

FLUMENIA

LinkedInin hyödyntäminen markkinoinnissa – yrityksenä ja henkilönä

20.3.2023

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



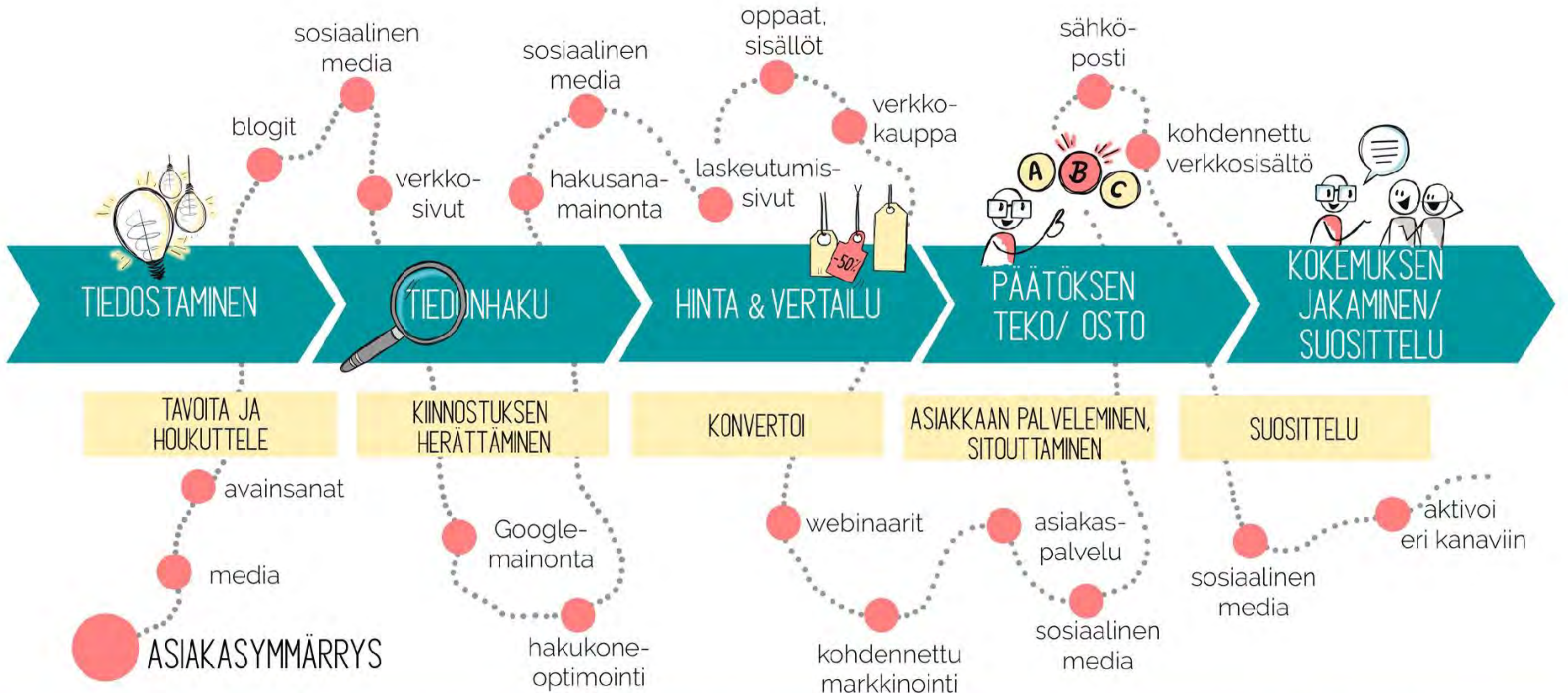
Kuka on Sanna Virtanen?

- Markkinointistrategi, digimarkkinoinnin tekijä & kouluttaja
- Yli 15 vuoden työhistoriaa markkinoinnin parista – yrittäjänä vuodesta 2018 lähtien.
- Aloitin alalla (video)sisällöntuottajana, jonka jälkeen olen toiminut markkinoinnin suunnittelijana, asiantuntijana, kouluttajana ja markkinointipäällikkönä.
- Aiempia työnantajia ovat mm. Canon Oy, Howspace, FlowHouse Oy ja Soprano Oyj.

Päivän ohjelmassa:

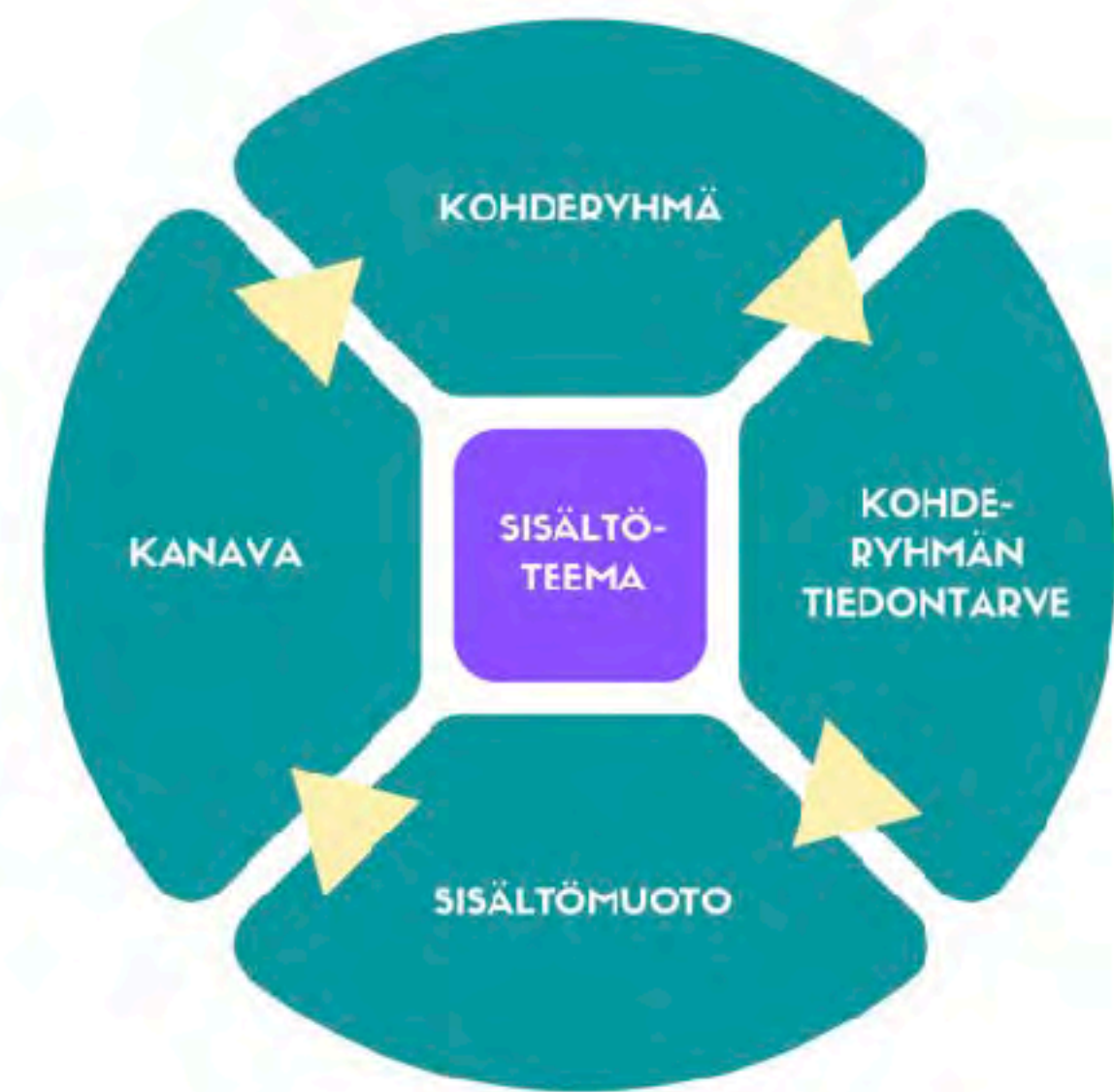
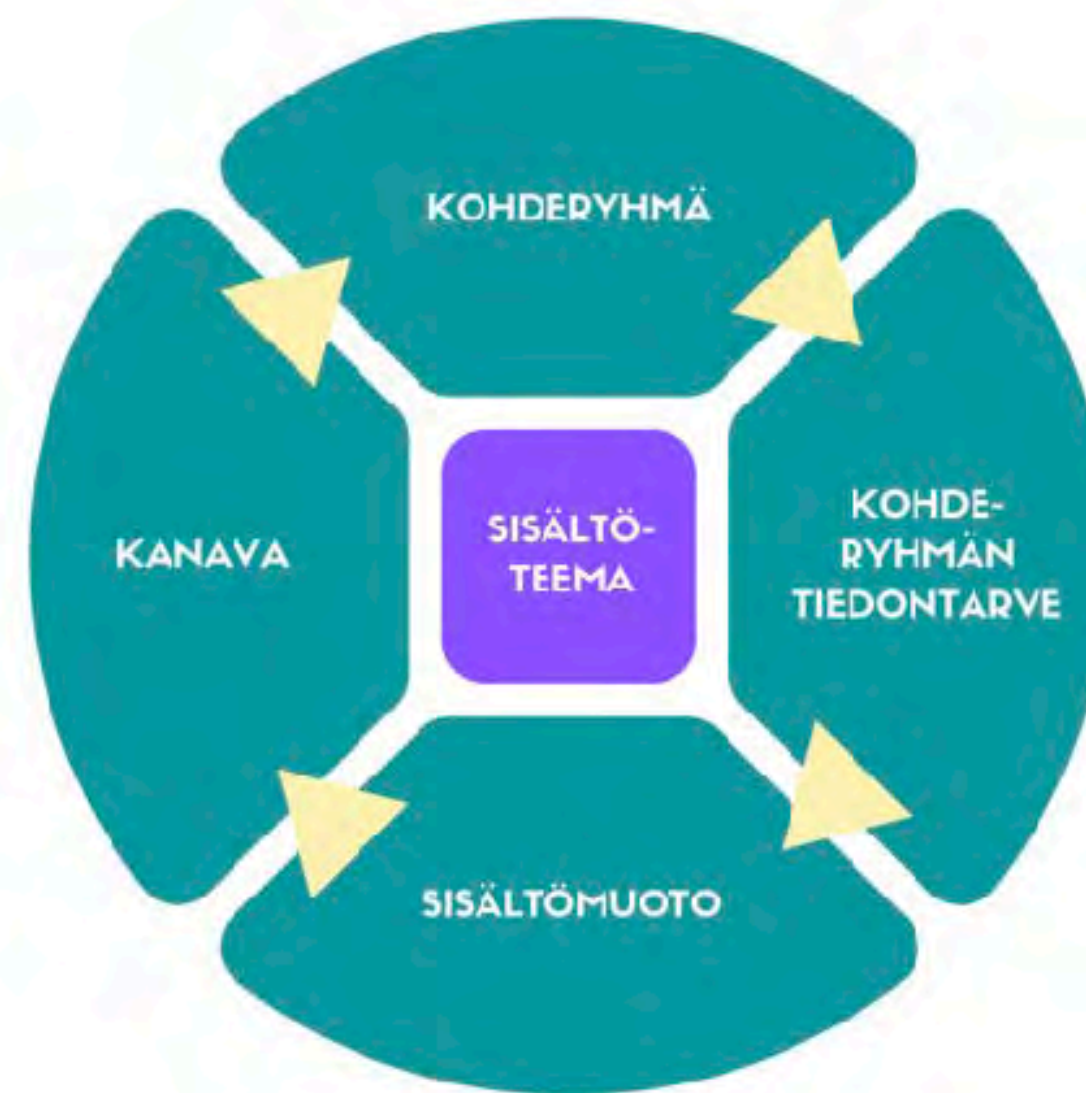
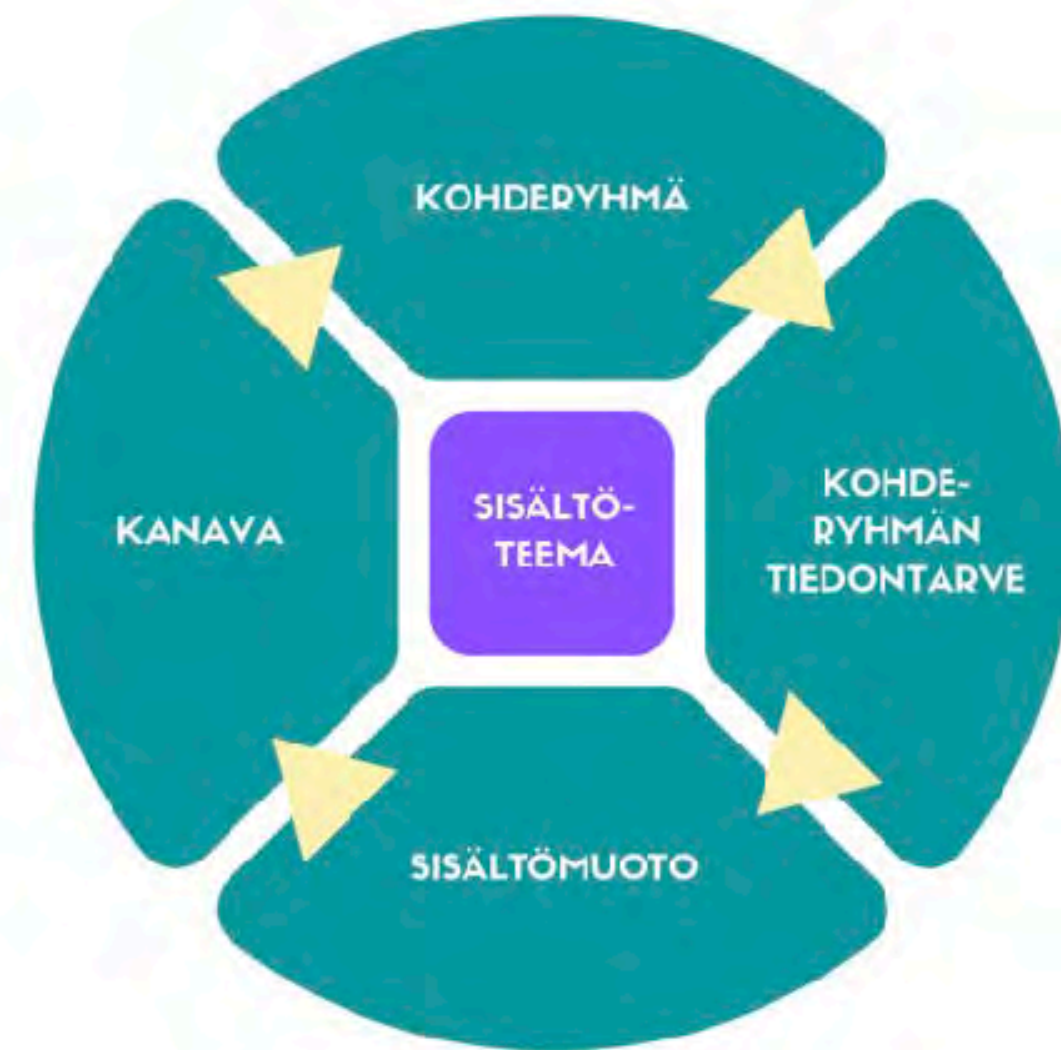
- Alustus – sisällöntuotannon merkitys markkinoinnissa
- LinkedIn – ammatillinen somepalvelu vai pelkkä CV-pankki?
- **Tauko**
- Mitä tavoittelet LinkedInillä? Oma aktiivisuus ja läsnäolo omien tavoitteiden näkökulmasta.
- LinkedIn yrityksen markkinoinnissa (Yritysprofiili ja maksettu mainonta)
- **Tauko**
- Mitä julkaisen ja kuinka usein? Mistä löydän aiheet?
- Verkostoitumisen ja aktiivisuuden merkitys, keskustelu ja kommentointi osana verkostoitumista.
- LinkedInin perusteita: Oman profiilin perustaminen ja 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

Sisällöntuotannon suunnittelu



Hyödyllinen ja yhtenäinen sisältö valitun kohderyhmän näkökulmasta = teema toistuu kanavasta huolimatta

Hakukonenäkyvyys = Google ymmärtää sivuston olevan luotettava tiedonlähde aiheeseen liittyen

Esimerkki: Sisältösuunnitelman toteuttaminen

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

Millaiseen sisältöön tavoiteltava kohderyhmä samaistuu?

