

## Tämä on rinnakaistallennettu versio alkuperäisestä julkaisusta.

Tämä on julkaisun kustantajan pdf.

Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

**Pihlava, P. & Hänti, S. 2020. Sosiaalinen media yrittäjän työkaluna koronaviruspandemian keskellä. Talk-verkkolehti, Digitalisaatio 22.6.2020.**

URL: <https://talk.turkuamk.fi/digitalisaatio/sosiaalinen-media-yrittajan-tyokaluna-koronaviruspandemian-keskella/>

Kaikki julkaisut Turun AMK:n rinnakaistallennettujen julkaisujen kokoelmassa Theseuksessa ovat tekijänoikeussäännösten alaisia. Kokoelman tai sen osien käyttö on sallittu sähköisessä muodossa tai tulosteena vain henkilökohtaiseen, ei-kaupalliseen tutkimus- ja opetuskäyttöön. Muuhun käyttöön on hankittava tekijänoikeuden haltijan lupa.

## This is a self-archived version of the original publication.

The self-archived version is a publisher's pdf of the original publication.

To cite this, use the original publication:

**Pihlava, P. & Hänti, S. 2020. Sosiaalinen media yrittäjän työkaluna koronaviruspandemian keskellä. Online Magazine Talk, Digitalization 22.6.2020.**

URL: <https://talk.turkuamk.fi/digitalisaatio/sosiaalinen-media-yrittajan-tyokaluna-koronaviruspandemian-keskella/>

All material supplied via TUAS self-archived publications collection in Theseus repository is protected by copyright laws. Use of all or part of any of the repository collections is permitted only for personal non-commercial, research or educational purposes in digital and print form. You must obtain permission for any other use.

Päivi Pihlava

Master of Business Administration, Professional Sales Management, Turun ammattikorkeakoulu

Sirpa Hänti

KTT, yliopettaja, Turun ammattikorkeakoulu

## Sosiaalinen media yrittäjän työkaluna koronaviruspandemian keskellä

Avainsanat: [markkinointi](#), [sosiaalinen media](#)

**Koronapandemia on muuttanut yritysten toimintaa merkittävästi. Turun ammattikorkeakoulun Master Schoolissa opinnäytetyönsä tehnyt Päivi Pihlava selvitti miten yrittäjät voivat hyödyntää sosiaalista mediaa asiakassuhteiden ylläpitämisessä ja kehittämisessä. Tässä artikkelissa tarkastellaan asiaa yhden sosiaalisen median kanavan, Facebookin, aktiivisuuden käytön eduista ja haasteista yksinyrittäjän työssä.**

Monet yritykset ovat joutuneet taloudelliseen ahdinkoon koronaviruspandemian vuoksi. Liikkumisen rajoittamisen vuoksi useat yritykset ovat joutuneet sulkemaan ovensa ja lomauttamaan työntekijänsä asiakaspulan vuoksi. Rajoituksia noudattaen ihmiset ovat oleilleet kotonaan yhä enemmän. Tekemisen puutteen vuoksi sosiaalisesta mediasta, tuttavallisemmin somesta, on tullut heille tärkeä ajanviettopaikka pandemian keskellä. Yritysten onkin kannattavaa ja järkevää hyödyntää tilanne ja kohdistaa liiketoimintaansa myös sosiaalisen median kanaville, joista sekä nykyiset että uudet asiakkaat ovat tavoitettavissa.

### Ei välttämättä rahaa, mutta aikaa on investoitava

Sosiaalinen media on erinomainen apu yrittäjälle osana yritystoimintaa sen edullisuuden sekä asiakkaiden tavoitettavuuden kannalta. Koronaviruspandemian vuoksi yritysten joutuessa yhä tarkemmin miettimään varallisuuttaan, esimerkiksi minkälaisiin investointeihin on varaa ja miten yritys tulee taloudellisesti selviytymään tulevaisuudessa, on sosiaalisen median käyttö kannattavaa erityisesti sen edullisuuden vuoksi.

