



Matkalla digisuunnittelijaksi

Susanna Masalin

2023 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Matkalla digisuunnittelijaksi

Susanna Masalin
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2023

Susanna Masalin

Matkalla digisuunnittelijaksi

Vuosi 2023 Sivumäärä 49

Opinnäytetyössä tarkastellaan digisuunnittelijan työtehtäviä, roolissa tarvittavia taitoja ja ominaisuuksia mediatoimistossa työskennellessä. Tavoitteena on kehittää digisuunnittelijan osaamista liittyen digisuunnitteluun, asiakastyöhön ja päivittäisiin työtehtäviin liittyen. Henkilökohtaisten taitojen, kuten luottamuksen kasvattaminen omaan osaamiseen sekä oman työn organisointitaidot ovat keskeisessä roolissa opinnäytetyön tekemisen taustalla. Päiväkirjamuotoisena toteutettu opinnäytetyö koostuu nykytilan analyysistä, kymmenen viikon raportointijaksosta ja yhteenvedosta. Raportointijakso sisältää viikkoanalyysit, jotka muodostuvat työpäivien aikana esille nousseista teemoista. Opinnäytetyössä käsiteltäviä aiheita ovat esimerkiksi digitaalinen markkinointi, toimintaprosessit ja niiden kehittäminen, hybridityö, viestintätaidot ja oman työn organisointi. Yhteenvedossa käsitellään opinnäytetyöprosessin aikana tapahtunutta kehittymistä digisuunnittelijan roolissa suhteessa asetettuihin tavoitteisiin.

Päiväkirjamuotoinen opinnäytetyö mahdollisti uran alussa olevalle digisuunnittelijalle työtehtävien ja vaadittavien taitojen hahmottamisen, analysoinnin ja kehittämisen. Digisuunnittelijan päivittäisten työtehtävien tekemisestä tuli sujuvampaa ja digitaalisen markkinoinnin osa-alueiden tuntemus parantui opinnäytetyön teon aikana. Asiakastyöhön liittyvät taidot kehittyi sekä luottamus omaan osaamiseen kasvoi. Opinnäytetyö mahdollistaa toimeksiantajalle digisuunnittelijan työnkuvan kehittämisen ja uuden työntekijän auttamisen tarvittavan osaamisen hankkimisessa.

Laurea University of Applied Sciences

Abstract

Bachelor's Degree Programme in Business Management

Bachelor of Business Administration (BBA)

Susanna Masalin

On the Way to Becoming a Digital Planner

Year

2023

Pages

49

The purpose of this Bachelor's thesis was to examine the duties of a digital planner and the qualities needed for the role in a media agency. The goal was to develop skills related to digital planning and collaboration with clients. Improvement of personal skills such as confidence in one's own competence and the ability to organize one's own work played a significant role in the background of this thesis. The thesis was written in the form of a professional diary, which consists of an analysis of the current situation, a ten-week reporting period and a summary. The reporting periods included weekly analyses of themes that emerged during the working days. The theoretical framework includes, for example, digital marketing, operating processes and their development and organization of one's own work. Development in skill set in relation to the set goals is brought out in the summary.

The thesis made it possible for a digital planner at the beginning of their career to outline, analyze and develop the tasks and required skills. The skill set for collaborating with clients needed in the work of a digital planner and confidence in one's own competence improved during the thesis work. Daily tasks became more fluent and knowledge of digital marketing increased. The thesis provided the employer with an opportunity to advance the job description of a digital planner and help the new employee acquire the necessary skills.

Keywords: digital planner, digital marketing, media agency

Sisällys

1	Johdanto.....	7
2	Nykytilanne.....	8
2.1	Sidosryhmät	8
2.2	Tavoitteet	10
3	Ensimmäinen viikko	10
3.1	Päivittäinen raportointi	11
3.2	Viikkoanalyysi.....	14
4	Toinen viikko.....	15
4.1	Päivittäinen raportointi	15
4.2	Viikkoanalyysi.....	18
5	Kolmas viikko	20
5.1	Päivittäinen raportointi	21
5.2	Viikkoanalyysi.....	23
6	Neljäs viikko	24
6.1	Päivittäinen raportointi	24
6.2	Viikkoanalyysi.....	26
7	Viides viikko.....	28
7.1	Päivittäinen raportointi	28
7.2	Viikkoyhteenveto.....	28
8	Kuudes viikko	28
8.1	Päivittäinen raportointi	28
8.2	Viikkoanalyysi.....	31
9	Seitsemäs viikko	31
9.1	Päivittäinen raportointi	32
9.2	Viikkoanalyysi.....	34
10	Kahdeksas viikko.....	35
10.1	Päivittäinen raportointi	35
10.2	Viikkoanalyysi.....	37
11	Yhdeksäs viikko	39
11.1	Päivittäinen raportointi	39
11.2	Viikkoyhteenveto.....	42
12	Kymmenes viikko	42
12.1	Päivittäinen raportointi	42
12.2	Viikkoanalyysi.....	44
13	Yhteenveto ja pohdinta	45
	Lähteet.....	47

Kuviot	49
Taulukot	49

1 Johdanto

Siirtyminen uudelle työuralle eri toimialalle nostaa esiin urasuunnitteluun ja ammattiosaamisen kehittämiseen liittyviä teemoja yhdessä yleisten työelämään liittyvien aihealueiden kanssa. Perusteet päiväkirjamuotoisen opinnäytetyön tekemiseen löytyy seurantajakson aikana tapahtuvasta muutoksesta työtehtävissä sekä työsuhteen vakinaistamisesta. Opinnäytetyön tavoitteena on digitaaliseen markkinointiin liittyvän osaamisen lisääminen ja työskentelytaitojen kehittäminen. Päiväkirjamuotoisen opinnäytetyön seurantajakso suoritettiin 21.11.2022-27.1.2023 välisenä aikana. Työskentely suoritettiin seurantajakson ajan mediatoimistossa ja työnantaja toimii opinnäytetyön toimeksiantajana. Toimeksiantaja toimiva yritys on yhtiömuodoltaan osakeyhtiö ja sen kotipaikka on Helsinki. Yrityksen palveluksessa on runsaat 70 henkilöä. Yritys on osa kansainvälistä konsernia ja Suomessa yritys koostuu kahdesta mediatoimistosta sekä neljästä muusta yksiköstä.

Mediatoimistossa ja digitaalisessa markkinoinnissa esiintyviä termejä ja käsitteitä on paljon. Useasti esiintyviä käsitteitä tässä opinnäytetyössä ovat asiakkuus, kustannuslaskelma, määrään, tekniset, trafikointi, spesialisti, asiakkuusjohtaja ja -päällikkö. Asiakkuudella tarkoitetaan mediatoimiston asiakkaana toimivaa yritystä, jonka mediaostamisesta mediatoimisto huolehtii. Kustannuslaskelmalla tarkoitetaan asiakkaalle toimitettavaa mediasuunnitelmaan pohjautuvaan Excel-dokumenttia, joka pitää sisällään tarkemman aikataulun, budjettijaon sekä kuvauksen kampanjasta. Vahvistamalla kustannuslaskelman asiakas hyväksyy kampanjan ja antaa luvan laskutukselle ja toteutukselle. Mediaostoja laskutettaessa tehdään määrään, joka voidaan toimittaa mediallyle vahvistukseksi sovitusta mainoskampanjasta. Tekniset-tiedostolla tarkoitetaan dokumenttia, johon on koottu kampanjan aineistoja koskevat tekniset ohjeet. Trafikoinnilla tarkoitetaan kampanjan rakentamista kampanjoinnissa käytettävän median ostokanavaan. Spesialistilla tarkoitetaan työntekijää, joka on erikoistunut sosiaalisen median tai ohjelmallisen ostamisen alustoilla tapahtuvaan mainonnan ostamiseen, optimointiin ja hallintaan. Asiakkuusjohtaja ja -päällikkö hoitavat suhteita asiakasyritykseen ja huolehtivat viime kädessä kaikesta asiakkuuteen liittyvistä asioista. Lisää käsitteitä esitellään opinnäytetyön päiväkirjaraportoinnin viikkoanalyysissä.

2 Nykytilanne

Opinnäytetyötä aloittaessa työskentelyä mediatoimiston digitiimissä Digital Traineen toimenkuvassa on takana puoli vuotta. Digital Traineen roolissa opettelin kokonaisvaltaisesti digitaaliseen markkinointiin liittyviä asioita, kuten mainosformaatteja, alan termistöä sekä mediatoimiston toimintaprosesseja. Traineen ja tulevan Digital Plannerin tehtävässä työskennellessä on salassapitovelvollisuus. Työssä ollaan tekemisissä työnantajayrityksen sekä asiakasyrityksien liiketoimintaan liittyvien salassa pidettävien tietojen kanssa. Uudessa roolissa Digital Plannerina jatkan työskentelyä osana mediatoimiston kuuden hengen digitiimiä. Digitiimin esihenkilönä toimii Head of Digital Strategy ja muut tiiminjäsenet ovat Digital Strategeja eli digistrategoja tai eri tasoisia Digital Plannereita eli digisuunnittelijoita. Digisuunnittelija toimii yhteistyössä asiakkaan, asiakkuusjohtajan, digistrategin ja specialistien kanssa. Vastuu asiakkaan toiveiden ja tavoitteiden mukaisesta kampanjasta sekä sen toteuttamisesta suunnitellusti on pääsääntöisesti digistrategilla tai -suunnittelijalla.

Päivittäin käytettäviä työvälineitä ovat puhelin, sähköposti ja Microsoft 365-ohjelmistot. Lähes kaikki viestintä tapahtuu näiden kanavien kautta. Ohjelmistoja hyödynnetään projektinhallinnassa ja markkinointikampanjoiden toteuttamisessa tarvittavien dokumenttien tuottamiseen. Työajankirjauksiin ja laskutukseen on käytössä oma ohjelmistonsa. Työskentelykieliä ovat pääasiassa suomi ja englanti. Osa asiakkuuksista on kansainvälisiä, joten niissä kommunikointi tapahtuu englannin kielellä ja niitä varten tuotetaan englanninkielisiä dokumentteja.

