

# Osallistumisohjeet

Kannattaa tehdä  
muistiinpanoja  
paperille, ajattele  
käsin

Keskustelu on  
toivottua, niin  
chatissa kuin  
ääneenkin

Kuuntele kaveria  
ja varasta  
parasta parhaat  
ideat omaan  
käyttöösi

Opeta omia  
oivalluksiasi  
eteenpäin, mutta  
vältä kalvojen  
jakamista ulospäin



Avaimet asiantuntijaviestintään

# Hyödynnä LinkedIniä yrityksen palveluiden markkinoinnissa

Hanna Takala / Zento



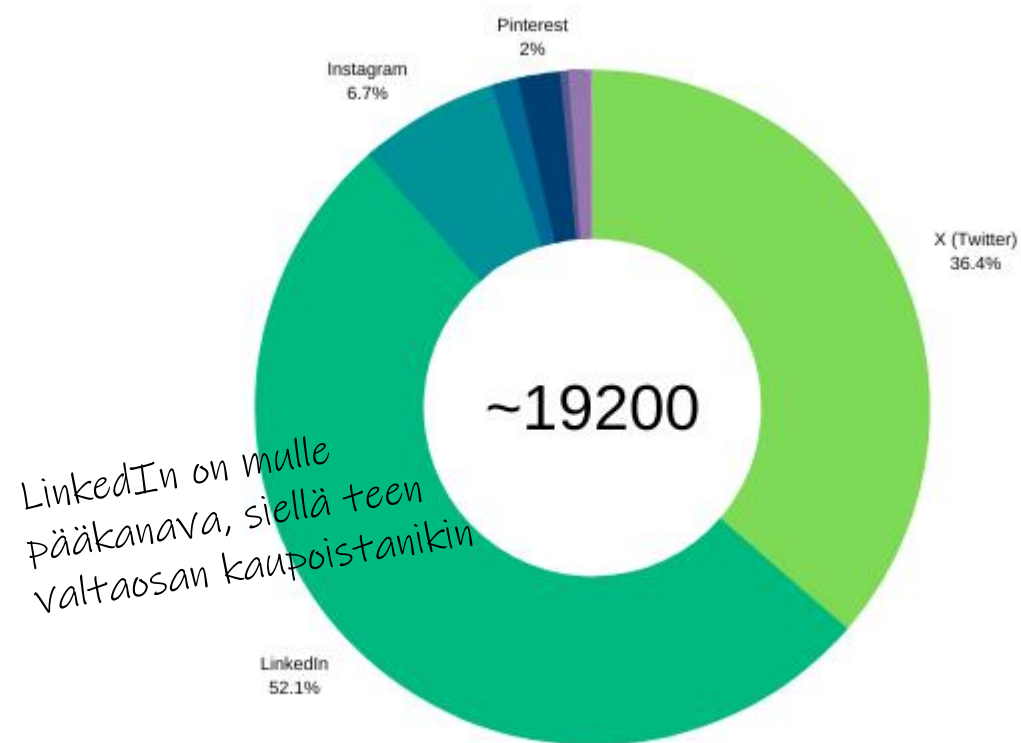
# Hanna Takala

Vakavasti otettava viestintävalmentaja @ Zento

[hanna.takala@zento.fi](mailto:hanna.takala@zento.fi)

[@hannatakala](#)

~25 vuotta sosiaalisessa mediassa







# Miksi asiantuntija- viestintää juuri LinkedInissä?

# Mitä ylipäättään on asiantuntijaviestintä (ja markkinointikin) tässä kontekstissa?



**LinkedInin visio:**  
**Luoda taloudellisia mahdollisuuksia**  
**jokaiselle maailmanlaajuisen**  
**työvoiman jäsenelle.**

*Se mitä "taloudelliset  
mahdollisuudet" ja  
"tuottavuus ja  
menestys" sinulle  
tarkoittavat, määrität  
tietenkin sinä itse.*

**LinkedInin missio:**  
**Yhdistää maailman ammattilaiset**  
**tehdäkseen heistä tuottavampia ja**  
**menestyvämpiä.**





# Monella alalla LinkedIn on “työsomen” ykkösalusta näyttäytyä osaaajana tai vaikka palvelujen tarjoajana — niin globaalisti kuin Suomessa

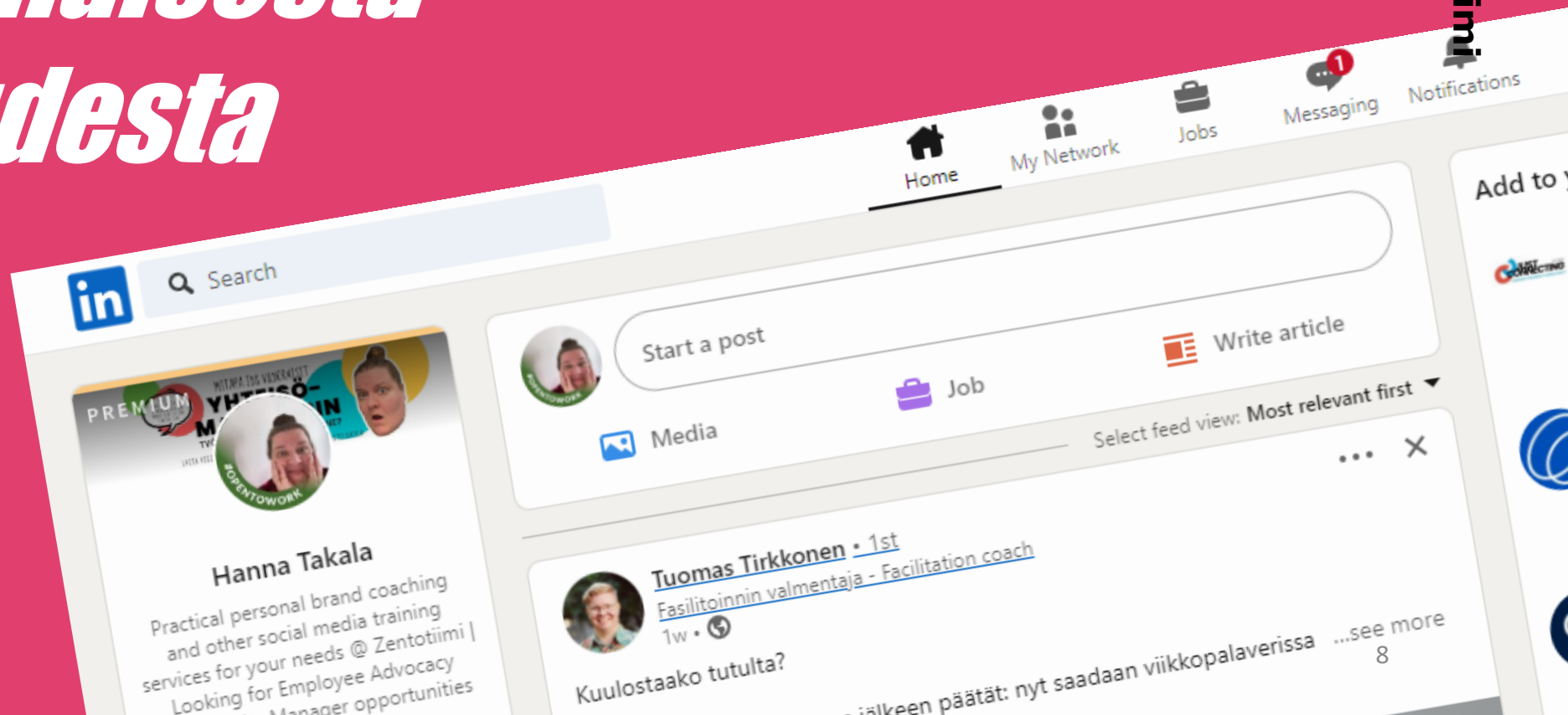
Teknisesti se on hyvin samankaltainen  
Facebookin kanssa.

@hannatakala @zentotiimi

# LinkedIn saattaa olla töitä koskien se isoin alusta, mutta se on kuitenkin vain alusta — menestys tulee *oikeanlaisesta sosiaalisuudesta*

Oikeanlainen tarkoittaa eri toten itselle oleellisten tahojen kanssa merkittävistä aiheista käytävää keskustelua

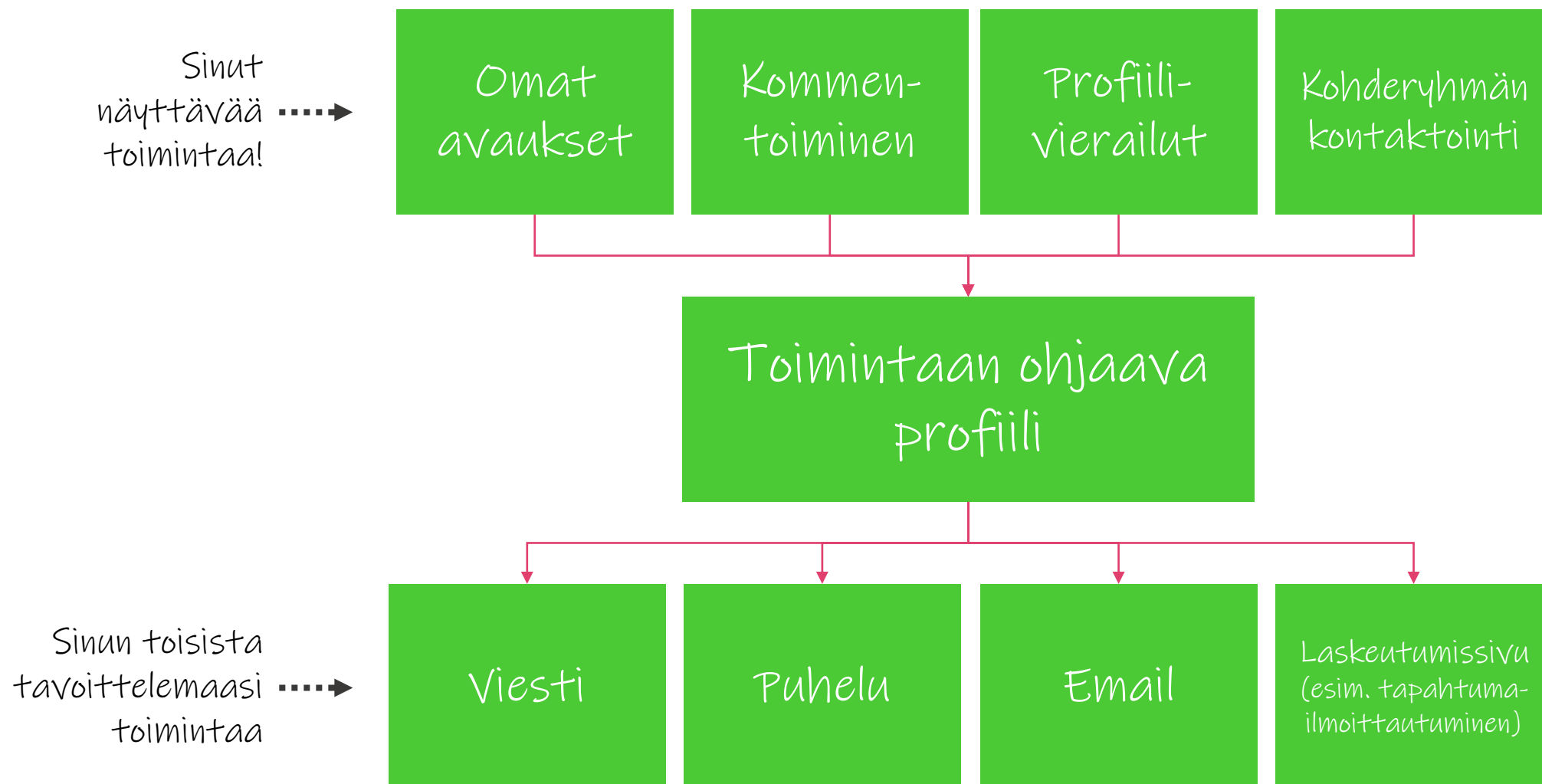
09.30



@hannatakala @zentotiimi

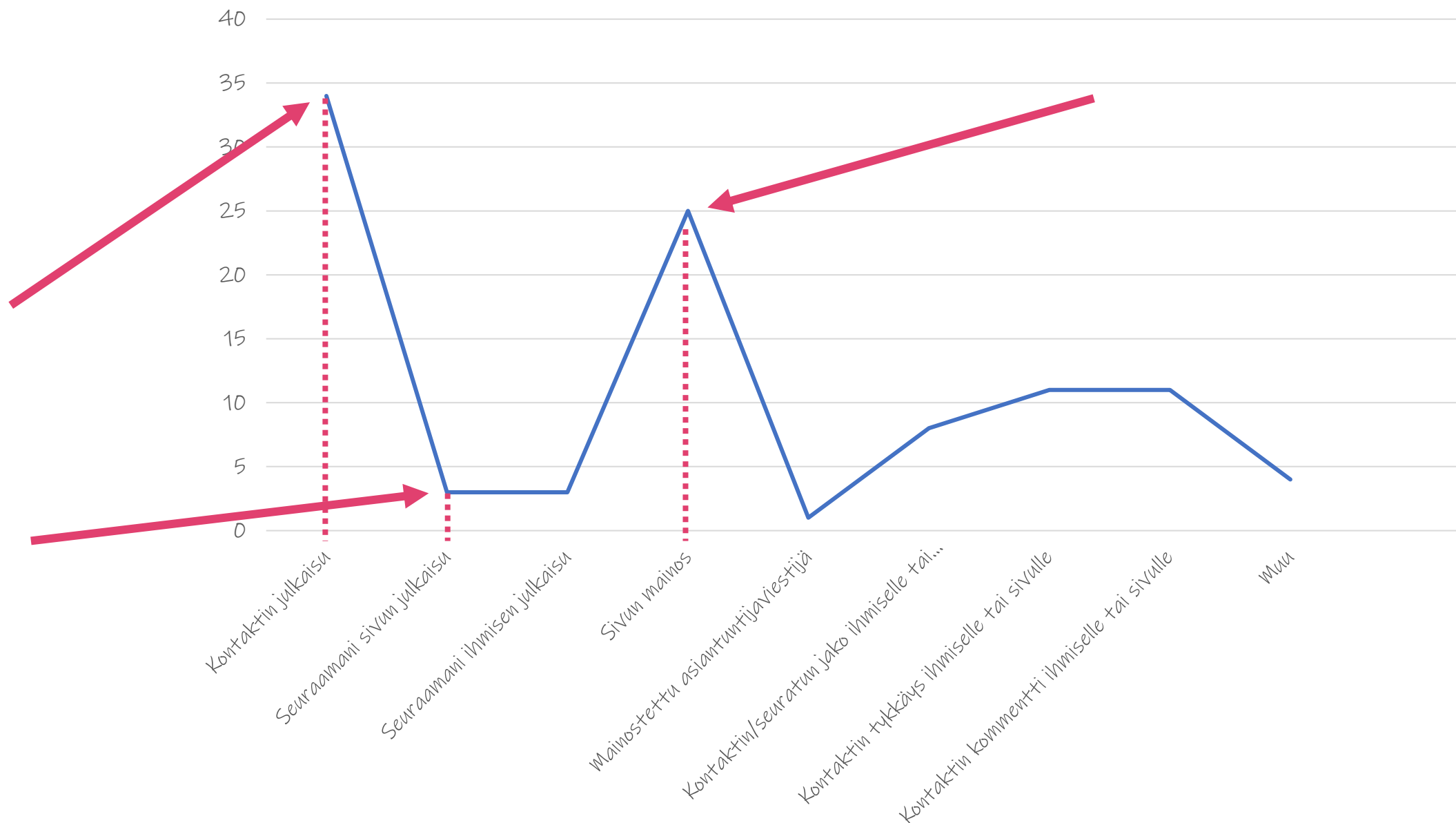


# Sen sosiaalisuuden ideana on muun muassa kuljettaa ihmisiä kohti tavoitteitasi



# Mistä "lähteestä" sisältö tulee virtaan?

Viimeksi kun katsoin mistä oman etusivuni "Most relevant" -sisältö tuli:





