointia tai ammatillisia artikkeleita tai muita ajankohtaisia teemoja. LinkedIn sopii hyvin oman osaamisen ja vapaaehtoistöiden nostamiselle, työpaikkojen ja pestien rekrytointiin.

#### Snapchat, Tiktok ja Youtube.

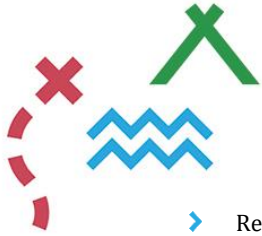
Lisäksi muita nuorten ja lasten suosimia sosiaalisen median kanavia ovat esimerkiksi Snapchat, Tiktok sekä Youtube. Snapchatissa viestintä on yleisimmin henkilökohtaista ja vuorovaikutuksellista dialogia kahden kesken, Snapchatissa poikkeuksellista on, että viestit/kuvat/videot eivät tallennu sovellukseen. Tiktokissa vietetään aikaa ja viihdytään monipuolisen sisällön parissa ja tuotettuna sisältötyyppinä ovat videot, joihin on liitetty musiikkia ja tekstiä. Youtubessa kulutetaan myös videosisältöjä eri teemojen parissa. Youtubesta löytyy partioaiheisia videoita leireiltä, koulutusmateriaalia ja vaikuttajien tekemiä sisältöjä partiosta.

## 5. Muiden tuottaman sisällön hyödyntäminen sosiaalisessa mediassa

Lippukuntasi kannattaa hyödyntää piirien ja keskusjärjestön tuottamaa valmista somesisältöä omissa kanavissaan. Seuraa ja jaa aktiivisesti jo tuotettua sisältöä lippukunnan omaan uutisvirtaan. Ota talteen valmiita somekuvia materiaalipankista ja valokuvia kuvapankista. Partion materiaalipankista löydät eri kampanjoihin liittyvää valmista sisältöä, lisää vaan omat saatteet julkaisuihin.

#### Tee ainakin nämä:

- › Seuraa piirien ja keskusjärjestön tilejä, niin tiedät missä mennään.
- › Hyödynnä valmiit somekuvat omalla saatteella höystettynä.
- › Uudelleen kierrätä jo valmiiksi tehtyjä somepostauksia piirin ja keskusjärjestön kanavien kautta.



- Repostaa / regrammaa valmiita postauksia omalla saatteella tai ilman.
- Jaa muiden sisältöjä / postauksia helposti ja pienellä vaivalla näin pidät somekanavasi aktiivisena
- Tutustu materiaalipankin sisältöihin ja käy läpi piirien kuvapankkeja oikean kuvamateriaalin löytymiseksi. Ehtona partion kuvapankkien kuvien käyttämiselle on kuvaajan nimen mainitseminen kuvan yhteydessä.
- Muista kuitenkin kohtuus myös postausten päivittäisessä määrässä.

## 6. Lippukunnan näkyväksi tekeminen muiden kanavissa

Lippukuntien kannattaa olla aktiivisesti sosiaalisessa mediassa ja tuoda perustoimintaa näkyväksi. Kun päivität lippukuntanne sometilejä, muista tэгätä piirit ja keskusjärjestö mukaan postauksiin, jotta niitä voidaan jakaa eteenpäin isommalle yleisölle. Yleisiä aihetunnisteita eli hästageja kannattaa myös lisätä kuvateksteihin ja saatteisiin, jotta sisältö on helpommin löydettävissä.

### **Tee ainakin nämä**

- Tuota lippukuntasi näköistä partiotoimintaa ja tuo se näkyväksi myös muille partiolaisille ja partiosta kiinnostuneille.
- Lisää aihetunniste #partioscout mukaan julkaisuun.
- IG storyn tarinoihin tэгää @partioscout ja piirinne tili, jotta lippukuntasi sisältöä on helppo jakaa eteenpäin.