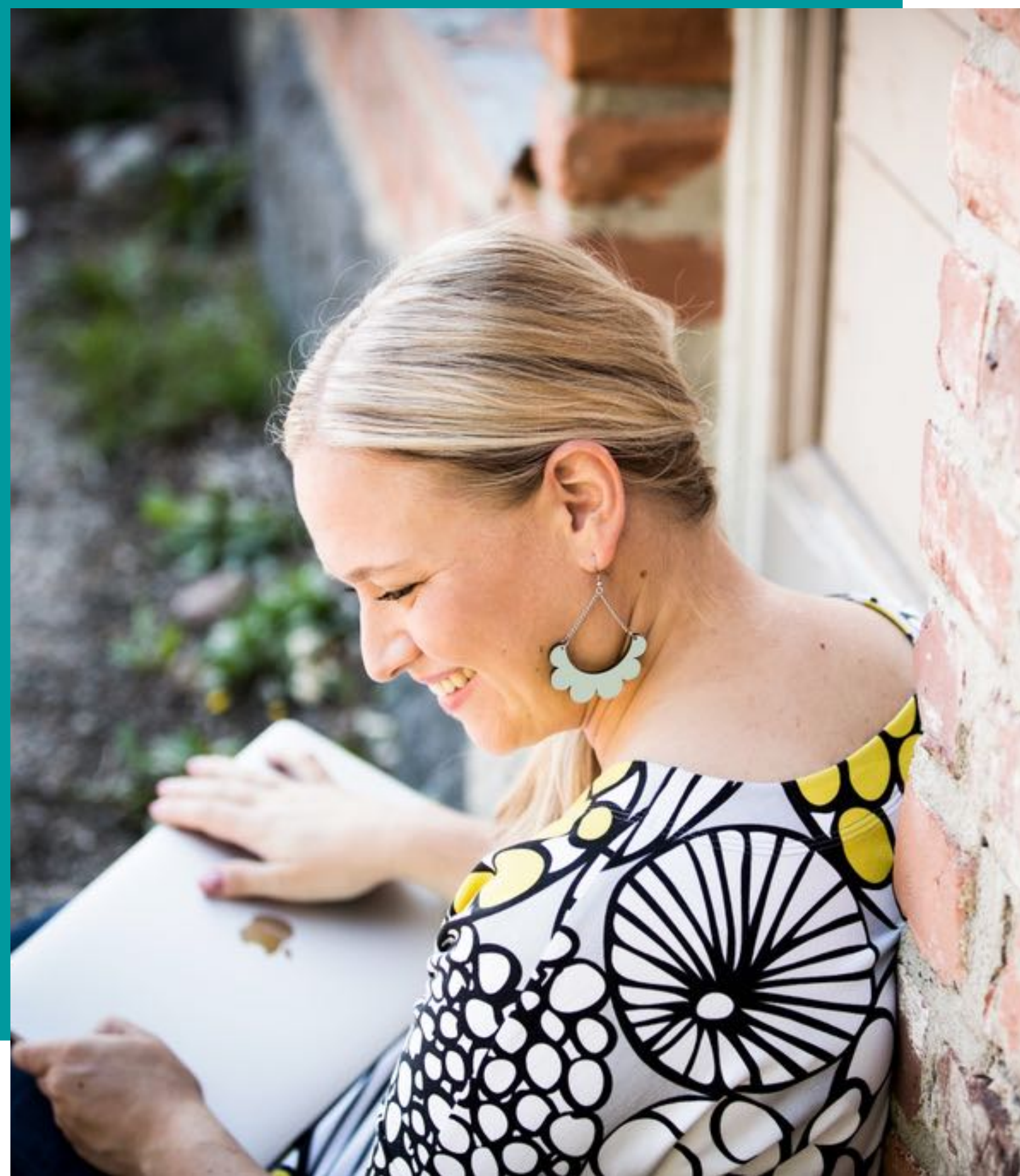


FLUMENIA

Instagram ja LinkedIn yrityksen markkinoinnissa

17.10.2022

www.flumenia.fi | [@flumenia](https://www.instagram.com/flumenia) | [#flumenia](https://www.linkedin.com/company/flumenia)



Sanna Virtanen | @sanzki

Markkinointistrategi, digimarkkinoinnin tekijä & kouluttaja, Flumenia Oy

Digitaalinen markkinointi, sisältömarkkinointi ja some markkinoinnin analytiikka ja seuranta.

Työhistoriaa yli 15 vuoden ajalta (video)sisällöntuottajana, markkinoinnin suunnittelijana/asiantuntijana, kouluttajana ja markkinointipäällikkönä.

Yrittäjänä vuodesta 2018 lähtien.

Aiempia työnantajia mm. Canon Oy, FlowHouse Oy, Howspace, Viestintätoimisto Soprano.

Päivän ohjelmassa:

- Brändin synty - mitä brändi tarkoittaa yrityksen vs. henkilön näkökulmasta?
- Henkilöbrändäys - julkkisten hommaa vai aidosti liiketoimintaa edistävää tavoitteellista toimintaa?
- Katse yksittäisistä kanavista asiakkaaseen – miten sisältö(markkinointi) auttaa asiakkaita löytämään yrityksen luokse?
- Sisällön suunnittelu ja sopiva julkaisutahti, oman tyylin löytäminen ja jatkuvuuden merkitys

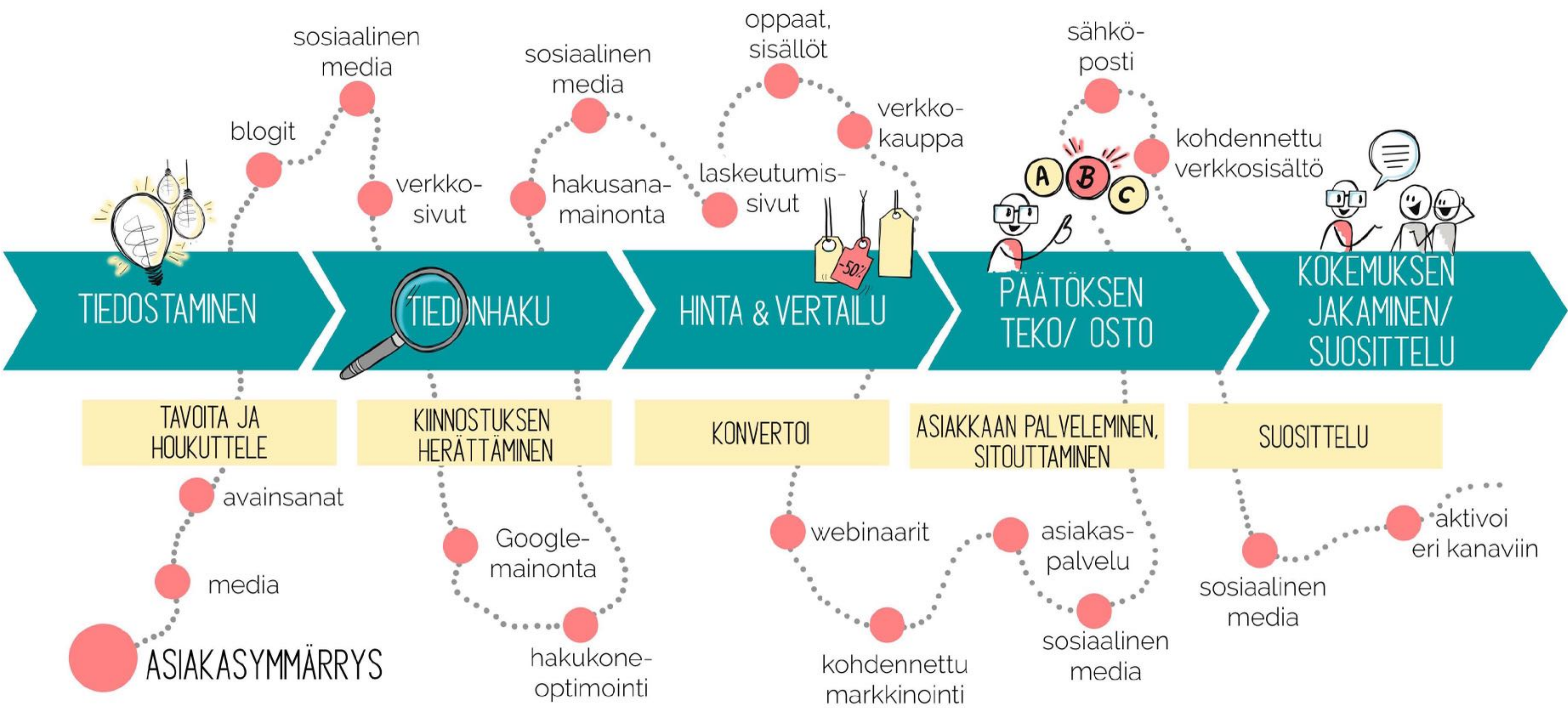
▸ Instagramin toiminnallisuudet:

- Navigointi ja oma yritysprofiili
- Instagramin sisältömuodot (sisällöt omassa profiilissa, tarinat, reels/kelat, videosisällöt ja kohokohdat)
- Mikä merkitys on aihetunnisteilla? Miten valitsen ne ja miten niitä käytetään? (Aihetunnisteet ja taggäys)
- Sisällön ajastus ja uudelleenjulkaisu

▸ LinkedIn – ammatillinen somepalvelu vai pelkkä CV- pankki?

- LinkedIn yrityksen markkinoinnissa
- LinkedInin toiminnallisuudet:
 - Verkostoitumisen ja aktiivisuuden merkitys, keskustelu ja kommentointi osana verkostoitumista
- Oman profiilin tärkeimmät tiedot.

Toimivan markkinoinnin lähtökohtana on **ymmärrys asiakkaiden käyttäytymisestä** ja sen hyödyntäminen sisällön suunnittelussa ja sopivien kanavien valinnassa.



ASIAKASYMMÄRRYS, VERKKOSIVUT, SISÄLLÖNTUOTANTO, SEURANTA & ANALYTIikka JA ASIAKASTIEDONHALLINTA

FLUMENIA

Asiakasymmärrys ❤️ Luottamuksen rakentaminen



Brändin alkuperäisen määritelmän mukaan ”brändi” sanana tarkoitti polttomerkkiä ja tällöin esimerkiksi karjanomistaja on voinut merkitä omaisuutensa tietyllä symbolilla, jolloin hänen karjansa tunnistetaan.

Koskinen, J. 2003. Kokonaisviestintä muutoksessa. Oy Finn Lectura Ab

Terminä brändi yhdistetään usein tuotemerkkiin, joka **merkittävästi eroaa muista** ja yksilöi yrityksen, henkilön tai tuotteen.

Brändin visuaalisen tunnettuuden muodostuminen vaatii nimen ja visuaalisen tunnuksen eli logon pitkäjänteisen tunnettuuden kehittämisen.

Lähteet: Virtanen, S. 2013. Digitaalinen markkinointiviestintä osana uuden organisaatiobrändin rakentamista. Koskinen, J. 2003. Kokonaisviestintä muutoksessa. Oy Finn Lectura Ab



**“A brand isn’t what you say it is —
it’s what they say it is.”**

Marty Neuemeier

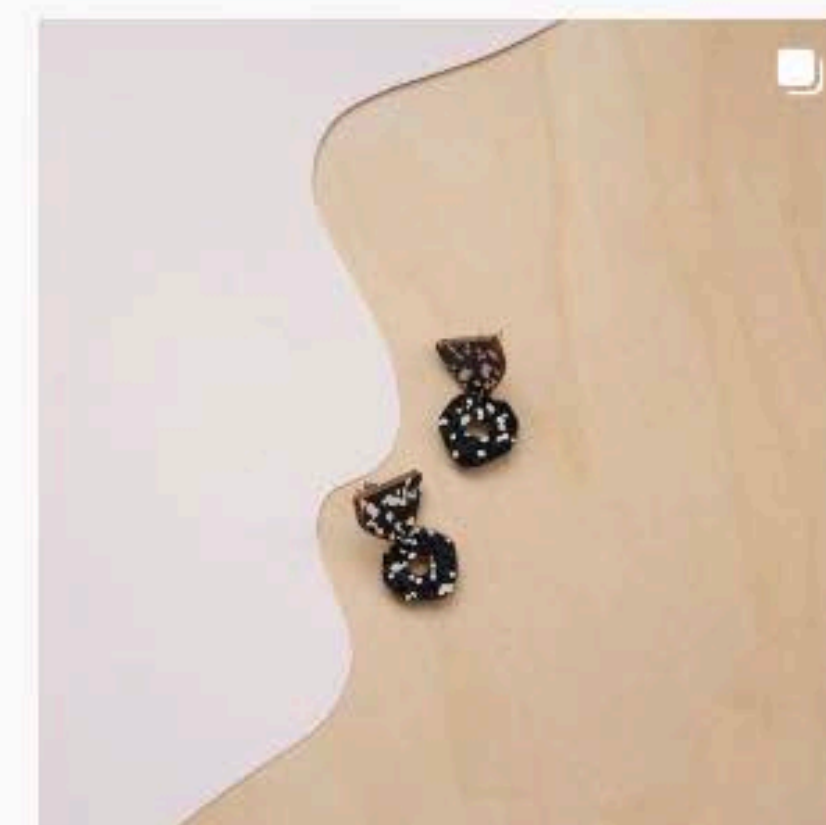
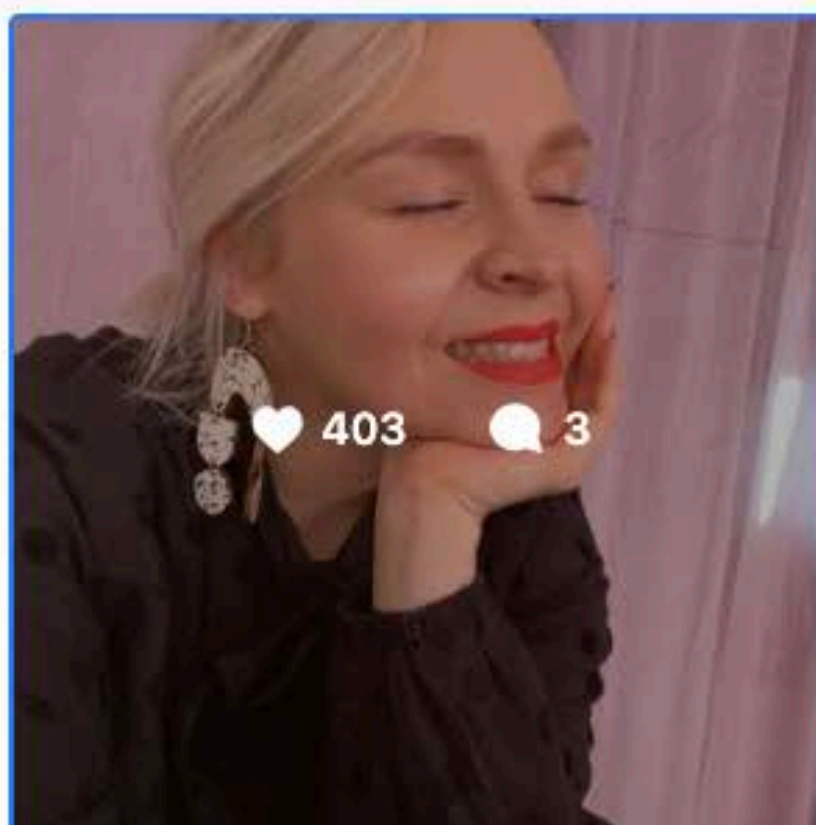
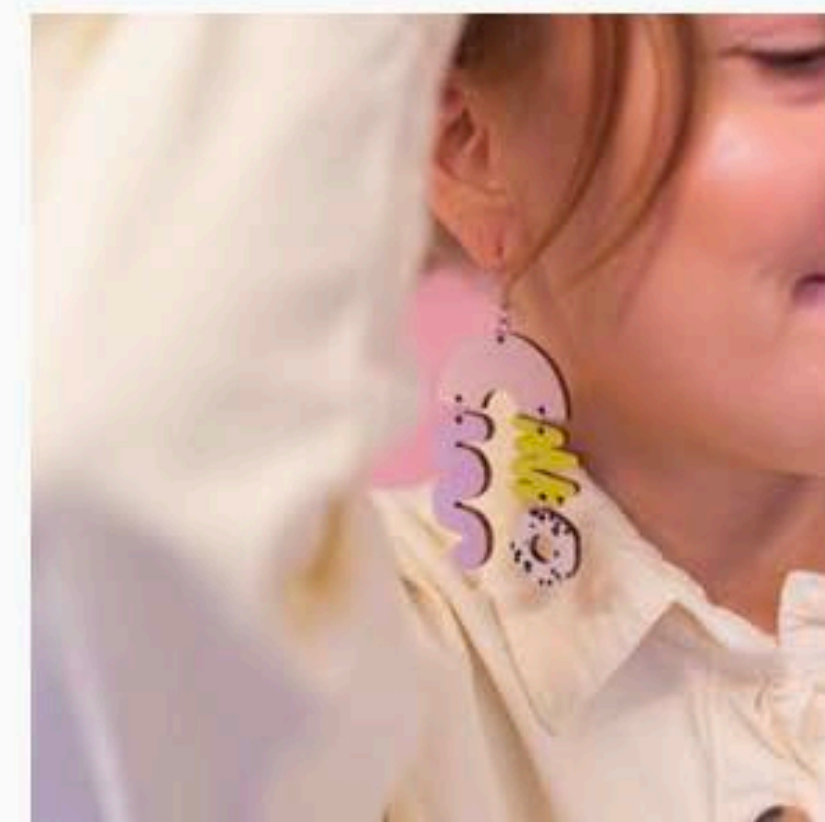
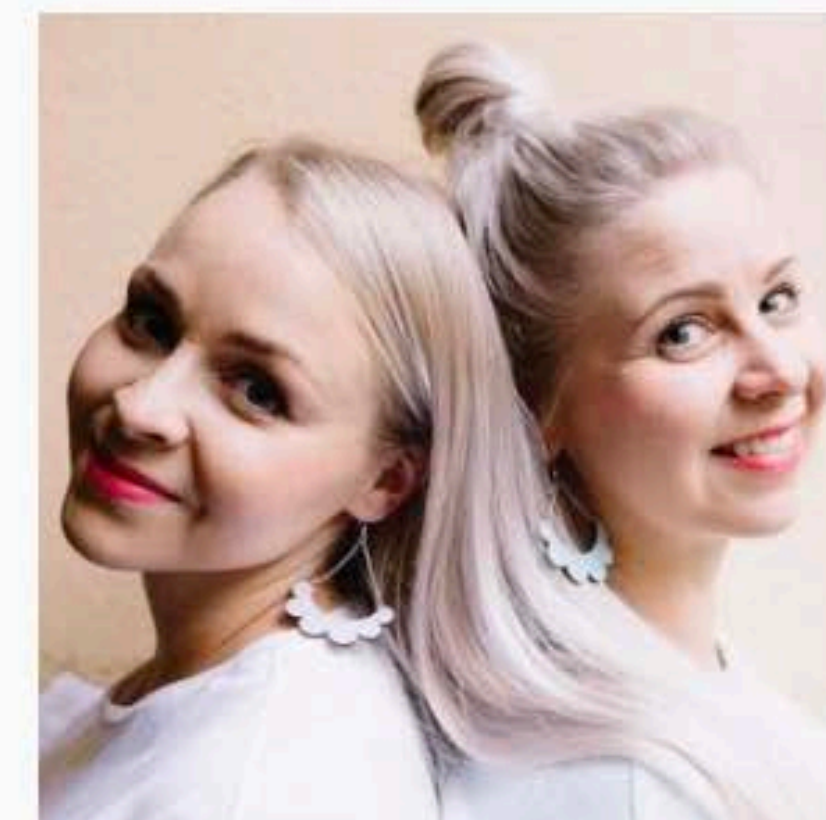
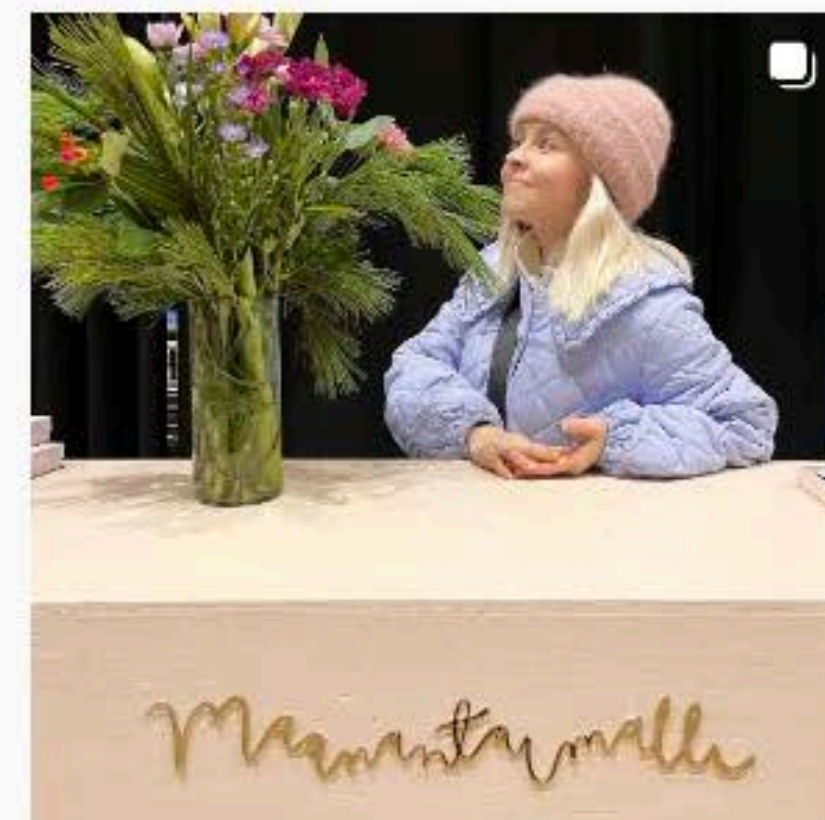
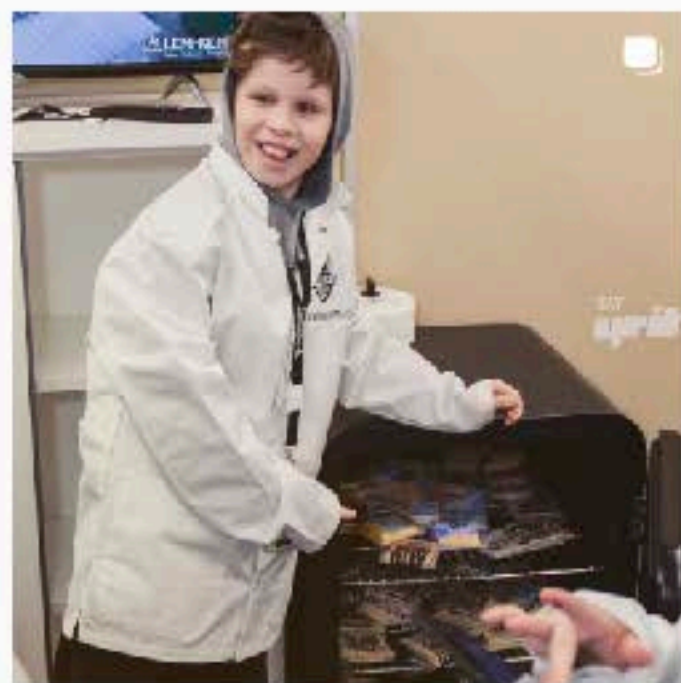
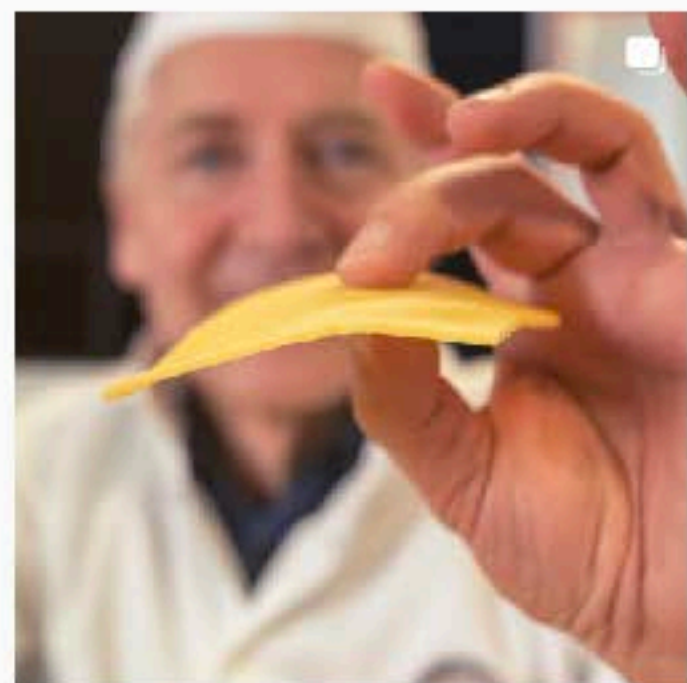
Verkoston tietoinen rakentaminen

Yrityssivu

- Noudattaa yrityksen myynnin ja markkinoinnin tavoitteita.
- Ei henkilöidy = puhu henkilötasolla, mutta sisällöissä voidaan hyödyntää omaa henkilöstöä ja jakaa hyviä päivityksiä.
- Yrityksen brändimielikuvat ovat palvelukokemuksesta.

Henkilöprofiili

- On henkilökohtainen, joten oman aktiivisuuden/tavoitteiden määrittely lähtee jokaisesta itsestään.
- Tavoitteena EI ole vain viestiä / linkittää yrityksen asioita eteenpäin.
- Oman äänen löytäminen ja kokeileminen – ei ole oikea/väärää tapaa.
- Omalla persoonalla/tyylillä vastaanottajan mielikuvaan vaikuttaminen.



FLUMENIA

“Henkilöbrändäys” – julkkisten hommaa vai aidosti liiketoimintaa edistävää tavoitteellista toimintaa?

Kuka olet?

Yrittäjä, asiantuntija, henkilöbrändi, myyjä,
seuraaja, tutkailija, julkisuuden henkilö,
tavallinen tallaja, ajatusjohtaja, tähti,
ajatuksen jakaja, oma persoona,
verkostoituja, asiakaspalvelija? Joku muu?

Liiketoimintaa tukeva social selling yhdistää olemassa olevia myynnin keinoja uusiin sosiaalisiin kanaviin, joissa luodaan ja lujitetaan suhteita.

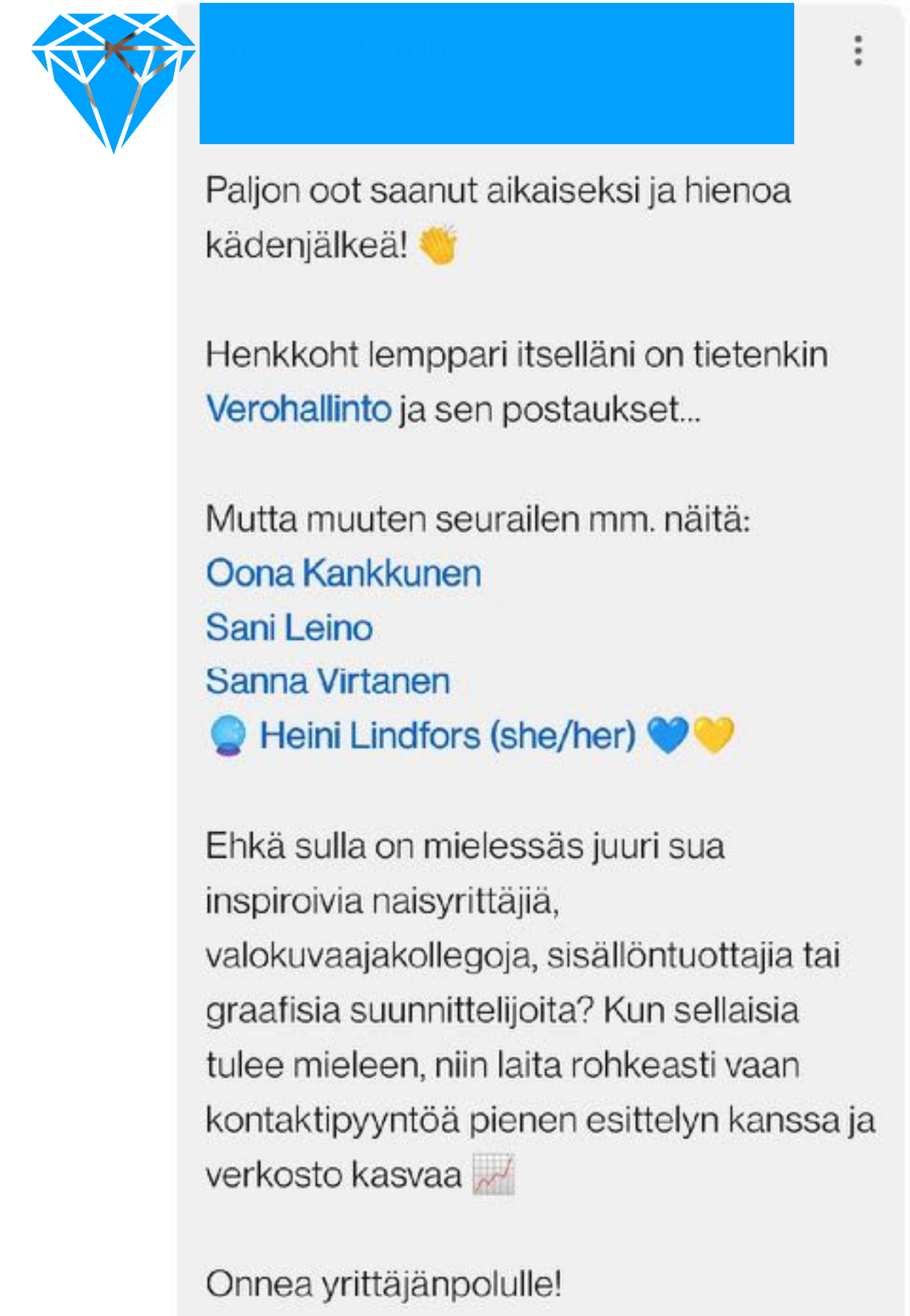
Se rakentuu kolmen peruspilarin varaan:

- 1) vuorovaikutus ja viestintä
- 2) asiakasymmärrys
- 3) verkostot ja suhteet.

(Henkilö)brändin pääoma?

- Tunnettuus = miten hyvin henkilö/yritys/ asiantuntijuus tunnetaan? Ei ole suoraan verrattavissa laajaan näkyvyyteen ja julkisuuteen.
- Laatu = Asiakkaiden kokema arvo ja laatu
- Mielikuva = Miten asiakkaat kuvaavat yrityksen toimintaa/henkilöitä/tuotteita ja palveluita?

Millainen maine ylläolevista miellelyhtymistä syntyy?
Haluatko itse olla vahvistamassa mielikuvaa?



Ajatusjohtajuus

★ Toimialan näkyvin tähti ★



Asiantuntijabrändi

★ Tunnettu oman
asiantuntijuuden kautta ★

Henkilöbrändi

★ Tunnettuus enemmän
näkyvyys ja “nimi” edellä ★

Hyötyä vai huttua?

- Avaa mahdollisuuksia urapoluille
- Tuo työmahdollisuuksia ja uusia asiakassuhteita – luo luottamusta myös nykyisten asiakkaiden kanssa
- Luo palveluille ja tuotteille kysyntää
- Verkoston merkitys / suosittelu
- PR-näkyvyys / keneltä kysytään kun aiheeseen liittyen tarvitaan tietoa?
- Kaikki viestintä ei myöskään ole julkista – suosittelumarkkinointia ja viestintää tapahtuu verkostoissa ja suljetuissa ryhmissä.

Meillä on mahdollisuus luoda verkostoa suoraan – osaajien, asiakkaiden, yhteistyökumppaneiden ja tärkeimpien sidosryhmien kanssa.



Sanna Virtanen • You

Digimarkkinoinnilla tuloksia | Markkinointistrategi, digimarkkinoinnin teki...
1yr •

Oletko jo kokeillut LinkedIn-mainontaa? [Zoner Oy](#) blogissa koottuna minun ja [Asko Mikkola](#) vinkkejä mainonnan ja markkinoinnin aloittamiseen. 🚀



Zoner Oy

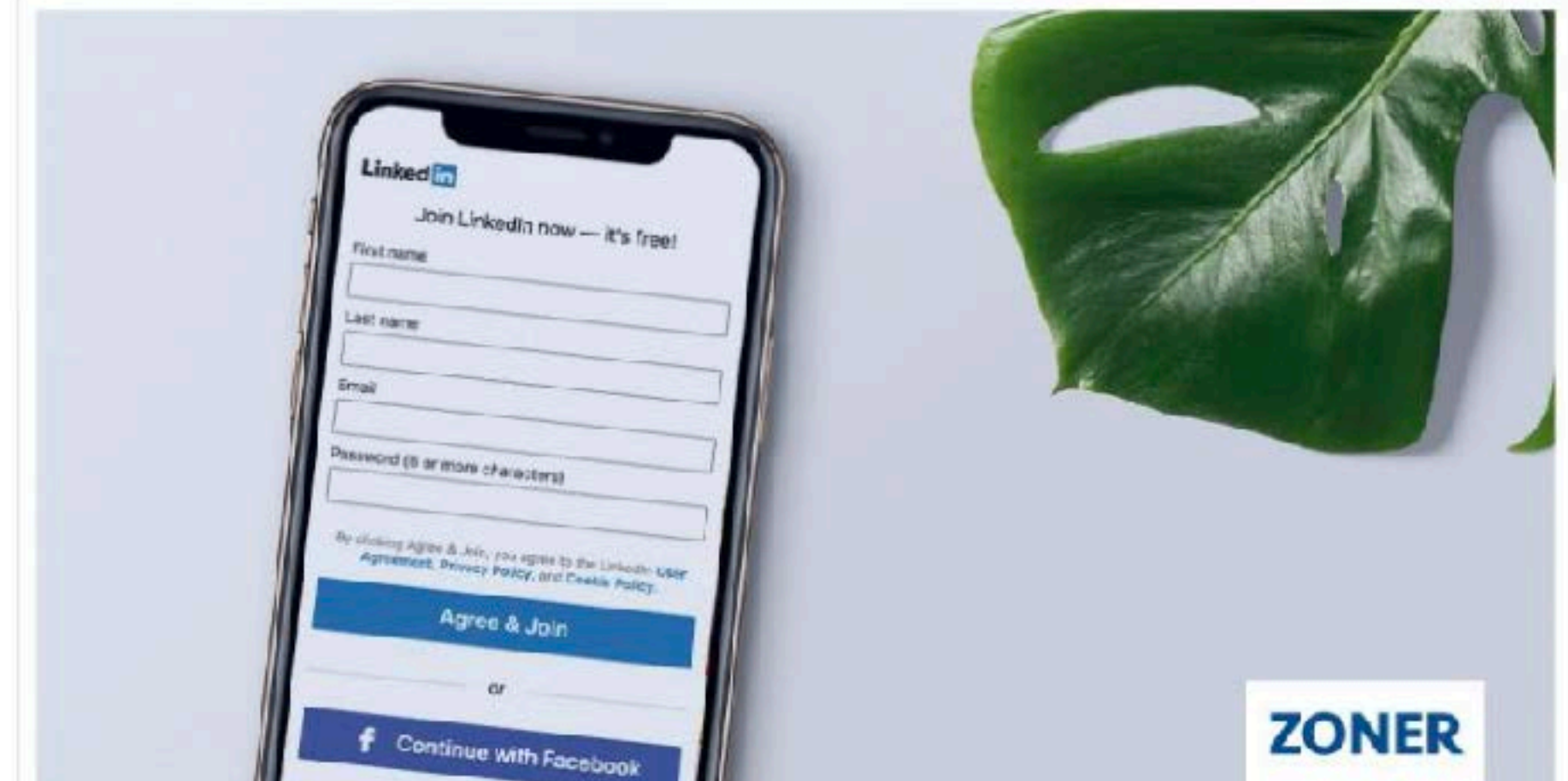
212 followers

1yr • Edited •

LinkedIn-mainonta voi mahdollistaa yritykselle uusien asiakkaiden hankkimisen tai jopa kokonaan uusien kohderyhmien tavoittamisen.

...see more

[See translation](#)



LinkedIn-mainonta yritykselle - Ammattilaisten vinkeillä alkuun - Zoner.fi

zoner.fi • 1 min read

Mikä on sinun oma juttu?

Oman “jutun” tarkastelu eri näkökulmista.
Luottamuksen rakentaminen läsnäololla.

Motivaation ja oman tavoitteen määrittäminen
“Viraaliuden pelko”

80-20 sääntö = tarjoa tietoa, palvele, ilahduta, keskustele, myy

FLUMENIA

Kiinnostavan sisällön merkitys

#flumenia | @flumenia

 Algoritmit määrittelevät
päivityksien näkyvyyden 

Esimerkki: Kuvasuunnitelman toteuttaminen

Yksi tehokas tapa on suunnitella **4-8 eri teemaa tai kategoriaa**, jotka liittyvät omaan toimintaan.

Millaiseen sisältöön tavoiteltava kohderyhmä samaistuu?

Tämä siksi, että mielenkiintoiset julkaisut ovat usein muuta kuin pelkkää tuote- tai palvelulähtöistä viestintää.



Esimerkki: Kuvasuunnitelman toteuttaminen

- 1. Toistuuko joku väriteema/muu teema omassa toiminnassasi? Logo/visuaalinen ilme/brändivärit. Luo kuvien kautta samaa tunnelmaa joko yhteinäisen filtterin tai kuvien väriteeman kautta.
- 2. Suunnittele sisältö esim. Sisältöteemojen /- kategorioiden kautta. Voit täydentää sisältökalenteria esim. Sisältömuodon, -ideoiden ja kuvatekstien avulla.
- 3. Kun mietit etukäteen kuvakerronnalliset teemat, jotka toistuvat sisällöissä, osaat jo suunnitelmallisemmin ottaa kuvia ja luoda samalla omaa kuva- ja videopankkia.

