


# Somen trendit, myynnin ja markkinoinnin välineet 2022

18.11.2022

Digiosaamisen kehittäminen on yksi osa jatkuvaa ja uudistavaa oppimisen kaarta. Lyhyen aikavälin muutokset ovat tulleet jäädäkseen ja on vain otettava sarvista kiinni ryhtyäkseen polkemaan. Jos nyt jättäytyy pois kyydistä sitä haastavampaa, on satulaan nousta, kun vauhti kiihtyy tai pyörä varastetaan.

Sosiaalisen median muotinäytös vuoden 2022 osalta on nostanut trendejä monesta maailmanlaajuisesta tilanteesta johtuen. Sosiaalisen median käyttäjien käytös muuttuu ja palveluntuottajat muokkaavat toimintoja käytöksen mukaisesti. Digital Business Lab- ja DIKO-Digiosaamisen kehittäminen Etelä-Pohjanmaan pk-yrityksissä- hankkeiden toteuttamassa kaksiosaisessa työpajasarjassa nousivat nämä trendit esiin:

1. Videot ovat olleet koko vuoden nousussa. Suosio kasvaa sekä eri-ikäisten keskuudessa että kanavien palvelutarjonnassa. Videosisällöt ovat uusi musta sekä lyhyinä että pidempinä versioina kanavasta riippuen. Nyt on korkea aika huomioida videot markkinointiviestinnän sisältöstrategian suunnittelussa.

2. Videoista toinen kohta. Musta on tullut jäädäkseen, mutta erityisesti pystysuorat videot! Lyhyet, 5–60 sekunnin videot voivat olla viihdyttäviä, opettavia tai kohderyhmää puhuttelevia. Videoissa on nyt ääntä, tekstitystä ja tietysti hashtageja, jotka soveltuvat omalle alalle.

3. Meemi! Internetilmiö eli sosiaalisessa mediassa leviävää hokemaa, videota tai kuvaa, joka saavuttaa suuren suosion ihmisten keskuudessa. Meemi on saanut hyväksynnän myös yritysviestinnän kulttuurissa ja sen voi toteuttaa sekä kuvana, grafiikkana ja videoina. Toteutustapana edelliseen kohtaan viitaten pystysuora.




Kuva. Esimerkki meemistä (kuva: Katja Jaskari).

4. Inhimillinen ja keskusteleva sisältö markkinointiin. Promoaminen ei ota tulta alleen. Informaatiotulva on valtavaa. Samaistuttava, luottamusta herättävä ja henkilökohtainen markkinointi tavoiteltavaa. Tekoälyn työkaluihin kannattaa tutustua viimeistään nyt, sillä tähän näytökseen ei yhdenkään yrityksen viestintätiimin rahkeet riitä.

5. Kierrätys! Kuten muodissa, myös somessa vastuullisuus, vaikuttaminen ja vaihdantatalous ovat kokeilunarvoisia. Vallitsevan maailmantilanteen johdosta nostalgiset ja hyvän mielen päivitykset saavat enemmän näkyvyyttä ja ovat oivallisia kampanjoihin.

Yrittäjä, ole trendsetter ja osallistu hankekoulutuksiin! DIKO-hankkeessa kehitetään eteläpohjalaisten mikro- ja pk-yritysten, sekä näiden henkilöstön digitaalista osaamista. Rahoitus on Euroopan Unionin sosiaalirahastosta (ESR). Toteuttajina ovat Seinäjoen ammattikorkeakoulu ja Vaasan yliopisto. Tulevat tapahtumat löytyvät täältä: DIKO-hanke.

**Katja Jaskari**
SeAMK

Kirjoittaja on DIKO-hankkeen projektipäällikkö ja Digital Business Lab- hankkeen asiantuntija

Lähteet:

Digital 2022: Finland bit.ly/3Ds7kwF

DNA Digitaaliset elämäntavat 2021: bit.ly/32NWCCT

Hootsuite Social MediaTrends 2022:bit.ly/3EMtcly