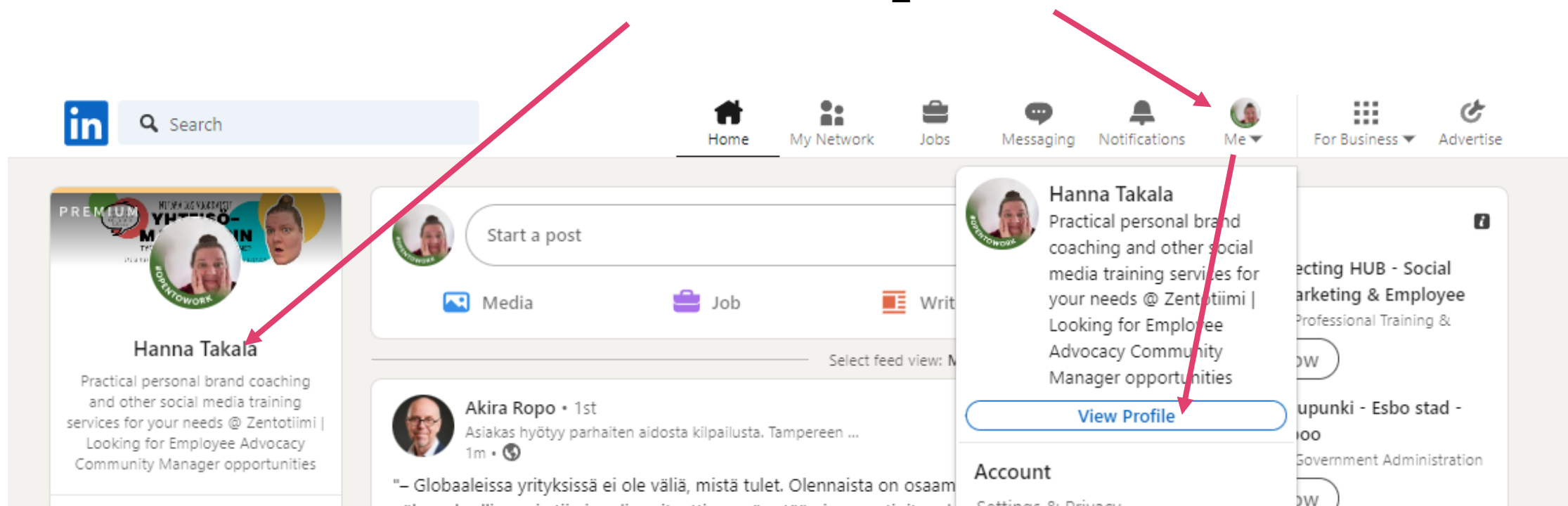


# **Eli kannattaa toimia kasvoilla ja ihan ensin laittaa perustukset kuntoon**

*Tämä tarkoittaa  
LinkedIn-profilin  
kunnostamista. On tiettyjä  
minimitietoja, joiden  
täydentäminen vaikuttaa  
myös mm. julkaisujesi  
leviämiseen ja sitten voi  
laajentaa.*

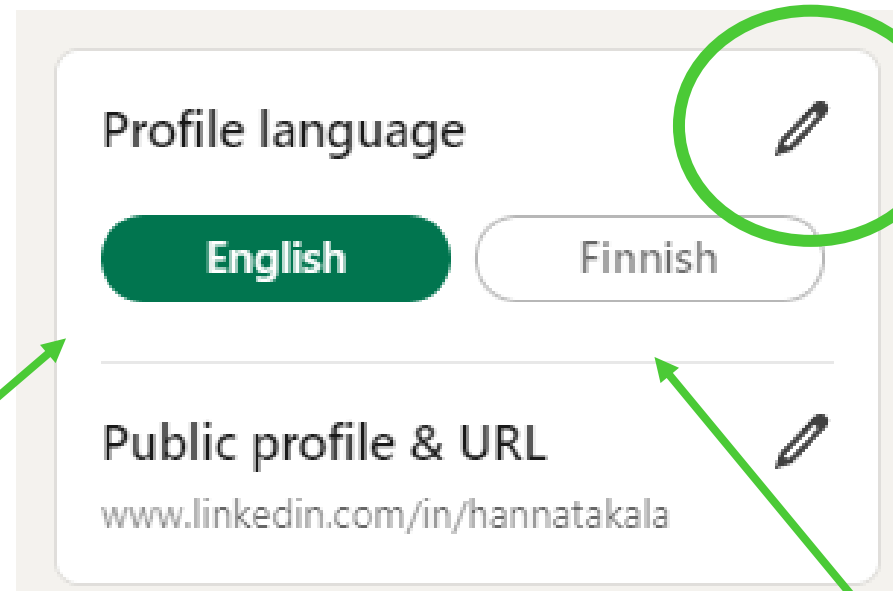
Aloitetaan niistä  
minimitiedoista

# Suuntaa siis profiiliisi



(Emme käy läpi varsinaista tilin tekemistä, mutta älä huoli, se prosessi on varsin selkeä kun vaan keskittyy.)

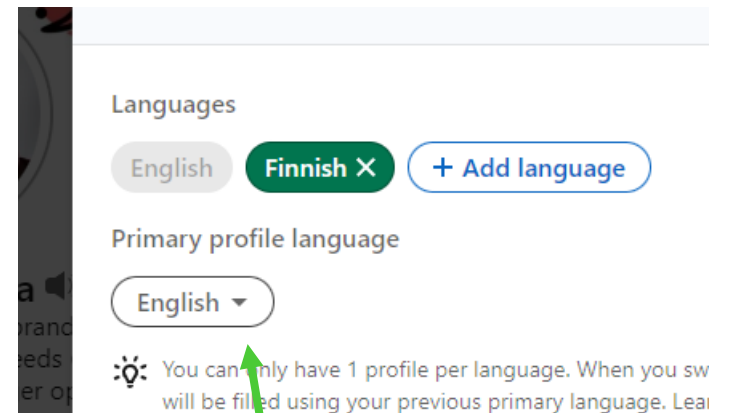
# Taklataanpa se kielisyyskysymys ihan ensin



Perusprofiilin olisi hyvä olla englanniksi, mutta voit sen kylkeen tehdä käännösprofiilin suomeksi ja vaikka espanjaksi, jos siltä tuntuu.

Toisaalta voit mennä ihan pelkällä suomella, jos uskallat ottaa löydettävyyseriskin.

Uudesta kieliprofiilista profiilisi ilmaantuu uusi navigaatio



Kun kieliä on useampi, on mahdollista vaihtaa "pääkieleksi" vaikka se suomi.



**Hanna Takala** 🗣️

Practical personal brand coaching and other social media training services for your needs @ Zentotiimi | Looking for Employee Advocacy Community Manager opportunities

Talks about #henkilöbrändi, #asiantuntijaviestintä, and #h

**Industry\***

Public Relations & Communications

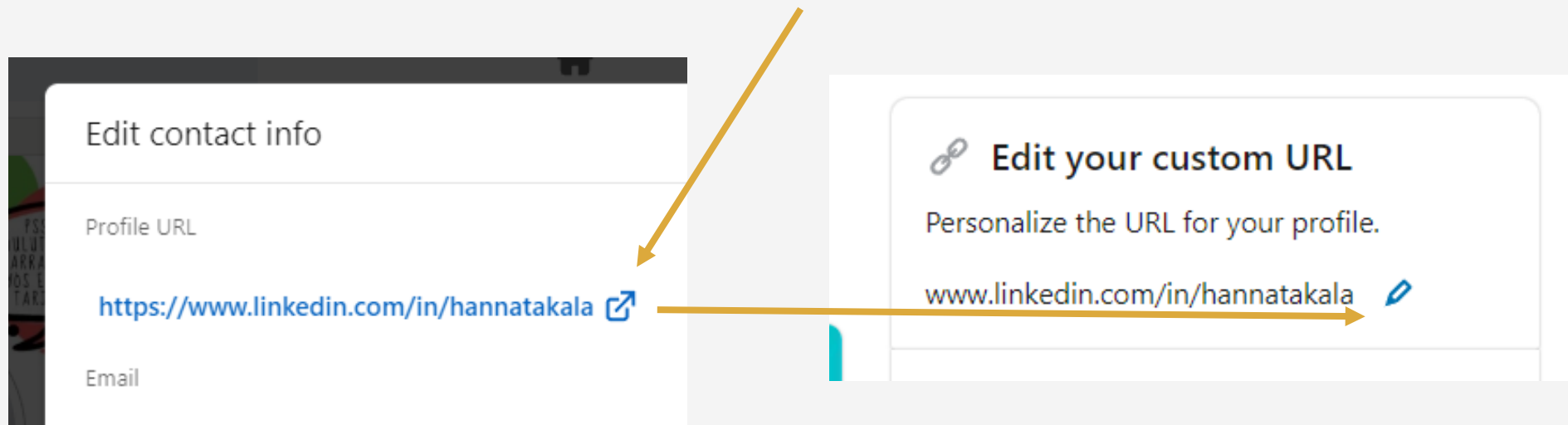
**Contact info**

Add or edit your profile URL, email, websites and more

[Edit contact info](#)

**Aloita sitten tarkastamalla profiilisi *Industry* ja *Contact info* kohdalleen. Ne unohtuvat helposti, vaikka ovat tärkeää infoa pitää yllä.**

# Yhteystiedoissa ollessasi kannattaa tsekata profiiliosoitteesi siistiksi numerosarjan sijasta



Ehdotan etunimeä ja sukunimeä pienellä yhteen. Jos se versio on varattu jollekulle toiselle, ehkä toisen nimesi ensimmäinen kirjain niiden väliin? Vältä numeroita.

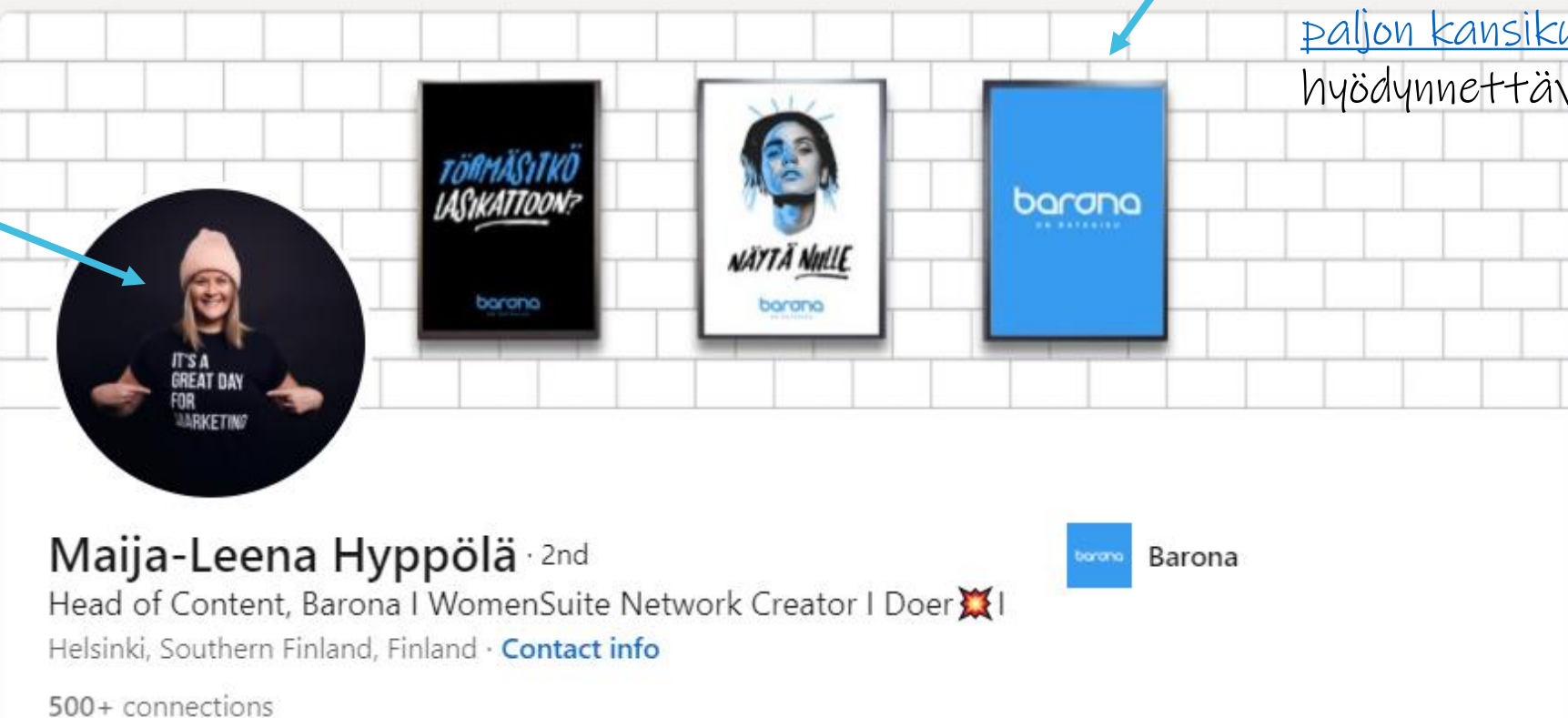
Tämä edesauttaa profiiliäsi muun muassa Googlessa.

# Sitten hyödynnä profiili- ja kansikuvat

Hyvä profiilikuva tuottaa  
jopa 14x enemmän  
profiilivierailuja!

Profiilikuvan tulisi olla  
ajantasainen,  
ammattimainen ja  
asiaan kuuluva.

Sen ei tarvitse olla  
mikään bisnespönötys,  
vaan voit tuoda esille  
persoonaa vaikka  
harrastusvälineellä.



Kuvassa olet sinä ja  
vain sinä, ei kissaa, tai  
kaverisi käsivartta  
kaulaliinana.