- Erilaiset vinkkisarjat, toimintaa taustoittavat sisällöt
- Henkilökunnan esittelyt
- Toistuvat teemat
- Fiilistä ja "ei niin vakavaa tekemistä"
- Ajankohtaiset ja informatiiviset tiedot



Esimerkki – omaan toimialaan liittyvä keskustelu/sisältö

Asiantuntijuuden esiintuominen

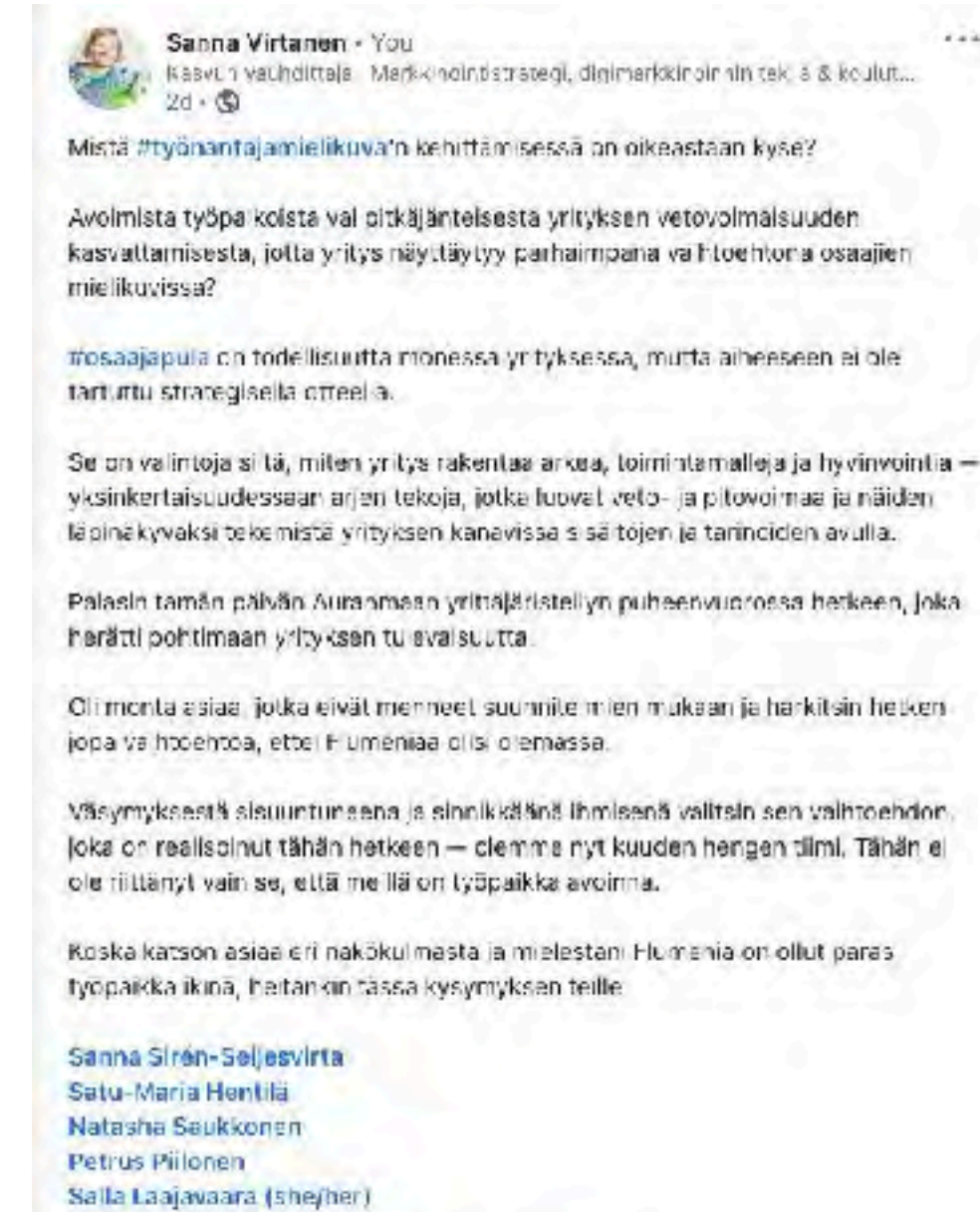
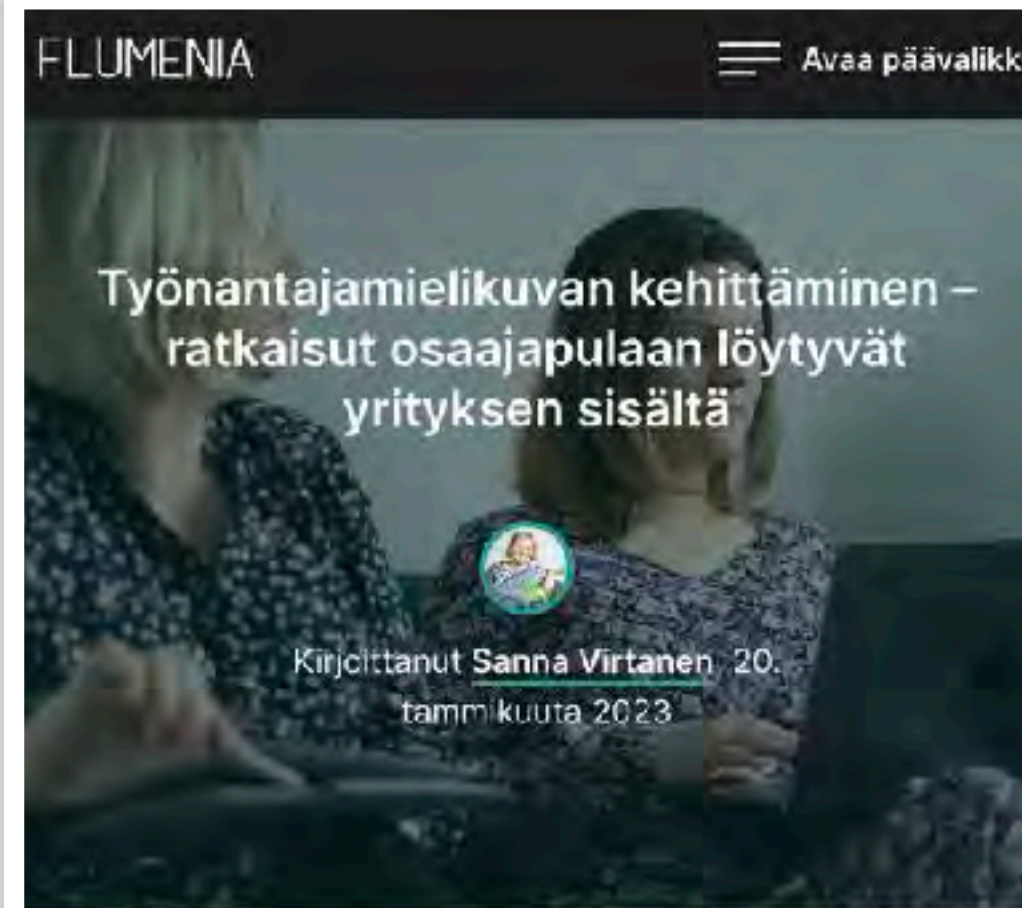
- *Asiakkaiden usein kysymät kysymykset?*
- *Mikä on juuri sinun osaamisesi “salaisuus”?*
- *Mitä alasta olevia yleisiä harhaluuloja haluaisit korjata?*
- *Mitkä asiat alallanne koetaan “ongelmalliseksi” – ja miten sinä voit näissä auttaa?*
- *Mikä asiakasta kiinnostaa ja millä perustelet sen, että juuri teidät kannattaisi valita?*
- *Vuosittain toistuvat teemat?*
- *Tapahdumasta / webinaarista saamasi oivallukset*
- *Etsitkö kollegaa? Miten pystyt vaikuttamaan siihen, että saisitte tiimiinne osaavia tekijöitä?*

Esimerkki – yrityksen arvot sisällöntuotannon

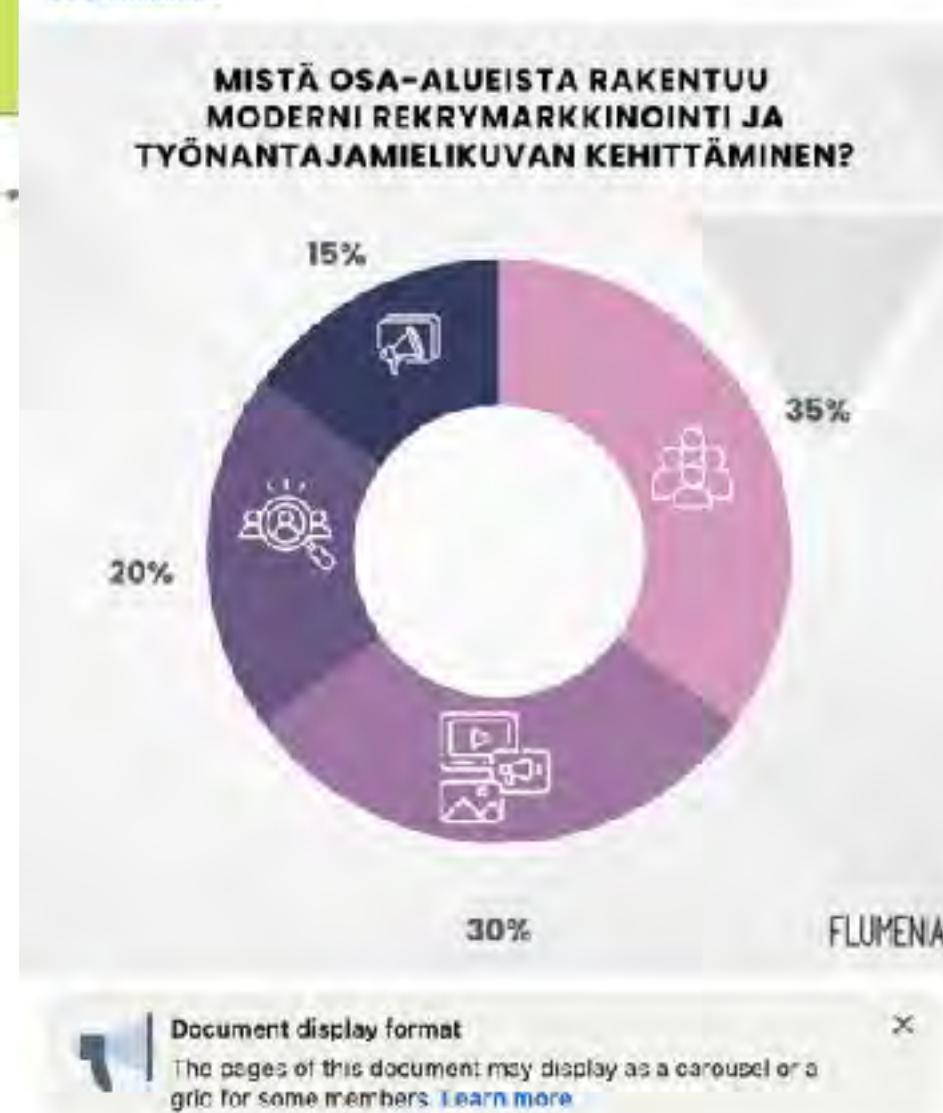
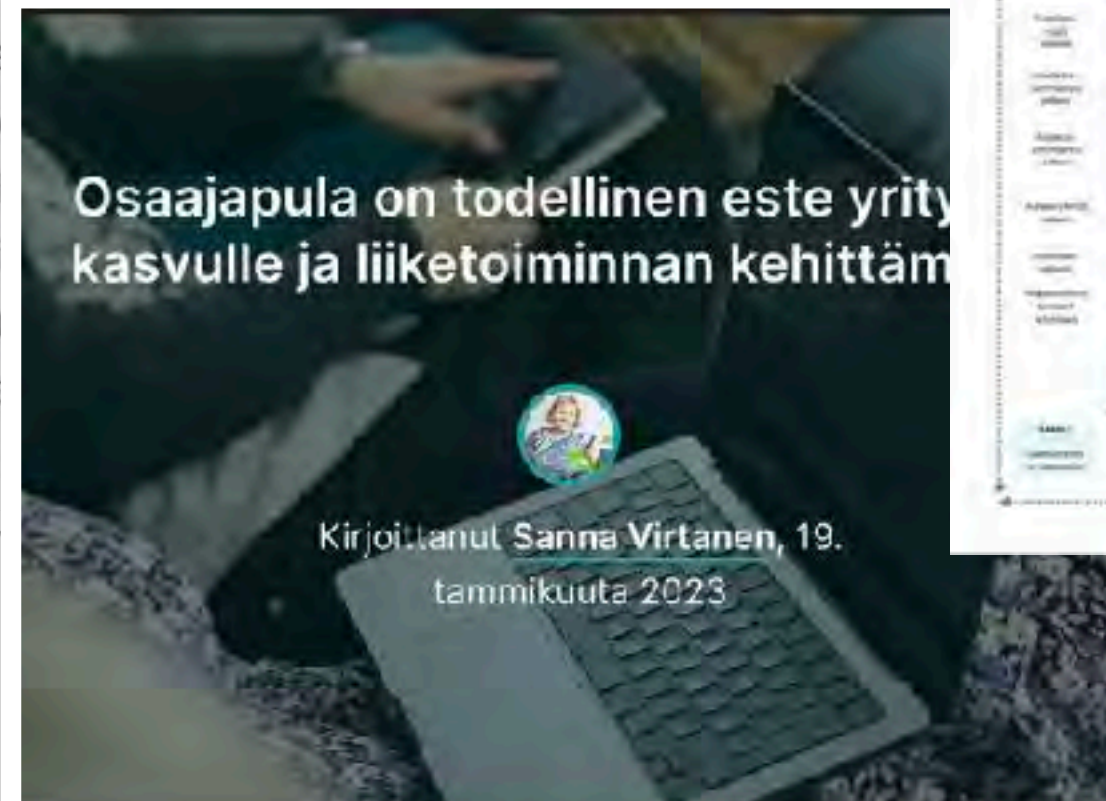
Esimerkiksi

