

# FACEBOOKIN PERUSTEET YHDISTYKSET JA YRITYKSET



VISIT SUUPOHJA

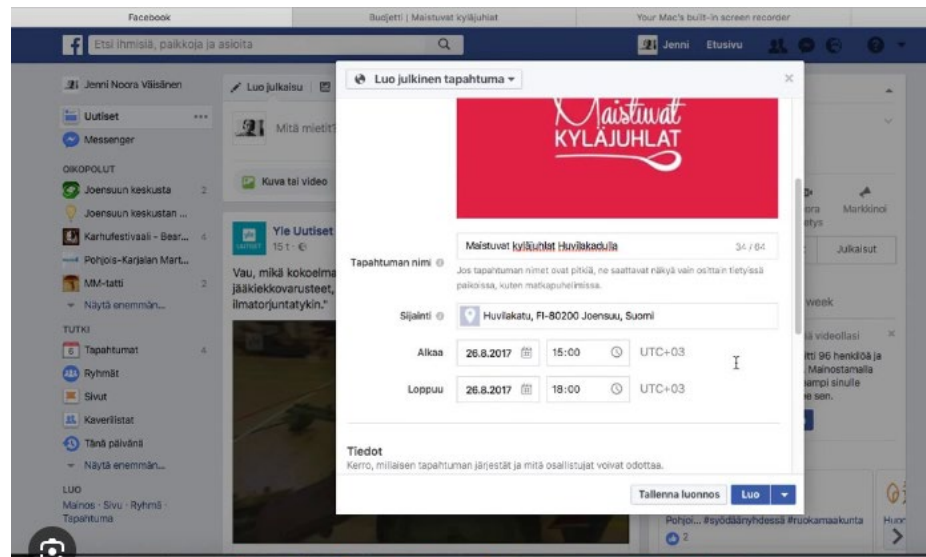
## 1. Facebookin mahdollisuudet yhdistyksille ja yrityksille

- **Kattavuus ja saavutettavuus:** Facebook on yksi maailman suurimmista sosiaalisen median alustoista, ja sillä on satoja miljoonia käyttäjiä. Tämä tarkoittaa, että yhdistykset ja yritykset voivat tavoittaa valtavan yleisön, joka kattaa monenlaisia demografisia ryhmiä.
- **Vuorovaikutus yhteisön kanssa:** Facebook tarjoaa alustan, jossa yhdistykset ja yritykset voivat luoda suhteita jäsentensä, asiakkaidensa ja sidosryhmiensä kanssa. Sivujen ja ryhmien avulla organisaatiot voivat käydä keskustelua, jakaa tietoa ja saada palautetta.
- **Brändin rakentaminen:** Yrityksille Facebook on tehokas työkalu brändin tunnettuuden lisäämiseen ja ylläpitoon. Sisällön jakaminen, mainonta ja osallistuminen keskusteluihin voi parantaa yrityksen mainetta ja näkyvyyttä.
- **Tapahtumien ja kampanjoiden markkinointi:** Facebookin tapahtumatyökalu on tehokas tapa mainostaa tulevia tapahtumia, olipa kyse sitten yhdistyksen kokouksesta tai yrityksen lanseeraustilaisuudesta.
- **Jäsenhankinta ja sitouttaminen:** Yhdistyksille Facebook voi olla erinomainen kanava uusien jäsenten hankintaan ja nykyisten jäsenten sitouttamiseen. Jäsenet voivat helposti jakaa yhdistyksen sisältöä ja tapahtumia, mikä lisää näkyvyyttä ja houkuttelee uusia jäseniä.



## 2. Yleiskatsaus Facebookin käyttökohteisiin

- **Henkilökohtaiset profiilit:** Jokaisen käyttäjän ensisijainen tili, joka heijastaa henkilökohtaista identiteettiä. Tätä profiilia käytetään ystävien lisäämiseen, sisällön jakamiseen ja ryhmiin liittymiseen.
- **Sivut:** Tarkoitettu yrityksille, yhdistyksille, julkisuuden henkilöille ja muille organisaatioille. Sivujen avulla voidaan jakaa sisältöä, mainostaa ja luoda yhteisö brändin ympärille.
- **Ryhmät:** Yksityisempi keskustelualue, joka voi olla joko julkinen, suljettu tai salainen. Ryhmissä jäsenet voivat keskustella ja jakaa sisältöä tietyistä aiheista tai yhteisistä kiinnostuksen kohteista.
- **Tapahtumat:** Facebookin työkalu tapahtumien luomiseen ja mainostamiseen. Tapahtumat voivat olla julkisia tai yksityisiä, ja ne tarjoavat helpon tavan kutsua ihmisiä ja jakaa tietoa. Tämä johdanto antaa koulutukseen osallistuville selkeän käsityksen



Yhdistyksen tai yrityksen Facebook-sivulla on useita merkittäviä etuja ja syitä sen perustamiselle:

- **Näkyvyys ja läsnäolo:** Yhä useammat ihmiset etsivät tietoa ja palveluja verkosta. Facebook on yksi maailman suurimmista sosiaalisen median alustoista, joten sivun avulla yhdistys tai yritys voi saavuttaa valtavan määrän ihmisiä.
- **Yhteisön rakentaminen:** Facebook-sivun avulla yhdistykset ja yritykset voivat luoda ja ylläpitää yhteisöä, joka koostuu jäsenistä, asiakkaista, faneista tai muista sidosryhmistä.
- **Tiedon jakaminen:** Sivun on erinomainen tapa jakaa ajankohtaisia uutisia, tapahtumia, kampanjoita, tuotteita tai palveluita kiinnostuneille seuraajille.
- **Vuorovaikutus ja palaute:** Facebook mahdollistaa suoran yhteydenpidon jäsenten, asiakkaiden tai fanien kanssa. Tämä voi auttaa saamaan arvokasta palautetta ja ymmärrystä siitä, mitä yleisösi haluaa.
- **Mainonta ja markkinointi:** Facebook tarjoaa monipuolisia työkaluja kohdennettuun mainontaan, mikä mahdollistaa tiettyjen kohderyhmien tavoittamisen tehokkaasti.



- **Analytiikka:** Yhdistyksen tai yrityksen on mahdollista seurata sivunsa suorituskykyä ja kävijöiden toimintaa Facebookin tarjoaman analytiikan avulla. Tämä voi auttaa ymmärtämään, mitkä sisällöt toimivat ja missä on parannettavaa.
- **Verkkoliikenteen lisääminen:** Jos yhdistyksellä tai yrityksellä on oma verkkosivusto, Facebook-sivun kautta voidaan ohjata kävijöitä sivustolle.
- **Luotettavuuden ja asiantuntijuuden rakentaminen:** Säännöllisellä ja laadukkaalla sisällöllä voi rakentaa organisaation asiantuntijaimagoa ja vahvistaa luotettavuutta.
- **Kustannustehokkuus:** Monet Facebookin perustyökalut ovat ilmaisia. Vaikka mainostaminen maksaa, se voi olla kustannustehokkaampaa kuin monet perinteiset mainontamuodot.
- **Kriisiviestintä:** Jos yhdistyksellä tai yrityksellä on tarve kommunikoida kriisitilanteissa, Facebook voi olla yksi nopeimmista tavoista saavuttaa laaja yleisö.
- Facebook-sivun perustamisessa on monia etuja, mutta on tärkeää muistaa, että sen ylläpito vaatii aikaa ja resursseja. Strateginen suunnittelu, sisältöjen laadinta ja säännöllinen kommunikointi ovat avaintekijöitä menestykselle sivulle.





### 3. Vertailu sivun ja ryhmän eroista/eduista

#### Facebook-sivu, edut:

1. **Ammattimaisuus:** Sivun antaa yrityksen tai yhdistyksen imagoon ammattimaisen vaikutelman ja toimii virallisena edustajana Facebookissa.
2. **Mainonta:** Voit mainostaa sivullasi ja laajentaa näkyvyyttäsi uusille yleisöille. Tämä on erityisen arvokasta yrityksille.
3. **Analytiikka:** Sivun tarjoaa yksityiskohtaista tietoa seuraajista, heidän sitoutumisestaan ja muusta toiminnasta, mikä auttaa ymmärtämään yleisöä paremmin.
4. **Yhteydenotto:** Sivun mahdollistaa viralliset yhteydenottotavat, kuten viestit tai soittopyynnöt.
5. **Laaja näkyvyys:** Sivun on julkisesti näkyvä ja tavoittaa myös ne, jotka eivät ole Facebookin jäseniä.