Sosiaalisen median hyödyntäminen osana liiketoimintaa ei vaadi suuria rahallisia investointeja, monesti käyttö on jopa täysin ilmaista. Suurin investointi kohdistuu aikaan, jota sosiaalisen median käyttö vaatii paljon. Somen käyttö on kasvanut ihmisten keskuudessa viime vuosikymmenien aikana huomasti, koronapandemian korostaessa tilannetta vielä entisestään. Pandemian aikana sosiaalisen median käyttö on kasvanut ympäri maailman jopa 21 % (Watson 2020). Tämän vuoksi yritysten on helppo tavoittaa asiakkaita eri sosiaalisen median alustoilla ja olla yhteydessä heidän kanssaan.

Sosiaalisen median kanavista erityisesti Facebook on hyvä apu yrittäjälle liiketoiminnan harjoittamisessa, sillä kanavaa voi hyödyntää useisiin eri tarkoituksiin, kuten markkinointiin, myyntiin ja asiakaspalveluun. Facebookin käyttö on ilmaista niin kuluttajille kuin yrityksille, ja kanava onkin yksi maailman suosituimmista sosiaalisen median alustoista. Suuren käyttäjämäärän vuoksi yritys voi ilmeisimmin olettaa, että sen kohdemarkkinat ja potentiaaliset asiakkaat löytyvät Facebookista. Viime vuonna jopa 35 % suomalaisista käytti Facebookia aktiivisesti päivittäin (Statista Research Department 2020).

Facebook on myös helppokäyttöinen ja sisältää useita eri toimintoja helposti samassa paikassa. Esimerkiksi omien verkkosivujen tai verkkokaupan perustaminen yrittäjälle on usein todella suuri investointi. Pienyrittäjälle, jolle esimerkiksi erillisen itsenäisen verkkokaupan perustaminen on liian iso investointi rahallisesti, tarjoaa Facebook erinomaisen paikan tuotteiden ja palveluiden myymiseen.

Yrittäjä voi esimerkiksi perustaa Facebook-sivulle Kauppa-toiminnon, jossa hän voi myydä tuotteitaan ja palveluitaan perinteisen verkkokaupan tavoin. Kaupassa käyttäjät voivat myös arvostella tuotteita ja palveluita muita käyttäjiä varten. Toinen hyödynnettävä sovellus yrittäjälle Facebookissa on Tapaamiset-työkalu, jonka avulla asiakkaat voivat sopia tapaamisia yrityksen kanssa. Työkalu toimii hyvin myös ajanvarauspaikkana, jos yrittäjällä on tarvetta tällaiselle toiminnolle.

### Puskaradion siirtäminen sosiaaliseen mediaan

Facebook on hyvä kanava tavoittaa asiakkaita sekä ylläpitää asiakassuhteita heidän kanssaan. Mainonta kanavalla on helppoa ja tehokasta, eikä vaadi suuria summia rahaa. Esimerkiksi Suomessa koronavirusrajoitukset sulki ravintolat ja kahvilat useiksi kuukausiksi, mistä syystä ihmisten päivittäiset, henkilökohtaiset tapaamiset vähenivät radikaalisti. Word-of-mouth -toiminta, tuttavallisemmin puskaradio, hävisi ravintoloiden, huoltoasemien ja kahviloiden pöydistä.

Erityisesti pienyrityksille, joilla rahalliset resurssit ovat usein melko pienet, puskaradio on yksi merkittävimmistä markkinointikeinoista. Sosiaalinen media on erinomainen apuväline puskaradion toiminnassa, yksi suurimmista hyödyistä mitä yritys voi somen avulla saavuttaa. Yrittäjän jakaessa mielenkiintoisia ja hyödyllisiä julkaisuja, ja kommunikoidessa potentiaalisten asiakkaiden kanssa, luottamus myyjän ja ostajan välillä kasvaa ja kuluttajasta voi tulla elintärkeä, luotettava asiakaskumppani yrittäjälle, samalla mainostaen yritystä muille ihmisille. Puskaradio sosiaalisessa mediassa on tehokasta tiedon nopean leviämisen vuoksi. Asiakkaan jakama positiivinen, tai mahdollisesti negatiivinen kokemus yrityksestä, on välittömästi monen ihmisen nähtävissä ja voi levitä käyttäjien keskuudessa hyvin nopeasti.

