Pk-yritysten someonnistuminen edellyttää suunnittelua myös kriisitilanteissa

11.5.2020

Voimavarat, aika ja raha ovat kortilla, mutta silti somenäkyvyyttä pitäisi olla ja siihen pitäisi jaksaa panostaakin kaiken paineen keskellä. Löydetyksi tuleminen ja muista erottuminen ovat asioita, joihin kannattaa erityisesti kiinnittää huomiota somejulkaisuja tehdessä. Ja ennen kaikkea sisällön tulee olla laadukasta. Jos aika, rahat, ja voimat eivät riitä, määrällisesti vähemmän mutta laadullisesti paremmin, voikin olla enemmän.

Oman toimintaympäristön muutosten havainnointi, kilpailijoiden ja trendien seuraaminen antavat vinkkejä siitä, missä mennään ja miten oman yrityksen kannalta kannattaisi toimia. Somessa toisten ”vakoileminen ja tirkistely” on sallittua, ja kaverin hyviä ideoita voi hyvinkin matkia, jos ne sopivat oman yrityksen arvomaailmaan. Pyörää ei tarvitse keksiä aina uudelleen, vaan helpottaakseen omaa työtaakkaansa voi miettiä, miten vanhoja hyviksi havaittuja ja jo keksittyjä ideoita voi uudelleen käyttää ja hyödyntää.

Somen käyttö on myös kriisiaikana tehokas ja nopea viestintä- ja markkinointikanava. Muutaman asian mielessä pitämällä, voi lisätä somenäkyvyyttä ja helpottaa julkaisujen tekemistä.

- Aina ei tarvitse luoda uutta. Julkaisuja tai niiden osia voi käyttää uudelleen. Myös sellaiset julkaisut, jotka mielestäsi ovat hyviä, mutta eivät ole saaneet reagointeja tai kommentteja, voivat olla hyvinkin käyttökelpoisia. Tykkäysten tai kommentointien määrä ei aina kerro siitä, onko julkaisu ollut hyvä tai huono. Esimerkiksi ajankohta tai muiden julkaisujen sisältö samalla hetkellä vaikuttavat.
- Käytä myös maksullisia mainoksia julkaisujen näkyvyyden parantamiseksi. Kannattaa kohdata todellisuus, että pelkkä orgaaninen näkyvyys ei useimmiten riitä.
- Kun teet, tee kerralla mahdollisimman hyvin ja kunnolla. Panosta laatuun, hyviin kuviin, laadukkaisiin videoihin, mielenkiintoiseen sisältöön ja oikeakielisyyteen.
- Ole realistinen omien voimavarojesi ja resurssiesi suhteen. Valitse yksi tai pari kanavaa, joihin tuotat sisältöä. Ja muista olla aktiivinen. Tili kanavalla ei riitä, päivitä sisältöä säännöllisesti. Ajastamalla päivityksiä säästät aikaa ja voimavaroja.
- Eri kanavilla on hieman erilaiset kohderyhmät, joten tee sisällöt aina kanavakohtaisesti. Samaa materiaalia voi muokata ja editoida pienellä vaivalla vähän eri näköiseksi ja eri kanaviin soveltuvaksi.
- Käytä apuna markkinoinnin automatisointia ja tekoälyä. Esimerkiksi chatbotin voi ohjelmoida vastaamaan yleisimpiin ja toistuviin asiakaspalvelukysymyksiin.
- Yritä, kokeile, ja anna itsellesi lupa myös erehtyä ja oppia virheistä.

Suunnittele ja ennakoi

Asiakas on edelleen ”kuninkaallinen”, ja someonnistumisten edellytys on yrityksen omien kohderyhmien ja asiakasprofiilien selvittäminen ja ymmärtäminen. Hanki tietoa, kysele, tarkkaile ja tunnustele, mistä asiakkaat pitävät ja minkälaista sisältöä he haluavat juuri nyt nähdä. Ole valmis tarvittaessa reagoimaan nopeasti. Suunnittelu ja ennakointi auttavat tässä. Käytä apuna esimerkiksi julkaisusuunnitelmaa ja vuosikalenteria. Suunnittelutyö on hyvä aloittaa selvittämällä omat kohderyhmät, joiden pohjalta voi laatia asiakasprofiileja. Tämän jälkeen kannattaa miettiä ensisijaisesti asiakkaan näkökulmasta kausien, kuukausien, viikkojen tai päivien tasolla esimerkiksi tapahtumia, ajatuksia, hetkiä, mielikuvia, juhlapyhiä, tarinoita tai teemoja, jotka

auttavat omaa yritystäsi valitsemaan sopivat ajankohdat ja sisällöt somejulkaisuillesi. Asiakasprofiilin vuosikelloon voi hyvin liittää myös yrityksen näkökulmat tärkeistä teemoista ja sisällöistä ja lopuksi voi laatia kanavakohtaisen kausittaisen tai kuukausittaisen suunnitelman julkaisujen sisällöistä.

Erottautuminen ja brändäys vaativat pitkäjänteistä työtä. Huolellinen suunnittelu, kilpailijoiden ja ympäristön tarkkailu sekä analysointi ja omien somejulkaisujen tone of voice auttavat eteenpäin. Juurikin oman äänensävyn löytäminen, säilyttäminen ja esiintuominen julkaisuissa on tärkeää. Pidä valittu linja ja pysy siinä, mutta ole valmis, nopeastikin, muokkaamaan sitä asiakaskunnan toiveiden mukaisesti.

Saija Råtts
FM, viestinnän lehtori
SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Asiakasprofiilin vuosikello ja Somekyvykkyys -työkalu on laadittu osana Seinäjoen ammattikorkeakoulun koordinoimaa Omistajanvaihdoksilla naisten yritykset kasvuun -hanketta. Hanke kannustaa ja tukee naisyrittäjiä kehittämään sekä kasvattamaan yritystään eri keinoin. Hanke toteutetaan ajalla 1.12.2018 – 31.12.2020. Hankkeen rahoittaja on Keski-Suomen ELY / ESR. Lisää tietoa hankkeesta ja työkalut löydät täältä.
(https://app-staging.seamk.hion.dev/yrityksille/tki-projektit/omistajanvaihdoksilla-naisten-yritykset-kasvuun/)