#### Eroja ryhmään verrattuna:

- **Vähemmän yhteisöllinen** kuin ryhmä.
- **Viestinnän suunta** on useimmiten yritykseltä/yhdistykseltä asiakkaalle/jäsenelle.

#### Facebook-ryhmä, edut:

1. **Yhteisöllisyys:** Ryhmä korostaa keskustelua ja jäsenten välistä vuorovaikutusta.
2. **Yksityisyys:** Mahdollisuus luoda suljettuja ja salaisia ryhmiä.
3. **Suurempi sitoutuminen:** Jäsenten on usein helpompi nähdä ja osallistua ryhmän postauksiin.
4. **Jäsenten tuki:** Vertaistuki ja keskustelu korostuvat ryhmässä.
5. **Tiedostojen jakaminen:** Helppo tapa jakaa resursseja jäsenille.
6. **Räätälöity viestintä:** Alaryhmät ja aihe-tunnisteet tekevät keskustelun seuraamisesta helppoa.

#### Eroja sivuun verrattuna:

- **Ei mainosmahdollisuuksia** samalla tavalla kuin sivulla.
- **Ryhmä vaatii usein enemmän ylläpitoa** aktiivisen jäsenten välisten keskustelujen vuoksi.

#### Yhteenveto:

- **Yrityksille:** Sivun on usein ensisijainen valinta ammattimaisuuden, mainonnan ja analytiikan vuoksi, mutta ryhmä voi olla hyvä lisä asiakkaiden sitouttamiseksi ja yhteisöllisyyden luomiseksi.
- **Yhdistyksille:** Sivun voi olla hyvä virallisen tiedon jakamiseen ja tapahtumien mainostamiseen, kun taas ryhmä voi olla parhaimmillaan jäsenten välisessä vuorovaikutuksessa ja vertaistuessa.

Monet yritykset ja yhdistykset päätyvät käyttämään molempia rinnakkain, hyödyntäen kummankin parhaita puolia.



## 4. Facebook-sivun perustaminen yhdistykselle tai yritykselle

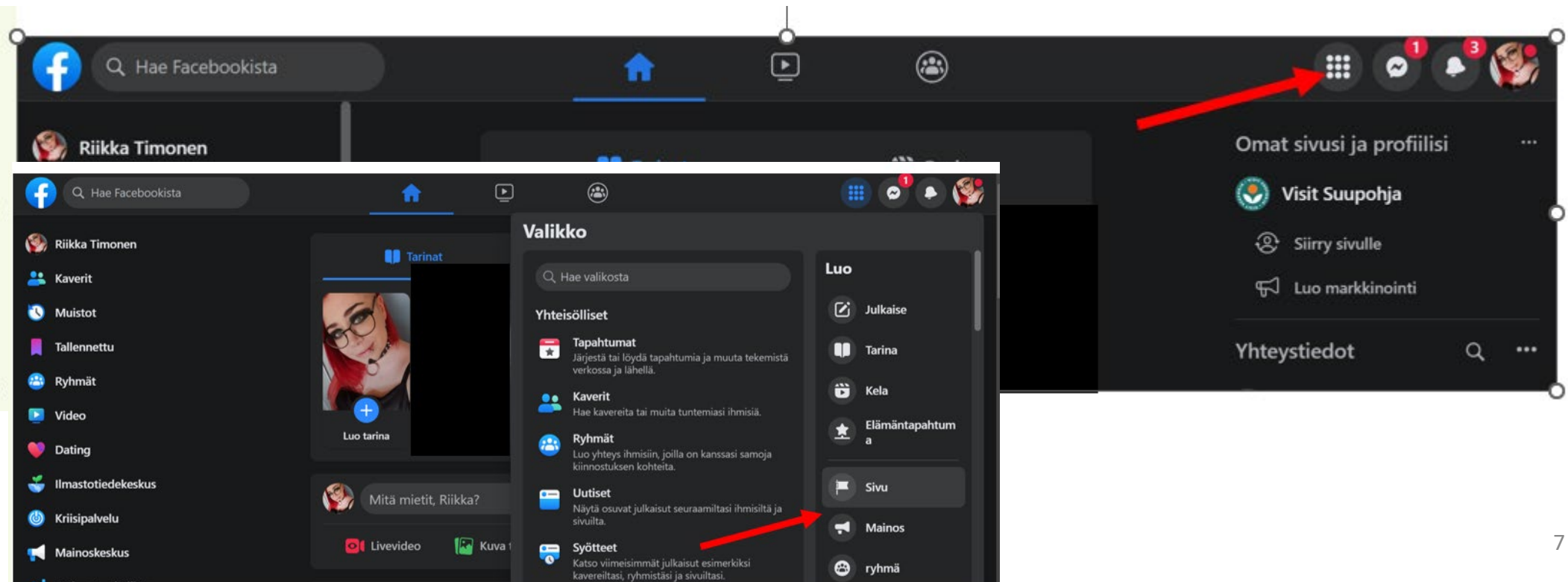
### 1. Valmistautuminen:

- **Tiedonkeruu:** Kerää kaikki tarvittavat tiedot: yhdistyksen/yrityksen nimi, yhteystiedot, logo ja muita kuvia, lyhyt kuvaus toiminnasta ja missio.

### 2. Kirjautuminen:

- **Henkilökohtainen profiili:** Kirjaudu Facebookiin henkilökohtaisella profiilillasi. Vain henkilökohtaiset profiilit voivat luoda ja hallinnoida sivuja, mutta kun sivu on luotu, voit määrittää useita ylläpitäjiä. Mikäli sinulla ei ole omaa henkilökohtaista tiliä, pitää sinun luoda sellainen ensin osoitteessa [www.facebook.com](http://www.facebook.com).

### 3. Sivun luominen:



- **Tiedot:** Täytä vaaditut tiedot, kuten nimi ja luokka (yhdistyksellä esim. voittoa tavoittelematon organisaatio). Voit myös lisätä sivulle elämäkerran.
- **Klikkaa:** Luo sivu

Sivut > Luo sivu

### Luo sivu

Sivusi on paikka, johon ihmiset menevät hakemaan lisätietoja sinusta. Varmista, että sivullasi on kaikki tiedot, joita he voivat tarvita.

Sivun nimi (pakollinen)  
Kyläyhdistys ✓


Käytä yrityksesi, brändisi tai organisaatiosi nimeä tai muuta nimeä, joka auttaa selittämään sivuasi. [Lisätietoja](#)

Luokka (pakollinen)  
Voittoa tavoittelematon järjestö x ✓

Anna luokka, joka parhaiten kuvaa sinua.

Elämäkerta (valinnainen)

Kerro ihmisille hieman siitä, mitä teet.



**Luo sivu**

- **Viimeistele sivun määrittäminen**  
- lisää puh.nro, sähköpostiosoite, osoite jne.

### Viimeistele sivun määrittäminen

Onnistui! Olet luonut sivun Kyläyhdistys. Lisää nyt tietoja, jotta ihmisten on helppoa olla yhteydessä sinuun.

#### Ota yhteyttä

Sivusto

US+1 ▼ Puhelinnumero

Sähköpostiosoite

#### Sijainti

Osoite

Paikkakunta

Postinumero

#### Aukioloajat

Kerro paikkasi aukioloajat.

Aukioloajat eivät ole saatavilla  
Älä näytä aukioloaikoja.

Aina auki  
Olet avoinna ympäri vuorokauden.

#### Sivun kunto: kohtalainen

Verrattuna samanlaisiin sivuihin, joilla on suuri sitoutumisaste.