- *Paikallisuus = yhteistyöt läpinäkyväksi, miten paikallisuus näkyy valinnoissa ja arjessa*
- *Yhteistyö = Kumppaneiden (tägäys) ja heidän henkilöstön esittelyä, yhteisiä kokemuksia ja muistoja*
- *Laatu = Miten tämä näkyy arjen valinnoissa? Miten voit konkretisoida tämän termin?*

#työnantajamielikuva



Mitä tehdä kun yritys menehtyy, mutta kasvun esteenä on oikeanlaisten osaajien löytäminen? Vetovoimainen työnantaja houkuttelee parhaimmat osaajat kun yritys on huomiota työnantajamielikuvan kehittämiseen. Se ei kuitenkaan ole vain rekrytointi, vaan on koko yrityksen tehtävä.



Vaikka tulevaisuuden näkymät näyttävät epävarmalta, osoittavat viime aikaiset tutkimukset isoa haastetta yrityksissä – osaavan työvoiman saatavuus on nousemassa merkittäväksi liiketoiminnan ja kasvun esteeksi. Miten yritykset voivat varmistaa, ettei rekrytointi muodostu kasvun pullonkaulaksi?

FLUMENIA

LinkedIn

Ammatillinen somepalvelu vai pelkkä CV-pankki?

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.

- 25% suomalaisista LinkedIn-käyttäjistä käyttää sovellusta päivittäin
- Suurin ikäluokka 25-34-vuotiaat / 35-54-vuotiaat käyttäjät riippuen hieman tilastoinnista
- Maailmanlaajuisesti käyttäjiä 849,6 miljoonaa

Tilastoja:

Markkinointimaestro: <https://www.markkinointimaestro.fi/linkedin-tilastot-2022>, Harto Pönkä: <https://harto.wordpress.com/sosiaalisen-median-tilastoja/>



Flumenia

Käyttötarkoitus	Maksuton vaihtoehto	Maksullinen vaihtoehto	Toiminnallisuudet (maksulliset)
Markkinoinnin tueksi	Yrityssivun perustaminen	Campaign Manager (mainonnan työkalu, käyttöönotto maksuton)	Kohdennettu mainonta valituille kohderyhmille
Myynnin tueksi	Oman sivun perustaminen, hakutoiminnallisuuksien hyödyntäminen, verkostoituminen	Sales Insight & Sales Navigator (alk. \$47.99)	Myynnin työkalu prospektointiin, liidilistat, viestien lähettäminen, linkitykset CRM, raportointi
Rekrytoinnin tueksi	Maksuton työpaikkailmoitus	Recruiter lite / Recruiter & Recruiter Insights / Rekrymarkkinoinnin suunnitteluun ja osaajien prospektointiin (alk. \$64.99)	Kohdennettu rekrymainonta osaajille, potentiaalisten osaajien haku, hakuprosessin hallinnointi LinkedInin kautta
Oppimisen tueksi		Oppimisalusta (mm.kurssit, sertifikaatit)	

LinkedIn Marketing Solutions

LinkedIn Sales Solutions

LinkedIn Talent Solutions

LinkedIn Learning

LinkedIn – ei pelkkä sähköinen CV

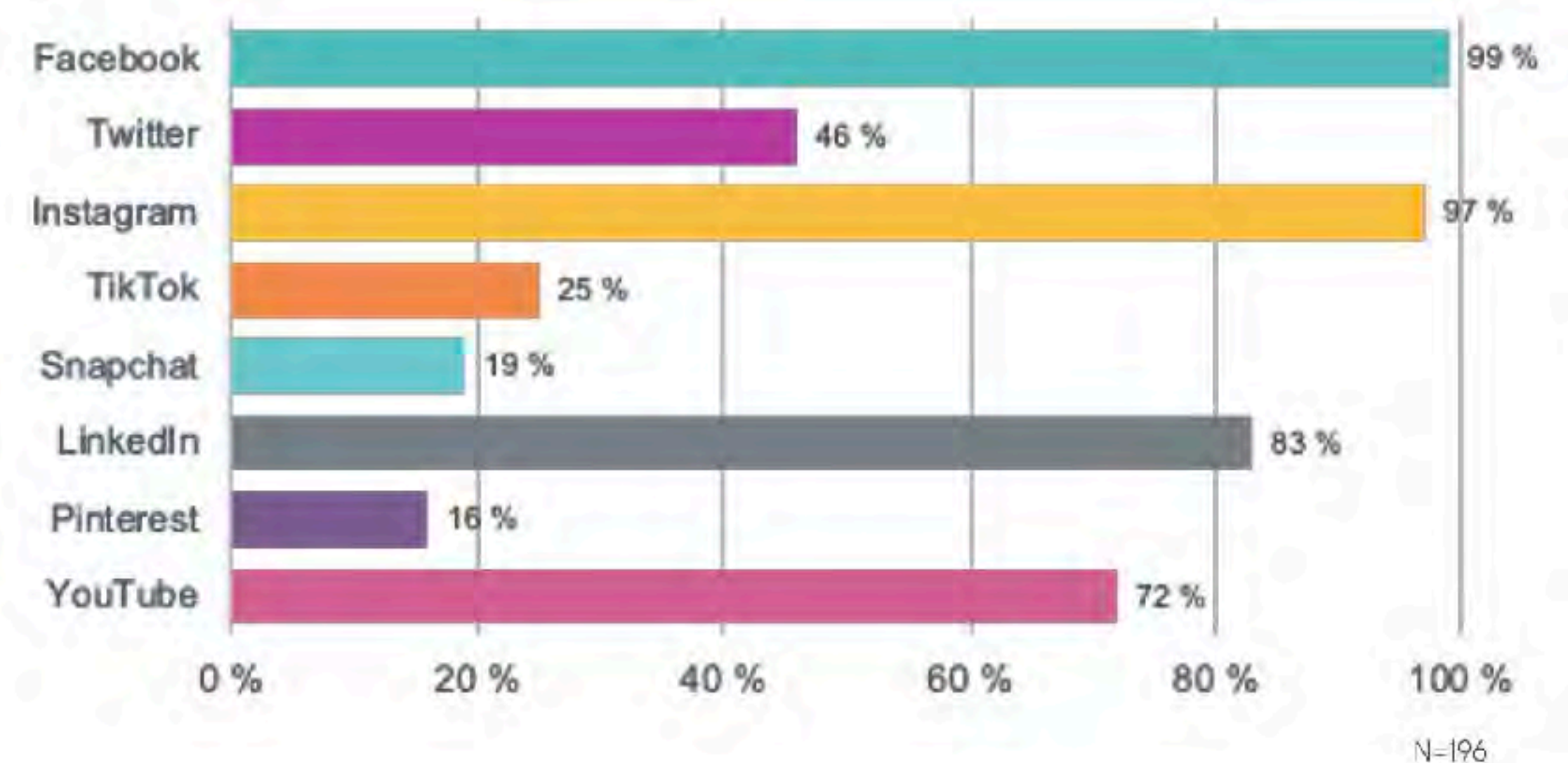
The Most Used Social Media Channels in the Nordics

Which social media channel/s is your organization using?

B2B



B2C



TOP 5 tavoitetta

1. Tunnettuuden kasvattaminen
2. Brändiuskollisuuden ja sitouttamisen kasvattaminen
3. Uusien asiakkaiden hankinta
4. Verkkosivuston liikenteen lisääminen
5. Myynnin kasvattaminen

LinkedIn – ei pelkkä sähköinen CV

Yrityksen markkinointiin, myyntiin ja rekrytointiin tarkoitettut työkalut

- Yrityssivu, työpaikat ja mainonta

Oma henkilökohtainen profiili

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



Yrityssivun ja henkilökohtaisen profiilin ero

Yrityssivu

- Noudattaa yrityksen rekrytoinnin tai myynnin ja markkinoinnin tavoitteita
- Ei yleensä henkilöidy = sisällöissä voidaan hyödyntää omaa henkilöstöä ja jakaa hyviä päivityksiä, harvemmin yhden henkilön ääni
- 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

Tauko

FLUMENIA

Asiakasymmärrys ❤️ Luottamuksen rakentaminen

Kuka olet?

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

Ajatusjohtajuus

★ Toimialan näkyvin tähti ★



Asiantuntijabrändi

★ Tunnettu oman
asiantuntijuuden kautta ★

Henkilöbrändi

★ Tunnettuus enemmän
näkyvyys ja "nimi" edellä ★

(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 mielle yhtymistä syntyy?

Haluatko itse olla vahvistamassa mielikuvaa?



Paljon oot saanut aikaiseksi ja hienoa kädenjälkeä! 🌟

Henkkoht lemppari itselläni on tietenkin [Verohallinto](#) ja sen postaukset...

Mutta muuten seurailen mm. näitä:

[Oona Kankkunen](#)

[Sani Leino](#)

[Sanna Virtanen](#)

[Heini Lindfors \(she/her\)](#) 💙💛

Ehkä sulla on mielessäs juuri sua inspiroivia naisyrittäjiä, valokuvaajakollegoja, sisällöntuottajia tai graafisia suunnittelijoita? Kun sellaisia tulee mieleen, niin laita rohkeasti vaan kontaktipyyntöä pienen esittelyn kanssa ja verkosto kasvaa 📈

Onnea yrittäjänpolulle!

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.

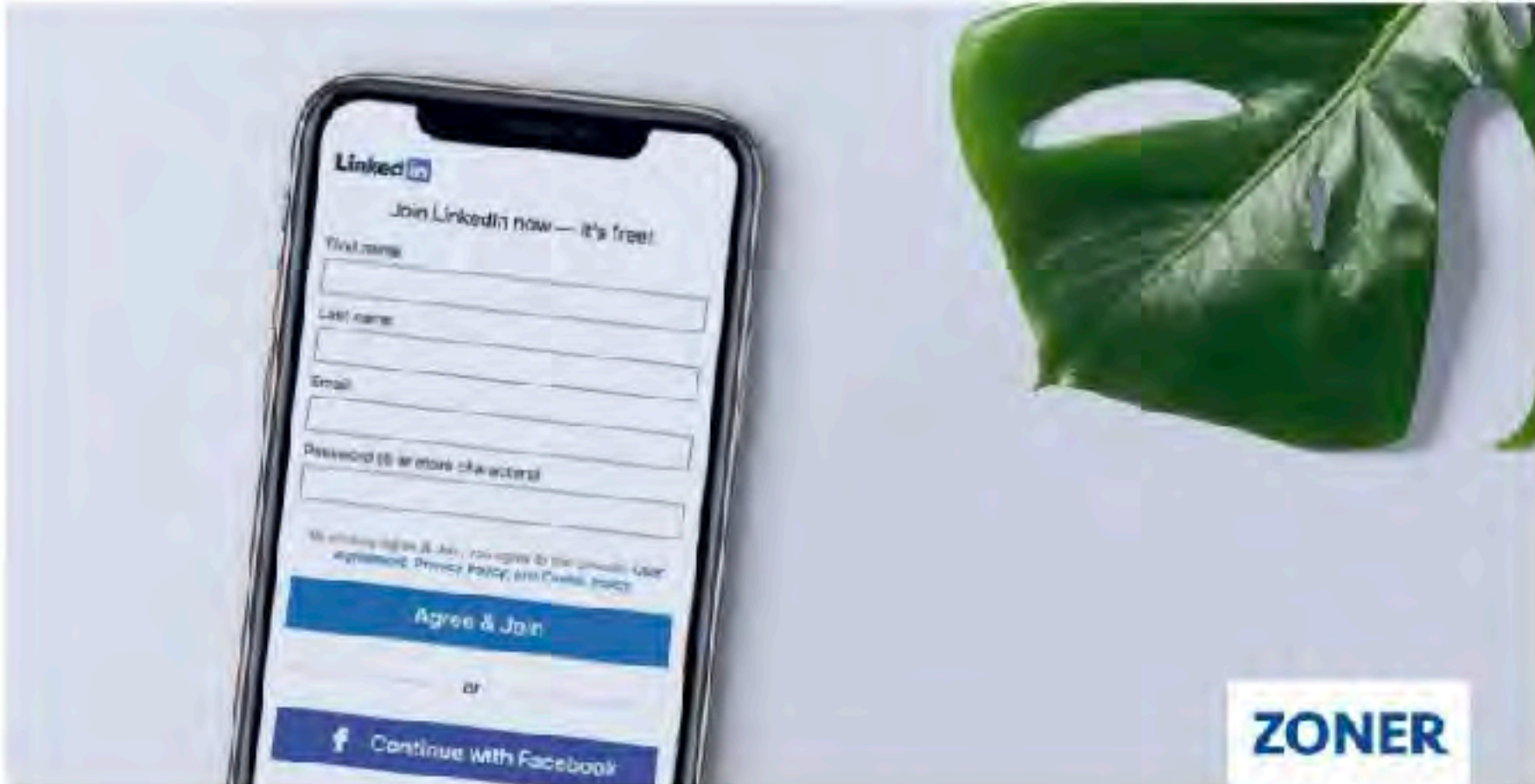
 **Sanna Virtanen** • You
Digimarkkinoinnilla tuloksia | Markkinointistrategi, digimarkkinoinnin tekijä...
1yr • 

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.