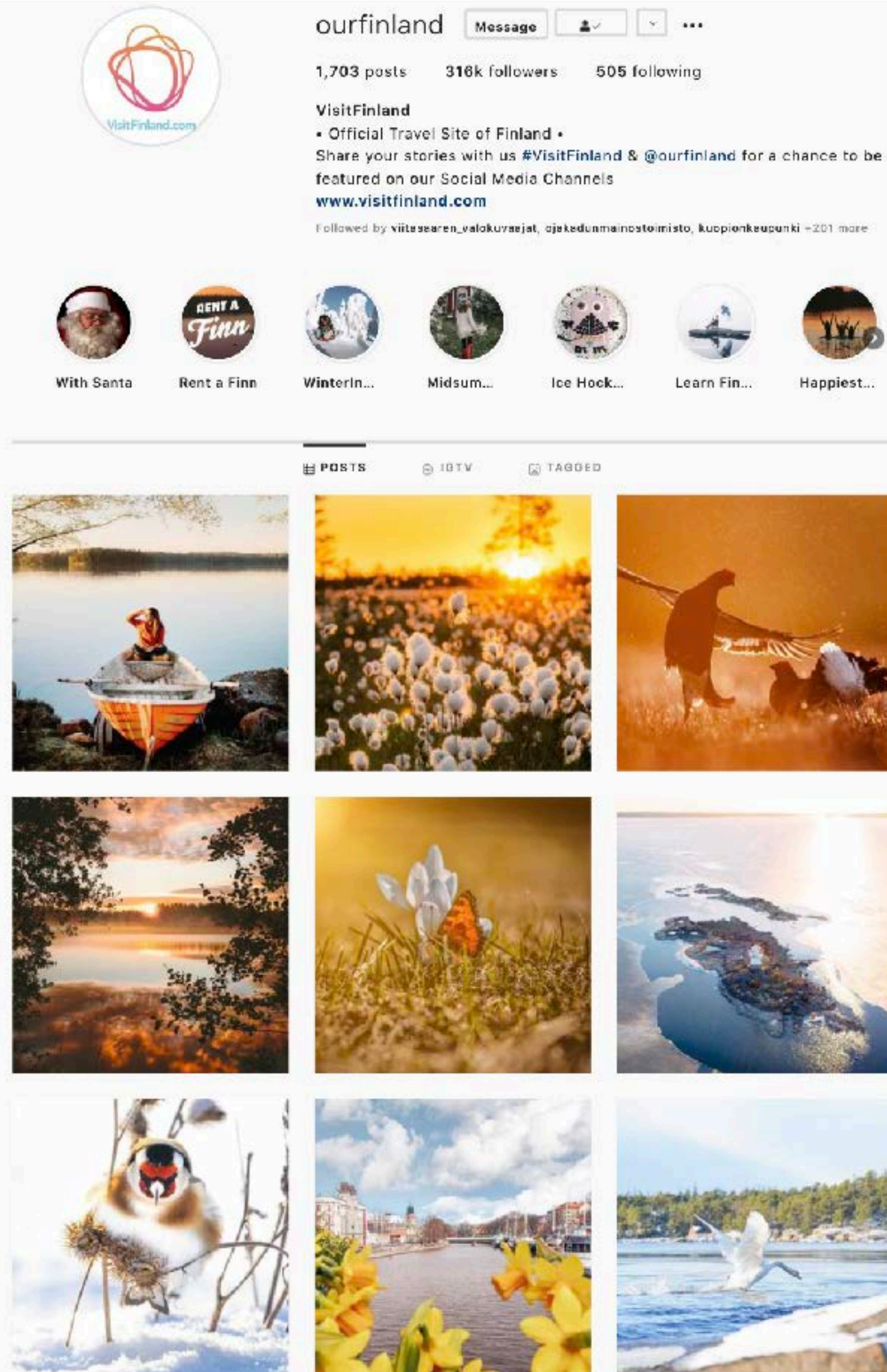
Sisältö- teema	Sisältö- muoto	Sisältöidea	Kuvateksti
BHTS	Tarinat	Henkilökunta työssään	
Ajankohtaista	Kuvakaruselli	Miten asia X valmistuu? Mistä idea X on saanut alkunsa?	
Tarinaa yrityksen taustalta	Lyhyt video	Yrityksen historiaa	

Esimerkki: Visit Finland / Our Finland

MIKÄ TOIMII VISIT FINLANDIN INSTAGRAM-TILILLÄ?

- Kauniit luonto- ja maisemakuvat
- Luonnon ihmeet
- "Salaiset paikat"
- Revontulet
- Mökkimaisemat
- Ilmakuvat
- Visit Finlandin kuvatyyli näyttää aitoa ja autenttista Suomea, herkästi ja pelkistetysti. Kuvat vetoavat tunteisiin ja ovat esteettisesti miellyttäviä. Ei lavastettuja tilanteita, ei "inhorealismia", vain suomalaisuutta puhtaimmillaan ja kauneimmillaan.
- Avainsanoja kuvatyylistä: luonnollinen, valoisa, puhdas, lämmin, onnellinen, iloinen, hyvinvoiva, rento, optimistinen, autenttinen, kiinnostava, unenomainen.

<https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2019/visit-finland/matkailualan-instagram-vinkit>



Esimerkki:



löylyhelsinki

755 posts 31.5k followers 1,163 following

Löyly
🔥 Finnish sauna & restaurant / bar / cafe / lounge
📍 One of Time Magazine's "World's 100 Greatest Places"
#löylyhelsinki
www.loylyhelsinki.fi

Followed by breatherava, healthlovescience, demdam.fi + 89 more

Reposts

Info

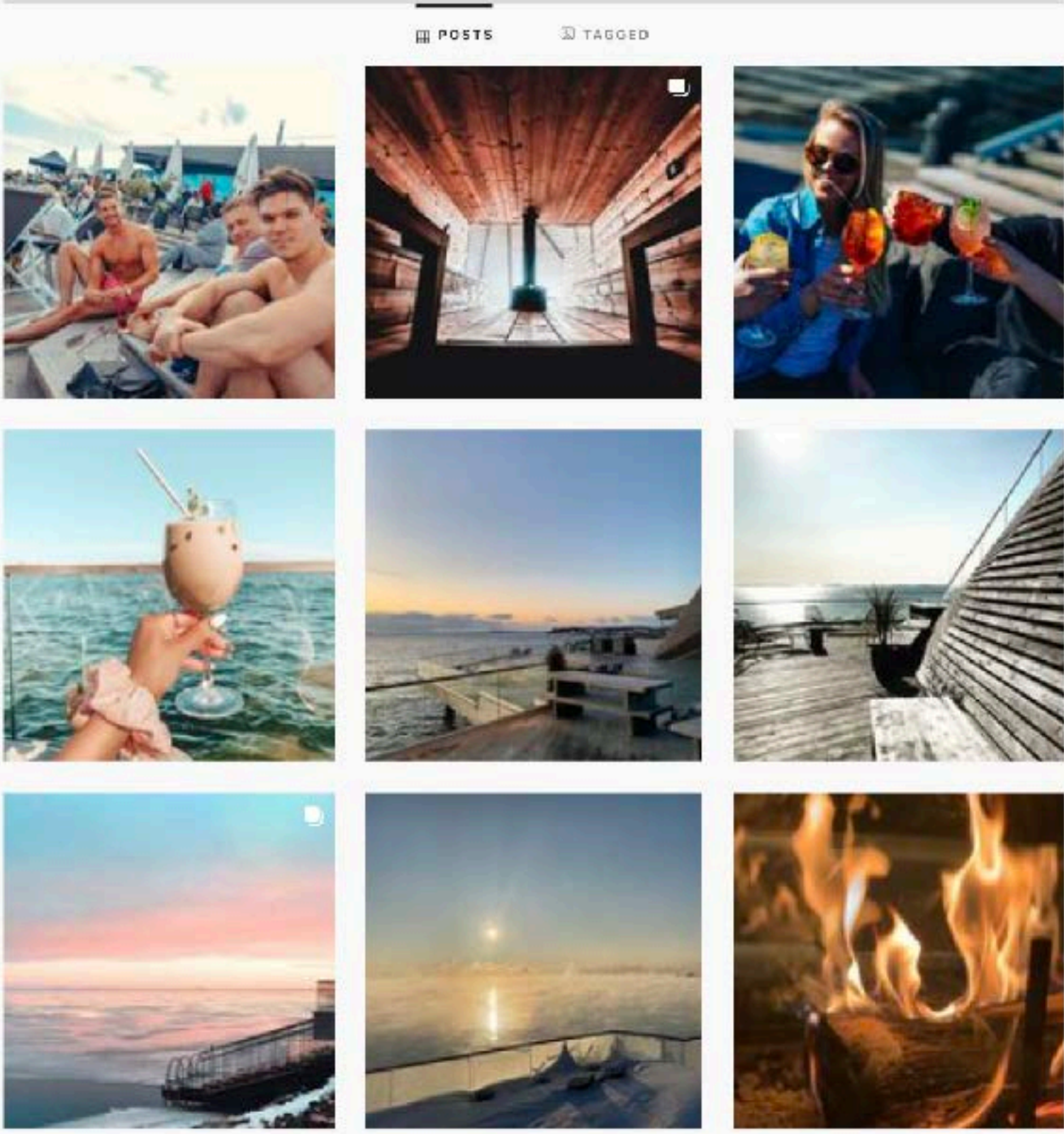
Private e...

Sauna

Events

Winter

Bday & R...





retkipaikka

2,226 posts 82.2k followers 1,278 following

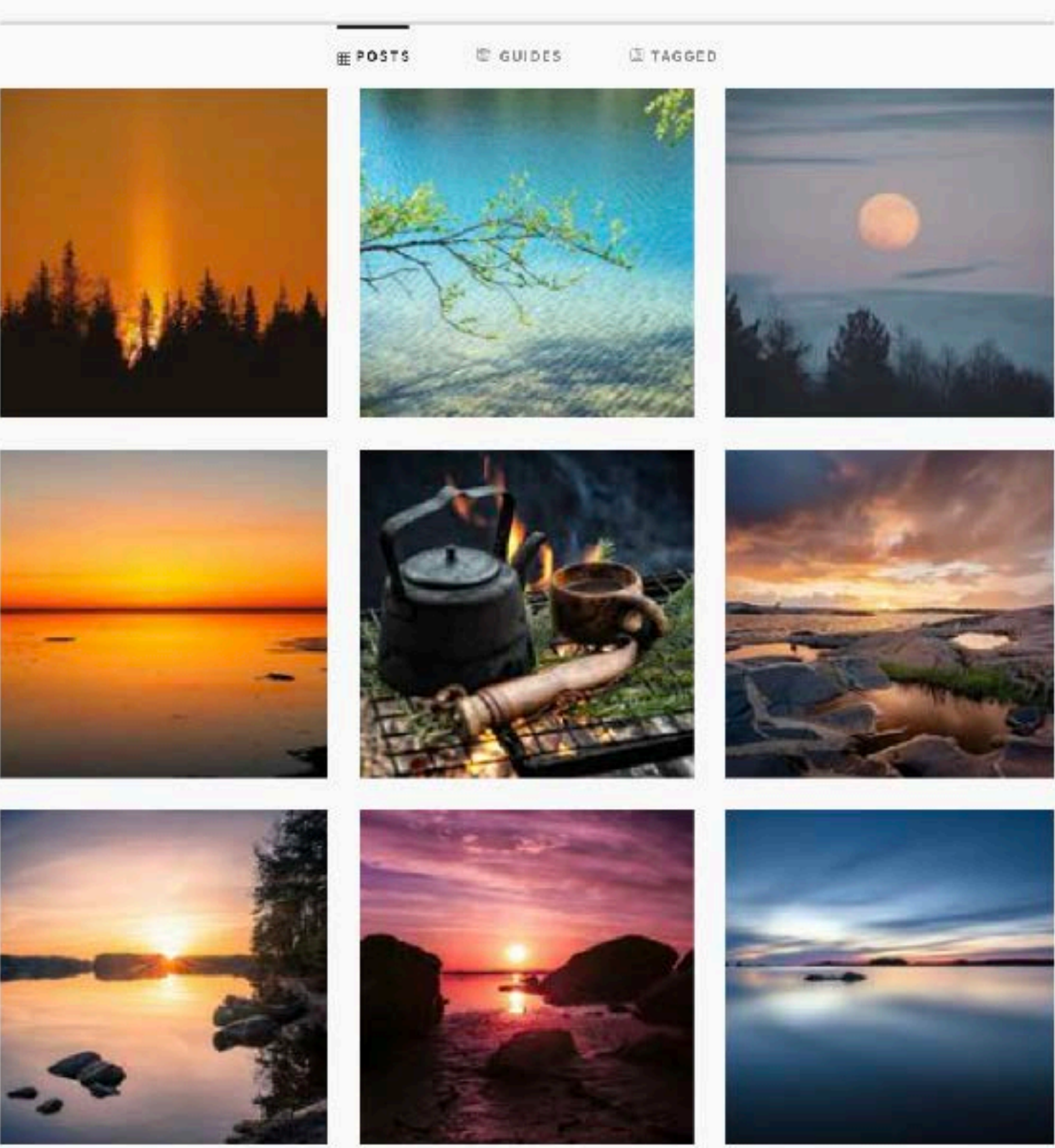
Retkipaikka
The most outstanding outdoor photos of Finland. Curated by @havukruunu
Tag #retkipaikka to get featured.
Contact: info@retkipaikka.fi
kauppa.retkipaikka.fi

Followed by sinituoto, hennandesign, lavinsulka + 108 more

Uusi kirja!

Wine in t...

Wineinth...





kolispa

40 posts 4,199 followers 10 following

Koli Spa Lotus & Cottages
Cottages for rent in Koli, Finland / SPA is open 4/4 / Feel free to contact us:
☎ +358(44)3000040 📠 +7(495)2265487 📧 info@kolispa.fi
kolispa.fi

Followed by dionline, marika.mirjam, paytrail + 3 more

POSTS

TAGGED



kolispa • Follow Lotus Spa Koli

Did you know that Koli is the habitat of a rare breed of flying squirrels? This is a very rare species. When flying squirrels were found in their natural habitat close to our cottages - the originally planned place of spa center construction was moved. Come to Koli and if you're lucky enough you may be able to see this amazing squirrel with your own eyes. 🐿

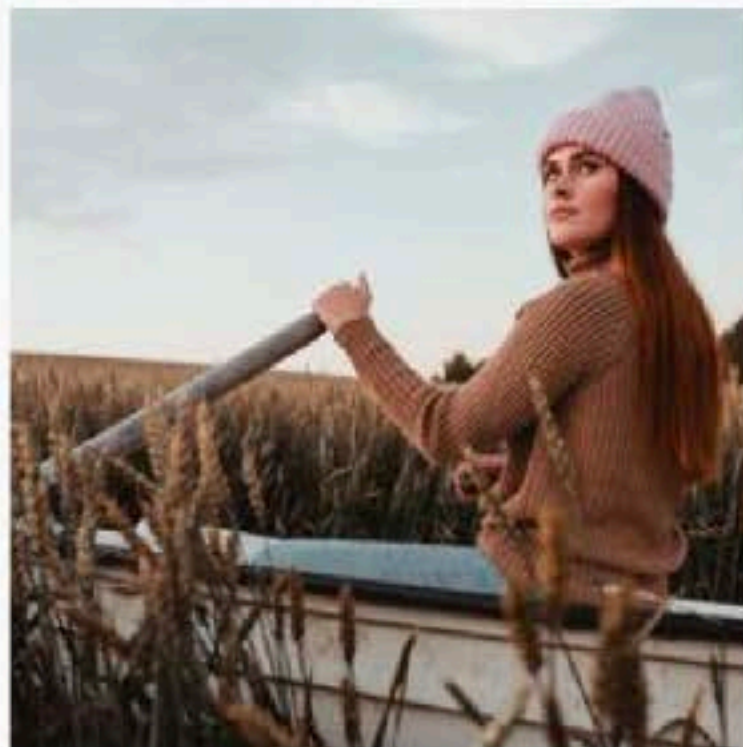
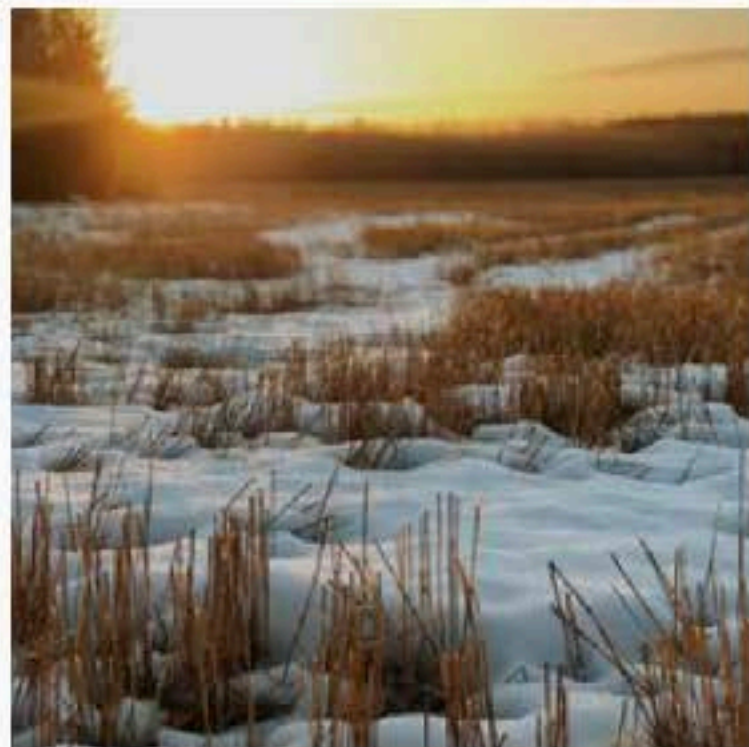
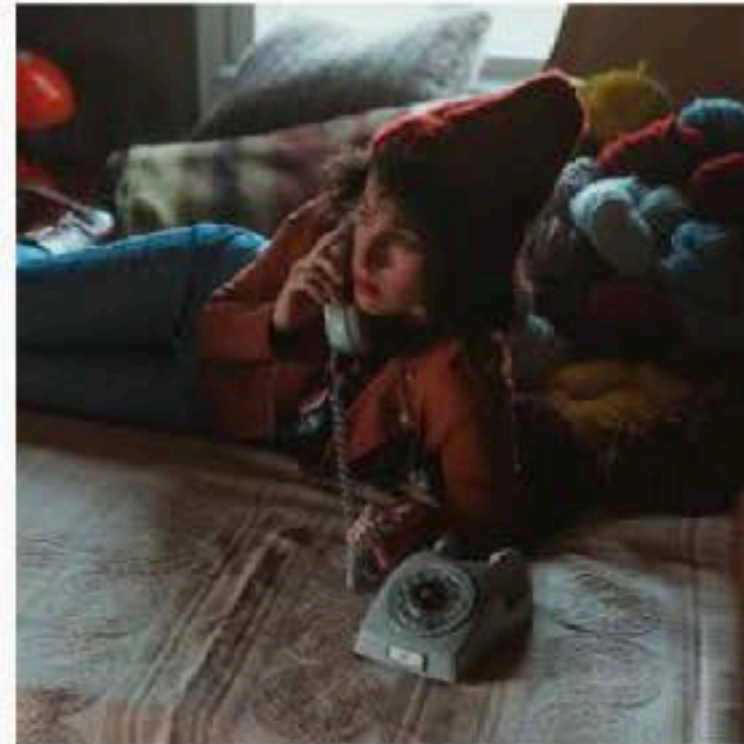
#koli #finland #finnish #suomi #forest #lake #cleanair #health #wellness #quietness #calm #family #kids #spa #cottages

Liked by rinkkaputki and 1,001 others

APRIL 7, 2019

Add a comment... Post

Esimerkki:



Instagram



11 katselua

kotonakuntoonfi Harvardin yliopiston tekemän tutkimuksen mukaan punnertaminen on er... lisää



prismapalokka



5 tykkää tästä

prismapalokka Nyt on Ahti ollut anteliaalla päällä! Paikallinen kalastajamme on tuonut viime yönä kuorman kylmiöön. 🐟🐟

Erä haukifilettä 9,90€/kg ja kuhafilettä 26,90€/kg! 🍷



#keskimaa #ruokatoripalokka

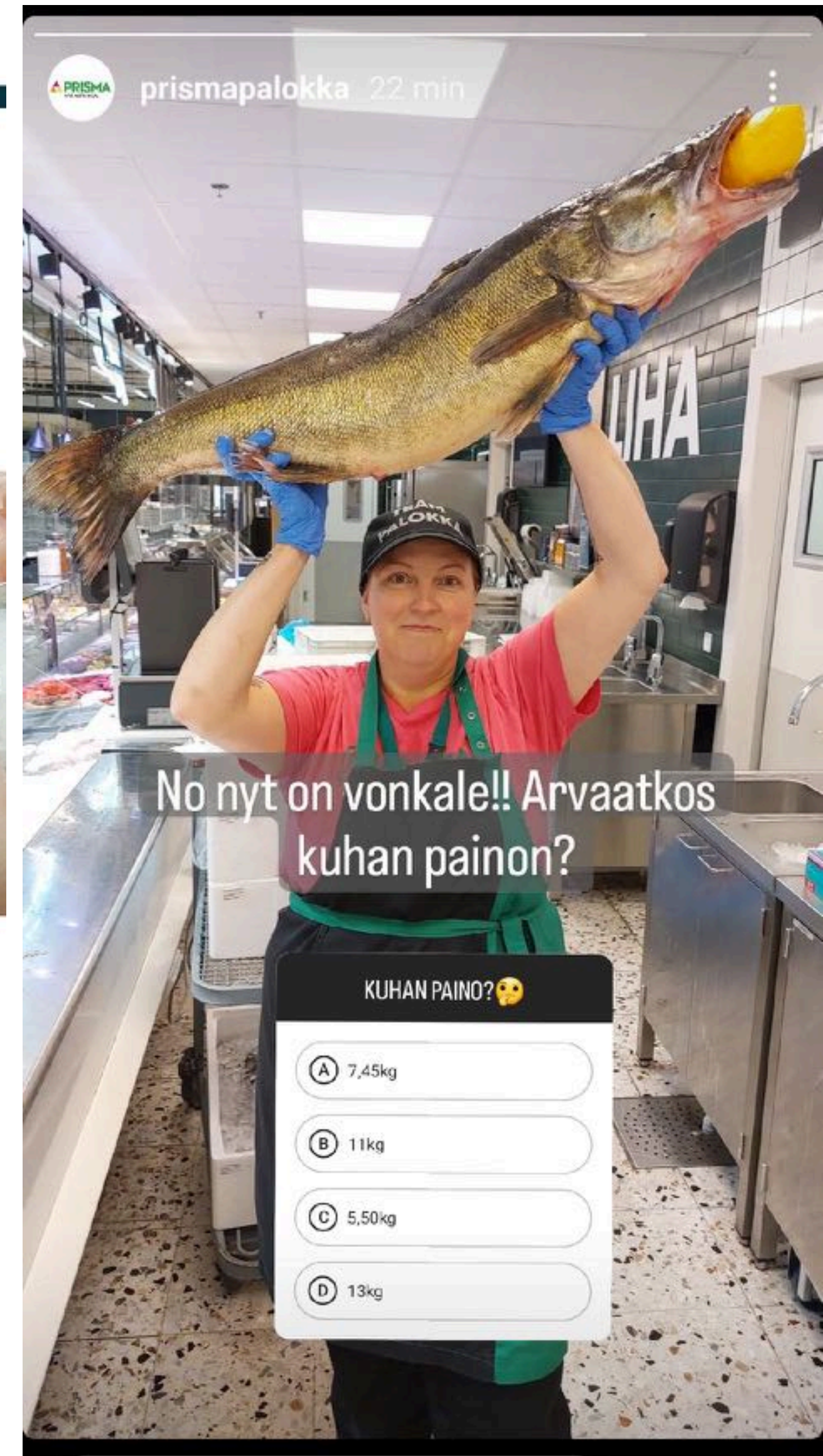
#prismapalokka



Lisää kommentti...



59 minuuttia sitten



7.11



prismapalokka



 lahitapiola_keskisuomi ja 23 muuta tykkäävät prismapalokka Olis taas #TTT vuoro, eli Torstain Tori Tipsin! 🧐

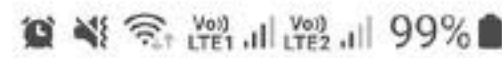
Rapukausi on kuumimmillaan ja meilläkin ruokatorilla olisi tarjolla rapuja viikonloppuisin saatavuuden mukaan! 🦞🦞

Rapujen kanssa lisämakua tuo ihanasti meillä myytävä Rapupasteija! Sopii loistavasti vaikka paahtoleivän päälle. 🍞

Nähdään rapu ostoksilla! 😊

#keskimaa #ruokatoripalokka #prismapalokka

7.10



 lahitapiola_keskisuomi ja 63 muuta tykkäävät prismapalokka Mitä eroa on loimulohella ja savulohella? Loimulohi valmistetaan aidolla avotulella pitkään kypsyttäen. Näin kala saa maanläheisen ja aromikkaan maun. Tuoreen loimulohen löydät ruokatoriltamme! 🐟

29. elokuuta



prismapalokka



Etusivu

Tietoja

Kuvat

Videot

Palvelut

Yhtiö

Kesäpihalla ryhdyttiin valmistautumaan syksyyn! 🍂

Alensimme kaikki monivuotiset puut, perennat ja pensaat -30 % 😊 Vielä on hetki aikaa käydä moikkaamassa kesäpihan porukkaa ❤️



  29

 Lähetä viesti

Hei! Miten voimme auttaa?



Verohallinto ✓
27. tammikuuta · 🌐

Eläkeläinen, onko sinulla hetki aikaa? 🤔 Monella teistä tuntuu vastaus tähän kysymykseen olevan ei. Rauta on tulossa moneen suuntaan. 🔥 Myös meille tulee nyt paljon kyselyitä eläkkeen verokorteista.

Hyviä uutisia monelle multitaskaajalle: eläkeverokortille ei tarvitse tehdä mitään, jos olet ollut eläkkeellä jo pidemmän aikaa. Eläkkeen maksaja saa verokorttisi meiltä automaattisesti joka vuosi. Eli tämän raudan voit sammuttaa! 😊

Jos olet juuri jäänyt eläkkeelle, niin hoidah... **Näytä lisää**



**Eläkeläinen, onko
sinulla hetki aikaa
keskustella
verokorteista?**

Kysymme, koska olette yleensä niin kiireisiä.



👍👎❤️ 740

206 kommenttia 32 jakoa

👍 Tykkää

💬 Kommentti

➦ Jaa

Käy verot päälle lailla pommikonelaivueen
Ja minä kun en koskaan jätä tinkaan

Viidestoista yö, taas saapuu veroilmoitus
Ja kaikki paitsi OmaVero on turhaa

Aina oikein uskoa ei jaksu ihmiseen
Kun itseksensä ilmoitusta tuhrää"

- ✓ Karaoke täyttää pyöreitä eli 50 vuotta laulun juhlaa 🎵
- ✓ Perjantai 15. päivä ❄️
- ✓ Ensimmäiset 2020 veroilmoitukset löytyvät OmaVerosta **TÄNÄÄN** 🤖

Yhteislaulun aika, kuun puolenvälin nimikkobiisin tahtiin! Tästä se taas alkaa, veroilmoituskevät nimittäin! 🤖

14 15.1. maa- ja metsätalouden veroilmoitukset saapuvat OmaVeroon

14 25.2. maatalous- ja toiminimiyritysten sekä heidän puolisoitensa esittäytetyt veroilmoitukset saapuvat OmaVeroon

14 18.3. alkaen henkilöasiakkaiden esittäytetyt veroilmoitukset saapuvat OmaVeroon

Jos veroilmoituksen täydentäminen tuntuu tuskaiselta ja usko ihmiseen meinaa loppua, älä jää itseksi tuhraamaan. Kysy neuvoa vaikka tämän päivityksen alla. Autamme! 🤖

2 Tuloverolaskelma (kaikki maallat yhteensä)		Muutinpäivät		Verotus	
A Maatalouden tulot		europa	ent	europa	ent
1	Arvonlisäverollinen myynti 24 %				
1	Myyntitulot kotieläimistä (ilman arvonlisäveroa, ei jaksotettu)				
2	Jaksotettavat myyntitulot kotieläimistä vuonna 2020				
3	Vuoden 2020 tuloiksi jaksotettavat myyntitulot kotieläimistä (2020)				
4	Muut myyntitulot (ilman arvonlisäveroa)				
4	Arvonlisäverollinen myynti 14 %				
5	Kotieläimistävien myyntitulot (ilman arvonlisäveroa)				
6	Kasvinvilelytuotteiden myyntitulot (ilman arvonlisäveroa)				
6	Arvonlisäverollinen myynti 10 %				
7	Majoituspalveluiden yms. myyntitulot				
8	Maatalouden arvonlisäverottomat				
9	Valtioilta saadut tuet				
9	Muut arvonlisäverottomat tuet ja				
10	Tasausvarauksen suora tulot				
11	Muut maatalouden arvonlisäverot				
12	Tulotus yksityisyydestä, jos y				
13	Muut lisäykset (esim. arvonlisäveron alarajaukset)				
14	Osaingot ja yrittäjät				
14	Osaingot				
15	Veronalaisten osumat				
15	Osaingot				
16	Veronalaisten osumat				
16	Viljelmät julkisesti notoruudesta, muista EU/ETA-maista ja				
16	lisästä maista, joiden kanssa				

👍👎❤️ Kati Koivula ja 1,3 t. muuta

58 kommenttia 148 jakoa



Sisällöntuotanto ja tarjonnan näkyväksi tekeminen



Hyödyllinen ja yhtenäinen sisältö asiakaslähtöisesti = teema toistuu kanavasta huolimatta

*Sidoksissa liiketoimintaan – Liiketoiminnan tavoite,
kohderyhmät & asiakkaiden tiedon tarpeet?*

Hakukonenäkyvyys = Google ymmärtää sivuston olevan luotettava tiedonlähde aiheeseen liittyen

Tietoisuuden kasvattaminen

Ostopäätöksen & valinnan tekeminen

Viihdyttävä

Viraalit sisällöt

Kilpailut & arvonnat

Kyselyt & visailut

Tarinat

Pelit

Brändivideot

Kuvat

Inspiraava

Suosittelut

Käyttäjien tuottama sisältö

Arvostelut

Asiakassitaatit

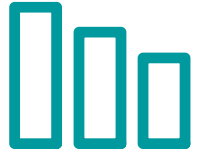




Informaiva

Artikkelit

Ladattavat sisällöt

Infografiikat

Trendiraportit

Raportit

Oppaat

Lehdistö-tiedotteet

Julkaisut & katsaukset

Vakuuttava

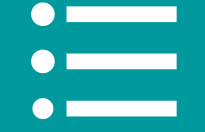
Demo- & opastusvideot

Tuotetiedot

Hintaoppaat

Asiakas-tarinat

Webinaarit

Listaukset & laskelmat

Vertailut

Löydä oma äänesi – jokaisella on mielenkiintoista sanottavaa 🙄

Suunnittele sisältöä, joka kestää aikaa

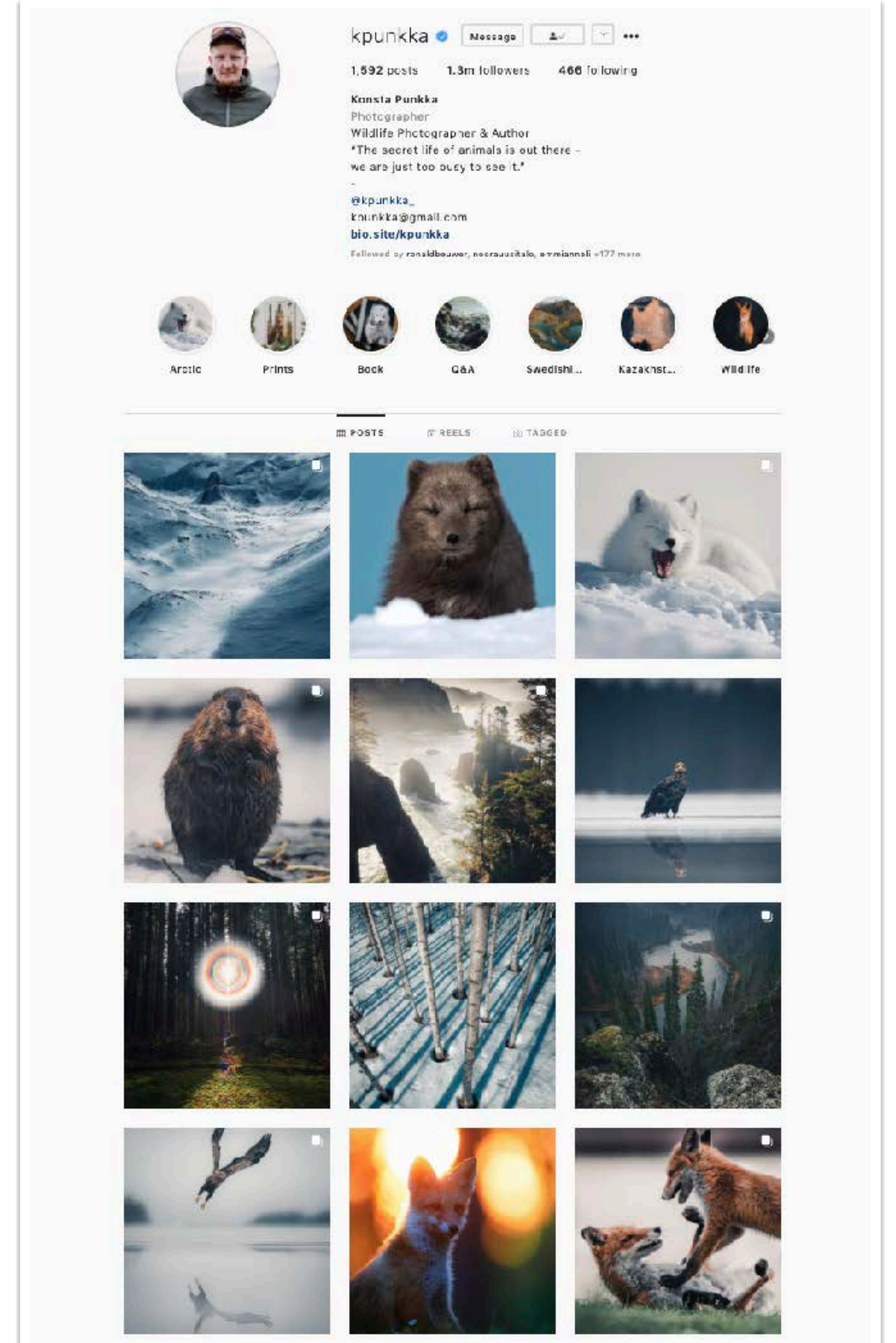
- Jos videot on sinun juttu, on niiden jakeluun hyviä kanavia mm. LinkedIn, Instagram, Facebook / Tallenna YouTubeen video ja muista miettiä otsikointi hakukoneelle löydettäväksi!
- Jos kirjoittaminen sujuu, Google tykkää tekstistä – voit saada sivustollesi paljon liikennettä kun muistat kirjoittaa asiakastarpeeseen liiallisen tajunnanvirran sijaan. Jakelu on myös tärkeä, some-kanavista LinkedIn ja Facebook (erityisesti ammatilliset ryhmät).
- Jos kuvaaminen / visuaalisuus on sun juttu, kokeile kertoa omaa juttuasi kuvien/kuvituksen kautta.

FLUMENIA

Instagram markkinoinnin työkaluna

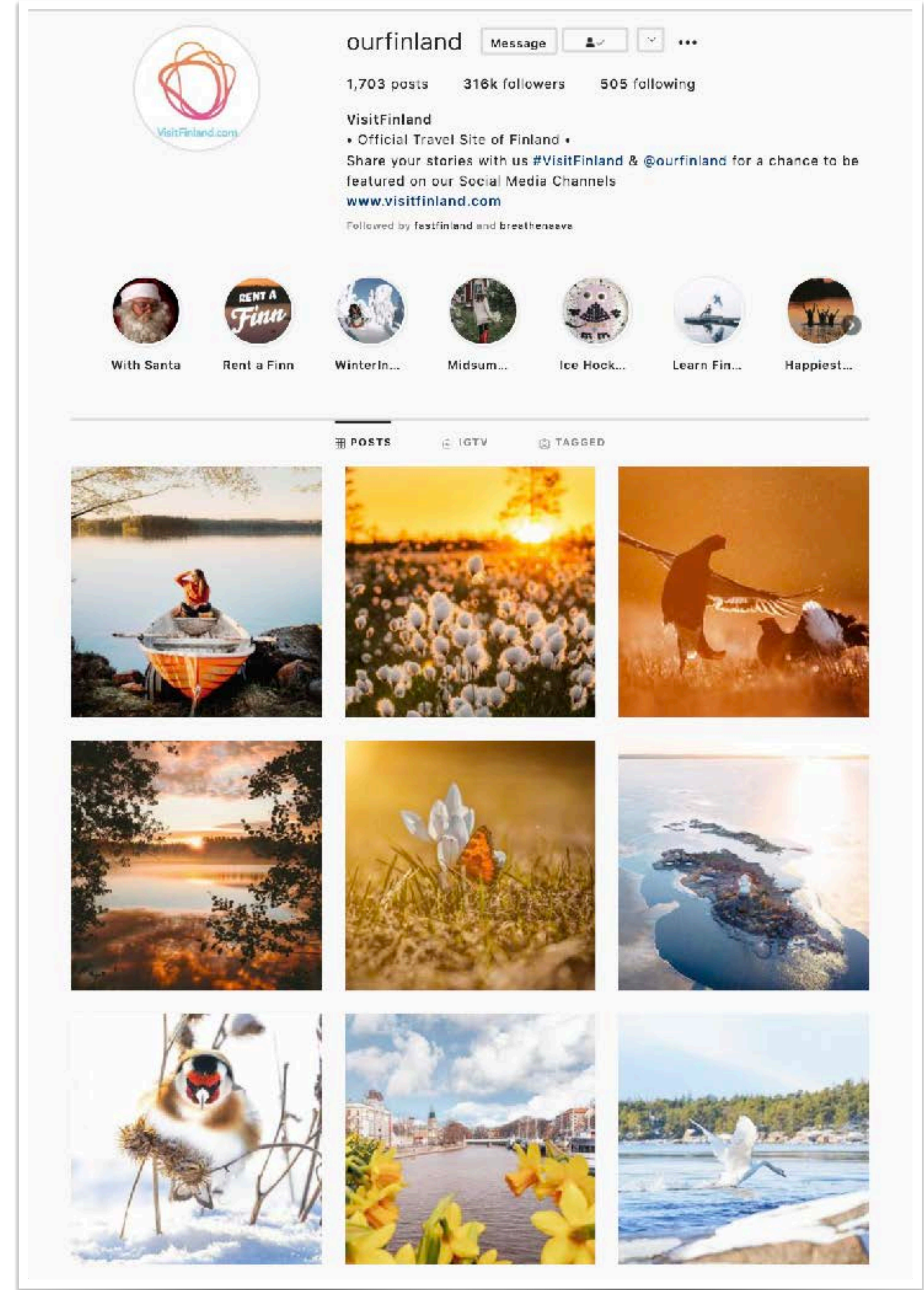
Instagram

- Suosiotaan kasvattava sosiaalisen median kanava. Maailmanlaajuisesti yli miljardi käyttäjää ja Suomessa n. 2,5 miljoonaa käyttäjää.
- Monet luoneet uran pelkästään Instagramin avulla, suosii luovia tekijöitä: kuvaaminen, visuaalisuus, matkailu ja design.
- Yrityksien käytössä markkinoinnin kokonaisuutta tukevana kanavana, inspirointia ja unelmointia, "behind the scenes" materiaali, työnantaja-mielikuvan luominen tai vastaavasti kaupallinen lähtökohta (verkkokaupat ja ohjaus suoraan ostoon).
- Tarinoiden ja kelojen/videoiden kasvava suosio (= matalampi julkaisukynnys) ja mainonnan mahdollisuudet



Hyödyt matkailutoimijalle

- Tukee matkailijan inspirointia ja suunnittelua – ainutlaatuisuutta, uniikkia ja haaveilua tukevaa.
- Yrityksen tuottama sisältö voi saada laajan näkyvyyden mm. Aihetunnisteiden ja yhteismarkkinoinnin avulla – löydä oma juttusi!
- Maksetulla mainonnalla tavoitat potentiaalista asiakaskuntaa – muista inspiroiva sisältö!