Edellinen Seuraava



# Facebook sivu luokat

- Sivu voi olla
  - Paikallinen yritys tai paikka – jos yrityksellä on fyysinen toimipiste
    - Valitse aliluokka Paikallinen yritys, sivu johon merkitä aukioloajat
    - Voi olla 3 aliluokkaa
    - Kartta, Arvostelut
  - Yritys, organisaatio tai laitos – ei välttämättä fyysistä toimipistettä
    - Myyt itse tuotteitasi
    - Kartta, Arvostelut
  - Brändi tai tuote – tavaroiden ja palveluiden markkinointiin
    - Muut myyvät tuotteitasi
  - Artisti, yhtye tai julkisuuden henkilö – fanisivut tai henkilöbrändäys
    - Asiantuntija, toimittaja, luennoitsija
  - Viihde – viihdealan yritykset
    - Kirja, lehti, elokuva
  - Aate tai yhteisö – kannatussivut
    - Jokin muukin voi sopia



#### 4. Ulkoasu ja design:

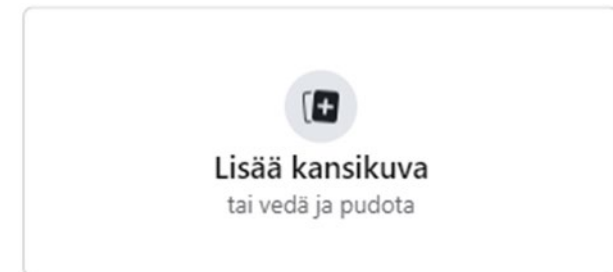
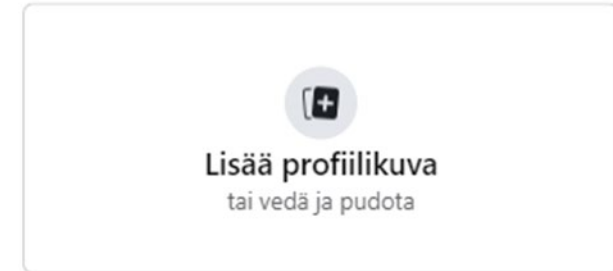
- **Profiilikuva:** Lisää profiilikuva, joka usein on yrityksen tai yhdistyksen logo, 170 x 170 pikseliä
- **Kansikuva:** Lisää kansikuva, joka edustaa yhdistystäsi tai yritystäsi, vähintään 400 x 150 pikseliä (suositus 851 x 315)

#### 5. Täydentävä tieto:

- **Yksityiskohdat:** "Tietoja" -osiossa voit antaa lisätietoja, kuten yhteystiedot, yhdistyksen/yrityksen perustamisvuosi, missio jne.
- **Verkkosivusto:** Lisää verkkosivun URL, jos sellainen on.
- **Käyttäjänimi:** Valitse sivulle käyttäjänimi, joka helpottaa sivun löytämistä Facebookissa ja antaa sinulle mukautetun URL-osoitteen (esim. facebook.com/YhdistyksenNimi).

## Mukauta sivuasi

Profiilikuvasi on ensimmäisiä asioita, joita ihmiset näkevät. Kokeile logoa tai kuvaa, jonka ihmiset helposti yhdistävät sinuun.



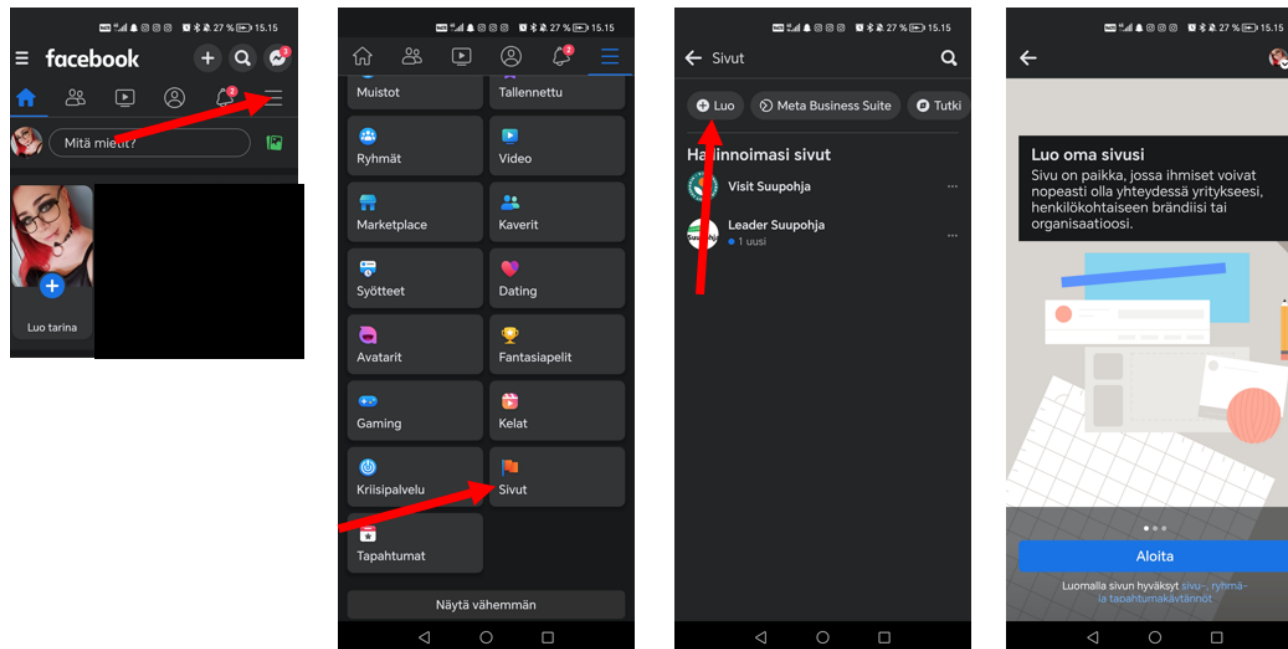
# Android-sovellus (puhelin)

## Sivun luominen

1. Napauta ☰ Facebookin oikeassa yläkulmassa.
2. Napauta 📁 Sivut ja napauta sitten ➕ Luo.
3. Napauta Aloita.
4. Anna sivulle nimi ja napauta Seuraava.
5. Kirjoita ja valitse enintään kolme sivuluokkaa ja napauta Luo.

Täällä voit napauttaa Seuraava ja mukauttaa sivuasi lisäämällä profiilikuvan, kansikuvan, toimintopainikkeen, elämäkerran ja sivun perustiedot. Voit myös kutsua kavereita muodostamaan yhteyden sivuusi.

**Näin luot sivun puhelimella. Punainen nuoli ohjaa mistä painaa ja viimeinen kuva näyttää, mihin näkymään päädyt.**



## 7. Asetukset ja hallinta:

- **Asetukset:** "Asetukset" -osiossa voit mukauttaa monia sivun yksityiskohtia ja toimintoja, kuten yksityisyysasetukset, viestinnän asetukset jne.
- **Roolit:** "Roolit" -osiossa voit antaa muille henkilöille pääsyn hallinnoida sivua eri rooleissa, esimerkiksi ylläpitäjänä tai moderaattorina.

## 8. Sisällön julkaiseminen:

- **Aktiivisuus:** Aloita julkaisemalla sisältöä sivullasi: kuvia, päivityksiä, tapahtumia jne. Säännöllinen päivittäminen pitää sivusi aktiivisena ja näkyvänä seuraajillesi.
- <https://www.funlus.fi/2023/06/06/sosiaalisen-median-kuvakoot-yhdessa-paketissa-2023/>

- Julkaisukuva (vaaka): 1200 x 630 (1,91:1)
- Julkaisukuva (neliö): 1200 x 1200 (1:1)
- Profiilin kansikuva: 851 x 315 (2,6:1).  
Mobiilinäkymässä kansikuvat rajautuvat sivuilta, huomioi tämä rajauksen asettelussa.
- Ryhmän tai tapahtuman kansikuva: 1200 x 628 (1,91:1)
- Facebook stories (valokuva tai video): 1080 x 1920 (9:16)
- Kuvatessa facebookin kuvia esimerkiksi puhelimella, kuvaa vaakaan, jos teet julkaisua ja story kannattaa kuvata pystyyn.
- Jos käytät myös instagramia, ja julkaiset molempiin, suosittelen instagramin mukaista 1080x1080.

### Facebookin kuvakoot

Facebook päivittää muotoiluun ja kuvien mittoja jatkuvasti. Paras strategia tulevaisuuden varalle on aina ladata mahdollisimman korkealaatuinen kuva. Noudata Facebookin suositeltuja tiedostomuotoja parhaiden tulosten saavuttamiseksi.



