



# SOSIAALISEN MEDIAN TRENDIT

11.3.2026

JONNA MUURINEN, KUULU OY

**KEUKO**  
KASVUN MAHDOLLISTAJA

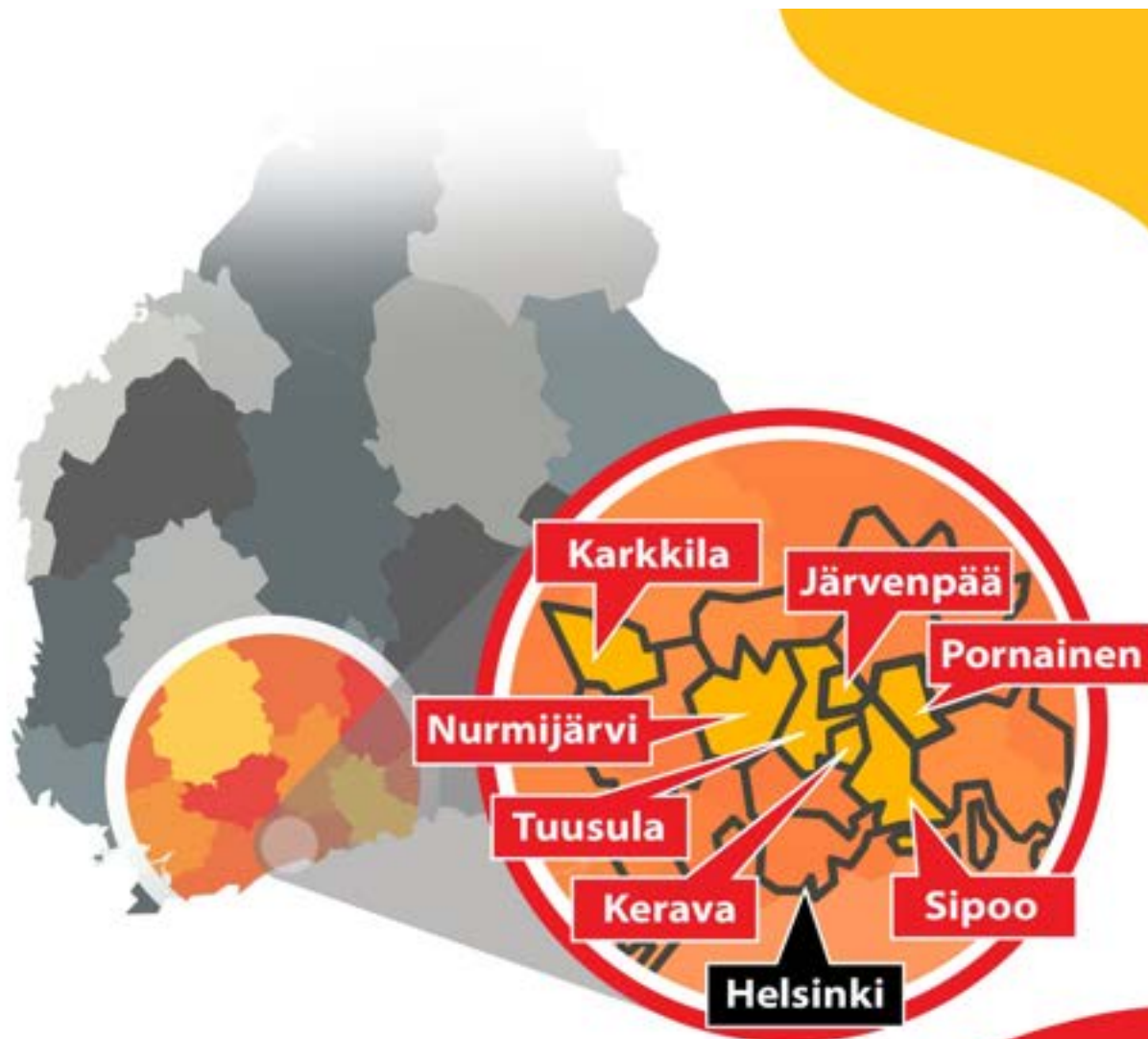
**Tänäänkin  
on hyvä päivä  
kehittää.**



”Keuke auttaa yrityksiä kehittymään ja kasvamaan - neuvomme ammattitaidolla kaikissa yritystoimintaan liittyvissä asioissa maksuttomasti

# KEUKEN TOIMIALUE

JÄRVENPÄÄ  
KARKKILA  
KERAVA  
NURMIJÄRVI  
PORNAINEN  
SIPOO  
TUUSULA



# Millaisissa asioissa autamme?

YRITYKSEN  
PERUSTAMINEN



YRITYKSEN  
KEHITTÄMINEN



YRITYKSEN  
SIJOITTUMINEN



KASVU JA  
KANSAIN-  
VÄLISTYMINEN



YRITYKSEN  
OMISTAJAN-  
VAIHDOS



# Keuken käytetyimmät palvelut 2025



markki-  
nointi  
ja myynti

yrityksen  
perusta-  
minen

liike-  
toiminnan  
arviointi

henkilöstö-  
asiat

talous-  
neuvonta

rahoitus-  
neuvonta

omistajan-  
vaihdokset

tuote-  
ja palvelu-  
kehitys

VUONNA 2025

95%

asiakkaistamme koki saamansa neuvonnan  
hyödylliseksi yrityksen kehittämisen kannalta



96%

asiakkaistamme  
suosittelisi  
palvelujamme  
toisille  
yrityksille

96%

asiakkaistamme sai apua juuri  
niissä asioissa, joihin he hakivat apua



2000+

kehittämishaluista asiakasta

~300

liiketoiminta-  
tai projekti-  
suunnitelmaa

12+

asiakkaalle  
omistautunutta  
asiantuntijaa

KEUKE  
KASVUN MAHDOLLISTAJA



**ASIAANTUNTIJAMME AUTTAVAT**

**KEUKE**  
KASVUN MAHDOLLISTAJA

**KEUK3**  
KASVUN MAHDOLLISTAJA

**KUTSU:** KEUKEN JOKA YRITTÄJÄN TALOUSKOULU

# **KUUNTELE, MITÄ *TILINPÄÄTÖS* OSAA KERTOA**

- » **TIISTAI 24.3.2026 KLO 17-19.30**  
(kahvit tarjolla klo 16.30 alkaen)
- » **NURMIJÄRVEN KUNNANTALO**  
(Keskustie 2 B, Nurmijärvi)
- » **TILAISUUS ON MAKSUTON**



**KEUK3**  
KASVUN MAHDOLLISTAJA

**KUTSU:** KEUKEN KANSAINVÄLISTYMISAAMU

# **ILTALAIVALLA RUOTSIIN JA SIELTÄ KOKO MAAILMAAN**

- » **TIISTAI 14.4.2026 KLO 9-11 JA KLINIKAT 12-15**  
(kahvit tarjolla klo 8.30 alkaen)
- » **KEUKEN TOIMISTO**  
(Puuvalonaukio 2 D 2.krs, Kerava)
- » **TILAISUUS ON MAKSUTON**



KEUKEN JA  
UUDENMAAN  
YRITTÄJIEN

MEGA  
Yritystreffit

HAKU  
PÄÄLLÄ

- » KESKIVIikko 3.6.2026 KLO 16.30–19.30
- » KRAPIN ONNELA  
(Rantatie 34, Tuusula)
- » TILAISUUS ON MAKSUTON

**KEUK3**  
KASVUN MAHDOLLISTAJA

**Yrittäjät**  
UUSIMAA

# Innostuitko?

Varaa aika maksuttomaan neuvontatapaamiseen.