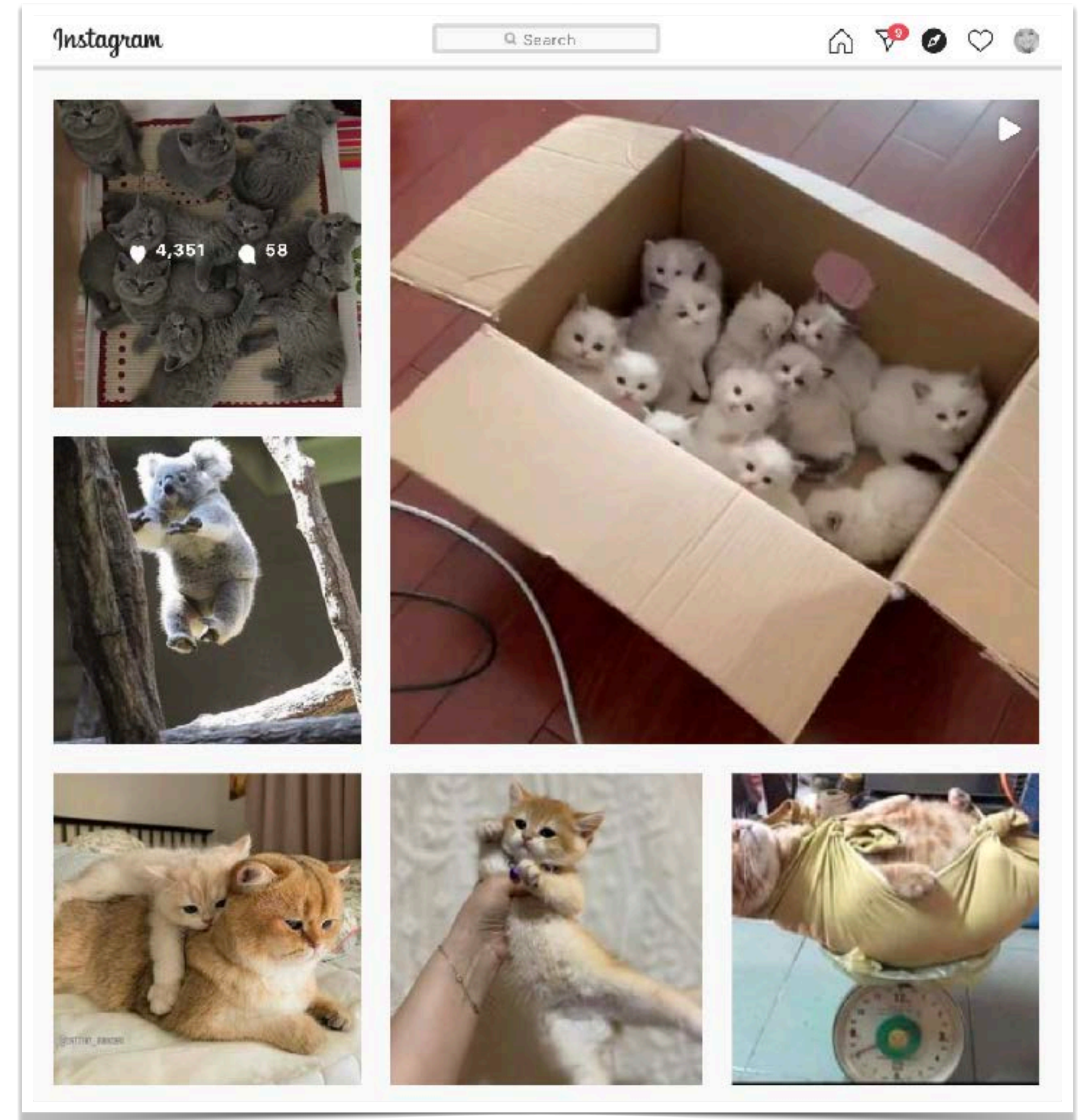
Täggäys ja aihetunnisteet

Instagramin algoritmi ehdottaa käyttäjille uusia tilejä/seurattavia sen perusteella, mistä käyttäjä on aiemmin tykännyt.

Voit saada laajempaa näkyvyyttä uusien seuraajien keskuudessa kun käytät säännöllisesti samankaltaisia aihetunnisteita
#matkailu #visitsatakunta #pori

#”kuvastakertovattunnisteet”

Toisen käyttäjätilin täggääminen @ -merkillä, huom! Käytä tarinoissa **@käyttäjätilin_nimi** esim. @flumenia, jotta voidaan tarinaa voidaan jakaa.



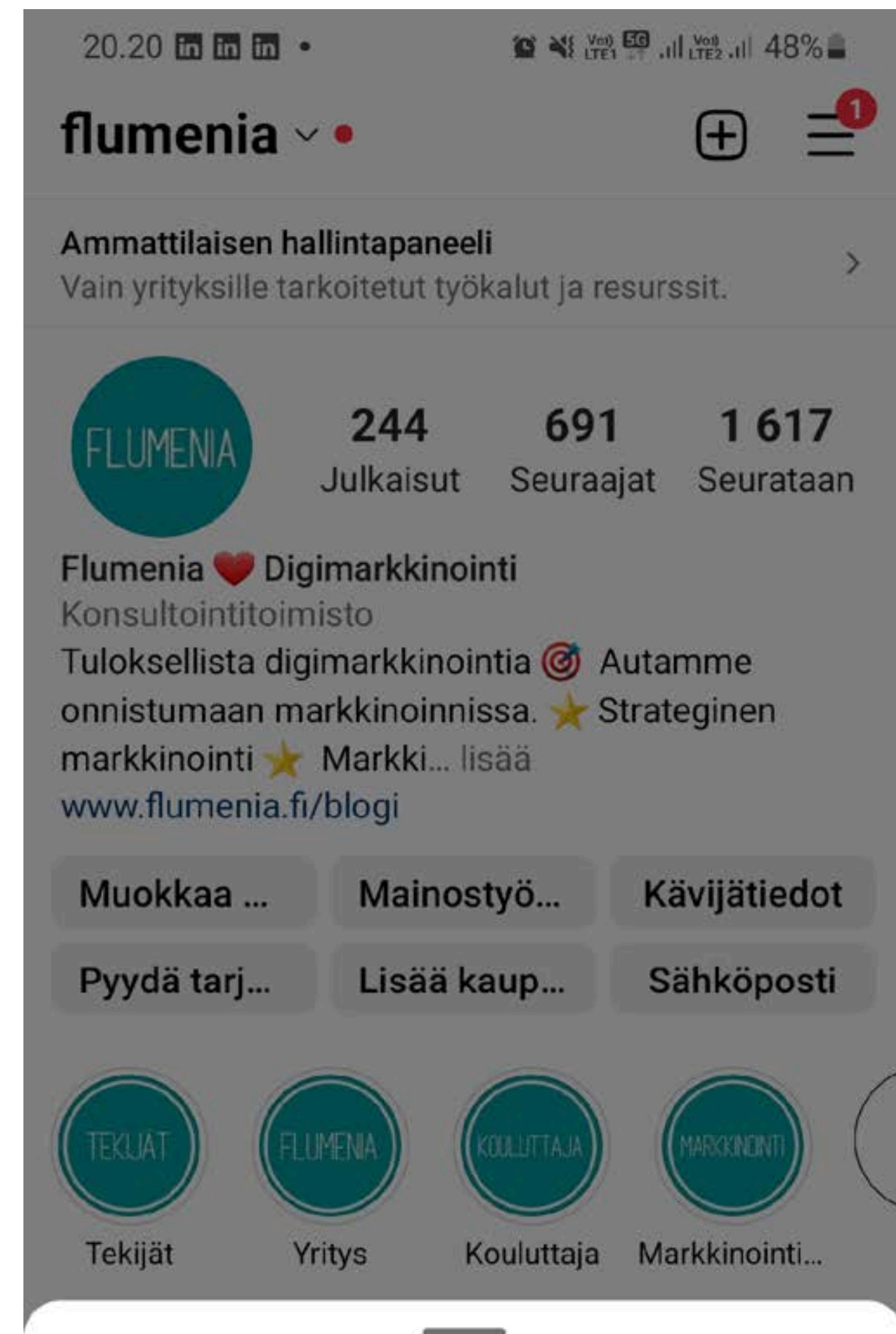
FLUMENIA

Instagramin toiminnallisuudet

Instagramin perusteet

Instagramiin kirjautuminen tapahtuu yhdellä käyttäjätunnuksella ja salasanalla, sovellukseen ei voi jakaa ylläpito-oikeuksia.

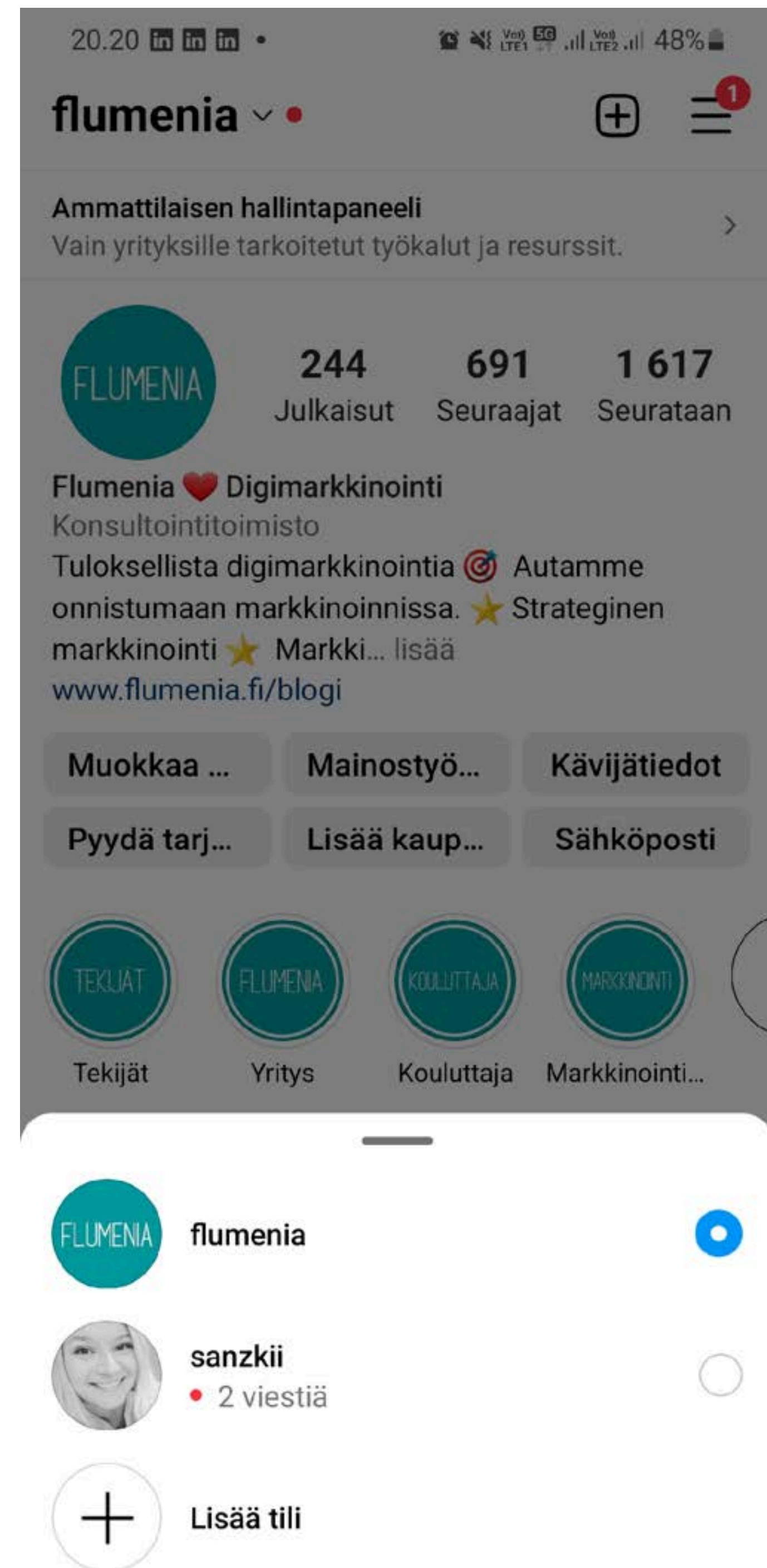
Sinulla voi olla useampi tili hallinnoitavana, jolloin näet kaikki tilit kun olet kirjautuneena Instagramiin.



Instagramin perusteet

Esimerkit ovat Android-puhelimen näkymästä, joten navigoinnissa voi olla eroja eri laitteilla (esim. Toiminnallisuus on eri sovelluksen eri paikassa).

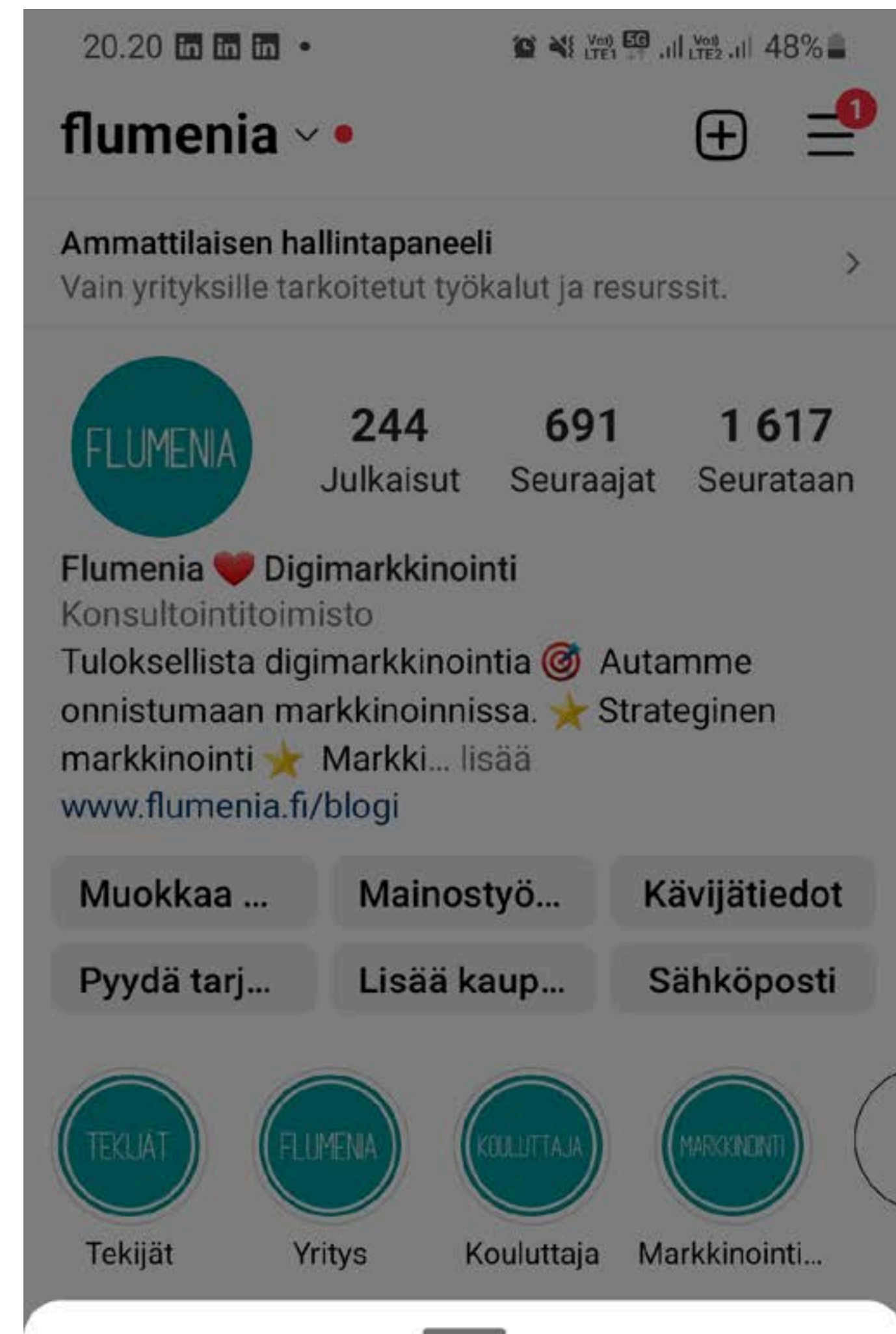
Pääset vaihtamaan tilien välillä painamalla oikeasta alareunasta logon / oman profiilikuvan kohdalta.



Flumenia

Instagramin perusteet

Käytä aina some-kanavissa
2-vaiheista tunnistusta!

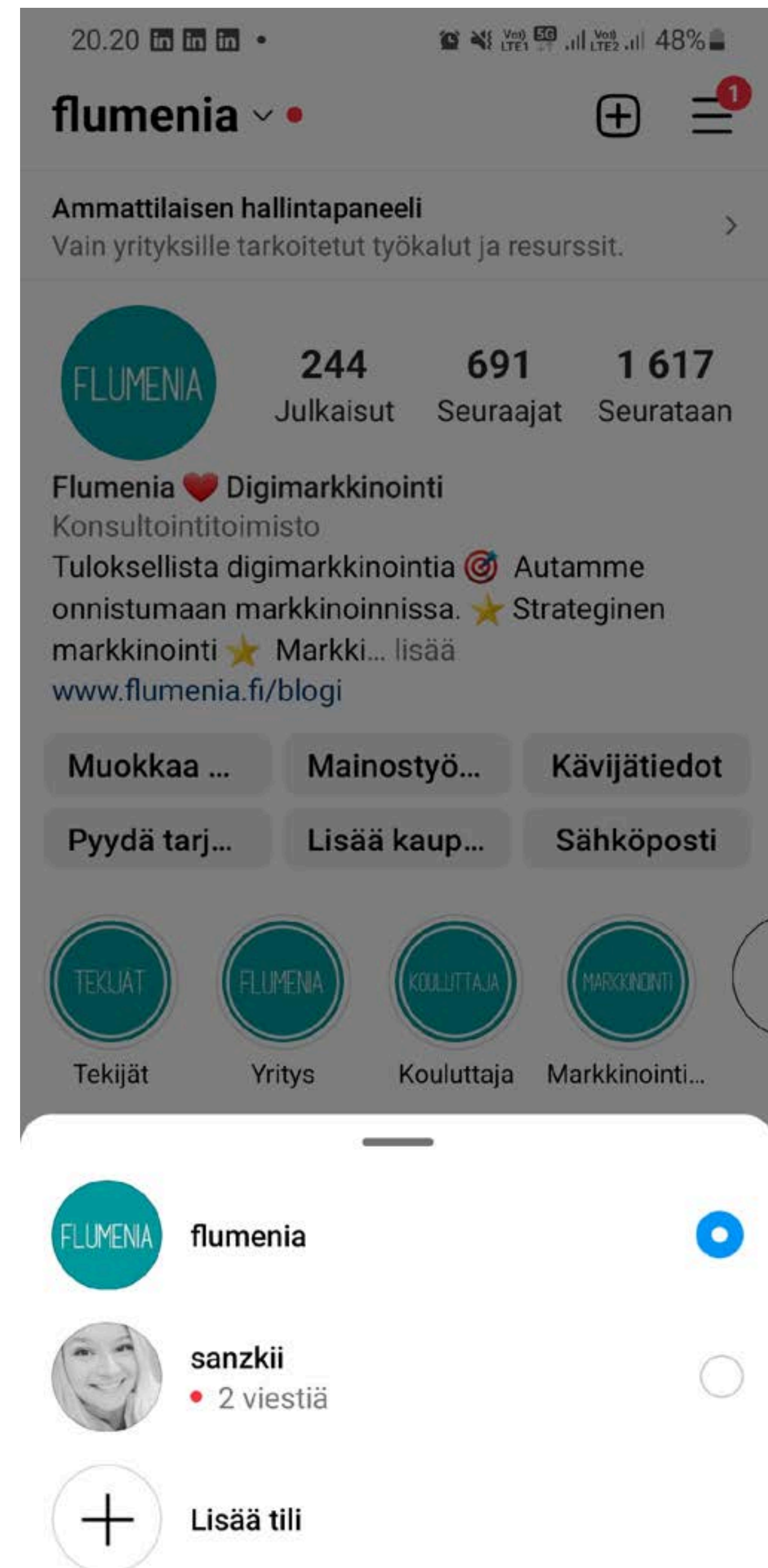


Instagramin perusteet

Navigointi sovelluksessa
Yritysprofiili

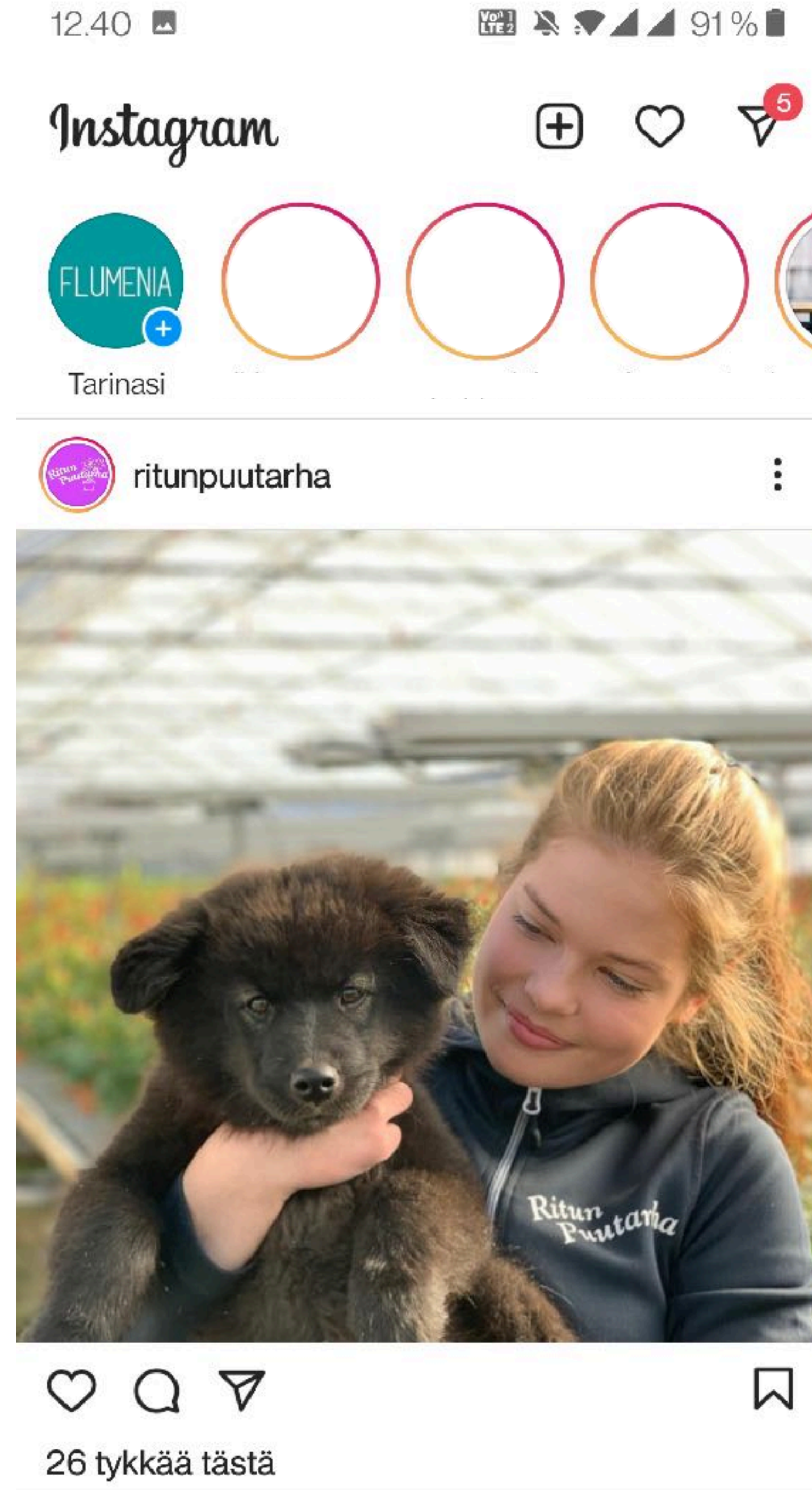
Profiili on käyttäjätili, joka voi olla henkilökohtainen, yritystili ja sisällönjulkaisijatili.

Erona näissä on se, että yritystilillä on tietoa ja tilastoa profiilin kohderyhmästä ja julkaisuista sekä yritystilin kautta voi tehdä suoraan mainontaa Instagramin kautta.

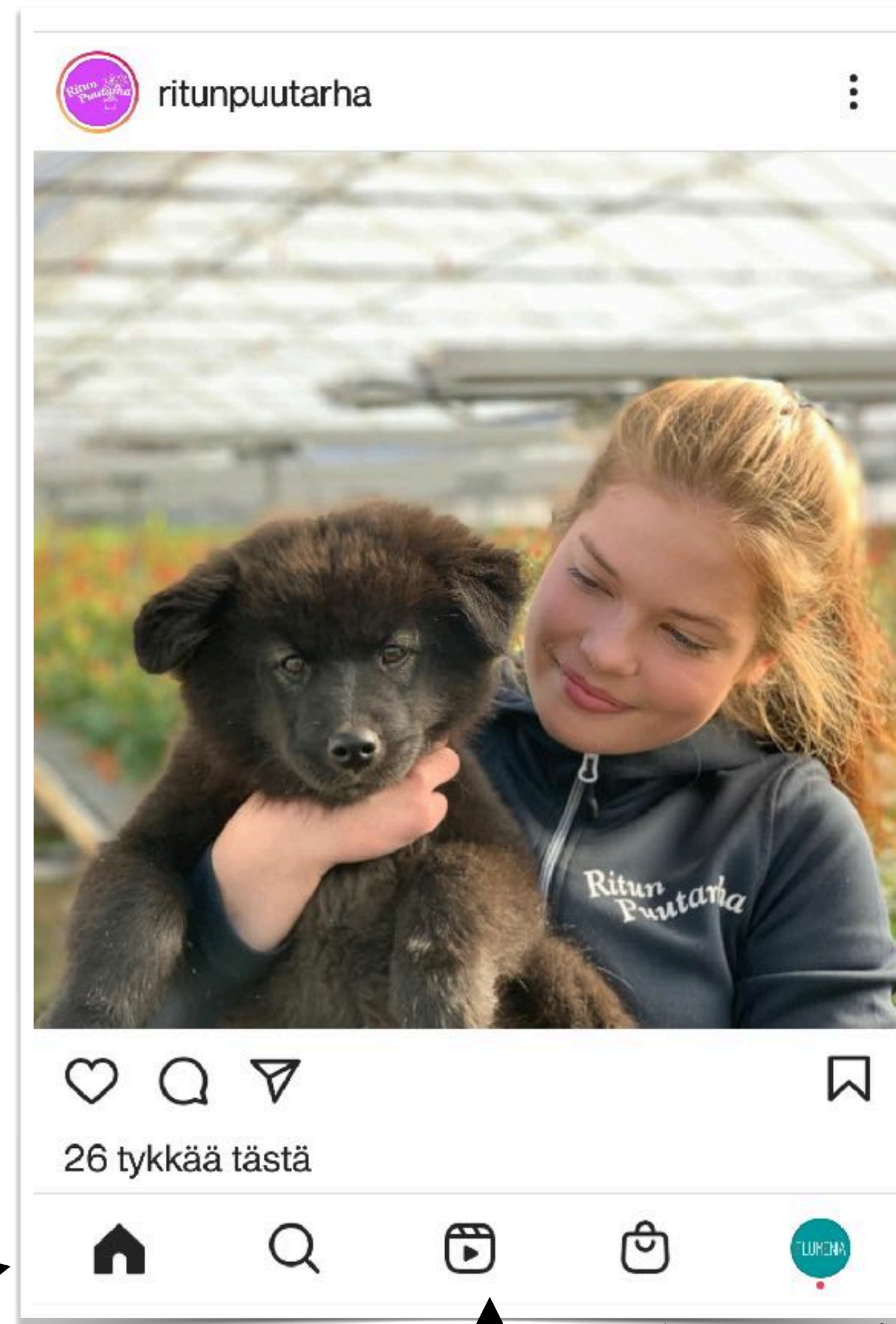


Flumenia

Tarinat ja Live-
lähetykset



Kuvavirta muodostuu
seuraamiesi käyttäjien
julkaisemista
sisällöistä



Pääsivu = kuvavirta

Haku

Ehdotetut
kelat

Kauppa

Yrityksen oma profiili

flumenia ▾

Ammattilaisen hallintapaneeli
Vain yrityksille tarkoitettut työkalut ja resurssit.

FLUMENIA 244 Julkaisut 691 Seuraajat 1 617 Seurataan

Flumenia ❤️ **Digimarkkinointi**
Konsultointitoimisto
Tuloksellista digimarkkinointia 🎯 Autamme onnistumaan markkinoinnissa. ⭐ Strateginen markkinointi ⭐ Markki... lisää
www.flumenia.fi/blogi

Muokkaa ... Mainostyö... Kävijätiedot
Pyydä tarj... Lisää kaup... Ota yhteyttä

TEKIJÄT YRITYS KOULUTTAJA MARKKINOINTI...

Kuvavirta | Kelat/videot | Oppaat | Merkityt kuvat

Kiinnitetty julkaisu

Yritysprofiilin asetukset ja muut toiminnallisuudet (mm. kävijätiedot, arkisto)

Sisällön julkaisu

Profiili ja Instagramin toimiva linkki esim. Verkkosivustolla tai muuhun ajankohtaiseen sisältöön

Kohokohdat

Kuvavirta | Kelat/videot | Oppaat | Merkityt kuvat

Kiinnitetty julkaisu

Instagramin sisältömuodot

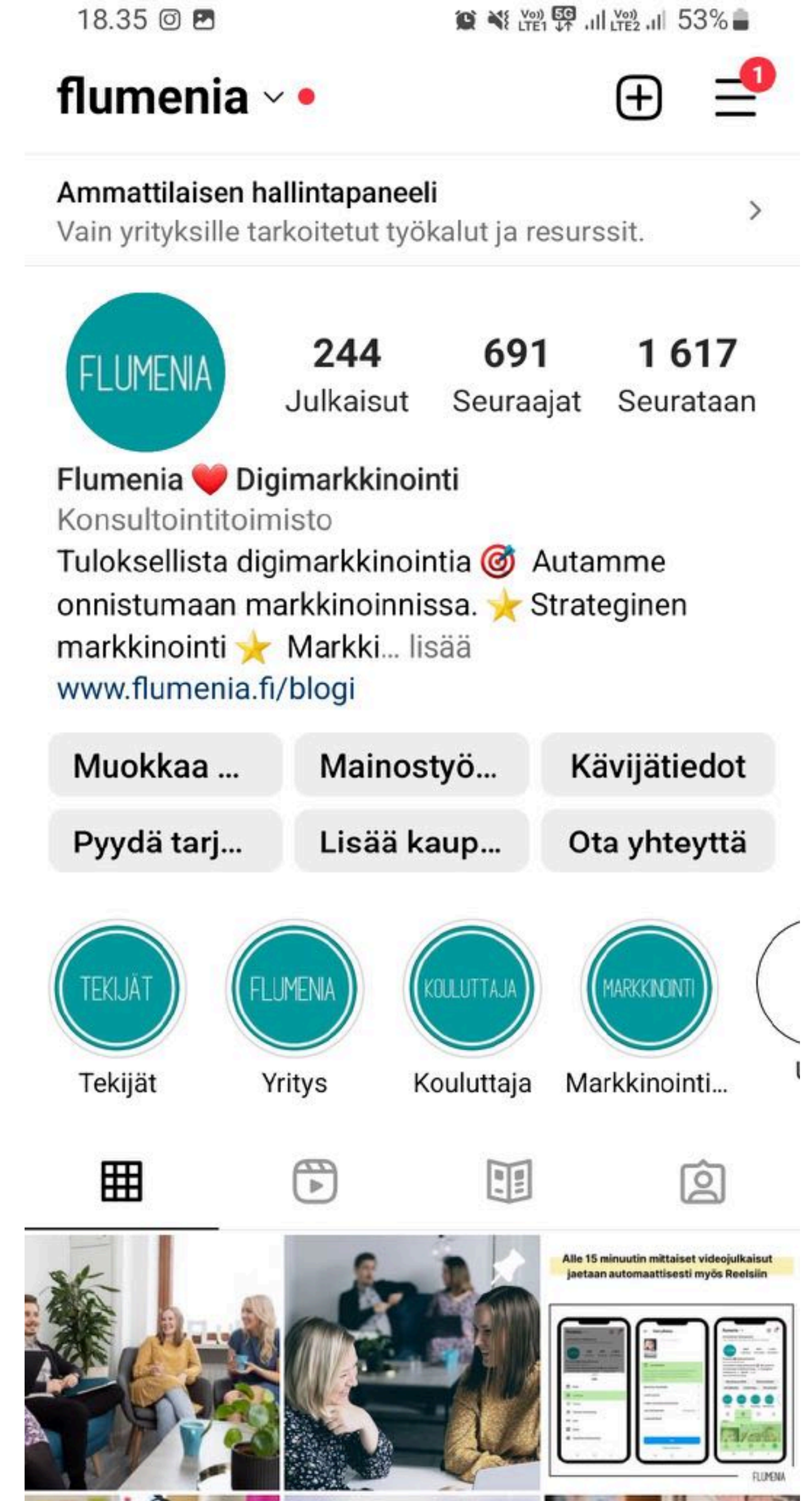
Syötejulkaisu = kuva/video, joka näkyy kuvavirrassa ja omassa profiilissa

Tarina = sisältö, joka poistuu 24 h sen julkaisun jälkeen. Näkyy seuraajille tai valitulle yleisölle

Tarinan kohokohta = profiiliin tallennettu sisältö (esim. Tarinat, jotka jäävät talteen kohokohtiin)

Kela (Reels) = uusi sisältömuoto, jonne voidaan luoda musiikkivideomaisia sisältöjä (vrt. Tiktok), kaikki alle 15 minuutin mittaiset videot julkaistaan Reelseihin

Opas = Sisältömuoto, jossa voit jakaa vinkkejä esim. Paikkoihin, tuotteisiin tai julkaisuihin liittyen



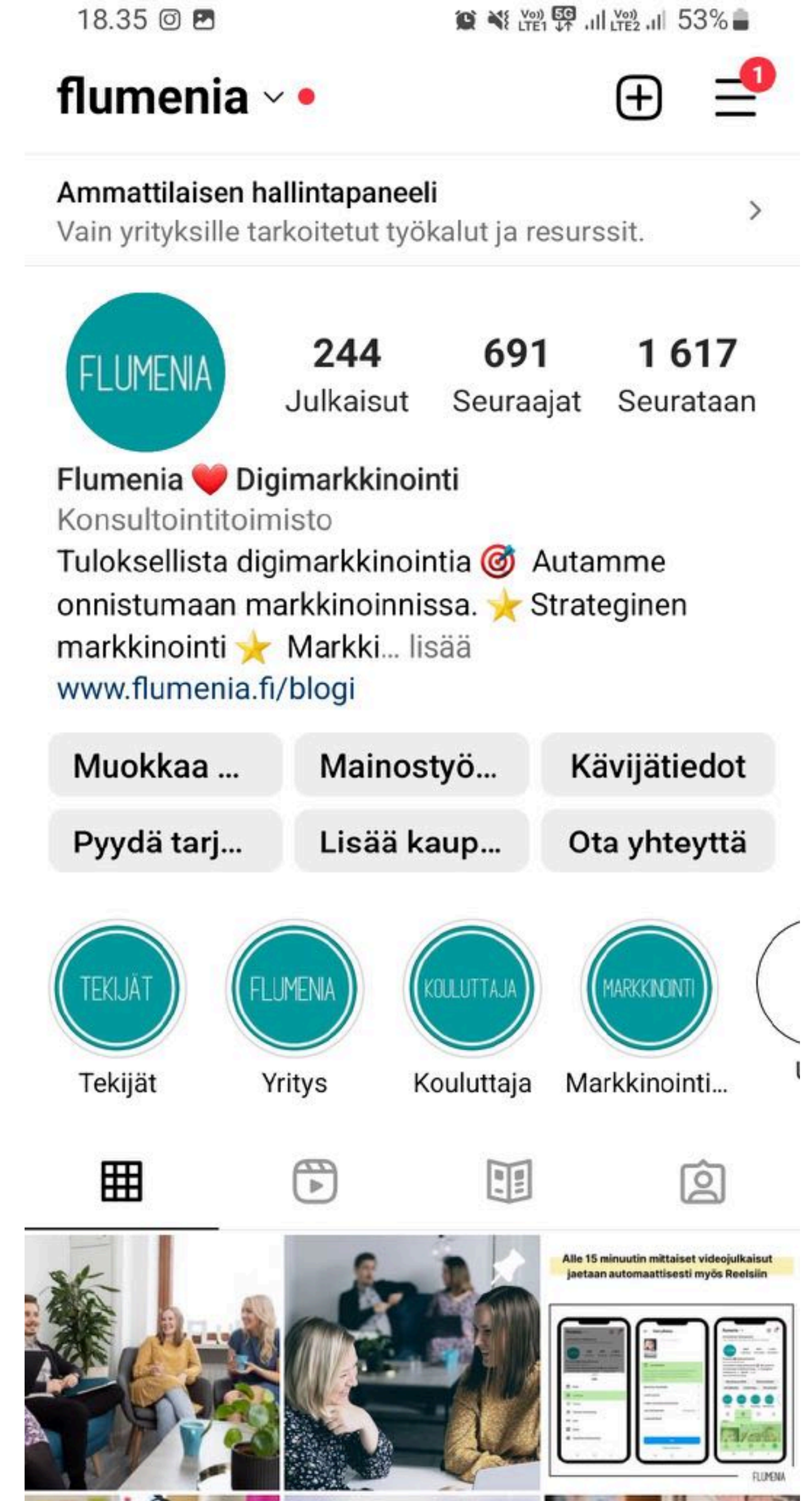
Instagramin videosisällöt

Videojulkaisu (syötejulkaisu) = 3 sek – 60 min

Tarina(t) = 60 sek. (Ei enää 15 sekunnin pätkissä)

Kelat = 15/30/60/90 sek.