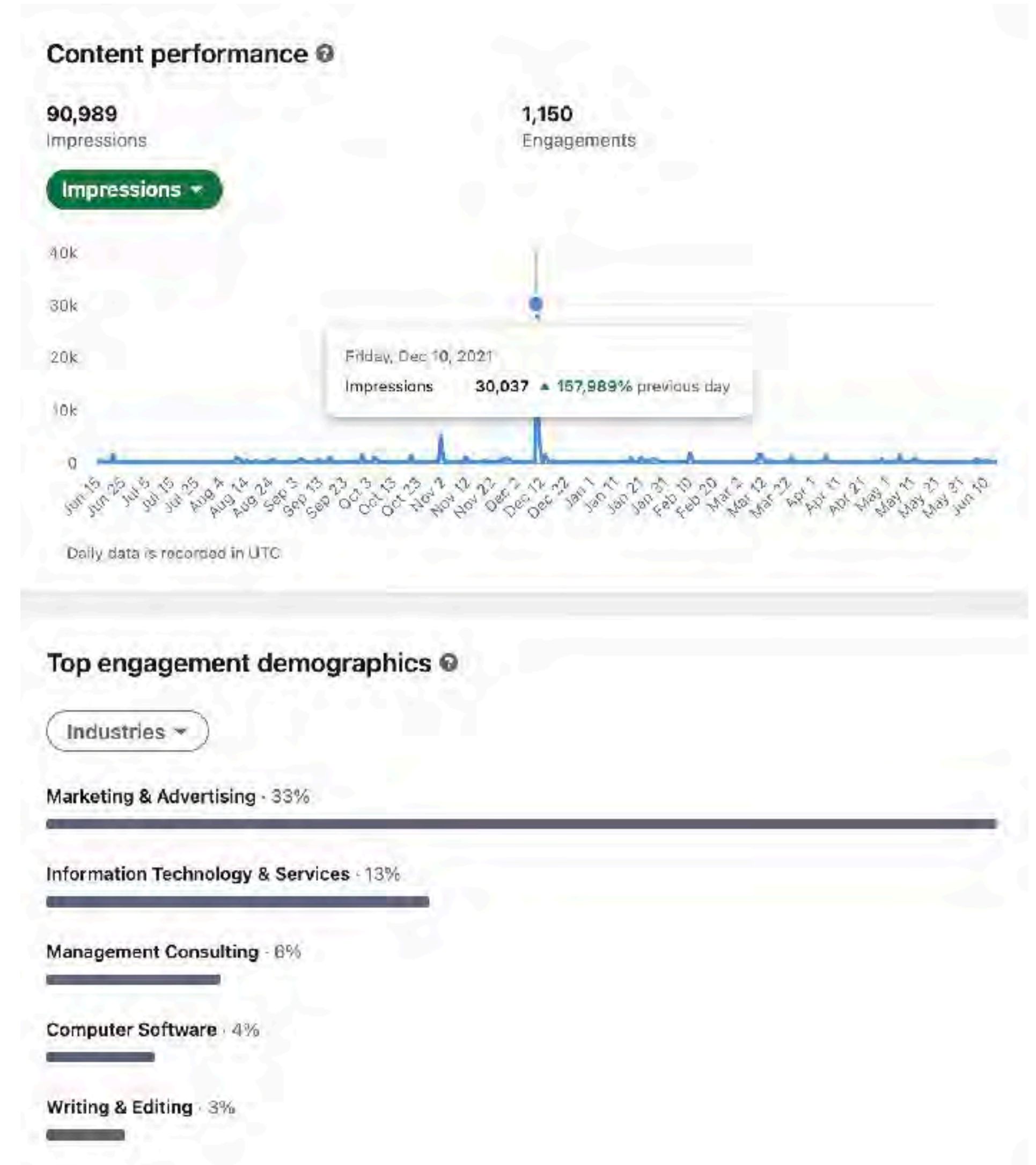
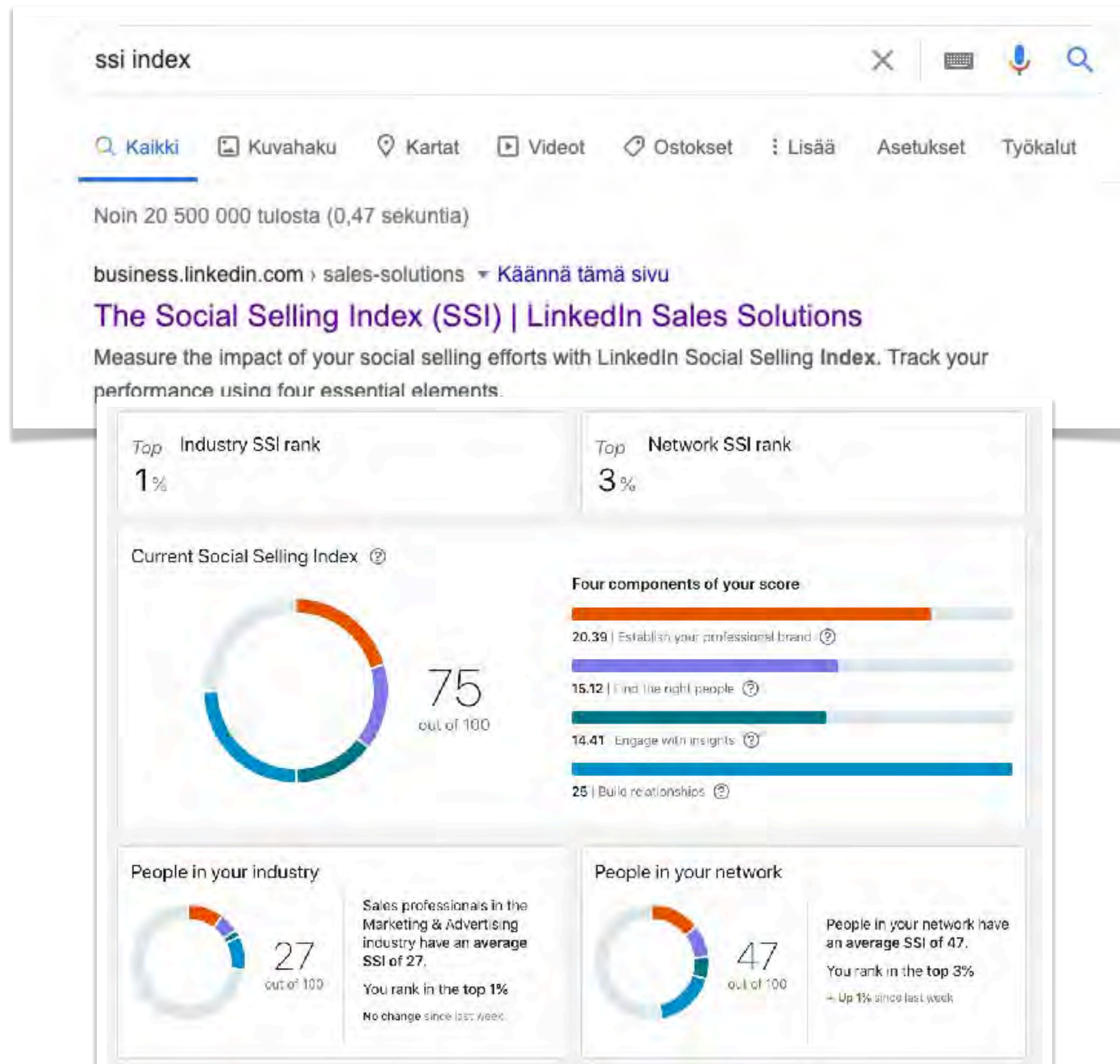
Motivaation ja oman tavoitteen määrittäminen

"Viraaliuden pelko"

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

Haluatko seurata edistymistä?

SSI index kertoo lähtötilanteen.



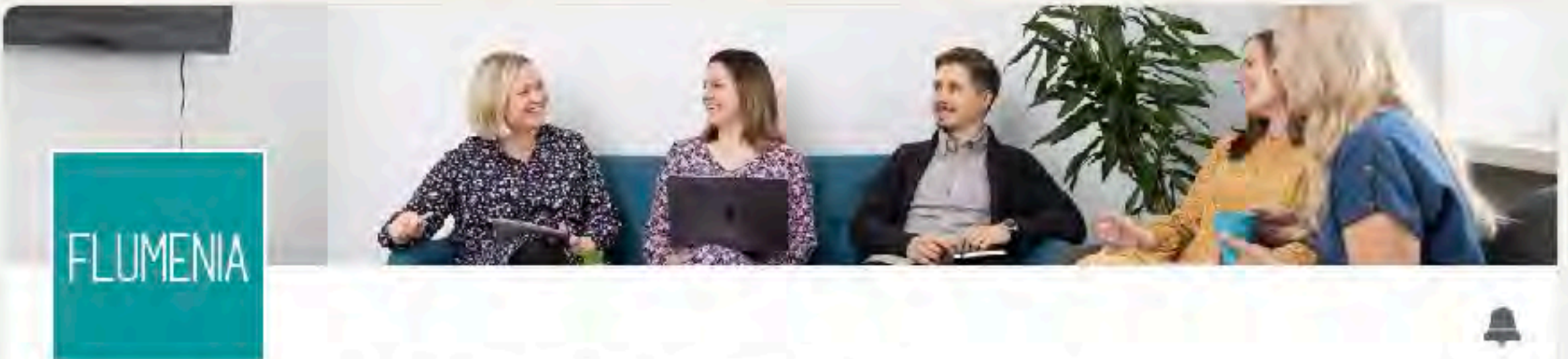
FLUMENIA

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 sivun ylläpitäjille. Pääset kutsumaan verkostoasi yrityssivun ylläpitäjän näkymän sivun oikeasta reunasta. Voit lähettää korkeintaan 250 kutsua.

You are viewing this page as a member



Digimarkkinointitoimisto Flumenia Oy

Tee markkinoinnistas jatkuvaa ja ota tueksi kasvua vauhdittava kumppani, joka vie markkinointinne uudelle tasolle.

Marketing Services · Jyväskylä · 231 followers

Salla & 4 other connections work here · 6 employees

[✓ Following](#) [Contact us](#) [More](#)

[Home](#) [About](#) [Posts](#) [Jobs](#) [People](#) [Insights](#) [Videos](#)

About

Tuloksellinen markkinointi ei ole vain yhden mainoskampanjan juttu. Se on jatkuvaa tavoitteellista tekemistä ja toimintamallien kehittämistä. Me autamme keskittymään oleelliseen ja löytämään keinot, jotka tavoittavat oikeat kohderyhmät ja varmistavat asiakkaidenne vaivattoman asiointin digitaalisissa kanavissa. Me olemme ka ... [see more](#)

[See all details](#)



Tehdäänpö yhdessä vaikuttavaa markkinointia?

Kun tarvitset apua markkinoinnin strategiseen suunnitteluun, tuloksellisen digimarkkinoinnin jatkuvaan toteutukseen tai kokeneen kouluttajan, ota yhteyttä!

[Contact Sales](#)

Recently posted videos

Yrityssivun toiminnallisuudet

- Eri sisältötyyppien julkaisu, mm. kuvat, videot, tekstit, dokumentit, tapahtumat, työpaikat ja uutiskirje.
- Voit myös jakaa myös työntekijöiden näkemyksiä yrityksen sivulla sekä keskustella päivityksien yhteydessä yrityksenä.
- Päivityksien analytiikka kertoo yksittäisten päivityksien sitoutumisen, videoiden osalta lisäksi yritykset ja ammattinimikkeet.
- Yrityssivun analytiikka kertoo yrityssivulle vierailleista sekä seuraajista (henkilöt, toimialat, ammattinimikkeet) sekä heidän sitoutuneisuudestaan sisältöön.

