



Instagramin alkeet

20.11.2023 LIONS SOMEKOULUTUS 1
Sofia Husso

Sofia Husso

35 v. oululainen
Digimarkkinoinnin asiantuntija



Alkuillan ohjelma:

18:00 aloitus ja alustus

19:15 kysymykset

19:30 lopetus

Tulevat koulutukset:

LIONS - Some-koulutus 1: Instagramin alkeet

Ma 20.11.2023 klo 18 - 19:30

LIONS - Some-koulutus 2: Instagramin jatkokurssi

Ke 13.12.2023 klo 18 - 19:30

LIONS - Some-koulutus 3: Somemarkkinointi

Ke 24.1.2024 klo 18 - 19:30



Tavoitteet tälle illalle

- Ymmärrys siitä, **mikä** Instagram on
- Ymmärrys siitä, **miten** Instagramia käytetään
- Ymmärrys siitä, **miksi** somea kannattaa hyödyntää omassa toiminnassa
- **Työkaluja ja vinkkejä** omaan tekemiseen ja muiden kannustamiseen



LinkedIn

foursquare

LIVE JOURNAL

vimeo

You Tube



facebook

my Blogger



Instagram



twitter



flickr

Bēhanc

Kanavavalinnoista...

umblr.



Somesta löytyy yleisö

83 % suomalaisista käyttää somea ja 2,3 miljoonaa heistä Instagramia.

70 % käyttäjistä ei julkaise itse koskaan mitään sisältöä.

Suosituimpia julkaisujen aiheita ovat harrastukset (24 %), matkat (16 %). Vain murto-osa (6 %) julkaisee eniten sisältöä yhteiskunnallisista asioista.



Instagram

Sosiaalisen median TILASTOJA 2023 SUOMESTA



SUOMESSA ON

4,62 milj.

sosiaalisen median käyttäjä,
joka on 83,3 % väestöstä



2,4 milj.

Facebookilla on
2,4 miljoonaa käyttäjää.

Laskua -4 %
ja 100 000 käyttäjää ↓



2,3 milj.

Instagramilla on
2,3 miljoonaa käyttäjää.

Laskua -4,2 %
ja 100 000 käyttäjää ↓



1,42 milj.

TikTokilla on
1,42 miljoonaa käyttäjää.

Kasvua +18,1 %
ja 218 000 käyttäjää ↑



1,7 milj.

LinkedInillä on
1,7 miljoonaa käyttäjää.

Kasvua +13,3 %
ja 200 000 käyttäjää ↑



1,85 milj.

Snapchatilla on
1,85 miljoonaa käyttäjää.

Kasvua +32,1 %
ja 450 000 käyttäjää ↑



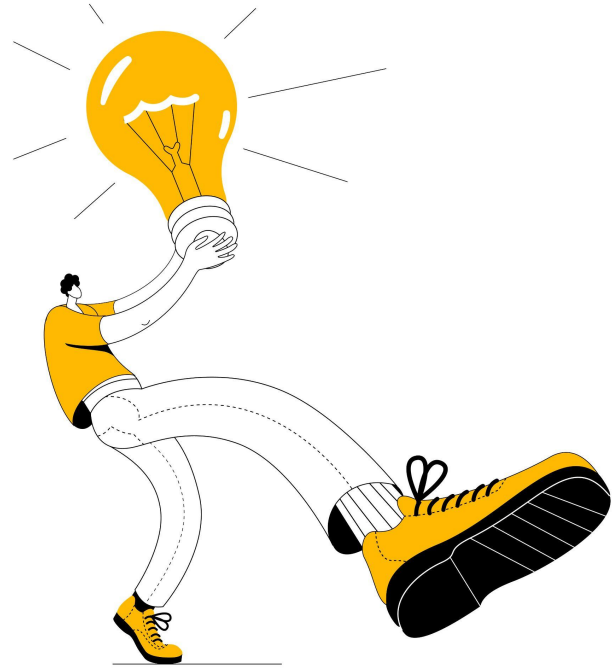
0,94 milj.

Pinterestillä on
0,943 miljoonaa käyttäjää.