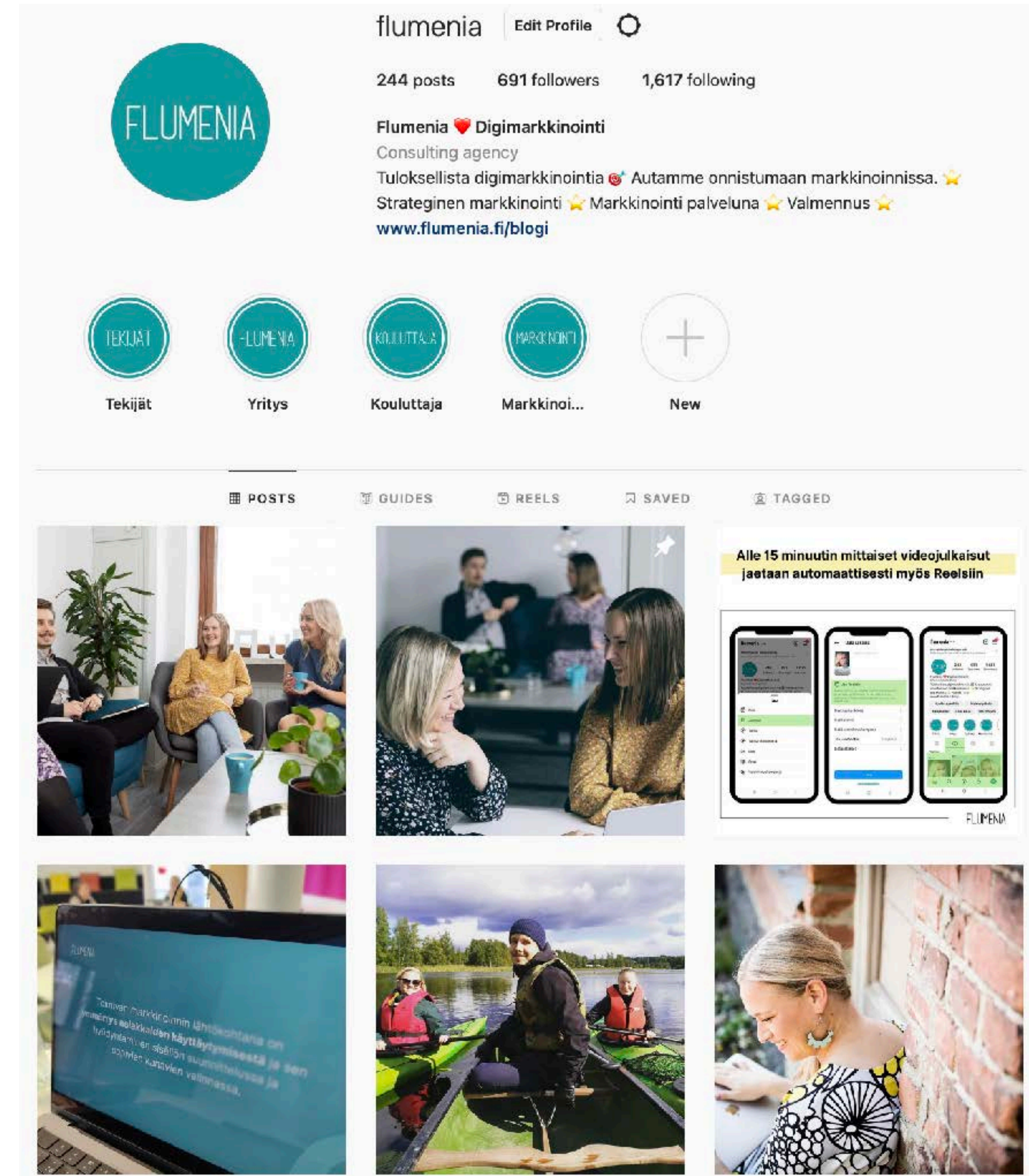
Live-lähetys = 4 h



Flumenia

Instagramin perusteet

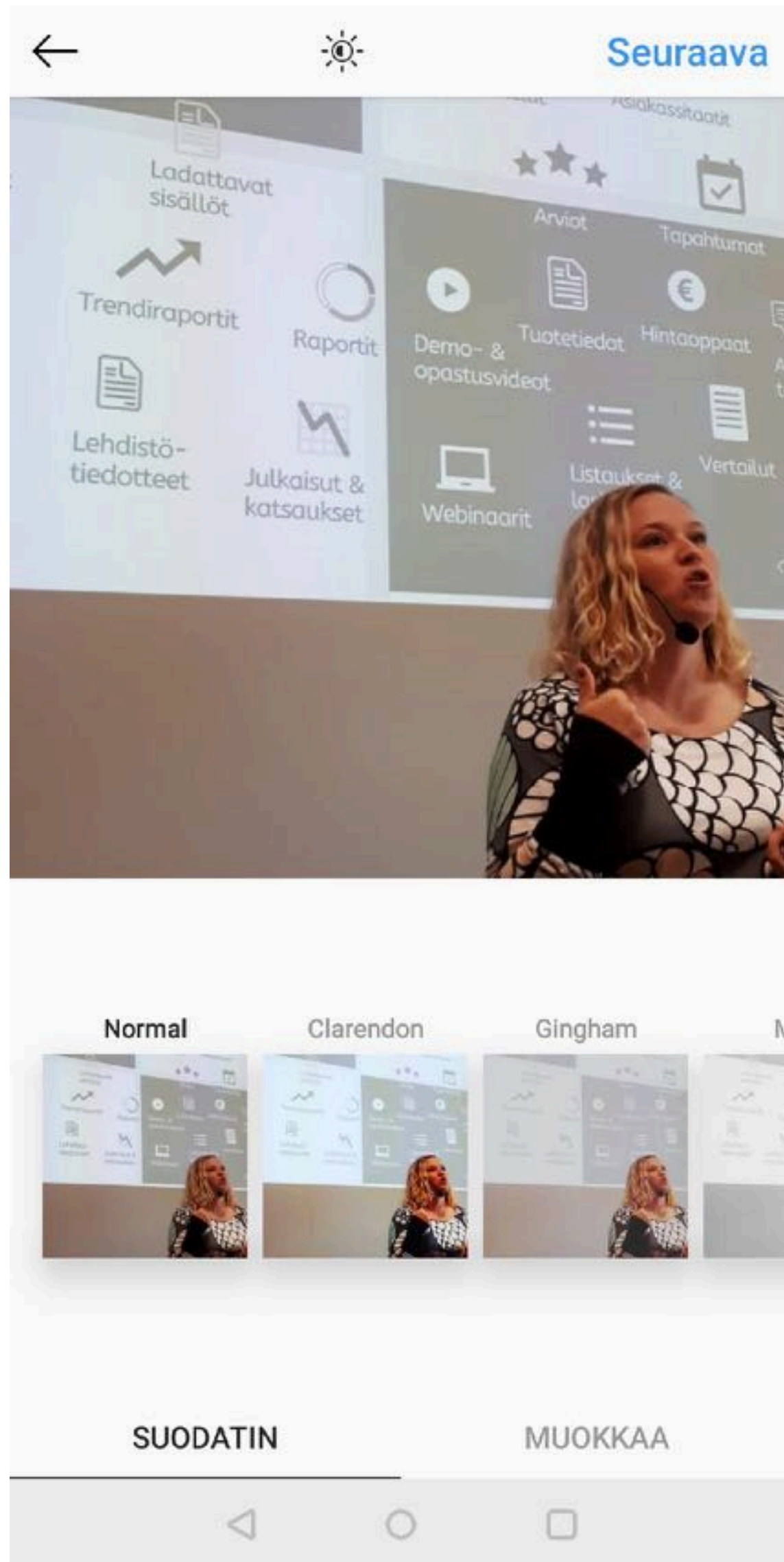
Kuvan julkaisu,
filtterit ja tunnisteet,
Tarinat ja kohokokohdat
Kelat
Hyviä toiminnallisuuksia:
Linkkitarrat, ajastaminen
Täggäys ja aihe-tunnisteet



#flumenia | @flumenia

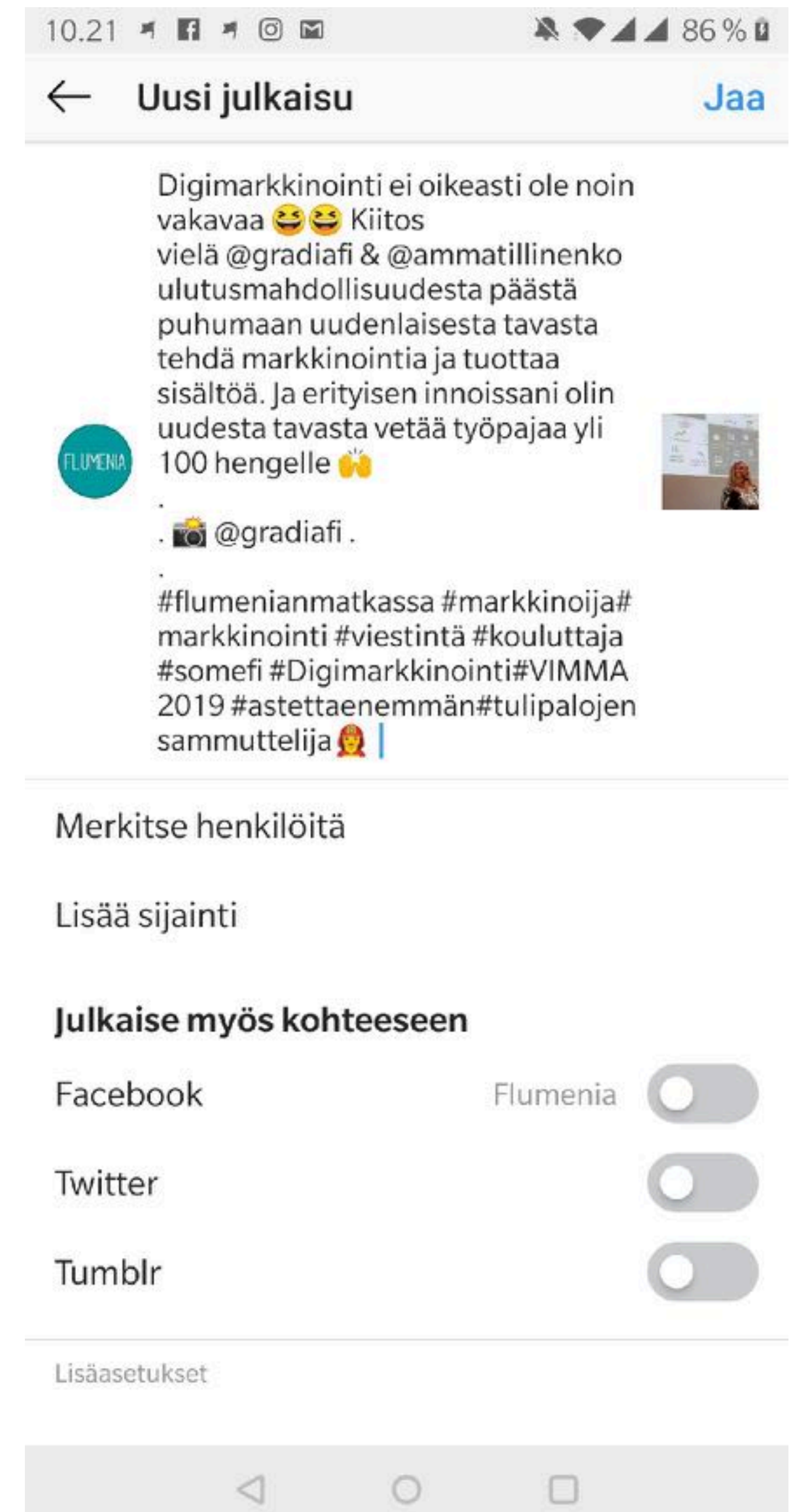
Somen sisältömuodot 📱 Kuvan/videon julkaisu

Kuvan julkaisu Instagramiin



Kuvan muokkaus suoraan Instagramissa
tai
kuvankäsittelyohjelmassa.

Kuvaa tukevan tekstisisällön
lisääminen sekä sopivat
aihetunnisteet (esim. yrityksen “oma”
tunniste jokaiseen kuvaan).
Kuvatekstiin voi “tägätä” muita
käyttäjiä ja kuvaan voi lisätä
henkilöitä & kuvan sijainnin.



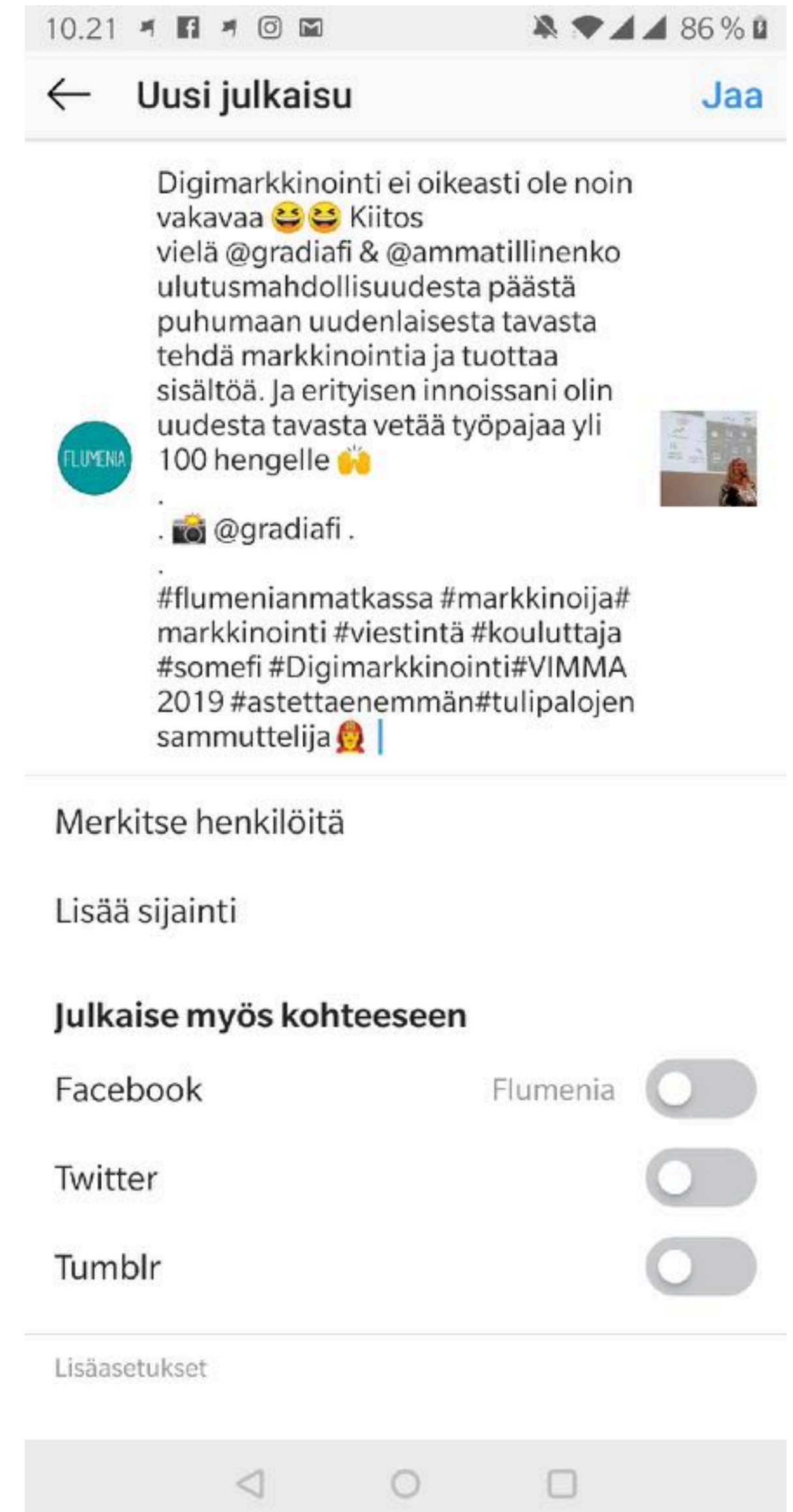
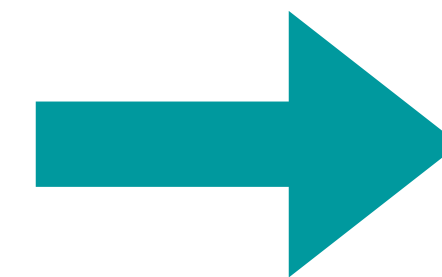
Videon julkaisu Instagramiin

Julkaisu tapahtuu samaan tapaan kuin kuvien julkaisu, mutta suositus on, että videon muokkaus tehdään etukäteen.

Instagramissa voi ainoastaan leikata videota.

Videota tukevan tekstisisällön lisääminen sekä sopivat aihetunnisteet (esim. yrityksen “oma” tunniste jokaiseen kuvaan).

Kuvatekstiin voi “tägätä” muita käyttäjiä ja kuvaan voi lisätä henkilöitä & kuvan sijainnin.



#flumenia | @flumenia

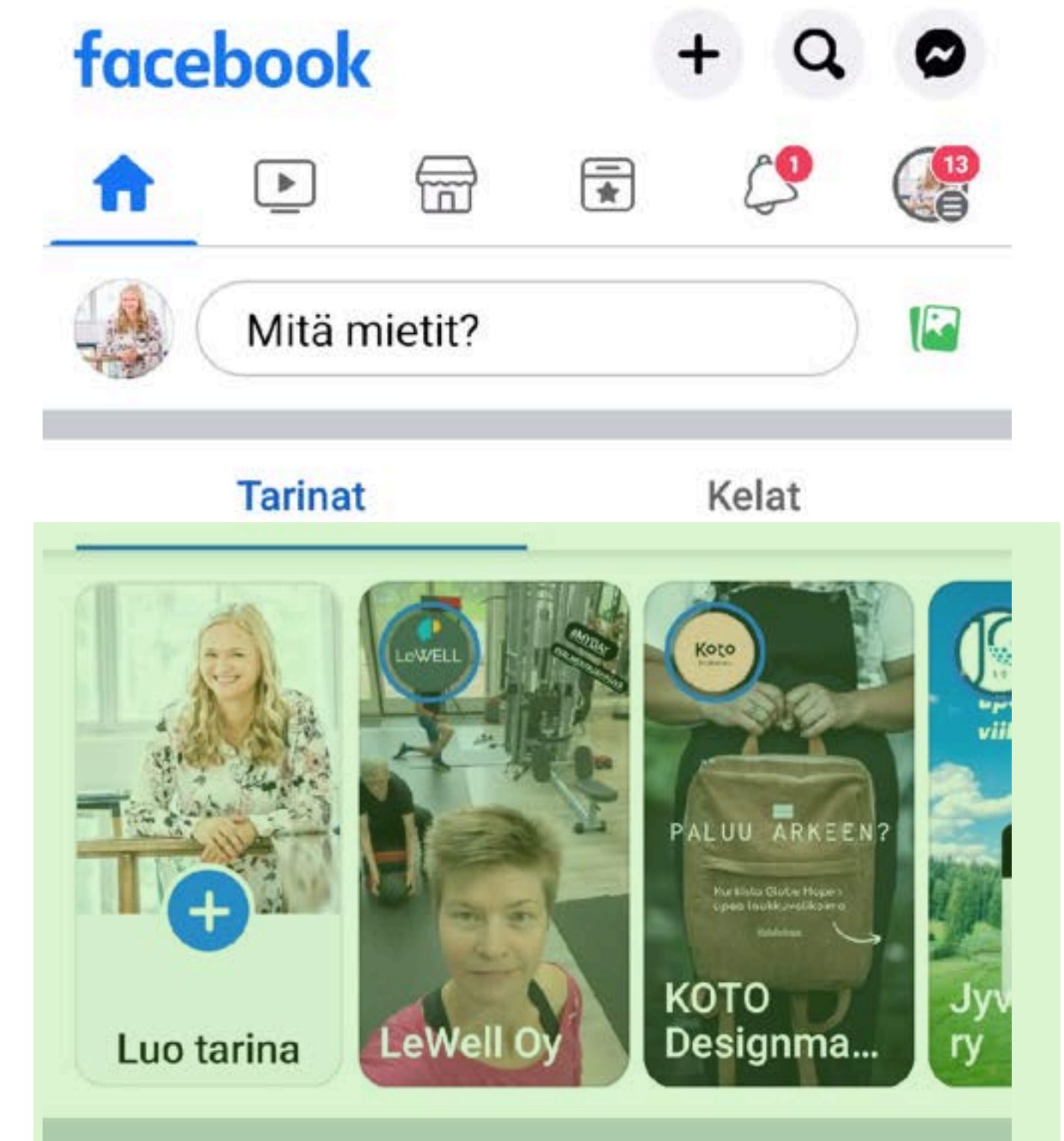
Somen sisältömuodot 📱 Tarinat ja kohokohdat

Tarinat

Tarinat näkyvät tilin nykyisille seuraajille

Yksittäisen tarinan pituus on 60 sekuntia aiemman 15 sekunnin sijaan.

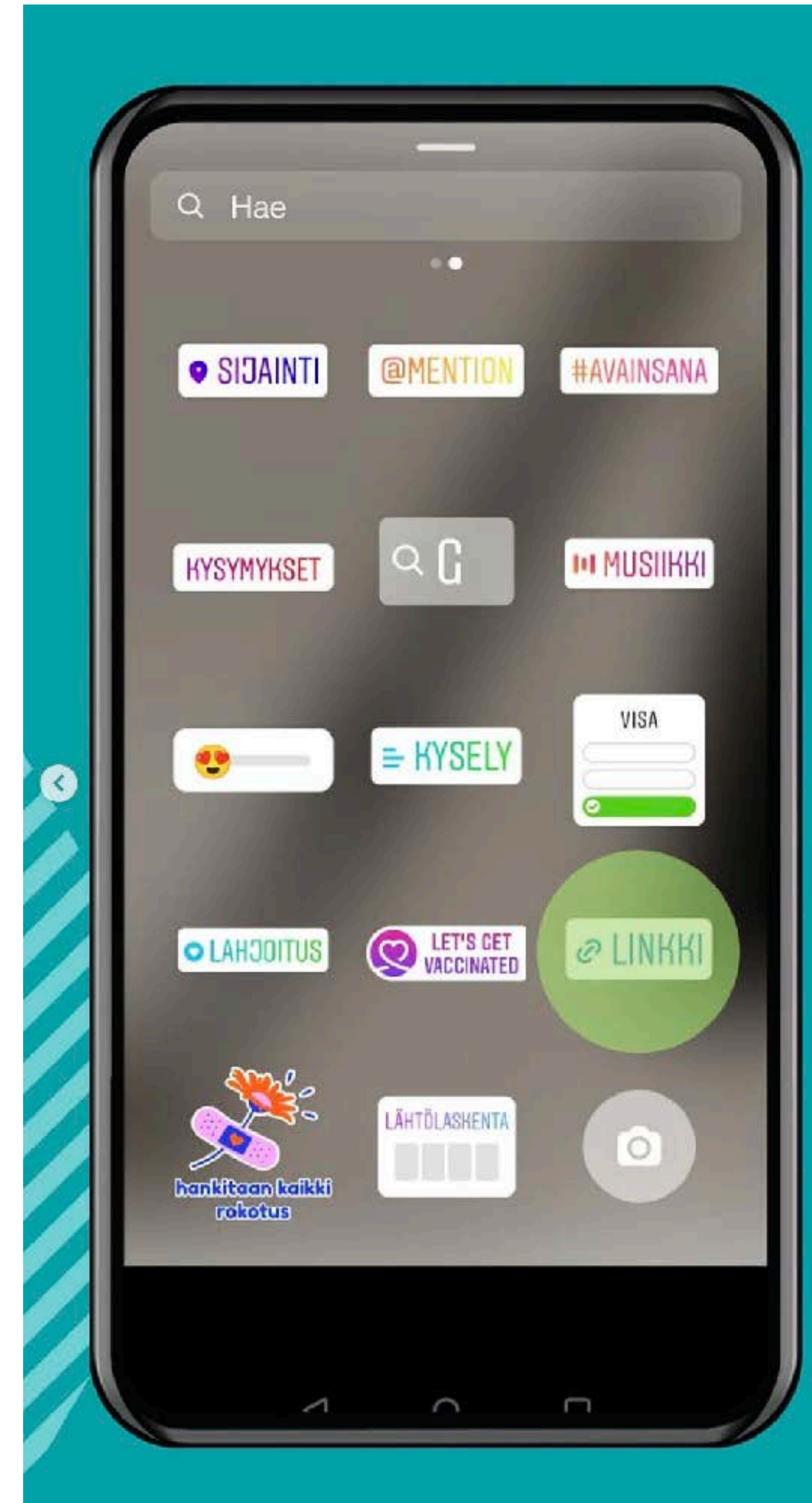
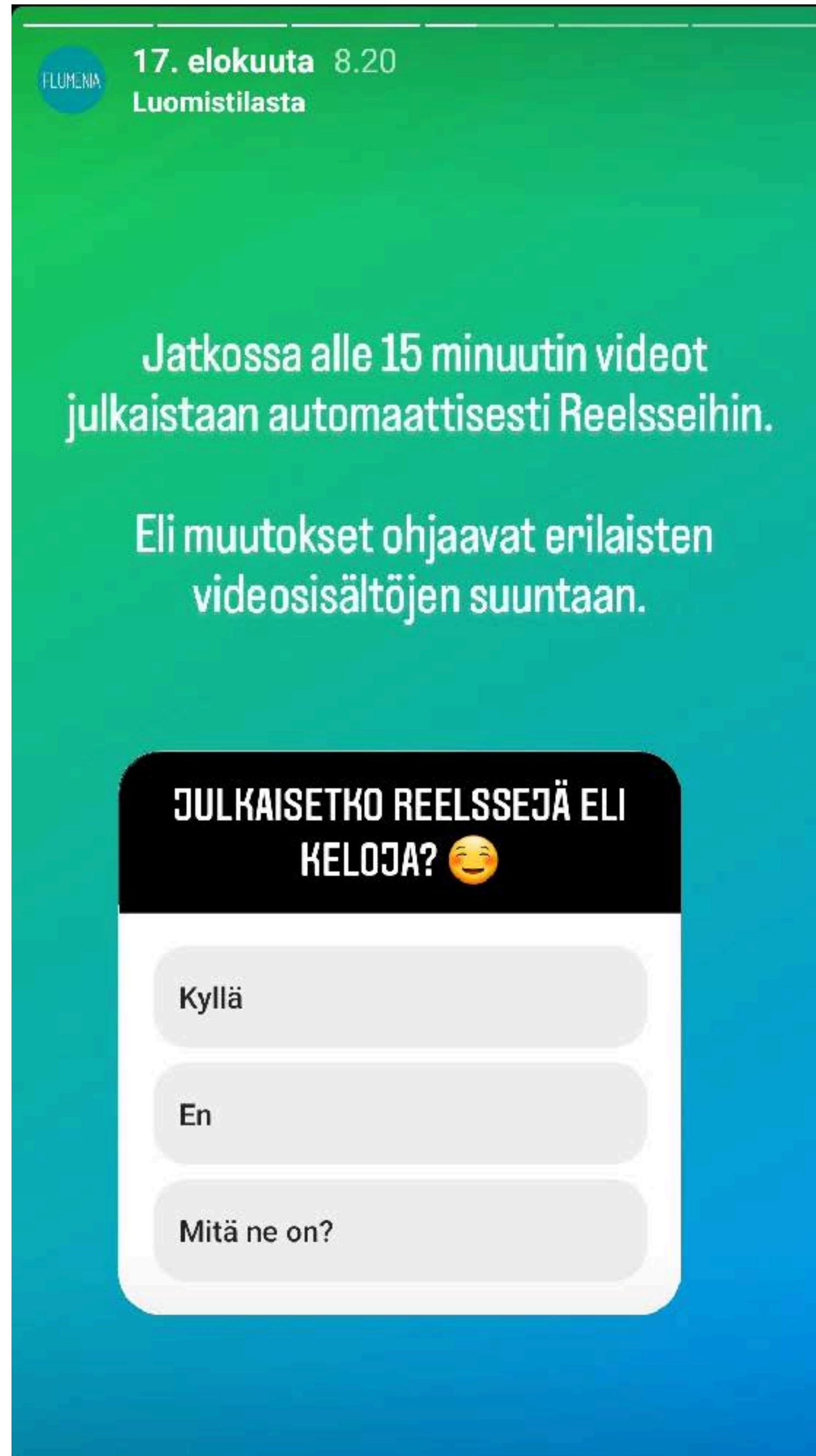
Tarinoiden sisältö voi olla video- tai kuvamuodossa ja se voi sisältää erilaisia tarroja, tekstejä ja animointeja



Tarinat

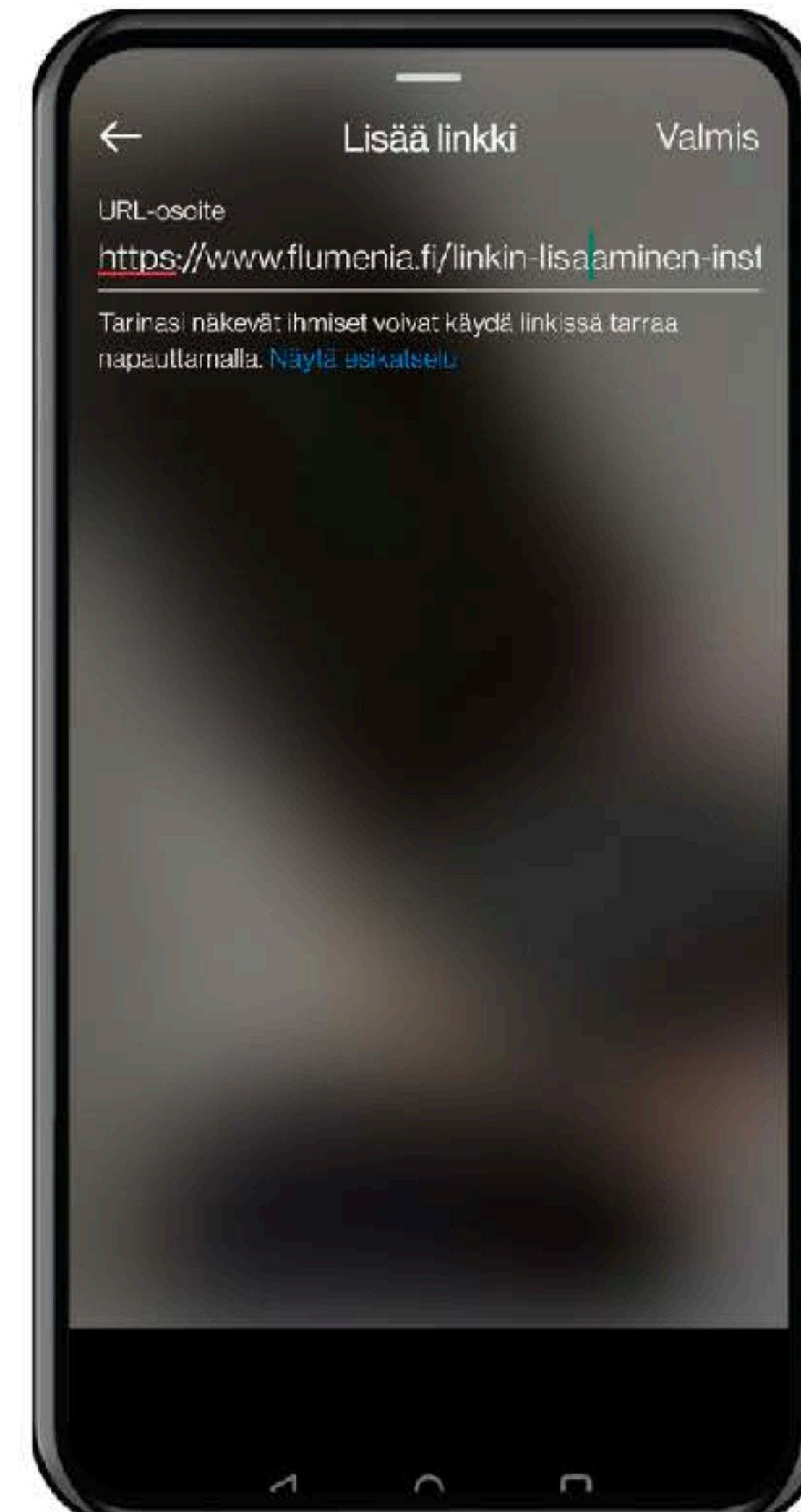
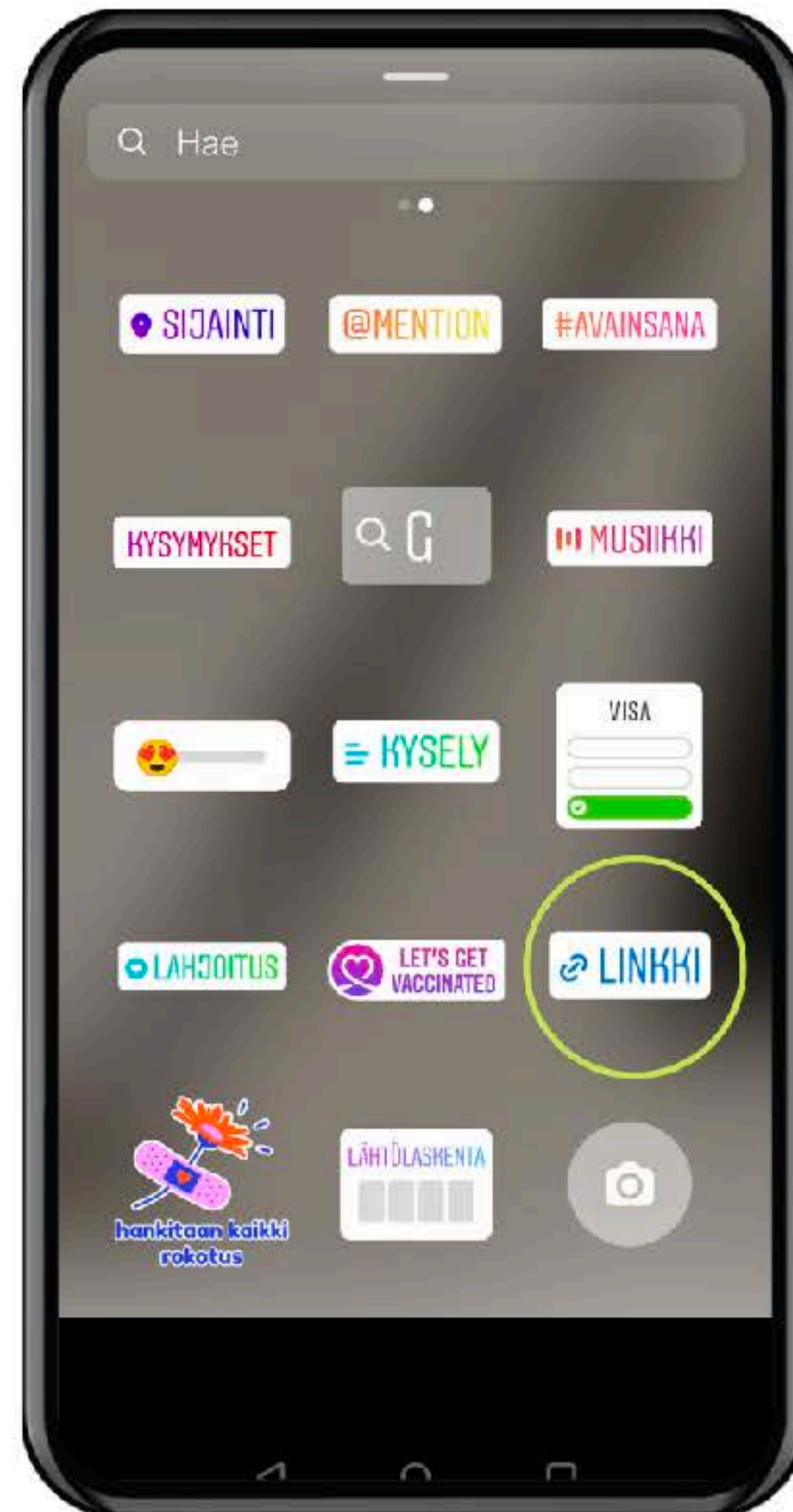
Tarinoissa voidaan