# Tervetuloa Keukeen!

Varaa tapaamisaika  
[www.keuke.fi](http://www.keuke.fi)

**KEUKE**  
KASVUN MAHDOLLISTAJA



## JONNA MUURINEN

Kuulu Oy perustaja, toimitusjohtaja

- ✓ Kansainvälisen yritysviestinnän maisteri
- ✓ Digitaalisen markkinoinnin erikoistumisopinnot
- ✓ Brändäyksen ja palvelumuotoilun erikoistumisopinnot
- ✓ 25 vuoden kokemus kv. markkinoinnista & viestinnästä
- ✓ Noin 1000 konsultoitua yritystä
- ✓ Oma lempisome LinkedIn & IG stoorit

# KUULU

MARKKINOINTIA, JOKA TUOTTAA MITATTAVIA TULOKSIA



## STRATEGIA & ASIAKASYMMÄRRYS

Syvällinen tuntemus yleisöistä ja tekoälyllä tehostettu sisällöntuotanto



## LUOVUUS & DATA

Vaikuttavat videot ja datavetoinen sisällöntuotanto





## LUOTETTAVA KUMPPANI

Pitkäjänteinen yhteistyö ja mitattavat tulokset

 Oulu & Helsinki

 Digimarkkinointi

 Videotuotannot

 Koulutukset

KUULU

# KÄYTÄNNÖT

- Kysyä saa milloin vain
  - > käytä chatia (ryhmä on ISO)
  - > vain kysymällä ja kuuntelemalla opitaan!





Kokkulta  
Muki 350ml reilu beige

**1<sup>00</sup>**  
KPL



6473880051443

31201

10.24

Arabia  
Muumimuki 0,3l Muumitalo

**18<sup>50</sup>**  
KPL



6411805001198

31201

8

60.25

# Yhden hengen markkinointitiimi: 3 roolia, 1 selkeä prosessi

Yhden hengen markkinointitiimin suurin virhe on strategisen suunnittelun, luovan tuotannon ja rutiinomaisen julkaisun sekoittaminen. Tämä kolmivaiheinen malli erottaa nämä roolit toisistaan, mikä tekee markkinoinnista järjestelmällistä ja hallittavaa.



✓ **Fokus on toistossa ja selkeydessä, ei täydellisyydessä.**  
Vältät jatkuvaa ideointia ja kilpailijoiden seuraamista.

✓ **Lopputulos: Markkinointi on hallittua ja tuntuu valmiimmalta.**  
Sisällöt syntyvät nopeammin ja jaksat noudattaa mallia.

# Helppo sisältösuunnitelma pienyritykselle

Tämä malli auttaa palveluyrittäjää rakentamaan somesisältöä, joka puhuttelee oikeaa yleisöä ja tarjoaa aitoa arvoa. Sisältösuunnitelma kiteytyy kolmeen ydinkysymykseen, jotka ohjaavat julkaisujen tekoa.



- 1 Kenelle puhut?**  
Määrittele selkeästi se asiakas, jonka haluat tavoittaa.



- 2 Mitä ongelmaa ratkaiset?**  
Keskity asiakkaasi arjen haasteisiin ja niiden helpottamiseen.



- 3 Mitä hyötyä tarjoat?**  
Jaa vinkkejä, esimerkkejä tai kokemuksia, jotka auttavat asiakasta.

## Käytännön toteutus

- **Sopii erityisesti palveluyrittäjille**  
Malli on suunniteltu asiantuntijuuden ja avun korostamiseen.



- **Hyödynnä vinkkejä ja kokemuksia**  
Näytä osaamisesi konkreettisten tarinoiden kautta.



## Esimerkki 1: Kampaaja

### 1 Kenelle puhut?

👉 kiireinen työssäkäyvä nainen

### 2 Mitä ongelmaa autat ratkaisemaan?

👉 hiukset näyttävät helposti rasvaisilta ja latvat kuivuvat

### 3 Mitä hyödyllistä voit näyttää tai kertoa?

👉 vinkki: miten hiukset pestään niin, että ne pysyvät pidempään puhtaina

💡 Somesisältö:

"Yksi yleinen virhe hiusten pesussa – näin saat hiukset pysymään pidempään puhtaina."

## Esimerkki 2: Tilitoimisto

### 1 Kenelle puhut?

👉 yksinyrittäjä

### 2 Mitä ongelmaa autat ratkaisemaan?

👉 epävarmuus verotuksesta ja vähennyksistä

### 3 Mitä hyödyllistä voit näyttää tai kertoa?

👉 kolme yleisintä virhettä yrittäjän verotuksessa

💡 Somesisältö:

"3 yleistä virhettä, joita yksinyrittäjät tekevät verotuksessa."

## Esimerkki 3: LVI-yritys

### 1 Kenelle puhut?

👉 omakotitalossa asuva perhe

### 2 Mitä ongelmaa autat ratkaisemaan?

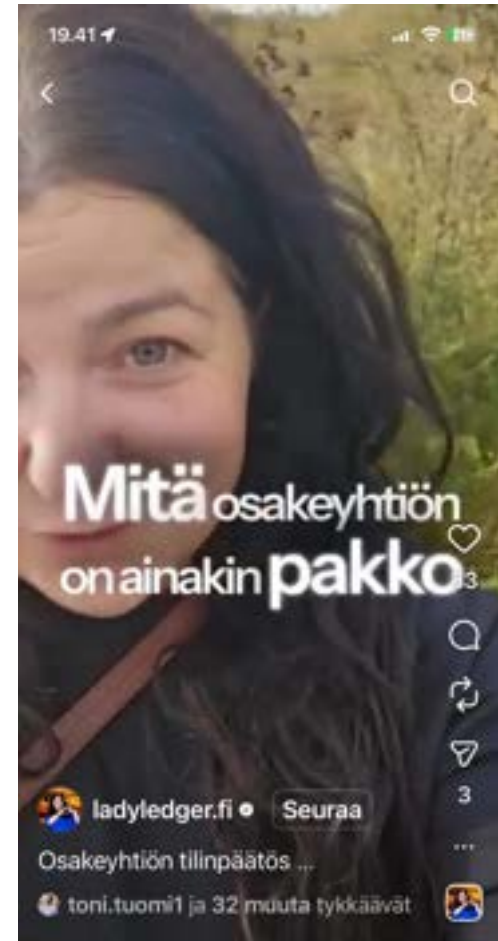
👉 ilmanvaihto ei toimi kunnolla

### 3 Mitä hyödyllistä voit näyttää tai kertoa?

👉 miten huomaat, että ilmanvaihto kaipaa huoltoa

💡 Somesisältö:

"3 merkkiä siitä, että ilmanvaihtosi tarvitsee huoltoa."