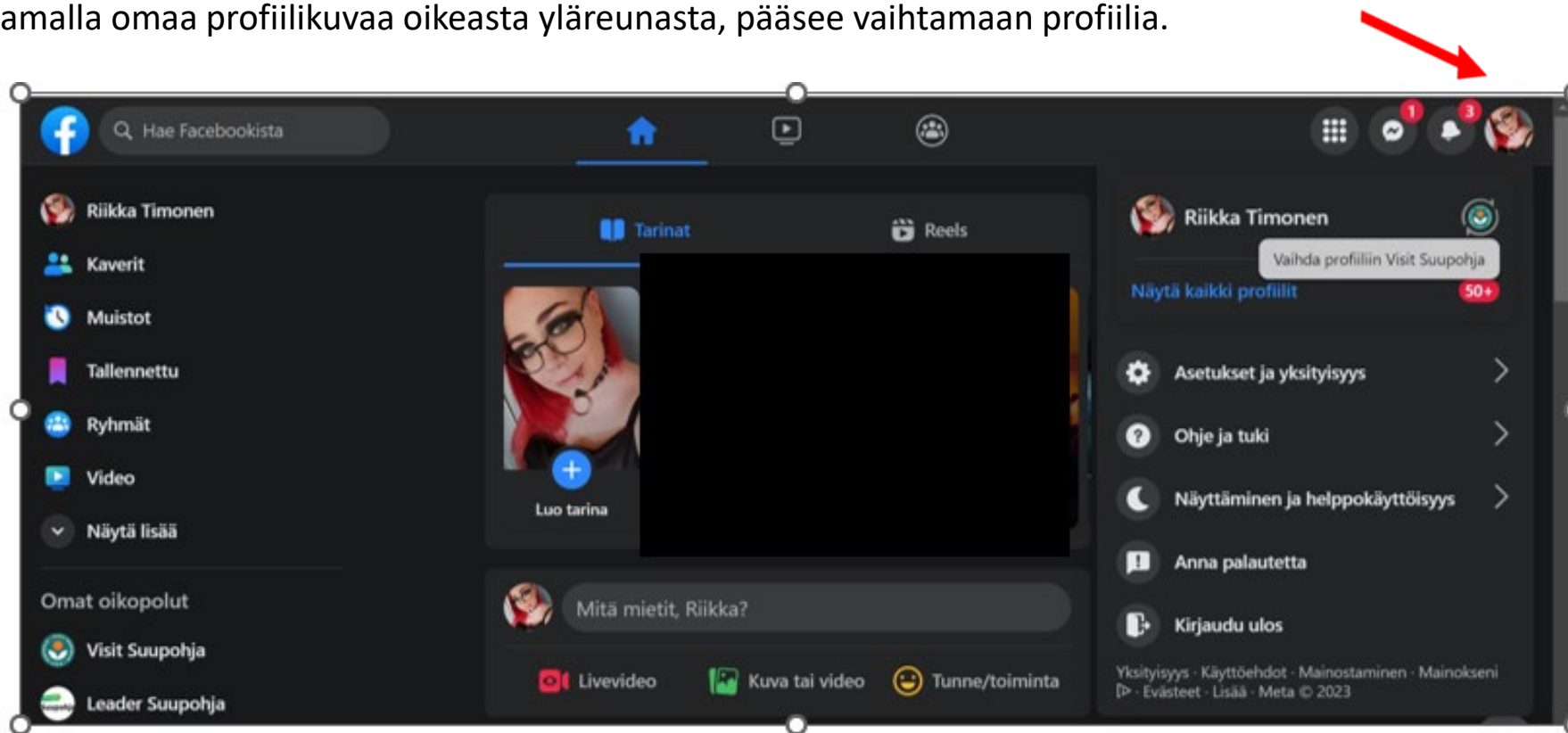
## 9. Facebook tilien ja profiilien avaus

Facebookissa on kaksi erilaista vaihtoehtoa sivujen hallintaan.

- **Tili**, on se millä kirjautut sisään. Eli sinun henkilökohtainen tilisi, jolla on oikeus hallita tiettyä profiilia esim. yrityksen tai yhdistyksen profiilia.

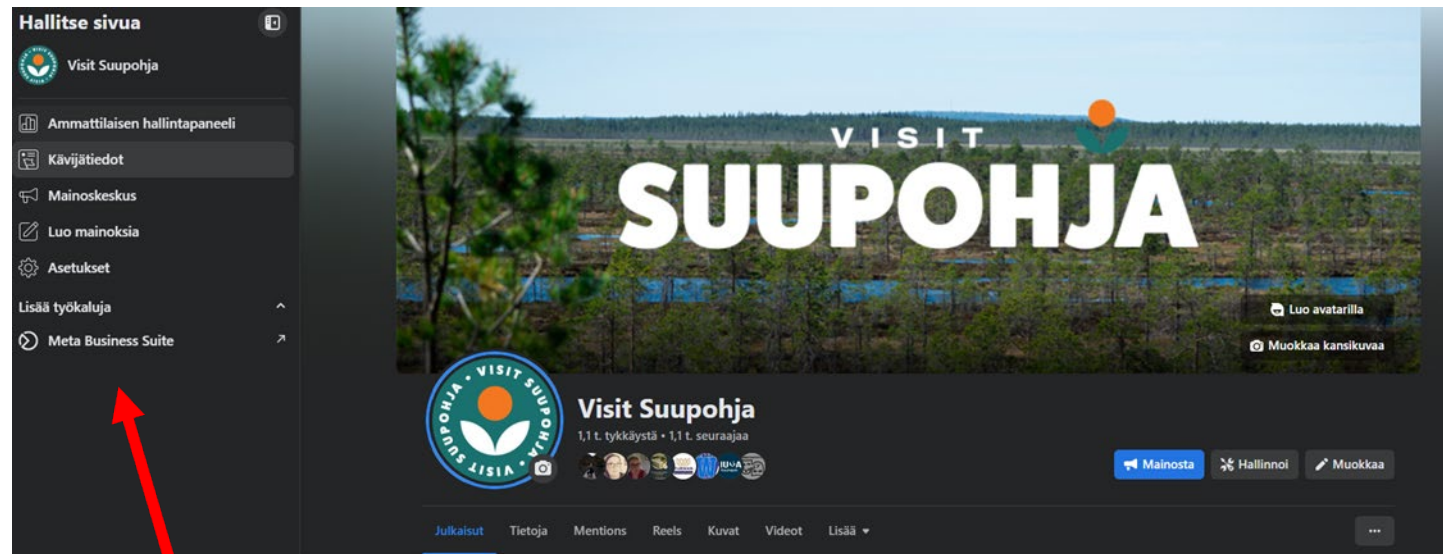
- **Profiili**, on se millä päivität sisältöä Facebookissa. Niitä voi olla useita. Esimerkiksi meillä on kaikilla aina oma henkilökohtainen profiilimme. Sen lisäksi esimerkiksi Riikalla on Visit Suupohja profiili ja Leader Suupohja profiili. Profiili määrittää mille päivität sisältöä.

- Klikkaamalla omaa profiilikuvaa oikeasta yläreunasta, pääsee vaihtamaan profiilia.



## 10. Meta business suite

- Meta Business Suite on luotu helpottamaan yrityksen/yhdistyksen facebook ja instagram sivujen hallintaa.
- Siellä voit esimerkiksi suunnitella tai ajastaa julkaisuja.
- Toimii myös näppäränä kanavana, kun haluat julkaista molempiin samaan aikaan.
- Täältä löydät myös informaatiota sivustosi näkyvyydestä, kävijöistä, tykkäysmääristä jne.



Muista muuttaa profiilisi ensin yrityksesi/yhdistyksesi profiiliin.  
Avaa sivusi ja vasemmasta reunasta Meta Business Suite.



## 11. Meta business suite julkaiseminen

The image shows two screenshots from the Meta Business Suite interface. The left screenshot displays the main dashboard for the 'Visit Suupohja' page. A red arrow points to the 'Luo julkaisu' button in the top navigation bar. The right screenshot shows the 'Luo julkaisu' (Create Post) dialog box. A red arrow points to the 'Ajasta' (Schedule) button in the 'Ajastusasetukset' (Posting Settings) section. Another red arrow points to the 'Visit Suupohja' and 'visitsuupohja' entries in the 'Julkaise Facebookiin ja Instagramiin' (Post to Facebook and Instagram) section.

Etusivu näkymä, julkaisun luomiseen.