- ▶ Osallistaa seuraajia erilaisten kysymysboksien ja kyselyiden kautta
- ▶ Voidaan linkittää verkkosivustolle (linkkitarra)



Linkin lisääminen tarinaan, linkkitarra

Lisää ensin kuvaan tarra yläreunan valikosta

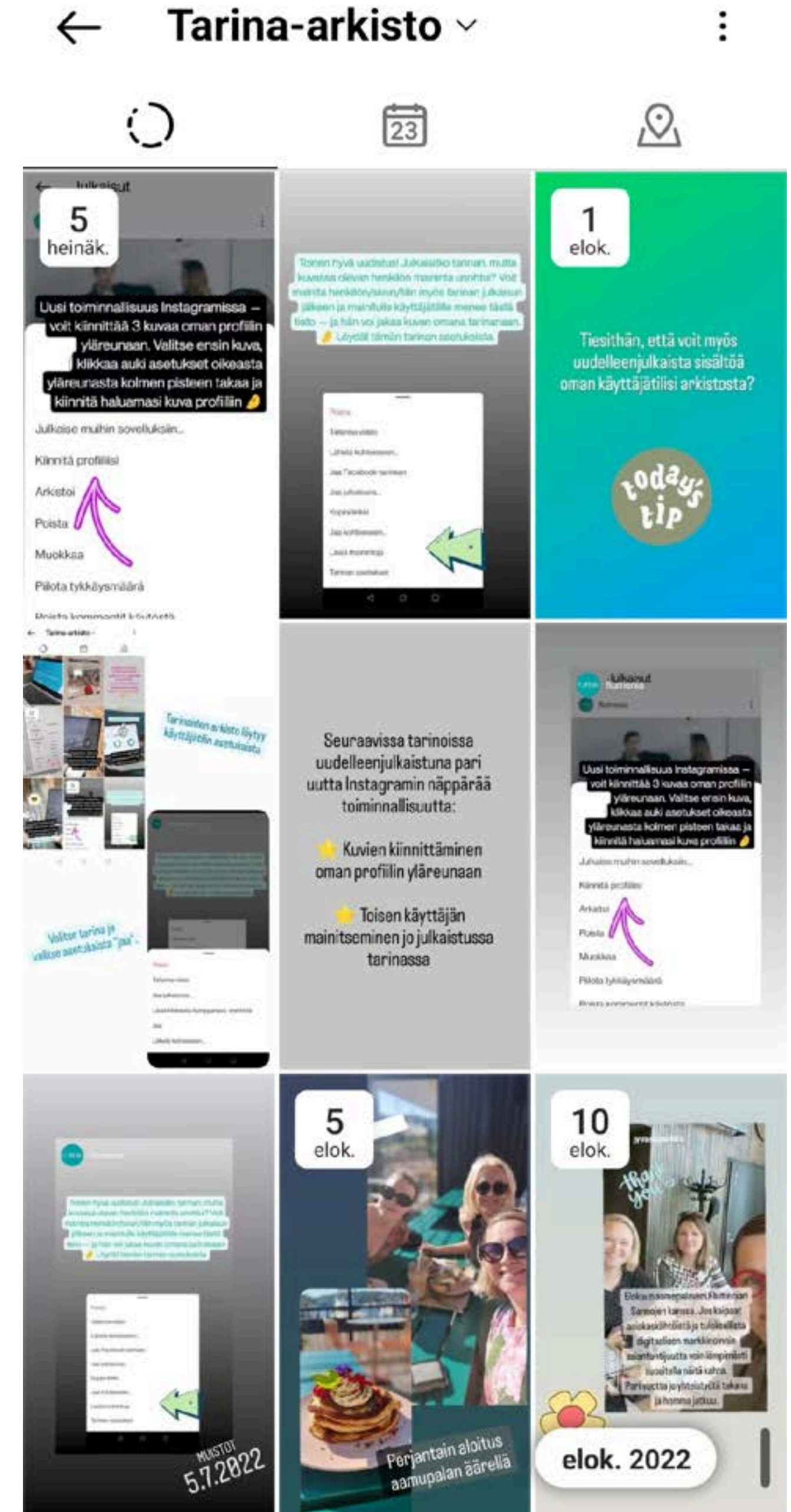
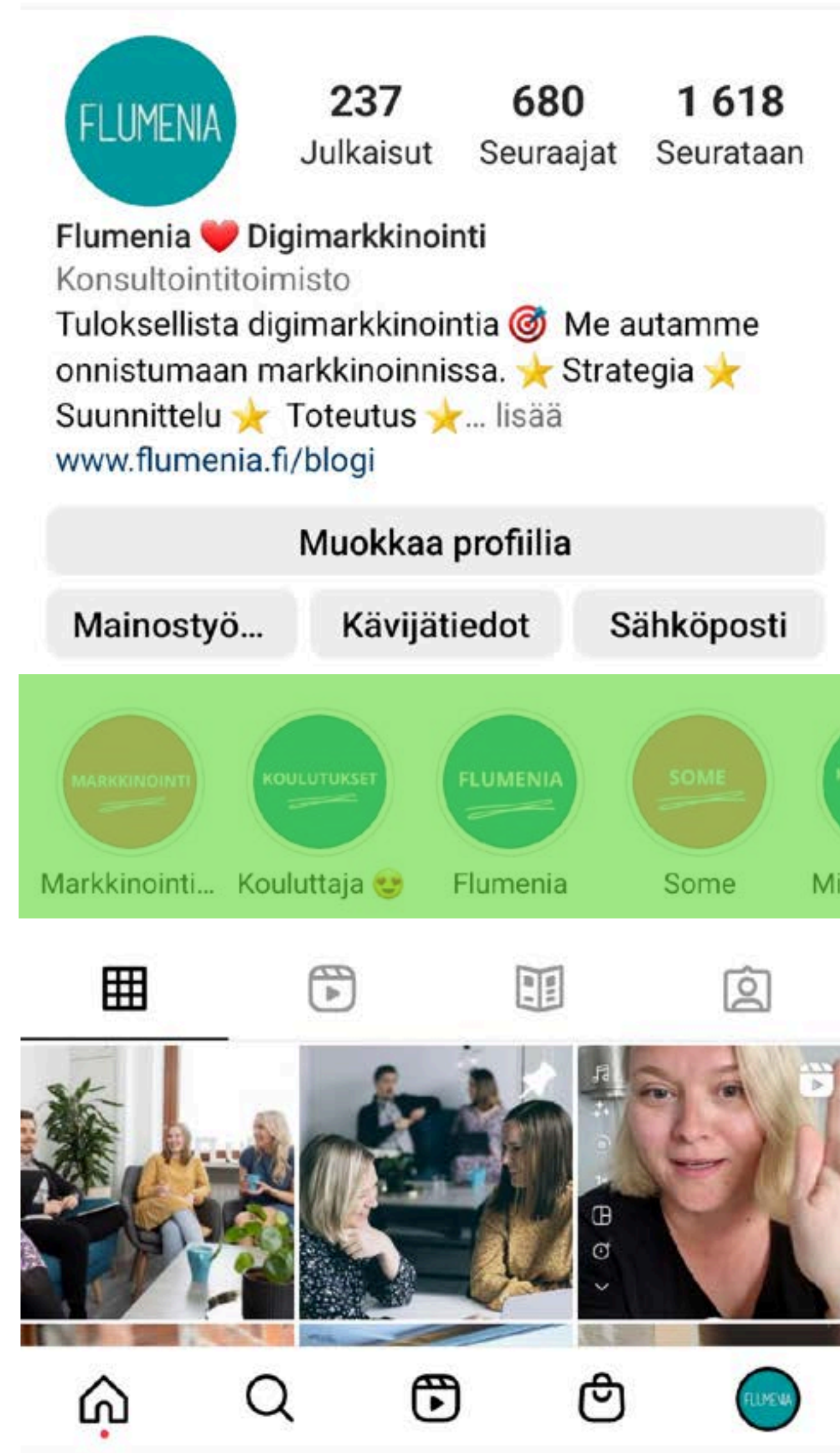


Tarinat

Tarinat katoavat 24 h niiden julkaisun jälkeen

Ne jäävät tilin omistajalle arkistoon, josta niitä voi tallentaa kohokohtiin

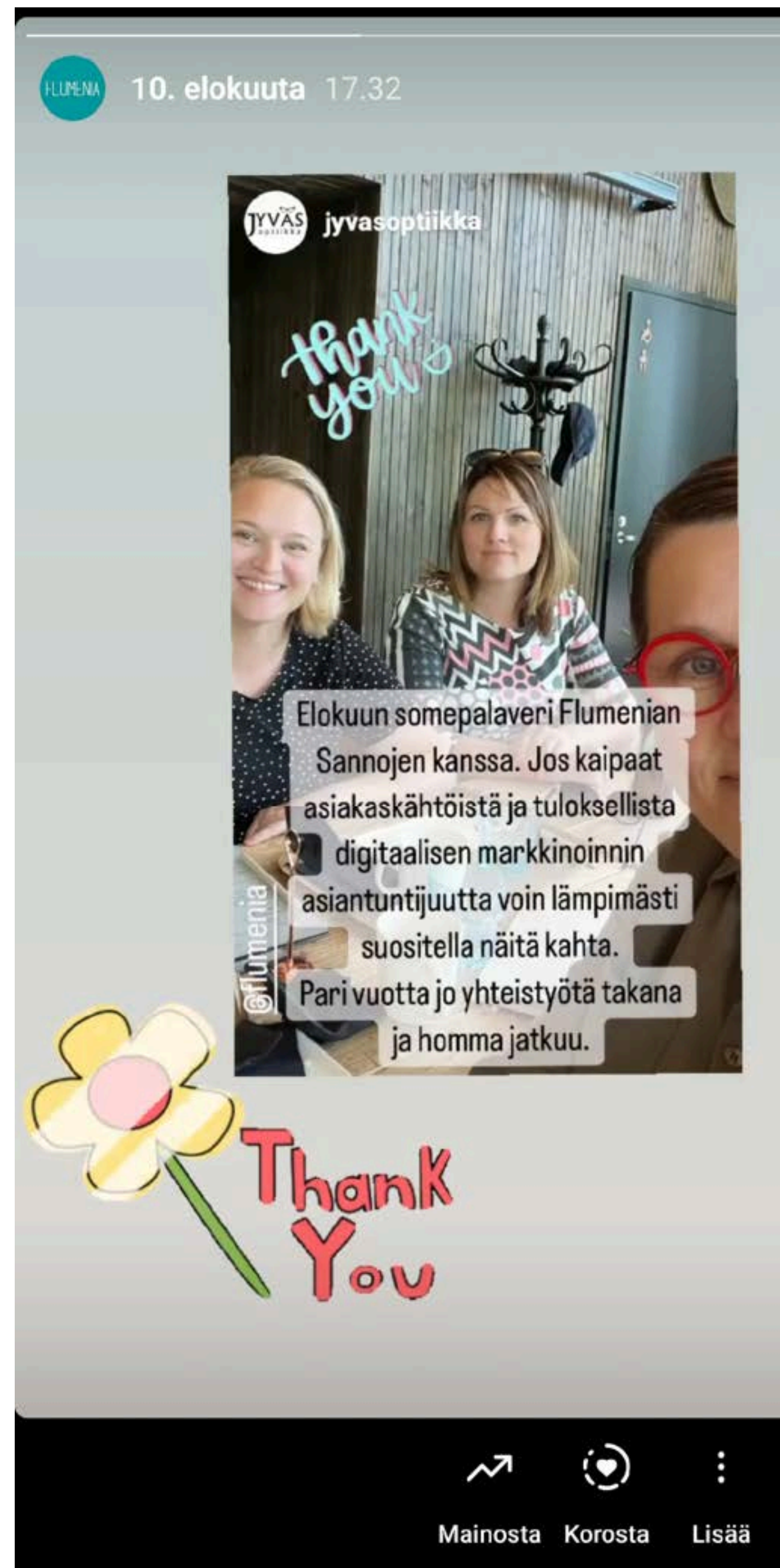
Arkisto löytyy oman profiilin asetuksista



Vinkit tarinoihin!

Muista sosiaalisen median
perimmäinen tarkoitus 😊
Ei pelkästään tiedottavaa vaan
myös osallistavaa!

Muista tэгätä mukaan @-merkin
avulla kuvan muut käyttäjät.
He voivat helposti jakaa kuvan
omissa tarinoissaan.



#flumenia | @flumenia

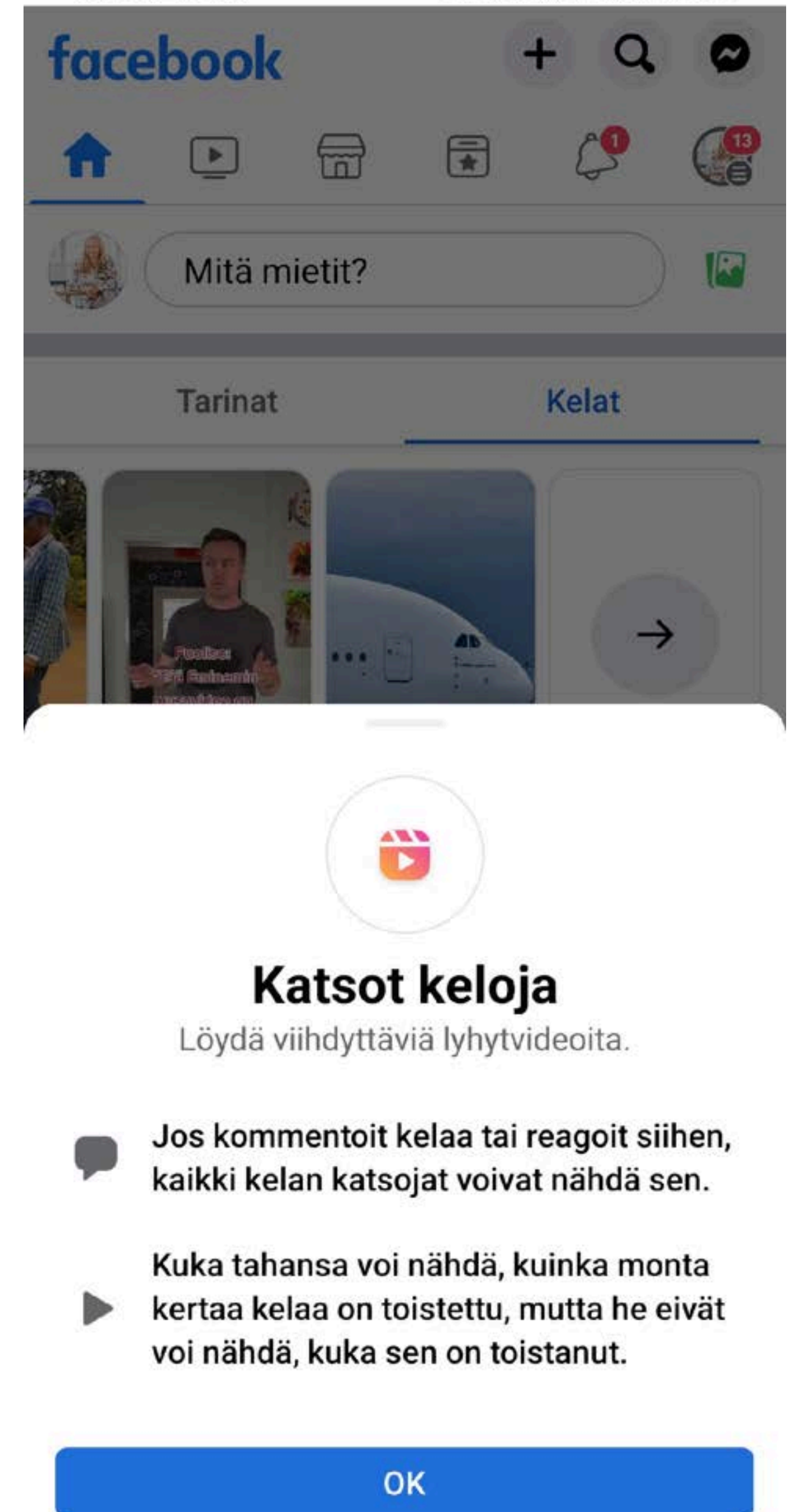
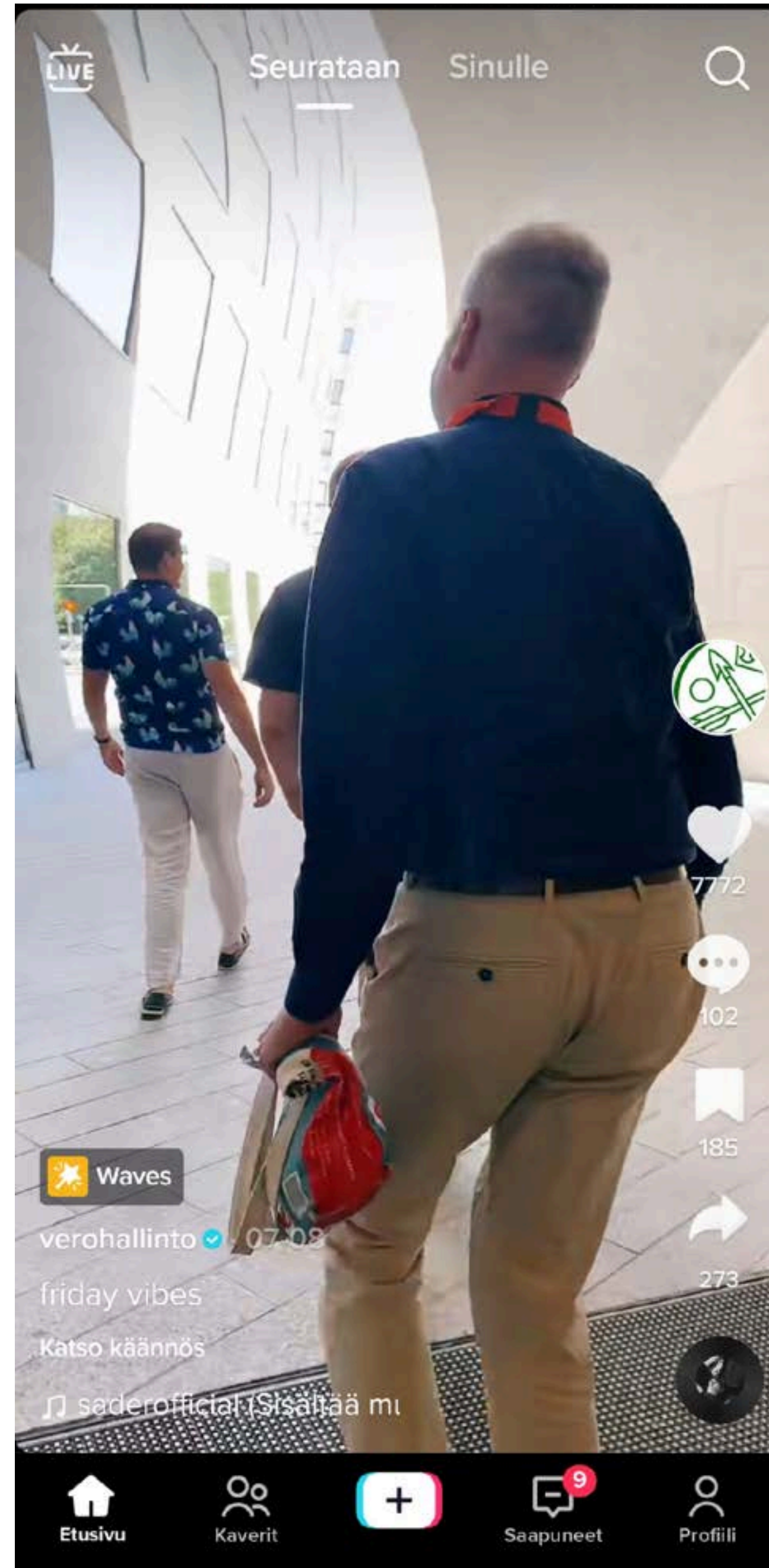
Somen sisältömuodot 🖐️📱

Kelat eli Reelssit

Kelat eli Reelsit

TikTokista tuttu sisältömuoto, jonka ideana on julkaista lyhyitä musiikilla “höystettyjä” videoita.

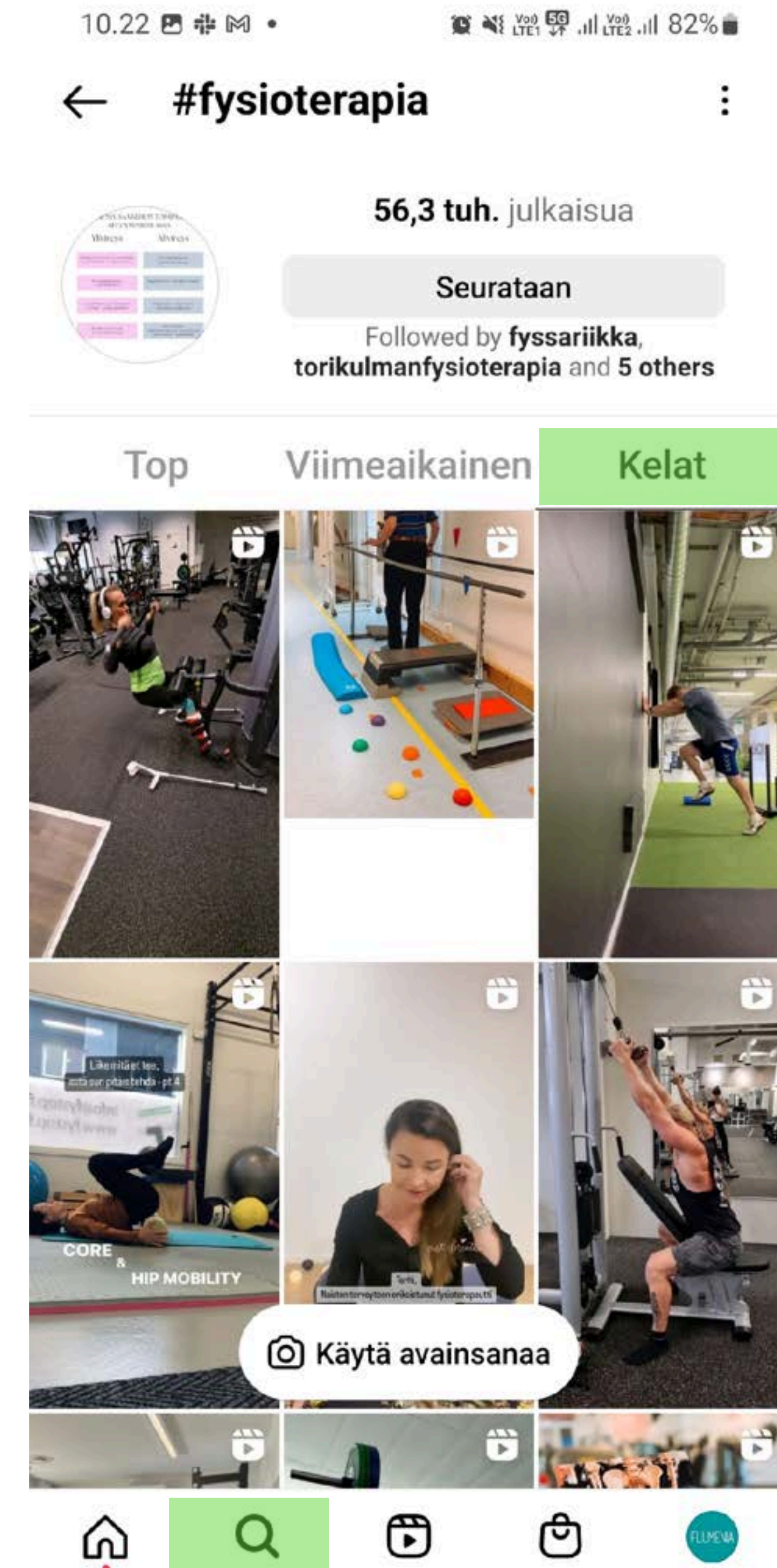
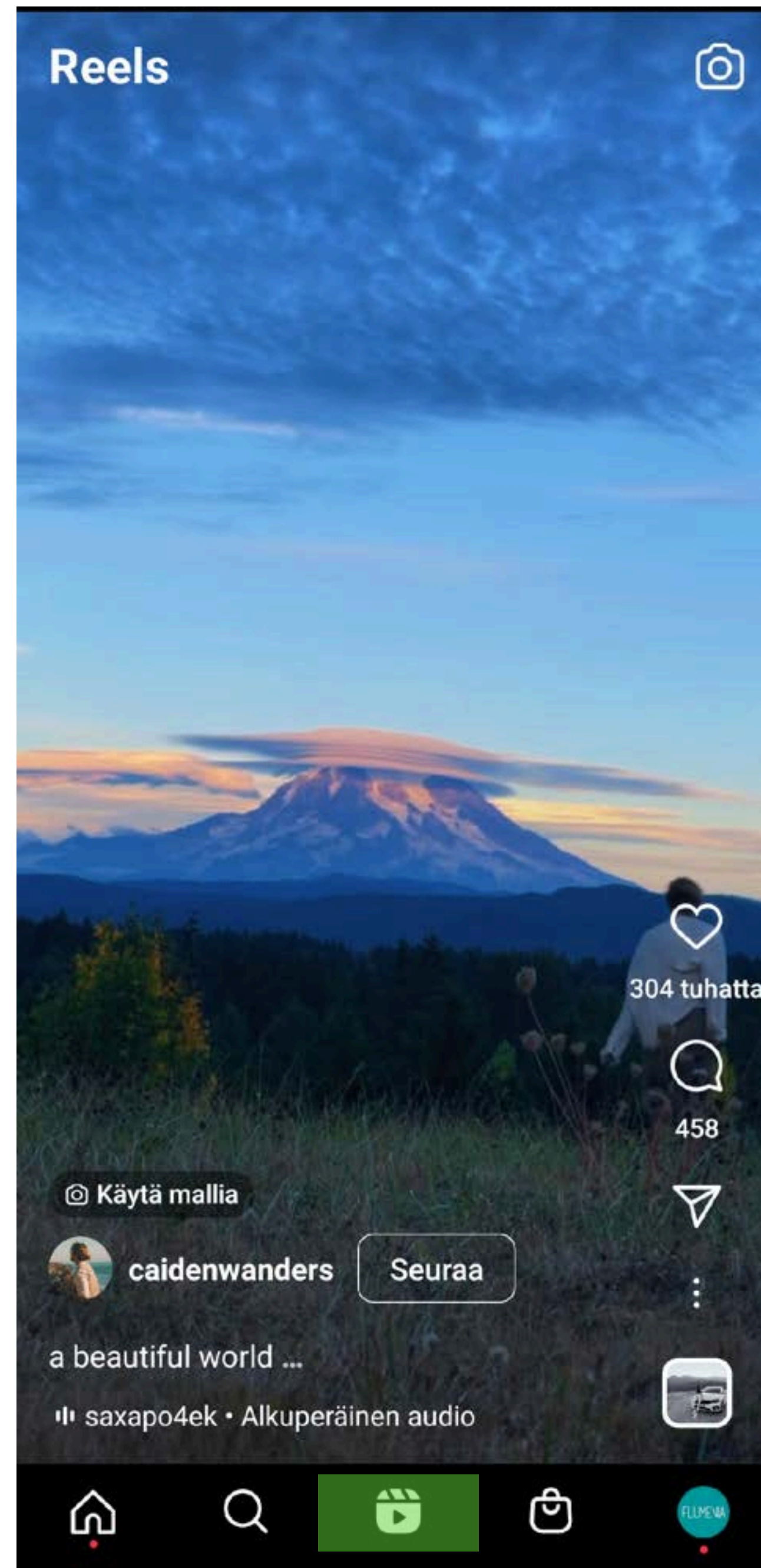
Käytössä nyt myös Instagramissa ja Facebookissa



Kelat eli Reelsit

Kelat julkaistaan omaan “virtaan” – siellä näkyy sisältöä seuraajille sekä käyttäjille ehdotettuja suosittuja videoita.

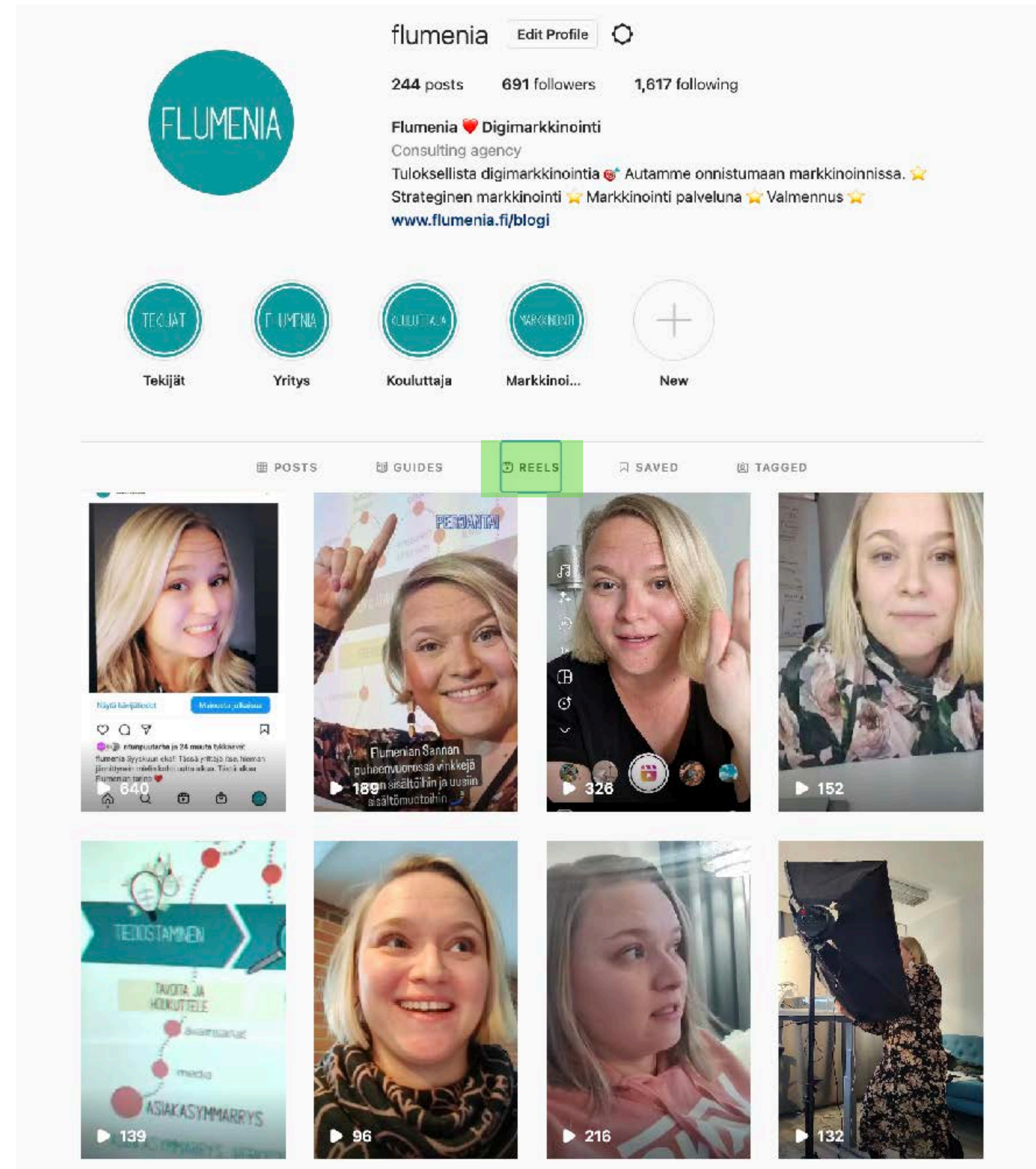
Keloihin julkaistut videot saavat tällä hetkellä paljon näkyvyyttä myös muualla sovelluksissa (IG ja FB)



Kelat eli Reelsit

* Videosisällöt, jotka ovat alle 15 minuuttia, julkaistaan automaattisesti keloiksi/ Reelsseihin.

Videot ja kelat löytyvät jatkossa yhdeltä välilehdeltä.

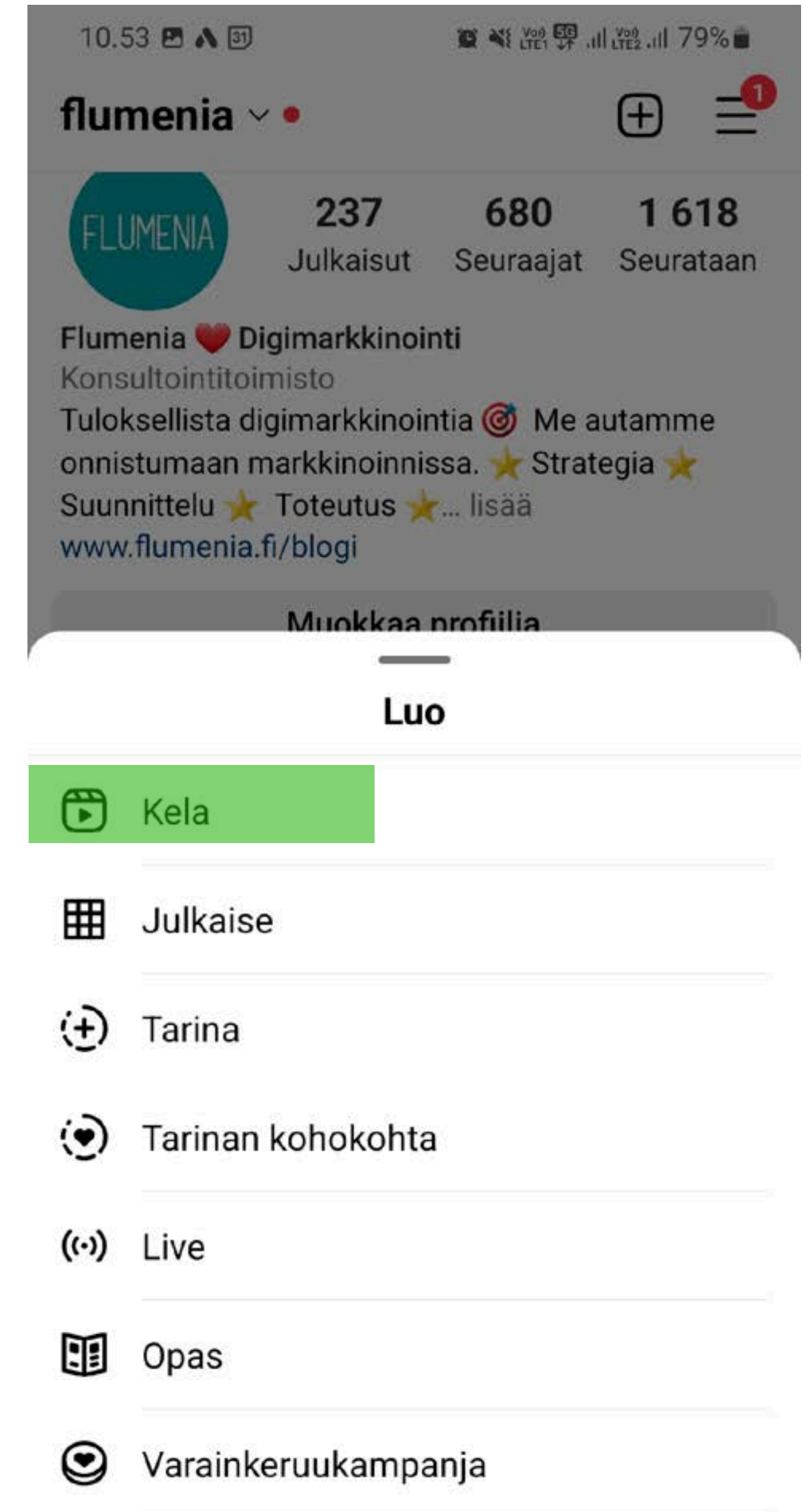
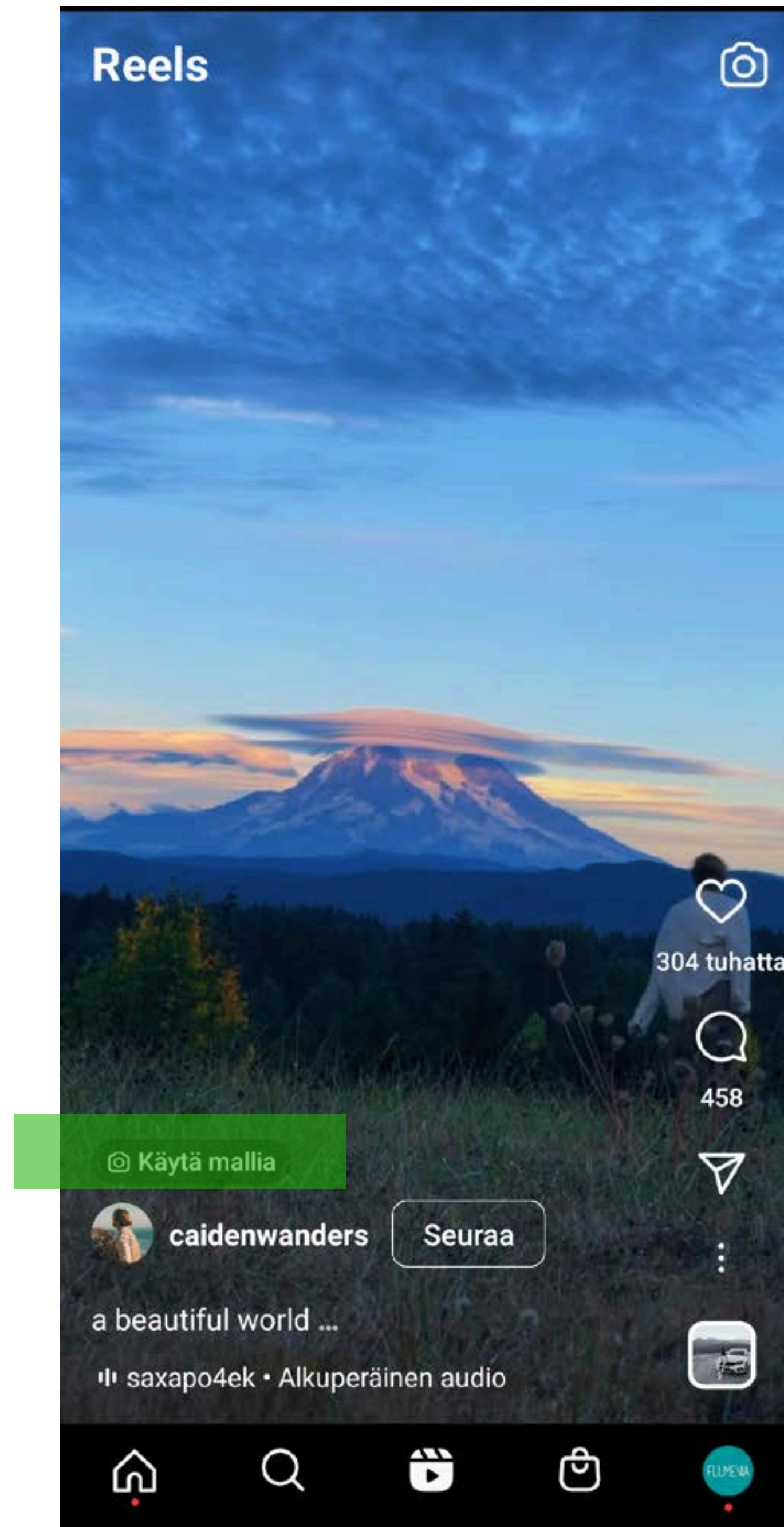


Vinkit keloihin!

