



Explore
Utsjoki

L A P L A N D



Nettisivut ja sosiaalinen media

Etäyhteydellä 29.4.2021, pitäjät Topias Tölli ja Risto Takala

Esittelyt



TOPIAS TÖLLI

VIESTINTÄALAN YRITTÄJÄ

KOULUTUS

FM (ITÄ-SUOMEN YLIOPISTO,
MEDIAKULTTUURI JA VIESTINTÄ.
LISÄKSI KAUPPATIETEIDEN OPINTOJA
JA KANSAINVÄLISIÄ OPINTOJA (ESIM.
SUSTAINABLE TOURISM STUDIES)

TYÖ

FREELANCER VIESTINTÄALALLA,
VIDEOTUOTANNOT, VALOKUVAUS,
SISÄLTÖMARKKINOINTI, GRAAFINEN
SUUNNITTELU, VIESTINTÄKOLUTUKSET,
TEKSTITUOTANNOT, DIGIMARKKINOINTI

MIKÄ ON SÄVÄYTTÄÄ UTSJOELLA?

"USKOMATTOMAN HENOT MAISEMAT
PYSÄYTTÄÄ. NÄKYMÄ
TENOKILAAKSOON ESIMERKIKSI
AIIKKÄIDEN PÄÄLTÄ KYLLÄ HIVELEE
SILMIÄ."



RISTO TAKALA

VALOKUVAAJA

TYÖ

VALOKUVAAJANA YLI 10 VUOTTA.
VIDEOKUVAUS,
MARKKINOINTIVIESTINTÄ, SOSIAALISEN
MEDIAN SISÄLTÖJEN SUUNNITTELU JA
TOTEUTUS.

MIKÄ ON SÄVÄYTTÄÄ UTSJOELLA?

"UTSJOELLA KELEPOJAA VALOKUVATA.
HIENOJA MAISEMIA ON JOKA
ILMANSUUNNASSA. ELÄMÄNI PARHAAT
REVONTULET OON NÄHNYT JA
KUVANNUT UTSJOELLA."



**Explore
Utsjoki**

LAPLAND

Käsiteltävät aiheet

Klo 13-13:50

Osio 1: Nettisivujen sisältö ja rakenne

Osio 2: Sosiaalisen median
sisältösuunnittelu

Klo 14-15

Osio 2: Jatkuu

Osio 3: Valo- ja videokuvauksen
perusteet

Tauko klo 13:50-14:00



Osio 1: Nettisivujen sisältö ja rakenne

Näitä käsitellään:

- Sivuston tavoite. Mitä, kenelle ja miten?
- Miten asiakkaasi päätyy sivuillesi ja mitä sitten tapahtuu?
- Ulkoasu, käytettävyys.
- Sisältö ja hakukonenäkyvyys.
- Päivittäminen.
- Miten vastuullisuus näkyy sivuilla.

Nettisivujen tavoite

-Määrittele sivuston tavoite.

- Tavoite myydä tuotteita
- Tavoite myydä palveluita
- Tavoite jakaa tietoa

- Kenelle sivusto on suunnattu? Keitä asiakkaasi ovat? Mitä he sivultasi tulevat hakemaan?

- Aukioloaikoja, yhteystietoja tai osoitetta?
- Hinnastoa?
- Ohjeita
- Tietoa tarjoamistasi palveluista

- Panosta ensivaikutelmaan, siis etusivuun. Vastaako etusivusi esim. näihin kysymyksiin:

- Sivustollesi tuleva käsittää heti, mistä sivuillasi on kyse.
- Miten eroat muista, miksi valita yrityksesi?
- Mitä haluat sivustolle tulevan tekevän ensiksi?



Miten asiakas päätyy sivullesi ja mitä sitten tapahtuu

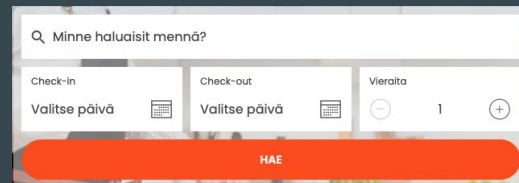
- Asiakas voi päätyä ensiksi sivustosi muillekin sivuille, kuin etusivulle.
 - Esim. Google haun kautta, Facebookista, tai muun jaetun linkin kautta
- Siksi muiden sivujen rakenne on hyvä suunnitella siten, että seuraavalle sivulle pääsy on helppoa. Myös etusivulle palaaminen on hyvä olla mahdollisimman yksinkertaista.
- Panosta sivukarttaan. Kun selaaja päätyy sivullesi, selkeä sivukartta auttaa häntä löytämään etsimänsä tiedon ja navigoimaan sivustolla.
- Jos pidät blogia sivullasi, linkitä aina uusi blogijulkaisu sosiaalisen median tileillesi. Näin kävijäliikenne sivullesi lisääntyy.

Ulkoasu ja käytettävyys

- Visuaalisesti miellyttävä sivu lisää uskottavuutta. Visuaalisuus on myös makuasia, johon ei ole oikeita ja vääriä vastauksia.
- Visuaalisesti näyttävät sivut ovat myös monipuoliset ja panostetun näköiset.
- Huolehdi että kuvien ja videoiden resoluutiot eivät ole liian isot, että sivusto latautuu jouhevasti.
- Omat kuvat ovat kuvapankkikuvia yksilöllisempiä.
- Selkeys on tärkeää. Kokeile, kuinka nopeasti löydät jonkin tärkeän tiedon sivuiltasi. Pyydä käyttäjäkokemuksia esimerkiksi työkavereilta tai tuttavilta.
- Käytettävyys kaikilla laitteilla: tietokone, tabletti, mobiili

+Responsiivisuus, sivusto “vastaa” eri näyttökokoihin joustavasti.

- Huolehdi, että sivulta löytyy helposti ns. Call To Action. Eli toimintakehotus siihen, mitä haluat asiakkaasi sivulla tekevän. Esimerkiksi “Varaa omasi” tai “Ota yhteyttä”.



Mitä mieltä näistä sivuista? Kommentoi kommenttiboksiin tai mikkiin.

Meidän näkemys: Hyviä ja toimivia sivustoja, nopea käytettävyys kaikilla laitteilla. Selkeä sivurakenne ja tärkeät tiedot löytyvät nopeasti.

Muonion matkailusivusto: www.discovermuonio.fi

Helsingin tunnetuin hotelli: www.hotelkamp.fi

Ehkä hieman kehitystä vaativa sivusto. Visuaalisuus on makuasia, mutta esimerkiksi mobiilioptimointi ja responsiivisuus puuttuu.

Hotelli Joronjälki, Joroinen
<http://www.joronjalki.fi/index.html>

Sisältö ja hakukonenäkyvyys

- Huolehdi tekstin oikeinkirjoituksesta ja jäsentelystä. Muista, että asia josta kirjoitat on sinulle tuttua, mutta lukijalle välttämättä ei. Yksinkertaista asioita.
- Tee avainsanalista, eli lista sanoista, joilla tarjoamaasi palvelua yleisimmin haetaan Googlestä. Käytä näitä avainsanoja tekstisisällöissäsi parantaaksesi hakukonenäkyvyyttä. Tekstin pitää kuitenkin olla sujuvaa, ei vain avainsanojen toistelua. Hakusanojen kartoittamisen apuna voi käyttää esim. Google Adsin avainsanojen suunnittelua.
- Jäsentele tekstiä otsikoilla (H1, H2, joskus myös H3), listoilla, kuvilla ja infograafeilla. Laadi kuvatekstit. Panosta erityisesti otsikkoon, käytä siinä avainsanoja. Muista myös tasapaino: parin lauseen teksti ei tarvitse omaa väliotsikkoaan.
- Huomioi sivuston metatiedot: sivuston otsikko ja kuvaus. Julkaisujärjestelmästäsi riippuen otsikko löytyy nimellä meta title, page title tai source title. Kuvaus puolestaan esim. meta description tai meta selostus.

exploreutsjoki.fi ▼

Explore Utsjoki | Utsjoen kunnan virallinen matkailusivusto

Tervetuloa pohjoisimpaan Lappeen! Utsjoki on ainutlaatuinen ja erilainen. Elävä luontoa vaaliva saamelaiskulttuuri, joki, kolme kylää ja ihmiset.