### Suunnitelmallisuutta tarvitaan

Ennen sosiaalisen median käyttöönottoa on yrittäjän kuitenkin viisasta laatia suunnitelma ja tavoitteet somen käytölle. Ilman selkeää strategiaa ja päämäärää on somen käytöstä haasteellista saada tehokasta ja kannattavaa. Huolellinen suunnittelu ja toteutus ovat tärkeitä,

sillä asiakkaista on tullut yhä vaativampia viime vuosien aikana. Sosiaalisen median huonolla ylläpidolla voi olla negatiivisia vaikutuksia asiakkaisiin ja sen myötä yritys voi joutua huonoon valoon. Mielipiteiden ja kokemusten jakamisesta sosiaalisen median kanavissa on tullut kuluttajille arkipäiväistä, ja negatiivisten kommenttien nopea leviäminen eri sosiaalisen median kanavilla voi aiheuttaa merkittävää haittaa yrityksen imagoille. Tämän vuoksi yrittäjän on todella tärkeää huolehtia somen järkevästä käytöstä, minkälaista sisältöä jakaa seuraajille ja miten olla heidän kanssaan vuorovaikutuksessa.

Sosiaalisen median kanavien muuttuessa yhä kiihtyvämällä tahdilla, on yrittäjän tärkeää pohtia ja selvittää mitä kanavia sen kannattaa hyödyntää yritystoiminnassaan. Vaikka Facebook on maailman yleisin ja käytetyin sosiaalisen median alusta yli 2,6 miljardilla aktiivisella käyttäjällä kuukausittain (Clement 2020), se ei ole riittävä syy yrittäjälle kanavan käyttöönottamisessa osaksi liiketoimintaa. Sosiaalisen median kanavan on palveltava sekä asiakkaita että yritystoimintaa onnistuneesti.

Kuten jo aiemmin on todettu, sosiaalisessa mediassa toimiminen vaatii runsaasti aikaa, minkä takia yrittäjän on ehdottoman suositeltavaa ottaa selvää eri kanavista ja testata mikä niistä sopii parhaiten yrityksen toimintoihin. Yrittäjälle ajankäyttö on pienten rahallisten resurssien ohella yksi ongelma, sillä monesti yrittäjän on itse hoidettava kaikki yrityksen pyörittämiseen liittyvät toiminnot ja tehtävät. Aikaa ei usein ole tuhlattavaksi turhiin asioihin, mikä tekee strategian ja päämäärän laatimisesta sosiaalisen median käytölle entistä tärkeämpää.

### Asiaa ja viihdyttävyyttä sopivassa suhteessa

Lounais-Suomessa sijaitseva *Pihlatak Oy*, joka on erikoistunut paikannuslaitteiden ja riistakameroiden myyntiin ja huoltoon, toteutti kolmen kuukauden mittaisen Facebook-kampanjan alkuvuoden aikana selvittääkseen miten yritys voisi hyödyntää kyseistä kanavaa yritystoiminnassaan asiakassuhteiden ylläpidossa. Yrityksen asiakaskunta levittyi laajalle alueelle, ja asiakkaiden tavoittaminen oli ollut pienyritykselle haasteellista. Yrityksen toiminnot Facebookissa olivat aiemmin olleet satunnaisia ja vähäisiä, postauksia oli jaettu noin kerran kuukaudessa.

Facebook-kampanja toteutettiin osana opinnäytetyötä, yhteistyönä opiskelijan ja Pihlatak Oy:n välillä. Facebook-postausten sisältö suunniteltiin osittain etukäteen laatimalla toimintasuunnitelma postausten jakamiselle. Sisällön julkaisemisessa yrityksen Facebook-sivulla vastuu oli opiskelijalla. Pihlatak Oy:n Facebook-sivulla jaettiin järjestelmällisesti monipuolista sisältöä kolmena päivänä viikossa.