Laske rimaa ja muista, että näitä sisältöjä selaillaan viihtymiseen!

Sisällöntuotannon ei pidä olla vakavaa 🙌

Hyödynnä valmiita malleja



Kenelle julkaisu näkyy?

	Sivun seuraajille	Laajemmin aihetta seuraaville #aihetunnisteiden kautta	Laajemmin kanavan käyttäjille
Oman profiilin julkaisut			+ ehdotetut tilit
Tarinat			
Kelat			

#flumenia | @flumenia

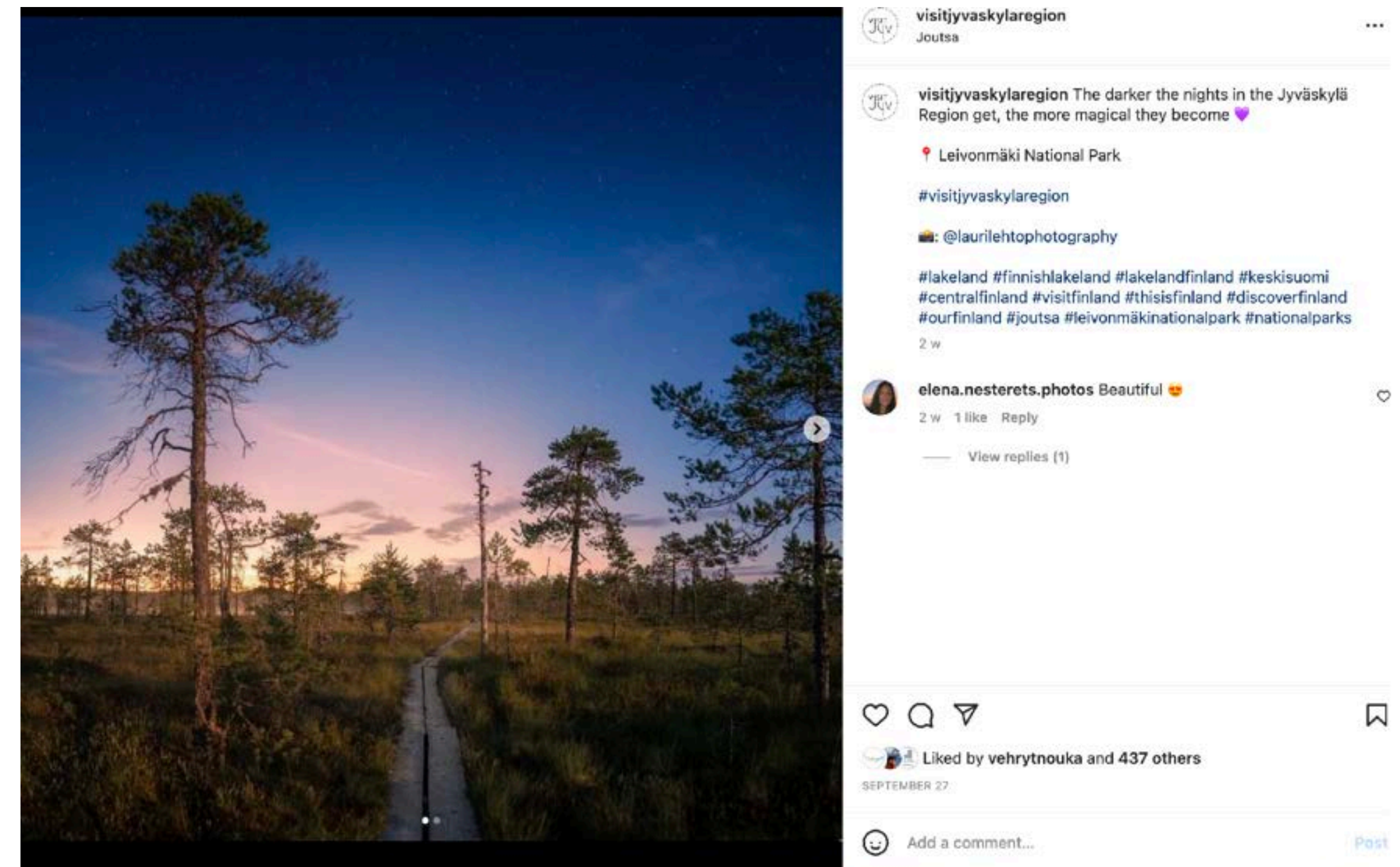
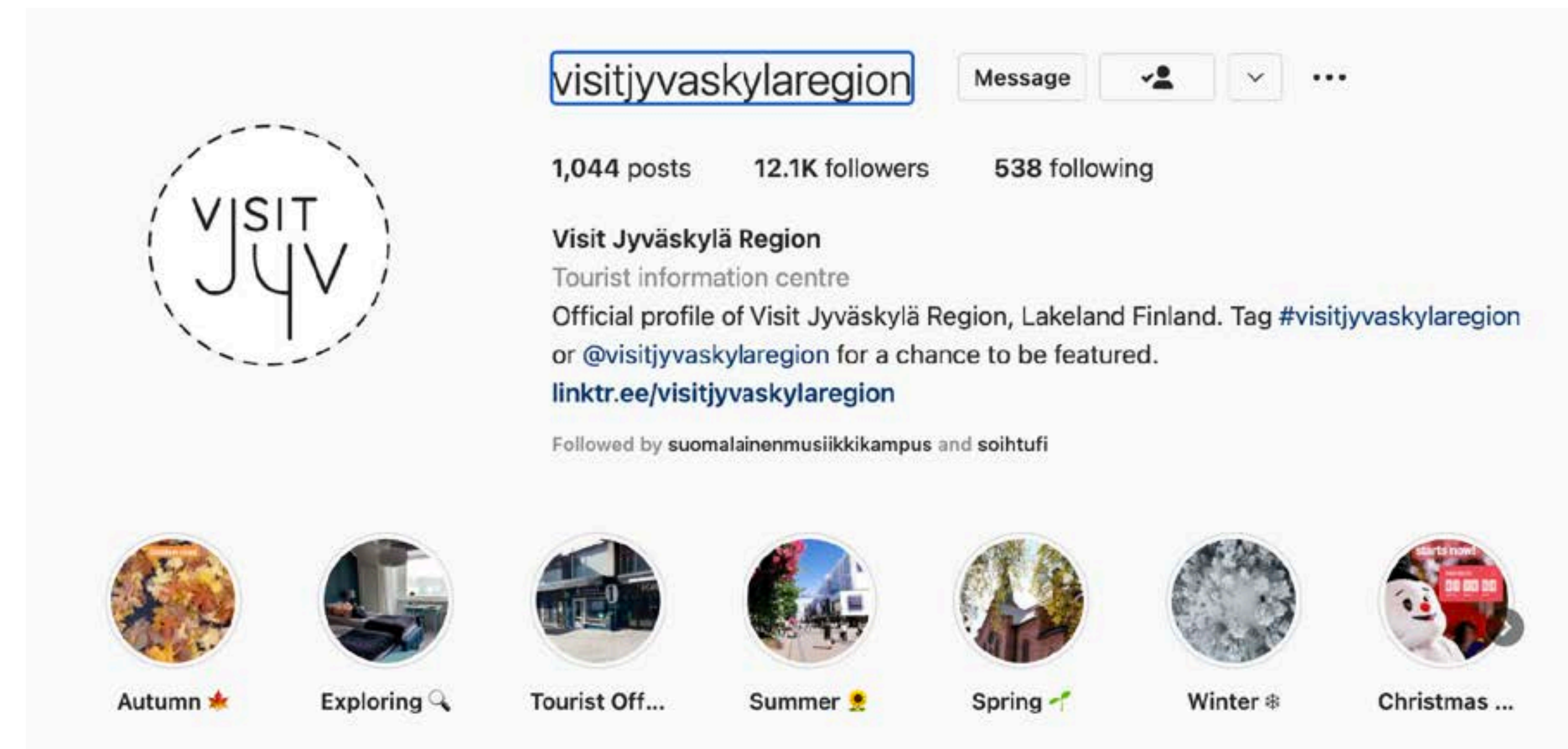
Hyviä toiminnallisuuksia

Uudelleenjulkaisu

Käyttäjien julkaisemien kuvien
“repostaus” (<https://repostapp.com/>)

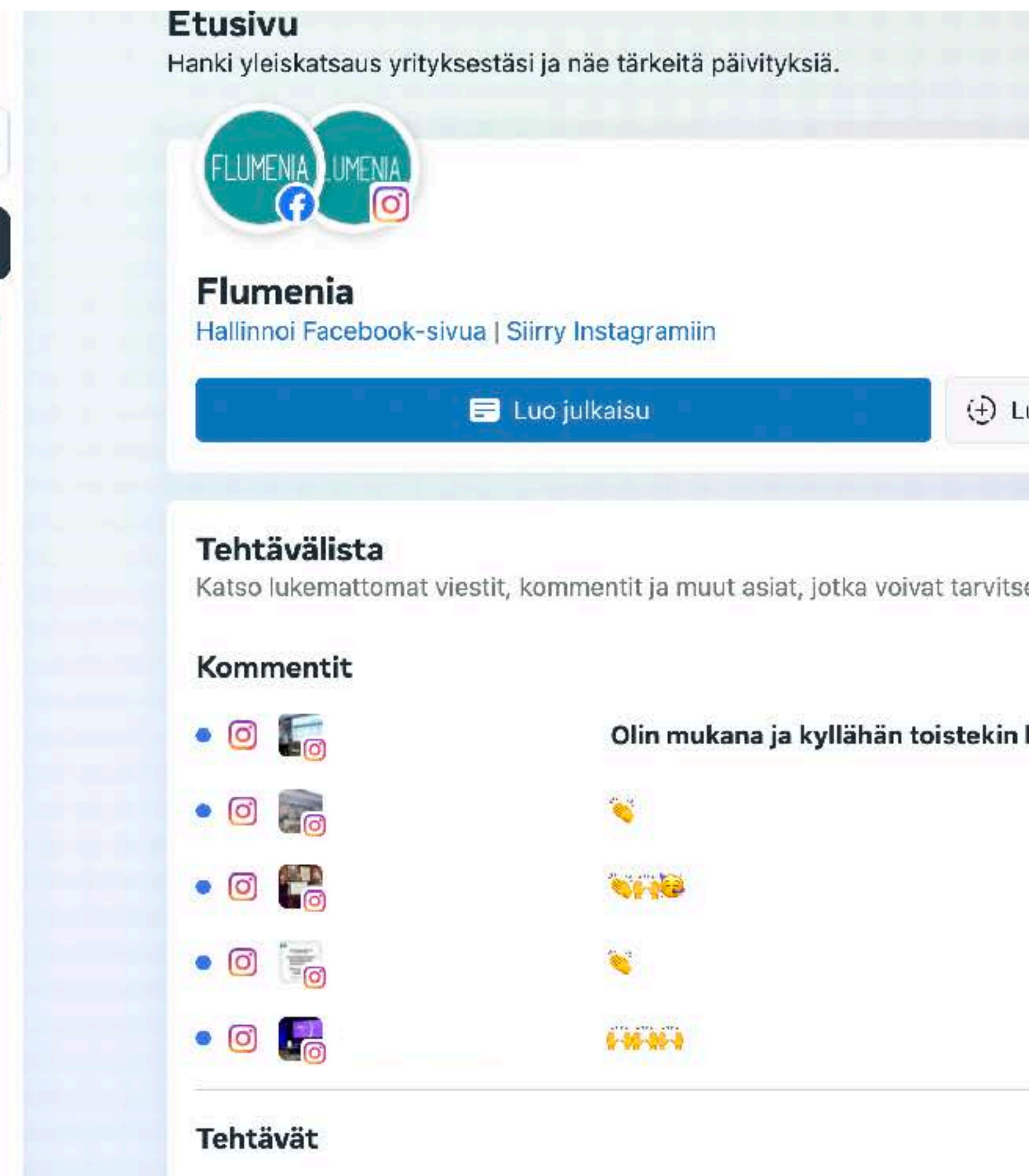
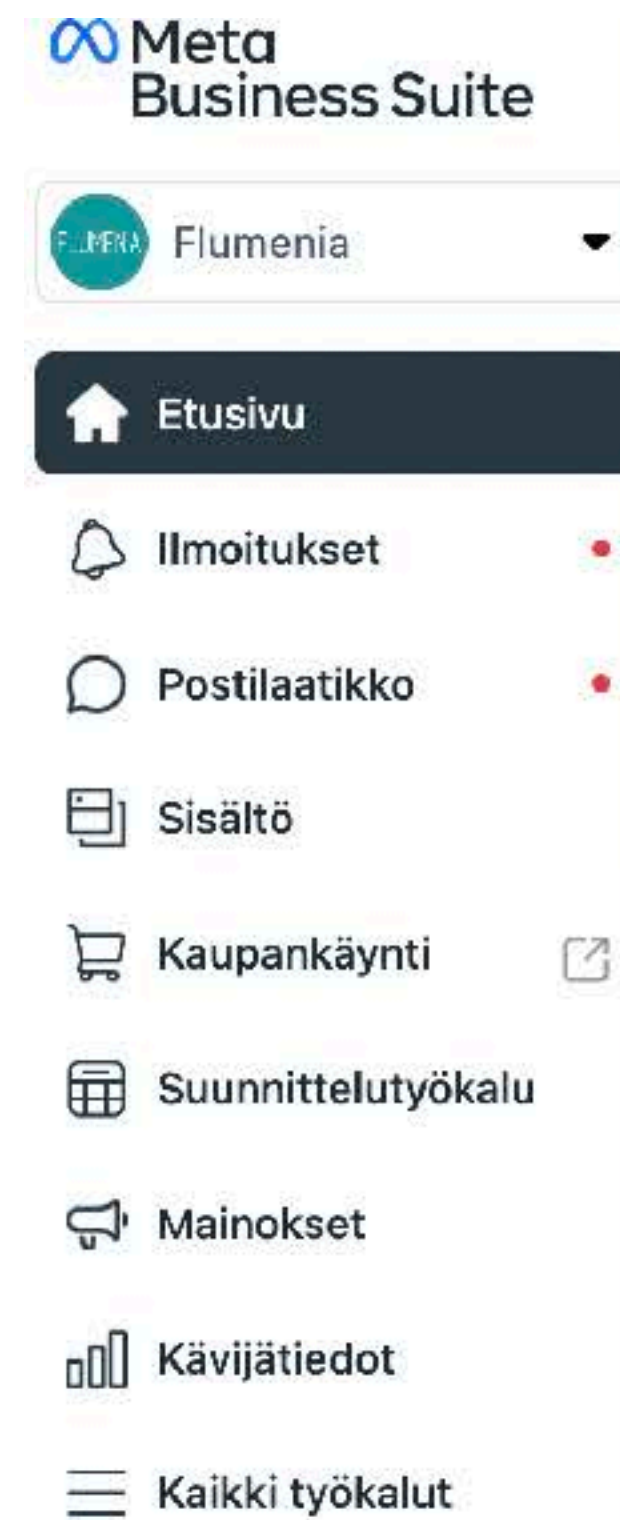
Muista mainita aina alkuperäinen
kuvaaja, tarvittaessa kysy lupa.

Käytä tiettyä tunnistetta, johon kehoitat
jakamaan kuvia = näin kuvaaja tietää jo,
että kuva voidaan jakaa toisella tilillä.



Meta Business Suite

- Meta Business Suite kokoaa yhteen Facebookin ja Instagramin tiedot ja sitä kannattaakin ajatella paikkana, joka kokoaa yhteen sisällöt ja tilastot.
- **Täältä voit julkaista ja ajastaa sisältöä** (Profiilin kuva- ja videosisällöt ja tarinat).
- Näet yhdestä paikasta julkaisuihin ja mainoksiin tulleet kommentit ja reaktiot sekä sivun ylläpitoon liittyvät ilmoitukset.
- Yrityssivun viestilaatikko sijaitsee Business Suiten päänäkylässä.
- Huom! Tarinoiden linkkitarrat eivät toimi ajastettuna.



FLUMENIA

Muita toiminnallisuuksia



flumenia

paneeli

3 1600
ajat Seurataan

Me autamme
suunnittelu ★



Arkisto



Kävijätiedot



Sinun toimintasi



QR-koodi



Tallennetut



Läheiset kaverit



Tutustu ihmisiin



COVID-19-infokeskus



Markkinointi... Mitt



Asetukset

Tarinoiden arkisto (tallennetut tarinat), julkaisuarkisto (arkistoidut sivujulkaisut), Livearkisto (Livestriimit tallessa 30 päivää)

Kävijätiedot

Oma tilin toiminta > klikatut linkit ja Instagramissa vietetty aika

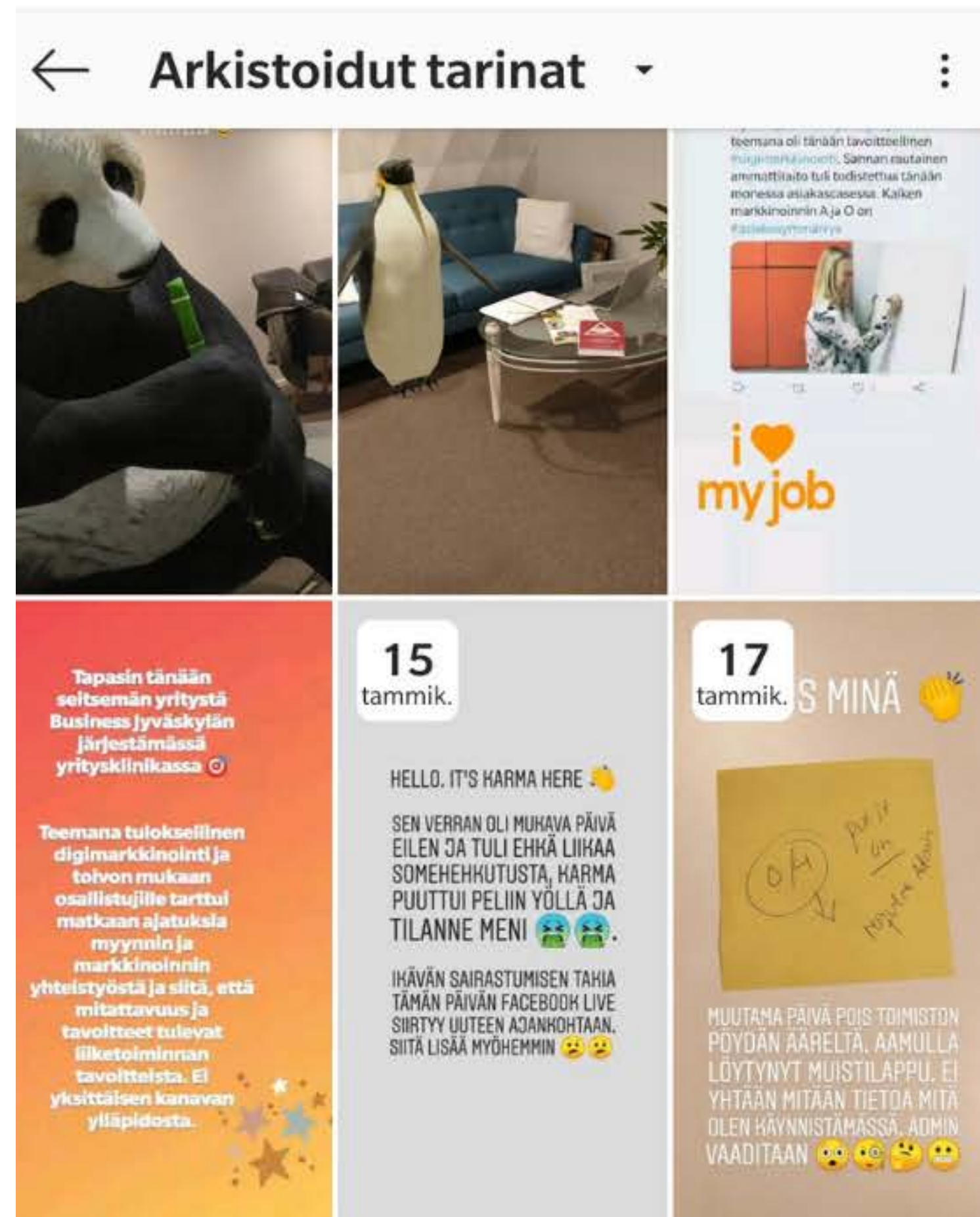
Yritysprofiilin QR-koodi

Tallennetut julkaisut

Läheiset kaverit -lista > jos haluat jakaa sisältöä tiettyjen IG-käyttäjien kesken.

Tutustu ihmisiin > ehdotetut tilit

Tilin asetukset



Tarinoiden arkisto

Tarinat katoavat 24 h julkaisun jälkeen,
mutta tallentuu arkistoon. Nämä
arkistoidut kuvat näkyvät vain ylläpitäjille.

Kuvien tallentumisen voi valita asetuksista

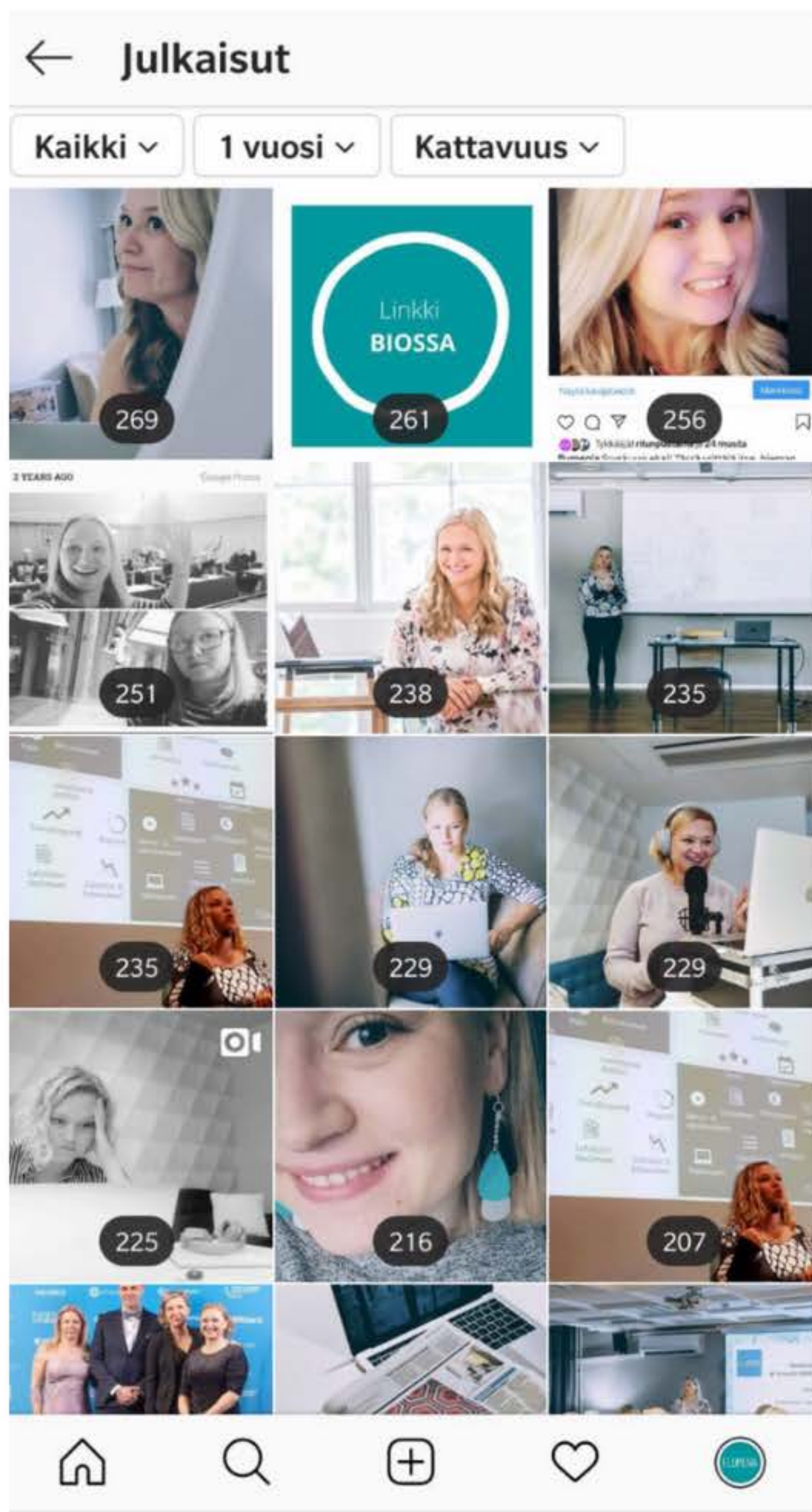
Muistot



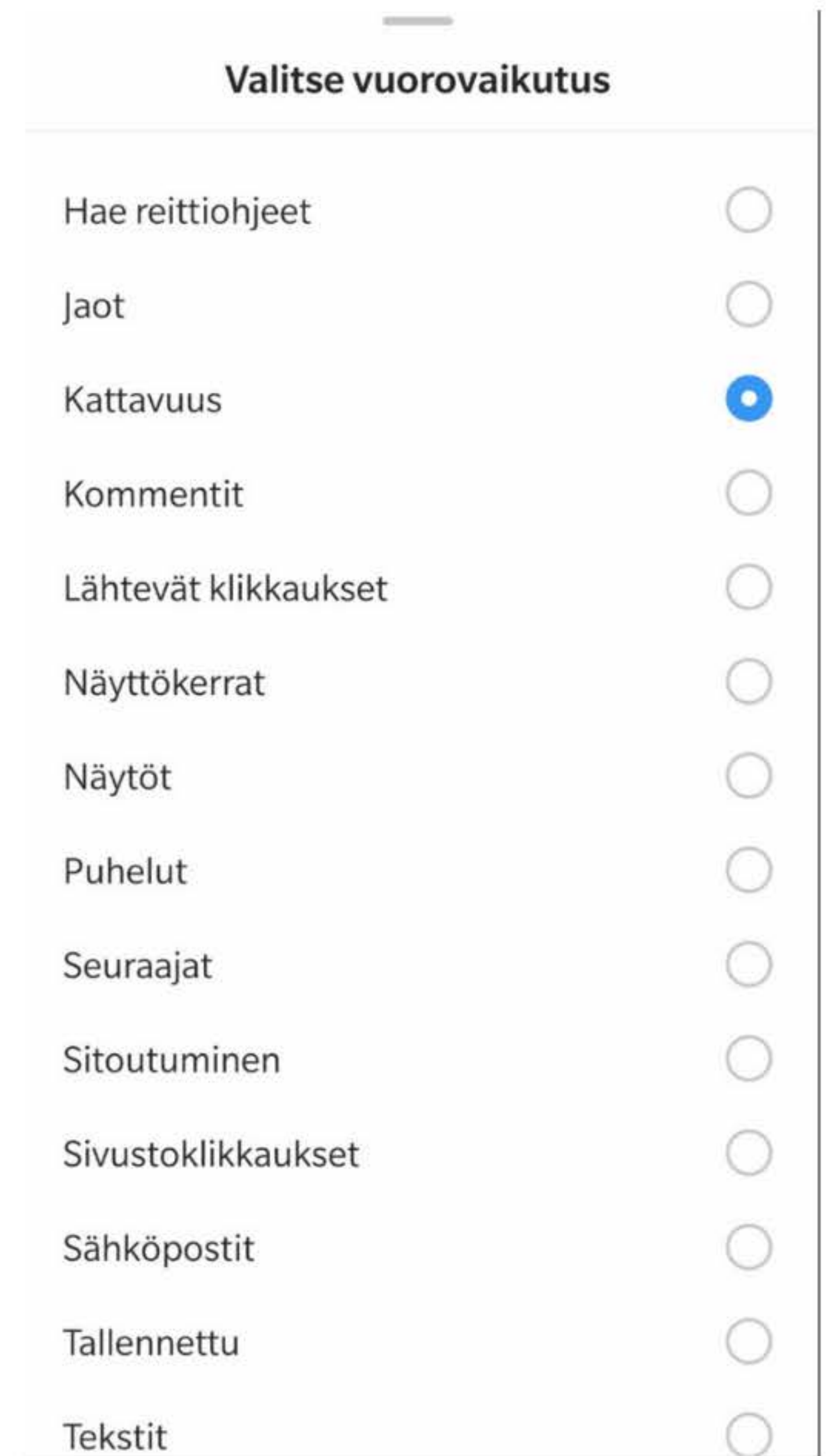
Tänä päivänä

Päivälleen 1 vuosi sitten.

Jaa



Julkaisujen tiedoista voit katsoa omien julkaisuiden aikaansaamaa sitoutuneisuutta (= kommentit, tykkäykset), kattavuutta (kuinka moni yksittäinen käyttäjä on nähnyt kuvan), kuvan aikaansaamia kommentteja ja muita toiminnallisuuksia.



Kävijätiedot

FLUMENIA

flumenia

SISÄLTÖ

TOIMINTA

KOHDERYHMÄ

Yleiskatsaus

10 tällä viikolla jakamaasi julkaisua ja tarinaa

-3 vs. tammik. 05 - tammik. 11

Julkaisut

Näytä kaikki

Milainen on unelmaasiakas?

176

Syötejulkaisut lajiteltuna näyttökertojen mukaan.

Luo julkaisu

Kävijätiedot

SISÄLTÖ

TOIMINTA

KOHDERYHMÄ

Parhaat sijainnit

Kaupungit

Maat

Jyväskylä

Helsinki

Tampere

Espoo

Oulu

Ikäryhmä

Kaikki

Miehet

Naiset

13-17

18-24

25-34

35-44

45-54

55-64

65+

Sukupuoli

Kävijätiedot

SISÄLTÖ

TOIMINTA

KOHDERYHMÄ

Tutki

222

Tavoitetut tilit kohteesta tammik. 12 - tammik. 18

su

ma

ti

ke

to

pe

la

Kattavuus

-36 vs. tammik. 05 - tammik. 11

222

Näyttökerrat

-148 vs. tammik. 05 - tammik. 11

857

Toiminnot

16

Tilisi toiminnot tammik. 12 - tammik. 18

FLUMENIA

LinkedIn

LinkedIn – ei pelkkä sähköinen CV

Vuonna 2003 perustettu ammatilliseen verkostoitumiseen ja työnhakuun tarkoitettu sosiaalisen median alusta ja mobiilisovellus. LinkedIn-palvelulla on mahdollista tavoittaa n. 1,6 miljoonaa suomalaista käyttäjää kuukausittain.

Yrityksen markkinointiin, myyntiin ja rekrytointiin tarkoitetut työkalut

- Yrityssivu, työpaikat ja mainonta

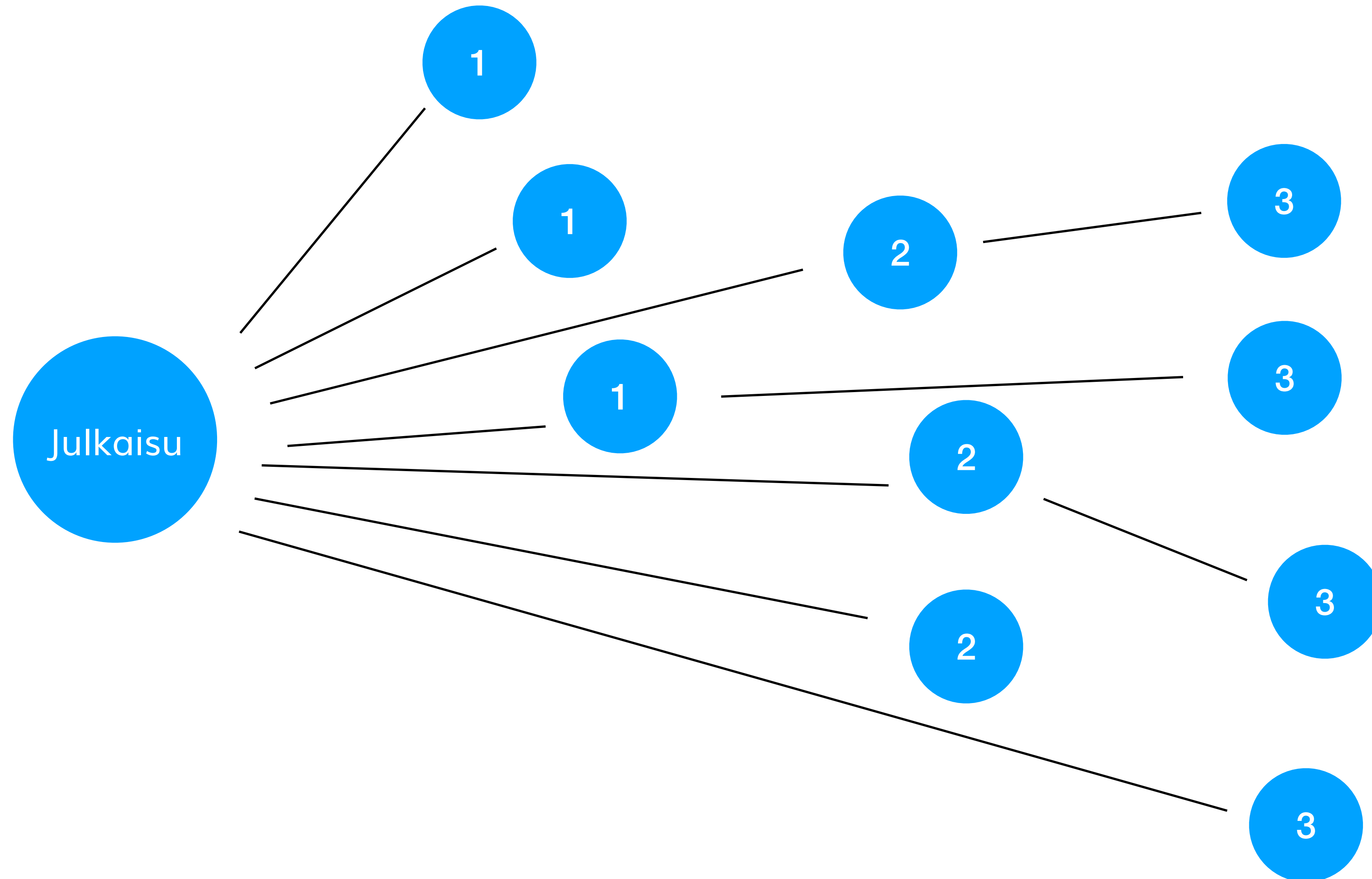
Oma henkilökohtainen profiili

- Oman tavoitteen mukaiseen tarpeeseen: Asiantuntijuus, Social Selling, verkostoituminen, työnhaku, kollegan etsiminen, mikä muu?