Hakukonenäkyvyys: linkitykset

- Backlinkit, eli sivuillesi johtavat linkitykset luotettavilta sivustoilta nostavat hakukonenäkyvyyttä.
- Linkkaa sivusi esimerkiksi omille sosiaalisen median tileillesi ja sosiaalisen median tilisi sivustollesi. Jos pidät yritysblogia, linkkaa blogiteksti Facebookkiin ja LinkedIniin.
- Hyödynnä verkostojasi, linkitykset muiden saman alan yrittäjien sivustojen välillä parantavat kaikkien näkyvyyttä.
 - Esim. yhteistyö, blogeissa käytetään usein ns. “vieraskynä” -osiota. Eli joku yrityksen ulkopuolinen kirjoittaa blogitekstin yritykselle. Blogiteksti linkataan molempien osapuolten sivustoille, jolloin backlink-verkosto kasvaa.
- Muista myös: huonoista lähteistä (linkkikirjastot, spämmisivustot) tulevat linkit sivullesi huonontavat näkyvyyttä.

Pohdittavaksi: Oletteko miettineet linkityksiä eri firmojen sivustojen välillä?

Nettisivujen päivittäminen: Pidä sivut ajan tasalla

- Huolehdi sivulta löytyvien linkkien toimivuudesta (jos jokin linkattu sivusto on vaikkapa poistunut tai osoite muuttunut).
- Pidä tiedot ajan tasalla. Hinnasto, aukioloajat, osoite jne.
- Yksi tapa on tehdä sivulle osio “Ajankohtaista” tai “Uutiset”, johon kerätään tiedot vaihtuvista teemoista tai tärkeistä ajankohtaisista tiedoista.
- Päivitetyt sivustot ovat myös hakukonenäkyvyystekijä: hakukonerobotti katsoo pitkään päivittämättä oleva sivuston sisältävän vanhentunutta tietoa. Tällöin hakukonesijoitus laskee.

Miten vastuullisuus näkyy sivuilla

- Yrityksen arvot ja visio on hyvä tuoda nettisivuilla esille. Usein arvot voi listata esimerkiksi “tietoa meistä”, tai “tarinamme” -kohtiin.
- Vastuullisuusnäkökulmaa voi miettiä kaikessa nettisivujen sisällöissä. “Käyttämämme raaka-aineet lähituotantoa, kotimaista” ruokalistan yhteydessä jne. Vastuullisuutta tuodaan esille rivien välistä.
- Ohjeita matkailijoille vastuulliseen toimintaan alueella.
- Nostetaan esille yrityksen toimia kestävän kehityksen hyväksi. Esim. käytämme uutta vähäpäästöisempää kelkkakalustoa, suositetaan kimpapakyytejä lentokentältä, markkinoidaan pidempikestoisia matkoja jne.
- Vastuullisuuteen liittyvät asiat voi koota myös yhdelle yhdelle sivulle. “Arvot”, “Ympäristö”, “Vastuullisuus”. <- esim. tuollaisten otsikoiden taakse
- Hybridi: oma vastuullisuusosio, lisäksi kestävyys teemana näkyy muuallakin.

Esimerkkejä

Hotelli Järvisydän: Ympäristö

SaimaaHolidaylla on Joutsenmerkki

Ympäristö ja sen vaaliminen on meille erittäin tärkeää. Luonto on otettu huomioon toiminnassamme aina, toimimmehan upeassa Linnansaaren kansallispuistossa, Saimaannorpan kotivesillä. Panostuksestamme ympäristöasioihin kertoo myös meille 2018 myönnetty pohjoismainen ympäristömerkki. Joutsenmerkki viestii siitä, että tämä paikka on juuri niin ympäristöystävällinen kuin sen pitääkin olla.

Ympäristöystävällisyys on läsnä lomakeskusten jokapäiväisessä arjessa, vaikka se ei aina näkyisikään ulospäin. Lämmitys tuotetaan maalämmöllä sekä aurinkoenergialla. Siivouksessa käytetään ympäristömerkittyjä tuotteita. Kierrätys on kokonaisvaltaista ja myös huoneissa ja huvioloissa on asiakkaidemme mahdollista kierrättää jätteet. Ravintoloissa tarjoiltava ruoka on vastuullisesti tuotettua ja pääraaka-aineiden alkuperästä kerrotaan asiakkaille ravintolan menujen esittelyjen yhteydessä.

Henkilökuntamme on saanut koulutusta ympäristöystävällisistä toimintatavoista sekä Joutsenmerkistä, ja se on ollut mukana muutoskessa yhä kestävämpien toimintatapojen kehittämisessä. Joutsenmerkki ohjaa työtämme niin, että voimme kehittää ympäristönäkökulmaa kokonaisvaltaisesti yrityksessämme.

Järvikylpylä

Suomen ekologisimmassa kylpylässä aurinkoenergiaa käytetään pääasiallisena energianlähteenä vuodessa kuuden kuukauden ajan. Aurinkoenergian käyttö sähkötuotannossa painottuu huhtikuusta aina syyskuun lopulle saakka. Aurington paistaessa aurinkoenergian käyttöä jatketaan myös lokakuussa. Aurinkoenergialla pystytään tuona aikana kattamaan 75% koko kylpylän energiankulutuksesta.

Lämmöntuotannossa hyödynnetään maalämpöä. Maalämpöputkistosta noin vajaa kuusi kilometriä on upotettu maan sisälle ja reilu neljä kilometriä putkista on upotettuna järven pohjaan. Talvella lämpöä saadaan syvältä maaperästä ja kesällä järveden lämmitessä lämpöä varastoidaan lämpimästä järvivedestä takaisin maaperään.

Kylpylässä olevien tulisiojen tuottamaa lämpöä varastoidaan ja tätä lämpöä hyödynnetään suihkuveden lämmityksessä. Yksi tärkeä osa ekologisuuutta on veden lämpötilan pitäminen maltillisena. Kaikissa sisäaltaissamme virtaa 31 asteen vesi.

Kylpylän uima-aitaiden vedenpuhdistuksessa yhtenä osana hyödynnetään infrapunavaloa, jonka ansiosta kemiallisten aineiden käyttöä uintivedenpuhdistuksessa on pystytty vähentämään.

Discover Muonio: Vastuullisuus



SÄÄSTÄMME LUONNONVAROJA

- Kierrätämme, lajittelemme ja vähensämme jättemäärää yhä enemmän. Opaistamme myös majoittujia roskien lajittelussa. Lähimman kierrätyspisteen löydät
- Säästämme energiaa ja vettä mm. käytämme maalämpöä ja ekosähköä ja kannustamme asiakkaita samaan.

HYÖDYNNÄMME JULKISTA LIIKENNETTÄ

- Edistämme sujuvien julkista liikennettä hyödyntävien matkaketjujen syntymistä.
- Kannustamme asiakkaita käyttämään julkisia kulkuvälineitä sekä olemassa olevaa reittiverkostoa.



Luonto yhteinen myyntivaltti
Utsjoella. Millä muilla
vastuullisuuteen liittyvillä teemoilla
voisi brändätä aluetta?

Osio 2: Sosiaalisen median sisältösuunnittelu

Tässä työpajassa käsitellään yleisimpiä tällä hetkellä käytettyjä markkinointiviestinnän kanavia, eli Facebookia ja Instagramia. Samat periaatteet toimivat myös muissa kanavissa.

Dataa suomalaisten somen käytöstä vuodelta 2020:

- Facebookia käyttää viikottain 2,9miljoonaa suomalaista. Instagramia 1,9 miljoonaa.
- IG:n suosio noussut 2014-2020 tasaisesti, Facebookin suosio noussut ja laskenut hieman.
- Käyttäjien ikäjakauma: Facebook/IG -käyttäjiä runsaasti kaikissa ikäluokissa.
- Valtaosa käyttäjistä kuluttaa somea älypuhelimella.