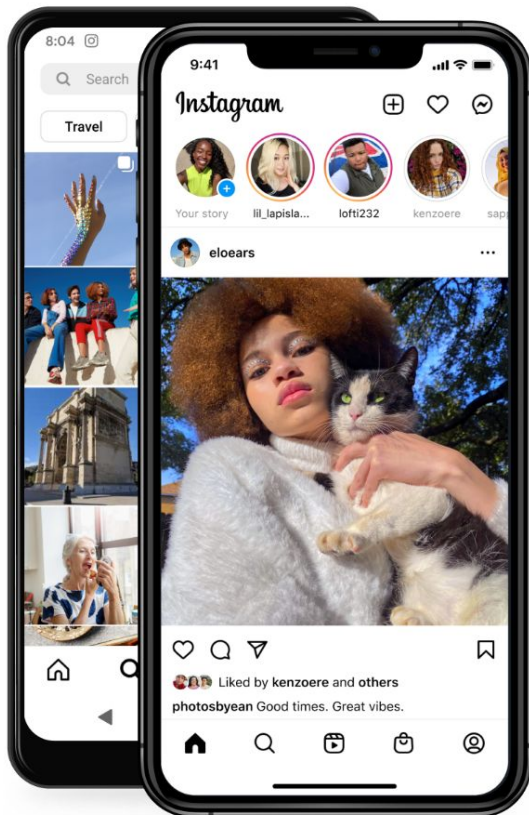
Kasvua +6,7 %
ja 60 000 käyttäjää ↑

Yleistä Instagramista

- Julkaistiin 2010
- Voidaan käyttää mobiililaitteella (puhelimet, pädit) tai työpöytäversiona (tietokoneet). Saatavilla myös suomeksi!
- 47,6 % yli 13-vuotiaista suomalaisista käyttää Instagramia
- Perustuu vahvasti visuaalisuuteen: kauniisiin ja kiinnostaviin kuviin sekä lyhyisiin videoklippeihin
- Facebook (nyk. Meta Platforms) osti Instagramin 2012
- Koska omistajana on Meta, voi tilit kytkeä toisiinsa
- Maksullinen mainostaminen on mahdollista joko Instagram-mobiilisovelluksen tai Meta Business Suiten kautta



Tilin luominen



Instagram

Puhelinnumero, käyttäjänimi tai sähköpostios...

Salasana

Kirjaudu sisään

TAI

 **Kirjaudu Facebook-tunnuksilla**

Unohtuiko salasana?

Voit myös ilmoittaa sisällön, joka ei mielestäsi noudata maasi lakeja, kirjautumatta sisään.

Eikö sinulla ole tiliä? [Rekisteröidy](#)

Hanki sovellus.

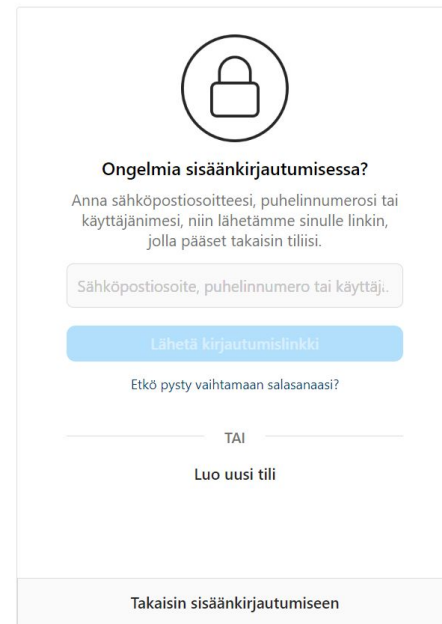


Tilin luominen

- Mene Instagram-sivustolle työpöydälläsi tai lataa Instagram-sovellus App Storesta (iPhone) tai Google Play Storesta (Android).
- Mikäli sinulla on jo Instagram, varmista, että käytät sen uusinta versiota!
- Jos olet työpöydällä, napsauta "Kirjaudu sisään Facebookilla" tai täytä lomakkeeseen matkapuhelinnumerosi tai sähköpostiosoitteesi, nimesi, käyttäjätunnuksesi ja salasanasi. Napsauta sitten "Rekisteröidy".
- Androidissa napsauta "Rekisteröidy sähköpostilla tai puhelinnumerolla".
- Valitse iPhonessa "Rekisteröidy".
- Kirjoita sähköpostiosoitteesi tai puhelinnumerosi ja napsauta sitten "Seuraava". Vaihtoehtoisesti voit rekisteröityä Facebook-tililläsi.
- Kun olet täyttänyt käyttäjätunnuksen ja salasanan, sinua kehoitetaan täyttämään profilitietosi. Napauta sitten "Valmis".
- Jos rekisteröidyt Facebookilla, sinun on kirjaututtava Facebook-tilillesi, jos olet tällä hetkellä kirjautunut ulos.

Mikäli käytät yhteisiä tunnuksia

- Instagram-tilille voidaan kirjautua, kun tiedossa ovat
 - tunnus/sähköposti/puhelinnumero
 - Salasana
- Tarvittaessa salasana on mahdollista palauttaa. Tällöin sinun pitää tietää sähköpostiosoite, puhelinnumero tai käyttäjänimi, joka tiliin on yhdistetty. Sen jälkeen Instagram lähettää sinulle linkin, jolla pääset takaisin tiliisi.
- **Em. syystä on tärkeää, että tiliin liitetyt yhteystiedot ovat aktiivisesti käytössä ja niihin päästään kirjautumaan!**



Ongelmia sisäänkirjautumisessa?

Anna sähköpostiosoitteesi, puhelinnumerosi tai käyttäjänimesi, niin lähetämme sinulle linkin, jolla pääset takaisin tiliisi.

Sähköpostiosoite, puhelinnumero tai käyttäjä.

Lähetä kirjautumslinkki

Etkö pysty vaihtamaan salasanaasi?