<https://www.markkinointimaestro.fi/linkedin-tilastot-2022>

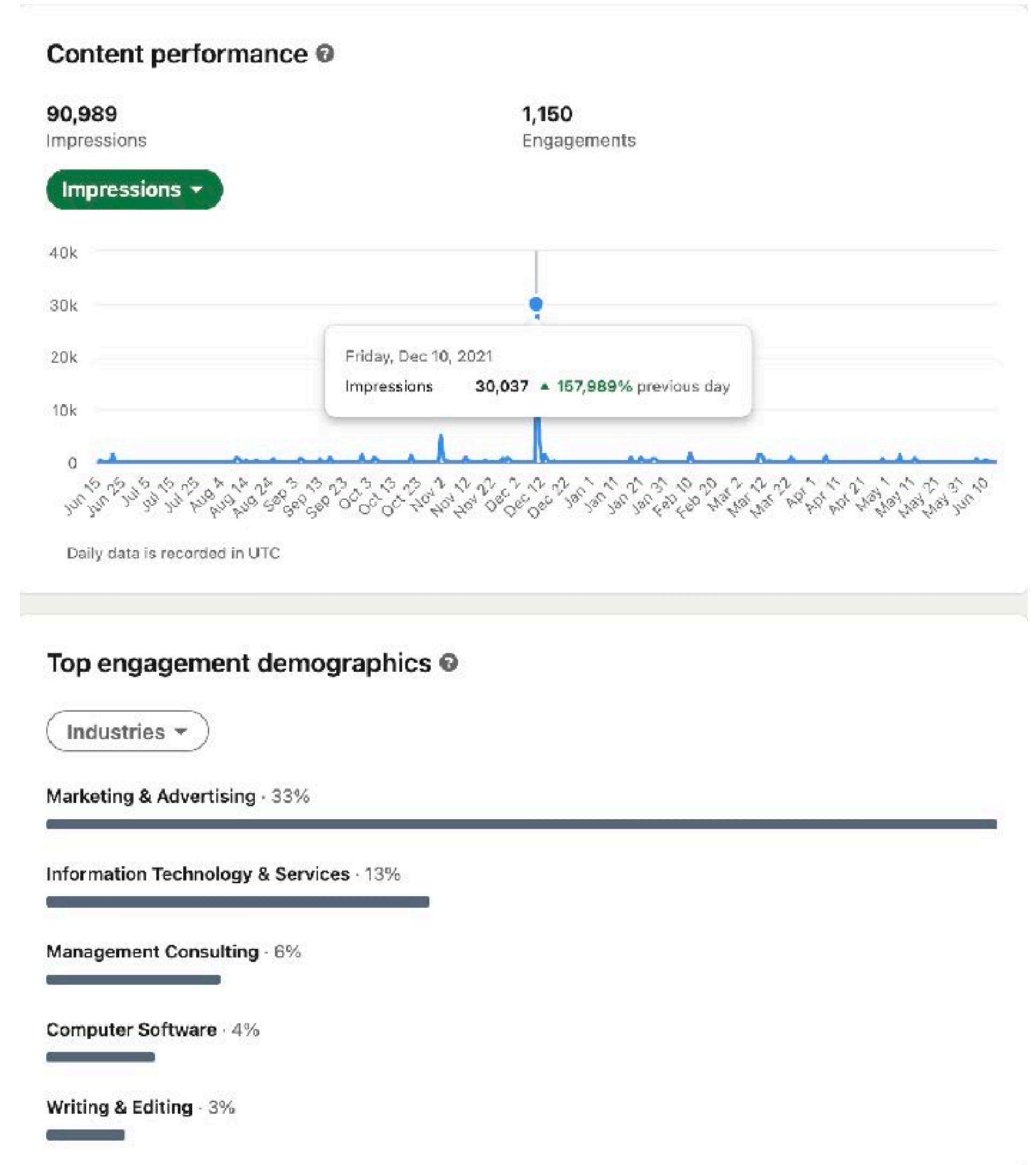
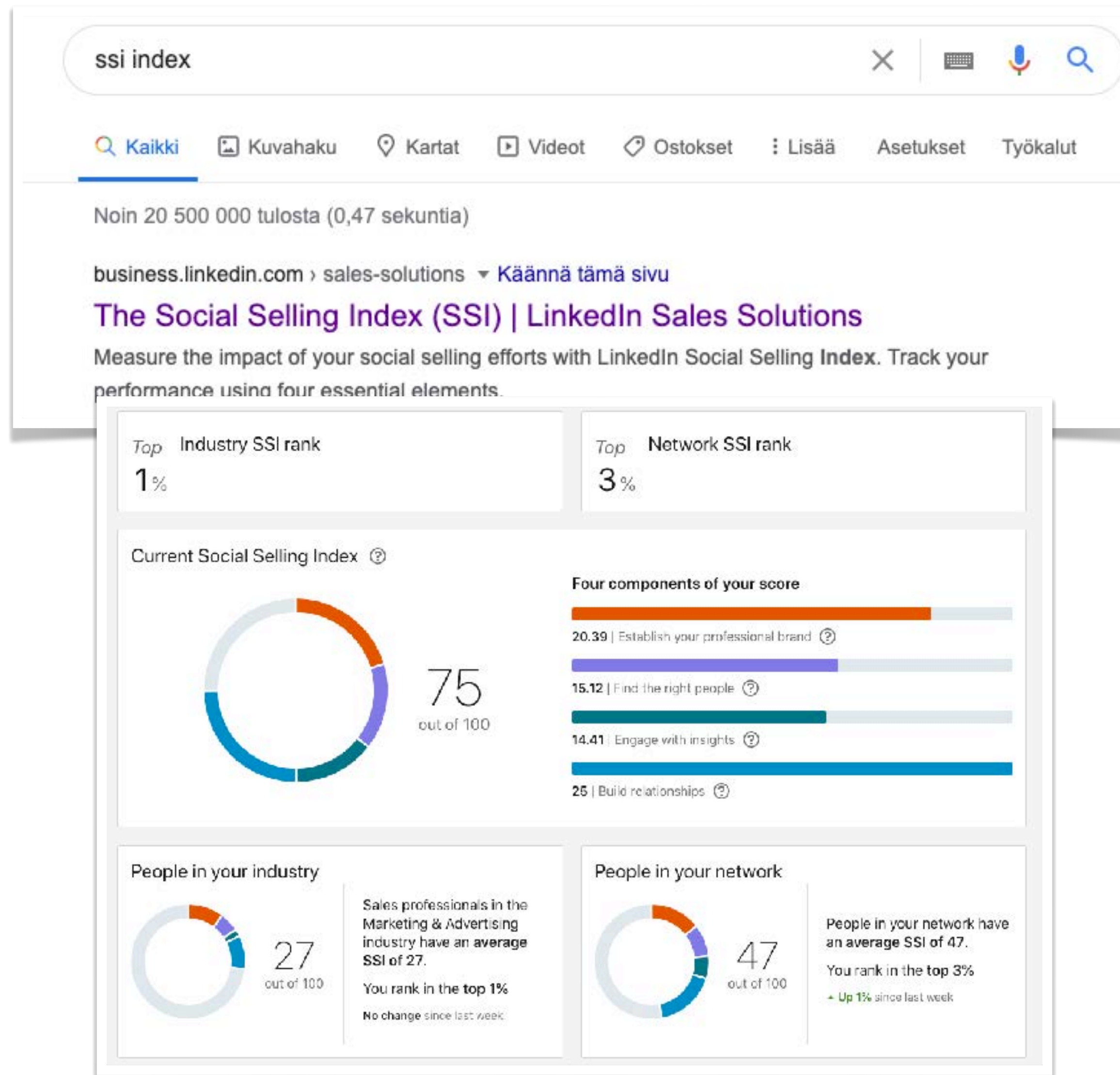


Verkoston efekti tunnettuuden kasvattamisessa



Haluatko seurata edistymistä?

SSI index kertoo lähtötilanteen.



FLUMENIA

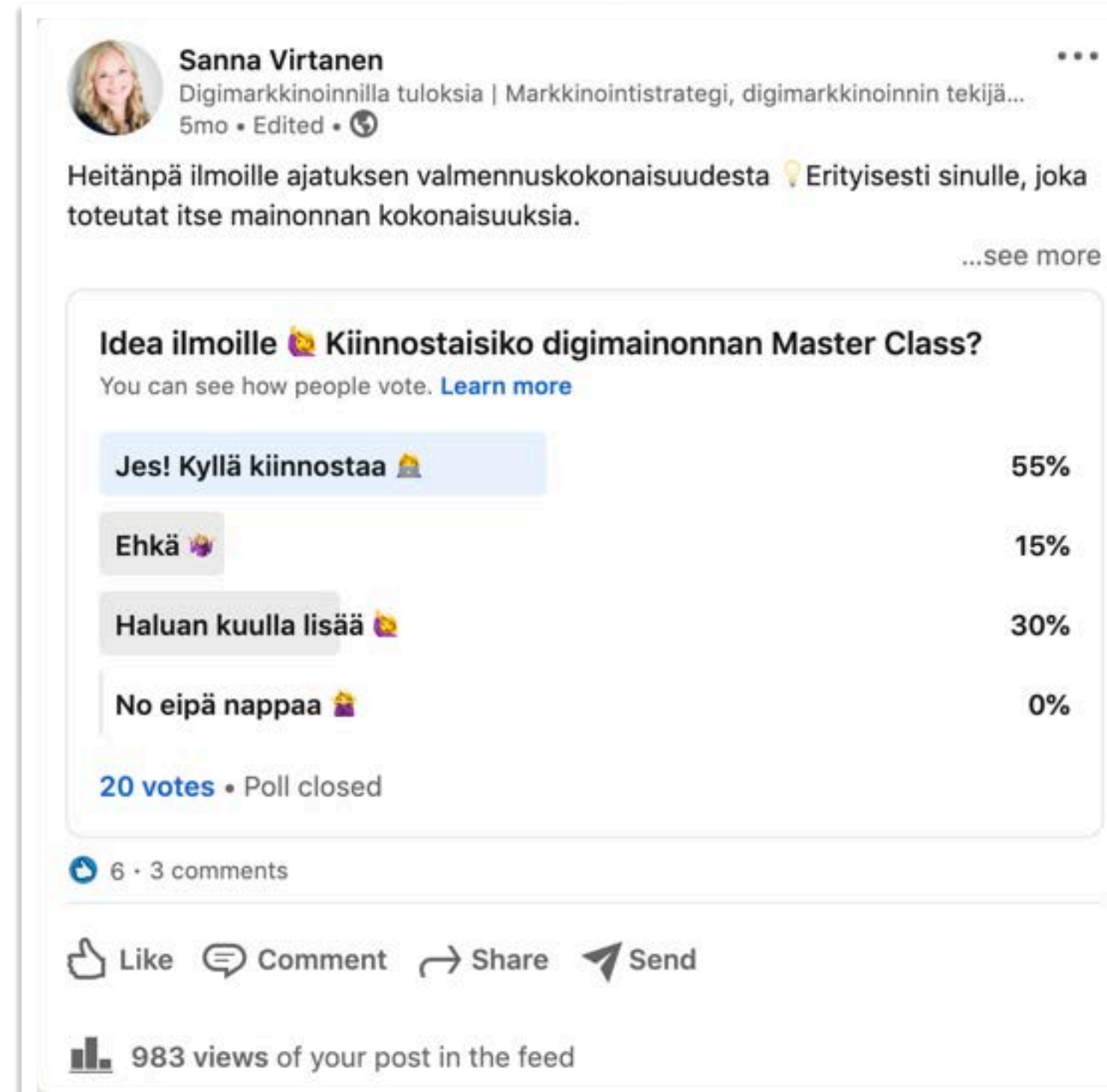
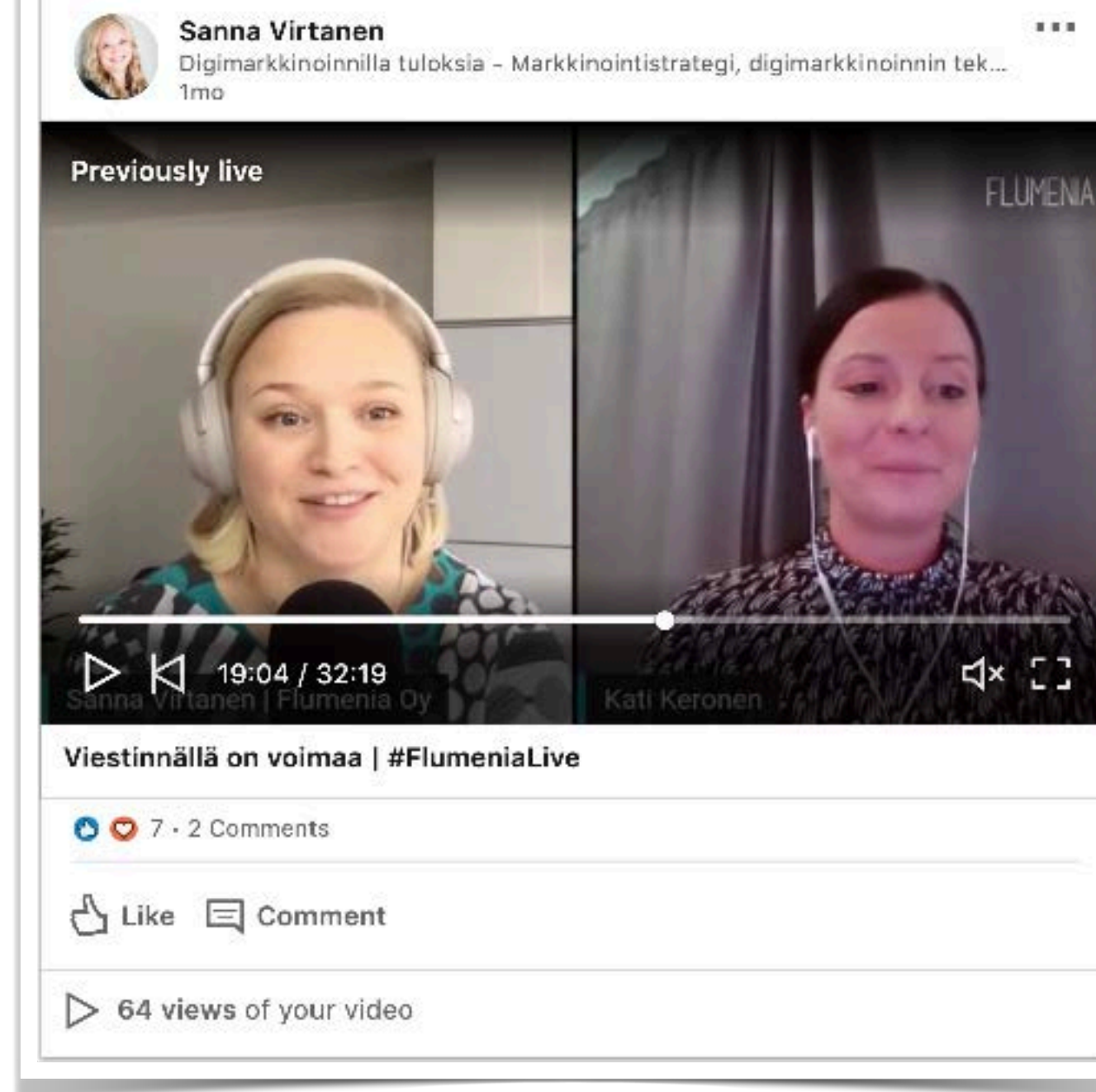
Mikä on tavoitteesi?

FLUMENIA

LinkedIn ❤️ Sisältö

Löydä oma äänesi – LinkedInin sisältömuodot

- Päivitykset omassa ja/tai yrityksen profiilissa
 - Kuvat, videot, tekstit, dokumentit
- LinkedIn-tapahtumat
- LinkedIn Live
- Ryhmät
- Aihetunnisteiden kautta syntyneet keskustelut
- Kyselyt



Esimerkki – omaan toimialaan liittyvä keskustelu/sisältö

Asiantuntijuuden esiintuominen

- Asiakkaiden usein kysymät kysymykset?
- Mikä on juuri sinun osaamisesi “salaisuus”?
- Mitä alasta olevia yleisiä harhaluuloja haluaisit korjata?
- Mitkä asiat alallanne koetaan “ongelmalliseksi” – ja miten sinä voit näissä auttaa?
- Mikä asiakasta kiinnostaa ja millä perustelet sen, että juuri teidät kannattaisi valita?
- Tunnistatko vuosittain toistuvat teemat?
- Tapahtumasta / webinaarista saamasi oivallukset

Jos haluat jakaa ajatuksesi lyhyesti — kun haluat tarkastella aihetta laajemmin

Create a post



Sanna Virtanen

Anyone

What do you want to talk about?

Add hashtag



Anyone

Post

Celebrate an occasion

Share that you're hiring

Find an expert

Create a poll

Offer help

Share a goal

Start a post

Photo

Video

Event

Write article

HomeMy NetworkJobsMessagingNotificationsMe

NormalB I U



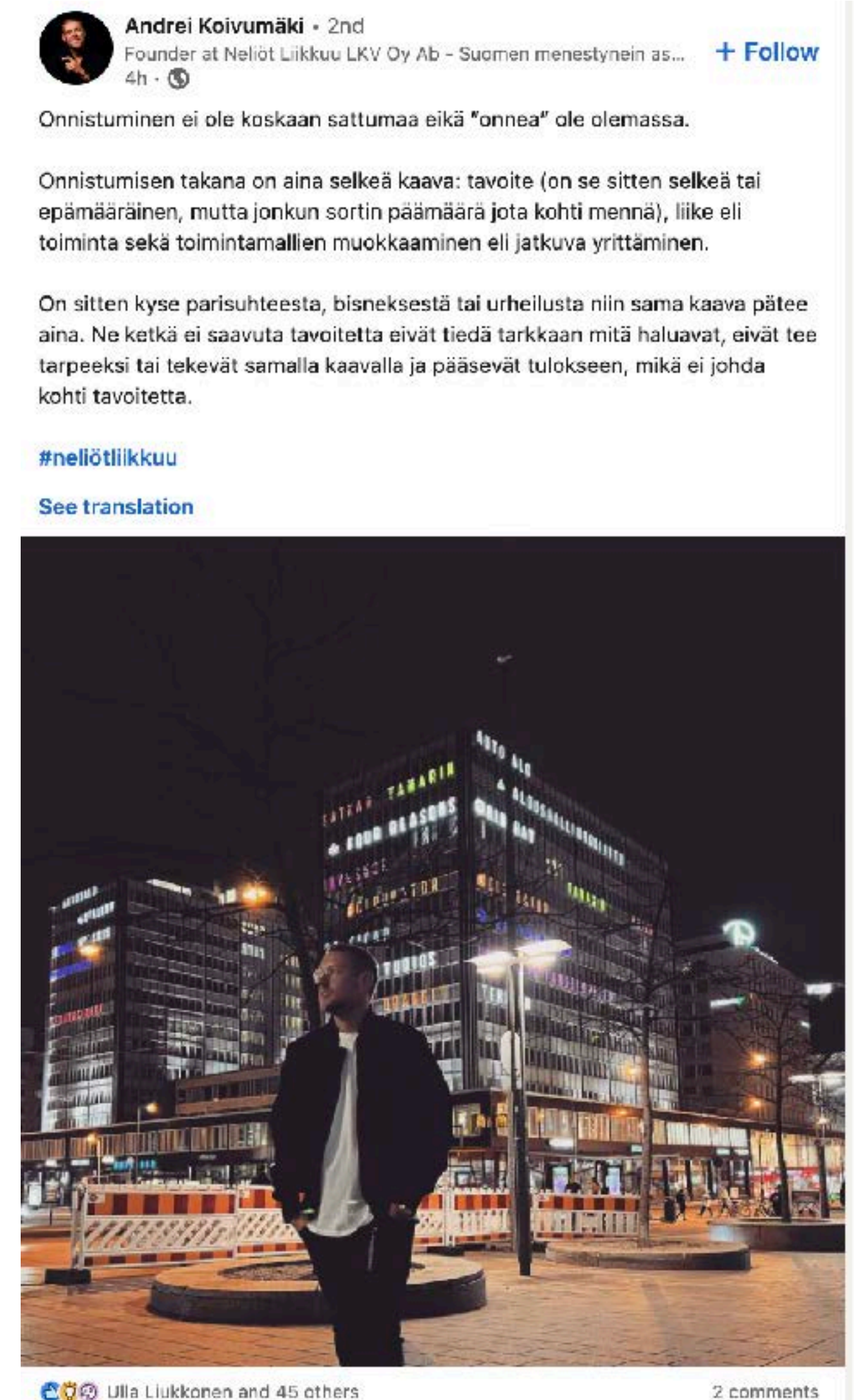
Miten hankin markkinointipalveluita?



- Määrittele oma lähtötilanne ja toiveesi siitä, millaisia tuloksia yhteistyönne tuottaa?

Päivitykset – tämän hetken toimivimmat muodot

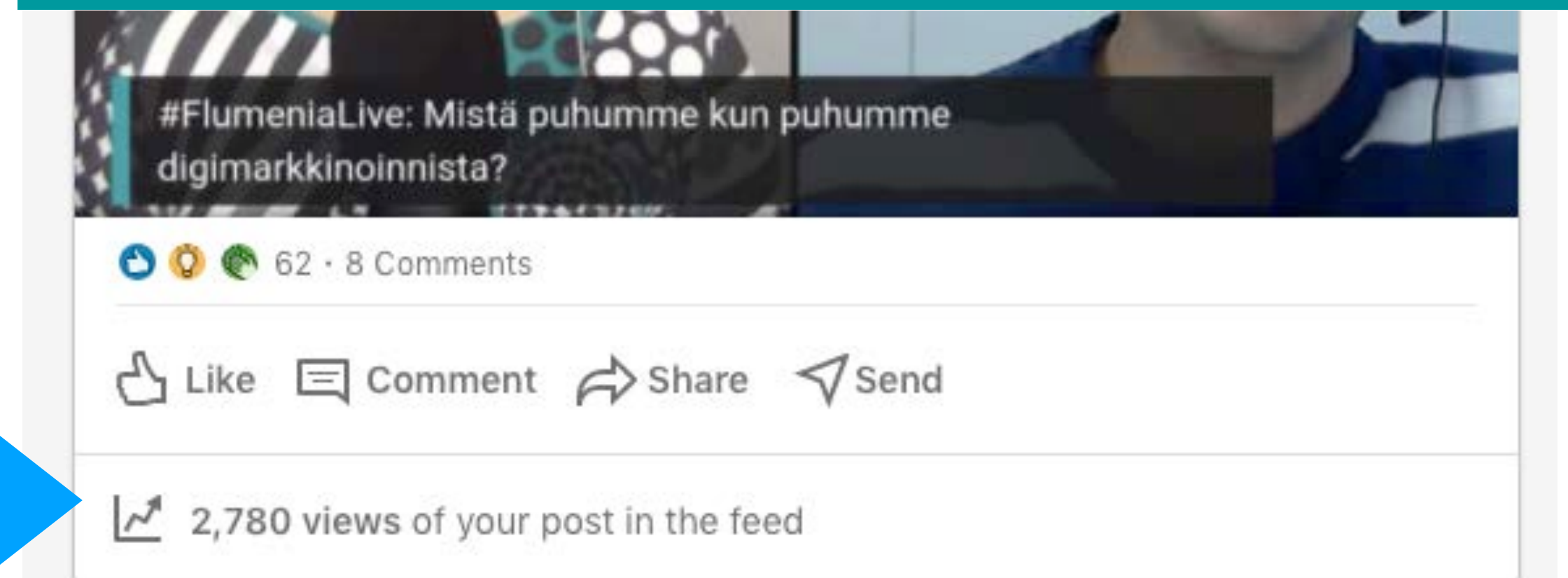
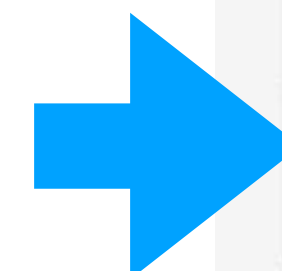
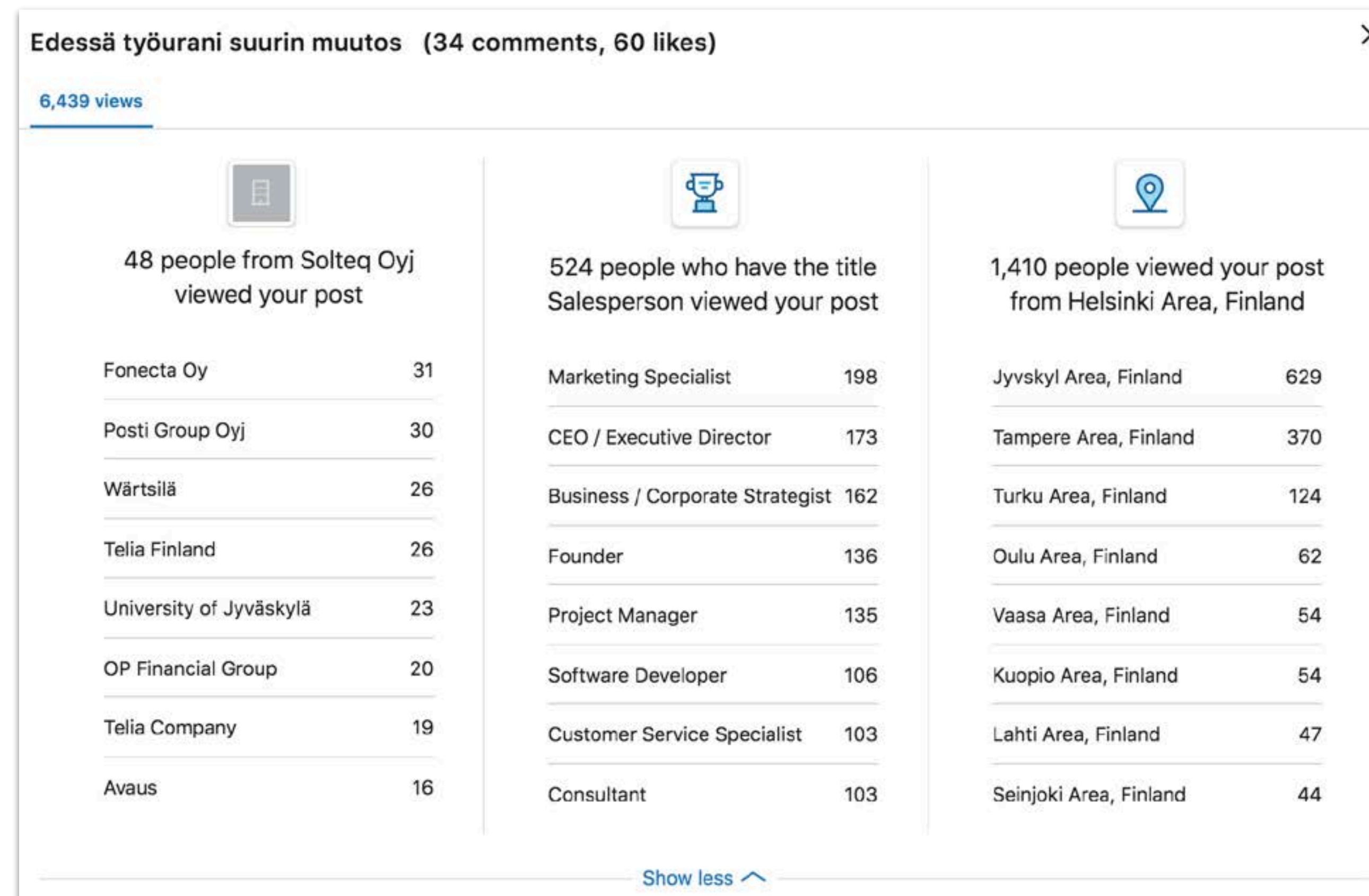
- LinkedIn “Dwell Time”
- Sisällöt, jotka saavat käyttäjän pysähtymään
 - Pitkät tekstijulkaisut, asian herättely julkaisun alussa
 - “mikrosisällöt” kuvakarusellina tai videot
- Käyttäjien pysyminen alustalla - linkkien esikatselu pois ja linkki kommenttiin (?)
- Kuvia kannattaa käyttää harkiten - erottuvat & hyvää fiilistä tuovat.
- “Paras aika” julkaisulle on aamupäivällä klo 8-10 välissä.
- Jaetun päivityksen heikko näkyvyys = eli pyri julkaisemaan päivitys omassa profiilissa
- Käyttäjän (henkilö/yritys) taggääminen @-merkin avulla



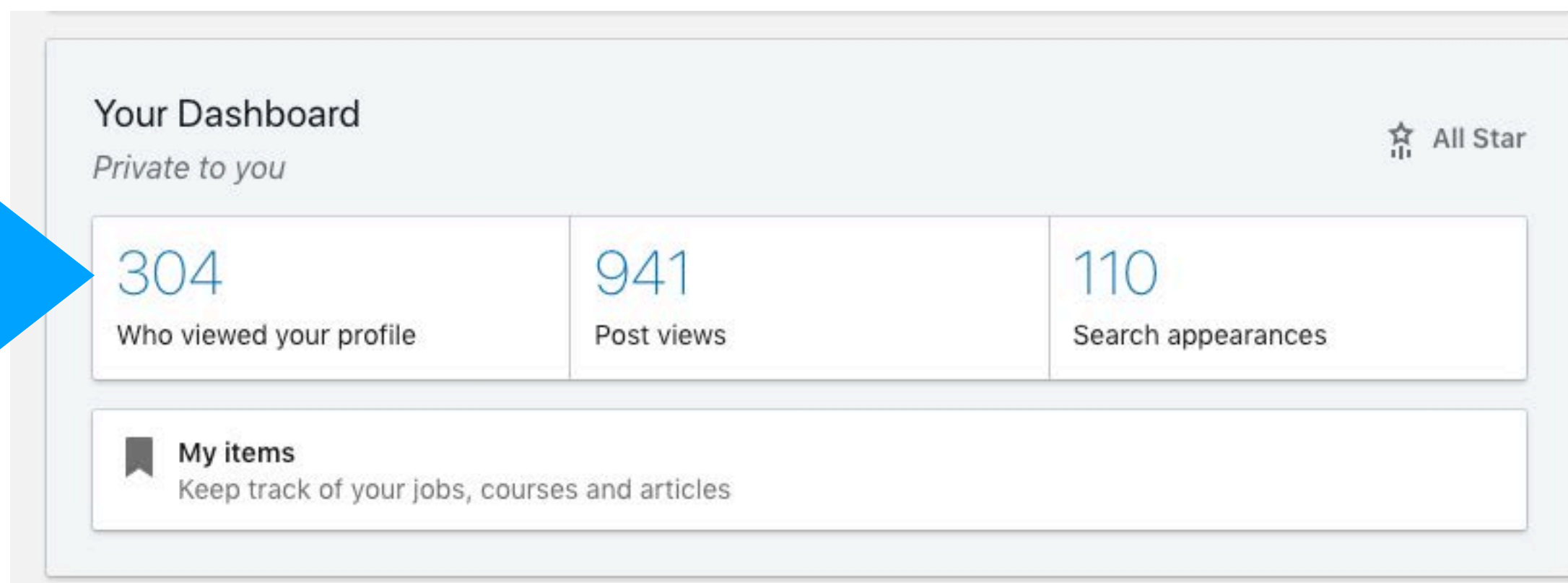
Flumenia

Löydä oma äänesi – LinkedInin sisältömuodot

Yksittäisen päivityksen tilastot saat
näkyviin päivityksen yhteydessä



- Kuka kurkkii?
 - Maksuttomassa versiossa 5 viimeisintä vierailua
 - Huom! Voit itse määritellä miten oma profiili näkyy vierailussa.
 - Löydät tämän oman profiilin kohdasta Your Dashboard > Who viewed your profile



Who viewed your profile

295 profile viewers in the past 90 days **+46%** since last week



Hide trends ^

All profile viewers

23 interesting views

2 work at Tieto

5 work at GRADIA

2h

Unlock the rest of your profile views with Premium

Tuomo and millions of other members use Premium

Reactivate Premium

Connect

5h

Message

10h

Someone at [redacted]

Follow Zoner Oy

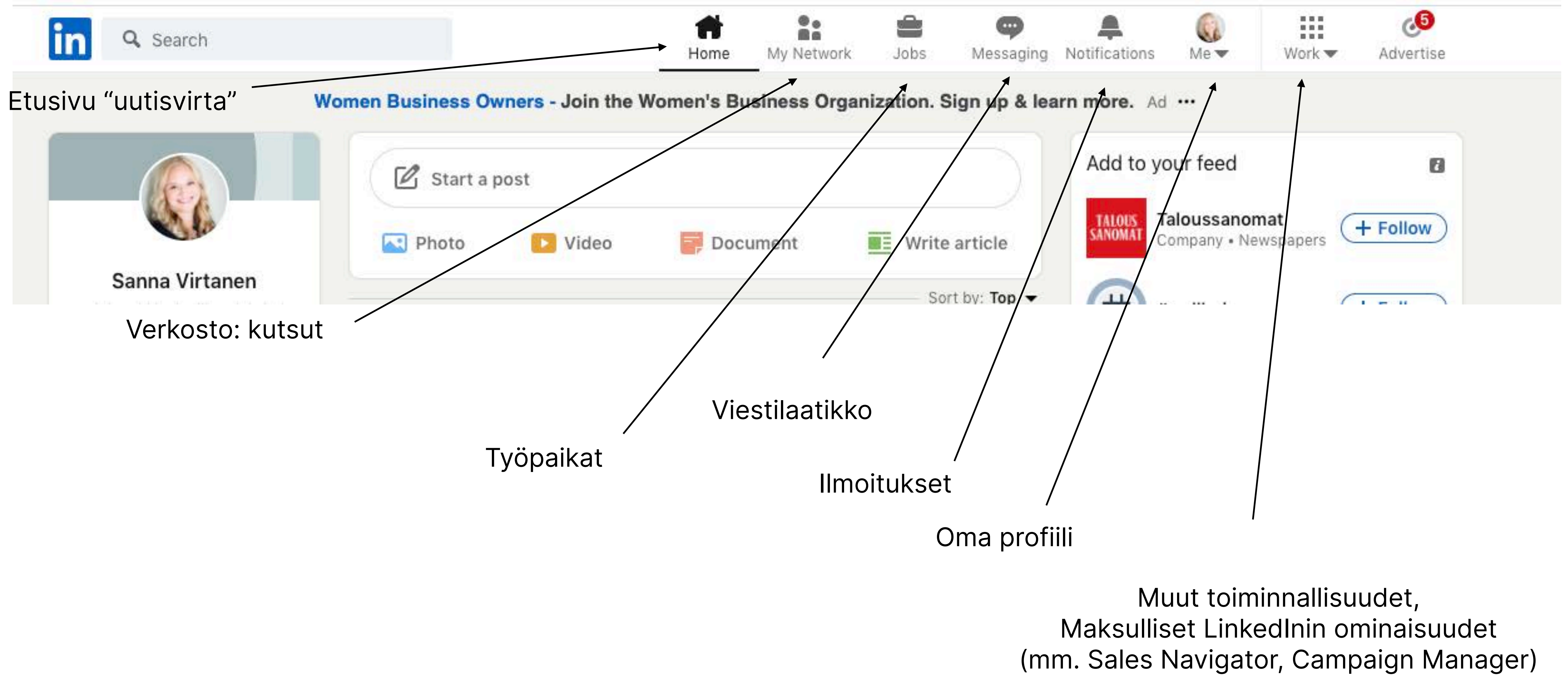
Follow

2 LinkedIn Members

These people viewed your profile in Private Mode

Learn more

Flumenia





Sanna Virtanen

Digimarkkinoinnilla tuloksia |
Markkinointistrategi,
digimarkkinoinnin tekijä &
kouluttaja | Founder @Flumenia
Oy

Who viewed your profile 302

Views of your post 2,636

Access exclusive tools & insights
Reactivate Premium

My items

My pages (11)

See all my pages

Recent

Viestinnällä on voimaa | #...

Strategiasta viestimässä

Mistä puhumme kun puhu...

Miksi meillä on aina kiire?...

Markkinoinnin ja myynnin ...

Start a post

Photo

Video

Event

Write article

Sort by: Top

Top

Recent

Add to your feed



Verohallinto
Company • Government
Administration

+ Follow



#jobs

+ Follow

Promoted



Marketing manager?
Try this powerful, flexible & intuitive
marketing management tool



Musicbed Song Research
We'll find the perfect song for your
project, and we'll do it at no cost.



Running a webinar soon?
Download LinkedIn's Winning
Formula to Webinar promotions

About Accessibility Help Center

Privacy & Terms Ad Choices

Advertising Business Services

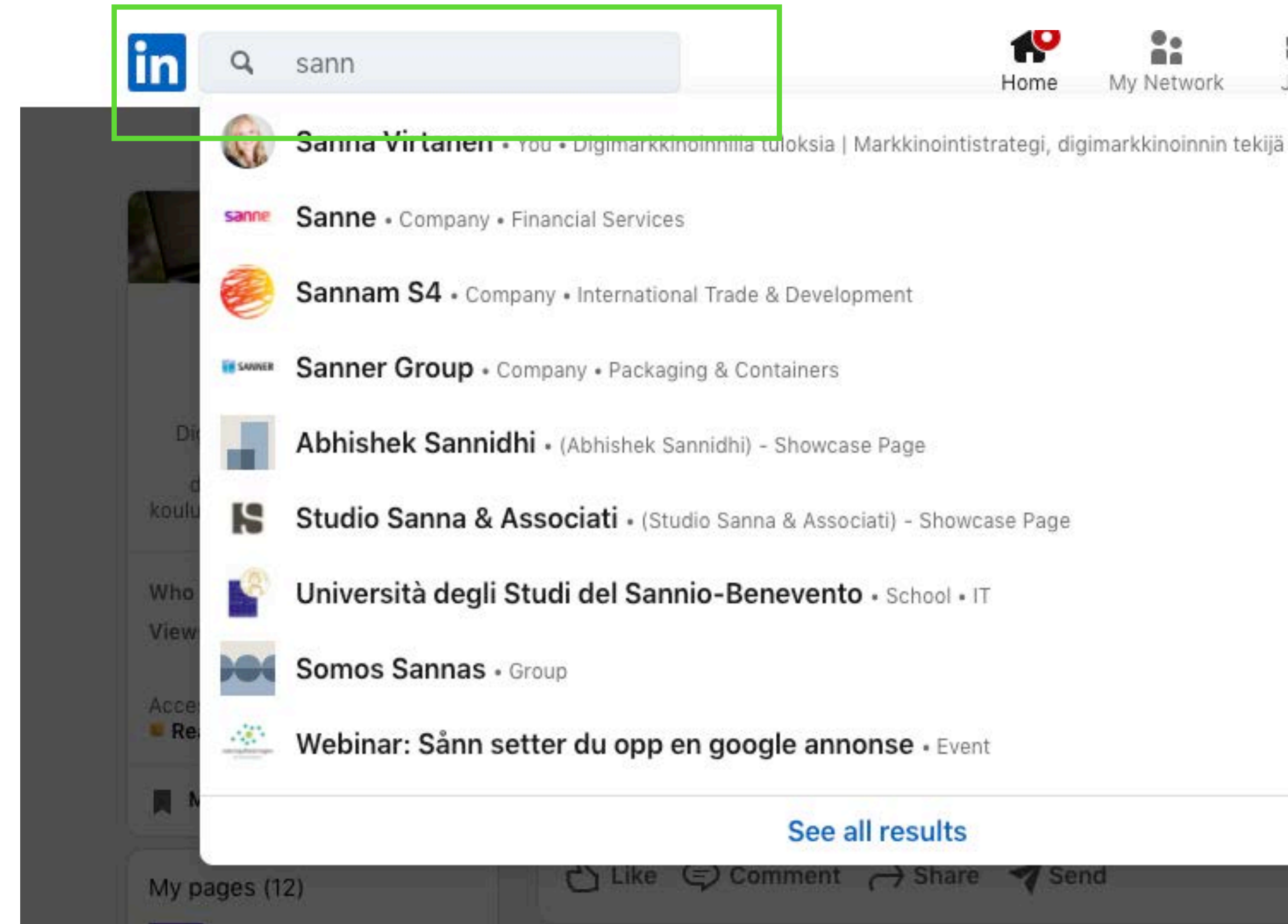
Get the LinkedIn app More

LinkedIn Corporation © 2020

Voit vaihtaa
tietokoneen
näkymässä
uusimmat/
suosituimmat
julkaisut

Verkostoituminen ja kutsut

- Kutsun lähettäminen – Hakukentän kautta henkilön hakeminen.
- Kutsun lähettäminen henkilökohtaisesta profiilista.
- Saatetekstin lisääminen kutsun yhteyteen on hyvä tapa esitellä itsensä ja kertoa miksi lähetät kutsun?