Kansikuva/banneri/taustakuva on  
pinta-ala, joka kannattaa hyödyntää:  
ohjaa kävijää tavoitteitasi kohti tai  
tunnusta vaikka väriä!

Esimerkiksi [Canvassa on  
paljon kansikuvapohjia](#)  
hyödynnettäväkseen



# Ennen kuin siirrytään tekstikenttiin, vinkki: käytä avainsanoja

Voit olla aggressiivinen  
avainsanojen käytössä,  
mutta muista, että  
ihmisetkin lukevat  
profiileja eivätkä vain  
hakukoneet

Avainsanat ovat niitä sanoja ja termejä, joilla sinun kohdeyleisösi tekee hakuja. Sinun kannattaa käyttää niitä *samoja sanoja* kaikessa sisällöissä JA profiilissa, etenkin

- *Headline*
- *About*
- *Nykyinen ja menneet kokemukset kuvauskenttineen*

## Hanna Takala 🗣️

Practical personal brand coaching and other social media training services for your needs @ Zentotiimi | Looking for Employee Advocacy Community Manager opportunities

Talks about #henkilöbrändi, #asiantuntijabrändi, #hannankontenttikehoite, #asiantuntijaviestintä, and #hannatakala-linkkarivinkkari

Tampere Metropolitan Area · [Contact info](#)

👉 [Varaa tunnustelu-aika!](#) 👉 [🔗](#)

**@hannatakala @zentotiimi**

# Headline puheenollen, se on hissipuheesi LinkedInissä ja seuraa sinua kaikkialle, joten käytä se hyväksesi

**titteli + organisaatio** + **avainsanat + jotain extraa** 

Useimmin läsnä ovat nämä tai "looking for opportunities" -mantra työnhakijoilla

Ja nämä ikävä kyllä loistavat poissaolollaan

Mutta voi se olla jotain ihan muutakin

**shokeeraava lupaus**  + **CTA + yhteystiedot**

Huomaa, että koko Headline ei näy joka paikassa, eli ihmissilmälle tärkeät asiat alkuun



**Noora Luutonen** • 1st

We're hiring @ OpusCapita! Passion for People ❤️ | HR Manager at OpusCapit...

6m • 🌐

Se olisi toukokuun HR-taskien eli vuosikellon tehtävien tsekkauksen aika:  
 🌟 kesäjuhlat (ellei kesäkuun puolella - meillä piti olla tämän viikon perjantaina ja voin sanoa, että harmittaa niiden peruminen 😞)  
 🌟 koulureppukeräyksen aloittaminen, koska väki lähtee kesälomille eli reppujen oltava elokuun alkuun mennessä jo kerättynä

...see more

[See translation](#)

 Like
  Comment
  Share



# Seuraavana tulee About

- About-osio on *tarina sinusta, mutta kirjoitettuna kohdeyleisösi mielessäsi*, mitä haluat heidän ohjautuvan tekemään kanssasi ja millä arvolla sekä meriiteillä vakuutat sen tekemisen heille?
  - Huomaa, että voit päivittää Aboutia vaikka koko ajan ja ainakin tavoitteiden vaihtuessa
- Lyhyitä kappaleita, jätä tyhjät rivivälit kappaleiden välille! Näin helpotat lukemista.
- Vältä hankalaa toimialasanastoa, bisnesjargonia ja pöhinäsanoja
- Käytä kuitenkin avainsanojasi
- Kertaa tärkeimmät yhteystiedot

@hannatakala @zentotiimi

## About

Do you or your employees need keys to the kingdom of professional communication or social selling? I offer communication coaching for both individual professionals and organizations and businesses. ☐ Send me a direct message or mail hanna.takala@zentotiimi.fi

🔑 What is my mission?

In my opinion we need more professionals to bring their valuable knowledge forth information for instance. So I want to help you to establish a strong personal brand becoming stronger communicators in here. Engaged employees amplify their emotion. I'd love to help you find your own voice or to assist your employees to put a fruit weapon with my ability to utilize knowledge without assuming anything and serving.

🧑 How seasoned professional am I?

I myself have been using social media even before it was called social media. My consistent communication, that started in Bulletin Board Systems, IRC and forums, Twitter, LinkedIn, Instagram and other social networks systematically. I've also and altogether I have been blogging more than half of my life.

So I've been honing my practical skills for 25+ years, every day learning something going on about 13 years now, so you will get an experienced performer too.

🗣️ What are people saying?

"Great training! The best social media training I've been to. Very useful and for my expert role on social media. Reasoned arguments for things, good of the participants."

"We were very satisfied with Hanna's training. We went into enough details for experts. So, a good experience all in all!"

Edit about

English (Primary profile)

Finnish

You can write about your years of experience, industry, or skills. People also talk about their achievements or previous job experiences.

🔑

Do you or your employees need keys to the kingdom of professional communication in social media, personal brands or social selling? 🧑🏻 I offer communication coaching for both individual professionals and employee groups in organizations and businesses. 📧 Send me a direct message or mail hanna.takala@zento.fi

💖

What is my mission?

In my opinion we need more professionals to bring their valuable knowledge forth in social media, to fight the wrong information for instance. So I want to help you to establish a strong personal brand or assist your employees in becoming stronger communicators in here. Engaged employees amplify their employer's brand too!

2,578/2,600

Skills

Show your top skills — add up to 5 skills you want to be known for. They'll also appear in your Skills section.

Personal Branding ✕

Social Media Communications ✕

LinkedIn ✕

Employee Advocacy ✕

Community Management ✕

+ Add skill

📘

You've reached the 5 skills maximum.

Save

Aboutin alle pystyy nykyään muuten korostamaan TOP 5 -skillsiä eli taitoa.

LinkedIn yleensä antaa tässä taidoista ehdotuksen ja se onkin ihan hyvän happotesti sille, oletko täyttänyt profiiliisi oikeita asioita itsestäsi vai et.

About

🔑

Do you or your employees need keys to the kingdom of professional communication in social media, personal brands or social selling? 🧑🏻 I offer communication coaching for both individual professionals and employee groups in organizations and businesses. 📧 Send me a direct message or mail hanna.takala@zento.fi

...

🌟🌟🌟

Top skills

Personal Branding • Social Media Communications • LinkedIn • Employee Advocacy • Community Management

# Näytä kokemuksesi (Experience, Education)

- Sekä työ- että opiskelukokemuksessasi pitäisi olla vähintään yksi kohta täydennettynä
  - Oikeat perustiedot (rooli, ajankohdat)
  - Kokemuksen olisi hyvä linkittyä organisaatio- tai yrityssivuun, mikäli sillä on sellainen
  - Hyödynnä kuvauskenttä (avainsanat, vakuuttaminen, ohjaaminen!)
  - Käytä mediatiedostoja, jos sellaisia löytyy

**Communication Coach**

Full-time

Aug 2004 - Present · 18 yrs 3 mos

Tampere Area, Finland

Today I'm coaching different professionals to use content marketing, social media, goal oriented blogging, professional branding and employee advocacy to their advantage. I am a Content Machine, Social Media Mentor, Goal Therapist, Employee Advocacy Agent!

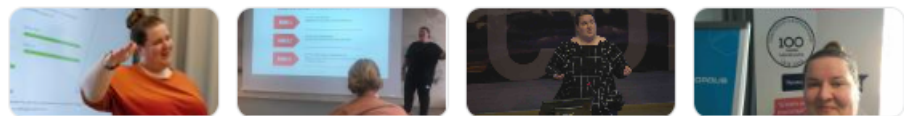
I have trained experts from hundreds of companies and organizations to use social media. My clients are various actors from the state administration to educational institutions and from listed companies to private entrepreneurs, jobseekers and such.

Keywords:

- ♦ employee advocacy
- ♦ employer branding
- ♦ personal branding
- ♦ content creation
- ♦ social media training
- ♦ communication coaching
- ♦ social selling
- ♦ people development
- ♦ employee learning

Collaborations with: Smarp, Kide - digiajan kirjoituskoulu, MAIKKI Crew, Sy Group Academy, Toimiva Tyyli, DigiMaMa ry, Yksinyrittäjäakatemia, Startti

**Skills:** Blogging · Social Media · Social Media Marketing · Facebook · Social Twitter · LinkedIn · Personal Branding · Community Management · Livetwe



@hannatakala @zentotiimi

Laita kuvauskenttä tekemään tosissaan töitä!

Huomaa, että Skillsit voi nykyään yhdistää tähänkin.

**Tampere University of Applied Sciences**

Bachelor's Degree, Visual design, Good/4/B

2001 – 2005

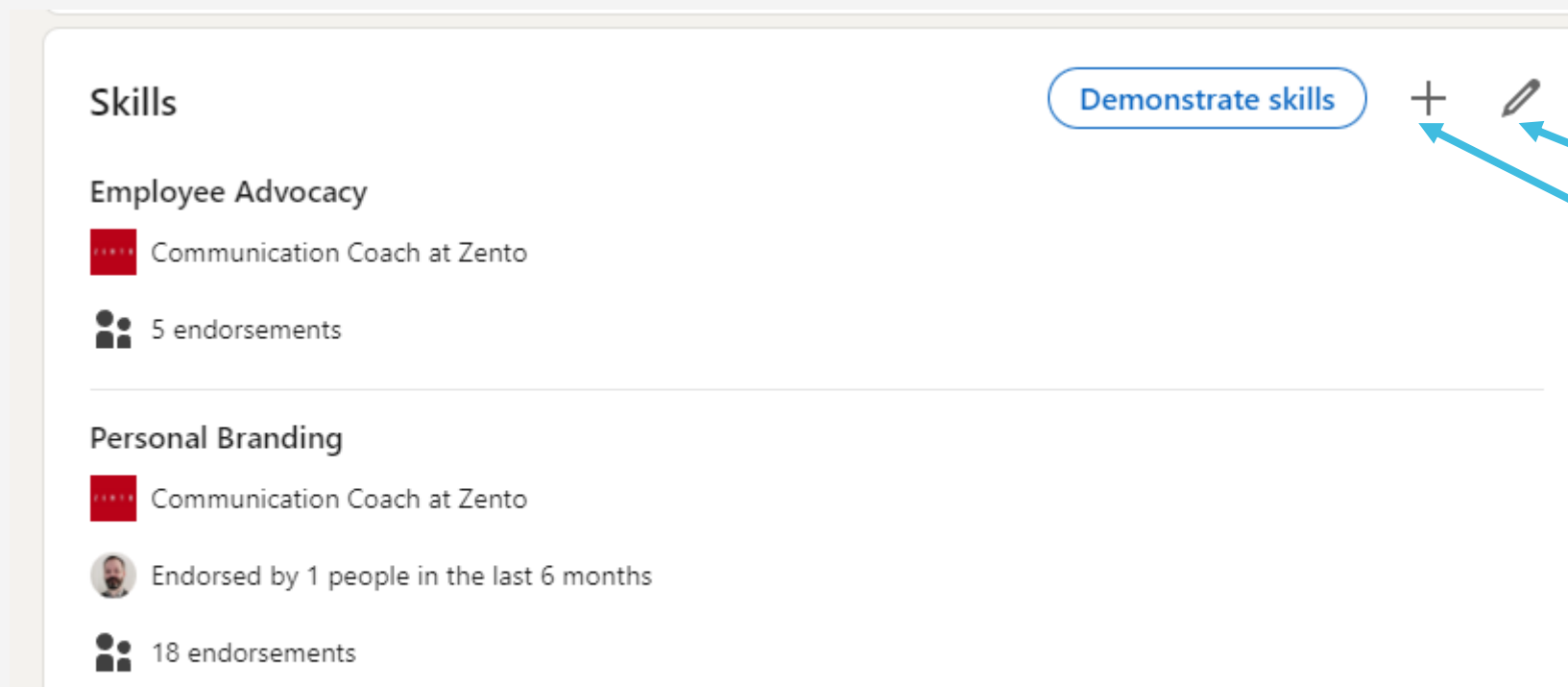
I applied to Project Manager studies in 2001 and was accepted among 10 students. After first year I switched to Visual Design via entrance examination. My main focus was in graphic design and web design.

My practical training was split in half, other part I did in The Church Research Institute and second half in Nicefactory and Zento. The latter resulted a permanent job as a AD's assistant.

As my thesis I did a case of "Internet age sewing circle". I designed and set up a community called Punainen Lanka (Red Thread), which was niche social media for Finnish craft hobbyists.



# Ne Skillsit ovat myös oma osionsa ja avainsanastoa osaamisestasi



Etkö oikein tiedä mitä lajia lisäisi? Katso mitä alasi työpaikka-ilmoituksissa esiintyy, vaikka et työhaussa olisikaan

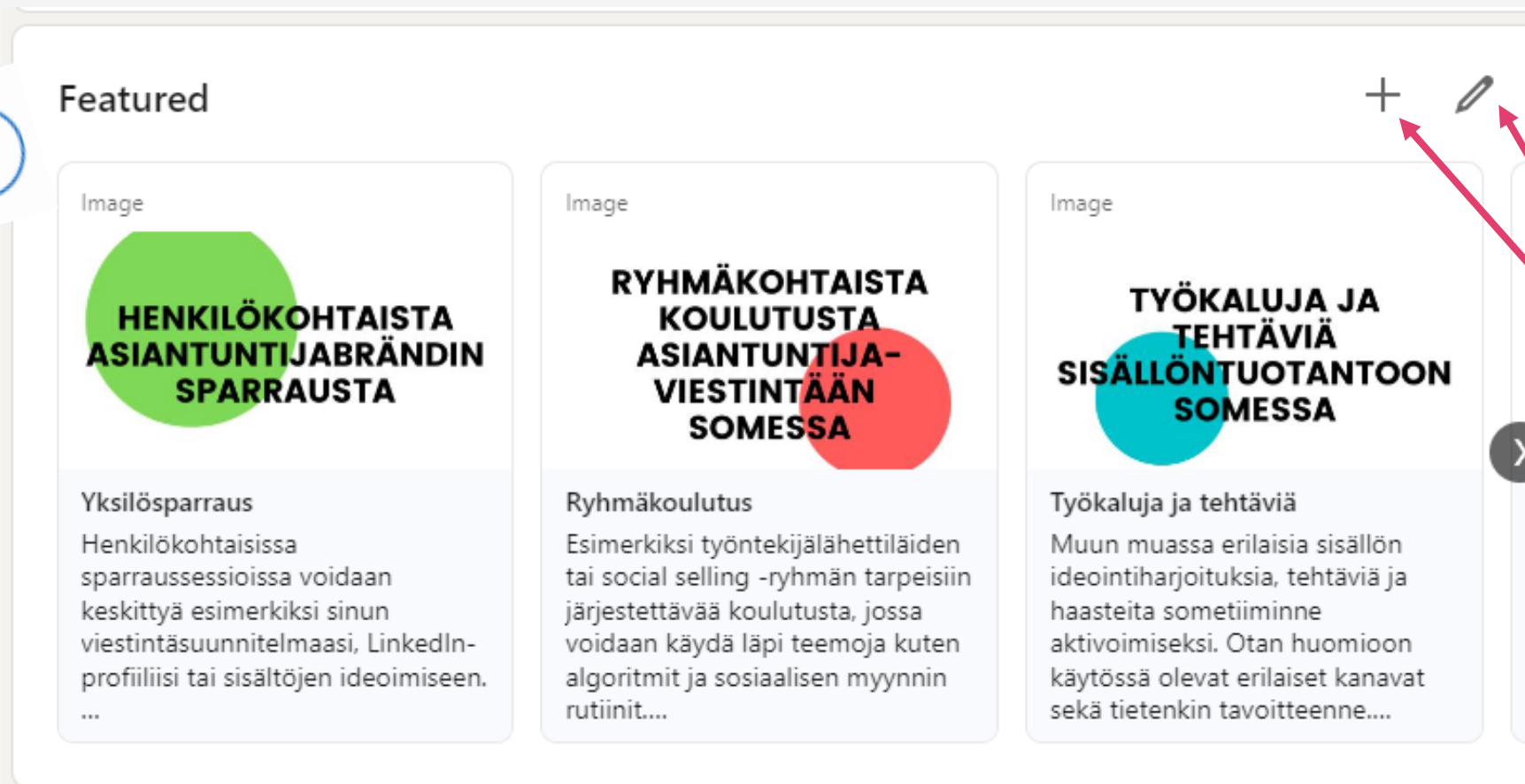
**Tämä ja edeltävät tiedot ovat olleet ns. minimivaatimus. Seuraavilla tehostat!**

# Käytä Featured-osiota ohjataksesi vierailijaa erilaisiin tavoitteitasi kohti

(tapahtuma, ajatus, yhteydenotto, unelmatyö, kauppa jne.)