Hyvät käytännöt (LinkedIn)

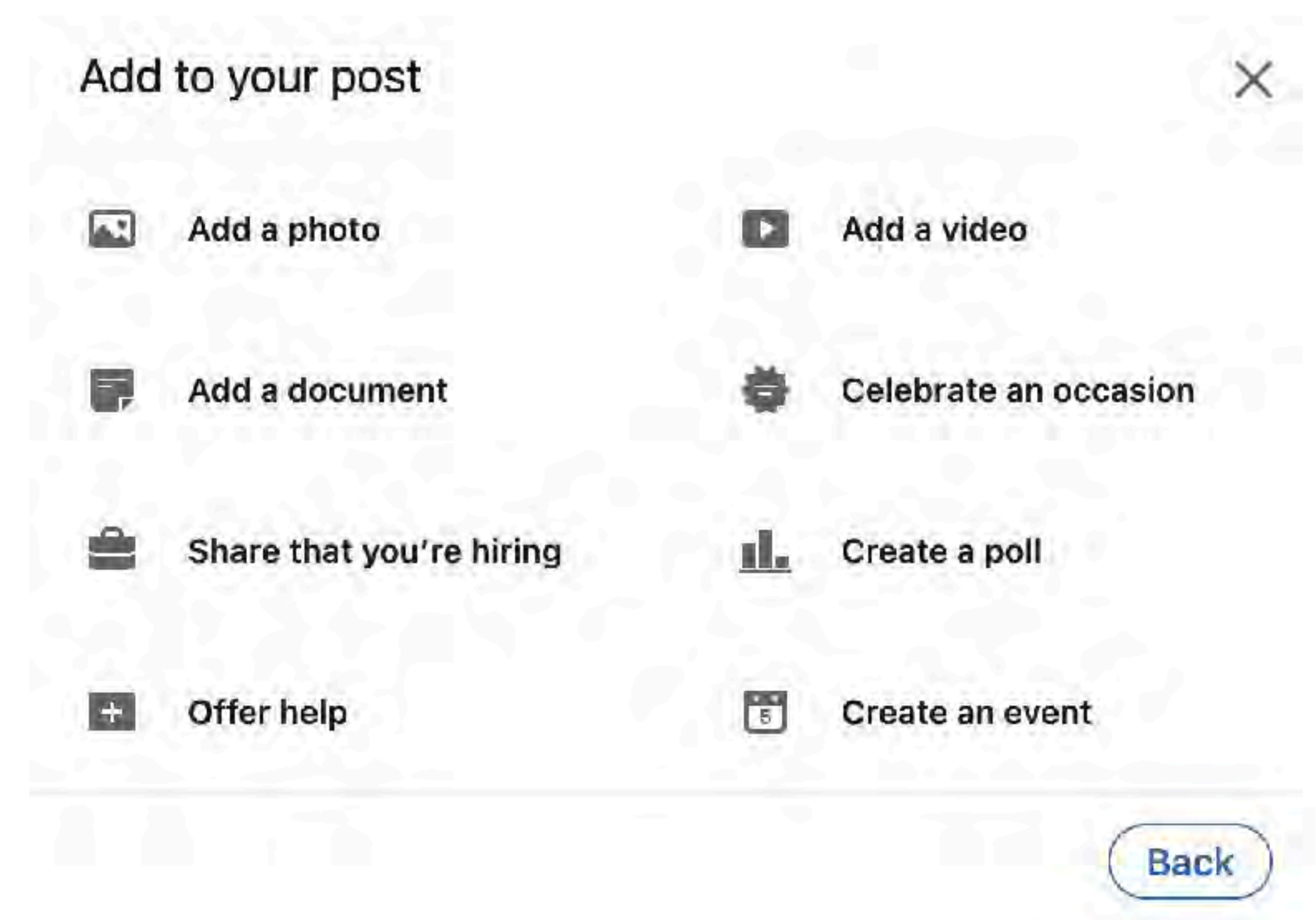
3-2-1 -malli

Pyri julkaisemaan (vko/kk)

3 toimialaa koskevaa sisältöä

2 sisältöä, jotka tuovat esiin hyvää fiilistä
(yrityksen uutiset, työntekijöiden esittelyt yms.)

1 tuote- tai palvelulähtöinen sisältö



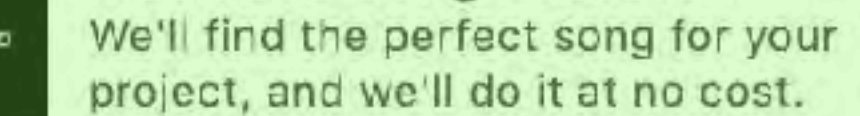
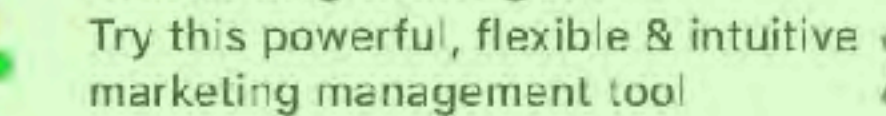
Marketing manager? - Try this powerful, flexible & intuitive marketing management tool Ad ...



Write article

Sort by: Recent ▼

Kiviranta and 18 other connections follow



Download

Campaign Manager = mainostyökalu

- LinkedIn-mainonnan työkalun (Campaign Manager) avulla voidaan rakentaa kampanjakokonaisuuksia asiakkuuden eri vaiheisiin. Työkalun saa käyttöön maksutta ja se tarjoaa paljon tietoa kohderyhmän luomisen yhteydessä sekä tarkkaa tietoa kohdeyrityksistä, joille mainontaa on näytetty.
- Minimibudjetti 10 € / pv, LinkedInillä myös oma seurantatagi (LinkedIn Insight Tag).
- Kohderyhmää voidaan rakentaa 5 taustamuuttujan avulla:
 - Yritystiedot
 - Demografiset tiedot
 - Työhistoria
 - Koulutustausta
 - Kiinnostuksen kohteet
- Lisäksi käytössä uudelleenmarkkinointiyleisöt, yleisöt perustuen LinkedInin käyttöön (videon katselut, yrityssivun vierailut, sisältöihin sitoutuminen).
- Mainonnan sisältöinä voidaan hyödyntää videoita, kuva+tekstimainontaa, kuvakaruselleja ja LinkedIn tapahtuman mainoksia (Dokumenttimainos tulossa, Inmail-mainonta ei mahdollinen enää EU-maissa).

Mainoskampanjan rakenne / LinkedIn

Kampanjan tavoite ja budjetti

(esim. Linkin klikkaus, päivitykseen sitoutuminen, konversio, tapahtumaan osallistuminen, videon näkyvyys)

Mainosjoukko

(Aikataulu, kohdentaminen, sijoittelu)

Mainosversio 1 /
Mainonnan
sisältömuoto

Mainosversio 1 /
Mainonnan
sisältömuoto

Nyt käytössä oleva rakenne

Kampanjan tavoite ja budjetti

(esim. Linkin klikkaus, päivitykseen sitoutuminen, konversio, tapahtumaan osallistuminen, videon näkyvyys)

Mainosjoukko

(Aikataulu, kohdentaminen, sijoittelu)

Mainosversio 1
/ kuva

Mainosversio 2
/ video

Mainosversio
3
/ karuselli

Tuleva muutos = kampanja voi sisältää erilaisia mainonnan muotoja

Mukautetut yleisöt

Mukautettu yleisö **muodostetaan** **“tunnistetuista”** käyttäjistä, jotka ovat jo tehneet tiettyjä **toiminnallisuuksia yrityksen sivustoa, sovellusta tai sivua kohtaan**, esimerkiksi vierailleet joko verkkosivustolla tai sitoutuneet LinkedIn-päivityksiin, -tapahtumiin, -mainontaan tai muuhun sisältöön.

The screenshot displays the LinkedIn 'Matched Audiences' dashboard. At the top, a navigation bar includes 'CAMPAIGN PERFORMANCE', 'TESTING', 'WEBSITE DEMOGRAPHICS', and 'ACCOUNT ASSETS'. The main heading is 'Matched Audiences' with a subtitle 'Reach your website visitors, contacts, and target companies. [Learn more](#)'. Below this, a section titled 'SHOWING DATA FOR' contains a 'Data source' dropdown menu. The 'Create audience' dropdown is open, showing options: 'Upload a list', 'Retarget by', and 'Create Lookalike'. The 'Retarget by' section is expanded, listing various data sources: 'Company / Contact', 'Company page', 'Event', 'Lead gen form', 'Single Image', 'Video', and 'Website'. The background shows a table of existing audiences with columns for name, audience name, and ownership.

Name	Ownership
audience name	
sivulla vierailleet	Owned
vuilla vierailleet	Owned
ge o small	Owned
nia.f	Owned

Mainonnan tavoitteet ja mittaaminen



Bränditunnettuuden kasvattaminen

- Näyttömäärät tai tavoitettu (reach) kohderyhmä
- Videoiden katselut ja katseluaste

Sitoutuminen

- Sisältöihin sitoutuminen ja reagoiminen
- Mainoksen aikaan saamat klikkaukset (ja CTR %)

Verkkosivuston liikenne

- Sivuston kävijöiden määrä
- Sivustovierailut
- Liikenne yrityksen LI-profiiliin

Konversiotavoitteinen mainonta

- Konversiotapahtumat
- Konversioprosentti
- Tavoitteena sivustolla yhteydenotto, myynti, lomakkeen täyttö / liidilomake LinkedInissä tai työhakemus

LinkedInin kampanjatyökalu kertoo taustatietoa kohderyhmistä ja verkkosivuston vierailijoista*

Flumenia Ad Account
503332041 Active

Plan

Advertise

Test

Analyze

Insight tag

Website demographics

Conversion tracking

Assets

Account settings

Company page

Business manager

Website demographics

Gain insights about your website audience with professional data from LinkedIn. [Learn more](#)

Website audience: Flumenian sivuilla vi...
117 pageviews

Compare to website audience: Select Audience

Display: Company

Name	% of pageviews
Digimarkkinointitoimisto Flumenia Oy	48.92%
AIWOODS Oy	
Suomen Yrittäjät ry	
Konsulttitoimisto Seppo Hoffrén Oy Consultancy	
Digitoimisto Dude	
Lendiron	
Vuorjoen Kartano	
NBO - New Business Office Oy	
Suomen Digimarkkinointi Oy	
Iisalmien kaupunki - City of Iisalmi	

New audience

SummaryContentLocationMemberCompany

Where is this audience located?

View by: CityView all

+
-

Top locations	Audience members
Jyväskylä	640 (73%)
Muurame	40 (5%)
Äänekoski	30 (3%)

What are the typical audience member attributes?

View all

100% Work in the Business Development function	100% Have the seniority of CXO	100% Have the title of Chief Executive Officer
77% Are skilled in Business Strategy	63% Have 12+ years of experience	

Who is your target audience?

Here is a suggested audience for your first campaign. You can modify this audience by adding or removing members, which you can modify below. [Reset and start over](#)

Include people who have ANY of the following attributes:

Job Titlescurrent

Chief Executive Officer X

Director General X

Marketing Manager X

Marketing Director X

Director of Sales Marketing X

Job Experience

Job Titles

marketing

Job Titles (Current)	Suggested
☐ Marketing Specialist	+ Director
☐ Sales And Marketing Specialist	+ Chief M
☒ Marketing Manager	+ Senior I
☒ Marketing Director	+ Executi
☐ Marketing Assistant	+ Vice Pr

Vaatii seurantatagin (LinkedIn Insight Tag)*

FLUMENIA

Tauko

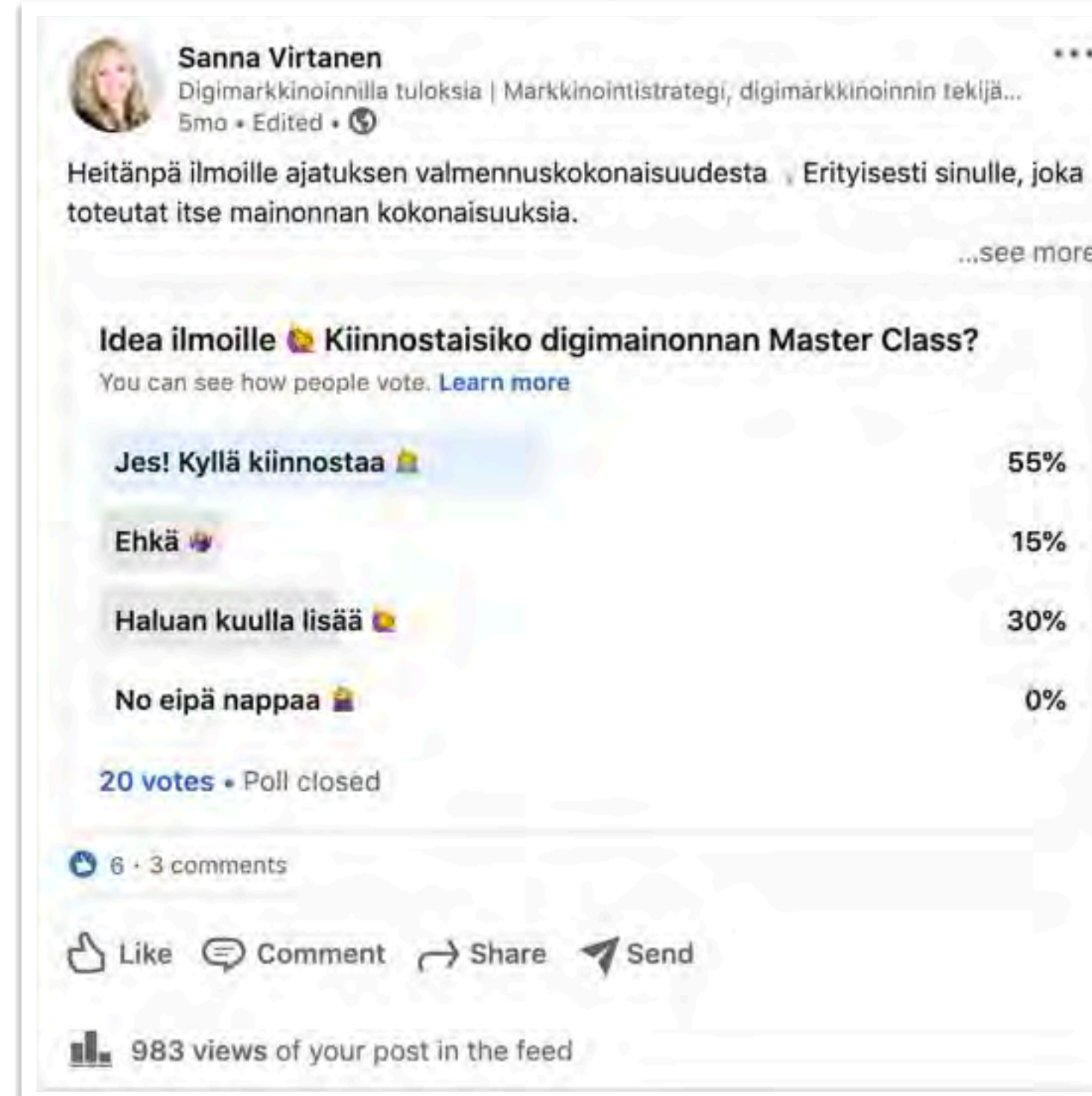
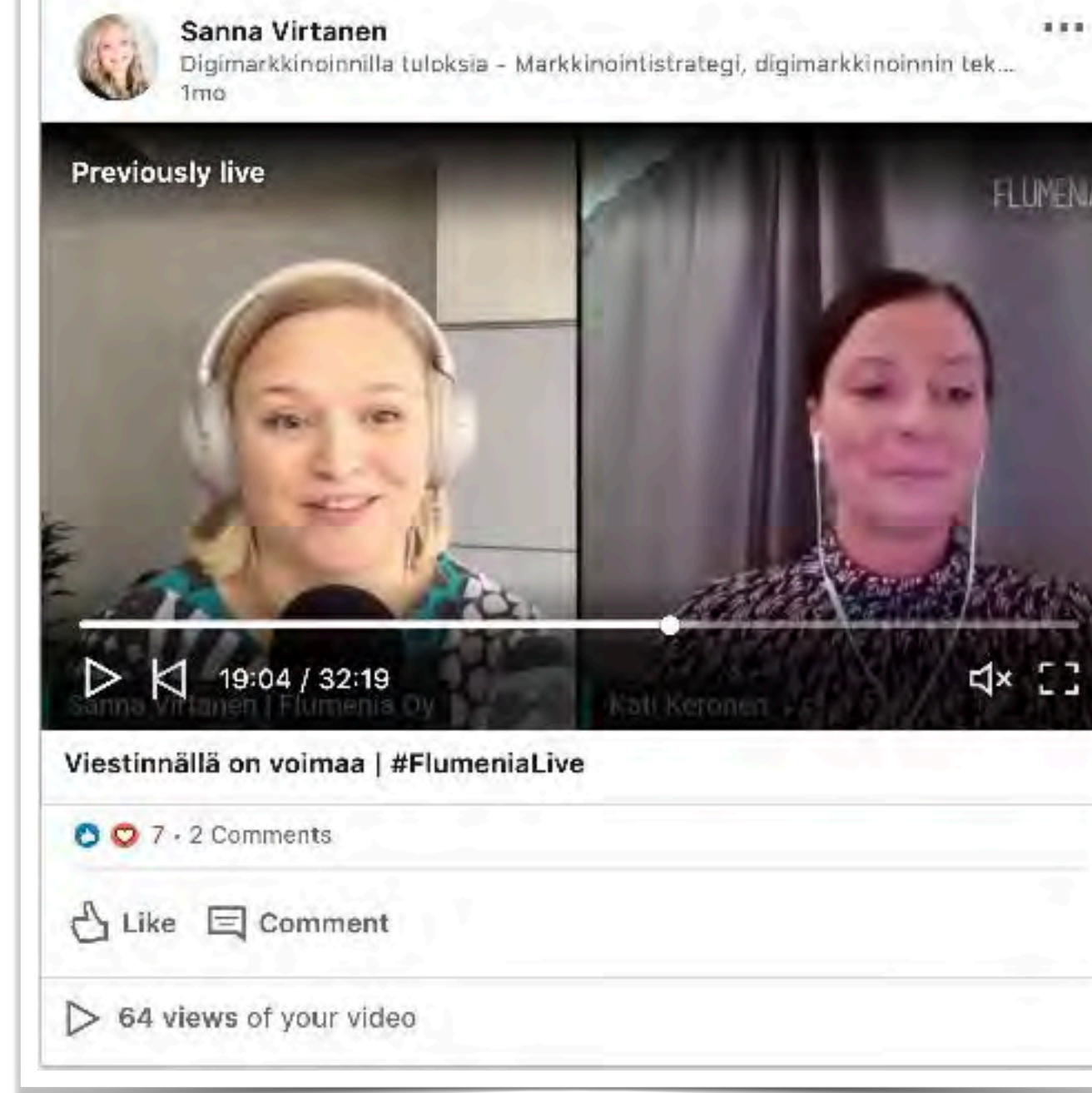
FLUMENIA