TAI

Luo uusi tili

Takaisin sisäänkirjautumiseen

Erilaisia tilejä

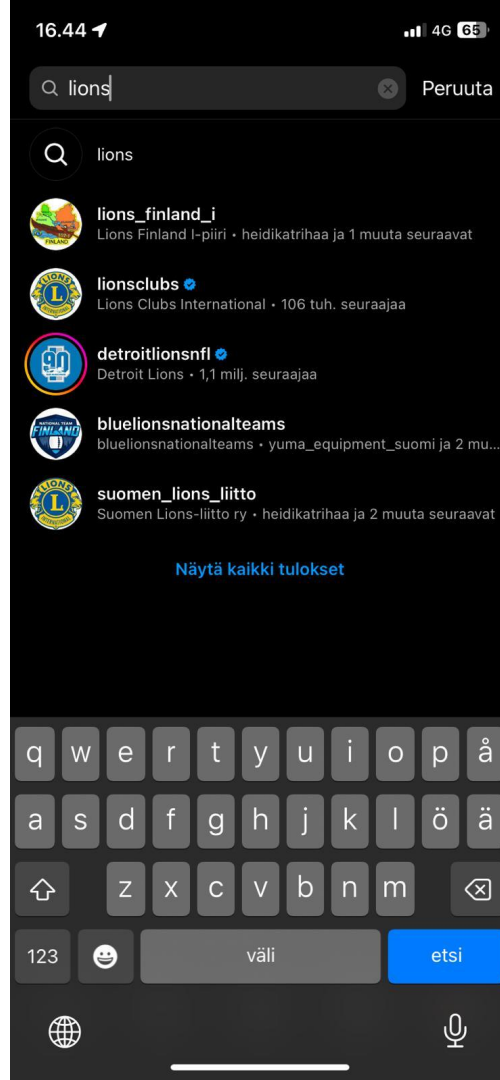
- Henkilökohtainen (Personal)
- Yritystili (Business) tai Sisällöntuottaja (Creator)

Ei yksiselitteistä vastausta, mikä paras. Jos haluaa käyttää maksullista mainontaa, silloin tili kannattaa muuttaa asetuksissa yritystiliksi ja yhdistää myös Facebookkiin.

Yhteensä tilejä voi yhdellä henkilöllä olla 5 kpl.

Tilin nimen valinta ja muokkaaminen

- Käyttäjänimi eli “handle”: Helposti löydettävä, lyhyt
 - (lionsclub_espoopohjoinen)
 - Näkyy ensimmäisenä hakutuloksissa
- Nimi: Voi olla pidempi, voi sisältää myös välilyöntejä
 - (Lions Club Espoo Pohjoinen)
 - Näkyy pienellä hakutuloksissa
 - Näkyy profiilissa
- Tunnistettava
 - Mistä kyse?
 - Maantieteellinen sijainti?
 - Kieli?



Mitä muuta kuntoon omalla tilillä?

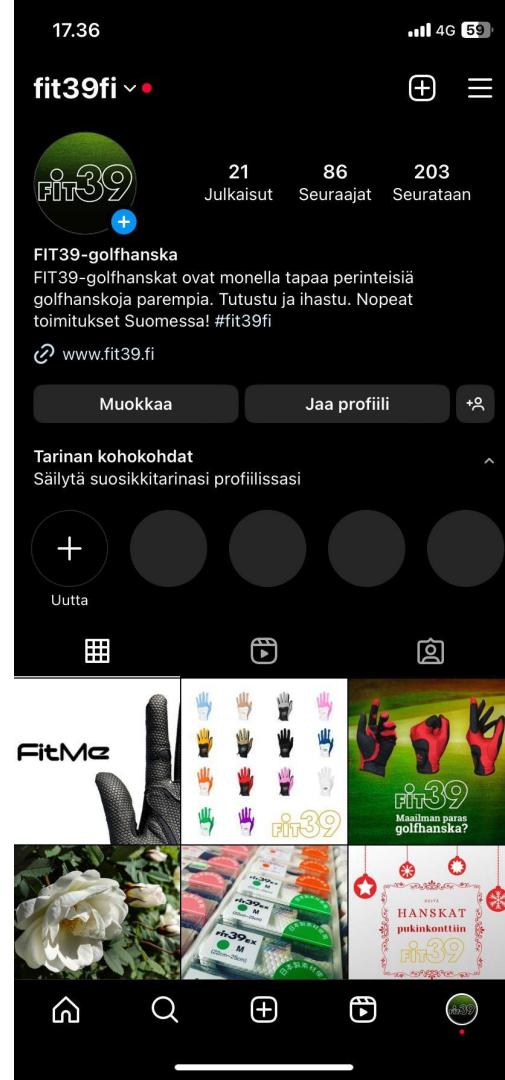
- Profiilikuva
 - Pronominit
 - Biografia
 - Kuvaus siitä, mitä tili käsittelee
 - Linkit
 - Linkki esim. piirin tai klubin kotisivuille
 - Sukupuoli
- + Ammattilaistilillä myös “Yrityksen julkiset tiedot”