Mistä tämän saa?

Add profile section



# Aktivoi Services-sivusi I want to –napin alta

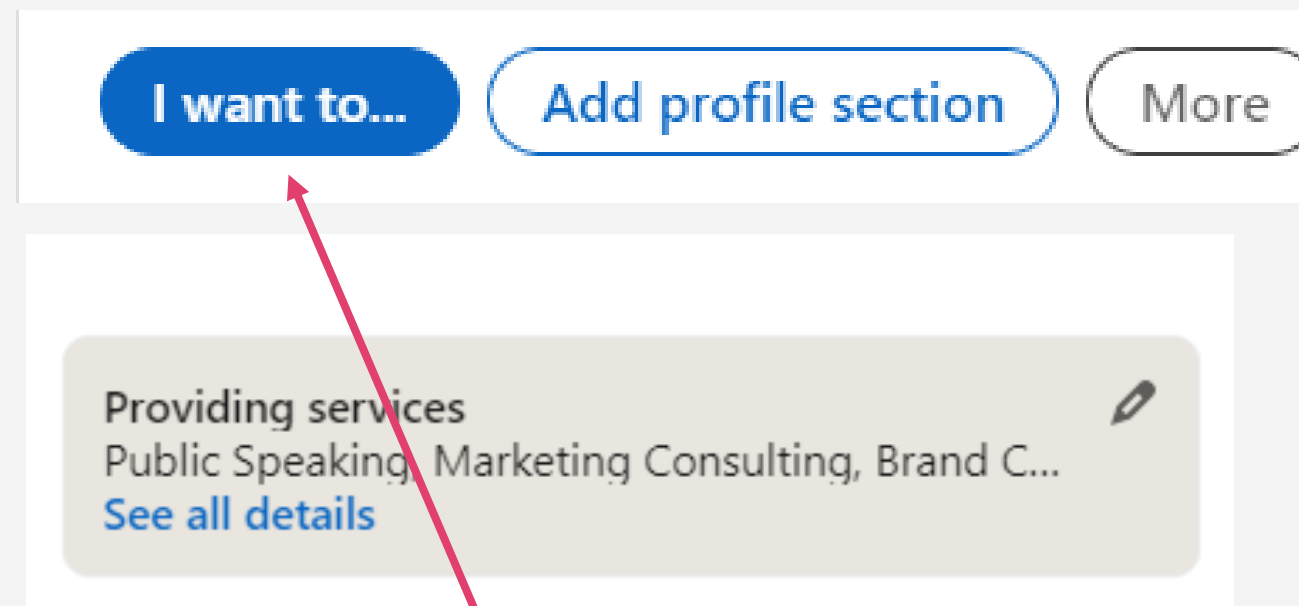
Tämä on aivan sallittua hyödyntää, vaikka et olekaan yrittäjä tai varsinaisesti itse myy mitään. Tämä parantaa löydettävyyttäsi.

Se lisää profiiliisi Providing services –boksin, jonka takaa löytyy sitten oma Services-sivusi.

Kyseisellä sivulla on mahdollisuus mm. listata 10 palvelua, kirjoittaa niistä oma Aboutinsa (500 merkkiä), lisätä mediatiedostoja.

Se myös mahdollistaa ei-kontakteille ilmaisten viestien lähettämisen, mikäli haluavat palveluitasi.

Ps. Saman napin alta löytyy myös työnhakuun tarkoitettu Open to work, niin avoimesti kuin salattunakin.



@zentotiimi @hannatakala

# Pudottele joskus mukaan erilaista lisätietoa

Jokainen nyt vähintään lisää kielitaidot reittiä  
Add profile section >  
Additional > Languages.

Suosittelien tsekkaamaan:

- Projects
- Organizations
- Licenses & certificates

Klikkaa taas tätä:

Add profile section

Add to profile

Core

Recommended

Additional

Add even more personality to your profile. These sections will help you grow your network and build more relationships.

Add volunteer experience

Add publications

Add patents

Add projects

Add honors & awards

Add test scores



The screenshot shows a LinkedIn profile for Hanna Takala. On the left, a 'Resources' sidebar is visible, containing 'Private to you', 'Creator mode On' (with a green toggle), and 'My network'. A blue arrow points from the 'Creator mode' toggle to the handwritten text below. The main profile area shows the name 'Hanna Takala', a speaker icon, and a bio: 'Practical personal brand coach 🌱 Employee advocacy related training services for your needs @ Zentotiimi 🌳'. Below the bio are hashtags: '#viestintä, #henkilöbrändi, #hannankontenttikehoite, #asiantuntijaviestintä, and #hannatakalaalinkkarivinkkari'. Further down, it says 'Tampere Metropolitan Area · Contact info' and '👉 Varaa tunnustelu aika! 👉' with a share icon. At the bottom, it shows '9,639 followers · 500+ connections'. A second blue arrow points from the 'Varaa tunnustelu aika!' text to the handwritten text below.

**Resources**  
👁 Private to you

📡 **Creator mode** On  
Get discovered, showcase content on your profile, and get access to creator tools

👤 **My network**  
See and manage your connections and interests.

[See all 4 resources](#)

**Hanna Takala** 🔊  
Practical personal brand coach 🌱 Employee advocacy related training services for your needs @ Zentotiimi 🌳

Talks about #viestintä, #henkilöbrändi, #hannankontenttikehoite, #asiantuntijaviestintä, and #hannatakalaalinkkarivinkkari

Tampere Metropolitan Area · [Contact info](#)

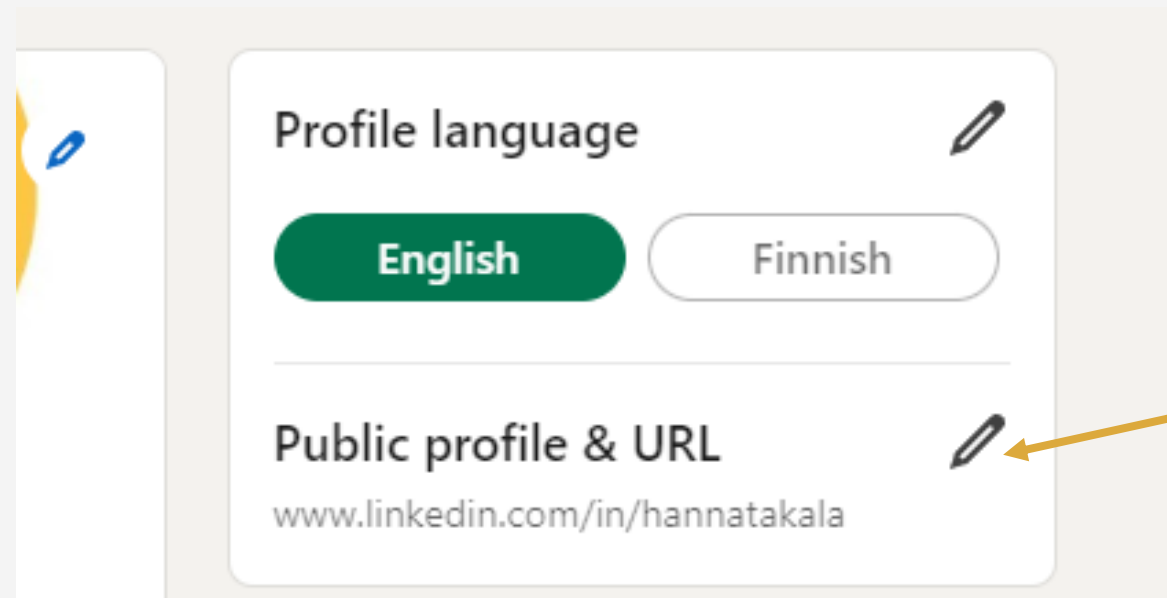
👉 [Varaa tunnustelu aika!](#) 👉 [Share](#)

9,639 followers · 500+ connections

Etenkin julkaisuaktiviteetin kasvaessa saatat haluta siirtyä profiilissa Creator modeen, joka mm. nostaa Featuredin ylemmäs. Se antaa myös lisätä headlinesi alle viidellä häsällä aiheet, joista puhut ja haluat tulla tunnetuksi. Puhumattakaan toimintalinkistä.

Creator mode on kehittynyt juttu, vaikea sanoa mitä sieltä on tulossa. Taannoin on "rullannut" mm. mahdollisuus osallistua "collaboratiivisiin artikkeleihin".

# Muista tsekata profiilisi näyttöasetukset kirjautumattomille ja ei-kontakteille



# Älä mene piiloon

Idea on näkyä ja se ei onnistu, jos piilottelet itseäsi asetuksissa

## Public profile settings

You control your profile and can limit what is shown on search engines and other off-LinkedIn services. Viewers who aren't signed in to LinkedIn will see all or some portions of the profile view displayed below.





### Hanna Takala

Practical personal brand coaching and other social media training services for your needs @ Zentotiimi | Looking for Employee Advocacy Community Manager opportunities  
Tampere Metropolitan Area  
10K followers · 500+ connections

 [Zento](#)

 [WhatsApp: 050 4080 194 \(Mon-fri 9 AM - 3 PM\)](#)

 [Company Website](#)

 [See your mutual connections](#)

[Sign in to follow](#)

#### Contact Hanna for services

Public Speaking, Brand Consulting, Blogging, Social Media Marketing, Content Strategy, Content Marketing, Team Building, Corporate Training, and Career Development Coaching

[See all details](#)

 **Edit your custom URL**  
Personalize the URL for your profile.  
[www.linkedin.com/in/hannatakala](#)

 **Edit Content**  
This is your public profile. To edit its sections, update your profile.  
[Edit contents](#)

 **Edit Visibility**  
You control your profile's appearance for people who are not signed in to LinkedIn. The limits you set here affect how your profile appears on search engines, profile badges, and permitted services like Outlook.  
[Learn more](#)

**Your profile's public visibility** On 

**Basic (required)**

☒ Name, number of connections, number of followers, and region

**Profile Photo**

☐ Only 1st-degree connections  
LinkedIn members directly connected to you.

☐ Your network

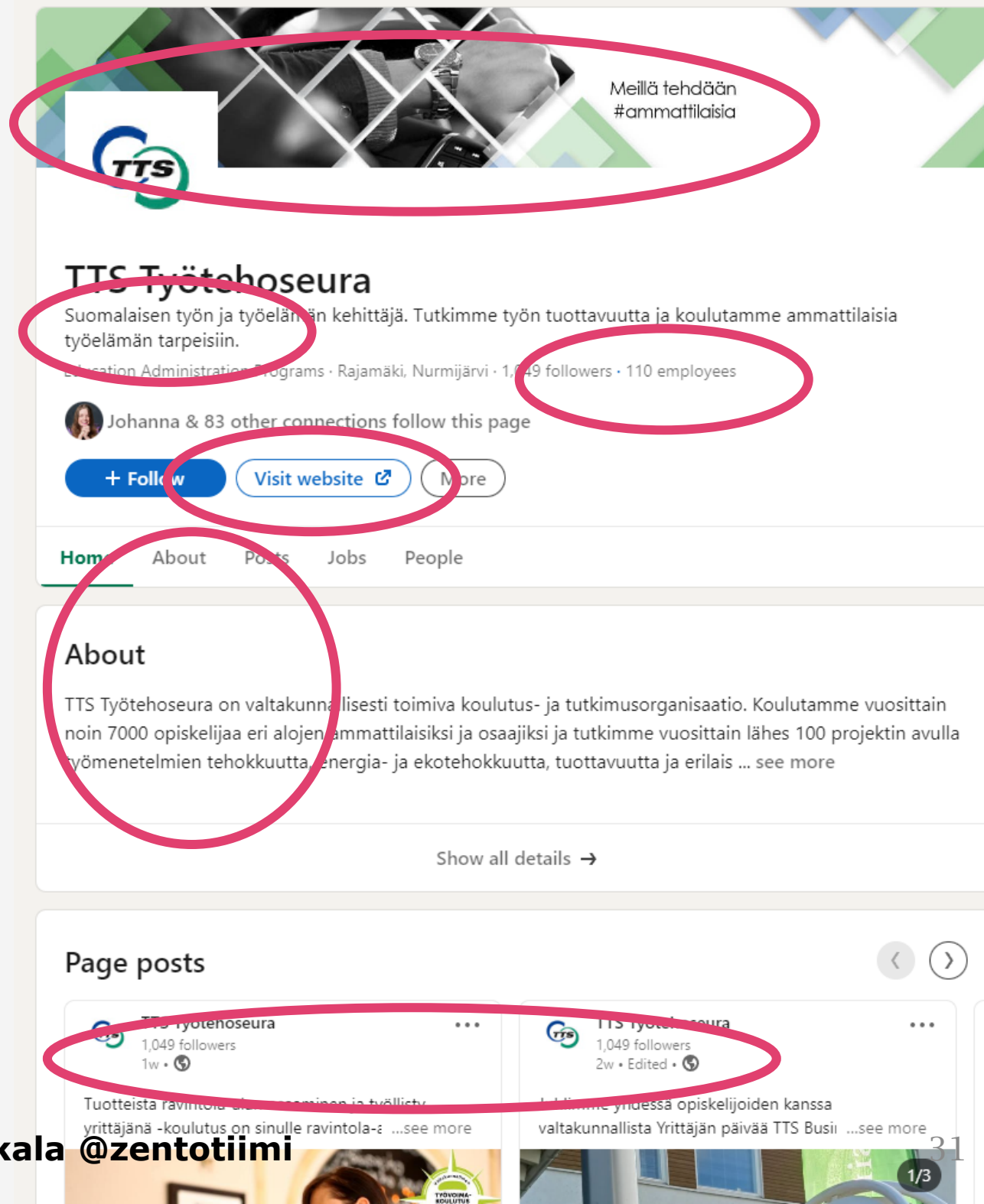
# Entäs se mahdollinen sivu sitten?