LinkedIn ❤️ Sisältö

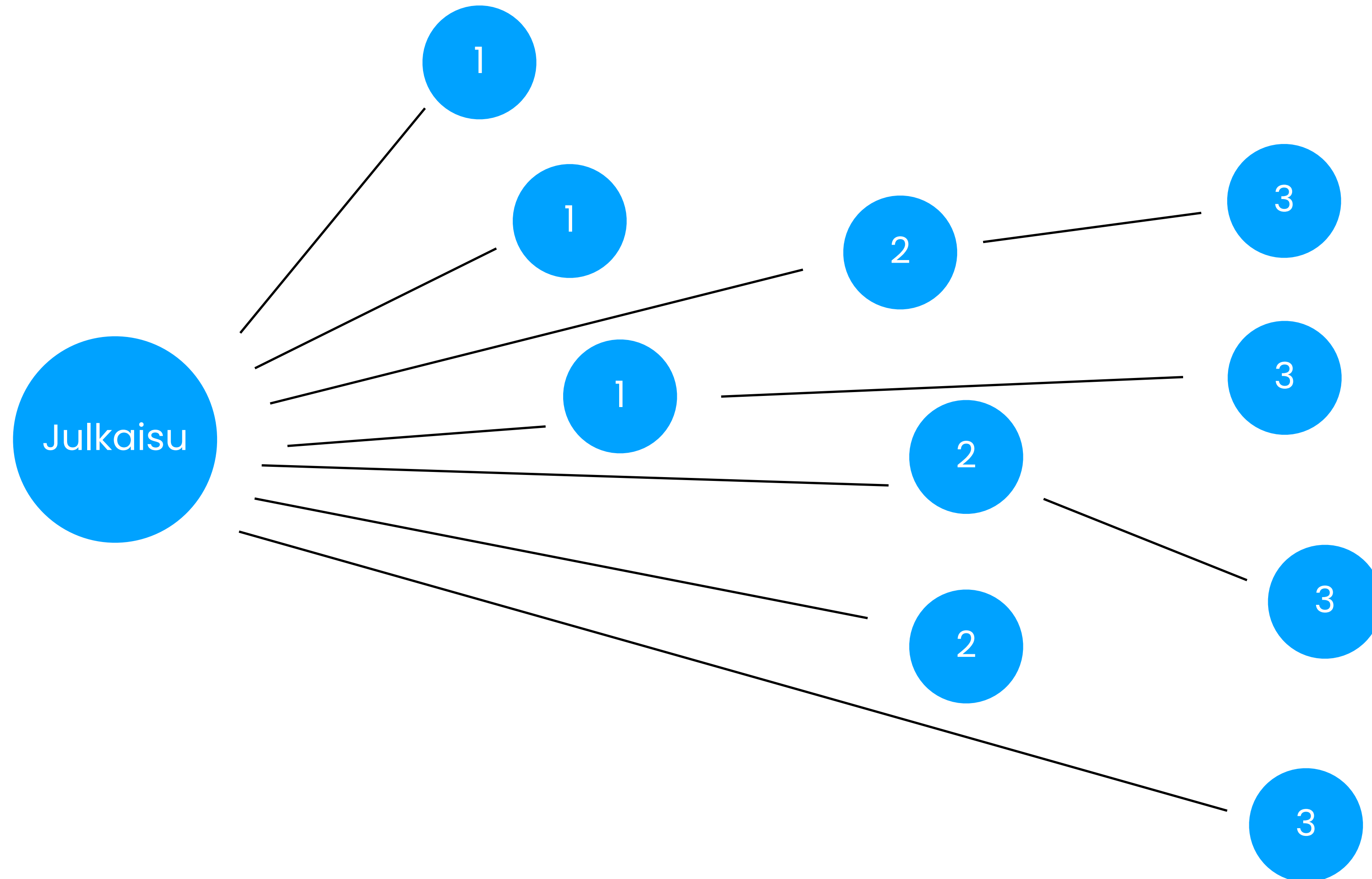
Flumenia

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



Verkoston efekti tunnettuuden kasvattamisessa



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

Home

My Network

Jobs

Messaging

Notifications

Me

Normal

B

I

U



Miten hankin markkinointipalveluita?

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

Päivitykset – tämän hetken toimivimmat muodot

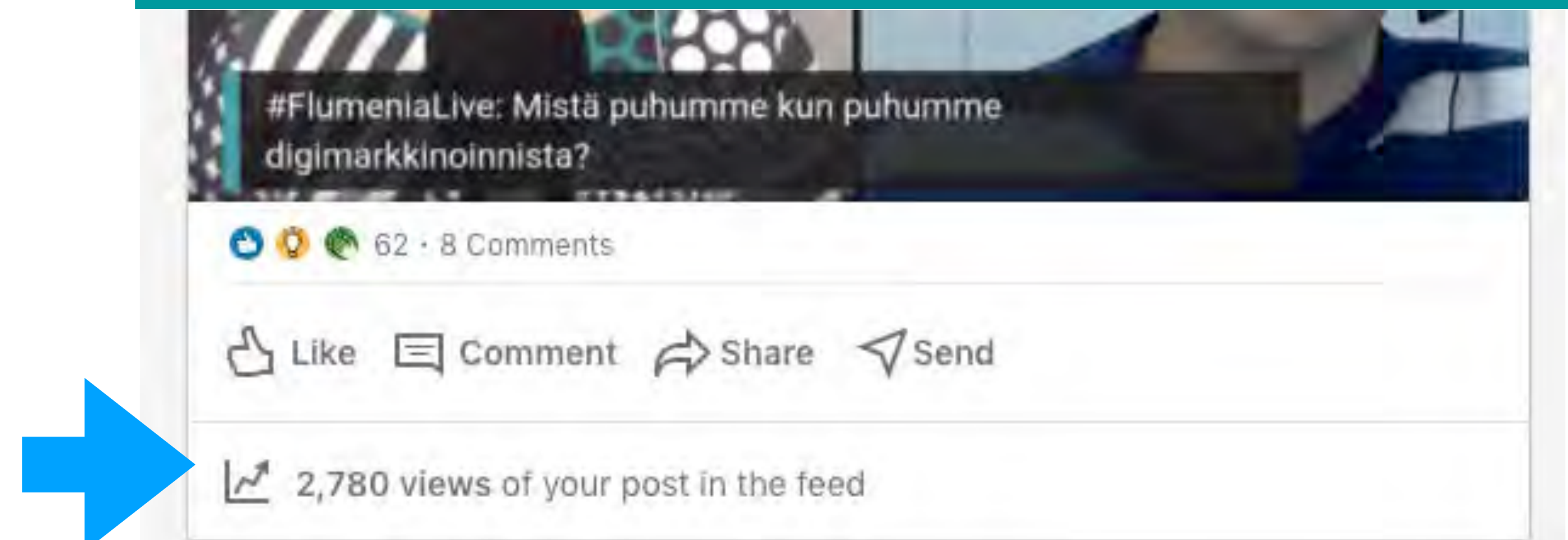
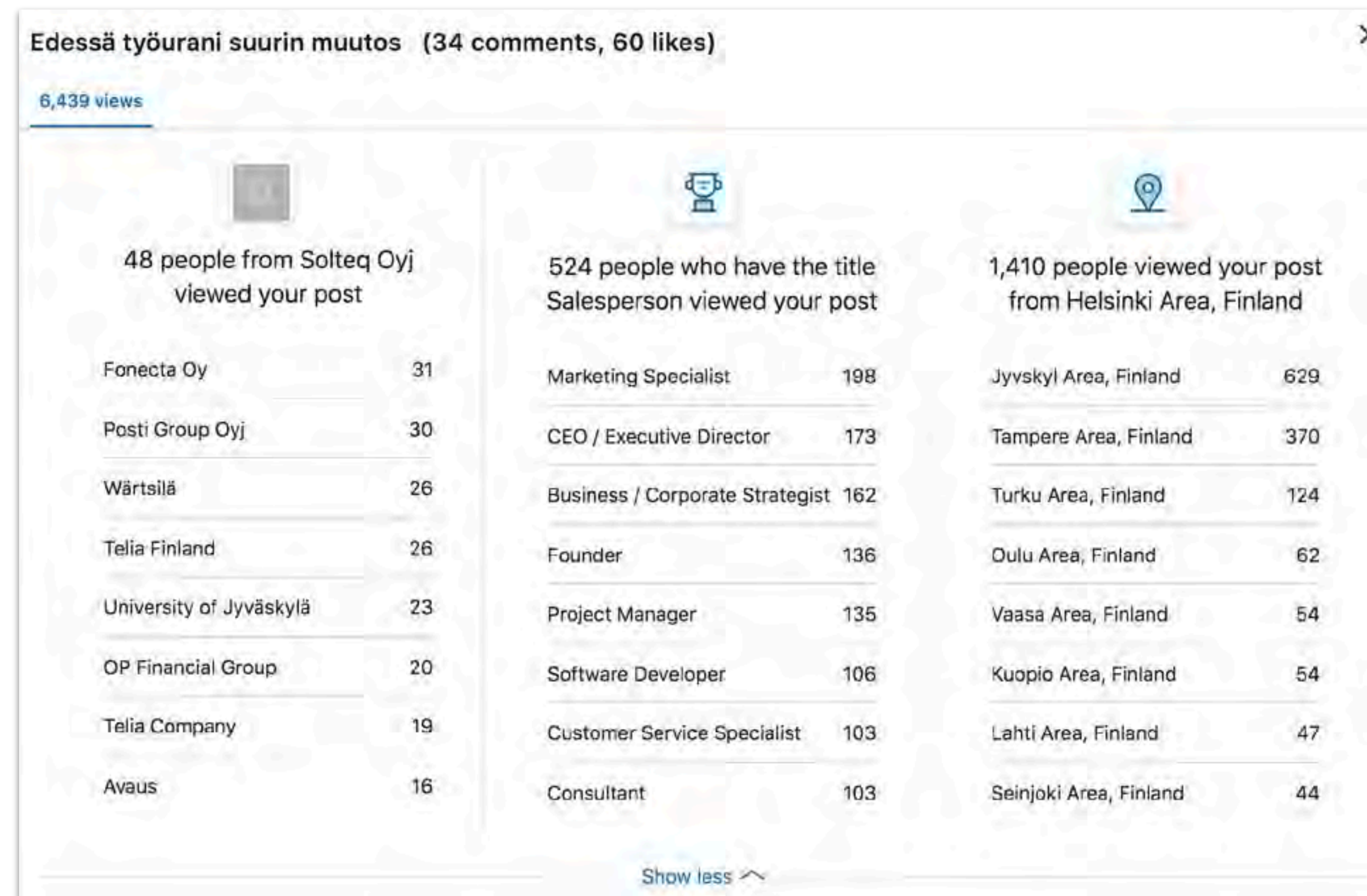
- LinkedIn “Dwell Time”
- Sisällöt, jotka saavat käyttäjän pysähtymään
 - Pitkät tekstijulkaisut, asian herättely julkaisun alussa
 - “mikroisisällöt” kuvakarusellina tai videot
- Käyttäjien pysyminen alustalla – linkkien esikatselu pois ja linkki kommenttiin (?)
- Kuvia kannattaa käyttää harkiten – 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