Instagramissa toimiminen

Eri toiminnallisuudet

- Sisältöjen selaaminen
- Seuraaminen
- Tykkääminen
- Kommentointi
- Sisällön julkaiseminen

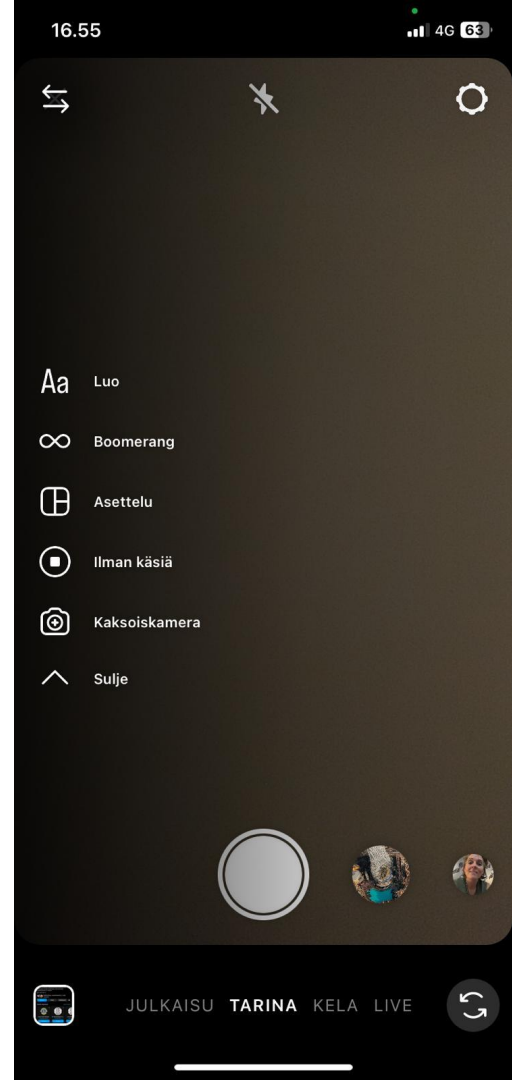


Eri sisällöt

- **Julkaisu**
 - Voi olla kuva tai video - tai yhdistelmä useista em., jolloin kyseessä on karuselli
- **Tarina**
 - Kuvat näkyvät tarinassa 5 sekuntia
 - Videot voivat olla 60 sekuntia pitkiä
 - Tarinan sisällöt säilyvät osana tarinaa 24 h
 - Mahdollisuus piirtää, lisätä tekstiä, tehosteita, tarroja, linkkejä, musiikkia jne.
- **Kela eli “Reels”**
 - Lyhyt video 3-15 sekuntia
 - Mahdollista tehdä kollaasi eri pätkistä, lisätä tehosteita
- **Live**
 - Livelähetys voidaan aloittaa koska vain pyyhkäisemällä oikealle ja valitsemalla “Live”

Sisällön ja julkaisujen luominen

- Pyyhkäise oikealle mistä tahansa syötteen kohdasta
- Näet vaihtoehdot eri tyyppisten sisältöjen luomiselle
- Näet myös erilaisia valintoja kuvaamista varten
- Lopuksi sisältö julkaistaan / tallennetaan luonnoksena / poistetaan





Instagram

Kuvakoot

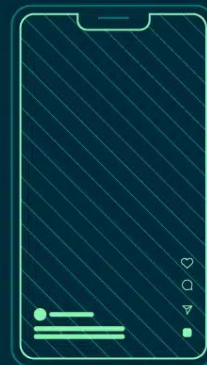
Landscape (Feed)
Landscape (Ad)
1080 x 566



Portrait
1080 x 1350



Square (Feed)
Square (Ad)
1080 x 1080



Reel Video
/ Stories
1080 x 1920

 **Thumbnail**
161 x 161

Instagramin kuvakoot

- Kuvia voi rajata mobiililaitteella ennen julkaisua
- Kuvat voi vaihtoehtoisesti tehdä valmiiksi

Perus kuvakoot:

- Profiilikuva 320 x 320 px
- Neliön mallinen julkaisu 1080 x 1080 px <<<<<<<<< **Varma valinta!**
- Muotokuvan mallinen julkaisu 1080 x 1350 px
- Vaakakuva 1080 x 566
- Tarinat ja reelsit: 1080 x 1920 px

Vinkkejä Instagramin käyttöön

- Panosta kuviin – oikoreittiä ei ole
- Instagramista ulos linkitys on haastavaa, valitse profiilissa oleva yksi linkki (kotisivu, FB, muu, mikä?)
- Mieti tarkkaan tekstin määrää, Instagram ei ole oikea eikä lukijaystävällinen alusta romaanille
- Kannusta vuorovaikutteisuuteen, esitä kysymys
- Valitse omat aihetunnisteet eli hashtagit (#), joita käytät johdonmukaisesti, esim. **#lions_finland_i #montatapaatehdähyvää #weserve**
 - Kannusta jäseniä jakamaan myös omilla tileillään kuvia samoilla aihetunnisteilla
- Käytä lisäksi tukevia aihetunnisteita, joilla julkaisu voidaan löytää
 - #klubinnimi #paikkakunta #projektikohteenimi #talkoot #kirppis #konsertti #hyväntekeväisyys #koulutus #lionsfinland
- Tägää käyttäjiä @-merkillä (esim. @sohovi, kun haluat lisätä minut)

Mitä JOKAINEN voi tehdä?