# HELPPO SISÄLTÖSUUNNITELMA PIENYRITYKSELLE: 4 IDEAN MALLI

Opastaa pienyrittäjiä luomaan viikon sisällöt helposti hyödyntämällä neljää erilaista näkökulmaa.

## VINKIT JA HYÖDYT

Jaa arvokkaita vinkkejä ja neuvoja, jotka auttavat asiakkaitasi.



### Vinkki hiustenhoitoon:

Oikean hoitoaineen valinta ja käyttö parhaan lopputuloksen saavuttamiseksi.

## ARKISET HETKET JA KULISSIEN TAAKSE

Näytä aitoa arkea ja yrityksen toimintaa kulissien takana.



**Videosisältö:** Lyhyt video työpäivästä kampaamossa, jossa näytetään tunnelmaa ja tiimityötä.



## VIIKON SISÄLLÖT KERRALLA VALMIIKSI

Näitä neljää näkökulmaa hyödyntämällä saat helposti kasaan koko viikon julkaisut.



## VIRHEET JA KOMPASTUSKIVET

Auta välttämään yleisiä virheitä ja ongelmia.



**Opastus:** Vältä yleisin pesuvirhe - liian kuuma vesi ja liiallinen shampooon käyttö.

## KYSYMYKSET JA VASTAUKSET

Vastaa asiakkaiden usein kysymiin kysymyksiin suoraan.



**Suora vastaus:** "Kuinka usein hiukset tulisi leikata?"  
- Vastaa selkeästi asiakkaan kysymykseen.



## Esimerkki 1: Fysioterapeutti

### 👉 vinkki

3 liikettä, jotka helpottavat niska-hartiajännitystä työpäivän aikana

### 👉 yleinen virhe

Yleinen virhe venyttelyssä, joka voi pahentaa selkäkipua

### 👉 asiakkaan kysymys

"Milloin selkävun takia kannattaa tulla fysioterapiaan?"

### 👉 kulissien takaa

Päivä fysioterapeutin työssä – mitä vastaanotolla oikeasti tapahtuu

## Esimerkki 2: Tilitoimisto

### 👉 vinkki

3 asiaa, jotka yrittäjän kannattaa tarkistaa ennen tilinpäätöstä

### 👉 yleinen virhe

Yksi yleinen virhe, jonka yksinyrittäjät tekevät kirjanpidossa

### 👉 asiakkaan kysymys

"Voinko vähentää tämän kulun verotuksessa?"

### 👉 kulissien takaa

Millainen päivä on tilitoimistossa kiireisimpään aikaan

💡 Samalla rakennat asiantuntijamielikuvaa.

## Esimerkki 3: LVI-yritys

### 👉 vinkki

Näin huollat ilmanvaihtokoneen suodattimet itse

### 👉 yleinen virhe

Yleinen virhe ilmanvaihdon säädöissä kotona

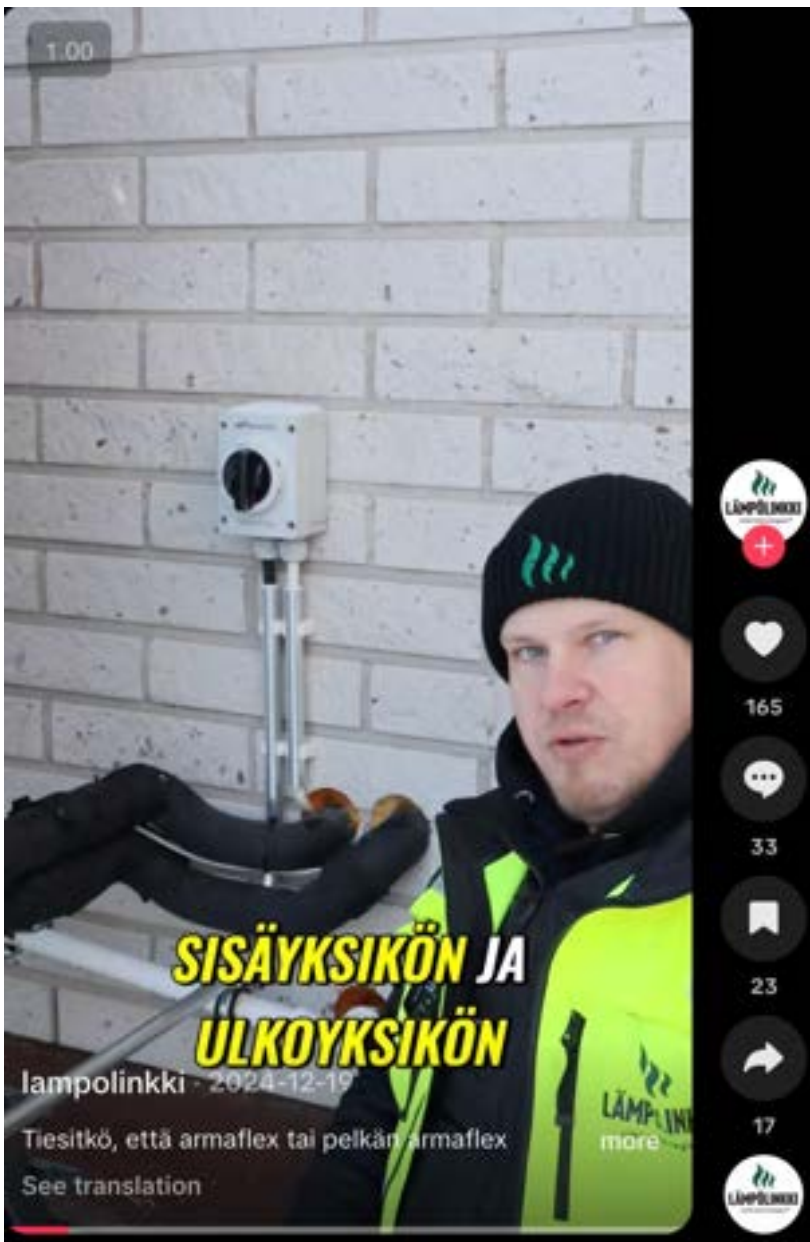
### 👉 asiakkaan kysymys

"Kuinka usein ilmanvaihto pitäisi huoltaa?"

### 👉 kulissien takaa

Mitä tapahtuu ilmanvaihdon huoltokäynnillä

💡 Tämä toimii hyvin teknisille palveluyrityksille.



# HELPPO SISÄLTÖSUUNNITELMA: 1 AIHE JA 8 SISÄLTÖÄ



Kaikki sisältö rakentuu yhden selkeän teeman tai idean ympärille.



## VIDEO JA VINKKIPOSTAUS

Tee aiheesta lyhyt video ja listaa hyödyllisiä vinkkejä tekstimuodossa.



## ASIAKKAAN KYSYMYS JA ENNEN-JÄLKEEN

Vastaa yleiseen kysymykseen ja näytä konkreettinen muutos tai lopputulos.



## STORY-JULKAISU

Jaa aiheesta rennompaa, hetkessä elävää sisältöä tarina-osiossa.



## KARUSELLI JA BLOGIARTIKKELI

Luo monipuolinen kuvakaruseelli ja kirjoita aiheesta syvällisempi blogipostaus.