Tässä voi valikoida julkaisetko molempiin (jos sinulla on myös instagram). Ajasta toiminto löytyy toisen nuolen kohdasta



## 12. Sisällön luominen ja hallinta

Sisällön suunnittelu ja aikataulutus:

- **Strategia:** Mieti, mikä on yhdistyksen tai yrityksen viesti ja tavoite Facebookissa. Onko se tiedottaminen, yhteisön rakentaminen, asiakkaiden sitouttaminen tai myynnin edistäminen?
- **Aikataulutus:** Määritä, kuinka usein aiot julkaista sisältöä. Käytä apunasi Facebookin aikataulutustyökalua tai muita sosiaalisen median hallintatyökaluja julkaisujen ajoittamiseen.
- **Tyyli:** Pidä julkaisujen tyyli ja äänensävy yhtenäisenä. Tämä vahvistaa brändiäsi ja tekee sivustasi tunnistettavan.
- **Videot:** Videot voivat olla tehokas tapa viestiä ja sitouttaa yleisöä. Livestreamit, tuote-esittelyt ja opetusvideot voivat olla erityisen tehokkaita.
- **Kuvat:** Kuvilla voit kertoa tarinan, esitellä tuotteita tai antaa kasvot yhdistykselle/yritykselle. Huolehdi, että kuvat ovat korkealaatuisia ja edustavat brändiäsi hyvin.
- **Linkit:** Jaa linkkejä relevantteihin artikkeleihin, blogikirjoituksiin tai muihin verkkosivustoihisi. Muista lisätä lyhyt kuvaus linkin sisällöstä.
- **Tapahtumat:** Jos järjestät tapahtumia, voit luoda niille sivuja Facebookissa, joiden avulla voit kutsua ihmisiä mukaan ja jakaa tietoa tapahtumasta.
- **Vuorovaikutus:** Seuraa julkaisujesi saamia reaktioita, kommentteja ja jakoja. Vastaa kommentteihin ja osallistu keskusteluun yleisösi kanssa.
- Sisällön luominen ja hallinta on keskeinen osa Facebook-sivun ylläpitoa. Hyvä ja mieleenpainuva sisältö sitouttaa yleisöä ja auttaa saavuttamaan tavoitteita. Muista aina pysyä ajan tasalla Facebookin päivityksistä ja uusista ominaisuuksista, jotta voit hyödyntää alustaa parhaalla mahdollisella tavalla.

### Ilmaisia sovelluksia

- Pieniä yksinkertaisia kuvituskuvia löytää ilmaiseksi esimerkiksi Flaticon sivustolta (<https://www.flaticon.com/>).
- Ilmainen sovellus, jolla saa tuotettua helposti sisältöä on Canva ([https://www.canva.com/fi\\_fi/](https://www.canva.com/fi_fi/)).



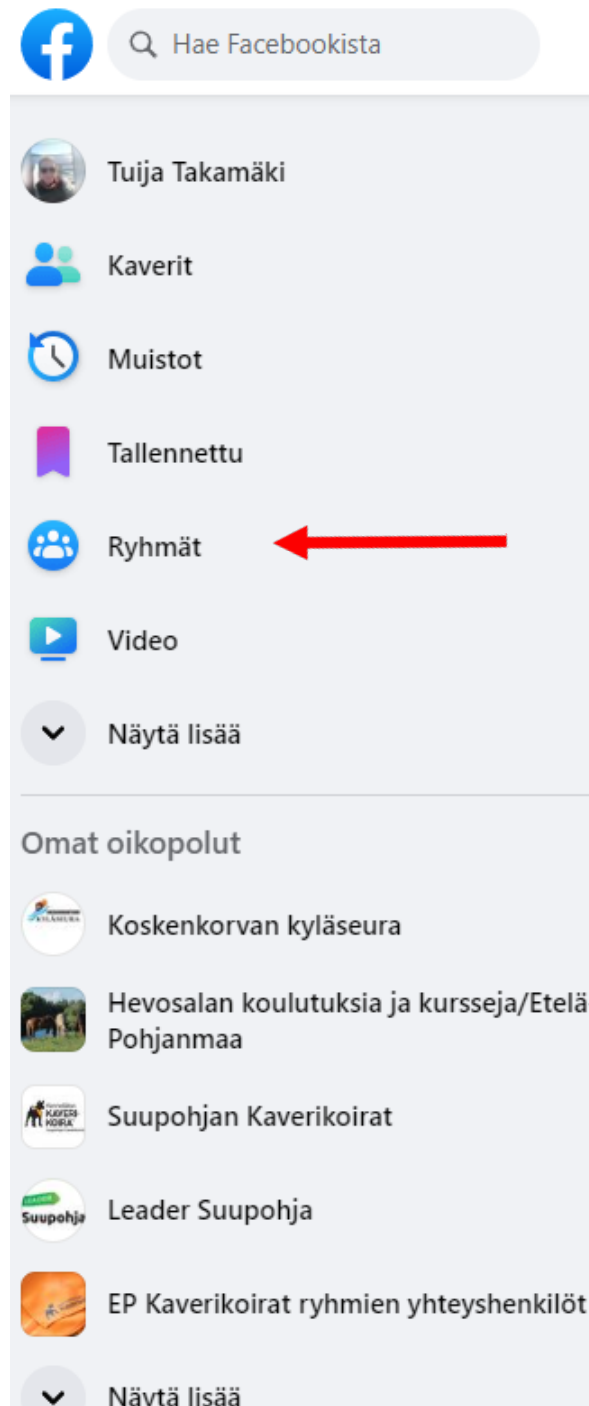
### 13. Facebook-ryhmän perustaminen ja hallinta

#### *Ryhmän vs. sivun ero ja milloin käyttää kumpaakin:*

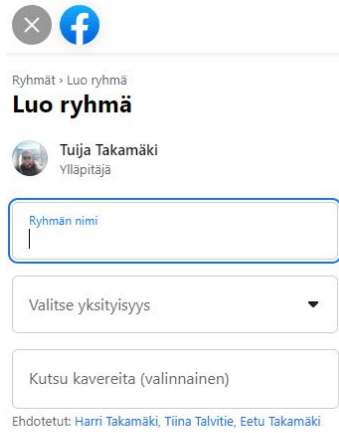
- **Facebook-sivu:** Sivun on julkinen profiili, jonka yritys, yhdistys tai julkisuuden henkilö voi luoda itselleen. Sen tarkoituksena on jakaa uutisia ja päivityksiä laajemmalle yleisölle ja mainostaa palveluitaan tai toimintaansa.
- **Facebook-ryhmä:** Ryhmä on paikka, jossa yhteisön jäsenet voivat keskustella, jakaa sisältöä ja olla vuorovaikutuksessa tietyllä teemalla tai yhteisen kiinnostuksen kohteen ympärillä. Ryhmät voivat olla julkisia, suljettuja tai salaisia.

#### *Kuinka perustaa ja hallinnoida ryhmää:*

- **Perustaminen:**
  - Kirjaudu sisään Facebookiin henkilökohtaisella profiilillasi.
  - Siirry "Ryhmät"-osioon ja napsauta "Luo ryhmä".
  - Anna ryhmälle nimi, valitse yksityisyysasetus ja kutsu alustavia jäseniä.
  - Valitse ryhmäsi tyyppi (esim. yhdistys, harrastus, tapahtuma).
  - Napsauta "Luo uusi ryhmä".




- Lisää ryhmän nimi, yksityisyys.
- Voit myös piilottaa ryhmän, esim. yhdistyksen johtokunnan ryhmä.
- Kutsu ryhmään jäseniä.
- Muokkaa ryhmän kuvausta ja lisää yksityiskohtia tehtävistänne ja missiosta.
- Lisää ryhmän logo profiilikuvaksi ja kansikuva, joka kuvastaa yhdistyksenne toimintaa.
- Valitse ryhmäsi ylläpitäjät ja moderaattorit.
- Lisää ryhmän linkki yhdistyksesi verkkosivustoon ja muihin sosiaalisen median kanaviin.