- Somelähtettiläs voi olla kuka vain, lähettiläs ≠ vastaava. (Seurataan rooleja, jos sellaiset määriteltä)
- Kunnioita tekijän panosta, anna sisällölle buustia omalla toiminnallasi: tykkää, reagoi, kommentoi, jaa, kutsu tykkäämään, kutsu tapahtumiin, kannusta ja opasta muita...
- Lataa Instagram puhelimeesi sovelluskaupasta
- Tekemällä oppii – kukaan ei kuole
- Pölli muiden onnistumisista, seuraa muita järjestöjä, apinoi hyviä käytäntöjä ja sisältötyyppejä

Tehdään positiivinen pyramidi-huijaus!



Mitä halutaan saavuttaa tekemällä somea?

1. Tiedottaminen ja toiminnasta kertominen ulospäin, tiedon jakaminen sidosryhmille
2. Näkyvyyden ja tunnettuuden parantaminen
3. Oman yhteisön tiedottaminen ja palveleminen, yhteisöllisyys
4. Tapahtumien markkinointi
5. Varainhankinta
6. Jäsenhankinta

Osallistuminen aktiivisena, vuorovaikutteisena toimijana.

Mitä mitata – ja miten?

- Aktivointi: seuraajat, tykkäykset, klikkaukset, keskustelu/kommentit
 - somekanavan oma raportointi
- Kattavuus, tavoittavuus: postauksen, videon tai mainoksen nähneet henkilöt
 - somekanavan oma raportointi
- Kotisivuilla vierailleet
 - esim. Google Analytics
- Maksetun somen osalta: paljonko maksettiin tykkäyksestä tai klikkauksesta?

PS: Tavoitettiiniko kohdeyleisö?