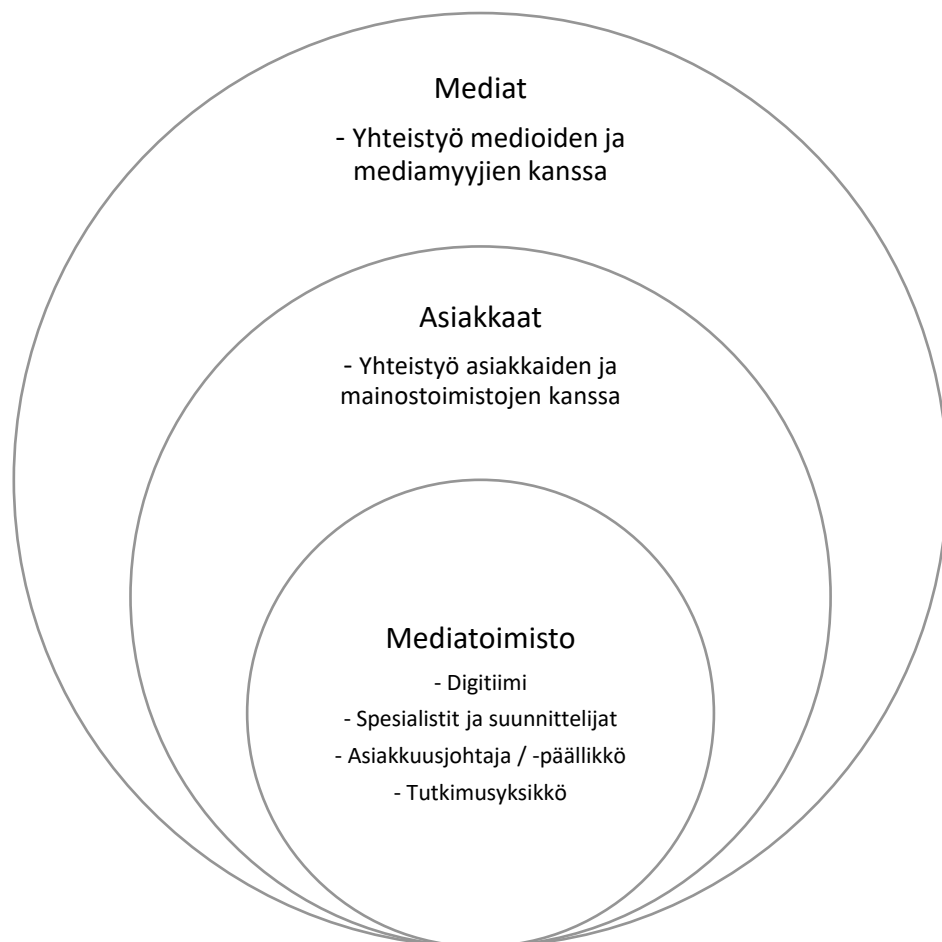
Tunnen jo jonkin verran digitaalisia kanavia ja digitaalisen markkinoinnin termejä sekä ostotapoja. Olen oppinut erilaisista tavoista ostaa mainostilaa ja saanut tietoa siitä, millaisia markkinointikampanjoita voidaan toteuttaa digitaalisissa kanavissa. Tiedän millaisia työtehtäviä ja vaiheita mainoskampanjoiden toteuttamiseen liittyy. Osaan tuottaa kustannuslaskelmia ja laskuttaa kampanjan, tehdä kampanja-aineistoja varten tekniset dokumentin ja tarkistaa toimitetut aineistot. Olen oppinut ohjeistamaan kampanjoiden toteuttamisen spesialisteille. Olen toiminut osana niin pienien kuin isojen asiakkuuksien tiimejä ja päässyt näkemään siten erilaisia mainosbudjetteja sekä toimintatapoja.

2.1 Sidosryhmät

Yhteistyötä tehdään läheisesti muiden yhtiön yksiköiden kanssa, sillä kaikille mediatoimiston asiakkuuksille kootaan yrityksen eri tiimien jäsenistä asiakkuustiimit. Tiimit koostuvat useimmiten asiakkuusjohtajasta, strategeista, suunnittelijoista ja spesialisteista. Yrityksessä on oma yksikkö, jonka tiimi vastaa sosiaalisen median sekä hakumainonnankampanjoiden toteuttamisesta. Toinen yksikkö vastaa kaikesta ohjelmallisesti ostetusta mainonnasta. Erilaisia digitaalisia display- ja videokampanjoita voidaan ostaa automatisoidusti erilaisten markkinapaikojen kautta, ja tällöin puhutaan ohjelmallisesta ostamisesta (Tuominen 2021).

Näiden molempien tiimien jäsenien kanssa tehdään yhteistyötä päivittäin. Tutkimuksia toteuttavan yksikön kanssa tehdään yhteistyötä muun muassa kampanjamittauksiin liittyen. Mainostoimisto yksikkö tuottaa mainosmateriaaleja osalle asiakasyrityksistä ja ovat siten mukana samoissa asiakkuuksissa kuin digitiimin jäsenet. Heidän kanssaan kommunikoidaan kampanjojen tavoitteiden mukaisista luovista ratkaisuista. Ainoastaan toisen mediatoimistotiimin kanssa ei tehdä yhteistyötä.

Yhtiön sisäisten toimijoiden lisäksi yhteistyötä tehdään asiakasyritysten markkinointitiimien ja mainostoimistojen kanssa. Riippuen asiakkuudesta yhteydenpitoa saattaa olla hyvinkin tiiviisti, esimerkiksi useita kertoja viikossa. Digital Traineen roolissa suora yhteydenpito asiakaisiin oli hyvin rajallista. Viestintä keskittyi pääasiassa yksittäisiin kokouksiin tai sähköpostiviesteihin aineistoihin ja dokumentteihin liittyen. Uudessa roolissa Digital Plannerina suora yhteydenpito asiakkaiden kanssa tulee todennäköisesti lisääntymään. Kuviossa yksi kuvataan Digital Plannerin työtehtävän tärkeimpiä sidosryhmiä.



Kuvio 1: Digital Plannerin tärkeimmät sidosryhmät

Työelämäyhteyksiä on eri medioiden suuntaan sekä eri markkinoinnin asiantuntijoihin. Yrityksessä vietetään jokaisen kuukauden viimeisellä viikolla mediapäivää. Mediapäivänä eri medioiden edustajat käyvät esittelemässä omaa yritystään ja kertomassa minkälaisia markkinointivaihtoehtoja heillä on tarjota. Mediapäivinä pääsee tutustumaan digitaalisen markkinoinnin lisäksi offline-markkinoinnin eli esimerkiksi ulkomainonnan, TV:n ja radioiden edustajiin.

Yrityksen sisällä on mahdollisuus tutustua kymmeniin markkinoinnin ammattilaisiin ja päästä oppimaan heiltä työn lomassa. Työyhteisö koostuu eri ikäisistä ja erilaisen urapolun kulkevista ihmisistä. Yhteistyötä tehdään useamman suomalaisen ja kansainvälisen yrityksen markkinointitiimin jäsenen kanssa. Vuorovaikutus ja viestintätaidot ovat olennaisessa roolissa jokapäiväisessä tekemisessä.

2.2 Tavoitteet

Tavoitteeni seurantajaksolle on oppia digisuunnittelua ja päästä suunnittelemaan yksittäinen kampanja alusta loppuun. Haluan oppia enemmän asiakastyöstä ja saada ensimmäiset omat asiakkuudet hoidettavaksi. Tavoitteena on sujuvoittaa harjoittelun aikana opittujen työtehtävien, kuten kustannuslaskelmien tekoa, trafikoinnin ohjeistamista sekä raportointia. Raportoinnin oppiminen pitää sisällään analysoinnin ja ammattisanaston oppimista. Kokonaisuudessaan tavoitteena on saada lisää osaamista ja ymmärrystä liittyen digitaaliseen markkinointiin ja sen suunnitteluun.

Digisuunnittelun lisäksi tavoitteena seurantajaksolle on saada luottamusta omaan osaamiseen. Omat työskentelytaidot, oman työn aikataulutus ja organisointi ovat asioita, joissa haluan kehittyä. Tavoite on löytää oma rooli asiakkuuksissa ja osana työyhteisöä. Työtehtävän vakinaistumisen myötä tavoite on selkeyttää omia tavoitteita tulevaisuuden työuraa ajatellen.

3 Ensimmäinen viikko

Päiväkirjamuotoisen opinnäytetyön seurantajakso suoritettiin 21.11.2022-27.1.2023 välisenä aikana mediatoimistossa. Jokaisen viikon osalta käsitellään ensin viikkosuunnitelma ja sen jälkeen päiväkirjamuotoinen raportointi, johon on kirjattu työpäivän tapahtumat ja siihen sisältyneitä työtehtäviä. Viikkoanalyseissa kootaan yhteen viikon tapahtumat ja opit käyttäen apuna tarpeellista tietoperustaa.

Tietoperusta muodostuu kunkin viikon kohdalla työpäivien aikana esille tulleista aiheista ja teemoista. Näitä ovat muun muassa toimintaprosessit ja niiden kehittäminen, työyhteisö ja yhteishenki, työvälitteet ja työn organisointi, sisäinen viestintä ja asiakaskommunikaatio, hybridityö, kehittyminen sekä tavoitteiden asettaminen. Toistuvana teemana läpi koko seurantajakson ajan on digisuunnittelu ja digitaalinen markkinointi.

Viimeinen viikko Digital Traineen roolissa ja keskiviikkona on tiedossa siirtyminen vakituiseksi työntekijäksi uuteen rooliin Digital Planneriksi. Yhtenä viikon tavoitteena on työstää ohjeistusta määräimiin liittyen yhteistyössä talouden kanssa. Tarkoituksena on saada oppia sekä ymmärrystä määräimiin ja laskutuskäytäntöihin liittyviin toimintatapoihin. Haluaisin tulevalla viikolla edistää omaa tekemistäni järjestelmällisemmäksi. Työtehtävien hoitaminen yksi kerrallaan, ilman ylimääräisiä keskeytyksiä auttaisi keskittymään ja sujuvoittaisi työpäivän kulua. Viime viikkoina työskentely on tuntunut katkonaiselle ja keskittyminen on ollut haastavaa.

3.1 Päivittäinen raportointi

Tavanomaiseen tapaan viikko alkoi digitiimin yhteisellä viikkopalaverilla. Palaverissa vaihdettiin viikonlopun kuulumiset ja käytiin läpi kunkin asiakkuuden tilanne. Viikkopalaverin jälkeen kävimme digistrategin kanssa lyhyesti läpi edellisviikon raportointipalaverin, jonka hän oli pitänyt asiakkaan kanssa. En itse osallistunut tällä hetkellä raportointipalaveriin, mutta on mielenkiintoista kuulla, miten asiakas on suhtautunut kampanjan tuloksiin.