Pidä huolta ainakin:

- Visuaalisista elementeistä
- Nimen alta löytyvästä Taglinesta (vastaa Headlinea)
- Tekijöidesi yhdistymisestä sivuun
- Nappulan hyödyntämisestä
- About-sivun täydentämisestä oikealla, vierailijaa palvelevalla tiedolla
- Säännöllisestä julkaisemisesta ja siitä, että vähintään oma väki reagoi

Saattaa kiinnostaa myös ainakin:

- Lead gen -lomake
- Kieliversiot





**Sitten onkin hyvä  
aika ryhtyä  
näkymään eli  
*alkaa osallistua  
asiiasi tuntijana***



**Muista: näkyvä osallistuminen  
tuottaa helpommin tulosta**

**Mitä siis olikaan näkyvä?  
Erityisesti keskusteluun osallistumista  
ja keskustelun avaamista**

**Tuija Kallio** • 2nd  
Innovation Coach at Finnish Food Authority  
1w • Edited •

#Innovaatiotori'lla jälleen huikeaa settiä luvassa! Viime vuodesta on taas kasvettu, jälleen isommalla osastolla mukana KoneAgriassa 12.-14. lokakuuta. Ainakin tällaisia kiinnostavia innovaatioita luvassa: ...see more

[See translation](#)

**KONE AGRIA** 

**12.-14.10.2023 TAMPERE**

**INNOVAATIO TORI** 

  Merja Prittinen and 33 others

2 comments • 7 reposts

 Like  Comment  Repost  Send

# Useimpiin\* julkaisuihin voi kommentoida

Kommentoidessasi sinulla on käytössäsi 1250 merkkiä, joissa voit totta kai käyttää mm. kappalejakoja ja vaikka listoja ajatuksesi selkiyttämiseen.

Sen lisäksi käytössäsi on tietenkin emoji ja mahdollisuus ladata yksi kuva kommenttiin. Tämä kuva voi olla myös animoitu gif, eli vähän liikkuvaa kuvaa.



Add a comment...



\* Julkaisijan on mahdollista rajata julkaisun kommentointia, mutta yleisesti ottaen se ei ole suositeltavaa.

# Millaista on hyvä kommentointi?

- Kohteliasta huomioiden lisäämistä
- Omien kokemusten ja esimerkkien kertomista
- Kysymysten esittämistä
- Auttavilla linkeillä ohjaamista, muista perustella se ohjaaminen
- Rakentavalla tavalla erimielisyyden osoittamista
- Jne.

Suodata kommenttisi mm. osaamisesi ja kohderyhmiesi tarpeiden lävitse!

Luo asiallisesti arvoa, käytäydy kuin olisitte kasvokkain.

# Ja kommentteihin voi "alle" kommentoida edelleen

Tämä on tärkeä ominaisuus huomata, kun olet itse julkaisijana. Se, että vastaat saamiisi kommentteihin edesauttaa julkaisusi leviämistä.



Sini Javanainen • 1st

8mo ...

Elinvoima- ja hankekehittäjä/Vitality and Project Developer at Rautjärven k...

Meillä työaikajärjestelmä on rakennettu siten, ettei se oikein mahdollista todellista joustoa, eikä istu ollenkaan omaan työhöni ja työnkuvaani. Itselle sopisi parhaiten se, ettei katsottaisi työntekeksen kellonaikaa lainkaan.

[See translation](#)

Like · 🗨️ 1 | Reply · 4 Replies



Pia Pihlainen **Author**

8mo ...

Want content with intent? 📁 Follow #CommsWithPia 📁 Your str...

Kellonkulkuun sidottu työaika harvoin palvelee hyvin mitään luovaa aivotyöskentelyä tai vilkasta ideointia. Toivottavasti useampi organisaatio jatkossa alkaa hyödyntää koko kellotaulua joustavammin!

Like · 🗨️ 2 | Reply



Sini Javanainen • 1st

8mo ...

Elinvoima- ja hankekehittäjä/Vitality and Project Developer at Rau...

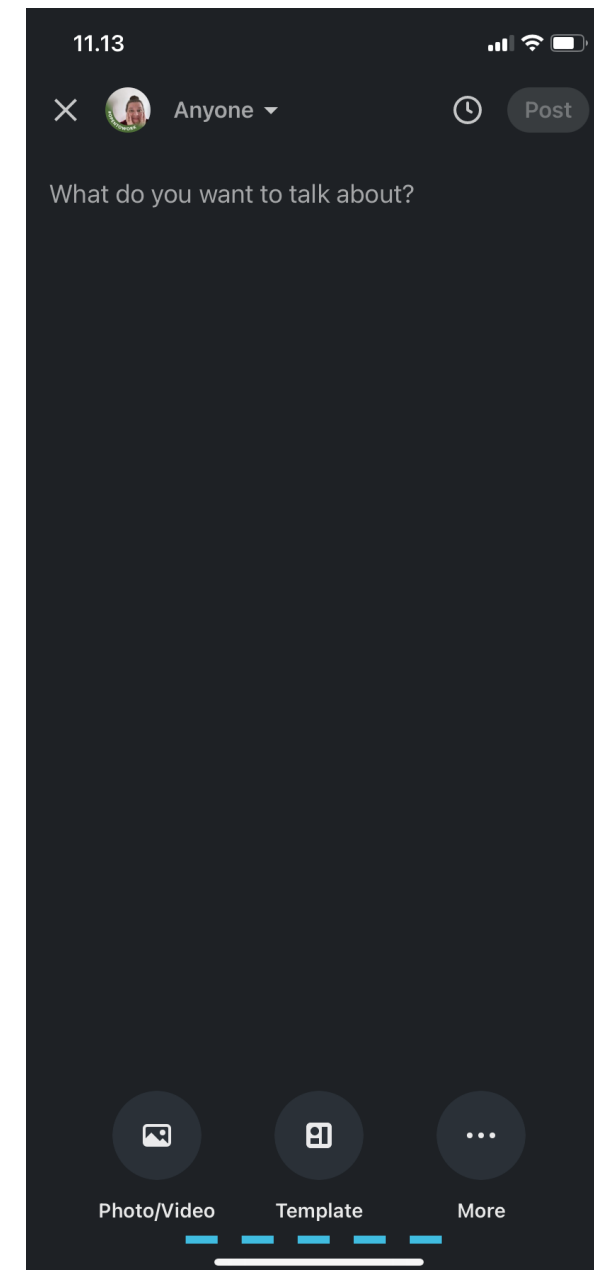
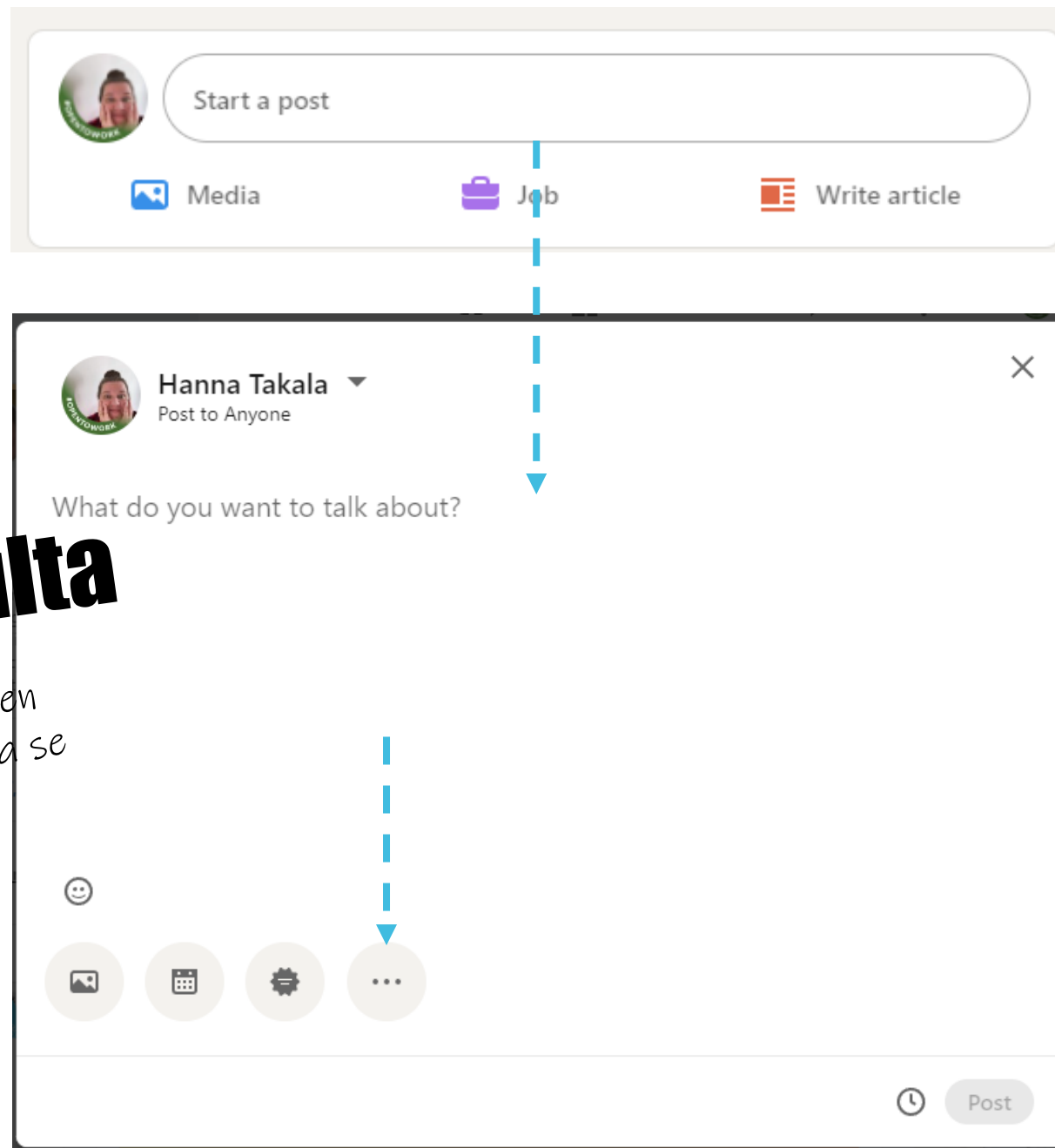
**Pia Pihlainen** KVTES ja sitä tiukasti seuraavat organisaatiot ovat aika jäykkiä tuon suhteen...

Like · 🗨️ 1 | Reply



# Julkaiseminen puheenollen, siihen pääsee käsiä etusivulta

Kentällä on tapana päivittyä, joten  
pidä silmällä mitä mahdollisuuksia se  
kulloinkin tarjoaa



# Muista omia julkaisuja tehdessä, että sinulla on käytössäsi lukuisia formaatteja

- Pelkkä teksti

- Listat
- Emojit



Uskalla "pelkistää"! Aktivoi "see more" pituudella

- Templatet

- Kuva(t)

- Valokuvat
- Infograafit
- Jne.



Kokeile 6-9 kuvaa yhteensä julkaisuun, muista ALT-teksti

- Video

- Puhuva pää
- Animaatio
- Audiogrammit
- Jne.

- Livevideo ja -ääni (CM)

Videossa kannattaa pyrkiä tarjoamaan myös tekstitykset, neliön mallinen vie optimaalisesti pinta-alaa feedistä

- Linkit

- Esikatselulliset
- Tekstilinkit

Jos linkkejä on pakko jakaa, niin laita se/ne postaukseen, älä kommenttiin

- Dokumentit



Pystysuuntainen A4 tai neliö! Huomioi fonttikoot, koska mobiilikäyttö

- Kyselyt

- Artikkelit

Kysy asioita, joita oikeasti

- Uutiskirjeet (CM) voit käyttää jatkossakin

- Esimuotoillut (esim. Kudos, Offer)

# Julkaisun osat ovat nekin muuttujia, joilla kokeilla saavuttavuutta tehostaakseen

- Muita ovat esimerkiksi
  - Maininnat @-merkillä
  - Linkin sijainti
  - Kuvien määrä
  - Videon aloituskuva
  - Dokumentin sivujen määrä
  - Herätettävät tunteet
  - Emojit
  - Pituus
  - Julkaisuaajankohta ja -tiheys

# Yhdistä sisältösi hashtageihin

- Paranna asiasi löydettävyyttä liittämällä 3-5 hashtagia postaukseesi
- Pidä häsätessäsi kohdeyleisösi mielessäsi, mitä tageja he hakevat, seuraavat ja käyttävät?
  - Älä tee olettamuksia toisten palveluiden hashtagkäytön perusteella, tutki mieluummin
- Muista mahdolliset “Talks about” – häsäsi, ne ovat lupaus seuraajillesi!

Työkaluvinkki:  
[Hashtags Analytics Chrome lisäosa](#) näyttää nopeasti minkä tahansa häsän seuraajamäärän hiirellä päälle mentäessä

tamisen koulutuspäivä käynnissä Tampereella. Vuorossa alanjäljen laskemista Syklin toimesta. Kiinnostuneita kuulijoita an päällä että teamsillä.

[hähiilinenrakentaminen #tts #työtehoseura #sykli](#)  
1 followers

Tässä kommentissa on  
yli kaksitoista sanaa,  
mikä tekee siitä  
merkityksellisemmän  
kuin jokin "Mukana!"