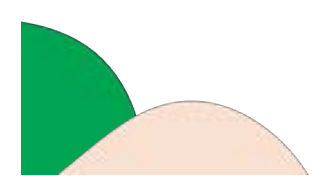


## PODCAST JA UUTISKIRJE

Äänitä aiheesta lyhyt podcast-jakso ja tiivistä se uutiskirjeeseen.

# HARJOITUS

Tehdään pieni  
sisältösuunnitelma



# HARJOITUS: TEE VIIKON SOMESISÄLLÖT

**Harjoitus: suunnittele yksi sisältöteema ja siitä 5 postausta**

**Vaihe 1 – valitse asiakas ja ongelma**

- Kirjoita ylös:
    1. Kenelle puhut?
    2. Mitä ongelmaa autat ratkaisemaan?
    3. Mitä hyödyllistä voit näyttää tai kertoa?
- 👉 Tämä muodostaa **yhden sisältöteeman**.

**Vaihe 2: tee teemasta 5 sisältöä**

Käytä tätä mallia:

1. Vinkki
2. yleinen virhe
3. asiakkaan kysymys
4. kulissien takaa
5. nopea video

👉 Nyt sinulla on **5 somepostausta yhdestä teemasta**.

# HARJOITUS: TEE KUUKAUDEN SOMESISÄLLÖT

- **Vaihe 3 harjoituksessa: tehosta sisältöä tekoälyllä**
- Kun osallistujilla on yksi teema ja 5 sisältöä, anna heille tämä prompti.

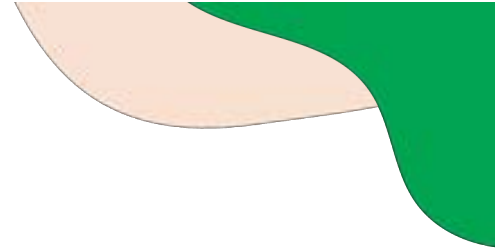
## Prompti

"Toimin [täydennä ammatti].  
Kohderyhmäni on [täydennä asiakas].  
Heidän haasteensa on [täydennä ongelma].

Suunnittelin somesisältöjä tästä aiheesta:

- vinkki
- yleinen virhe
- asiakkaan kysymys
- kulissien takaa
- lyhytvideo

Anna tästä aiheesta vielä 10 uutta somepostausideaa, jotka kiinnostavat kohderyhmääni."



# RESURSOINTI JA PROSESSI

Opas pienyrittäjille selkeän ja aikaa säästävän sisällöntuotannon toimintamallin luomiseen.

## VALMISTELU JA TYÖKALUT

SUUNNITTELE ETUKÄTEEN JA  
TEE KERRALLA ENEMMÄN



Säästä resursseja valmistamalla  
useampi sisältö yhdellä kertaa.

VALMIIT VISUAALISET POHJAT  
HELPOTTAVAT ARKEA



Käytä Canvan kaltaisia työkaluja,  
joissa on valmiit kuvakoot ja  
brändi-ilme.

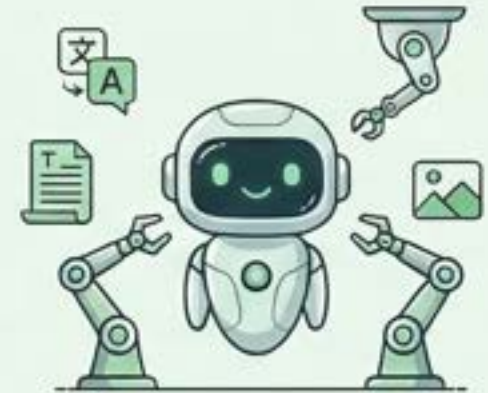
## SISÄLLÖN MONISTAMINEN JA TEKOÄLY

MONISTA JA VERSIOI YKSI  
SISÄLTÖ MONEKSI



Muuta kuvat videoiksi ja videot  
tekstiksi eri kanaviin.

OTA TEKOÄLY MUKAAN  
SISÄLLÖNTUOTANTOON

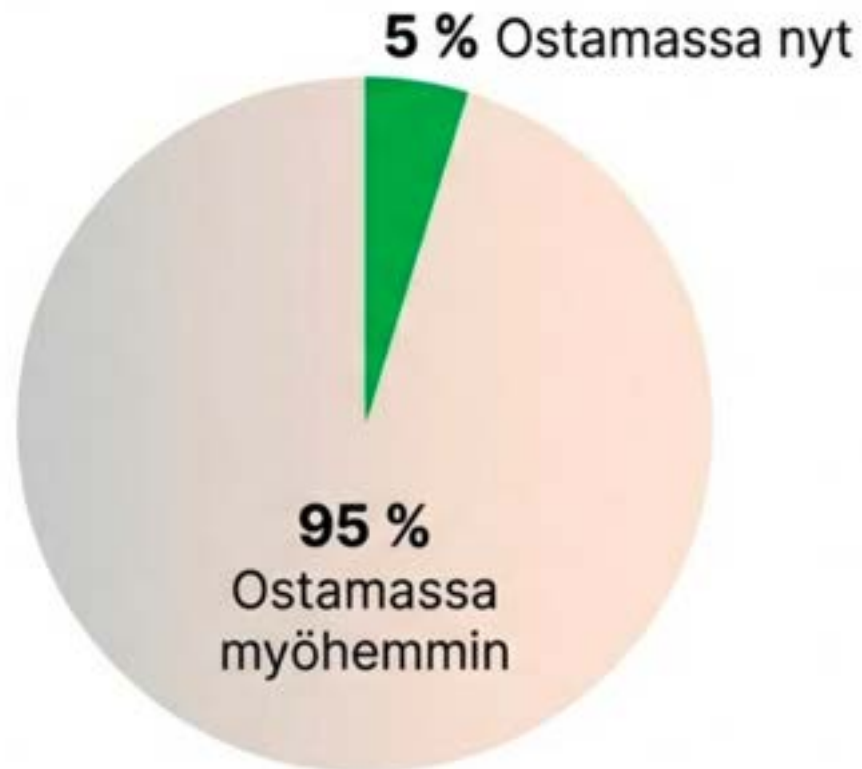


Hyödynnä tekoälyä erityisesti  
sisällön monistamisessa ja  
versioinnissa.

A large, textured gold star is centered on a dark, textured carpet. A spotlight effect illuminates the star from above, creating a bright area on the carpet. At the bottom of the frame, the tips of a pair of brown leather shoes are visible, suggesting the viewer is standing on the carpet looking down at the star.