Ryhmät • Luo ryhmä

### Luo ryhmä

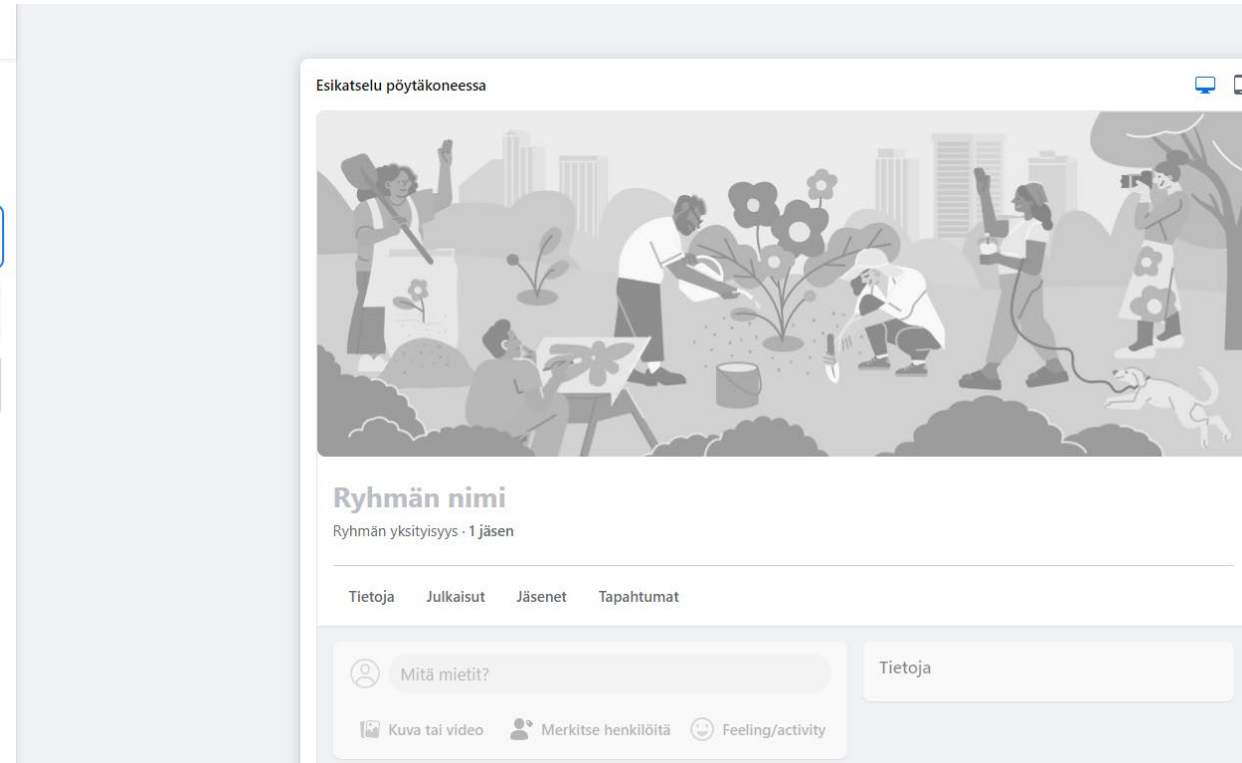
 Tuija Takamäki  
Ylläpitäjä

Ryhmän nimi

Valitse yksityisyys

Kutsu kavereita (valinnainen)

Ehdotetut: Harri Takamäki, Tiina Talvitie, Eetu Takamäki



## ***Yksityisyysasetukset ja ryhmän säännöt:***

- **Yksityisyysasetukset:**

- **Julkinen:** Kuka tahansa voi nähdä ryhmän ja liittyä siihen.
- **Suljettu:** Kuka tahansa voi nähdä ryhmän, mutta vain jäsenet näkevät julkaisut. Jäseneksi liittyminen vaatii hyväksynnän.
- **Salainen:** Vain ryhmän jäsenet näkevät ryhmän ja sen julkaisut.

- **Ryhmän säännöt:**

- Laadi selkeät säännöt jäsenten käyttäytymiselle ryhmässä.
- Varmista, että säännöt kattavat keskeiset kohdat, kuten kielenkäytön, mainostamisen ja ryhmän tarkoituksen noudattamisen.
- Muista päivittää säännöt tarvittaessa ja tiedottaa muutoksista ryhmän jäsenille.

Kun ryhmä on perustettu, on tärkeää pitää ryhmä aktiivisena ja osallistua keskusteluihin. Tämä luo vahvan yhteisön, joka voi auttaa yhdistystäsi saavuttamaan tavoitteensa.



## 14. Tapahtumat

### *1. Kuinka luoda ja hallinnoida tapahtumia:*

#### • Tapahtuman luominen:

- Kirjaudu sisään Facebookiin henkilökohtaisella profiilillasi tai yhdistyksesi/yrityksesi sivulla.
- Siirry "Tapahtumat"-osioon ja napsauta "Luo tapahtuma".
- Täytä tarvittavat tiedot: tapahtuman nimi, sijainti, päivämäärä, aika ja kuvaus.
- Lisää tapahtumakuva tai -video, joka houkuttelee osallistujia.
- Määritä yksityisyysasetukset: voit tehdä tapahtumasta julkisen, kutsu-vain, tai yksityisen.
- Klikkaa "Luo" kun olet valmis.

#### • Tapahtuman hallinta:

- Voit päivittää tapahtuman tietoja milloin tahansa siirtymällä tapahtumasivulle ja napsauttamalla "Muokkaa".
- Seuraa ilmoittautumisia ja palautetta tapahtumasivulta.
- Jos tapahtuma on kutsu-vain, voit hallinnoida kutsuja ja seurata, ketkä ovat vahvistaneet osallistumisensa.

### *2. Tapahtumien markkinointi ja kutsujen hallinta:*

#### • Tapahtumien markkinointi:

- **Julkaise säännöllisesti:** Muistuta seuraajiasi tulevasta tapahtumasta julkaisemalla siihen liittyvää sisältöä sivullasi tai ryhmässäsi.
- **Mainosta:** Voit luoda maksullisia mainoksia tavoittaaksesi laajemman yleisön ja houkutellaksesi osallistujia.
- **Yhteistyö:** Pyydä yhteistyökumppaneita tai sidosryhmiä jakamaan tapahtumaa omilla kanavillaan.
- **Sisällön monipuolistaminen:** Jaa erityyppistä sisältöä, kuten haastatteluja, taustatarinoita tai sneak peeks -tyyppisiä julkaisuja, jotka liittyvät tapahtumaan.





- **Kutsujen hallinta:**

- **Kutsu ihmisiä:** Kutsu seuraajiasi, ystäviäsi ja muita potentiaalisia osallistujia tapahtumaan suoraan Facebookin kautta.
- **Kutsulinkki:** Jaa tapahtuman linkkiä muissa sosiaalisen median kanavissa, sähköpostissa tai verkkosivuillasi.
- **Vastaanota ja hallinnoi RSVP:t:** Seuraa, ketkä ovat vahvistaneet osallistumisensa, ketkä ovat kiinnostuneita ja ketkä eivät voi osallistua.
- **Palaute:** Käytä Facebookin kyselytyökalua saadaksesi palautetta ja ehdotuksia osallistujilta ennen tai jälkeen tapahtuman.

Onnistunut tapahtuman hallinta ja markkinointi Facebookissa voi merkittävästi lisätä näkyvyyttä, sitoutumista ja osallistujamäärää. Muista olla aktiivinen ja vuorovaikutuksessa osallistujien kanssa ennen ja jälkeen tapahtuman.



## 15. Yksityisyys ja tietoturva

### 1. Sivun ja ryhmän yksityisyysasetukset:

#### • Sivun yksityisyys:

- **Sivun tiedot:** Varmista, että julkaiset vain sellaista tietoa, jonka haluat olevan julkisesti näkyvissä.
- **Viestintäasetukset:** Voit rajoittaa, ketkä voivat lähettää viestejä sivullesi tai kommentoida julkaisujasi.
- **Julkaisujen tarkistus:** Tämä toiminto antaa sinun tarkistaa ja hyväksyä muiden tekemät julkaisut sivullesi ennen niiden julkaisemista.

#### • Ryhmän yksityisyys:

- **Ryhmätyypit:** Voit valita ryhmän olevan julkinen, suljettu tai salainen. Julkiset ryhmät näkyvät kaikille, suljetuissa ryhmissä jäsenyys on hyväksynnällä, ja salaiset ryhmät ovat näkyvissä vain jäsenille.
- **Jäsenyyden hyväksyntä:** Ryhmän ylläpitäjät voivat hallita, ketkä voivat liittyä ryhmään.
- **Ryhmän säännöt:** Määritä ryhmän säännöt selkeästi, jotta jäsenet tietävät, mitä heiltä odotetaan.

