

# Somestrategia

Somestrategia-pohja on A3-kokoinen. Voit printata sen ja täyttää sen käsin kirjoittamalla, tai asettelemalla siihen post-it-lappuja. Jos haluat, voit myös tallentaa tiedoston omalle koneellesi ja täyttää sen jollakin taitto-ohjelmalla.

## Täyttöohjeet:

Kehityksen seuraaminen helpottuu, kun on kirjannut ylös **lähtökohdat**.

1. Aloittakaa listaamalla tämänhetkiset, tärkeimmät sosiaalisen median kanavanne taulukkoon
2. Tehkää katsaus kanavienne nykytilasta ja täyttäkää Nykytila-osio. Resursseissa voi arvioida esim. sitä, kuinka monta työtuntia somen parissa käytätte tällä hetkellä ja kuinka moni tätä tekee.

Selvittäkää seuraavaksi, mitä tavoittelette somesta ja mitä haluatte siellä saada aikaan? Täyttäkää **Tulevaisuus-osio**.

Benchmarking, eli vertailu kilpailijoihinne voi auttaa tavoitteiden määrittelyssä.

1. **Tavoitteet ja mittarit -osio** auttaa selkeyttämään, mitä muutoksia tulee tapahtua, jotta tulevaisuuden tilanteeseen päästään.
2. Tehkää tavoitteista mahdollisimman konkreettisia. Silloin pystytte luomaan myös tavoitteiden onnistumista seuraavat mittarit.
3. Yhdellä tavoitteella voi olla useampi osatavoite ja niillä jokaisella useampi mittari.

**Kanavas suunnitelma-osio** auttaa hahmottamaan tarvittavia toimenpiteitä tavoitteisiin pääsemiseksi.

1. Valitkaa osion kohderyhmät määriteltyjen tavoitteiden mukaisesti.
2. Seuratkaa keskusteluja ja tutustukaa valittuun yleisöön.
3. Selvittäkää, mikä on kullekin kohderyhmälle ominaisin kanava ja minkä tyyppistä sisältöä he kaipaavat. Onko se informatiivista, viihdyttävää vai käytännöllistä?
4. Miettikää oman sisällön lisäksi myös muiden tahojen tuottaman sisällön jakamista.
5. Kaikkea ei kannata sellaisenaan jakaa joka paikkaan, mutta lähes kaikki sisällöt kannattaa monistaa, kunhan räätälöitte ne eri kanaviin tarkoituksenmukaisella tavalla, kunkin kanavan kohderyhmä mielessänne.

6. Aina ei tarvitse itse aloittaa keskustelua, vaan voi mennä mukaan jo aloitettuun. Sosiaalisen median “sosiaalisuus” tarkoittaa parhaimmillaan juuri tätä. Pohtikaa, miten ja missä valitsemaanne kohderyhmää seuraatte ja minkä tyyppisiin keskusteluihin pyritte osallistumaan. Listatkaa Osallistuminen-kohtaan.

**Vinkki:** Sisällyttäkää postaukseen asettamianne tavoitteita tukeva toimintakehote! Eli jos olette asettaneet tavoitteeksenne lisätä esimerkiksi Facebookin kautta tulevia uusia tutustujia omalle Klubitalolenne, tätä tukeva toimintakehote voisi olla lisätä postauksiinne kehotus ottaa yhteyttä Messengerin kautta tutustumisajan sopimiseksi. Mittari asetetulle tavoitteelle voisi tässä tapauksessa olla esim. joku tavoiteltu määrä Messengerin kautta tulevia tutustumiskäyntipyyntöjä.

**Aikataulu ja vastuut-osioon** voitte hahmotella kalenterityyppisesti, miten usein teette mitään toimenpiteitä.

1. Vastuualueita kannattaa jakaa. Kuka esimerkiksi postaa mihinkin kanavaan ja kuinka usein? Onko somevastuu jollakin tietyllä Klubitalon yksiköllä, vai kiertääkö vuoro?
2. Milloin postataan ja onko postauksia tarpeen ajastaa? Pohtikaa, auttaako teitä sisällön suunnittelussa vuosikello tai muu julkaisukalenteri?
3. Älkää unohtako analysointia! Päätäkää, miten usein mittareita seurataan. Tarkastelkaa eri kanavienne seuraajia, tykkäysmääriä, kattavuuslukuja ja klikkausten määriä. Selvittäkää myös, toimivatko asettamanne toimintakehotteet.

Lopuksi määriteltäkää vielä oman Klubitalonne tärkeimmät hashtagit.

**Ole realistinen:** Strategian toteutumiseen vaadittavat toimenpiteet tulee pystyä toteuttamaan!