Suosituimmat somepalvelut Suomessa



3,3 M
(81 %)



3,1 M
(77 %)



2,9 M
(72 %)



1,9 M
(48 %)



1,0 M
(25 %)



0,9 M
(22 %)



0,7 M
(17 %)



0,7 M
(16 %)



0,5 M
(12 %)



0,4 M
(10 %)



0,4 M
(9 %)



Mitä haluat sosiaalisen median tileiltä

- Yritystoiminta on tasapainoilua ydintoiminnan ja sen ympärillä pyörivien asioiden välillä (esim. markkinointi).
- Somen säännöllisen päivittämisen voi ajatella yhtenä työsuorituksena muiden joukossa, joten sille kannattaa varata oma aikansa. Markkinointi on tärkeää yritykselle kuin yritykselle.
- Mitkä ovat käytössä olevat resurssit, paljonko sinulla on aikaa käyttää sosiaalisen median päivittämiseen? Delegointi, ulkoistaminen?
- Aktiivisuus kaiken a ja o. Päivitystiheys hyvä olla vähintään 1-2päivitystä /vk.
- Ajankäytön järkevyyden ja sisällön suhde. Laatustandardi vs. järkevän ajankäytön standardi.

Oletko jyvittänyt yrityksesi toiminnoista aikaa sosiaalisen median päivittämiselle?

Kun on tiedostanut, kuinka paljon on valmis someen satsaamaan, aletaan käymään läpi, mitä ja miten sinne someen voisi tuutata.



Yrityksen sosiaalinen media, mistä lähteä liikkeelle?

Laadi sisältösuunnitelma

1. Mieti keitä kohderyhmääsi (asiakkaisiin) kuuluu.
 - Luonnosta kiinnostuneet, arktisesta matkailusta kiinnostuneet? Elämyksiä hakevat? Nuoret/vanhat/kaikenikäiset?
2. Mieti sisällöllinen “kärki” , joka kohderyhmääsi kiinnostaa.
 - Hienot luontokuvat? Vinkit, ohjeet, tiedot?
3. Kirjoita ylös, mitä haluat kohderyhmällesi (asiakkaille) viestiä ja yhdistä se sisällölliseen kärkeen.
4. Huomioi kausiluontoisuus sisällöissä, esimerkiksi joulusesonki, hiihtolomasesonki, yrityksessäsi tapahtuvat ajankohtaiset asiat, merkkipäivät ja vastaavat tapahtumat jotka haluat tuoda esiin.
5. Mieti sopivat aihe tunnisteet, eli hashtagit.
6. Aikataulu postaamiselle, kuinka usein julkaiset?

Tsekkaa myös, onko yrityksesi Instagram yritystili -muodossa. Näin saat käyttöön sisällön seurannan ja mahdollisuuden markkinoida julkaisuja.

Kohderyhmä

- Et tarvitse välttämättä kymmeniä tuhansia seuraajia, jos seuraajasi ovat sitoutuneita ja oikeasti potentiaalisia asiakkaita.
- Ole aktiivinen ja esimerkiksi kommentoi muiden julkaisuja, joiden aihepiiri koskee omaa toimintaasi. Näin aiheesta kiinnostuneet huomaavat myös sinut.
- Nopeita voittoja ei ole, seuraajamäärien kasvattaminen on hidas prosessi.
- Maksettu markkinointi on myös keino tuoda tiliäsi ja julkaisujasi esille. Rajaa markkinoinnin kohderyhmää esimerkiksi maantieteellisen alueen tai iän mukaan. Jos asiakkaasi ovat useimmiten 30-40 -vuotiaita pk-seudulla asuvia nuoria aikuisista, rajaa markkinointia heihin. Yritys ja erehdys ja uusi yritys.

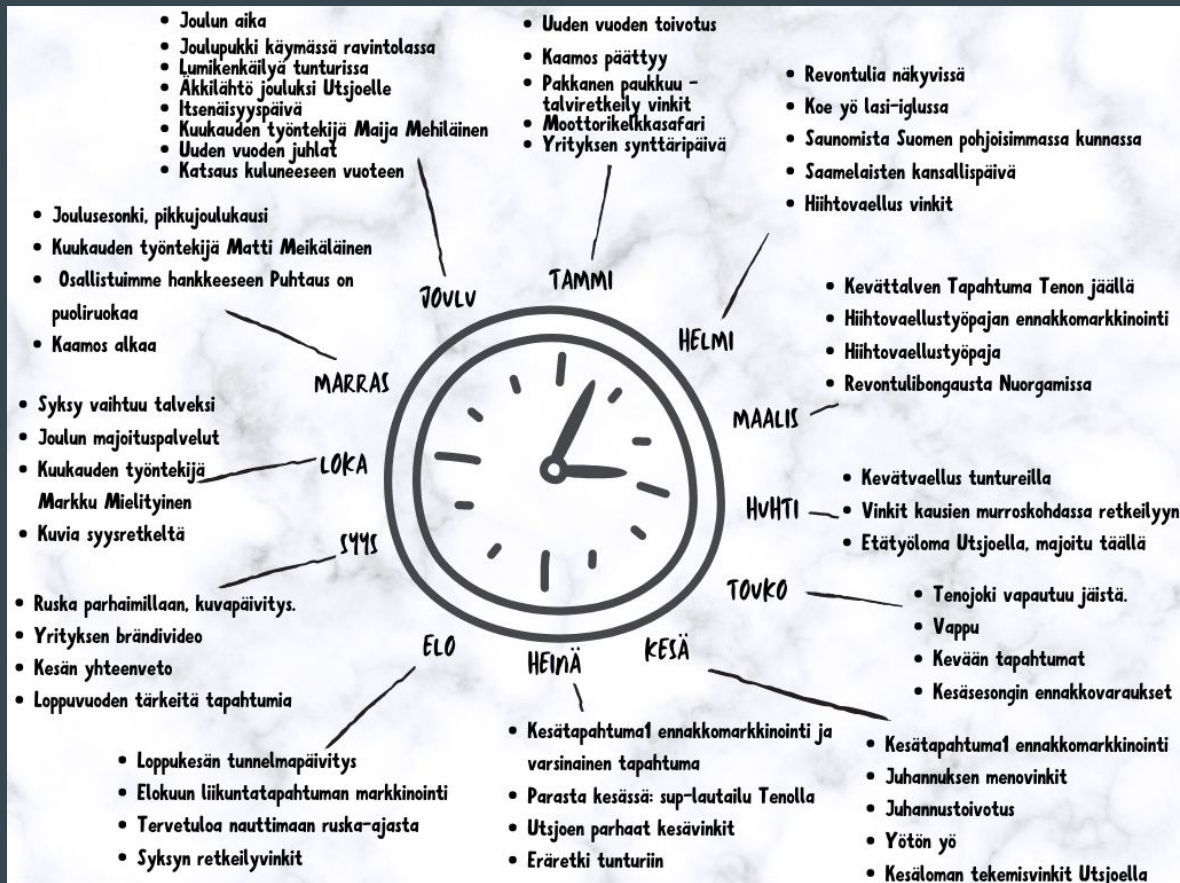
Somen vuosikello

- Sisältösuunnitelman perusteella laadittava aikataulutus ns. pääjulkaisuille.
- Vuoden kattava suunnitelma, jossa mukana yrityksellesi tärkeät päivämäärät
 - Vuoden tapahtumat, joissa yrityksesi on mukana
 - Sesonkien markkinointi ja ennakkomarkkinointi
 - Mukana voi olla juhlapäivät, joihin yrityksesi osallistuu toivottamalla hyvää joulua/pääsiäistä/aprillia/rapujuhlaa.
- Somen vuosikellon voi asettaa muistutuksiksi kalenteriin. Kannattaa laittaa hälytys vaikkapa viikko tai kaksi ennen julkaisupäivää, että julkaisun ehtii suunnitella ja kerätä tarvittavan kuvamateriaalin.
- Vuosikellon avulla päivittämisestä saa säännöllistä ja suunniteltua. Pohja sisältömarkkinoinnille, jonka lisäksi sitten voi tehdä ylimääräisiä päivityksiä tilanteen mukaan.
- Julkaisuja voi viivästä (<https://later.com/>)

Kuvitteellinen esimerkki vuosikellosta



Explore
Utsjoki
LAPLAND



Lähtökohdat hyvälle viestinnälle sosiaalisessa mediassa

Hyvät tavat kaunistavat, vältetään polarisointia.