**Tunnetulle brändille kaikki on helpompaa**

# KOHDERYHMÄN RELEVANSSI > YLEINEN HUOMIO



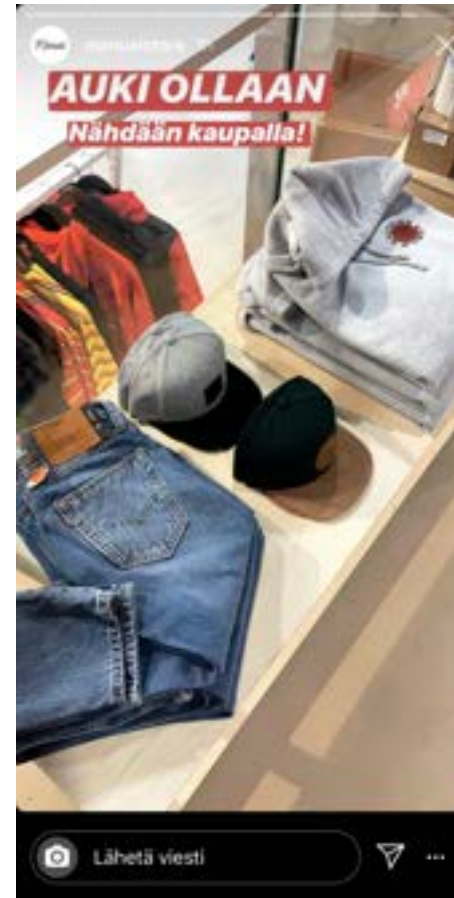
Vain noin 5 % kohderyhmästä on ostamassa nyt. Markkinoinnin tehtävä on vaikuttaa niihin 95 %:iin, jotka ostavat myöhemmin, jos viesti on relevantti.



# SISÄLTÖESIMERKKI : AJANKOHTAISUUS



# MUISTUTUS YRITYKSEN OLEMASSAOLOSTA



# SISÄLTÖESIMERKKI: TUOTTEEN LUOMINEN



1 083 näyttökertaa

loviacollection #LOVIAMAKERS Our mission is to bring our makers and you, the users of Lovia treasures, together. All of the people in our... lisää



99 tykkäystä

loviacollection [HILLA] in the making. All of our bags are truly made by hand, and the weaving detail is an excellent example of this.



Lähetä viesti



Lähetä viesti



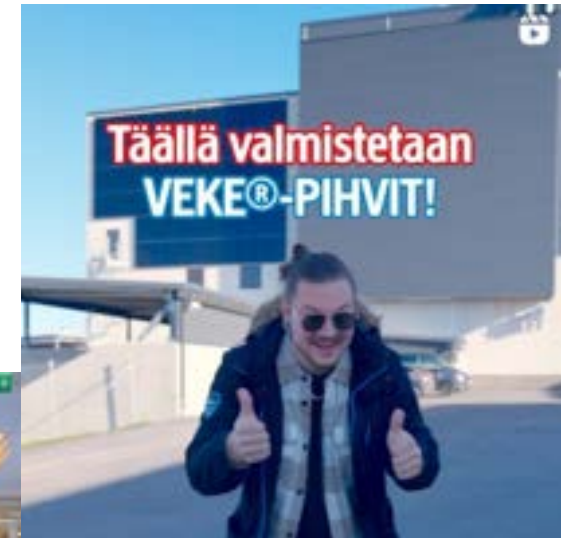
# SISÄLTÖESIMERKKI: KONSEPTIT



# SISÄLTÖESIMERKKI: HUUMORIA JA PILKETTÄ SILMÄKULMASSA



# SISÄLTÖESIMERKKI: BEHIND THE SCENES



# SISÄLTÖESIMERKKI: UKK/FAQ



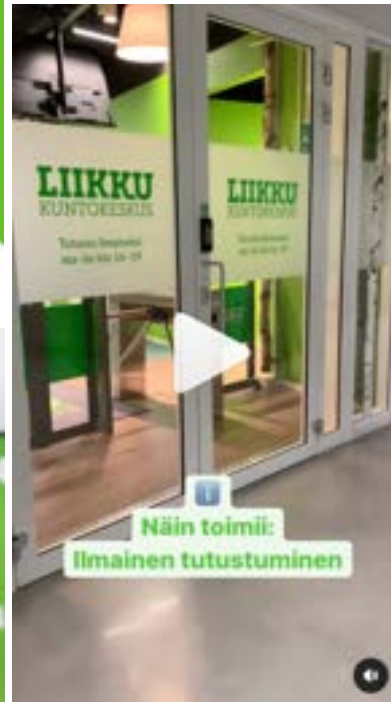
Tutustu ilmaiseksi  
ma-ke klo 16-19

Näin se toimii...



**LIIKKU**  
KUNTOKESKUS

Keskusvastaava on paikalla päästämässä sinut sisään ja opastamassa eteenpäin. Lainaamme sinulle treenin ajaksi Liikku-kortin, jolla saat pukukaappisi lukkoon.



MEILTÄ KYSYTÄÄN JUURI NYT:

# MIKSI KIINTEISTÖVERONI NOUSI?

**VERO**  
SKATT

# SISÄLTÖESIMERKKI: OPETA (OSTAMAAN)



26 tykkää tästä  
prismalimingantulli Tervetuloa käyttämään uutta Myymälänouto -palveluamme Limingantullin prismaan!

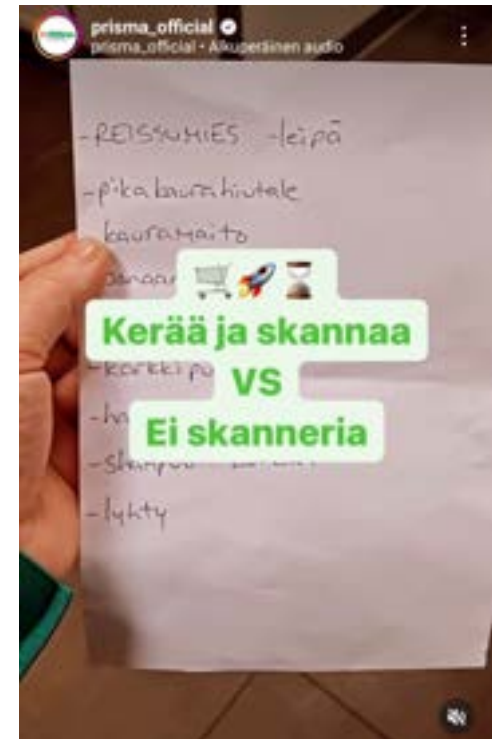
Käyttö on hyvin yksinkertaista seuraavia ohjeita seuraten:

1. Valitse haluamasi käyttötavarapuolen tuotteet sivustolta Prisma.fi.
2. Valitse toimipiste (Prisma Limingantulli) ja klikkaa "Osta ja nouda" -painiketta (HUOM. älä paina "Lisää ostoskoriin")
3. Siirry maksamaan valitsemasi tuotteet. (Ps. Muista Setukortti.) 🙄
4. 24 tunnin sisällä saat koodin, jolla voit noutaa tilaamasi tuotteet lokerikosta.
5. Noutoaikaa on tilauspäivä + 3 vuorokautta.