### 2. Tietoturvavinkit ja parhaat käytännöt:

- **Vahvat salasanat:** Käytä monimutkaisia ja yksilöllisiä salasanoja. Vältä yleisiä tai helposti arvattavia salasanoja.
- **Kaksivaiheinen todennus:** Ota käyttöön kaksivaiheinen todennus lisäturvakerrokseksi.
- **Rajoita ylläpitäjien määrää:** Anna ylläpitorooli vain luotetuille henkilöille.
- **Tarkista aktiiviset istunnot:** Säännöllisesti tarkista, mistä laitteista ja sijainneista sivullesi tai ryhmääsi on kirjaututtu.



### ***3. Kuinka välttää huijauksia ja tietojenkalastelua:***

- **Varo epäilyttäviä linkkejä:** Älä napsauta epäilyttäviä linkkejä, erityisesti jos ne tulevat tuntemattomilta lähteiltä.
- **Tarkista viestien lähettäjät:** Ole varovainen, jos saat viestejä henkilöiltä, jotka väittävät olevansa Facebookin edustajia mutta eivät näytä siltä.
- **Kouluta tiimisi:** Varmista, että kaikki sivusi tai ryhmäsi ylläpitäjät tietävät tietoturvariskeistä ja parhaista käytännöistä.
- **Päivitä säännöllisesti:** Varmista, että kaikki käyttämäsi sovellukset, selaimet ja laitteet ovat ajan tasalla, jotta hyödynnät viimeisimpiä tietoturvaominaisuuksia.

Muista, että vaikka Facebookilla on omat tietoturvatoimensa, sivun tai ryhmän ylläpitäjänä sinulla on myös vastuu suojata itseäsi ja yhteisöäsi mahdollisilta uhilta.



## 16. Mainonta

### 1. Miksi mainostaa Facebookissa?

- **Laaja yleisö:** Facebook on yksi maailman suosituimmista sosiaalisen median alustoista, jolla on miljardeja aktiivisia käyttäjiä. Mainostaminen täällä antaa mahdollisuuden tavoittaa laaja ja monipuolinen yleisö.
- **Tarkka kohdennus:** Facebookin mainostyökalut mahdollistavat erittäin tarkan kohdennuksen, joka perustuu demografiaan, kiinnostuksen kohteisiin, käyttäytymiseen ja muihin tekijöihin.
- **Joustava budjetointi:** Voit määrittää päivittäiset tai elinikäiset budjetit mainoksillesi, joten voit hallita kustannuksia tehokkaasti.
- **Mittaus ja analyysi:** Saat yksityiskohtaista tietoa mainostesi suorituskyvystä ja voit optimoida niitä reaaliaikaisesti parhaiden tulosten saavuttamiseksi.

### 2. Mainosbudjetit ja kohdennusvaihtoehdot:

- **Budjetin määrittäminen:** Voit valita päivittäisen budjetin (kuinka paljon olet valmis käyttämään päivässä) tai elinikäisen budjetin (kuinka paljon olet valmis käyttämään mainoskampanjan koko keston ajan).
- **Kohdennusvaihtoehdot:**
  - **Demografiset tekijät:** Ikä, sukupuoli, koulutus, työsuhde jne.
  - **Maantieteellinen sijainti:** Maat, alueet, kaupungit tai jopa tietty etäisyys tietyistä paikoista.
  - **Kiinnostuksen kohteet:** Perustuu käyttäjän toimintaan Facebookissa, kuten sivuihin, joista he pitävät.
  - **Käyttäytymiseen perustuva kohdennus:** Esimerkiksi online-ostokset, matkailutottumukset jne.
  - **Lookalike-yleisöt:** Tavoita käyttäjät, jotka muistuttavat nykyisiä asiakkaitasi.



### **3. Kuinka luoda tehokkaita mainoksia:**

- **Selkeä viesti:** Varmista, että mainosviestisi on ytimekäs ja suoraan asiaan. Mainoksen pitäisi kertoa käyttäjälle heti, miksi heidän pitäisi olla kiinnostuneita.
- **Visuaalisesti houkutteleva:** Käytä korkealaatuisia kuvia tai videoita, jotka herättävät huomion ja resonoi kohderyhmäsi kanssa.
- **Toimintakehotus (CTA):** Lisää selkeä toimintakehotus, kuten "Osta nyt", "Ilmoittaudu" tai "Lue lisää", joka ohjaa käyttäjää tekemään toivottua toimintaa.
- **Testaa ja optimoi:** Käytä A/B-testausta selvittääksesi, mikä mainosversio toimii parhaiten. Tarkista ja optimoi mainoksiasi säännöllisesti parhaiden tulosten saavuttamiseksi.

Muista, että Facebook-mainonta on jatkuvaa oppimista. Kun seuraat mainostesi suorituskykyä ja teet tarvittavat muutokset reaaliaikaisesti, voit parantaa ROI:ta (return on investment) ja saavuttaa mainoskampanjasi tavoitteet.



## 17. Mobiilisovelluksen käyttö yhdistyksen sivulla tai ryhmällä

Jos hallinnoit yhdistyksen Facebook-sivua tai -ryhmää, sinun on tärkeää tietää, miten käytät mobiilisovellusta tehokkaasti tässä roolissa.

### *Yhdistyksen sivun hallinta mobiilisovelluksessa:*

#### **1. Kirjautuminen ja sivulle siirtyminen:**

- Kirjautu Facebook-sovellukseen normaalisti.
- Valikosta (kolme vaakaviivaa yleensä sovelluksen alareunassa) löydät "Sivut" -osion. Valitse sivu, jota haluat hallinnoida.

#### **2. Julkaisujen Luominen:**

- Paina "Mitä sinulla on mielessä?" -kenttää ja kirjoita julkaisu. Voit lisätä kuvia, videoita ja muita mediaelementtejä.

#### **3. Ilmoitukset:**

- Näet sivukohtaiset ilmoitukset, kuten tykkäykset, kommentit ja jakamiset.

#### **4. Viestit:**

- Jos sivullasi on viestit sallittu, voit tarkastella ja vastata sivulle tulleisiin viesteihin.

#### **5. Sivun Tilastot:**

- Voit tarkastella sivusi tilastoja, kuten kuinka monta henkilöä julkaisusi on tavoittanut ja kuinka moni on sitoutunut julkaisuun.





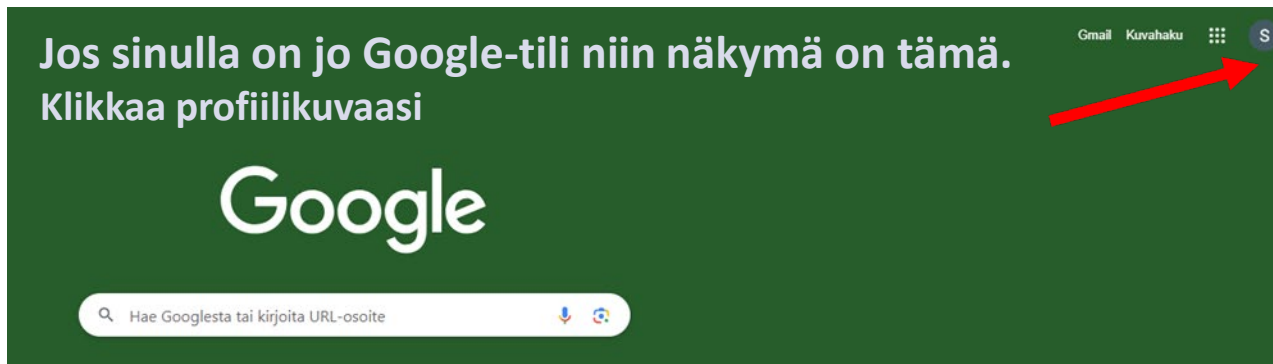
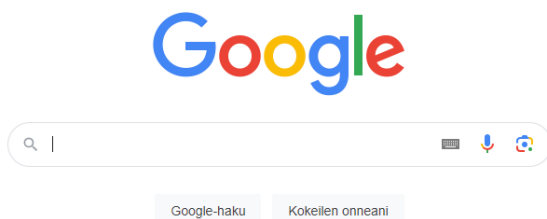
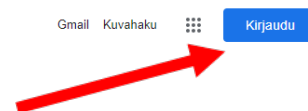
## 12. Google-tilin luominen

1. Miksi luoda yhdistykselle tai yritykselle google-tili?

- Google-tili auttaa kirjautumaan moniin palveluihin, esimerkiksi Canvaan tai Etelä-Pohjanmaan tapahtumakalenteriin.
- Se on siis monikäyttöinen työkalu. Googella on myös monia muitakin palveluita kuin pelkkä Gmail sähköposti.
- Tietoa joutuu yleensä hieman keksimään, yritystili on myös mahdollinen, mutta se on maksullinen. Tämän takia käytämme henkilökohtainen valintaa.