Kuvissa esiintyvien henkilöiden lupa julkaisemiseen.

Tuodaan esille tärkeäksi katsomia arvoja.

Aitous kannattaa, ei päälleliimattua ja teennäistä sisältöä.

Sisältö on omaa, muualta kopioitu ei kehitä yrityksen viestintää eteenpäin, nämäkin asiat oppii tekemällä. Muiden tilejä voi ja kannattaa toki käyttää inspiraation lähteenä!

Jos lainataan juttuja muilta, kerrotaan alkuperäinen lähde. (Repostaamisesta lisää pian)

Mitä tehdä Storyissä

- Kuvia ja videoita “kulissien takaa”.
- Story on epäviralliseen kuva- ja videosisältöön sopiva kanava.
- Mahdollistaa matalan kynnyksen kysymykset kysymyslaatikkoa käyttämällä.
(Vuorovaikutteisuuden lisääminen).
- Tietovisat on helppo toteuttaa storyissä.
- Huumorin käyttö on storyissä sallittu.
- Repostaa storyyn, jos sinut on merkattu toisen julkaisuun

Repostaaminen

- Esim. Regran -sovellus. Ilmainen (mainoksia)
- Jos tilisi merkataan jonkin toisen julkaisuun, kannattaa repostata se, eli julkaista omalla tililläsi. Tämä onnistuu esimerkiksi Regran -sovelluksen avulla.
- Hyötyjä: Helppoa sisällöntuotantoa ja ilahduttaa myös alkuperäistä postaajaa.
- Jos yrityksesi on merkattu julkaisuun (tilisi, sijainti, tai hashtag), voi lähtökohtaisesti olettaa, että repostaaminen on ok. Muista merkata alkuperäinen postaaja julkaisuusi.
- Esimerkki: Jos asiakkaasi postaa Instagramiin julkaisun majapaikastasi ja vaikka kehuu sitä, kannattaa se repostata omaan storyyn tai feediin.
- Merkkaa julkaisuun muita aiheeseen liittyviä tilejä tai käyttäjiä. Näin he voivat repostata julkaisusi -> lisää näkyvyyttä. Virittele yhteistyötä saman kokoisten tilien kanssa, heillä intressejä jakaa sisältöäsi omien seuraajien aktivoimiseksi ja seuraajamäärän kasvattamiseksi.
- Mieti asiaasi liittyviä tunnisteita (hashtagit). Valitse tunnisteita, joille ei ole valmiiksi miljoonia julkaisuja (ettei julkaisusi huku)



**Explore
Utsjoki**
LAPLAND

Helposti lähestyttävää viestintää

Jos mahdollista tuo esiin kasvot/kasvoja yrityksen takana.

Henkilöbrändäys yrityksen brändäämistä helpompaa, koska se on yksilöllisempää.
Ihmisiä kiinnostavat yksityisasiat.

Esimerkkejä brändäyksestä, jossa someviestintää on tarkoituksella muokattu helposti lähestyttäväksi huumorin keinoin. Esim Verohallinnon viestintä Facebookissa ja Instagramissa.

Kaupunkiympäristö -IG tili ja Twitter (Helsingin kaupunkiympäristön toimiala)



VEROS

Tavix

Veros on luonteeltaan utelias ja kekseliäs, helposti rinnan prosenttimallista kuvoinnista tunnistettava laji. Veros nauttii tankata veroasioita pienessä parvessa. Veros lentää jo aamuhämärässä ensin vakituiseen Teams-, Whatsapp- tai Facebook-kokoontumispaikkaansa muiden lajitoverien kanssa. Veros kysyy ryhmästä neuvoa ja saa vertaistukea. Sieltä verokset hajautuvat kukin omaan OmaVeroonsa selvittämään, lupaako veroilmoitus mätkyjä vai palautuksia. Verokset ovat veroilmoittajien valtavirtaa: muutoksia ei esitetyttyyn veroilmoitukseen tarvitse tehdä, tarkistaminen riittää.



verohallinto • Seuraa



verohallinto • Kevät tuli, lumi sulii, puro sanoi puli, puli. 🤔 Ja bongaamamme erityislaatuiset muuttolinnut liikkuvat "ka-ching, ka-ching", "kilin-kilin" ja "bit-coin". Kuinka moni lintubongari on jo saanut pisteen veroksesta, puluutasta, kotimassikeisarihyypästä, hillokista tai hynäräkistä? 🤔🤔

Kerro meille, mikä lajeista liikkuu teidän pihapiirissä juuri nyt?

Nimittäin jonkun näistä kyllä pitäisi liikkua, koska toukokuu ja veroilmoituksen täydentämisen määräpäivät ovat jo ihan kohta täällä!

👁️ Tarkista esitetyt veroilmoitukset.

👁️ Jos tiedot ovat oikein, voit jatkaa lajitutkimusta.



2 062 tykkäystä

15. HUHTIKUUTA



Lisää kommentti...

Julkaise



Kaupunkiympäristö

@HelsinkiKymp

Ei hätää helsinkiläiset. Maassa oleva valkoinen aine on lunta, ja jos sitä tulee lisää aloitamme aurauksen.

#Helsinki #lumi



kaupunkiymparisto • Seuraa



kaupunkiymparisto Asia kunnossa

#helsinki #kaupunkiymparisto

65 vk



kaupunkikulkuri Ehdinkin jo pelästyä sitä outoa ainetta maassa 🤔

65 vk Vastaa



tienoarkkitehdit 🤔🤔🤔



199 tykkäystä

22. TAMMIKUUTA 2020



Lisää kommentti...

Julkaise



Explore
Utsjoki

LAPLAND



Millaista tekstisisältöä?

- Kuvan lisäksi panosta tekstiin. Tekstien pituudet voivat vaihdella.
- Yksinkertaisimmillaan teksti voi olla parin lauseen mittainen kuvaus, toivotus, tiedotus, mainostus jne.
- Tarinallistaminen: Instagramissa ja Facebookissa voi kirjoittaa myös pidemmän selostuksen kuvatekstiksi. Jos julkaisun aihe on esimerkiksi jokin tapahtuma, kirjoita tapahtumasta kertomus. Jos tyyliisi sopii huumori, hyödynnä sitä. Maksimimerkkimäärä on 2200 (Instagram), jos se täyttyy, mutta asiaa on vielä paljon, voit laittaa loppuun “jatkuu kommenteissa” ja kirjoittaa jutun loppuun kommentiksi.
- Aktivoi: kysy kysymyksiä, tägää ihmisiä, käytä tunnisteita. Pyri luomaan keskustelua.

Instagramin algoritmi

- Algoritmi haistelee käyttäjää kiinnostavaa sisältöä ja nostaa sitä esille. Tavoitteena on saada käyttäjä viettämään sovelluksen parissa mahdollisimman paljon aikaa.
- Algoritmin tarkan toiminnallisuuden tietää vain Instagram itse. Me tavalliset käyttäjät voimme vain arvailla algoritmin muutoksia. Algoritmiin liittyviä niksejä kannattaakin soveltaa varoen ja katsoa milloin kyseinen niksi on julkaistu.
- Älä lannistu jos yksittäinen päivityksesi saa normaalia vähemmän tykkäyksiä, algoritmi saattaa jättää julkaisusi piiloon tai ajoittaa sen näkyvyyden myöhemmälle.
- Tykkäysten käyttäminen on tehty koukuttavaksi, eli oman tilisi julkaisun saamat tykkäykset ilmoitetaan “tipoitain”, jotta jokaisella selauskerralla olisi jännittävää nähdä muutama tykkäys lisää.
- Seuraavaksi joitain ideoita, mistä Instagramin algoritmi tykkää tällä hetkellä.