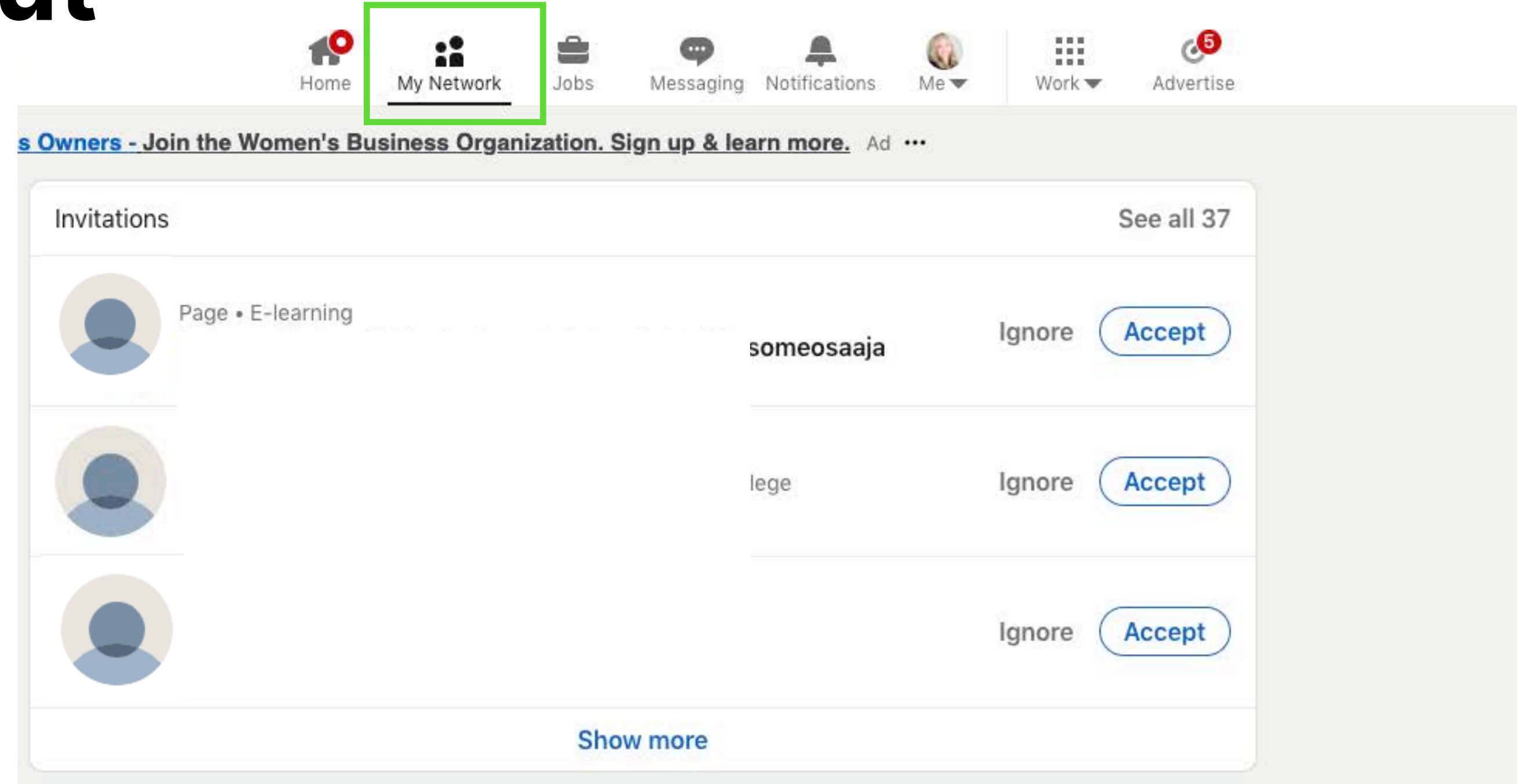
Connect

Message

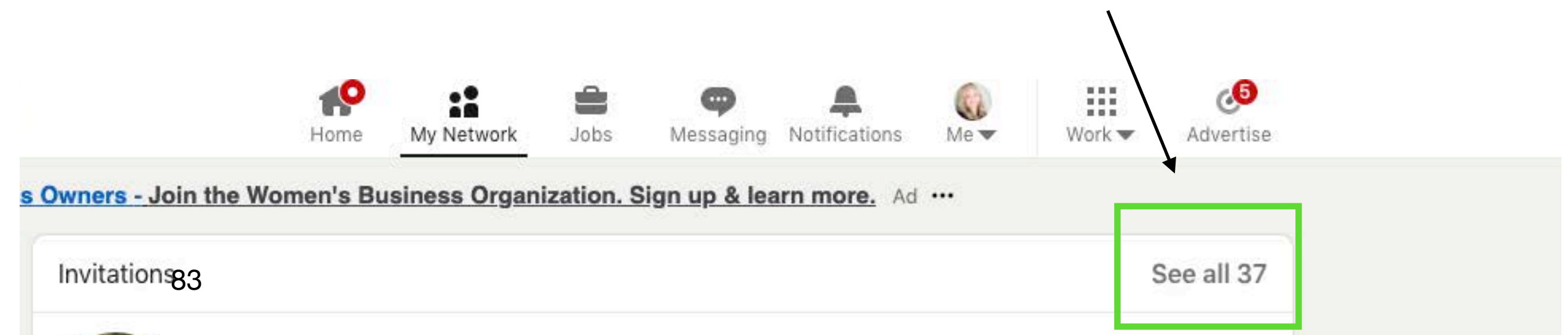
More...

Verkostoituminen ja kutsut

- My Network -valikon takaa näet sinulle tulleet kutsut ja lähetetyt kutsut.
- Henkilökohtainen verkostoituminen
- Kutsu yrityssivun seuraamiseen
- Kutsu LinkedIn-tapahtumaan osallistumiseen



“See all” takaa näet myös lähettämäsi kutsut (Sent).
Jos olet laittanut kutsun vahingossa, voi sen poistaa



Viestilaatikko

- Voit lähettää maksutta viestejä omalle verkostolle (“1-tason” kontaktit).
- Premium-versiossa viestintää (Inmailin) kautta potentiaalisille kontakteille.

FLUMENIA

Yrityssivun merkitys LinkedInissä

Flumenia

- Voit luoda yrityksellesi oman sivun. Sivulle voit julkaista ajankohtaisia sisältöjä yrityksen toimintaan liittyen ja ne näkyvät sivun seuraajille.
- Parhaimman hyödyn yrityssivusta saa silloin kun markkinoinnissa on mukana esimerkiksi maksullista mainontaa LinkedInissä (= tavoittaa uuden yleisön).
- Voit kutsua verkostossasi olevia LinkedIn-käyttäjiä yrityssivusi seuraajaksi. Tämä toiminto näkyy vain sivun ylläpitäjille. Pääset kutsumaan verkostoasi yrityssivun ylläpitäjän näkymän sivun oikeasta reunasta. Voit lähettää korkeintaan 250 kutsua.

The screenshot displays the LinkedIn profile of 'Digimarkkinointitoimisto Flumenia Oy'. The page is viewed from a 'Super admin' perspective. At the top, navigation tabs include Home, Products, Content, Analytics (selected), and Activity. A 'View as' button is in the top right. Below the navigation bar, a 'Set up your Page' section shows progress bars for various features. A dropdown menu is open, listing 'Visitors', 'Followers', 'Leads', 'Updates', and 'Competitors'. The main header features the Flumenia logo and a photo of five people sitting on a couch. Below this, the company name 'Digimarkkinointitoimisto Flumenia Oy' is displayed, along with a description: 'Me autamme kasvuyrityksiä ja markkinoinnin tekijöitä onnistumaan tavoitteellisessa markkinoinnissa.' and location information: 'Technology, Information and Internet · Jyväskylä · 207 followers'. On the right side of the header are 'Edit Page' and 'Share' buttons. The main content area includes an 'Analytics' section showing '29 Search appearances' (down 54%) and '14 Unique visitors' (down 41.7%) for the last 30 days. Below this is a 'Start a post' section with options for Photo, Video, Poll, and Write article. Further down are buttons for 'Page posts', 'Hashtags', 'Employee posts', and 'Ads'. On the far right, a 'Grow your followers' section indicates '250/250 credits available' and includes an 'Invite connections' button.

FLUMENIA

Oman profiilin “tuunaus”

LinkedIn Creator Mode

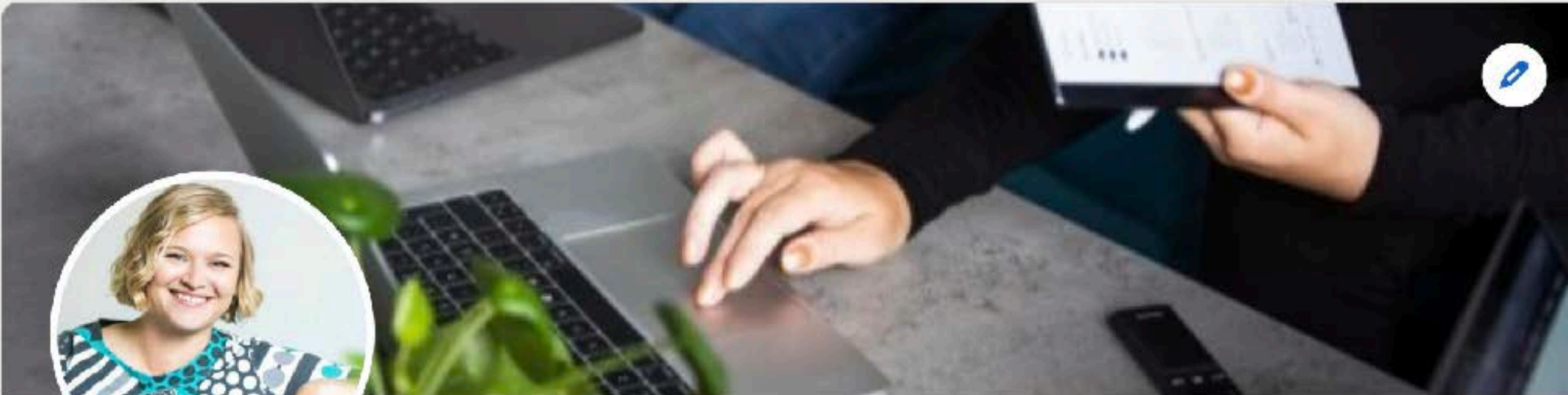
- Saat käyttöösi sisällöntuottajan työkalut: Live-videot (ei oletuksena), uutiskirje
- Saat käyttöösi laajemmat tilastot päivityksistä (+ mistä toimialoilta/ yrityksistä sisältöihin sitoutuneet ovat, ammattinimike)
- Sivustolinkit, aihealueet sekä LinkedInin suositukset

Resources

👁 Private to you

📡 **Creator mode** On

Get discovered, showcase content on your profile, and get access to creator tools



Sanna Virtanen
Digimarkkinoinnilla tuloksia | Markkinointistrategi, digimarkkinoinnin tekijä & kouluttaja | CEO @Flumenia Oy ❤️
Talks about #digimarkkinointi, #sisältömarkkinointi, #strateginenmarkkinointi, and #markkinoinninmittaaminen
Greater Jyväskylä Area · [Contact info](#)
www.flumenia.fi
2,024 followers · 500+ connections

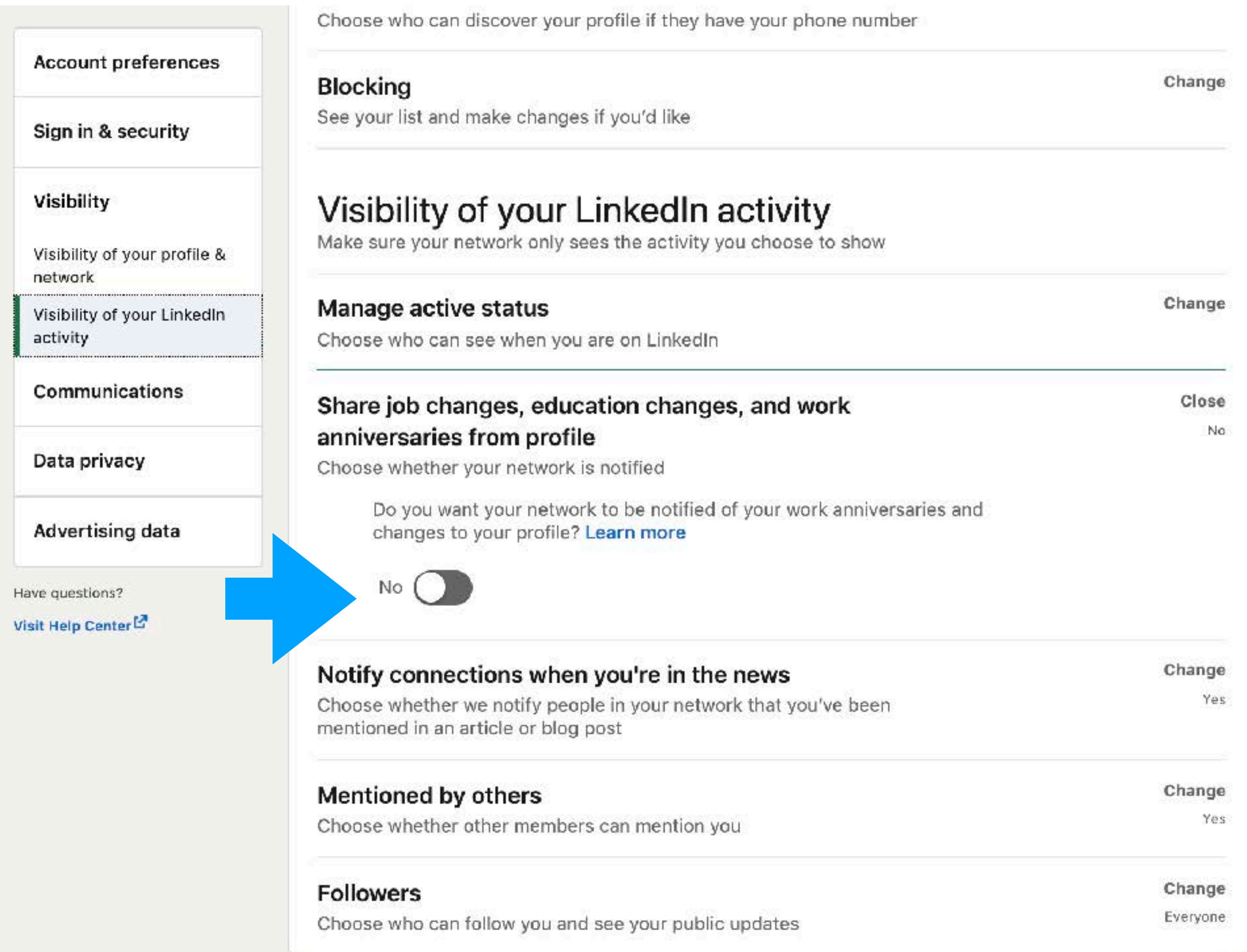
[Open to](#) [Add profile section](#) [More](#)

Providing services
Marketing Strategy, Growth Marketing, Digital ...
[See all details](#)

Digimarkkinointitoimisto Flumenia Oy

Tampere University of Applied Sciences

Share that you're hiring and attract qualified candidates.
[Get started](#)



The screenshot shows the LinkedIn account preferences page. On the left is a sidebar with menu items: Account preferences, Sign in & security, Visibility, Visibility of your profile & network, Visibility of your LinkedIn activity (highlighted with a blue arrow), Communications, Data privacy, and Advertising data. The main content area is titled 'Choose who can discover your profile if they have your phone number'. It contains several sections: 'Blocking' with a 'Change' link; 'Visibility of your LinkedIn activity' with a subtitle 'Make sure your network only sees the activity you choose to show'; 'Manage active status' with a 'Change' link; 'Share job changes, education changes, and work anniversaries from profile' with a 'Close' button and a 'No' option; a toggle switch for 'Do you want your network to be notified of your work anniversaries and changes to your profile?' (set to 'No'); 'Notify connections when you're in the news' with a 'Change' link and a 'Yes' option; 'Mentioned by others' with a 'Change' link and a 'Yes' option; and 'Followers' with a 'Change' link and an 'Everyone' option.

Profiilin luominen:

<https://www.flumenia.fi/linkedin-profiilin-luominen/>

Tärkeimmät tiedot:

- Tarkista että sähköposti on oikein (Sign in & security), suositus on, että käytössä on 2-step verification = saat tekstiviestillä koodin kirjautumisen yhteydessä.
- Jos teet paljon muutoksia profiiliin, ota pois käytöstä asetus, joka ilmoittaa muutoksista verkostollesi.

LinkedInistä ei ole saatavilla suomenkielistä käyttöliittymää, mutta asetukset saattavat olla suomeksi.



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.



Sanna Virtanen

Digimarkkinoinnilla tuloksia - Markkinointistrategi,
digimarkkinoinnin tekijä & kouluttaja | Founder
@Flumenia Oy ❤️

Greater Jyväskylä Area · 500+ connections

[Join to Connect](#)

Contact Sanna for services

Digital Marketing, Social Media Marketing, Search Engine Marketing (SEM), Marketing Consulting, Lead Generation, Content Marketing, Marketing Strategy, and Growth Marketing

[See all details](#)

 **Digimarkkinointitoimisto
Flumenia Oy**

 **Tampere University of Applied
Sciences**

[Company Website](#)

About

Digitaalinen markkinointi vaatii uudenlaista tapaa toimia sekä tuottaa sisältöä. Haluan tuottaa osaamisellani tuloksia, joita ei mitata vain klikkauksilla ja näytöillä vaan aidosti liiketoimintaan vaikuttavilla ja mitattavilla toimenpiteillä. Digimarkkinoinnissa ei ole luvassa pikavoittoja vaan kokonaisuus ratkaisee.

Edit your custom URL

Personalize the URL for your profile.

[www.linkedin.com/in/sannavirtanen](#) [Edit](#)

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.

If you have switched to a creator profile, then unselecting Public or hiding photos, headline, summary, or articles & activity will remove that feature from your profile.

[Learn more](#)

Your profile's public visibility On ☒

Basic (required)

☒ Name, number of connections, and region

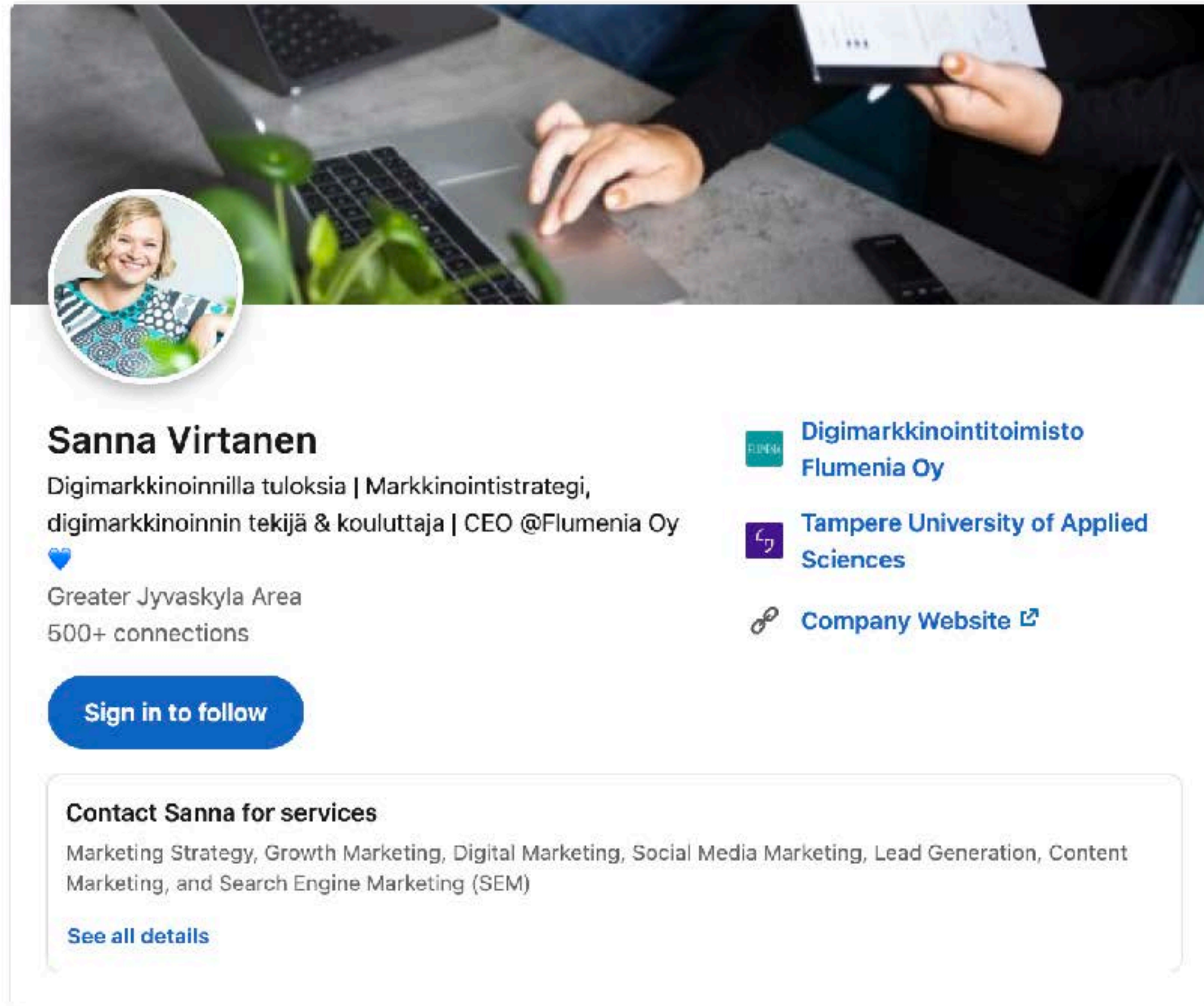
Profile Photo

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

☐ Your network
Your connections, up to three degrees away from you.

Muokkaa oma URL

Oma profiili voidaan asettaa julkinen/piilotettu ja voit itse määrittää mitä tietoja profiilistasi voidaan lukea, myös silloin kun käyttäjä ei ole LinkedInissä.



The image shows a LinkedIn profile for Sanna Virtanen. The header features a circular profile picture of a smiling woman and a large background image of hands working on a laptop. The profile name 'Sanna Virtanen' is prominently displayed, followed by her title 'Digimarkkinoinnilla tuloksia | Markkinointistrategi, digimarkkinoinnin tekijä & kouluttaja | CEO @Flumenia Oy'. Below this, it indicates her location as 'Greater Jyväskylä Area' and shows '500+ connections'. To the right, there are links to her company 'Digimarkkinointitoimisto Flumenia Oy', her university 'Tampere University of Applied Sciences', and her 'Company Website'. A blue button labeled 'Sign in to follow' is positioned below the connection information. At the bottom, a section titled 'Contact Sanna for services' lists various marketing services and includes a link to 'See all details'.

Sanna Virtanen
Digimarkkinoinnilla tuloksia | Markkinointistrategi,
digimarkkinoinnin tekijä & kouluttaja | CEO @Flumenia Oy
Greater Jyväskylä Area
500+ connections

[Sign in to follow](#)

Contact Sanna for services
Marketing Strategy, Growth Marketing, Digital Marketing, Social Media Marketing, Lead Generation, Content Marketing, and Search Engine Marketing (SEM)
[See all details](#)

About

Digitaalinen markkinointi vaatii uudenlaista tapaa toimia sekä tuottaa sisältöä. Haluan tuottaa osaamisellani tuloksia, joita ei mitata vain klikkauksilla ja näytöillä vaan aidosti liiketoimintaan vaikuttavilla ja mitattavilla toimenpiteillä. Digimarkkinoinnissa ei ole luvassa pikavoittoja vaan kokonaisuus ratkaisee.

LinkedIn-profiili rakentuu seuraavista osa-alueista:

- Edustava kuva - ensivaikutelma on tärkeä!
- Sopiva taustakuva
- Hyvä otsikointi - voi olla eri kuin titteli + yritys
- Omien tavoitteiden mukainen yhteenveto. Lisää mukaan myös kehoite yhteydenottoon ja yhteystiedot.

Analytics

Private to you

85 profile views

Discover who's viewed your profile.

1,713 post impressions

Check out who's engaging with your posts.

Past 7 days

82 search appearances

See how often you appear in search results.

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.

Show all 5 resources →

Featured

Post

Meillä on rekry käynnissä ja siihen liittyen mainitsin toivee...



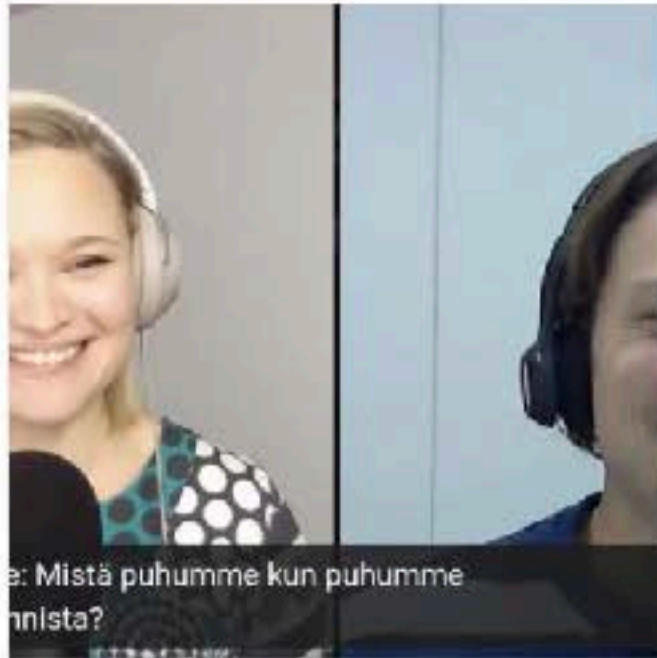
Tulevaisuuden markkinoinnin osaaja – T-mallin markkinoija

flumenia.fi • 3 min read

38 7 comments

Post

Mistä sitten puhuttiin kun puhuttiin digimarkkinoinnista?...



Linkin lisääminen Instagram-tarinaa

64 8 comments

Post

"Linkki biossa" kikkailu on nyt ohi! 🙌 Pystyt jatkossa...



Linkin lisääminen Instagram-tarinaa

108 24 comments

LinkedIn-profiili rakentuu seuraavista osa-alueista:

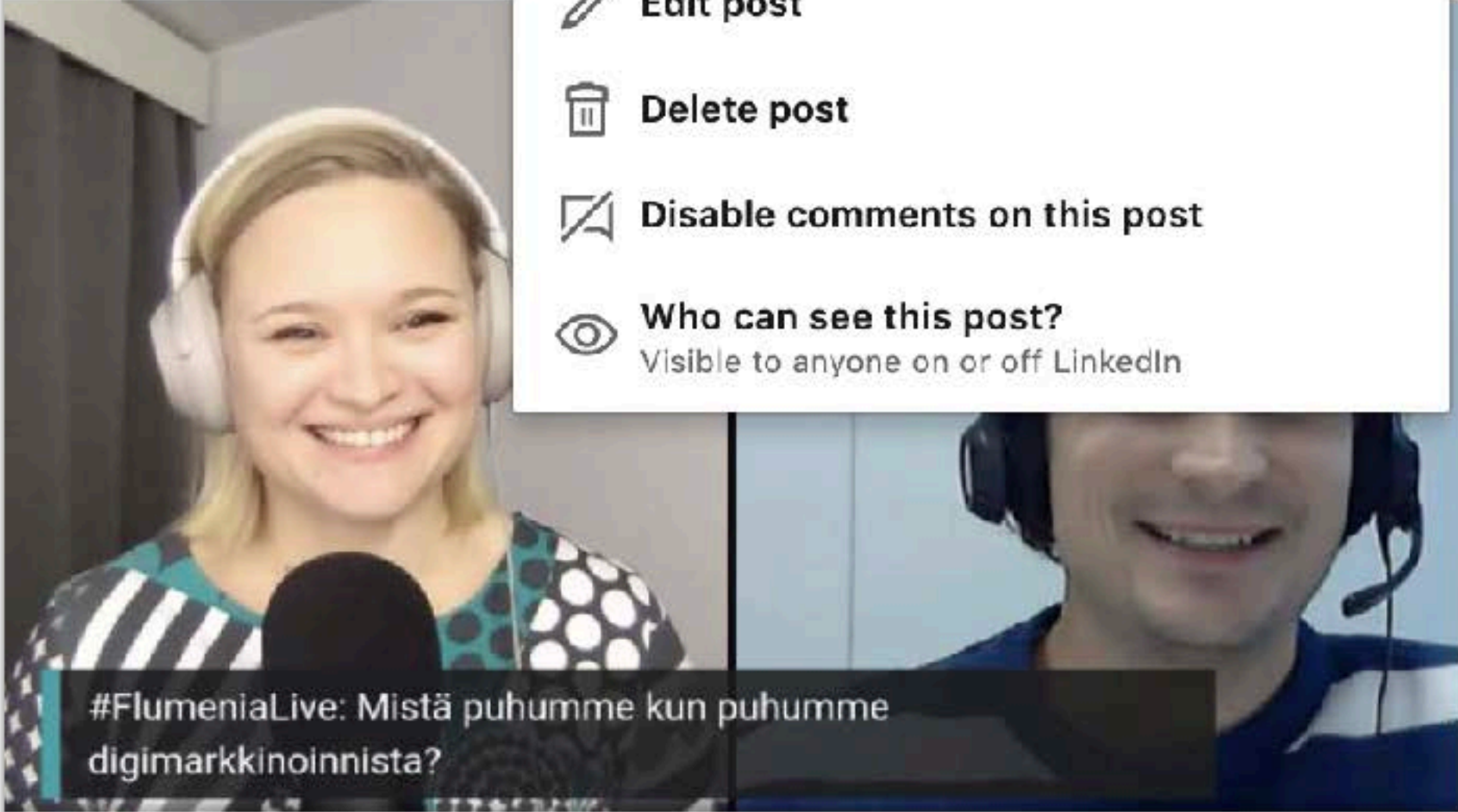
- “nostot” (Featured) voivat olla päivityksiä, linkkejä, LinkedIniin julkaistuja artikkeleita, dokumentteja ja kuvia.
- Yhteenveto (Analytics) näyttää tietoja profiilin katseluista, viimeisimmän julkaisun näkyvyydestä ja hakutuloksien määrästä (= kuinka monta kertaa profiili on näkynyt muiden käyttäjien tekemissä hauissa).

Flumenia

Sanna Virtanen
Digimarkkinoinnilla tuloksia - Markkinointistrategi, digimarkkinoinnin tek...
4d • 🌐

Mistä sitten puhuttiin kun...
Asiakasymmärryksestä, sis...
rakennetaan onnistunut ko...
taktiikoiden ja kanavien tul...
asiakasymmärrys ja asiaki...

Kommentissa linkki puolitu...
[#flumenialive](#) [#markkinoi...](#)



#FlumeniaLive: Mistä puhumme kun puhumme digimarkkinoinnista?

👍 🧠 🌱 55 • 8 Comments

Reactions



👍 Like 💬 Comment ➦ Share ✉ Send

📈 2,625 views of your post in the feed

- ★ **Remove from featured**
Your original post will not be deleted
- 🔖 **Save**
Save for later
- 🔗 **Copy link to post**
- 🔗 **Embed this post**
Copy and paste embed code on your site
- ✎ **Edit post**
- 🗑 **Delete post**
- 🚫 **Disable comments on this post**
- 👁 **Who can see this post?**
Visible to anyone on or off LinkedIn

Miten lisää päivityksen omaan profiiliin Featured-osioon.

Miten tallennan (muiden julkaiseman) päivityksen myöhempää varten?

Activity
2,062 followers

Start a post

Sanna Virtanen posted this • 4d



Nämä upeat syksyisen auringon valoittamat kuvat ovat viime perjantailta. Näissä kuvissa kiteytyy moni asia vaikka kuvissa ei näy ketään.

...show more

 Sanna Sirén-Seijesvirta and 36 others

6 comments

Sanna Virtanen posted this • 1w



LinkedIn on julkaissut tällä viikolla pari erinomaista uudistusta Campaign Manageriin. 

▶ Audience Insightsin avulla saat näppärästi näkyviin kohderyhmän taustamuuttujat eli r ...show more

 23

4 comments

Sanna Virtanen posted this • 1w

Viime viikkoina olemme saaneet selvittää yllättävän paljon some-kanavien ylläpidon ongelmia. 🚫 Tässä lista, joka kannattaa tarkistaa yrityksenne some-kanavilta ja miksei samalla myös kaikista muista yrityksen käytössä olevista kanavista.

...show more

 44

7 comments

Sanna Virtanen posted this • 2w

En tiedä voiko tätä enää osuvammin sanoa. Kiitos [Riina Jokinen](#) 🙏

...show more



Voiko markkinointia muuttaa 100 päivässä?
blog.markops.fi • 3 min read

 13

2 comments

Show all activity →

LinkedIn-profiili rakentuu seuraavista osa-alueista:

- Aktiivisuus kertoo käyttäjän toiminnoista, julkaisut / reagoinnit ja kommentit muiden päivityksiin

Experience



Markkinointistrategi, digimarkkinoinnin tekijä ja kouluttaja, perustaja @Flumenia

Digimarkkinointitoimisto Flumenia Oy

Sep 2018 – Present · 4 yrs 2 mos

Jyväskylä, Western and Central Finland, Finland

Digimarkkinointi myynnin, asiakashankinnan ja rekrytoinnin tukena.

...see more

Skills: Marketing Automation · Marketing Strategy · Business-to-Business (B2B) · Digital Marketing · B2B Marketing · Content Marketing



Digimarkkinoinnin suunnittelun avuksi (maksuton) työkirja – lataa omasi nyt!

Digimarkkinoinnin suunnittelu auttaa tehostamaan markkinointiasi! Lataa maksuton työkirja, joka sis. 4 osaa: Suunnittelu, sisältö, mittaaminen ja toteutus.



Digital Marketing | Digitaalisen markkinoinnin superkala 🐟

Howspace · Full-time

May 2017 – Aug 2018 · 1 yr 4 mos

Vastasin Howspacella digitaalisesta markkinoinnista sekä sosiaalisen median sivujen sisällöntuotannosta, ylläpidosta ja maksetusta mainonnasta (Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram).

...see more

Skills: Marketing Automation · Business-to-Business (B2B) · Digital Marketing · B2B Marketing · Content Marketing



Digitaalisen markkinoinnin ja sosiaalisen median asiantuntija & kouluttaja

FlowHouse Oy | Digital Marketing and Social Media

Mar 2013 – May 2017 · 4 yrs 3 mos

Jyväskylä

Toimin asiantuntijana ja kouluttajana sekä vastuullani oli omat asiakkuudet ja myynti.

...see more

Skills: Digital Marketing · Social Media · Social Media Marketing · Content Marketing



LinkedIn-profiili rakentuu seuraavista osa-alueista:

- Työkokemukseen voit kertoa omaa työhistoriaasi – kirjoita se tukemaan omaa tavoitettasi = mistä vastasit työssäsi, mitä sait aikaan, mitä osaamisellasi toit yritykseen?

Pelkkä työtehtävien luettelo ei välttämättä kerro mitään.

Volunteer Experience

**Mentor**
Suomen Mentorit ry
Nov 2017 – Aug 2018 • 10 mos
Education

Skills & Endorsements

[Take skill quiz](#)

Online Marketing · 25
Tiina Latikka and 24 connections have given endorsements for this skill

Digital Marketing · 27
Aki Nieminen and 26 connections have given endorsements for this skill

Social Media · 19
Endorsed by 2 of Sanna's colleagues at Soprano Plc

[Show more](#)

Recommendations

[Received \(1\)](#) [Given \(0\)](#)

**Tiina Hoskari**
Performance Coach at KOVA Esports
September 27, 2018, Tiina worked with Sanna but at different companies

Olimme Sannan kanssa perustajajäsenien edustajia Learning Hub Jyväskylässä. Sanna Humap Softwaren leivissä ja itse Kuvitellen Oy:n leivissä. Sanna auttoi meitä Learning Hubin ja myös oman yritykseni somekanavien rakentamisessa ja niiden hyötykäytössä. Yhteistyö jatkuu edelleen. Sanna on tässä välissä tuo... [See more](#)

LinkedIn-profiili rakentuu seuraavista osa-alueista:

- Muut tiedot, esimerkiksi suoritettut kurssit, täydennyskoulutus, sertifikaatit.
- Vapaaehtoistyö ja harrastukset.
- Voit pyytää suositteluita ja lisätä näkyväksi omaan profiiliin.

#flumenia | @flumenia

Tehtävä jokaiselle:

Tehtävä suoritettavaksi lokakuun aikana

- Lisää verkostoosi 3 henkilöä LinkedInissä.
- Jaa omia ajatuksiasi alueen/kotimaan matkailuun liittyen – kommentoi myös verkostosi päivitystä. Lisää mukaan tunniste #matkailu #visitsatakunta
- Julkaise Instagramissa kuva omaan profiiliin ja mieti, miten saman kuvan voisi tehdä tarinoissa osallistaen (esimerkiksi kyselytarra). Käytä toimintaan liittyviä sopivia tunnisteita sekä #matkailu #visitsatakunta

#flumenia | @flumenia

Kiitos! 🙌



FLUMENIA

Digimarkkinointitoimisto Flumenia
Sanna Virtanen

Markkinointistrategi,
digimarkkinoinnin tekijä & kouluttaja

👉 Laita kutsua tulemaan 👉

<https://www.linkedin.com/in/sannavirtanen/>

sanna@flumenia.fi

050 4383350

www.flumenia.fi

Ajankohtaiset vinkit some-kanavissa:

www.facebook.com/flumenia | www.instagram.com/flumenia