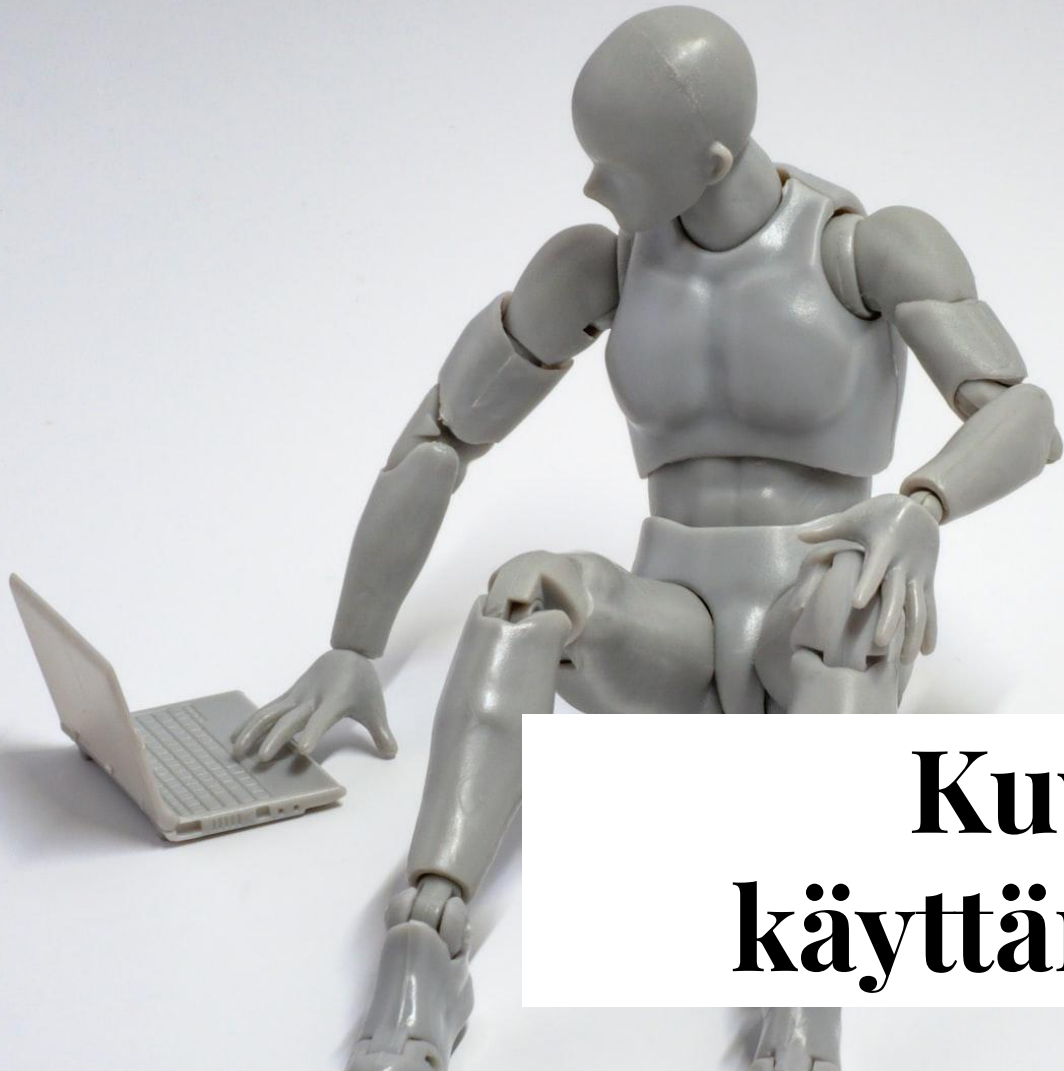


Pohdittavaksi

“Tone of voice” eli mikä on äänensävyymme? Miten puhumme somessa?

- Puhummeko eri tavalla, kun osoitamme viestin eri kohderyhmille?
- Olemmeko hauskoja, vetoammeko tunteisiin, olemmeko iloisia, olemmeko avoimia?
- Kerrommeko tarinoita?
- Annammeko tilaa, vastaammeko aktiivisesti, kutsummeko mukaan?

Onko Lions-toiminta kaikille tuttua? Miten tämä oletus pidetään mielessä?



Kuvien käytöstä

Kuvien käyttämisestä

- Kuvaoikeudet
 - Käytä vain kuvia, joihin sinulla on lupa tai jonka tiedät olevan vapaassa käytössä (lisenssi)
 - Verkossa on myös paljon ilmaisia kuvapankkeja, joita hyödyntää
- Kaikki eivät ole graafisia suunnittelijoita, mutta onneksi nykyään älypuhelimiin on saatavilla helppokäyttöisiä suunnitteluohjelmia (esim. Canva ja GoDaddy Studio), joilla voi luoda valmiiden aihoiden päälle omilla kuvilla ja teksteillä kivan näköisiä sisältöjä
- Yleensä kuvaan ei kannata lisätä paljoa tekstiä – kuva kuvana, teksti tekstinä!

Mitä kuva voi olla?

- Valokuva
- Lainaus
- Otsikko
- Lista
- Kuvalliset ohjeet / Niksipirkkavinkki
- Käppyrät, käyrät, piirakat ja muut tilastot
- Screenshotti

A collage of various photographs and documents. The central focus is a photograph of a railway crossing with tracks leading into the distance. To the left, there is a photograph of a person standing in front of a building. Above the railway crossing, there is a document with text that reads: "Happy thoughts From a loving heart and heart Would I make the dear please my". To the right, there is a document with the word "PHOTOS" visible. The collage is composed of many overlapping images, some of which are partially obscured or cut off.

**Millainen kuva
kiinnittää verkossa
huomion?**

AIDA



WHICH COLOURS PROVOKE WHAT EMOTIONS



Crafted w/ ❤️ by fullstop

Väreistä



GRAY	GREEN	BLUE	PURPLE	RED	ORANGE	YELLOW
Stability, Security, Strength of Character, Authority & Maturity	Life, Growth, Environment, Healing, Money, Safety, Relaxation & Freshness	Peace, Stability, Calmness, Confidence, Tranquility, Sincerity, Affection & Integrity	Royalty, Luxury, Dignity, Wisdom, Spirituality, Sincerity, Vision & Magic	Danger, Passion, Darling, Romance, Style, Excitement, Urgency & Energetic	Confidence, Success, Bravery & Sociability	Joy, Cheerfulness, Friendliness, Intellect, Energy, Warmth, Caution & Cowardice

Vinkkejä

- 1800 x 1800 px on lähtökohtaisesti mainio kuvakoko, sillä se toimii niin FB:ssa kuin Instagramissakin.
- Esikatsela mainos.
- FB pakkaa kuvia välillä melko rajustikin. Usein kuvien lataamisessa png-tiedostomuoto tarjoaa paremman laadun kuin jpg.
- Vaikka tekstin määrää kuvassa ei enää rajoiteta, menestyvät vähemmän tekstiä sisältävät sisällöt edelleen paremmin. Kaiken tekstin ei tarvitse olla kuvassa, sitä varten voit kirjoittaa kuvauksen...
- Kannattaa kokeilla usean kuvan karuselleja, videota ja eri mainosmuotoja rohkeasti!
- “Rämpätä” saa ja kannattaa – aina julkaisuun asti voi treenata!



Mikä on hyvä kuva?