Ja ei muuta kuin tilauksia tulemaan. 😊

#prismalimingantulli  
#osuuskaupparina #aitovalittaminenylättää  
#myymälänouto  
#helppoajakivaa

0. syyskuuta



# SISÄLTÖESIMERKKI: TUOTE-ESITTELY / TUOTE- SUOSITTELU

**Myssyfarmi**  
5 pvm

Kelit viilenee ja Myssy-kausi kuumenee! Saanemme esitellä tämän hetken TOP 4 tuotteet. 🔥

1. Neilikka Kyrö Original
2. Lumo Hohto-huppu
3. Nalkala Pipa
4. Jalas Sivakka

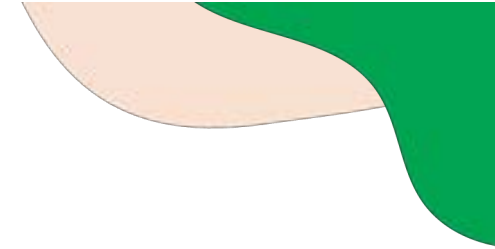
Mikä on sinun suosikkisi?  
[myssy.f/w23](#)

...

The temperatures are cooling down, and the Myssy season is heating up! Allow us to introduce you the current TOP 4 products. 🔥

1. Neilikka Kyrö Original
2. Lumo Hohto Hood
3. Nalkala Pipa
4. Jalas Sivakka

Which one is your favorite?  
[myssy.f/w23](#)





# SISÄLTÖESIMERKKI: MIKSI OLEMME OLEMASSA?



**ytk** YTK  
1 pv · 🌐

Tuntuuko, että töissä puhutaan liian monimutkaisesti? Olet törmännyt jargoniin!...  
Näytä lisää

**DUUNIJARGON**

**sidosryhmä**

*suom.* Ihmiset ja yritykset, joiden kanssa ollaan tekemisissä.

**YTK auttaa tulkkamaan työelämää**

# SISÄLTÖESIMERKKI: VASTUULLISUUS



Hesburger  
Pohjolan matka  
Leca Finland



# SISÄLTÖESIMERKKI: HYÖDYLLISEN TIEDON JAKAMINEN



341 näyttökertaa

krautasuomi Seinäpuutarhasta saat kätevän hyötypuutarhan, terassin näkösuojan sekä pihan silmänilon. Katso ohjeet ja tarvikkeet: [k-rauta.fi/kasvimaa-seinalle](http://k-rauta.fi/kasvimaa-seinalle)

#krauta #pihalla #seinäpuutarha #jätäjälkesi #DIY #kesä #kasvattaminen #istuttaminen #pihajapuutarha #piha #puutarha



385 näyttökertaa

krautasuomi Kolmivärinen liukuvärisenä herättää huoneen eloon. Taio vaikkapa lastenhuoneen seinälle flamingon höyheneenpehmeä syli. Katso ohjeet: [k-rauta.fi/liukuvarjattu-seina](http://k-rauta.fi/liukuvarjattu-seina)

#krauta #jätäjälkesi #sisustusinspiraatio #sisustus #inspiraatio #lastenhuone #maalauk #liukuväri #flamingo #sisustustrendit



475 näyttökertaa

krautasuomi Kaipaatko terassille lisää omaa rauhaa? Rakenna tyylikäs rimaseinä itse! Katso ohjeet ja tarvikkeet: [k-rauta.fi/nakosuoja](http://k-rauta.fi/nakosuoja)

#krauta #jätäjälkesi #pihalla #terassi #rimaseinä #näkösuoja #DIY #Kesä #pihajapuutarha

# BRÄNDIN DIGITAALINEN AUKTORITEETTIVERKOSTO

Digitaalinen auktoriteetti on yhdistelmä ihmisten luottamusta ja algoritmien suosioita. Se rakentuu todennettavilla signaaleilla, kuten osaamisella ja maineella, jotka leviävät verkoston eri kanavissa "zero-click" -aikakaudella.

## LÖYDETTÄVYYS JA HAKUKONEYMPÄRISTÖ

### HAKUKONEET JA AI-YHTEENVEDOT

Google (E-E-A-T) ja AI-vastausten lähteeksi pääseminen ovat luottamuksen perusta.



### SOSIAALINEN JA KESKUSTELEVA HAKU

TikTok ja ChatGPT haastavat perinteisen haun erityisesti nuorempien kohderyhmien keskuudessa.



### "CITABLE CONTENT" -VIITATTAVUUS

Selkeät väitteet, data ja FAQ-rakenteet auttavat brändiä nousemaan AI-vastausten lähteeksi.



## BRÄNDI

## VAIKUTTAMINEN JA SISÄLTÖVERKOSTO

### AJATUSJOHTAJUUS (THOUGHT LEADERSHIP)

LinkedIn-aktiivisuus ja asiantuntijanäkemykset ovat tehokkaimpia tapoja vaikuttaa B2B-ostopäätöksiin.



### SYVENTÄVÄT JA OPETTAVAT FORMAATIT

Videot, webinaarit ja podcastit rakentavat syvää luottamusta ja asiantuntija-asemaa.



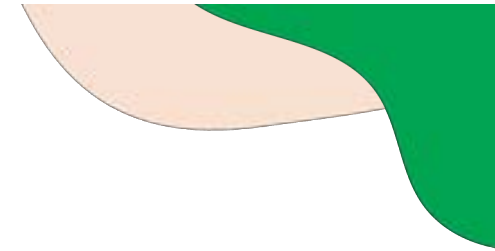
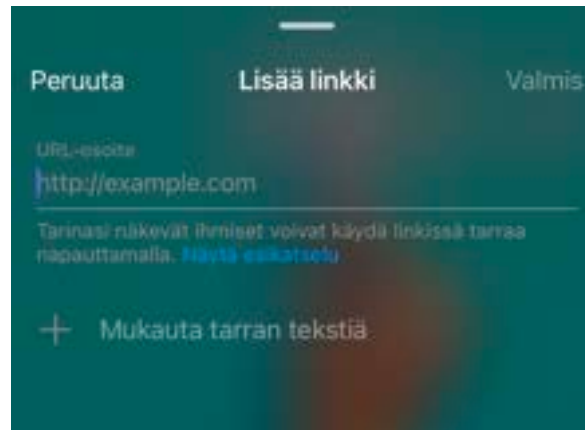
### OMISTETUT JA ANSAITUT KANAVAT

Omat uutiskirjeet ja toimialamedian viittaukset varmistavat auktoriteetin säilymisen alustamuutoksista huolimatta.



# INSTAGRAM STORIES LINKKI STORYYN

- Ohjaa ihmisiä verkkosivuille
- 1 linkki / story
- Linkkitarran tekstiä on mahdollista muokata
- Jos kirjoitat liian pitkän mukautetun tekstin, alku siitä näkyy ja perään tulee ...