Kolmen kuukauden tutkimusjakso osoitti, että asiakassuhteiden ylläpidossa Facebookissa yrityksen pitäisi keskittyä erityisesti asiakkaille hyödyllisen sisällön jakamiseen, kommunikointiin asiakkaiden kanssa sekä heidän palkitsemiseensa kilpailuilla. Näiden lisäksi yrityksen olisi tärkeää kommentoida kaikkiin asiakkaiden viesteihin, olla aito sekä viihdyttävä.

Tutkimustulokset osoittivat myös, että asiakkaita parhaiten sitottava julkaisu jaettiin päiväsaikaan, asiakkaiden ollessa aktiivisia kanavalla. Visuaalisen sisällön lisäksi erinomainen keino asiakkaiden sitouttamisessa oli kilpailujen ja tarjousten julkaiseminen. Osa kampanjan aikana jaetuista postauksista herätti asiakkaiden mielenkiinnon välittömästi ja sai heidät ottamaan yhteyttä yritykseen. Tutkimuksen perusteella onkin perusteltua, että asiakassuhteiden ylläpito Facebookissa on järkevää yrittäjälle, sillä Facebook tarjoaa pienyritykselle erinomaisen alustan olla yhteydessä asiakkaisiin ja asiakkuuksien vahvistamiseen.

### Sosiaalisesta mediasta yrittäjän asiakastyön uusi normaali?

Koronaviruspandemian vuoksi tulevaisuuden näkymät ovat monessa yrityksessä heikot. Asiakaskato on ajanut useat yritykset kiulon partaalle, jonka vuoksi heidän onkin otettava toimintansa jatkamisen tueksi käyttöön kaikki keinot, joista yksi on sosiaalisen median hyödyntäminen osana liiketoimintaa. Sosiaalisen median käyttö on uskottoman edullista ottaen huomioon, kuinka paljon apua siitä voi yritystoiminnassa olla.

Pihlatak Oy on onnistunut tavoittamaan ja sitouttamaan asiakkaansa juuri Facebookin avulla jakamalla kanavalla mielenkiintoista sisältöä säännöllisesti. Yrityksen toimitusjohtajan **Petri Pihlavan** mukaan Facebook tukee yrityksen toimintoja hyvin, sillä yritys on onnistunut laajentamaan asiakaskuntaa oman toiminta-alueensa ulkopuolelle kanavan aktiivisella käytöllä sekä siellä mainostamalla.

Alkuvuonna toteutetun Facebook-kampanjan jälkeen yritys on jatkanut kanavan aktiivista käyttöä, ja yhteydenotot sekä kaupankäynti oman toiminta-alueen ulkopuolella ovatkin kasvaneet tämän vuoden aikana jopa 20 %. Julkaisujen mainostaminen Facebookissa on vaivatonta, ja pienellä rahallisella investoinnilla postausten tavoitettavuutta on helppo kasvattaa.

– On kuitenkin tärkeää muistaa, että kanavan käyttö vaatii paljon aikaa sekä suunnitelmallisuutta ja siinä pysymistä, jotta Facebookin käytöllä saavutetaan parhain mahdollinen tulos, toteaa Petri Pihlava.

Sosiaalisen median hyödyntäminen osana yritysten liiketoimintaa on hyvin suositeltavaa, ei ainoastaan nyt koronapandemian aikana vaan myös tulevaisuudessa. Vaikka somen käyttö vaatiikin runsaasti aikaa ja järjestelmällisyyttä, on siitä saatava hyöty kiistaton erityisesti asiakassuhteiden ylläpitämisessä ja kehittämisessä.

Päivi Pihlavan opinnäytetyö **Maintaining customer relationships on Facebook: case Pihlatak Oy** on luettavissa Theseuksessa <https://www.theseus.fi/handle/10024/341964>

### Lähteet

Watson, A. 2020. Media consumption increase due to the coronavirus worldwide 2020, by country. Viitattu 11.6.2020.

Statista Research Department 2020. Share of Facebook users in Finland 2019, by frequency. Viitattu 11.6.2020.

Clement, J. 2020. Number of Facebook users worldwide 2008-2020. Viitattu 11.6.2020.

22.06.2020