Follow Zoner Oy

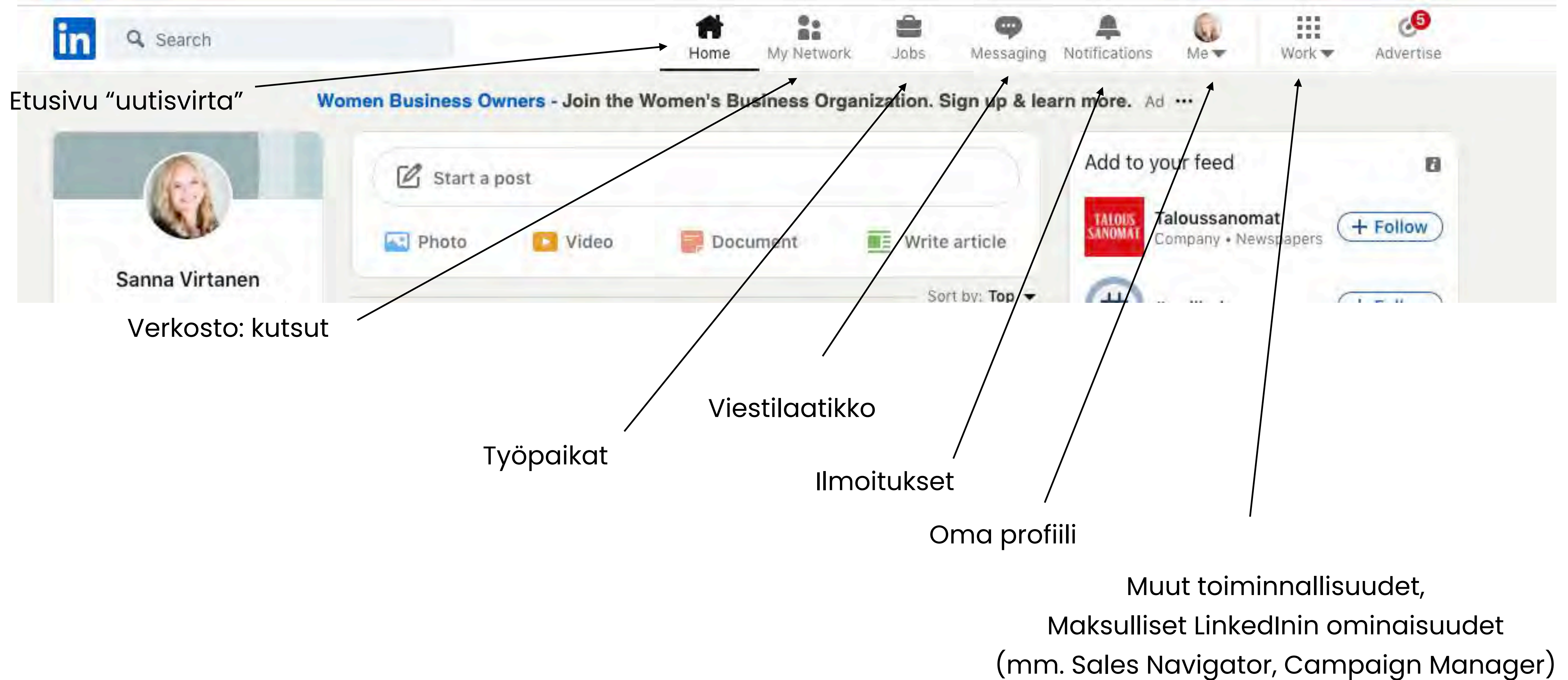
Follow

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

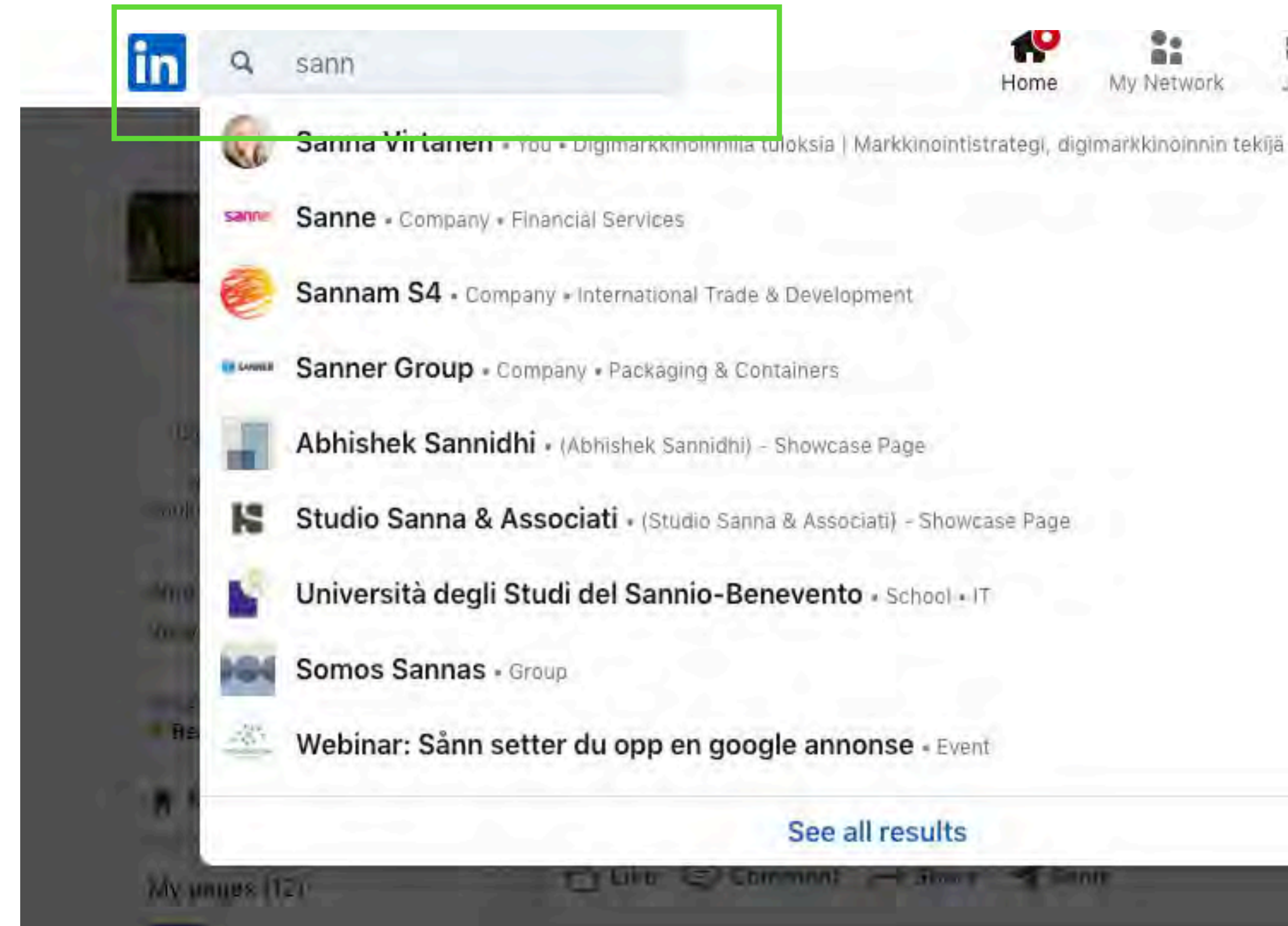
About Accessibility Help Center
Privacy & Terms Ad Choices
Advertising Business Services
Get the LinkedIn app More