Algoritmi ja Karuselli -julkaisu



Explore
Utsjoki
LAPLAND

- Karusellit ovat tällä hetkellä algoritmin suosiossa, sillä enemmän kuvia -> enemmän käytettyä aikaa Instagramissa.
- Karusellissa julkaistaan monta kuvaa ja/tai videota samaan päivitykseen.
- Valitse mielenkiintoinen video tai kuva ensimmäiseksi, jotta katsojalle olisi houkuttelevampaa selata julkaisun kaikki kuvamateriaali läpi.
- Karusellia voi tehdä tarinamuotoisena. Esimerkiksi vaellusjulkaisussa näytetään varusteiden pakkaamisesta kuva, videota vaelluksen alusta, ihmettelyä matkan varrelta, retkiruokailusta kuva, julkaisu voi päättyä valojen sammuttamiseen teltassa.
- Tietoiskumuotoinen julkaisu voidaan tehdä niin, että tekstissä ilmoitetaan kuvien numerot (kuvissa saa olla myös numeroinnit) ja niihin liittyvä lisätieto on numeron jälkeen. Jos tekstit pitää lyhyinä, on tällainen julkaisu helppo lukea läpi.
- Visuaalisuutta karusellijulkaisuihin voi lisätä seamless-tyylillä. (Hae Youtubesta “seamless carousel Instagram”)





Algoritmin kestopuosikki: Vuorovaikutteisuus

- Ole aktiivinen somessa. Vastaa kommentteihin, tykkää muiden julkaisuista, kommentoi toisten julkaisuja. Pyri luomaan keskustelua. Eli vastaa sinulle tulleeeseen kommenttiin vastakysymyksellä jne. “Kiitos. Oletko itse päässyt käymään Tenolla?”
- Julkaisujen jakaminen toisille käyttäjille parantaa tilisi näkyvyyttä muiden käyttäjien syötteissä
- Julkaisujen tallentaminen. Jos julkaisujasi tallennetaan toisten käyttäjien toimesta, algoritmi katsoo julkaisusi olevan “arvokas”.
- Tee helppoja reagointeja vaativia postauksia: “kumman valitsisit”, “kenen kanssa lähtisit”. Myös Storyissä on hyvä käyttää vuorovaikutteisia kysymyksiä.



Arvonnat

- Arvonnat ovat pitkään olleet suosittu tapa markkinoida ja saada näkyvyyttä.
- Pidä huolta, että noudatat IG:n ja Facebookin sääntöjä
 - “Instagram/Facebook ei ole osallinen arvontaan”
 - Facebookissa osallistumisen ehtona EI SAA olla sivusta tykkääminen, julkaisun jakaminen tai kaverin tagääminen.
 - Facebookissa osallistumisen ehtona SAA olla julkaisusta tykkääminen. Vapaaehtoisuuten perustuen voi myös pyytää jakamaan, tagäämään jne. mutta ei osallistumisen ehtona.
- Palkinnot liittyvät liiketoimintaasi ja ovat vastuullisesti tuotettuja
- Arvontoihin osallistumisen pitää olla helppoa. Vertaa näitä kahta osallistumisohjetta:
 - Seuraa meitä, tykkäämällä julkaisusta olet mukana arvonnassa.
 - tykkää julkaisusta ja meidän yhteistyökumppanien X ja Y tileistä sekä tagää kolme kaveriasi kommentilla, niin olet mukana arvonnassa.



Explore
Utsjoki
LAPLAND

Käteviä apuvälineitä sometukseen

- Canva. Selainpohjainen ilmainen (joitain rajoituksia ilmaisversiossa) graafisen suunnittelun ohjelma. Helppokäyttöinen, esimerkiksi tekstin ja kuvan yhdistelmä helppo toteuttaa. Paljon valmiita pohjia ja valmiit määritykset erilaisille alustoille julkaisua varten (esim. Instagram postaus, Instagram story jne.) www.canva.com. Täysiversio maksaa 110e/vuosi.
- Adobe Lightroom Mobiili. Päätoiminnot ilmaisia. Puhelimelle tarkoitettu kuvanmuokkausohjelma.
- WhatsApp apuna yksittäisten kuvien/videoiden nopeaan siirtoon tietokoneen ja puhelimen välillä:
 1. Käytä WhatsApp web -versiota tietokoneella.
 2. Tee ryhmä (esim. Yritys ab:n somekuvat), jonne lähetät puhelimella ottamasi kuvat dokumenttina, ei kuvajulkaisuna. Näin laatu säilyy parempana (WhatsApp ei pakkaa dokumentteja).
 3. Tee tietokoneen avulla esim. Canvalla haluamasi muokkaukset kuvaan
 4. Lähetä muokattu kuva tietokoneelta takaisin puhelimelle käyttämällä WhatsApp webbiä.
 5. Nyt valmis muokattu kuva on puhelimellasi. Eikun Instaan vaan.
- Jos WhatsApp tietoturva epäilyttää, myös esim. Telegram-viestintäsovelluksella voit tehdä saman. Telegram ei myöskään pakkaa kuvia, joten kuvan laatu säilyy lähettäessä.

Osio 3: Valo- ja videokuvauksen perusteet



Explore
Utsjoki
LAPLAND

Valotus tarkoittaa sitä, kun kameran kennolle tai filmille päästetään valoa.

Suljinaika: Suljinaika on se aika, jonka kenno tai filmi vastaanottaa valoa. Mitä pitempi suljinaika, sitä enemmän valohiukkasia kennolle ehtii tulla. Esimerkiksi revontulikuvauksessa pitkällä valotuksella saa heikostakin revontulesta hyvän kuvan aikaan.

Aukko: Aukko tarkoittaa sitä, kuinka isosta raosta valoa päästetään suhteessa kennon tai filmin kokoon. Pienestä aukosta pääsee vähemmän valoa kennolle, jos suljinaika pidetään samana. Aukkoa säätelemällä voidaan päättää, kuinka pitkältä matkalta kuva on terävä.

Taustan sumentaminen on hyvä keino silloin, kun hyvää taustaa ei ole saatavilla. Jos halutaan kertoa yhdellä kuvalla paljon asioita, syvyysterävyyttä olisi hyvä olla enemmän.





Instagram kuvakoot

Feed (eli se ns. tavallinen julkaisu) (neliö): 1080x1080 pikseliä

Feed (vaaka 16:9): 1080x566 pikseliä

Feed (pysty 4:5): 1080x1350 pikseliä

Stories ja Reels (=Kela) : 1080x1920 pikseliä. Eli aina pystykuva.

Pystykuvalla (1080x1350) saat pinta-alallisesti isoimman näkyvyyden feedissä.

Minkä takia otat kuvan?

Mitä haluat viestiä kuvalla? Valitse kuvauskohde sen mukaan.

Kuvan ottaminen vai kuvan tekeminen? Tekemällä tehdyn kuvan saa näyttämään aidolta, kun lisävalot tulevat oikeasta suunnasta ja valojen väri on muiden valojen mukainen.

Mieti sisällön ja kuvan välinen suhde ennen kuvan ottoa. Näin vältät turhien kuvien ottamisen ja voit keskittyä parantamaan olennaisten kuvien laatua.

- Vaikka digiaika mahdollistaakin satojen kuvien “räpsimisen”, eräänlainen filmikuvaus mentaliteetti (rajoitettu määrä ruutuja) voi kehittää kuvaajaa.