Hyvä kuva

- Jotain tapahtuu
- Kuva kertoo tarinan
- Yksityiskohta
- Dynaaminen
- Värikäs
- Luonnollinen
- Puhutteleva
- Kiinnostava
- Kohderyhmään iskevä

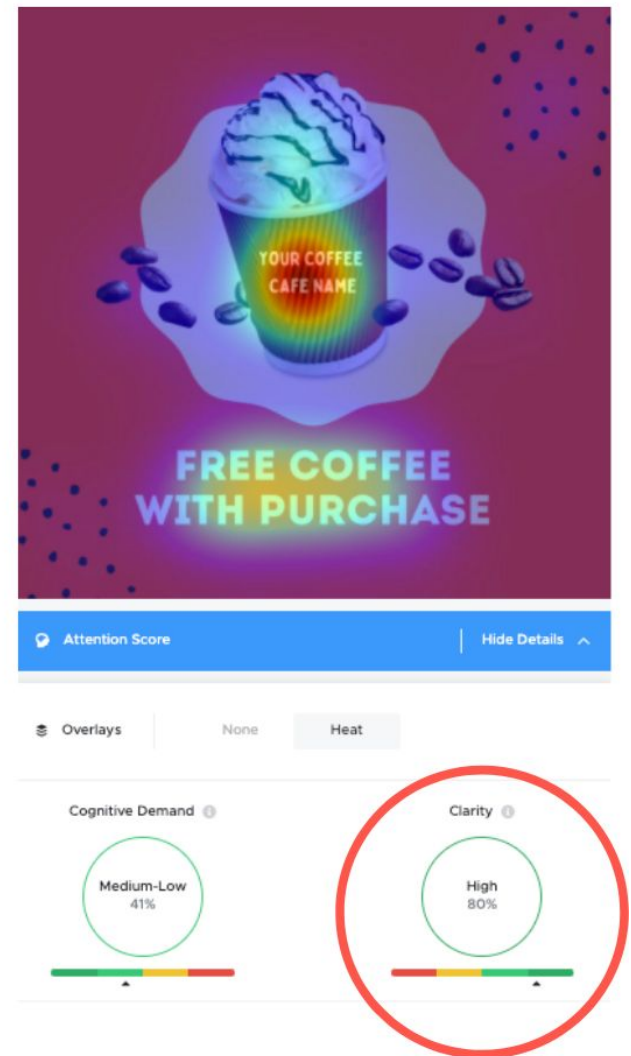
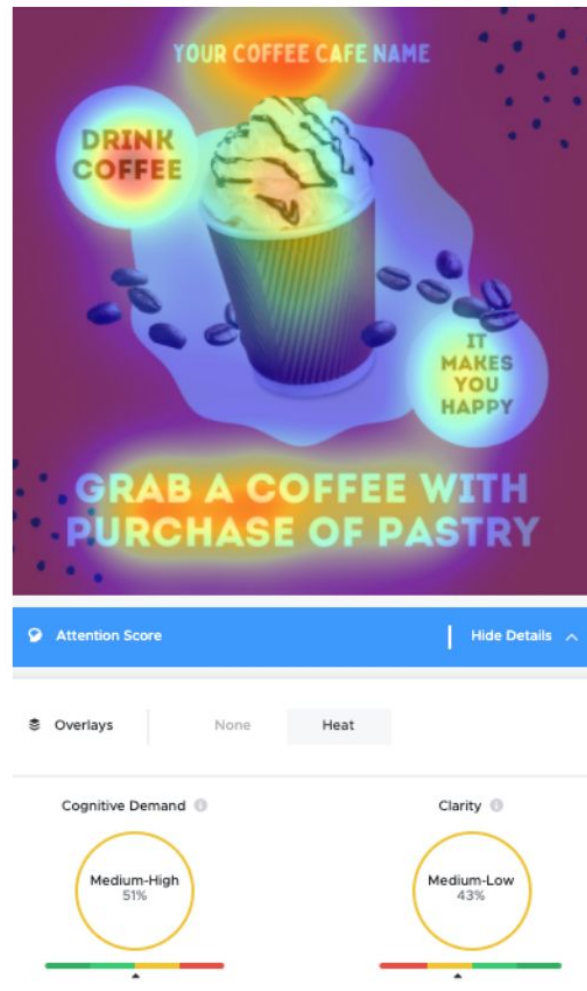


Nappaa huomio näillä!



1. Selkeys

- Pääviestejä voi olla vain yksi
- Tarkenne kuvauksessa / tekstissä



2. Huomiopiste

- Katseen ohjaaminen
- Syväterävyys
- Sommittelu ja rajaaminen



3. Kasvot ja ihmiset

- Vauva on kiinnostunut kasvoista ensihetkistään alkaen
- Heijastelemme tunteitamme kasvojen kautta
- Etsimme kasvoja myös paikoista, joissa niitä ei ole