LinkedIn Corporation © 2020

Voit vaihtaa
tietokoneen
näkymässä
uusimmat/
suosituimmat
julkaisut

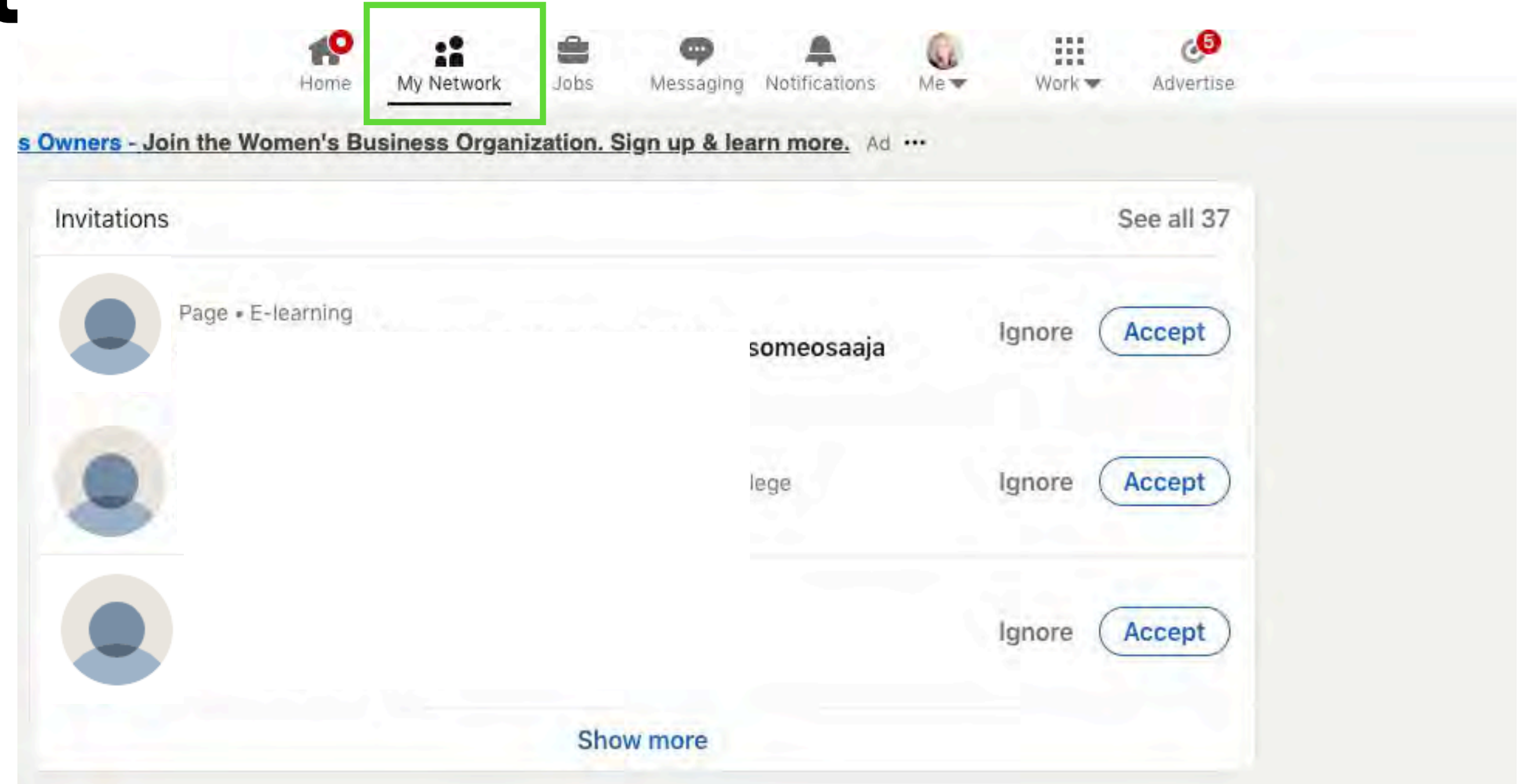
Verkostoituminen ja kutsut

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

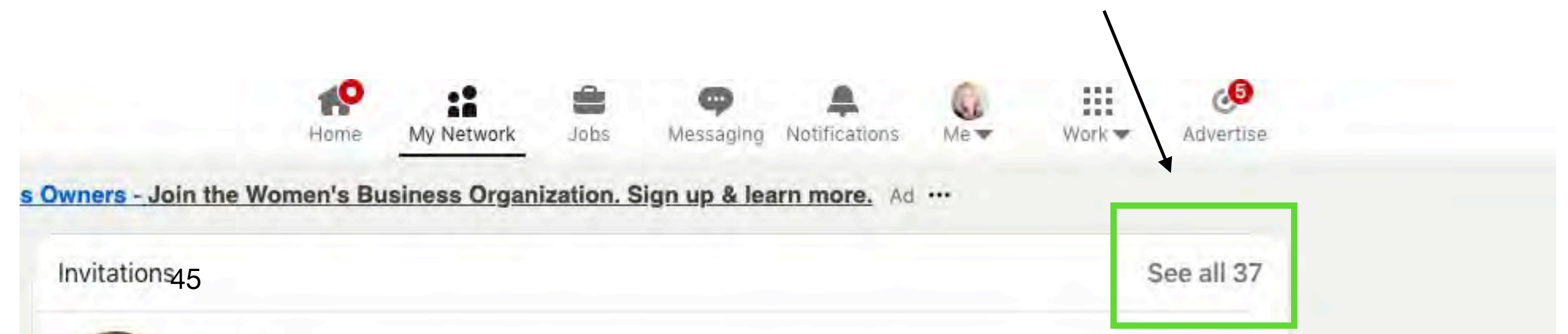


Verkostoituminen ja kutsut

- 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

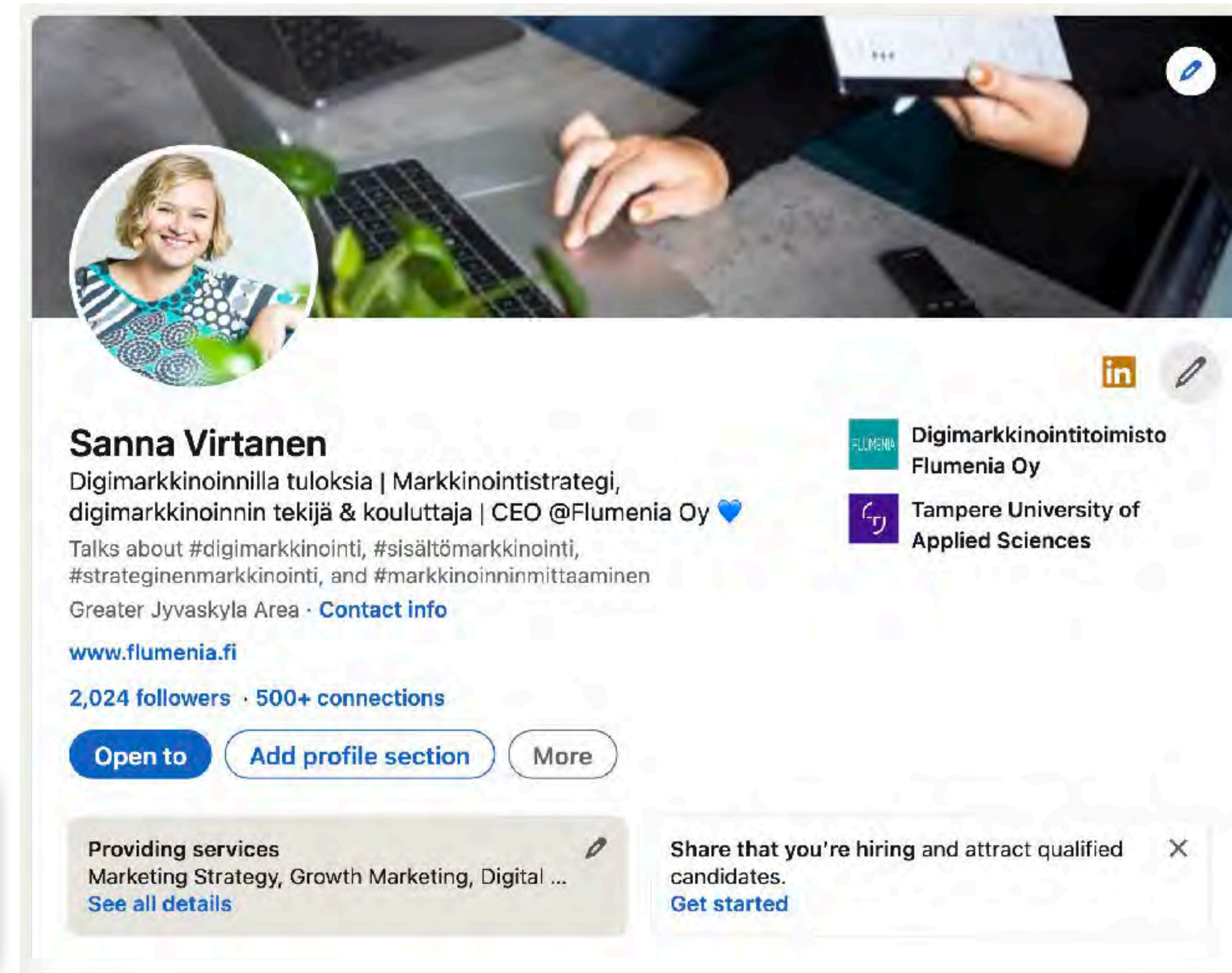
- Voit lähettää maksutta viestejä omalle verkostolle (“1-tason” kontaktit).
- Premium-versiossa viestintää (Inmailin) kautta potentiaalisille kontakteille.

FLUMENIA

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



The screenshot shows a LinkedIn profile for Sanna Virtanen, who is a CEO at Flumenia Oy. The profile is set to 'Creator mode', which is indicated by a green 'On' button. The profile features a circular profile picture of Sanna, a banner image of her working at a laptop, and a bio that describes her as a digital marketing strategist and educator. The profile also shows her website (www.flumenia.fi), 2,024 followers, and 500+ connections. There are three buttons: 'Open to', 'Add profile section', and 'More'. A 'Providing services' section is visible, listing 'Marketing Strategy, Growth Marketing, Digital ...'. A notification at the bottom right encourages sharing hiring information.

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](#)

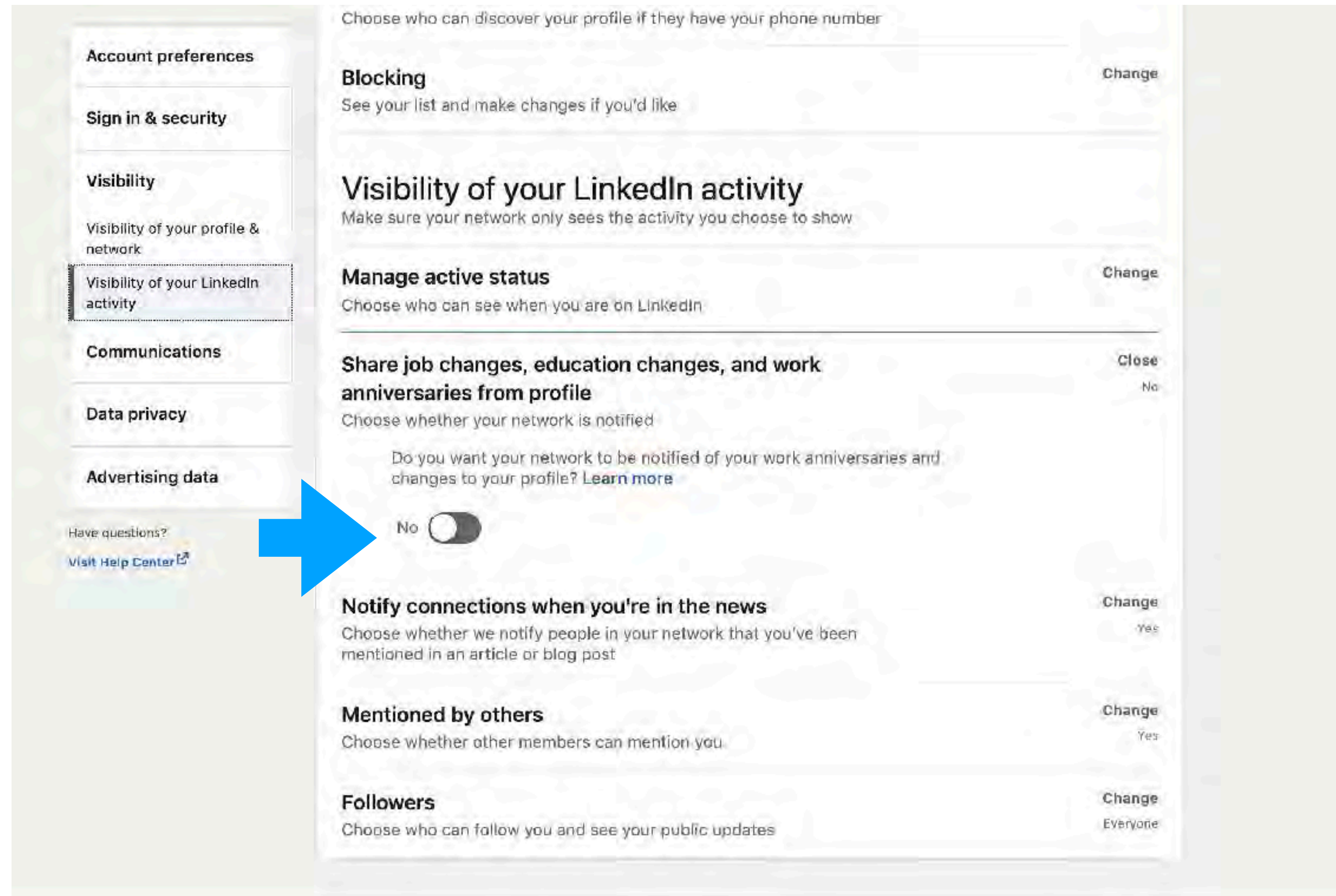
Share that you're hiring and attract qualified candidates.
[Get started](#)

Resources

Private to you

 **Creator mode** On

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



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 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

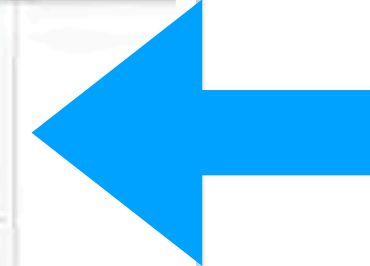
Basic (required)

☒ 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.

Flumenia



Sanna Virtanen

Kasvun vauhdittaja | Markkinointistrategi, digimarkkinoinnin tekijä & kouluttaja | CEO @Flumenia Oy 💙

Greater Jyväskylä Area

2K followers · 500+ connections

 Digimarkkinointitoimisto
Flumenia Oy

 Tampere University of Applied
Sciences

 [Company Website](#) 

[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](#)

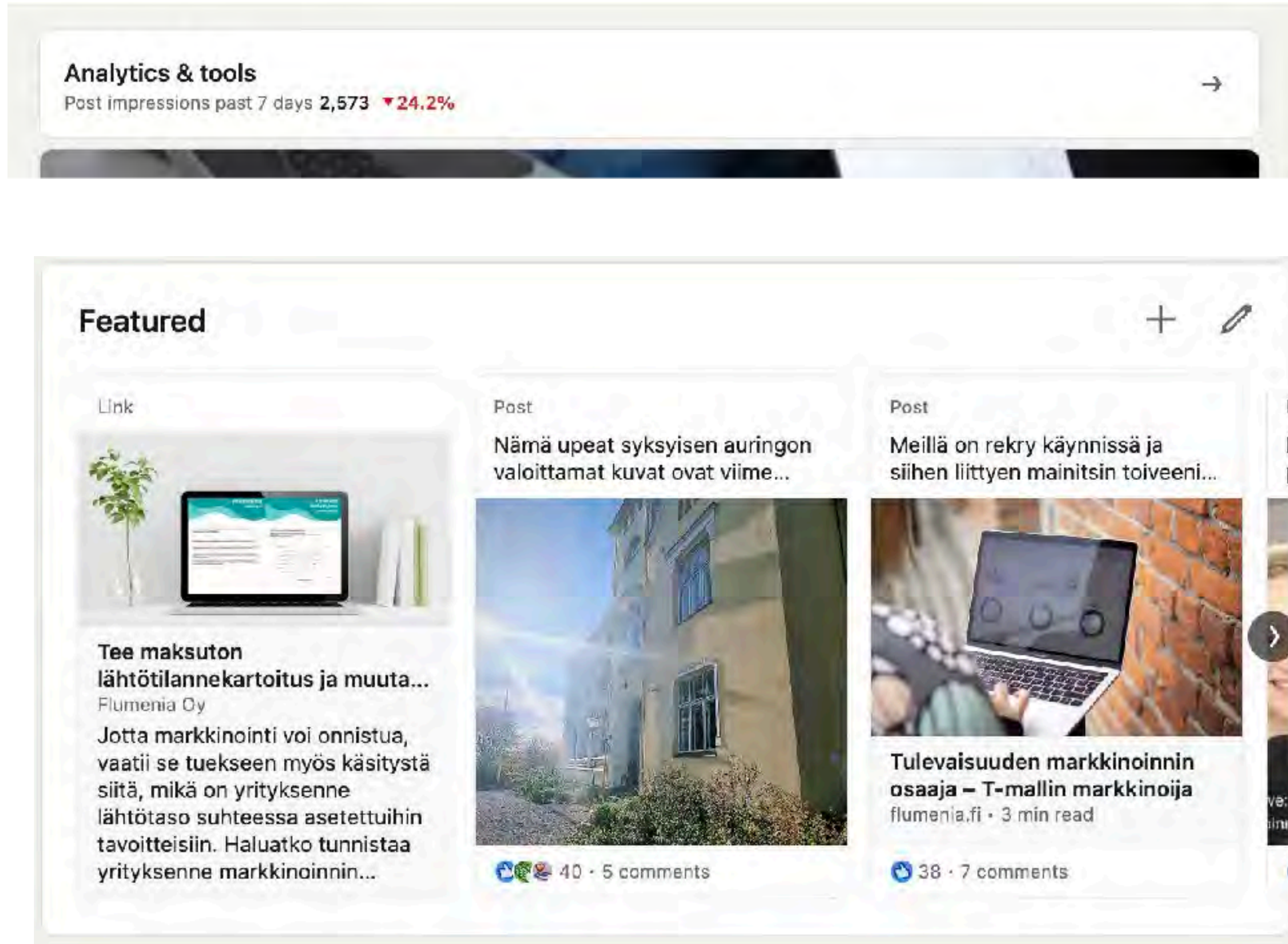
About

Nykyaikaisen markkinoinnin osaajana olen parhaimmillani isojen kokonaisuuksien parissa, joissa yhdistyvät strateginen osaaminen, luova ja analyyttinen ajattelutapani markkinoinnin toteuttamisesta, ideointikyky, sisältömarkkinointi sekä tekninen osaaminen.

Flumenia on valintasi silloin kun haluat viedä markkinointisi uudelle tasolle – me olemme kasvua vauhdittava markkinointikumppani.

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.



LinkedIn-profiili rakentuu seuraavista osa-alueista:

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

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...](#)

Menu options:

- ★ **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

Video content:
#FlumeniaLive: Mistä puhumme kun puhumme digimarkkinoinnista?

👍💡🌱 55 • 8 Comments

Reactions

👍👍👍👍👍👍👍👍👍 +47

👍 Like 💬 Comment ➦ Share ✉️ Send

📈 2,625 views of your post in the feed



Miten lisään päivityksen omaan profiiliin Featured-osioon.



Miten tallennan (muiden julkaiseman) päivityksen myöhempää varten?

Flumenia

Activity
2,230 followers

Start a post

Sanna Virtanen posted this • 2d



Mistä [#työnantajamielikuva](#)'n kehittämisessä on oikeastaan kyse?
Avoimista työpaikoista vai pitkäjänteisestä yrityksen vetovoimaisuuden kasvattamisesta, jott ...show more

15 4 comments

Sanna Virtanen posted this • 4d

Resursointi ja osaaminen on melkoisen oleellinen tekijä markkinoinnin onnistumisessa — [Riina Jokinen](#) kirjoitus aiheeseen liittyen on ...show more



Markkinoinnin resurssit - 3 arjen havaintoa resursointiin
blog.markops.fi • 6 min read

11 1 comment

Sanna Virtanen posted this • 1w

On tämä yrittäjyys älytöntä hommaa — pidän sitä parhaana asiana, jota työurallani olen tehnyt ja samaan aikaan on toinen ääripää, joka on todella kaukana tuosta parhaasta asiasta.
...show more

40 4 comments

Sanna Virtanen posted this • 1w



Yli puolet osallistujista tunnisti kaikki kolme markkinoinnin onnistumisen estettä omassa organisaatiossaan 🚫

...show more

19

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

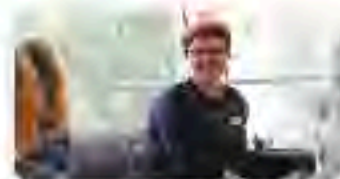
Howspace · Full-time

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

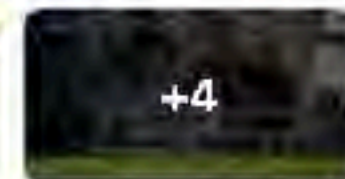
Mar 2013 – May 2017 · 4 yrs 3 mos

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 Heskari**
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 yrityksen 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

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