Explore
Utsjoki
LAPLAND



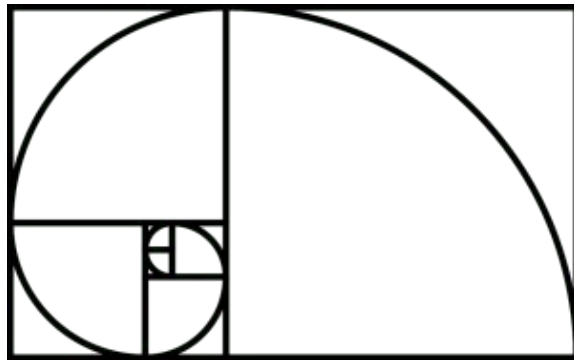
Sommittelu

Kaksi yleisintä sommittelun apukehikkoa ovat Fibonaccin spiraali ja kultainen leikkaus. Näiden ideana on asettaa kuvassa esiintyvä kohde leikkauspisteisiin. Alunperin muinaisessa Kreikassa huomattiin tämä silmää miellyttävä 1.61 sivusuhte, esimerkiksi sen ajan rakennuksissa näkyy kultaisen leikkauksen periaate.

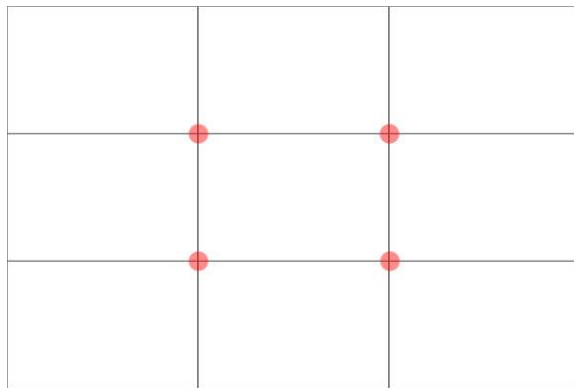
Kuvan “kohde” voi olla ihminen, esine, väri, muoto, sääilmiö tai mikä tahansa johon katse kohdistuu luonnollisesti. Ihmistä katsottaessa katse kiinnittyy tavallisesti silmiin.

Kun kuvasuhdetta muutetaan, on apukehikoita muutettava samassa suhteessa.

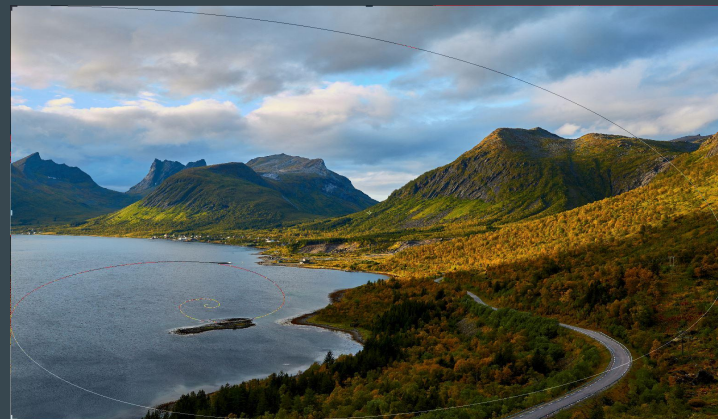
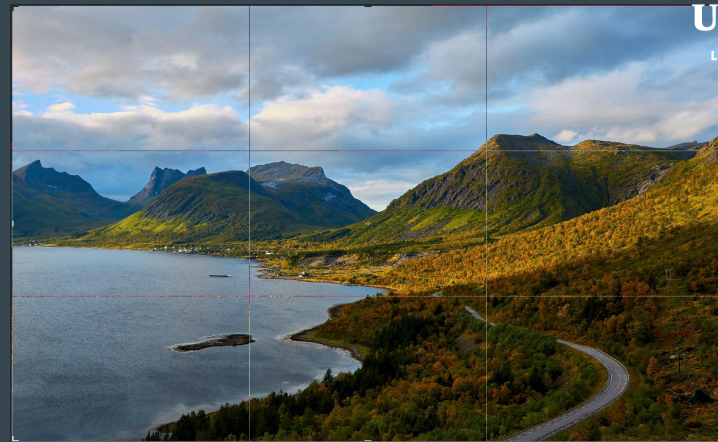
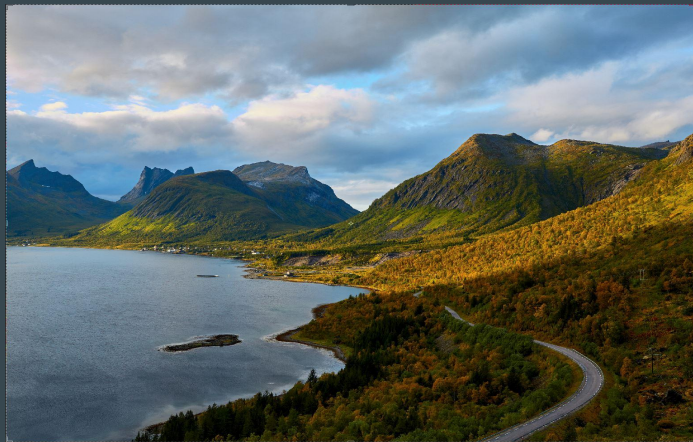
Fibonaccin spiraali



Kultainen leikkaus



Sommittelu



Explore
Utsjoki
LAPLAND

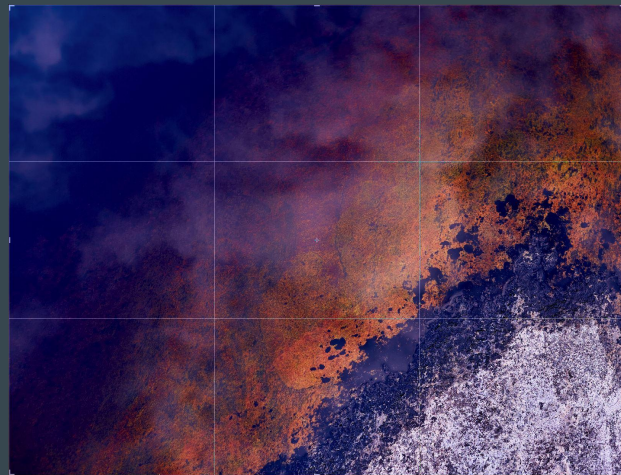
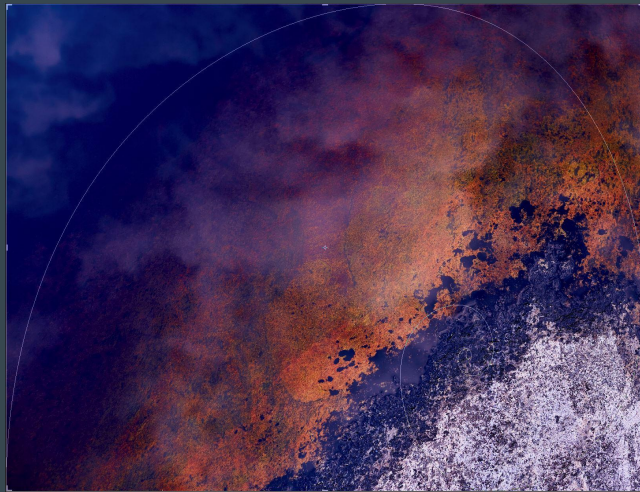
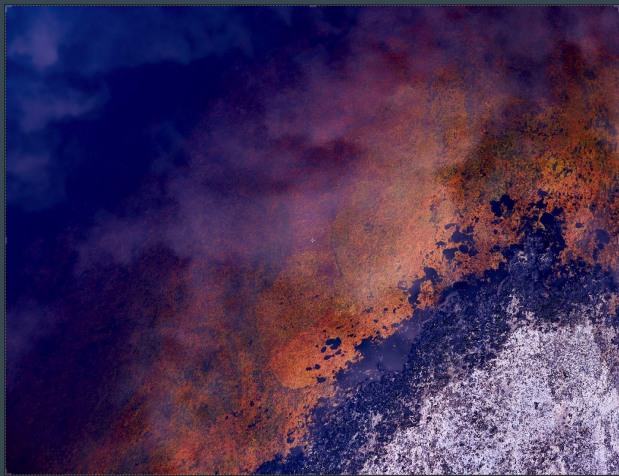
Sommittelu



Explore
Utsjoki
LAPLAND



Sommittelu



**Explore
Utsjoki**
LAPLAND

Sommittelu

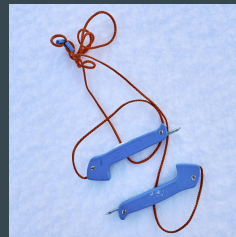
Vältä kaatuvia linjoja kuvissa.