Maanantaisin pidetään yhteinen viikkopalaveri asiakkaan kanssa. Palaverissa käytiin läpi totuttuun tapaan alkavan ja seuraavan viikon tekemistä. Tänään sain palaverissa vahvistuksen sille, että oma tekemiseni asiakkuudessa tulee selkeästi vähemmän kohti vuodenvaihdetta. Tämä johtuu siitä, että mainontaa aletaan jatkossa ostaa aiempaa enemmän ohjelmallisesti. Aikaisemmin ostoja tehtiin enemmän suoraan eli asioimalla suoraan mediamyyjän kanssa, joka oli minun työtehtäviäni. Myöhemmin työpäivän aikana sain medialta kyseisen asiakkaan päättäneen natiivimainonnan tulokset. Digistrategi hoitaa raportoinnin asiakkaan suuntaan, mutta luin tulokset läpi ja tallensin tiedoston asiakaskansioon.

Joka maanantai koostan edellisen viikon jatkuvan mainonnan tulokset asiakkaan omaan Excel-raportointipohjaan. Alkuvuokosta digistrategi toimittaa täytetyn raportin saatesanojen kera asiakkaalle. Tarkistin toisen asiakkuuden tulevan kampanjan materiaalit ja viestin mainostoitumisen kanssa. Pyysin asiassa neuvoja kyseisen asiakkuuden digisuunnittelijalta. Koen materiaalien tarkistamisen ajoittain hankalaksi ja olen todennut, että on parempi tarkistaa materiaalit kunnolla. Ilman tarkistusta on mahdollista, että tarvittavaa materiaalia puuttuu tai se on vääränlaista hyödynnettäväksi suunnitelman mukaisesti.

Ohjeistin kampanjan sosiaalisen median ja ohjelmallisen ostamisen spesialisteille. Ohjeistuksessa käyttämiäni työvälineitä olivat Microsoft Planner ja Excel-tiedosto. Microsoft Planner-sovelluksen avulla voidaan luoda suunnitelmia, määrittää tehtäviä, jakaa tiedostoja ja käydä keskustelua muiden kanssa (Microsoft 2023). Päivän päätteeksi välitin sosiaalisen median julkaisun sponsorointi pyynnön asiakkuuden sosiaalisen median specialistille. Asiakas pyytää nostamaan sosiaalisen median orgaanisia julkaisuja mainontaan muutamia kertoja kuukaudessa.

Tiistaina työskentelin poikkeuksellisesti etänä kotona, joten aloitin työpäivän hieman tavanomaista aikaisemmin. Ehdin työskennellä muutaman tunnin trafikoinnin ohjeistuksien parissa, kunnes keskeytin työpäivän ja lähdin käymään koululla Onnistuneelle työuralle-luennolla. Ilta-päivällä osallistuin asiakkuuden sisäiseen palaveriin, jossa käytiin lyhyesti läpi loppuvuoden kampanjat. Palaverin jälkeen viestittelin sosiaalisen median spesialistin kanssa tulevasta kampanjasta. Antamani ohjeistus oli herättänyt muutamia kysymyksiä kohderyhmään ja mainonnan toistotasoon liittyen. Keskustelin spesialistin kysymyksistä digistrategin kanssa vastauksien saamiseksi ja toimitin asiakkaalle ennakkoon kuvakaappaukset tulevista mainoksista.

Täytin päivän aikana itsearvioinnin tulevaa kehityskeskustelua varten. Jokaisen työntekijän tulee tehdä itsearviointi, jonka jälkeen käydään kehityskeskustelu oman esihenkilön kanssa. Koin haastavaksi arvioida omia saavutuksia, vahvuuksia ja kehittämiskohteita. Sain päivän päättyessä viestiä asiakkaalta eiliseen sosiaalisen median sponsorointiin liittyen, ja samalla muistin, etten ollut varmistanut spesialistilta asian statusta päivän aikana. Myöhäisen ajan kohdan takia en saanut enää vastausta spesialistilta, joten päätin lykätä omaa vastaustani asiakkaalle seuraavaan päivään. Merkitsin itselleni muistiin, että hoidan asian heti aamulla.

Aikatauluihin liittyvät asiat ovat mielestäni yksi haastava asia työnkuvassa. Asiakkailta tulee viestejä ja pyyntöjä enemmän tai vähemmän päivittäin. Mikä on sopiva reagointiaika? Pitääkö vastata, jos viesti tulee kello 16 jälkeen? Onko päivän tai kahden vastausviive liikaa? Pidän asian mielessä, kun keskustelen tiimiläisten ja asiakkuuspäälliköiden kanssa seuraavan kerran.

Keskiviikkona työskentelin jälleen toimistolla. Omasta tiimistäni paikalla oli lisäksi vain yksi. Heti yhdeksältä oli palaveri, jossa keskustelimme, määräimen muokkaamisesta laskutuksen jälkeen. Tarve ohjeistukselle nousi esille edeltävinä viikkoina. Taluspäällikkömme ehdotti kysyessäni ohjeistusta, että digisuunnittelijat voisivat yhteistyössä taloustiimin kanssa laatia yleisen ohjeistuksen. Kanssani palaveriin osallistui kaksi muuta digisuunnittelijaa ja taluspäällikkö sekä laskutuksia hoitava työntekijä. Saimme hyvää keskustelua aikaiseksi siitä, miten aikaisemmin on toimittu ja mikä olisi helpoin tapa toimia. Palaverissa heräsi uusia kysymyksiä, joihin päätettiin etsiä vastaukset. Toimin palaverin sihteerinä ja koostin ohjeistusta palaverin aikana. Ehdin työstää ohjetta palaverin jälkeen, mutta se vaatii viimeistelyä, tarkistusta sekä muiden kommentteja. Kävin lounaalla muiden toimistolla olleiden kanssa ja keskustelimme yhdessä ohjeistuksista eri työtehtäviin liittyen. Sain kuulla, että toisessa tiimissä olisi olemassa kirjallisia ohjeita tiettyihin työvaiheisiin. Päätin kysyä esihenkilöltä asiasta ja sitä, että saisinko ohjeet käyttööni.

Päivän aikana tein loppuun ison joulukampanjan laskutuksen. Sen jälkeen ohjeistin ohjelmallisen ostamisen spesialistille materiaalit ja muutokset asiakkaalta tulleen ohjeistuksen perusteella. Keskustelin muutoksista asiakkuuden digistrategin kanssa ja keskustelun pohjalta laitoin asiakkaalle tarkentavia kysymyksiä kampanjaan liittyen. Kävi ilmi materiaalien kanssa

tekemäni virhe. Olin toimittanut kampanjaan virheellisen videomateriaalin, jota ei olisi kukaan käyttänyt. En pidä virheiden tekemisestä, mutta pyrin ottamaan niistä opiksi. Tarkistin päivän lopuksi tulevaan kampanjaan liittyviä materiaaleja. Asiakkaalta tuli muutamia kysymyksiä sähköpostitse ja vastauksien saamiseksi välitin ne eteenpäin spesialisteille. Laitoin itselleni muistiin, että vastaan loppuviikon aikana asiakkaalle.

Torstaina teemaksi muodostui jälleen laskutukset ja määräimet. Selvitin muutamaa muokauksista vaativaa määräintä ja viestin talouden kanssa laskutuksiin liittyen. Laskutin ja ohjeistin specialistille muutaman sosiaalisen median kampanjan. Pidimme viikoittaisen kahdenkeskisen palaverin esihenkilöni kanssa. Edellisellä viikolla emme pitäneet palaveria sairastapauksen vuoksi. Keskustelimme työtilanteesta ja sain hyvää palautetta siitä, kun otin asiaksi edistää määräimiin liittyvän ohjeistuksen laatimista. Sain myöhemmin päivän aikana toisen tiimin jäseneltä kyselyn määräimiin liittyen ja lupasin hänelle selvittää toisenkin ohjeistuksen laatimista. Laitoin asiasta viestiä esihenkilölleni ja jäin odottamaan vastausta.

Tänään oli toinen päiväni Digital Plannerina ja pidimme tiimini jäsenen kanssa asiakkuuden siirto palaverin. Ensimmäinen oma asiakkuuteni on autoalan toimija. Jännittynein tuntein lähdän toimimaan asiakkuuden parissa, mutta uskon asioiden järjestyvän. Olen tyytyväinen siihen, ettei kyseessä ole mikään iso ja monimutkainen asiakkuus, vaan perustekeminen on hyvin yksinkertaista. Koen, että tästä asiakkuudesta on hyvä aloittaa. Toimistolla oli jälleen hyvin rauhallista. Lounastauolla keskustelimme aiheesta ja pohdimme, että olisi hyvä nostattaa tiimihenkeä ja tehdä jotain yhdessä. Corona-aika toi mukanaan etätyöskentelyn ja itsekin näen arvokkaana, että jokainen saa valita missä työskentelee. On kuitenkin väistämätöntä, että tiimihenkeä ei samalla tavalla pääse syntymään, jos ainut kommunikaatio tapahtuu etänä chat-viesteillä ja työtä tehdään hyvin itsenäisesti. Päivän päätteeksi pakkasin työkoneen matkaan, sillä taidan itsekin työskennellä perjantaina kotoa käsin ja säästää työmatkoissa pari tuntia.

Perjantaina työskentelin kotoa käsin. Aamulla päivää aloittaessa oli mielessäni selkeä suunnitelma. Tarkoitukseni oli hoitaa asioita yksi kerrallaan valmiiksi. Tein muutamia määräimiin liittyviä työtehtäviä ja viestittelin talouden suuntaan. Aamupäivällä osallistuin asiakkuuden sisäiseen kuukausipalaveriin. Minulla ei ole juuri sanottavaa palavereissa, mutta on mukava päästä osallistumaan ja kuulemaan mitä sanottavaa muilla on. Ensi viikolla asiakkaat ovat tulossa toimistolle, joten palaverissa keskusteltiin muun muassa tapaamiseen valmistautumisesta. Sain pikaisen palaveripyynnön taloustiimin jäseniltä ja pidimme tunnin palaverin yhden kampanjan laskujen kohdistukseen liittyen. En tiedä kaikkia käytäntöjä ja laskutuksiin liittyvät asiat ovat minulle uusia. Tästä syystä asioiden selvittely tuntuu hetkittäin hyvin raskaalta. Sain onneksi specialistilta apua, ja selvisi, että saamamme lasku on virheellinen. Ilmoitin asiasta taloustiimille, toivoen asian ratkeavan kaikkien osapuolien osalta sujuvasti. Viikoittain toistuvia työtehtäviä oli erään asiakkaan jatkuvan näkyvyyden materiaalien ohjeistaminen

ohjelmallisen spesialistille. Tänäpä materiaalien toimituksessa oli viivettä, joka vaikutti päivän muiden tehtävien aikataulutukseen.