@zentotiimi @hannatakala

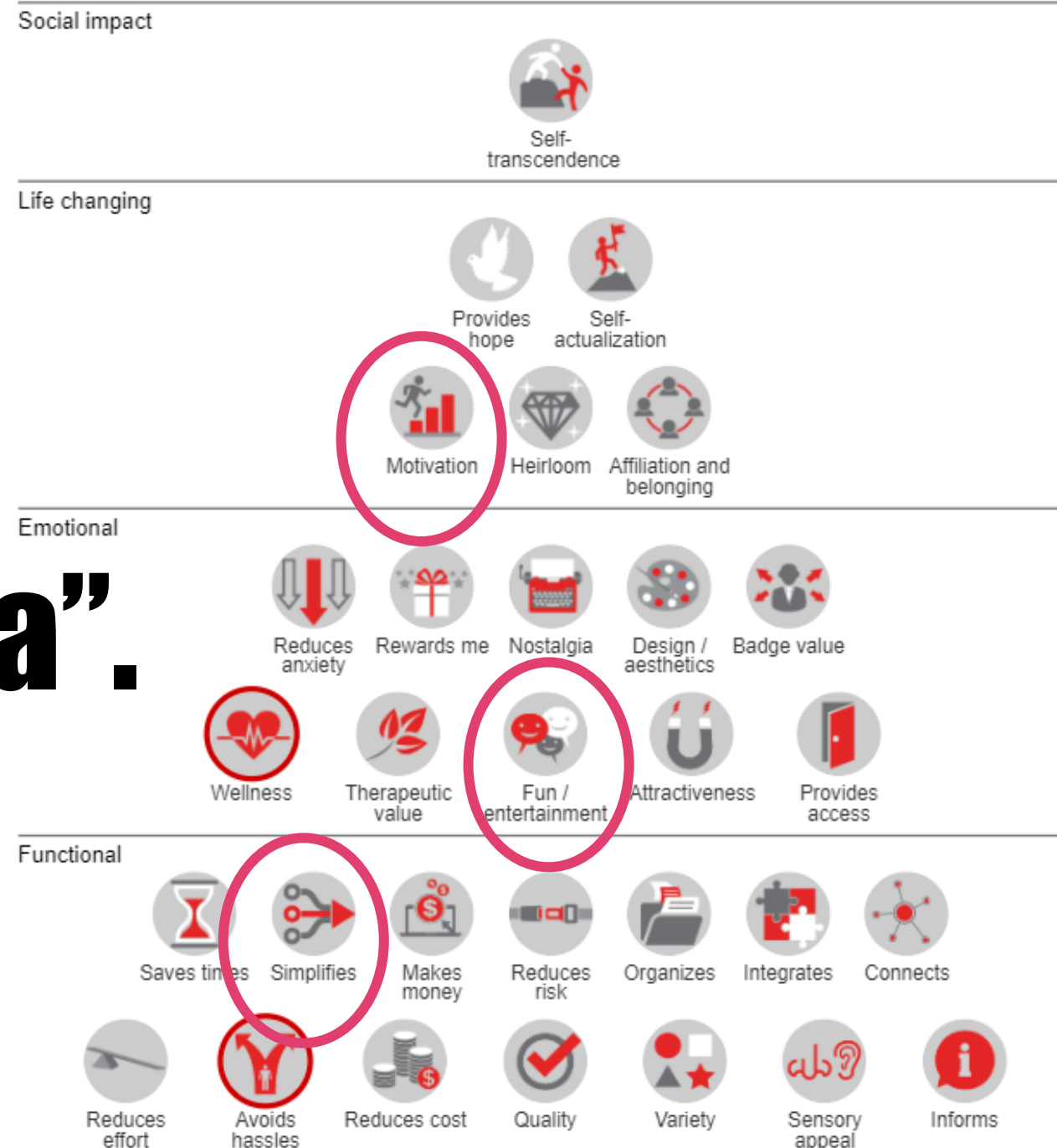
**Huomaa myös, että mitä ikinä  
julkaisetkaan, sen *tarvitsee kutsua  
vuorovaikutusta* puoleensa.  
Erityisesti mittava *keskustelu*  
auttaa julkaisuasi.**

**Kommentti voi olla moninkertaisesti  
tykkäystä voimakkaampi. Jako/repost  
on merkittävämpi kuin tykkäys, mutta  
harvoin päihittää kommentin.**

*Joten pyydä meitä kertomaan kokemuksemme,  
marheemme, mielipiteemme...*



# Mitä julkaista? Jotain “arvokasta”.



# Eli mistä on hyvä julkaisu tehty?

Kaikissa julkaisuissa ei ole nähtävissä näin selkeää jakoa, eikä kaikkia osia välttämättä ole julkaisussa ollenkaan. Toisaalta joskus esiintyy myös muita osia, kuten allekirjoitus.

Koukku: lukemaan vetävä johdatus aiheeseen

Pihvi: asia jonka haluat välittää, arvoa luoden

CTA: kehoitus toivomaasi toimintaan

Hashtagit: liittää asiasi muihin teeman viesteihin

Mahdollinen media: visuaalisuus usein auttaa

Vuorovaikutus: työt eivät lopu julkaisunapin painamiseen, keskustelun käyminen on osa tekemistä

# **Kuinka verkostoitua fiksusti?**



Helsinki, Southern Finland, Finland · [Contact info](#)

500+ connections



135 mutual connections: Peter Green, Marko S

Connect



Message

More

**Fiksu kontaktoija  
jättää aina viestin**

Invite Johanna to connect



Build a quality network by connecting only with people you know.

Message (optional)

Ex: We know each other from...

300 / 300

PREMIUM

Don't know Johanna? Send an InMail with Premium to introduce yourself. More people reply to an InMail than a connection request.

[Retry Premium Free](#)

Cancel

Send

11.01

←

🔍 Tero Puranen



**Tero Puranen** · 2nd

Yritysvervalmentaja, CEO at Ammattijohtaja.fi / Puranen Consulting Oy

Talks about #brändi, #strategia, #markkinointi, and #brändinjohtaminen

Ammattijohtaja.fi / Puranen Consulting Oy · Marketing Week Mini MBA with Mark Ritson  
Helsinki, Southern Finland, Finland

1,606 followers

 194 mutual connections: Mikko Alasaarela, Sami Kettunen, and 192 others

Follow

Message

⋮

Providing services

Brand Consulting, Marketing Consulting, Marketing Str...

[See all details](#)

Highlights



**Reach out to Tero for...**  
Paid consulting, Advising companies, Mentoring.

Message

Home

My Network

Post

Notifications

Jobs

11.01

←

🔍 Tero Puranen



**Tero Puranen** · 2nd

Yritysvervalmentaja, CEO at Ammattijohtaja.fi / Puranen Consulting Oy

Talks about #brändi, #strategia, #markkinointi, and #brändinjohtaminen

Ammattijohtaja.fi / Puranen Consulting Oy · Marketing Week Mini MBA with Mark Ritson  
Helsinki, Southern Finland, Finland

1,606 followers

 194 mutual connections: Mikko Alasaarela, Sami Kettunen, and 192 others

Follow

Message

⋮

Providing services

Brand Consulting, Marketing Consulting, Marketing Str...

[See all details](#)

Highlights



**Reach out to Tero for...**  
Paid consulting, Advising companies, Mentoring.

Message

Home

My Network

Post

Notifications

Jobs

Share profile in a message

Share via...

Connect

Personalize invite

Report or block

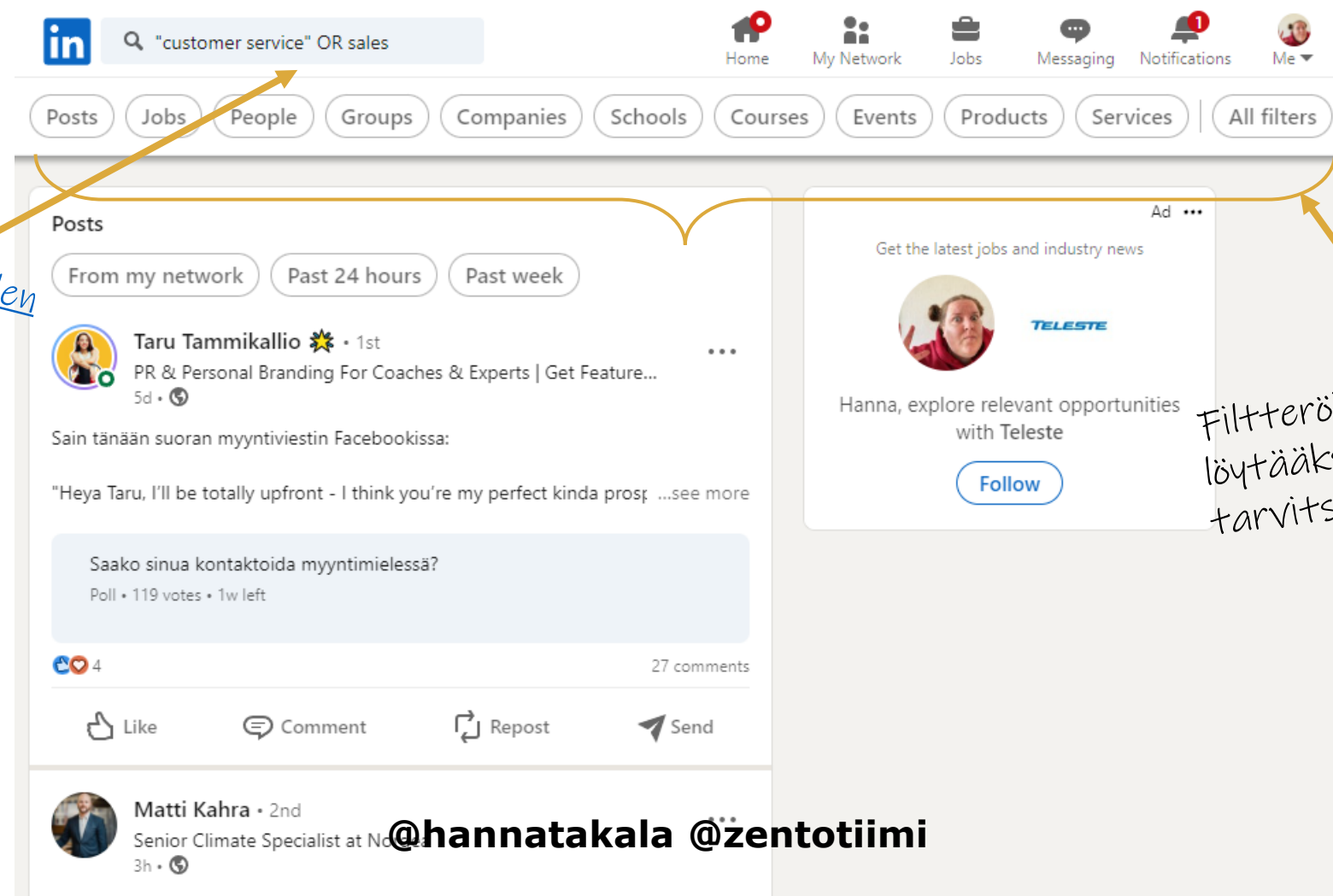
@hannatakala @zentotimi

46



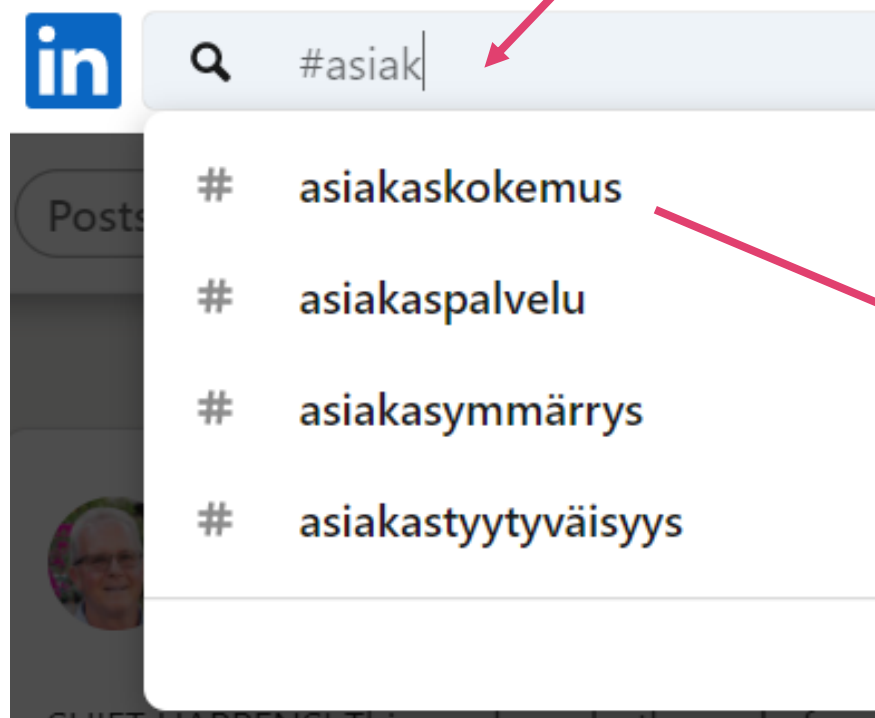
# Etsi säännöllisesti tilaisuuksia

Tilaisuuksia kontaktoitua juuri oikeiden ihmisten kanssa, tilaisuuksia osallistua juuri oikeisiin keskusteluihin jne.



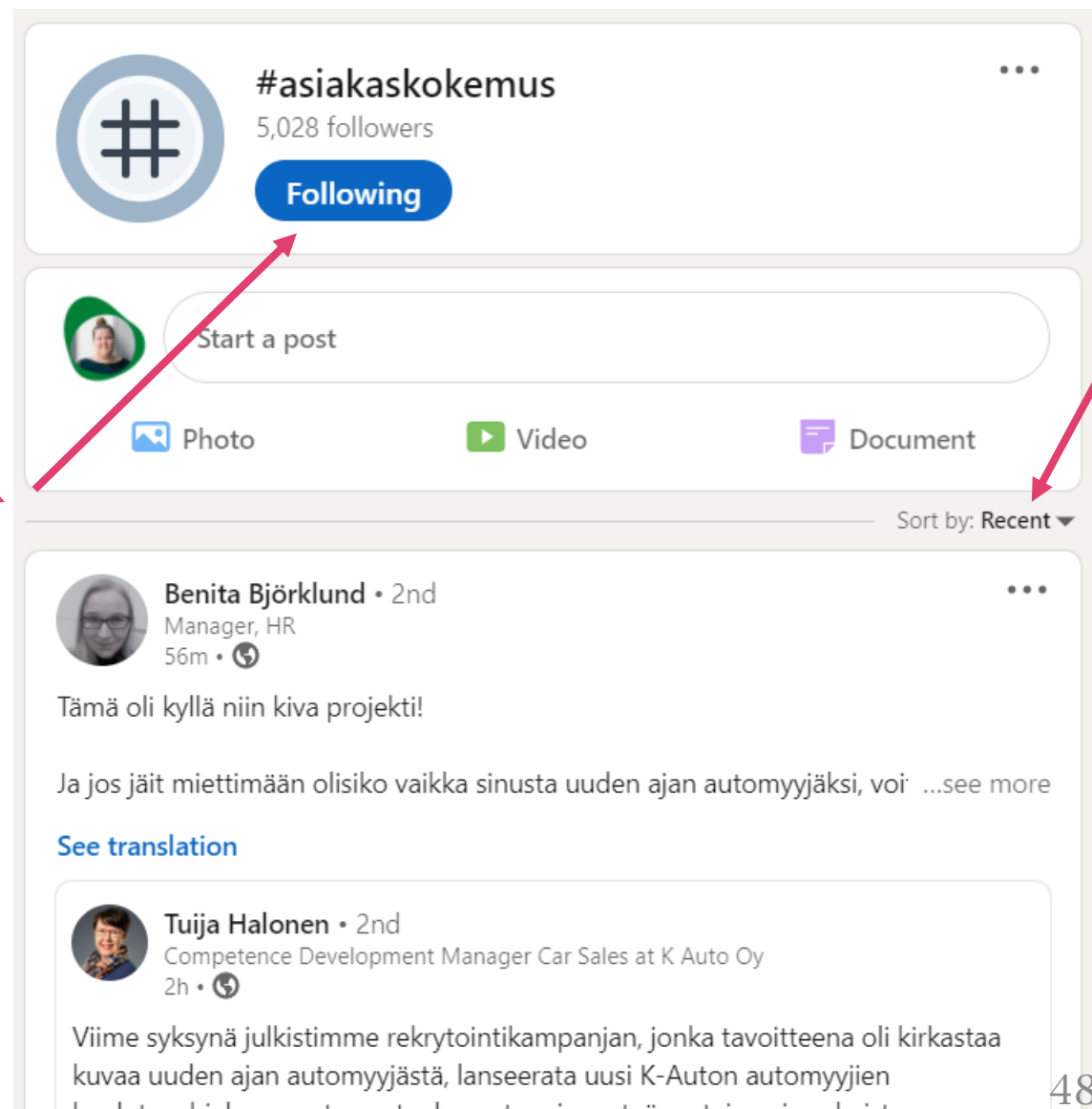
@hannatakala @zentotiimi

# Huomaa myös hashtageihin julkaisevat ja niihin keskusteluihin osallistuvat



Tutkaile julkaisuissa mitä hashtageja he ovat liittäneet tähän tägiin. Jos törmäät "uusiin", lisää omaan pankkiisi!