Pidä tausta selkeänä.

Yksinkertaistaminen selkeyttää kuvaa, varsinkin kun kuvan näyttämö on puhelimen ruudun kokoinen.



Explore
Utsjoki
LAPLAND



Sommittelu



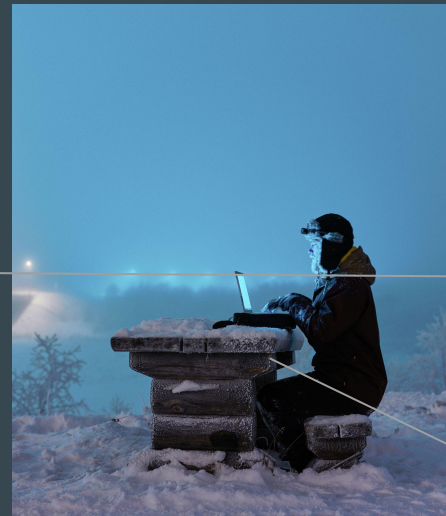
Sommittelu

Katso etteivät ihmiset rajaudu kuvan reunoilla väärästä kohdasta.

Nivelistä tai kaulasta rajattu ihminen herättää ihmetystä.

Mitä päästä tai jaloista kasvaa?

Tarkkaile taustaa kuvaushetkellä.



Explore
Utsjoki
LAPLAND

Sommittelu



Explore
Utsjoki
LAPLAND

Katso etteivät ihmiset rajaudu kuvan reunoilla väärästä kohdasta.

Nivelistä tai kaulasta rajattu ihminen herättää ihmetystä.

Mitä päästä tai jaloista kasvaa?

Tarkkaile taustaa kuvaushetkellä.



Sommitteluvinkkejä

Kerronnan suunta on länsimaissa vasemmalta oikealle. Kuvia luetaan samaan suuntaan kuin tätä tekstiä. Vasemmalta oikealle katsova näkee tulevaisuuteen, oikealta vasemmalle katsova näkee menneeseen.

Jätä tilaa liikkeelle, jotta katsoja voi kuvitella liikkeen jatkuvan.

Ilmava sommittelu, kuten ylemmässä kuvassa, mahdollistaa tekstien asettelun vapaammin. Ylempi kuva toimisi myös pystykuvana.



Sommitteluvinkkejä

Liiku paljon! Mitä enemmän liikut, sitä useamman vaihtoehdon saat kuvakulmille ja sommitteluille. “Jalkazoomi”

Liiku myös pystysuunnassa. Jos kuvataan pientä riekkoa, kannattaa laskeutua riekon tasalle. Valkea riekko erottuu sinitaivasta vasten paremmin kuin hanki taustanaan.

Tunnista tarpeet ja toteuta mahdollisuuksien mukaan. Jos tuntuu siltä, että kuva olisi parempi ottaa aamuauringossa, odota seuraavaan aamuun. Jos talon katolta saa paremman kuvakulman revontulien valokuvaamiseen, niin käytä tikkaita ja ota kuvia katolta.

Kultainen leikkaus ja Fibonaccin spiraali ovat hyödyllisiä, mutta eivät sovellu kaikkeen. Esimerkiksi Instagramin suosima neliön muotoinen kuva muuttaa spiraalin ja leikkauksen käyttöä.



Explore
Utsjoki
LAPLAND

Sommitteluvinkkejä

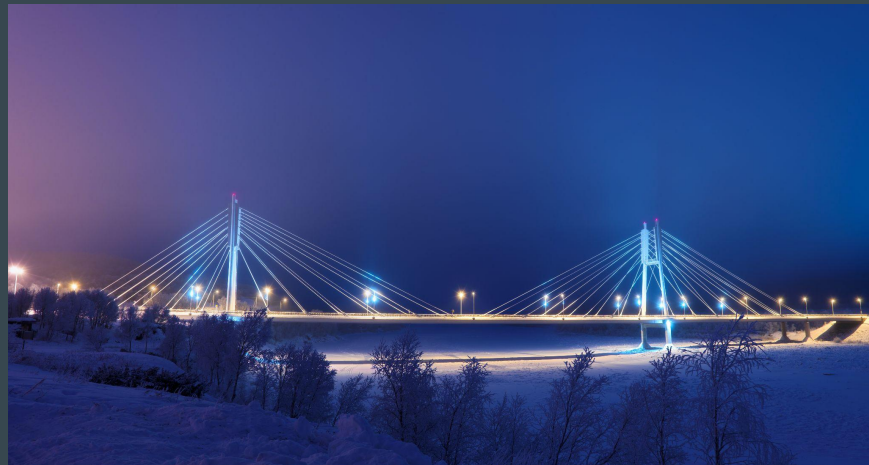


Explore
Utsjoki
LAPLAND

Testaa kuvasi:

Mihin kuvan huomio kiinnittyy? Sulje kuva ja avaa se hetken päästä uudestaan. Mihin katsoit ensimmäisenä? Jos katsoit väärään kohtaan, jotain pitäisi muuttaa.

Poikkeuksena tilanne, jossa haluat rikkoa kaavaa.





Explore
Utsjoki
LAPLAND

Kuvien jälkikäsittely: Adobe lightroom mobile älypuhelimella

- Aloita maltilla testailu kuvankäsittelyssä. Vältä ylikäsittelyä. Saturaatiot tapissa tekee kuvasta epäluonnollisen.
- Säästä aina alkuperäinen kuva. Jos myöhemmin alkaa harmittaa, että tuli laitettua liian paljon filttieriä kuvaan, niin saat takaisin alkuperäisen. Adobe lightroom mobile tekee tämän automaattisesti.
- Testaa ja kokeile, katso inspiraatiota muilta. Tutoriaaleja on YouTube pullollaan, samoin Instagram.

Muita kuvankäsittelyvinkkejä:

Haluatko Ig-feedin olevan yhtenäinen visuaalisesti? Katso sopiiko julkaistavan kuvan värimaailma aiempien kuvien sekaan. Muista myös, että tällaiset säännöt on myös tehty rikottaviksi.

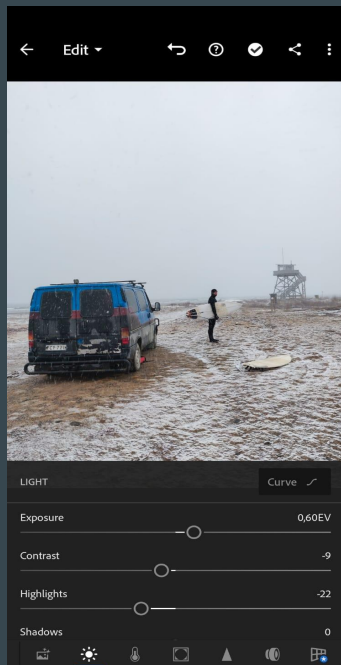
- Ig-feedissä kaikki postaamasi kuvat näkyvät kollaasina.
- Facebookissa julkaisut tulevat yksitellen, siellä värimaailman mätsäämisellä ei niin suurta väliä.