Olen hiljattain alkanut avustaa tiimiläistäni eräässä asiakkuudessa. Olen valmistellut raportointipohjia, tarkistanut ja toimittanut materiaaleja sekä ohjeistanut kampanjoita spesialisteille. Päävastuussa oleva tiimini jäsen oli tehnyt uuden raporttipohjan, jota alamme jatkossa hyödyntämään. Kävimme keskustelua keskinäisestä työnjaosta ja siitä, miten kehitämme yhteistyötä. Sovimme, että käymme raportointia läpi yhdessä ja otan vastuulleni niiden tarkastamisen ja viimeistelyn ennen toimitusta asiakkaalle. Koen raportoinnin haastavaksi. Tuntuu etten vielä ymmärrä riittävästi, jotta pystyisin perustelevaan ja analysoimaan kampanjan tuloksia. Pidimme toisen digitiimin jäsenen kanssa Teams-palaverin iltapäivästä, jotta saimme vastattua asiakkaan viestiin, kuten keskiviikkona olin jo suunnitellut. Kyselin päivän aikana neuvoja muilta tiimin jäseniltä ja spesialisteilta liittyen YouTube-mainontaan. Hetkittäin tuntuu, että haltuun otettavia asioita on niin paljon, että mitähän tästä oikein tulee.

3.2 Viikkoanalyysi

Ensimmäinen seurantaviikko tuntui rikkonaiselle. Työskentelin muutaman päivän etänä, mitä en ole juurikaan tehnyt harjoittelujakson aikana. En tavannut tiimini jäseniä toimistolla tällä viikolla yhtä lukuun ottamatta. Tämä herätteli pohtimaan sitä, miten voisimme tiivistää yhteistyön tuntua, vaikka jokainen työskentelee eri paikassa ja omien asiakkuuksien parissa.

Tiimiytymisen tueksi tarvitaan enemmän toimenpiteitä, kun tiimi työskentelee etäällä toisistaan. Etätöissä spontaania kommunikointia on hankalampi toteuttaa kuin toimistolla. Tiimitoiminnan syventymisen tärkeä osa on vapaamuotoinen päivittäinen vuorovaikutus ja etätöskentelyssä on löydettävä uusia keinoja epämuodollisten kohtaamisten järjestämiseksi. Tällaisia keinoja voivat olla esimerkiksi vapaamuotoinen keskustelu yhteisen tapaamisen yhteydessä, lounas- ja kahvihetket sekä erilaiset tiimiharjoitukset. (Eklund, Jääskeläinen, Salminen & Lindholm 2021, 57-65.) Olisi hyvä herätellä keskustelua tiimin yhteisistä hetkistä ja niiden merkityksestä koko tiimille. Kävin viikolla koululla, jossa näin ryhmäläisiä ja kuulin hieman mitä muille kuuluu ja missä vaiheessa heidän opintonsa ovat. Sain hyvää lisäkipinää opinnäytetyön tekemiseen ja opintojen loppuun suorittamiseen. Koen muiden ihmisten tapaamisen tärkeäksi ja saan heistä energiaa.

Viikon aikana syntyi pohdintaa oman työn aikataulutuksesta ja siitä mikä on sopiva vastausaika sähköposteihin. Kihalammen (2023, 61) mukaan Yli-Kaitala (2023) on todennut, että koulutusta sähköpostin käytön sääntöihin tarvitaan, sillä epäselvyyttä on monesti siinä, kuinka nopeasti sähköposteihin kuuluisi vastata. Tärkeää on määritellä, millaisia vastausaikoja noudatetaan, kun kyseessä on kiireellinen tai ei-kiireellinen viesti (Eklund ym. 2021, 62-63). Sääntöjen avulla voidaan turvata jokaiselle sellaista työaika, jolloin viesteihin ei tarvitse reagoida ja näin voidaan estää kaottinen työpäiväkokemus (Yli-Kaitala 2023, Kihalammen

2023, 61 mukaan). Aikaisemmin sähköpostin käyttö ei ole ollut työurallani yhtä merkittävässä roolissa, kuin nykyisessä tehtävässä. Täytyy jatkaa opettelua, keskustella muiden kanssa sekä löytää itselle toimiva tapa toimia.

Päällimmäisiksi opeiksi tältä viikolta jäi laskutuksiin ja määräimiin liittyvät asiat. Koen hyödylliseksi selkeät ohjeet silloin, kun sellaisia voi olla olemassa ja mielellään edistän niiden laatimista. Työterveyslaitoksen Työpiste-verkkolehti artikkeliin kootut neuvot ohjeiden laajalle ovat mielestäni oiva apuväline, kun työstän tällä viikolla aloitettua ohjeistusta eteenpäin. Neuvojen mukaan ohjeet kannattaa tallentaa yhteen paikkaan, niillä tulee olla selkeä rakenne ja asiat tulee esittää riittävällä tarkkuudella. Ohjetta tulee testata käytännössä ja sitä tulee päivittää, lisäksi ohjeen tulee olla helppokäyttöinen. Esihenkilön tulee auttaa olennaisien ohjeiden löytämisessä ja ohjeet tulee käydä yhdessä läpi. (Sarkkinen 2021.) Haluan keskustella tulevana viikkoina roolistani eri asiakkuuksista ja saada selkeän kuvan mitkä työtehtävät kuuluvat kenenkin vastuulle ja miten yhteistyötä toteutetaan.

4 Toinen viikko

Keskiviikkona on toimistomme mediapäivä, joten silloin on luvassa medioiden esittelyitä. Viikon tuleviin työtehtäviin kuuluu ainakin kampanjoiden trafikoinnin ohjeistuksia ja raportointipohjien työstämistä. Loppuviikosta on tiedossa asiakaspalaveri toimistolla, mikäli muutoksia ei tule. Kyseessä on ensimmäinen asiakaspalaveri, johon osallistun. Tulen varmasti oppimaan tulevan viikon aikana paljon siitä, miten yhteistyötä asiakkaiden kanssa toteutetaan ja ylläpidetään.

4.1 Päivittäinen raportointi

Tämän viikon aloitus poikkesi tavanomaisesta, sillä tiimin kiireiden vuoksi digitiimin viikkopalaveri oli siirretty tiistaiaamulle. Aamun työrytmi tuntui yllättävän erilaiselle, kun yksi tunnin palaveri puuttui. Edellisen viikon rikkonaisuuden vuoksi olin jo etukäteen päättänyt, että pyrin keskittymään yhteen asiaan kerrallaan. Aloitin aamuni laittamalla muutaman kysymyksen tiimini jäsenelle, joka työskentelee tämän viikon etänä. Ilokseni koko muu tiimini oli tänään toimistolla pitkästä ajasta. Oli mukava nähdä heitä eikä vain vaihtaa muutamia viestejä Teamsin välityksellä.

Osallistuin maanantaiseen asiakaspalaveriin, josta ei tullut minulle mitään uutta tehtävää. Täydensin palaverin jälkeen viikoittaisen jatkuvan mainonnan raportointi Excelin. Sen jälkeen ohjeistin videokampanjan ohjelmallisen ostamisen specialistille, käyttäen ohjeistuksessa Excel-dokumenttia. Päivään sisältyi materiaalien vaihdon ohjeistusta. Kyselin uusien materiaalien tilannetta tiimini jäseneltä. Hän kertoi niiden saapuneen ja toimittavansa ne minulle sen jälkeen, kun on ensin itse käynyt ne läpi. Taloustiimin kanssa viime viikolla alkaneet

selvitykset jatkuivat. Viestin medialle sähköpostitse, että korjaavat väärin tulleen laskun. Toimitin natiivimainonnan loppuraportin asiakkaalle, kun digistrategi oli katsonut sen ensin läpi ja kirjannut jatkosuositukset. Pyysin sosiaalisen median spesialistilta esimerkkikuvan tulevan kampanjan sosiaalisen median materiaaleista, jotta asiakas ymmärtäisi paremmin, miksi suosittelemme julkaisujen teksteihin muutosta. Toimitin kuvan asiakkaalle päivän päätteeksi, ja uskon sen auttavan asiassa.

Aloitin tiistaiaamun tarkastelemalla sähköposteja ja päivän tehtävälis- tana Microsoftin Tasks by Planneria. Merkitsen sinne kaikki tehtävät asiat ylös, etten unohtaisi mitään. Pidimme heti yhdeksältä puolen tunnin digitiimin viikkopalaverin, jossa vaihdoimme kuulumiset ja keskustelimme tämän hetken työtilanteesta. Kaikilla vaikuttaa olevan kiireistä ja paljon tekemistä. Viikkopalaverin jälkeen vuorossa oli tiistaipalaveri. Joka tiistai on koko yrityksen yhteinen palaveri, jossa käydään läpi jokaisen tiimin ja yksikön kuulumiset. Mielestäni on aina mielenkiintoista kuulla, minkä parissa muut työskentelevät ja mitä yrityksen si- sällä tapahtuu. Työtehtäviäni tänään olivat materiaalien vaihdosten ohjeistukset, tulevan kampanjan ohjeistaminen ja sähköpostiviestintä asiakkaiden kanssa. Sovimme lisäksi mainos- toimistoyksikkömme jäsenen kanssa, että osallistun hänen kanssaan perjantaina ensimmäisen oman asiakkaani kanssa pidettävään kuukausipalaveriin. Tarkoituksena on esittäytyä asiak- kaalle, ja päästä mukaan tekemiseen.

Tein raportointipohjan spesialisteille täytettäväksi tiimini jäsenen pyynnöstä. Lupasin auttaa tämän viikon aikana muutaman muun raportointipohjan kanssa. Sovimme ensi viikolle palave- riajan, jossa käymme läpi kyseisen asiakkaan raportointia. Tarkoitus on, että pystyisin itsenäi- semmin viimeistelemään raportteja. Täten vapautuisi kokeneemman tekijän työaika vaati- vampiin tehtäviin. Kävin keskusteluita spesialistien kanssa kohdennuksista ja kampanjoista yleisesti. Koen keskustelut hyvin hyödyllisiksi ja opettavaisiksi. Koitan painaa mieleeni ja ke- rätä muistiinpanoja kaikesta uudesta kuulemastani.