2. Mene Googlen aloitussivulle: Avaa selain ja mene osoitteeseen google.com.

- Klikkaa "Kirjaudu sisään": Tämä löytyy yleensä sivun oikeasta yläkulmasta.



### 3. Klikkaa luo tili

Google

Kirjaudu sisään

Käytä Google-tiliäsi

Sähköposti tai puhelin

Unohditko sähköpostiosoitteesi?

Eikö tämä ole oma tietokoneesi? Kirjaudu sisään yksityisesti Guest Modessa. [Lue lisää](#)

Luo tili Seuraava

### 4. Käytä valintaa henkilökohtainen tili

Google

Kirjaudu sisään

Käytä Google-tiliäsi

Sähköposti tai puhelin

Unohditko sähköpostiosoitteesi?

Eikö tämä ole oma tietokoneesi? Kirjaudu sisään yksityisesti Guest Modessa. [Lue lisää](#)

Luo tili Seuraava

Henkilökohtaiseen käyttöön

Lapselle

Työ- tai yrityskäyttöön

Suomi Ohje Tietosuoja Ehdot

### 5. Jaa yhdistyksen nimi etu- ja sukunimeksi esim. näin. Syntymäajalla ei ole väliä, kunhan on täysi-ikäinen.

Google

Luo Google-tili

Lisää nimesi

Etunimi

Nappi

Sukunimi (valinnainen)

Kauppias

Seuraava



## 6. Käyttäjänimi ja salasana

- Valitse käyttäjänimi (tämä tulee olemaan sähköpostiosoitteesi, esim. käyttäjänimi@gmail.com).
- Valitse salasana ja kirjoita se uudelleen varmistaaksesi sen.

Noudata näytön ohjeita. Sinua saatetaan pyytää lisäämään puhelinnumero, toinen sähköpostiosoite (varmistusta varten) ja syntymäaika.

Vahvista puhelinnumerosi (valinnainen): Google voi pyytää sinua vahvistamaan puhelinnumerosi lähettämällä sinulle tekstiviestillä varmistuskoodin. Tämä lisää turvallisuutta ja auttaa palauttamaan tilin, jos unohdat salasanasi.

Google

### Valitse Gmail-osoite

Valitse Gmail-osoite tai luo oma

kauppiasnappi@gmail.com

nappikauppias0@gmail.com

Luo oma Gmail-osoite

Luo Gmail-osoite @gmail.com

Voit käyttää kirjaimia, numeroita ja pisteitä.

[Käytä nykyistä sähköpostiasi](#) [Seuraava](#)

Google

### Luo vahva salasana

Luo vahva salasana, jossa on kirjaimia, numeroita ja symboleja.

Salasana

Vahvista

Näytä salasana

[Seuraava](#)

Google

### Lisää varasähköposti

Osoite, josta Google saa sinuun yhteyden, jos tilillä on epätavallista toimintaa tai et pääse kirjautumaan.

Palauttamisen sähköpostiosoite

[Seuraava](#) [Ohita](#)

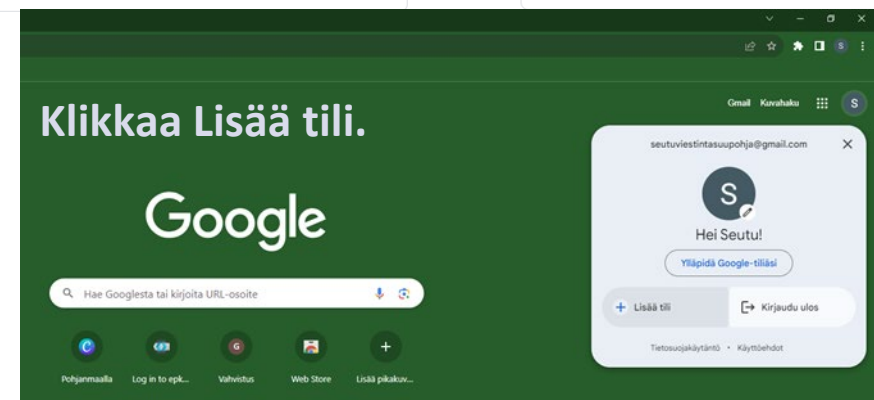
Google

### Lisää puhelinnumero

+

Google käyttää tätä numeroa vain tilisi turvaamiseen. Numerosi ei näy muille. Voit valita myöhemmin, haluatko käyttää sitä muihin tarkoituksiin.

[Seuraava](#) [Ohita](#)





**KIITOS**

Visit Suupohja

0400 423 401

[toimisto@leadersuupohja.fi](mailto:toimisto@leadersuupohja.fi)

[www.visitsuupohja.fi](http://www.visitsuupohja.fi)



## 13. Päätös ja Q&A OMAT MUISTIINPANOT!

Koulutuksen lopuksi on tärkeää varata aikaa osallistujien kysymyksille ja tehdä yhteenveto oppimasta. Tämä osio auttaa varmistamaan, että osallistujat ovat ymmärtäneet keskeiset käsitteet ja ovat valmiita soveltamaan oppimaansa käytännössä.

### Yhteenveto:

- 1. Miksi Facebook on tärkeä?** Korosta, kuinka Facebook on tehokas työkalu yhdistysten ja yritysten näkyvyyden ja yhteisön sitouttamisen kannalta.
- 2. Mitä olemme oppineet?** Lyhyt katsaus aiheisiin: sivujen ja ryhmien luominen, sisällön hallinta, yhteisön sitouttaminen, tapahtumat, yksityisyys, analytiikka, mainonta ja mobiilisovelluksen käyttö.
- 3. Käytännön toimet:** Korosta, että teorian lisäksi käytännön harjoittelu ja säännöllinen päivittäminen ovat avainasemassa Facebookin tehokkaassa hyödyntämisessä.

### Q&A-osio:

- 1. Avoimuus:** Rohkaise osallistujia esittämään kysymyksiä. Muistuta, että ei ole olemassa "hölmöjä kysymyksiä", ja että koulutuksen tavoitteena on auttaa kaikkia ymmärtämään aihe paremmin.
- 2. Ota aikaa:** Älä kiirehdi vastauksissa. Anna jokaiselle kysymykselle riittävästi aikaa ja varmista, että vastaat perusteellisesti ja ymmärrettävästi.
- 3. Apumateriaalit:** Jos et tiedä vastausta kysymykseen, on rehellistä myöntää se ja luvata tarkistaa asia myöhemmin. Voit myös ohjata osallistujia hyödyllisiin online-resursseihin tai oppaisiin.
- 4. Interaktiivisuus:** Jos sopivaa, voit käyttää reaali maailman esimerkkejä tai näyttää live-demoja Facebookista vastauksissasi.

### Lopetus:

- 1. Kiitos osallistujille:** Kiitä osallistujia aktiivisesta osallistumisesta ja ajasta, jonka he ovat uhranneet koulutukseen.
  - 2. Palaute:** Pyydä osallistujilta palautetta koulutuksesta. Tämä auttaa sinua parantamaan tulevia koulutuksia.
  - 3. Lisäresurssit ja tuki:** Tarjoa osallistujille lista hyödyllisistä resursseista ja kerro, miten he voivat ottaa yhteyttä sinuun tai muihin asiantuntijoihin, jos heillä on lisäkysymyksiä tulevaisuudessa.
- Muistuta osallistujia jatkuvasta oppimisesta ja rohkaise heitä kokeilemaan uusia asioita Facebookissa turvallisesti ja tehokkaasti.