**@hannatakala @zentotiimi**

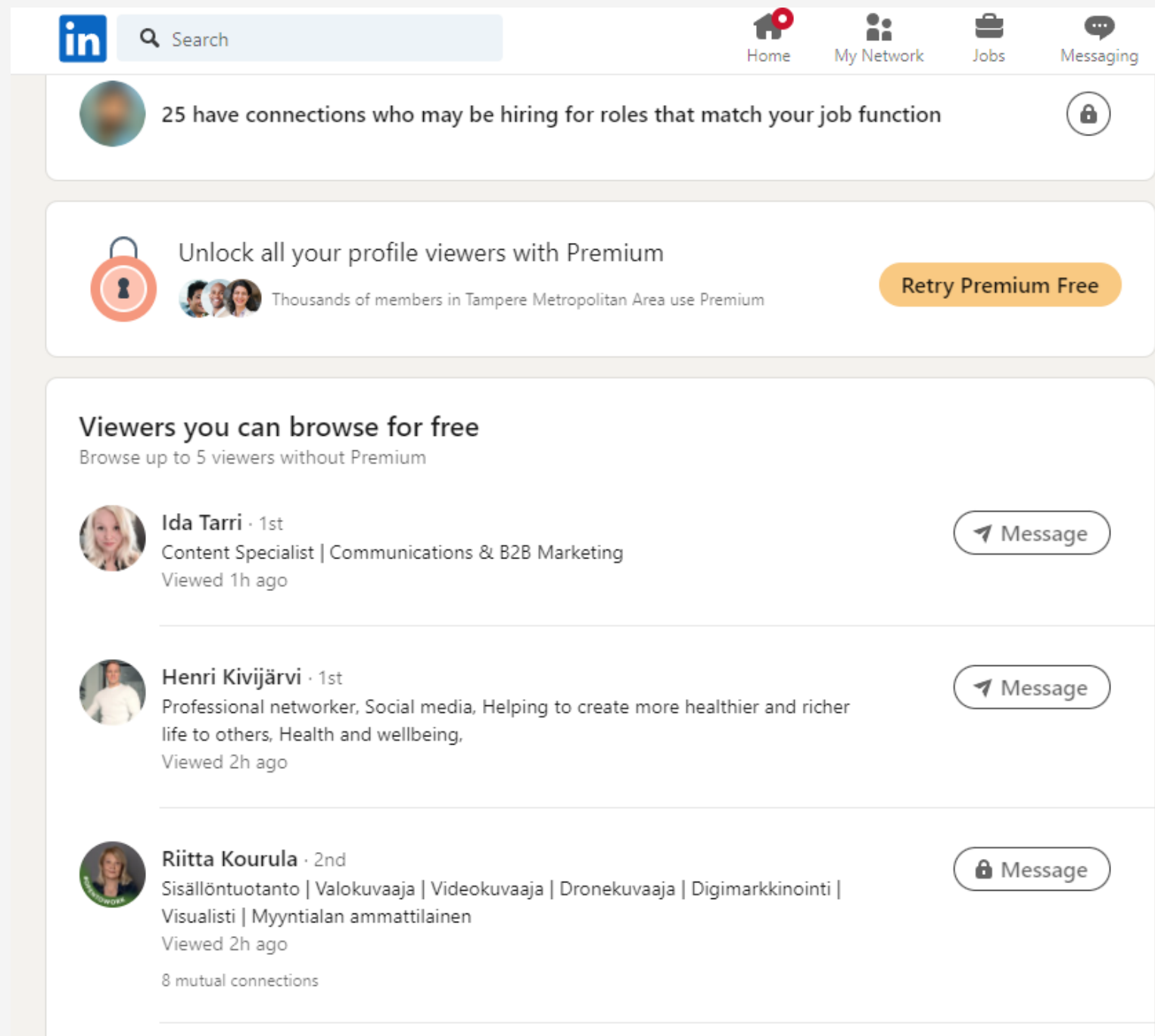


Pidä silmällä [who viewed your profile](#) -sivua (ilman Premiumia näet ehkä 5 viimeistä, joten vieraile sivulla usein).

Ykköstason vierailijoille voit heittää viestin "Moi, olit piipahtanut, löysitkö mitä etsit?"

Ja kakkos- sekä kolmostason kontaktit? Tee vastavierailu ja kontaktoi rohkeasti, saatteen kanssa ("Olisinko voinut olla avuksi?")

**@hannatakala @zentotiimi**



The screenshot shows the LinkedIn interface. At the top, there's a navigation bar with the LinkedIn logo, a search bar, and icons for Home, My Network, Jobs, and Messaging. Below this, a notification states: "25 have connections who may be hiring for roles that match your job function". A second notification prompts the user to "Unlock all your profile viewers with Premium", showing a preview of profile viewers and a "Retry Premium Free" button. The main section is titled "Viewers you can browse for free" with the subtext "Browse up to 5 viewers without Premium". It lists three profile viewers:

- Ida Tarri** · 1st  
Content Specialist | Communications & B2B Marketing  
Viewed 1h ago  
[Message button]
- Henri Kivijärvi** · 1st  
Professional networker, Social media, Helping to create more healthier and richer life to others, Health and wellbeing,  
Viewed 2h ago  
[Message button]
- Riitta Kourula** · 2nd  
Sisällöntuotanto | Valokuvaaja | Videokuvaaja | Dronekuvaaja | Digimarkkinointi | Visualisti | Myyntialan ammattilainen  
Viewed 2h ago  
8 mutual connections  
[Message button]

# Katso kenen kanssa ryhdyt

Ei ole mikään pakko olla kasvokkain kohdattu ennen kontaktoitumista, mutta silti kannattaa katsoa kenen kanssa ryhtyy:

- › Onko henkilö oikea (esim. tuleeeko hänestä Googlella tuloksia, jotka mätsäävät LI-profiiliin)?
- › Onko yhteisiä kontakteja?
- › Mitä hän viestii?

**Mitä se markkinointi  
Linkkarissa tämän  
lisäksi on?**





# Tavoitteisiin pääsyn avaintekijä on johdonmukainen, systemaattinen rutiini

1. Tsekkaan ennen Linkkaria päivän uutiset, teemapäivät jne. Onko siellä jotain mihin pitäisi tarttua? Talteen oikeaan paikkaan, mihin tulee katsottuakin.

8. Mittaan onnistumisia, teen korjausliikkeitä ja kehittämistoimia

7. Syvennän luottamusta reagoimalla edelleen

6. Pyrin osallistumaan arvoa lisäten etenkin kohderyhmiini kuuluvien avaamiin sekä JUTTUUNI osuviin aiheisiin avattuihin keskusteluihin

2. Tarkastan [profiilivierailijat](#) (ja [uudet seuraajat](#)), laitan kontaktipyynnöt "miten voisin olla avuksi?" -malliin/seuraa valikoiden takaisin

3. Käyn läpi yksityisviestit, käynnissä olevat avaukset ja muut nootit

4. Julkaisen JUTUSTANI tavoitteiden mukaista sisältöä etenkin kohderyhmälle arvoa luoden (heidän tarpeet!)

5. Olen mahdollisuuksieni mukaan läsnä ja kuuntelen etenkin kohderyhmiä ja -aiheita, tarkkailen tarpeita, vastailen saapuviin kommentteihin

Esimerkiksi mun päivä  
Linkkarissa näyttää  
raa'asti kuvattuna  
jotakuinkin tältä

# Olen kuitenkin epäreilu vertailukohde, sinä annat itsellesi sinulle sopivia tehtäviä:

- Päivätasolla: monitoroi ja reagoi
  - Viikkotasolla: julkaise ja ajasta
  - Kuukausitasolla: mittaa ja korjaa
  - Vuositasolla: vertaa ja raportoi
- 
- 24/7 kartuta materiaalia ja ideoita

To do -listalla olisi hyvä olla myös juttuja tiimin suuntaan:

- Uudesta julkaisusta tieto (linkki) tiimille ja muille, jotta voitte reagoida ristiin
- Säännöllinen tulosten esittäminen tiimille, esim. kuluneen kuukauden näytöt, katsaus uusiin kontakteihin
- Saavutusten ynnääminen yhteen porukalla
- Aiheiden tsekkaaminen ja ideoiminen yhdessä
- Jne.

Olkaa toistenne "accountability partnereita" tässä!

Miten löydät oleelliset jutut?

**Kuuntele  
aktiivisesti  
aiheitasi ja  
kiinnostavia  
tahoja**

in "customer service" OR sales

Home My Network Jobs Messaging Notifications Me

Posts Jobs People Groups Companies Schools Courses Events Products Services All filters

Posts

From my network Past 24 hours Past week

Taru Tammikallio • 1st  
PR & Personal Branding For Coaches & Experts | Get Feature...  
5d •

Sain tänään suoran myyntiviestin Facebookissa:

"Heya Taru, I'll be totally upfront - I think you're my perfect kinda prospect...see more

Saako sinua kontaktoida myyntimielessä?  
Poll • 119 votes • 1w left

4 27 comments

Like Comment Repost Send

Matti Kahra • 2nd  
Senior Climate Specialist at Nordea  
3h •

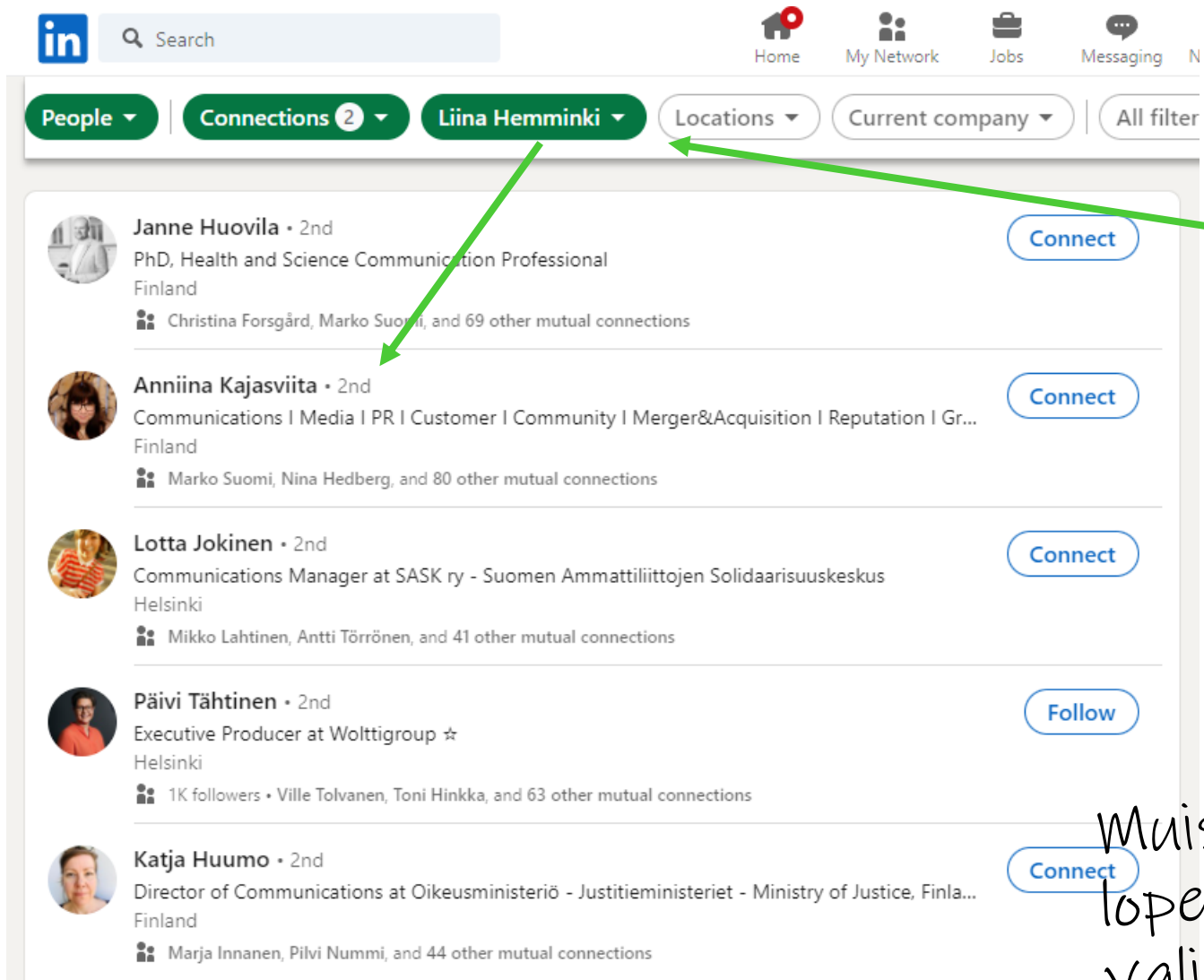
Every crisis is an opportunity and an energy crisis is turning out to be a clean energy opportunity.  
...see more

Ad ...