Keskiviikkona aloitin tavanomaiseen tapaan työskentelyn puoli yhdeksän aikaan toimistolla. Tein heti aamulla yhden laskun, mikä on ollut tehtävälisillani jo pari päivää. Sain sähköpos- tiin aamulla eilen pyytämäni tiedot ohjelmallisen spesialistilta laskutusta varten. Esihenkilöni soitti minulle uuteen asiakkuuteen liittyen. Hän kysyi, lähtisinkö asiakkuuteen digistrategin työpariksi. Teemme useampaa yhteistä asiakkuutta, joten minulla ei ollut vastaväitteitä asi- aan. Tänään oli mediapäivä, jolloin eri medioiden edustajat saavat tulla esittelemään omia medioitaan ja tarjoamia palveluita sekä tuotteita. Ensimmäisenä vuorossa oli esitys Second Hand-sovelluksesta ja sen tarjoamista markkinointimahdollisuuksista. Osallistuin toisena esi- tykseen, jonka aiheena oli digitaalinen audio. Lisäksi osallistuin lounaan jälkeen viihdemedian segmentaatiotutkimuksen läpikäyntiin ja pelisovellusmarkkinointi yhtiön esitykseen. Päivän aikana ohjeistin uudet materiaalit spesialisteille joulukampanjaan liittyen. Muutamia

selvitystä vaativia kysymyksiä tuli jälleen taloustiimiltä. Loppupäivästä tein raportointipohjia ja ohjeistin spesialisteja täyttämään ne aikataulun mukaisesti.

Torstain ensimmäisenä työtehtävänä tein raportointipohjia. Sen jälkeen ohjeistin spesialisteille tiedon kampanjan jatkumisesta. Tarkistin ensin materiaalit, ettei kävisi enää uudelleen samaa virhettä, että väärät materiaalit olisivat käytössä. Tänään oli viikoittainen kahdenkeskinen palaveri esihenkilöni kanssa. Keskustelimme ensimmäisestä omasta asiakkuudestasi. Puhuimme siitä, että minun olisi hyvä päästä osallistumaan asiakaspalaveriin etenkin niissä asiakkuuksissa, joissa olen aktiivisesti mukana. Tähän mennessä en ole osallistunut kuin yhteen viikoittain toistuvaan palaveriin.

Osallistuin ensimmäiseen oman asiakkuuteni kuukausipalaveriin. Esittäydyin asiakkaalle ja kuuntelin mainostoimiston ja asiakkaan keskustelua. Pyysin pääsyä asiakkaan Microsoft Teams-kanavalle, jotta saamme hoidettua kuukausittaiset kustannuslaskelmien hyväksytykset sitä kautta. Kävimme iltapäivän aikana antoisaa keskustelua tiimini jäsenten kesken. Puhuimme siitä, miten tekee hyvää päästä juttelemaan ihan niitä näitä muiden kanssa. Tänään minun täytyi kysyä digistrategilta monta kertaa apua yhteen kampanjan ohjeistukseen, ja turhauduin omaan osaamattomuuteeni. Tuntuu, että joudun välillä kysymään samoja asioita, koska en osaa soveltaa saamaani vastausta eri tilanteisiin niin sujuvasti kuin toivoisin.

Perjantaina sain aamusta hoidettua loppuun edellisenä päivänä aloittamani trafikoinnin ohjeistuksen. Sen jälkeen viestin asiakkaalle, ettei minulla vielä ole pääsyä Teams-kanavalle. Asiakas soitti minulle ja saimme asian ratkaistua. Toimitin kustannuslaskelman hyväksyttäväksi ja jäin odottamaan asiakkaan kuittausta. Tarkistan ensi viikolla, onko asiakas hyväksynyt kustannuslaskelman, jonka jälkeen voin hoitaa kuukausittaisen laskutuksen. Laskutuksen jälkeen ilmoitan sosiaalisen median specialistille käytettävissä olevan mainonnan budjetin. Tänään pidettiin lyhyt asiakaspalaveri. Tulevalle tiistaille osuvan itsenäisyyspäivän takia useampi on maanantaina vapaalla ja sen vuoksi palaveri oli siirretty tälle päivälle. Palaverin jälkeen muistutin toista asiakasta ensi maanantain materiaalityöistä.

Iltapäivästä osallistuin kolmen tunnin asiakaspalaveriin. Asiakkaan tulivat toimistolle ja tapasin heidät ensimmäistä kertaa. Kävimme läpi kulunutta vuotta ja tulevan vuoden suunnitelmia digi-, sanomalehti-, aikakauslehti-, ulkomainonnan sekä TV:n osalta. Palaverin jälkeen kävin digistrategien kanssa läpi ensiviikon työtehtäviä Teamsin välityksellä ja luin niihin liittyvät sähköpostit läpi. Huomasin kuitenkin, että on parempi suunnata viikonlopun viettoon, eikä enää kannata aloittaa uutta työtehtävää.

4.2 Viikkoanalyysi

Tämän viikon teemaksi muodostui asiakastyö. Tapasin etänä ja paikan päällä kahden asiakkuuden henkilöitä. Pääsin seuraamaan keskustelua, jota kokeneemmat työntekijät kävivät asiakkaiden kanssa. Usein mainostajat kääntyvät mediatoimiston tai verkkomainontaan erikoistuneen toimiston puoleen, jolloin he hoitavat kampanjan ostamisen, rakentamisen ja hallinnan. Digitaalinen markkinointi ja etenkin display-mainonta vaatii asiantuntijuutta sekä käytännökokemusta, jota mediatoimistoista löytyy. Näin ollen toimistojen hyödyntäminen on monesti looginen valinta. Mediatoimistot saavat monesti sovittua edulliset mediasopimukset, koska heidän asiakkainansa on useita mainostajia. (Visser, Sikkenga & Berry 2022, 311-312.) Huomaan asiakkaiden luottavan meidän, eli heidän mediatoimistonsa, asiantuntijuuteen ja esille tuotuja näkemyksiä kuunnellaan tarkasti. On hieno huomata työn painoarvo asiakkaiden silmissä ja se lisää motivaatiota suorittaa oma työ hyvin.

Tavanomaisiin työtehtäviini kuuluu mediasuunnitelmaan pohjautuvan kustannuslaskelman hyväksyttäminen asiakkaalta. Sen jälkeen, kun mediasuunnitelma on lopullisesti hyväksytty, voidaan mainostila ostaa medioilta eli julkaisijoilta. Mediatoimisto huolehtii useimmiten mainos tilan ostosta ja laskutuksesta, jonka jälkeen kampanjamateriaalit voidaan trafikoida. Trafikoidessa kampanjan materiaalit jaetaan medialle, luodaan mainonnan seurannat ja testataan, jotta kaiken todetaan toimivan halutulla tavalla. Ennen kampanjan käynnistymistä varmistetaan, että bannerit ja videot toimivat. Tarkistetaan laskeutumissivu ja se, että mainonnan data siirtyy mainonnanhallintajärjestelmään oikein sekä varmistetaan konversioiden mittaus tapa. Kampanjan käynnistämiseen liittyy useita osapuolia sekä monesti läsnä on aikataulupaine, mikä puoltaa ammattilaisten hyödyntämistä. Digitaaliset kampanjat vaativat käynnissä ollessaan jatkuvaa tarkkailua, analysointia, testausta ja optimointia. Erilaisia muutoksia kampanjaan voidaan tehdä pohjautuen oikeisiin tuloksiin. Esimerkiksi budjettimuutokset eri verkkosivujen välillä sekä eri aineistojen testaaminen on mahdollista parhaan lopputuloksen saavuttamiseksi. (Visser ym. 2022, 312.)

Esihenkilöni ohjeisti tiimini jäseniä ottamaan minut mukaan asiakastyöhön, jotta voisin oppia siitä enemmän. Muuten viikon työtehtävät olivat tavanomaisia viikoittain toistuvia, kuten kampanjoihin liittyvää viestintää specialistien kanssa. Mainosmuotoja on monenlaisia ja varsinkin ohjelmallisesti ostettavat kampanjat ovat tuntuneet haastavalta ymmärtää. Ymmärryksen lisääminen eri mainosmuodoista on olennainen osa digisuunnittelijaksi kehittymistä. Display-mainonta on yksi internetin yleisimmistä, laajimmista ja tärkeimmistä mainosmuodoista. Display-mainonta on saanut alkunsa 1990-luvulla, kun verkkosivujen omistajat alkoivat myymään kuvallisia mainospaikkoja verkkosivuillaan. Samalla syntyi uusi mainosmuoto eli interaktiivinen bannerimainonta. Mainosta klikkaamalla verkkosivukävijä ohjataan mainostajan omalle verkkosivulle. (Visser ym. 2022, 295-296.) Taulukossa 1 esitellään tyypillisiä digitaalisen mainonnanmuotoja.

Digitaalinen mainosmuoto	Määritelmä
Display-mainos	Bannerimainonta voi sisältää grafiikkaa ja/tai tekstiä. Display-mainoksia voidaan tuottaa monia eri muotoja ja kokoja. Niitä voidaan mukauttaa pöytäkoneelle, mobiiliin ja tabletille.
Laajentuva mainos	Display-mainokset interaktiivisilla ominaisuuksilla. Esimerkiksi mainoksen laajentuminen, kun katsoja on vuorovaikutuksessa sen kanssa.
Rich media (video)-mainos	Display-mainokset, joissa laajat valmiudet interaktiivisuuteen, mahdollisuus videoiden ja grafiikan hyödyntämiseen sekä tiedonkeruuseen.
Hakusanamainos	Tekstimainokset, joita näytetään vastauksena hakusivuston käyttäjän kirjoittamiin tiettyihin hakusanoihin tai -lauseisiin.
Natiivimainos	Mainosmuoto, jonka avulla voidaan hämärtää mainoksen ja sisällön välistä eroa.