Kuvien jälkikäsittely: Adobe lightroom mobiili

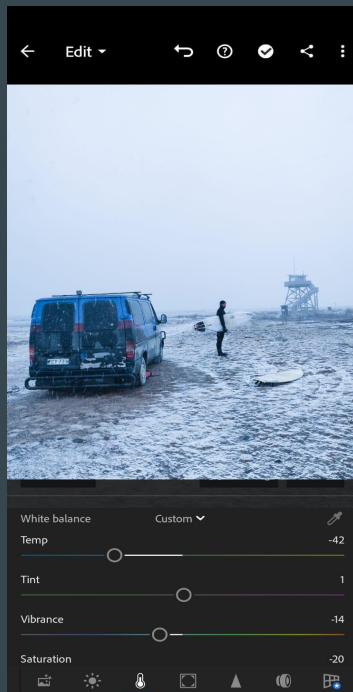


Explore
Utsjoki

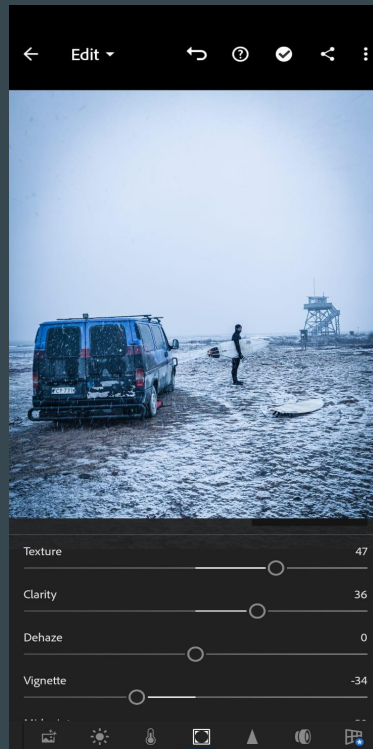
LAPLAND



Valotus



Valkotasapaino
ja saturaatio



Tekstuuri



Terävyitys



Mitä ottaa huomioon kuvia/videoita ottaessa

- Onko mönkkäri/kelkkakuskillla kypärä. Ts. turvallisuus ja lain noudattaminen.
- Häiritäänkö kuvassa poroja, kerrotaan miten kuva on otettu.
- Leiripaikan siisteys: näyttääkö vastuulliselta jos muovipusseja on levitelty ympäriinsä.
- Onko paikassa soveliasta olla, mieti myös mitä paikasta kerrot.
- Onko paikka vaarallinen esim. selfien ottamiseen (Vrt. selfieturmat)
- Sijainnin merkkkaus vai merkkaamatta jättäminen? Jotkin paikat kannattaa pitää salassa (marjapaikat), somessa tieto kulkee nopeasti. Ja jos saa kuvan harvinaisesta tunturipöllöstä tai naalista, on syytä jättää paikka merkkaamatta.

Kuvausluvut

Julkisella paikalla otettuja kuvia ja videoita saa julkaista vapaasti, kunhan videon tai kuvan aiheena ei ole selkeästi tunnistettavia henkilöitä tai henkilö.

Muistathan pyytää kuvissa ja videoissa esiintyviltä luvan julkaisuun. Niin sanotun kuvankäyttöluvan (model release) voi pyytää helpoiten paikan päällä käyttämällä älypuhelinsovelluksia, kuten Model Releaser (Google Play ja Apple Store). Tai sitten yksinkertaisella paperilomakkeella tai sähköpostilla. Kirjallinen lupa on aina helpompi todentaa tarvittaessa.

Huomioi lapset. Lapsia kuvattaessa lupa pyydetään huoltajilta.

Kuvauskopterit eli dronet



Explore
Utsjoki
LAPLAND

Lain mukaan kaikki kuvaustarkoitukseen valmistetut kopterit vaativat Trafín järjestämän verkkotentin läpäisyn.

Dronea voi lennättää myös oikeushenkilö, toisin sanoen lennoista on vastuussa yritys. Yrityksen eli droneoperaattorin velvollisuutena on käyttää asianmukaiset luvat omaavia kauko-ohjaajia. Operaattorin voi periaatteessa rinnastaa lentoyhtiöön ja kauko-ohjaajan lentäjään.

Dronen rekisteröity operaattori on vastuussa dronensa vakuuttamisesta. Kauko-ohjaaja on vastuussa lennon suorittamisesta ja tarvittavista luvista.

Jos dronelentämisellä ansaitaan rahaa, on otettava vastuuvakuutus.

(<https://droneinfo.fi/fi/rekisteroityminen-ja-teoriakoe>)

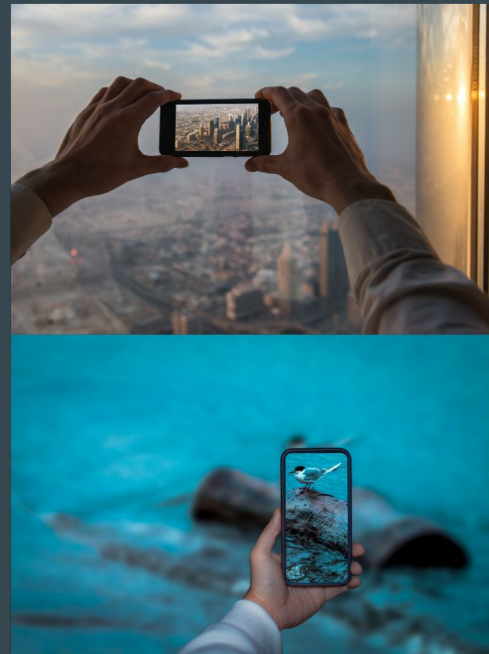


Videokuvaus



Explore
Utsjoki
LAPLAND

- Sommittelusäännöt toimivat myös videoidessa. Jätä tilaa liikkeen suunnalle.
- Pidä kuvatessa kameraa tukevasti. Vältä kameran heilumista. Käytä jalustaa tarvittaessa. Panosta optiseen kuvanvakaimeen (joistakin kännyköistäkin tämä löytyy nykyään).
- Panosta ääneen: jos videolla tulee olemaan paljon puhetta, on hyvä hankkia erillinen mikrofoni. Halvimpia nappimikrofoneja saa parilla kymmenellä eurolla, ja puheäänen laatu paranee huomattavasti. Tällaisen mikrofoniin avulla voit taitojen karttuessa tehdä haastatteluita liittämällä mikrofoniin älypuhelimeen ja tallentamalla äänen puhelimen muistiin.
- Vaaka vai pysty? Mieti, missä aiot videon julkaista.. Kännykällä kuvataan nykyään usein pystyvideoita. Tämä toimii hyvin esimerkiksi Instagramin ja Facebookin tarinoissa, sekä Instagramin Reelseissä ja feed-julkaisuissa. Perinteinen vaakavideo taas paras ratkaisu oikeastaan kaikkialle muualle: Facebook-julkaisu, IG-TV, YouTube, televisiio.



Muutama sana videoiden leikkauksesta

- Tietokoneelle yleisimpiä leikkausohjelmia ovat Adobe Premier, Final Cut Pro (Apple), DavinciResolve. Näistä Resolvea voi käyttää ilmaiseksi tietyin rajoituksin.
- Puhelimella leikkauksen tekeminen voi olla turhauttavaa, mutta yksi ilmainen (tietyin rajoituksin taas) sovellus tähän on YouCut.
- Videon sisällöstä: Kill your darlings: Tee mieluummin liian lyhyt video, kuin liian pitkä. Panosta videon alkuun, hienoimmat klipit sinne. Alku ratkaisee, katsovatko hätäisimmät videon loppuun vai ei.
- Somessa videoita katsotaan usein ilman ääniä, lisää siis mahdollisuuksien mukaan tekstitys.
- Sisältö ratkaisee loppupeleissä: jos katsojaa kiinnostaa videon aihe, hän katsoo sen loppuun vaikka toteutus olisi huonokin. Jos taas katsojaa ei kiinnosta, loppuu katsominen lyhyeen vaikka toteutus olisi elokuvatasoa.
- Huomioi myös musiikin tekijänoikeudet, kun videoa käytetään kaupalliseen tarkoitukseen. Musiikki royalty free taustamusiikki. Ilmainen vaihtoehto esimerkiksi Youtube Audiolibrary. Maksullisia palveluita vaikkapa Artlist.



Kiitos mielenkiinnostasi!



**Explore
Utsjoki**
LAPLAND