Get the latest jobs and industry news

Hanna, explore relevant opportunities with Teleste

Follow



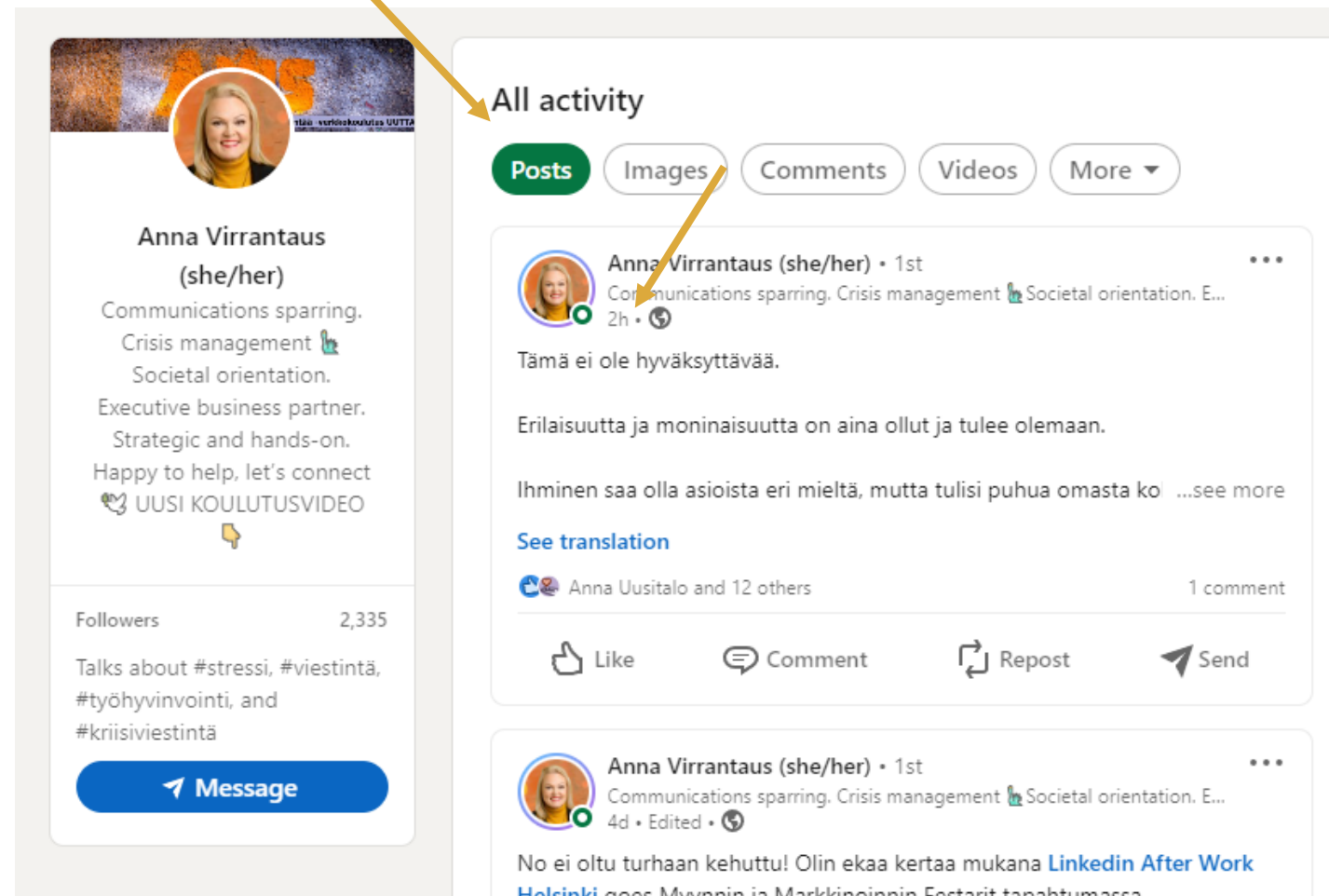
Miten kasvattaa ja kultivoida verkostoa?

# Etsi kohteita aktiivisesti

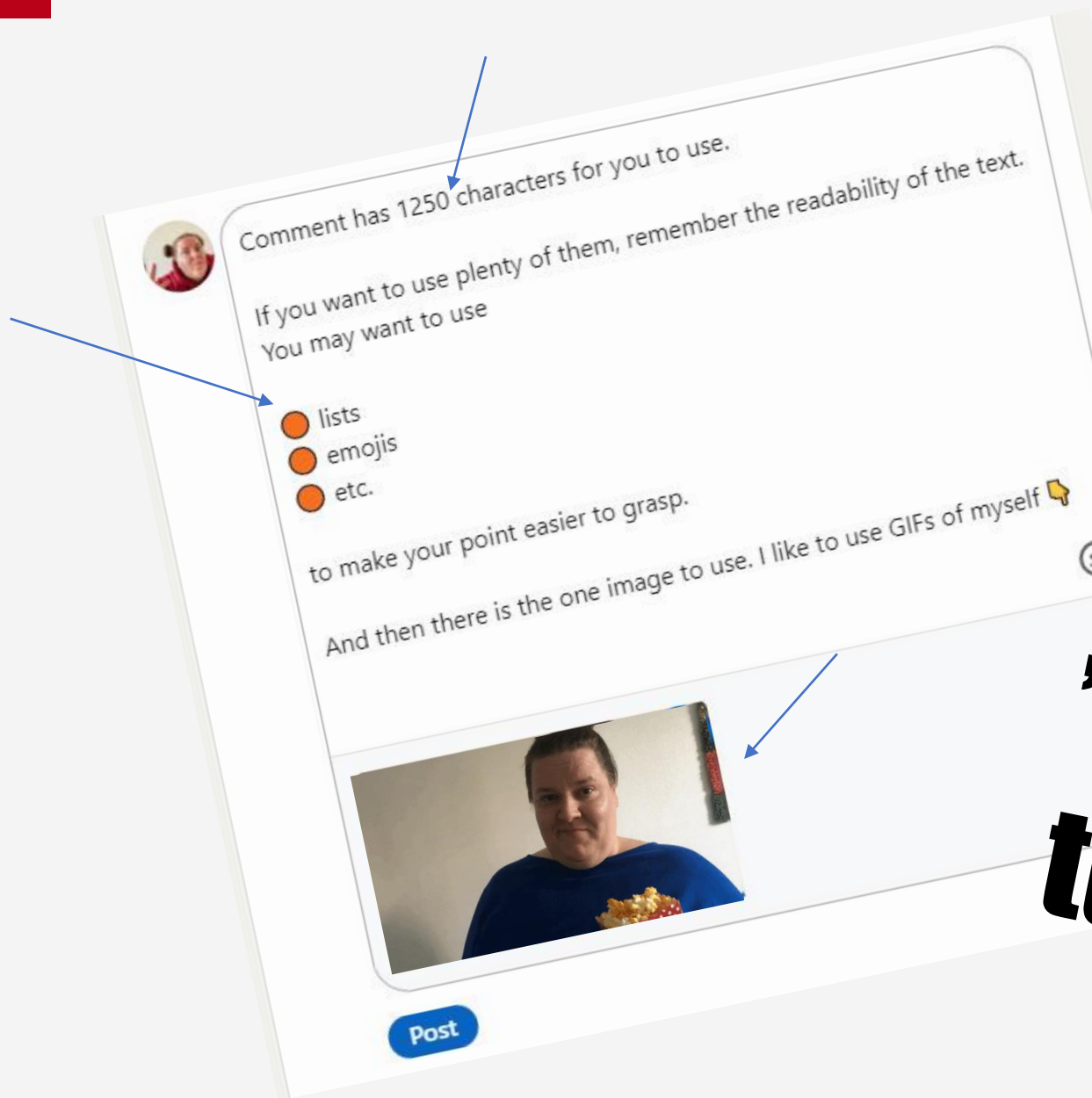
Muista, että seuraamisen lopettaminenkin on vaihtoehto, tee valinnoilla virrastasi parempi...

Miten pitää homma hyödykkäänä?

**Kohdista  
toimiasi,  
reagoi sulle  
tärkeisiin  
tahoihin**







Miten varmistaa, ettet haaskaa aikaasi?

**Kiinnitä huomiota  
mm. kommentointisi  
merkittävyteen,  
"Hyvä postaus!"  
tuskin tuottaa mitään**

# Kaikkea aikaa ei tarvitse tuhrata, mutta jonkinlainen aikaikkuna kannattaa itselleen antaa

Esimerkiksi 18 minuuttia:

- Minuutit 1-5: kuuntelua (häset, henkilöt jne.)
- Minuutit 5-10: ilmoitusten ja yksäreiden läpikäynti
- Minuutit 10-13: sisältöpankista jotain julkaisuun
- Minuutit 13-18: läsnäoloa yleisön kanssa



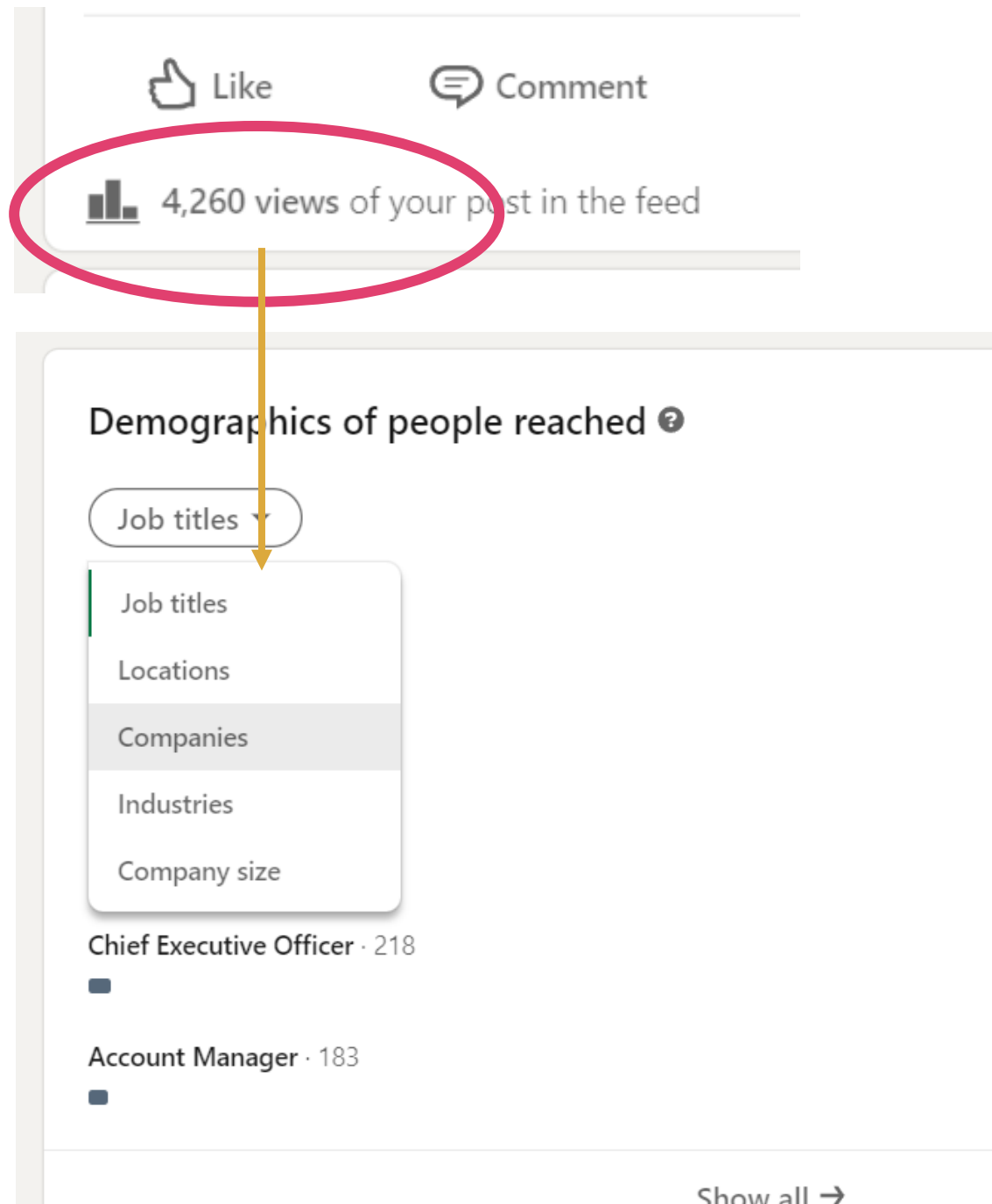
**Älä unohda pitää silmällä mitä se  
panoksesi tuottaa**

# Useimmiten asiantuntijaviestinnässä mitataan

- Verkoston kehittyminen → Seuraaja/kontaktimäärä, kohderyhmään osuvuus, sosiaalinen merkittävyys
- Vuorovaikutus → Uudelleentweettaukset, tykkäykset, jaot, kommentit, keskustelun laatu, keskusteluun osallistujien merkittävyys
- Kulutus → Liikenne, avausprosentit, näytöt, katselut
- Oma aktiivisuus → Julkaisut, -sarjat, kommentit, viestit

# Tavoitteet kuitenkin tuovat mittaukseen mukaan

- Liiketoiminnalliset asiat → Yhteydenotot, erilaiset hakemukset, ajanvaraukset, asiakkuudet, jäsenyydet, haastattelupyynnot jne.



# Näyttömäärän silmälläpito on helppoa, mutta muista sukeltaa syvämmällekin

Henkilötilillä numeron takaa löydät tiedon siitä onko julkaisusi tavoittanut ihmisiä juuri oikeista organisaatioista, positioista ja maantieteellisistä sijainneista. Tavoitatko kohderyhmäsi vai et?



# Monet mittarit joudut järkeilemään itse, esimerkiksi mun uusasiakashankinnassa voisi olla tälläisiä:

1. Teen LinkedInissä suodatetun haun kohderyhmäni tyypeistä

2. Vierailen niissä sopivissa profiileissa, jätän tilaisuuden tullen muitakin jälkiä itsestäni (ne merkittävät reaktiot)

3. Lähetän kontaktipyynnöt vierailleille "Moi [nimi tähän], olit piipahtanut profiilissani, voisinko olla jotenkin avuksi?"

4. Jatkan mahdollisuuksien mukaan juttelua, tarkkaillen paikkaa ohjata esim. Verkkokurssin pariin tai videoneuvotteluun

5. Ja niin edelleen, sosiaalinen myynti on jatkuva savotta

Mittausvaihe:  
Löytyikö sopivia tuloksia?

Mittausvaihe:  
Tekevätkö he vastavierailuja?

Mittausvaihe:  
Hyväksytäänkö pyyntö? Vastataanko saatteeseen, jos niin mitä?

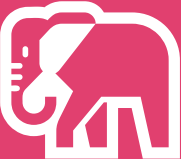
Mittausvaihe:  
Syntyykö ohjailusta tapaaminen, kaupat, lukija blogiin, mitään?

Kirjaanko koko ajan kaiken ylös? En.

Mitä ovat tykkäykset  
verrattuna vaikka  
autettuihin ihmisiin?



**Valitse 3-5 sun kannalta  
oleellista asiaa mitattavaksi**

**Jos tämä kaikki kuulostaa työläältä,  
muista, että pienissä paloissa se  
elefanttikin  syötäisiin. Eli aloita  
yhdestä asiasta ja siirry sitten  
seuraavaan **

**@zentotiimi @hannatakala**

# Minkä palan haukkaat?

[hanna.takala@zento.fi](mailto:hanna.takala@zento.fi)

@hannatakala @zentotiimi



**Hanna Takala**

Communication coach @ Zento |  
Personal branding & employee advoca...