Taulukko 1: Digitaalisen markkinoinnin tyypilliset muodot (mukaillen Tuten 2024, 296)

Display-mainontaa varten on kehitelty vuosien aikana useita erilaisia mainosformaatteja. Display-mainonnassa käytettävien bannereiden leveys ja korkeus määritetään pikseleinä. Tavanomaisesti bannerikampanjassa käytetään useampia erilaisia bannerikokoja, jotta saadaan oikeanlainen jokaisen halutun julkaisijan verkkosivulle. (Visser ym. 2022, 296-297.) IAB Finlandin suosittamat mobiili display- ja applikaatiomainonnan perusmainosmuodot ovat kooltaan 300x300, 300x150 ja 300x75 (Suositus mobiilin display- ja applikaatiomainonnan standardeiksi 2015). Mainosbanneri voi olla yksinkertainen staattinen banneri, kuten pelkkä kuva ja teksti. Videot ja interaktiiviset mainokset ovat monesti kuitenkin tehokkaampia. Muita bannerimuotoja ovat muun muassa HTML5-tekniikan avulla tehdyt bannerit. Tekniikka mahdollistaa houkuttelevan sekä toimivan animaation ja on käytetyin tänä päivänä. Rich media sovellusten avulla voidaan tuottaa aikaisempaa houkuttelevampia sekä monimutkaisempia bannereita, kuten videoita sisältäviä. (Visser ym. 2022, 297-298.)

Uusia bannerimuotoja kehitetään jatkuvasti. Bannereiden avulla mainostajat yrittävät kerätä enemmän huomiota saavuttaakseen paremman näkyvyyden ja enemmän vuorovaikutusta. Usein nähtäviä suuremman huomion mainosmuotoja on Takeover-mainokset eli haltuunotot, joiden avulla otetaan haltuun koko verkkosivu bannereiden avulla. Pre-roll on esimerkiksi YouTubessa ennen videota näkyvä mainos, joka muistuttaa tavallista TV-mainosta, mutta sitä voidaan klikata. Midroll-mainos näkyy videon puolivälissä ja postroll videon päätyttyä. Bumper-mainokseksi kutsutaan lyhyttä maksimissaan kuuden sekunnin pituista videota, joka näkyy ennen varsinaista videota. Laajentuvat mainokset nimensä mukaisesti laajenevat isommiksi, kun tietokoneen hiiren vie bannerin ylle. (Visser ym. 2022, 299-301.)

Lovell (2017, 3) määrittelee natiivimainonnan maksetun median muodoksi, jossa mainos on kuluttajakokemuksen kannalta merkityksellinen, yhtenäinen ympäröivän sisällön kanssa eikä häiritse. Natiivimainoksia kutsutaan natiiveiksi, koska mainonta näyttää ja käyttäytyy, kuten ympäröivä toimitettu sisältö. Mainokset näkyvät verkkosivujen syötteessä ja niitä klikataan samalla tavalla kuin toimitettuja sisältöjä. Natiivimainonta kehittyi alun perin alustoilla, kuten Facebookissa, Twitterissä ja LinkedInissä ennen laajentumista muiden julkaisijoiden kanaviin. Natiivimainonta tarjoaa keinon jakaa brändisisältöä yleisölle. Sisältöä kulutetaan yhä enemmän puhelinten välityksellä erilaisten syötteiden muodossa. Ainoa keino saada kuluttajan huomio Facebookin, Instagramin, Pinterestin, sovellusten ja julkaisijoiden syötteissä on sisällön kautta. Aggressiivinen mainonta ei toimi, vaan mielenkiintoinen sisältö. (Lovell 2017, 3-12.) Sosiaalisen median alustoilla on tarjolla monenlaisia mainospaikkoja. Useimmiten sosiaalisen median mainonta ohjaa yleisön verkkosivulle linkkimainoksen avulla. Muita mainosmuotoja ovat muun muassa kuva-, video-, karuselli- ja stories-mainokset. Mainonnan hintaa voidaan pitää alhaisena optimoimalla kampanjaa esimerkiksi A/B-testauksen avulla eli testamalla erilaisia tekstejä ja visuaalisia aineistoja sekä testaamalla eri ikäsegmenttejä. (Visser ym. 2022, 316.)

5 Kolmas viikko

Odotan kolmannen viikon olevan jälleen hieman katkonainen tiistaille asettuvan itsenäisyyspäivän takia. Todennäköisesti viikon aloitus on rauhallinen ja muutama digitiimin jäsen pitää maanantain vapaana. Loppuviikosta on varmasti kiireisempää. Tiedossa on materiaalitoimituksia ja trafikoinnin ohjeistuksia seuraavalla viikolla alkaviin kampanjoihin. Muita työtehtäviä on raportointipohjien tekeminen, spesialistien ohjeistaminen sekä kokonaan uuden asiakkaan ensimmäisen kampanjan käynnistäminen.

5.1 Päivittäinen raportointi

Aloitin maanantain lukemalla ajatuksella viime perjantaina saapuneet sähköpostit. Työstin kampanjan raportointipohjan toimitettavaksi ohjelmallisen ostamisen spesialistille ja viestitelin erään asiakkaan kanssa materiaalien viivästymisestä. Kampanjan olisi tarkoitus käynnistyä ensi maanantaina, joten toimitin ohjelmallisen spesialistille tämän hetken tiedot. Asiakas lupasi palata materiaalien osalta tulevana torstaina. Käänsin ohjelmallisen spesialistin lisäämät kommentit kampanjaraportissa suomeksi, sillä asiakkaalle toimitetaan suomenkielinen raportti. Jatkamme raportin työstämistä kokeneemman digisuunnittelijan kanssa tulevana keskiviikkona. Loppupäivästä opettelini Excelin käyttöä.

Tiistai oli itsenäisyyspäivä.

Keskiviikkona työmatkalla oli talvisia viivästyksiä, joten aloitin työpäivän yhdeksältä. Ensimmäiseksi luin sähköpostit ja selasin tehtävälistan läpi. Sen jälkeen tein ja lähetin määräimen sähköpostilla medialle. Kysyin muutamaa otteeseen neuvoja digistrategilta, kun täytin trafikoinnin ohjeistus Exceliä. Toimitin valmiin tiedoston ohjelmallisen spesialistille. Sain spesialistilta kysymyksen toisen kampanjan materiaaleista. Hän ei ollut huomannut tai ymmärtänyt ohjeistuksestani, että kampanjassa käytetään samoja materiaaleja. Ennen lounasta tein videokampanjan kustannuslaskelman valmiiksi. Toimitin sen iltapäivästä asiakkaalle hyväksyttäväksi ja sain pian vastauksen. En tänään ehtinyt laskuttaa kampanjaa, joten teen sen huomenna.

Digitiihimme viikkopalaveri oli maanantailta siirretty tähän iltapäivään. Vaihdoimme itsenäisyyspäivä kuulumiset ja tutustuimme yhdessä uuteen hiljattain julkaistuun ChatGPT-nimiseen tekoälysovellukseen. Esihenkilö muistutti kaikille tulleista vertaisarviointilomakkeista. En ehtinyt täyttää niitä tänään, mutta suunnittelin tekeväni sen huomenna. Tiimin palaverin jälkeen kävimme digistrategin kanssa läpi yhteisiä työtehtäviä. Tein uuden asiakkuuden laskutusta ja lähetin määräimen medialle. Toimitimme yhdessä digistrategin kanssa materiaalit ensiviikolla alkavaan kampanjaan. Jouduimme varmistamaan ensin muutaman asian asiakkaalta, kuten kampanjassa käytettävän laskeutumissivuston ja laskutusviitteen. Täytimme toisen asiakkuuden työnalla olleen Excel-raportin. En ole vielä oppinut kaikkien erilaisten Exceleiden tarkoitusta, mutta olin iloinen, että työkaverini oli hyvin kiitollinen avustani kyseisen taulukon suhteen. Teimme raportin jälkeen tilannekatsauksen yhteisten asiakkuuksien osalta. Päivä venyi yli kahdeksaan tuntiin ja tuntui, että useita tehtäviä jäi huomiseksi. Täytyy koittaa levätä hyvin ja hoitaa huomenna tehtäviä yksi kerrallaan valmiiksi.

Torstaina tein määräimen edellisenä päivänä hyväksytylle kampanjalle ja pyysin taloutta ennakkolaskuttamaan sen. Sain ohjelmallisen spesialistilta saman asiakkaan Excel-raportin ja pyysin siitä muutamat kommentit asiakkaalle toimitettavaksi. Ennen lounasta tarkistin asiakkaan eilen toimittamat materiaalit ja laitoin ne eteenpäin ohjelmallisen spesialistille. Sain

taloudelta muutamia kysymyksiä laskujen kohdistuksiin liittyen. Selvisi, että jälleen kerran media oli toimittanut laskun, joka ei vastannut tarjousta eikä siten toimitettua määrääntä. Onneksi asia saatiin hoidettua muutamalla sähköpostilla. Tämän jälkeen toimitin asiakkaalle kuukausittaisen raportin, kun specialistit olivat ensin täydentäneet tarvittavat tiedot. Tein jatkuvan mainonnan laskutuksen, joka tehdään takautuvasti kuukausittain toteuman mukaan. Laskutin yhden ensiviikolla alkavan kampanjan työtunnit, kun sain neuvoa asiaan asiakkuuspäälliköltä. Iltapäivästä havahtuimme digistrategin kanssa, että emme ole saaneet asiakkaalta erään kampanjan materiaaleja. En muistanut koko asiaa enää tänään, vaikka eilen asiasta oli puhetta. Jälleen huomasin, miten tärkeää on kirjata kaikki ylös.

Pidimme kahdenkeskisen palaverin esihenkilön kanssa Teamsin välityksellä. Keskustelimme materiaalien teknisistä vaatimuksista ja työvaiheista liittyen niiden toimitukseen sekä viestinnästä ohjelmallisen ostamisen suunnittelijoiden ja specialistien kanssa. Kerroin turhautumisestani jatkuvaan tarpeeseen kysyä asioista tiimini jäseniltä ja siitä, että on ollut paljon kaikenlaisia pieniä yksittäisiä tehtäviä. Ennen kotiinlähtöä vilkaisin muutamia spesialisteilla täydennettävänä olevia raporttipohjia, joiden oli määrä olla tänään valmiina. Muutamia tietoja puuttui, joten pyysin heitä täydentämään loput tiedot ennen huomista puoltapäivää. Viimeisenä täytin vertaisarvioinnit kolmesta tiimini jäsenestä, mikä on ollut jo viikon tehtävälistanani. Kaiken kaikkiaan päivän päätteeksi tuntui sille, että sain monta pientä tehtävää viimein hoidettua ja pois päiväjärjestyksestä.

Perjantaina pidin etäpäivän kotitoimistolta käsin. Tein muutamia laskutuksia heti aamusta. Eilen alkaneiden laskutus epäselvyyksien selvittely jatkui tänään. Sain soiton medialta laskuun liittyen ja kysyin omalta taloustiimiltä, miten he haluavat asian hoidettavan. Selvitysten jälkeen toimitin asiakkaalle sähköpostilla marraskuun raportin, saatuani ensin asiakkuuden digistrategilta hyväksynnän ohjelmallisen ostamisen specialistin antamille kommenteille.