Sisällön suunnittelusta

Sisällön suunnittelusta: Vuosikello tukena aktiivisessa viestinnässä

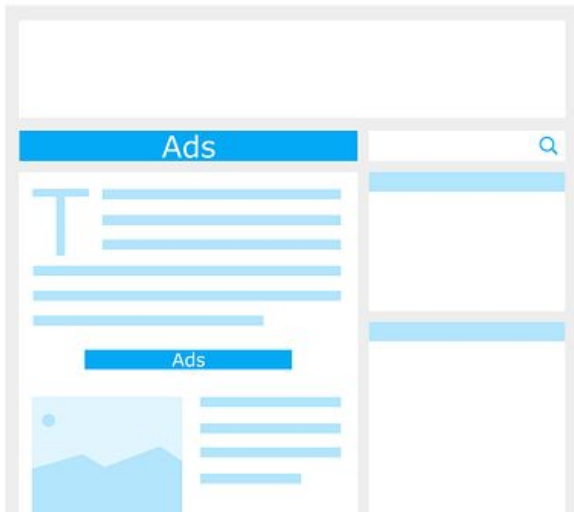
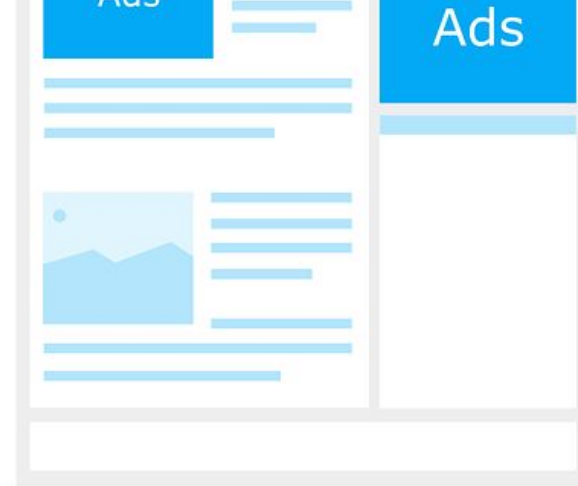
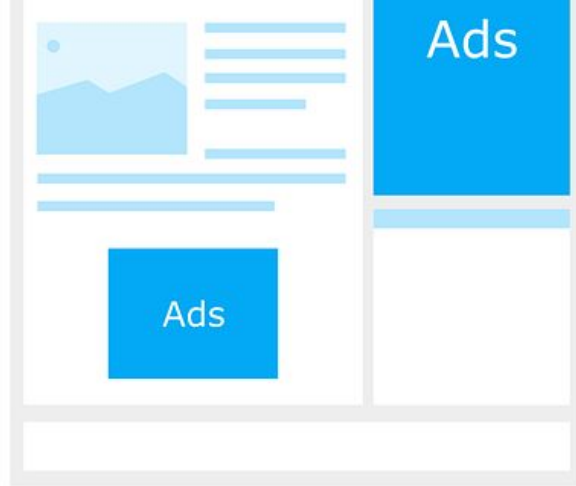
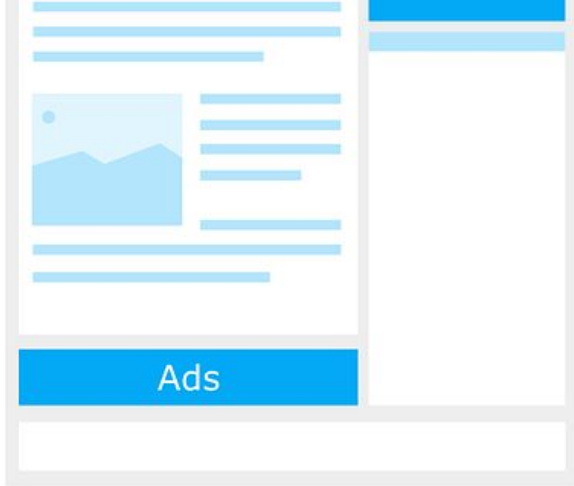
Ei tarvitse välttämättä olla kellotaulu, ranskalaiset viivat on hyvä alku...

- vuodenajat
- pyhät
- omat tapahtumat
- “follow up”, tarinalle pidempi kaari, “mitä sitten tapahtui”
- toimijoiden esille nostaminen
- muu aktivointi
- nostot yhteisistä kohteista
- tarvittaessa vaikka tikusta asiaa: aiemmat onnistumiset, muistelut

Jos se on kalenterissa, se tulee tehtyä.



Vuosikellon ohella reaktiivisuus: kenellä vastuu dokumentoida, kun tapahtuu?



Lähteitä ja apuvälineitä

Ohjeita ja resursseja

- Lions-logoja ja -ikoneita:
<https://www.lionsclubs.org/fi/resources-for-members/resource-center/logos-and-emblems>
- Meta Business Suiten toimintaperiaate:
<https://www.facebook.com/business/help/205614130852988?id=765488040896522>
- Canva (kuvaeditointi): https://www.canva.com/en_gb/
- GoDaddy Studio (kuvaeditointi): <https://fi.godaddy.com/studio>
- Unsplash (vapaa kuvapankki): <https://unsplash.com/>
- Pixabay (vapaa kuvapankki): <https://pixabay.com/fi/>