# INSTAGRAM STORIES & KOHOKOHDAT

Kuva tai video  
(yksittäinen video  
max 60 s)

Koko 6:19



Sisältö katseltavissa  
24 h ajan  
- Nosta parhaat  
sisällöt kohokohtiin

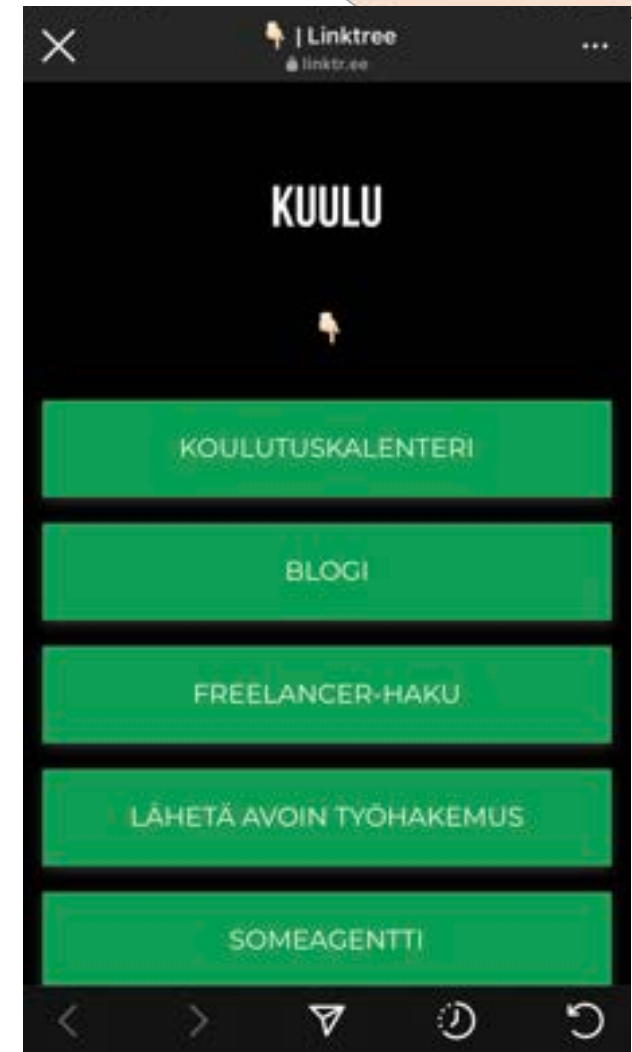
Hyödynnä linkkejä

Storeista voi myös  
tykätä

# INSTAGRAM LINKIT

- **Voit lisätä 5 eri linkkiä bio-osioon**
- **Linktr.ee -työkalu**
  - Voit laittaa profiliin useampia linkkejä
  - Maksuton versio ajaa asiansa
  - Maksullisessa versiossa saat brändivärit käyttöön

Lisää julkaisutekstien loppuun  
"linkki profilissa! / linkki biossa!"



# MARKKINOINNIN MITTAAMINEN

# KESKEISET MITTARIT ZERO-CLICK-AJASSA



## NÄYTTÖKERRAT / REACH

Kuinka monta kertaa sisältösi nähtiin? Seuraa **Google Search Consolesta näyttökertoja** ja **somessa reach-lukuja**. Näyttökerrat voivat kasvaa vaikka klikkaukset laskevat.



## AIKA JA KATSELU

Videon keskimääräinen katseluaika, dwell time. Algoritmit painottavat sisältöä, jonka parissa viivytään ja joka katsotaan loppuun.



## BRÄNDIN MAININNAT

Puhutaanko brändistäsi keskusteluissa, listoissa tai suosituksissa? Käytä mediaseurantaa tai sosiaalisen kuuntelun työkaluja.



## ENGAGEMENT / SITOUTUMINEN

Tykkäykset, kommentit, jaot, tallennukset. Painota **laadullista sitoutumista** – tallennukset ja pitkät kommentit ovat erityisen hyviä signaaleja.



## PROFIILIVIERAILUT JA SEURAAJAKASVU

Zero-click-sisältö kasvattaa kiinnostusta brändiäsi kohtaan. Ihmiset alkavat seurata tiliäsi tai vierailla profiilissasi etsiäkseen lisää.



## BRÄNDIHAKUJEN MÄÄRÄ

Kun ihmiset näkevät sisältöjasi, he saattavat myöhemmin hakea yrityksesi nimellä. Kasvavat brändihaut ovat vahva merkki tunnettuuden paranemisesta.



## Kävijätiedot

Tarkista muun muassa tehokkuuden tulokset.

Facebook



Yleiskatsaus

Suunnitelma

Tulokset

Kohderyhmä

Liidit

Vertailu

Sisältö

Yleiskatsaus

Sisältö

Mainokset

Tuotto

### Tehokkuus

6. elokuu 2025–2. syyskuu 2025

Mukauta näkymää: Yritys

#### Katselut

Katselut

305,7 t. ↓ 74,5 %

Seuraajilta 2,4 % ↑ 71,4 %

Muilta kuin seuraajilta 97,6 % ↓ 1 %

#### Kattavuus

Facebook-kattavuus

55,2 t. ↓ 16 %

Seuraajilta 1 703 ↑ 41,6 %

Muilta kuin seuraajilta 53 804 ↓ 16,7 %

#### Vuorovaikutukset

Sisällön vuorovaikutukset

148 ↑ 196 %

Seuraajilta 30 ↑ 66,7 %

Muilta kuin seuraajilta 118 ↑ 268,8 %

#### Seuraajat

Seuraamiset

26 ↑ 1,2 t. %

Seuraamisen lopetukset 13 ↑ 18,2 %

Nettoseuraamiset 13 ↑ 244,4 %

## Kävijätiedot

Tarkista muun muassa tehokkuuden tulokset.

Vie tiedot

Viimeiset 28 päivää: 10.2.2026–9.3.2026

Yleiskatsaus

Suunnitelma

Tulokset

Kohderyhmä

Liidit

Vertailu

Sisältö

Yleiskatsaus

Sisältö

Mainokset

Tuotto








Earnings

### Kaikki sisältö

Luo julkaisu

Suodata

Hae tunnuksesta tai kuvatekstillä

Otsikko	Julkaisupäivä ↑↓	Katselut ↑↓	Kattavuus ↑↓
 B2B-markkinoinnin painopiste muuttuu... Karuselli • kuulu.fi	Mainosta	16. helmikuutata 2026 17:54	1 355 503
 Orgaanisen somen merkitys on kasvuss... Kuva • kuulu.fi	Mainosta	23. helmikuutata 2026 18:50	1 694 910
 Pitäisikö tekoälyn energiankulutuksesta... Kuulu	Mainosta	5. maaliskuuta 2026 10:30	111 82
 <a href="https://www.kuulu.fi/perjantaipulssi-...">https://www.kuulu.fi/perjantaipulssi-...</a> Kuva • Kuulu	Luo mainos	10. maaliskuuta 2026 18:08	0 0
 Kukaan ei klikkaa. Silti ostaminen ... Kuva • Ristiinjulkaisu • K.	Mainosta	4. maaliskuuta 2026 20:26	504 78
 ASIAKASREFERENSSI Teknisellä ... Kela • kuulu.fi	Mainosta	11. helmikuutata 2026 18:32	659 484
 Mä oon ainoa oikea ihminen tässä video... Kela • pohjonentv	Mainosta	12. helmikuutata 2026 10:50	4 401 2 418

# Mainosta julkaisua vs. mainostyökalu

- "Mainosta julkaisua" –napista suppeammat mainoksen muokkausmahdollisuudet
  - Sijoittelut suppeammat
  - Budjetin käytön optimointi ei yhtä laaja
  - Mainostyyppejä valittavissa vähemmän
- Nopea tapa mainostaa
- Yleensä kalliimpaa kuin mainostyökalun kautta tehty mainonta.