Esihenkilön ohjeistuksesta suoritin päivän aikana Googlen Reach Planner sertifikaatin Googlen Skillshopissa. Saatuani sertifikaatin valmiiksi pidimme toisen digistrategin kanssa Teams-palaverin tulevasta kesätyökampanjasta. Tarkoituksena on, että otan suunnittelua vastuulleni ensimmäistä kertaa. Jatkan kampanjan parissa ensiviikon alussa. Tarkastin specialistien täyttämiä raportteja, jotta ne olisivat maanantaita varten mahdollisimman hyvällä mallilla. Tiimini jäsen on ollut kipeänä tämän viikon, joten emme ole onnistuneet pitämään yhteistä palaveria raportointiin liittyen. Tarkoituksena on käydä asioita yhdessä läpi, jotta osaisin viimeistellä raportit halutulla tavalla. Toivottavasti ensi viikolla saamme pidettyä palaverin. Illaksi suunnasin toimistolle pikkujouluihin.

5.2 Viikkoanalyysi

Viikko oli lyhyempi tiistaille osuneen itsenäisyyspäivän takia. Työskentelin muutaman päivän kotona. Työtehtävät tuntuivat pitkälti pieniltä yksittäisiltä tehtäviltä. Viikkoon mahtui paljon viestintää niin oman tiimin kanssa kuin spesialistien ja taloustiimin jäsenien kanssa. Oman tiimin kanssa tutustuimme tekoälyyn ja keskustelimme aiheesta. Open AI-yhtiön ChatGPT-chat-tibotti julkaistiin vuoden 2022 lopulla testikäyttöön. Se on tietokoneohjelma, jonka vastaukset perustuvat ennen vuotta 2021 kirjoitettuun tekstiin. (Storås 2022.) ChatGPT kanssa on mahdollista käydä keskustelua, sillä se vastaa jatkokysymyksiin, haastaa virheelliset oletukset, myöntää virheensä ja hylkää epäsoveliaat pyynnöt (OpenAI 2022).

Viikkoon sisältyi useampia laskutukseen liittyviä työtehtäviä. Digisuunnittelijana on tärkeää ymmärtää, miten mainontaa voidaan ostaa, jotta ostot tehdään kannattavalla sekä niin mediatoimiston kuin asiakasyrityksen näkökulmasta parhaalla mahdollisella tavalla. Sosiaalisen median kanavilla on itsepalvelutyökaluja, joiden kautta voidaan ostaa mainostilaa huutokaupassa. Esimerkiksi Facebookin ja Instagramin mainostilaa voidaan ostaa Ads Manager-nimisen työkalun kautta. Verkkosivujen display-mainospaikkoja voidaan ostaa usealla eri tavalla. Suoraostoissa digisuunnittelija pyytää tarjouksen mediamyyjältä tietystä mainospaikasta ja näyttömäärästä. Bannerimainoksen hinnat löytyvät monesti median verkkosivuilta, niiden hinnat ovat neuvoteltavissa ja saatavien alennuksien määrään vaikuttaa käytettävä mediabudjetti. (Visser ym. 2022, 307-316.) Toinen vaihtoehto on ostaa mainospaikkoja ohjelmallisesti, jolloin ostot tehdään eri ostoalustojen avulla huutokaupassa (Tuominen 2021).

Mainostajan ja markkinoijan on tiedettävä, kuinka paljon rahaa tulee investoida, jotta varmistutaan siitä, että kohdeyleisö oikeasti näkee kampanjan ja sen sisällön (Baker 2022). Cost per Mille (CPM) tarkoittaa 1 000 mainosnäyttökerran hintaa (Pyyhtiä ym. 2017, 194; Visser ym. 2022, 311). CPM on yleisesti käytössä mainonnassa, mainoskampanjoissa, sosiaalisessa mediassa ja digitaalisessa markkinoinnissa. Sen avulla voidaan laskea mainonnan kokonaiskulutus jokaista 1 000 näyttökertaa kohden. Impressiolla eli mainoksen näyttökerralla tarkoitetaan sitä, kuinka monta onnistunutta näyttökertaa tai sitoutumista mainos saa verkkosivulla. Mainonnan ostaminen CPM-perusteisesti mahdollistaa määrättyssä budjetissa pysymisen ja samalla varmistutaan siitä, että kohdeyleisö näkee mainontaa laajasti. (Baker 2022.)

Mainostaja maksaa 100 000 mainosnäytöstä 2 000 euroa CPM-hinnan ollessa 20 euroa (100 x 20 € = 2 000 €). CPM-hinta vaihtelee mainosbannerin koon mukaan, mitä isompi mainoksen koko on, sitä kalliimpi CPM. Mitä näkyvämmällä paikalla banneri sijaitsee, sitä kalliimpi hinta. Tarkka kohderyhmä maksaa enemmän kuin laajempi. Esimerkiksi mainos tarkasti valikoidulle yleisölle suunnatulla verkkosivulla on kalliimpi kuin laajemmalle kävijäjoukolla suunnatulla. Markkinatilanne vaikuttaa hinnoitteluun. Mainostaminen suosituilla verkkosivulla, jossa useat haluavat mainostaa on kalliimpaa kuin vähemmän suosituilla sivustolla. (Visser ym. 2022, 308.)

Tarkastelemalla CPM-hintaa saadaan tietoa bränditietoisuudesta, siitä mitä sisältöä ja kampanjaa on katsottu eniten ja mikä toimii kohdeyleisön parissa parhaiten (Baker 2022). Verkossa tapahtuvaa mainontaa voidaan ostaa ja myydä myös muilla tavoin. Esimerkiksi Cost per click (CPC) tarkoittaa sitä, että mainospaikasta maksetaan vain, jos kävijä klikkaa mainosta. Cost per action (CPA) tarkoittaa sitä, että mainospaikasta maksetaan vain silloin, kun mainos tuottaa konversion. (Visser ym. 2022, 308-311.)

6 Neljäs viikko

Odotukset tulevalle viikolle liittyvät raportointiin ja suunnitteluun liittyviin tehtäviin. Heti maanantaina on tarkoitus käydä raportointia läpi, mikäli tiimini jäsen on tervehtynyt. Keskiviikona on digitiimin sparraushetki raportointiin liittyen ja samoin perjantain digiaamussa aiheena on raportointi.

Perjantaina läpikäydyn kesätyökampanjan edistäminen on alkuviikon tehtävälillä. Odotan mielenkiinnolla uuden oppimista ja sitä, että pääsen osallistumaan kampanjan suunnitteluun alusta alkaen.

6.1 Päivittäinen raportointi

Viikko alkoi pitkästä ajasta digitiimin viikkopalaverilla, jossa kävimme tulevan viikon työ- ja asiakastilannetta läpi. Maanantain asiakaspalaverissa totesimme yhdessä asiakkaan kanssa, että seuraava palaveri pidetään vasta ensi vuoden alussa, sillä yhteinen tekeminen hiljentyi loppuvuoden ajaksi. Ennen lounasta ehdin täyttää viikoittaisen raportointi Excelin. Puhuimme asiakkuuden digistrategian kanssa, että voin jatkossa toimittaa raportin itsenäisesti asiakkaalle saatesanojen kera. Lounaan jälkeen kävimme tiimini jäsenen kanssa läpi kaksi raporttia, joihin specialistit olivat täyttäneet kampanjan tulokset. Viimeistelimme yhdessä raportit, jotta niistä tuli valmiita asiakkaalle toimitettavaksi. Pidimme viikoittaisen kahdenkeskisen keskusteluhetken esihenkilöni kanssa. Keskustelimme työtilanteestani ja muista ajankohtaisista asioista.

Tiistaina aamulla hoidin ensimmäiseksi yhden jatkuvan mainonnan laskutuksen, jonka kustannuksiin sain viimein asiakkaalta kuittauksen. Toinen asiakas lähestyi mainoksen materiaaleihin liittyen, sillä Facebookissa oli tullut vastaan mainos, joka ei vastannut toivottua. Selvitin asiaa asiakkuuden sosiaalisen median specialistilta. Opin, että Meta on tehnyt lisäyksen uusiin käyttäjäehtoihin siitä, että he tekevät omia testauksiaan luovien ratkaisuiden kanssa. Emme pysty vaikuttamaan tähän toimintaan tai tietämään tarkemmin, kuinka monelle mainos näkyy erilaisena kuin on ollut tarkoitus. Luultavimmin suurin osa näkee mainoksen normaalisti. Viestin tämän tiedon asiakkaalle parhaani mukaan.

Kaksi tiimini jäsentä lähestyi minua Teams-viesteillä pyytäen apuani muutamissa tehtävissä. Avustin toista laskutuksen ja trafikoinnin ohjeistuksen kanssa. Toiselle jouduin sanomaan, että en todennäköisesti ehdi auttamaan tänään. Lupasin ilmoittaa, kun minulla olisi aikaa auttaa. Iltapäivän työskentelin erään kampanjan materiaalien päivittämisen parissa. Laitoin hakusanamainonnan specialistille viestiä liittyen tulevaan kesätyökampanjaan ja pyysin näkemystä sopivasta budjetista huomioiden viime vuoden kampanjan tulokset. Pyysin medialta suoraostotarjouksen Jodel-mainonnasta. Todennäköisesti pääsen huomenna työstämään kampanjan kustannuslaskelman valmiiksi. Ennen kotiinlähtöä täytin Facebook-mainonnan tuotekatalogiin tuotetietoja jatkuvaa mainontaa varten. Avustan tehtävässä säännöllisesti asiakkuiden sosiaalisen median specialistia.

Keskiviikkona aloitin työpäivän työstämällä loppuun kesätyökampanjan kustannuslaskelman. Tarvitsin asiakkuuden digistrategin apua budjettijaon kanssa, sillä en ollut koskaan aikaisemmin tehnyt vastaavaa. Tein muistiinpanoja tilanteessa, jotta osaisin jatkossa jälleen hieman enemmän. Eilen alkanut selvittely liittyen Metan tekemien luovien testauksiin jatkui tänään sosiaalisen median specialistin kanssa, sillä asiakas palasi tarkentavien kysymyksien kanssa.