Kuulu

Julkaisija: HubSpot · 4 pv ·

Tuskastuttaako Instan seuraajamäärät tai tykkäykset? Nappaa muutama vinkki blogistamme siihen, miten luot sitoutuneet Instagram-yhteisön!  
<https://hubs.li/Q01qTwjB0>



BLOG.KUULU.FI

**Näin luodaan sitoutunut Instagram-yhteisö - Kuulu**

Seuraajaluvun kasvattamisen sijaan Instagramissa kannattaa keskitt...

603

Tavoitetut henkilöt

19

Sitoutumiset

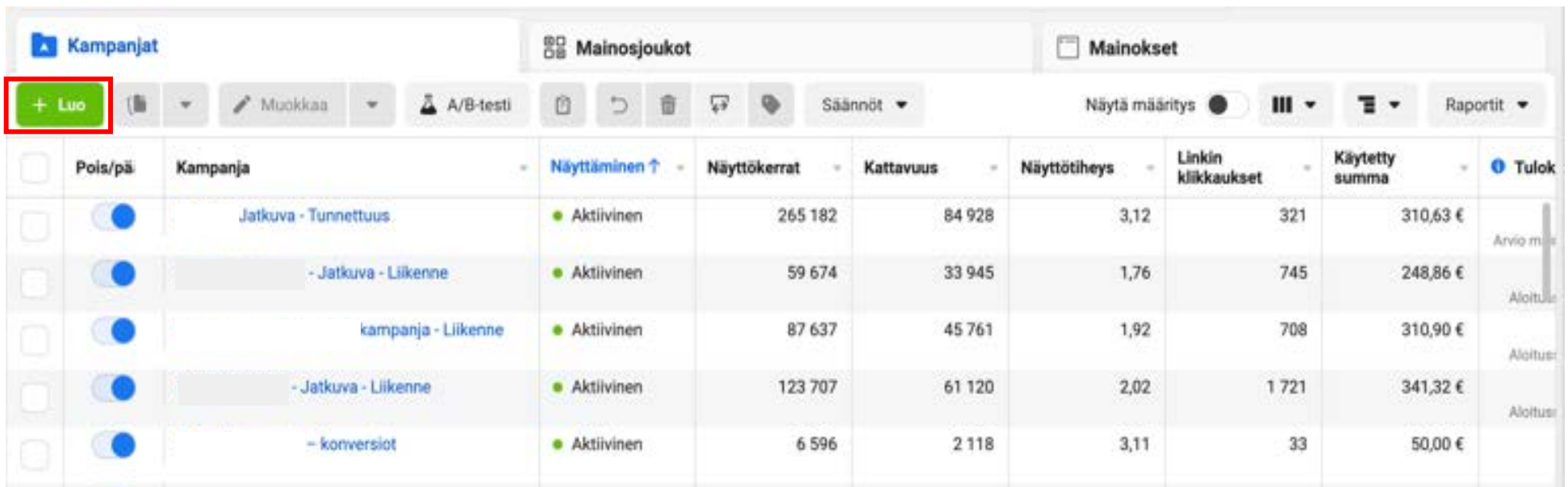
–

Jakelupisteet

Mainosta julkaisua

# MISTÄ LIIKKEELLE?

<https://adsmanager.facebook.com/>









The image shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there are tabs for 'Kampanjat', 'Mainosjoukot', and 'Mainokset'. Below the tabs is a toolbar with a '+ Luo' button highlighted in a red box, along with other icons for editing, testing, and deleting. The main area is a table of active campaigns.

<input type="checkbox"/>	Pois/päi	Kampanja	Näyttäminen ↑	Näyttökerrat	Kattavuus	Näyttöiheys	Linkin klikkaukset	Käytetty summa	Tulok
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Jatkuva - Tunnettuus	Aktiivinen	265 182	84 928	3,12	321	310,63 €	Arvio m...
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	- Jatkuva - Liikenne	Aktiivinen	59 674	33 945	1,76	745	248,86 €	Aloit...
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	kampanja - Liikenne	Aktiivinen	87 637	45 761	1,92	708	310,90 €	Aloit...
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	- Jatkuva - Liikenne	Aktiivinen	123 707	61 120	2,02	1 721	341,32 €	Aloit...
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	- konversiot	Aktiivinen	6 596	2 118	3,11	33	50,00 €	

# KUN MAINOSTAT, VALITSE AINA ENSIN TAVOITE

## Valitse kampanjan tavoite

-  Tunnettuus
-  Liikenne
-  Sitoutuminen
-  Liidit
-  Sovelluksen markkinointi
-  Myynti

Valitse tämä, kun haluat saada sisällöllesi mahdollisimman paljon **katselukertoja**.

Valitse tämä, kun haluat **ohjata** somekanavasta verkkosivuille.

Valitse tämä, kun haluat saada ihmiset **reagoimaan**.

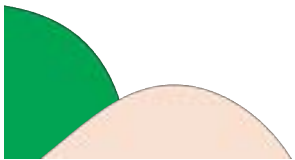
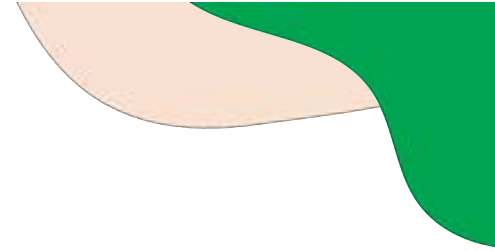
Valitse tämä, kun haluat saada **suorittamaan toiminnon**, esim. vastaamaan kyselyyn / osallistumaan webinaariin.

Valitse tämä, kun haluat **markkinoida sovellusta**.

Valitse tämä, kun haluat saada aikaan **myyntiä**.

# SOSIAALISEN MEDIAN KANAVIEN LAINALAISUUDET

- Somekanavat ovat vain yksi markkinointikanava muiden joukossa
- Some EI korvaa nettisivuja, joka on ainoa "oma media"
- Somessa merkityksellistä on
  1. Aktiivisuus
  2. Sisältö
  3. Algoritmien tunteminen
  4. Sisältömuodot
  5. Oman yleisön tunteminen ja heille räätälöity sisältö



# TOP 3



Sisältö



Säännöllisyys



Vuorovaikutus

## SOMEMARKKINOINNIN MUUTOS:

### ZERO CLICK -AJAN SOMESTRATEGIA

Jonna Muurinen - 25 tammikuuta 2026

## Zero click - somestrategia: playbook 2026 markkinoinnille ja myynnille

Zero click -aika muuttaa somemarkkinointia 2026. Käytännön mallit B2B- ja B2C-someen: sisältötyypit, mittarit ja aktivointi, joilla kasvatat kysyntää ilman klikkejä.

## MAKSETUN JA ORGAANISEN SOMEN ROOLIT ZERO CLICK -AIKANA

Jonna Muurinen - 26 helmikuuta 2026

## Maksettu ja orgaaninen some zero click -aikana

Orgaaninen ja maksettu some tukevat toisiaan zero click -maailmassa. Opi roolit, yhdistelmästrategia ja mittarit, joilla saat enemmän irti.

# KIITOS!



**LINKKAUDUTAAN MYÖS  
LINKEDINISSÄ!**