Lähdimme yhden asiakkuuden tiimin kanssa medialounaalle. Meitä oli paikalla digi-, printti-, ulkomainonta-, tv-, radiotiimi sekä asiakkuuspäällikkö. Media esitteli meille ajatuksiaan yhteistyöstä asiakkuuden suhteen omissa toimitiloissaan. Palattuani toimistolle, tein viikoittaisiin rutiineihin kuuluneen materiaaliapäivityksen ohjeistuksen ohjelmallisen specialistille ennen digitiimin sparrauspalaveria. Sparrauspalaverin aiheena oli raportointi ja kävimme keskustelua raportointiin liittyvistä asioista. Keskustelun painopiste oli pitkälti yhteistyön sujuvuudessa specialistien kanssa. Ensi kerralle sovimme, että jokainen esittelee omasta mielestään hyvän raportin. Tarkoituksena on koota keskustelun pohjalta niin sanotusti parhaat käytännöt raportointiin liittyen ja sujuvoittaa sekä yhtenäistää toimintatapoja. Loppupäivästä vastailin muutamiiin taloudesta tulleisiin laskutusasioihin. Keskustelin tiimini jäsenten kanssa paikan päällä toimistolla sekä Teamsin välityksellä. Pyysin digistrategia selvittämään, miten yhteisen asiakkaamme ohjelmallisesti ostetun mainonnan joulukuun laskutus tulee tehdä. Tilikauden päättyessä vuoden vaihteessa on hyvä selvittää, miten asiakas haluaa toimia.

Torstaina kävin jo työmatkalla mielessäni läpi tulevaa päivää. Suunnitelmissani oli laittaa tiistaina apuani pyytäneelle tiimini jäsenelle viestiä, että mikäli hän ei vielä ole ehtinyt teemmään kaikkia tehtäviä voisin tänään auttaa niiden kanssa. Päästyäni toimistolle huomasin, että hän oli jo kysynyt, ehtisinkö auttamaan kuten olin alkuvuodesta arvioinut. Tein heti aamusta kaksi kustannuslaskelmaa ja kahdet digimainonnan tekniset-dokumenttia. Lisäksi kahdella muulla tiimini jäsenellä oli tehtäviä minulle. Tein ennen lounasta kahden kampanjasuunnitelman määräimet. Saimme asiakkaalta lisää materiaaleja ja muutaman tarkentavan kysymyksen jälkeen, ohjeistin ohjelmallisen ostamisen specialistille niiden lisäykset kampanjoihin. Iltapäivällä kävin viestinvaihtoa ja keskustelua digistrategin ja asiakkuuspäällikön

kanssa eilen tulleista laskutusasioista. Sovimme yhdessä, miten toimitaan ja sain asian pois tehtävälialta. Jatkoin aamupäivällä tekemieni kustannuslaskelmien pohjalta määräämien tekoa sekä aloitin specialistien ohjeistamisen. Meillä oli koko yrityksen yhteinen palaveri ensi vuoden mediamyyntiehdosta ja toimintatavoista.

Perjantai alkoi digiaamulla, jonka aiheena oli raportointi. Palaveri on tarkoitettu yrityksen kaikille digistrategeille ja -suunnittelijoille sekä asiakaspäälliköille. Lyhyen alustuksen jälkeen vuorossa oli kyselyn täyttäminen raportointiin liittyvistä käytännöistä, toimintatavoista ja kehityskohteista. Loppupalaverin aikana vastauksia käytiin anonyymisti läpi vapaan keskustelun kautta. Raportointikäytäntöjen kehitystä varten perustettavaan työryhmään sai ilmoittautua vapaaehtoiseksi kyselylomakkeen lopussa. Digiaamun jälkeen avustin Facebookin tuotekatalogin kanssa sosiaalisen median specialistia. Aloitin materiaalipäivitysten teon, joka tehdään aina perjantaisin. Mainostoimisto toimitti ensin vain osan materiaaleista, joten kysyin heiltä sähköpostitse loppuja materiaaleja.

Lounaan jälkeen digistrategi ohjeisti minulle nopealla aikataululla tulevan kampanjan, johon tulisi tehdä kustannuslaskelma ja laskutus viimeistään maanantaina. Siirryin suoraan seuraavaan palaveriin, eli joka toinen viikko pidettävään koko mediatoimistotiimimme palaveriin. Valtaosa tiimistä oli toimistolla, mikä on aina mukavaa. Palaverissa käytiin läpi ajankohtaisia aiheita ja loppuvuoden askelmerkkejä. Palaverin jälkeen ohjeistin yhden videokampanjan materiaalit ohjelmallisen specialistille ennen kuin aloin työstämään kustannuslaskelmaa. Kustannuslaskelmaa tehdessä huomasin eroa siinä, miten budjettia oli laskettu ja konsultoin asiassa esihenkilöäni, joka katsoi kanssani luvut läpi. Laitoin kyselyä laskelmat tehneelle digistrategille siitä, miten toimitaan. Pidimme Teams-palaverin asian tiimoilta ja sain toimitettua kustannuslaskelman asiakkaalle saatesanojen kera. Laskutus jäi maanantaille, ja varasin kalenteristani aikaa, että saan sen varmasti hoidettua. Ennen kotiinlähtöä keskustelimme tiimini jäsenten kanssa. Oli mukava kuulla mitä muut ajattelevat tekemisestäni, työpanoksestani ja saada palautetta omasta tekemisestä. Muiden kannustavat ja rehelliset sanat antavat hyvää vertailupohjaa omille ajatuksille sekä pohdinnoille omasta kehityksestä ja tekemisestä.

6.2 Viikkoanalyysi

Viikko tuntui erityisen raskaalle ja tekemistä oli enemmän kuin ehdin tehdä. On haastavaa hahmottaa paljonko mikäkin tehtävä vie aikaa ja siten oman työsuunnittelu on ajoittain vaikeaa. Toivon, että kaikki tarpeellinen tuli tehtyä ja ensiviikolla jatkan niiden tehtävien parissa, joita en tällä viikolla ehtinyt tehdä.

Keskeinen itsensä johtamisen taito on kyky priorisoida. Priorisointia tulisi asiantuntijatyössä tehdä ideaalitulanteessa esihenkilön tuella sekä ohjauksessa, eikä tehtävien priorisoinnin tulisi olla ainoastaan yksittäisen asiantuntijan vastuulla. Priorisointia voi tehdä monesta näkökulmasta. Yksi keino on luokitella ja asettaa tehtävät tärkeysjärjestykseen sekä määritellä

konkreuttinen toimi, jolla tehtävän suorittamista edistetään. Jokaiselle päivälle kannattaa valita 1-3 tehtävää, jotka tulee saada valmiiksi. Tämän lisäksi kalenteriin on hyvä varata tyhjää tilaa äkillisten tehtävien varalle. Priorisoinnin avulla on mahdollista suhtautua armollisesti omaan tekemiseen ja olla rehellinen oman suorituskyvyn suhteen. (Yli-Kaitala, Toivanen, Viljanen & Janhonen 2016, 10-11.) Keskittymällä olennaisimpiin työtehtäviin tavoitteiden kanalta saavutetaan parhaita tuloksia. Päävastuu tiimin töiden priorisoinnissa on esihenkilöllä, koska hänellä on paras näkemys kokonaisuudesta. (Kurttila & Aalto, 2021, 186.) Taulukossa 2 kuvataan priorisoinnin nelikenttää, jota voidaan käyttää yksilön ja tiimin töiden priorisoinnissa.

	Kiireelliset	Ei-kiireelliset
Tärkeät tehtävät	1 Tehdään ensin	2 Tehdään seuraavaksi (muuten näistä tulee kiireellisiä)
Ei-tärkeät tehtävät	3 Tehdään lopuksi	4 Ei tehdä ollenkaan

Taulukko 2: Priorisoinnin nelikenttä (mukaillen Kurttila & Aalto 2021, 187)

Tällä viikolla sain uusia tehtäviä ja vastuita raportoinnin sekä suunnittelun parissa. Erilaisia kampanjaraportteja, PowerPoint ja Excel-muotoisia, tehdään ja täydennetään lähes viikoittain. Moni markkinoija yllätty oppiessaan mitä kaikkea voidaan mitata digitaalisen analytiikan avulla. On tärkeää tietää mitä datalla halutaan tehdä ja mihin kysymykseen etsitään vastausta, jotta osataan raportoida oikeita asioita. (Visser ym. 2022, 556.) Digitaalista markkinointia voidaan mitata tarkasti kampanja-analytiikan avulla, johon ratkaisuja tarjoavat mediatoimistot, ohjelmallisen ostamisen ratkaisut, eri mediat mainonnanhallinnan välineiden avulla sekä muut palveluntarjoajat. Kampanjoista voidaan raportoida esimerkiksi näyttömäärät, klikkaukset, konversiot ja saada tietoa siitä millainen kohdeyleisö näki mainoksen, missä konteksteissa sekä se kuinka moni oikeasti näki mainosnäytön. (Pyyhtiä ym. 2017, 71-72.)

Monesti ajatellaan, että digitaalisen analytiikan avulla voidaan mitata kaikkea. Tästä syystä on tärkeää tietää mitä markkinoija haluaa tehdä kerätyllä datalla, jotta voidaan selvittää ratkaiseeko kerätty data halutun ongelman. Data on tärkeää jakaa organisaatiolle, jotta päätöksiä voidaan tehdä sen pohjalta. (Visser ym. 2022, 556.) Datan analysointi on numeroiden sallista tulkintaa suhteessa tavoitteisiin, toimintaympäristöön tai esimerkiksi aiempiin omiin tuloksiin (Pyyhtiä ym. 2017, 101). On hyvä pitää mielessä, että monesti raakadatan sijaan on

hyödyllisempää jakaa oivalluksia datasta, kertoa mitä numerot tarkalleen ottaen tarkoittavat ja mitä toimenpiteitä organisaation tulisi tehdä (Visser ym. 2022, 556).

7 Viides viikko

Tuntuu sille, että loppuvuotta kohden tahti töissä on kiihtynyt. Tekemisessä huokuu pyhien odotus ja kaiken valmiiksi tekeminen ennen vuoden vaihdetta. Edellinen perjantai tuntui kaotilliselle ja moni asia jäi vaiheeseen.

Sairastuin viikonlopun aikana. Kokosin sunnuntaina muistiota tuurausta vaativista työtehtävistä tiimilleni. Työkoneen olin jättänyt perjantaina toimistolle, mutta onneksi pääsin puhelimella käsiksi tehtävälistaan ja kalenteriin.

7.1 Päivittäinen raportointi

Maanantaina sairaana.

Tiistai sairaana.

Keskiviikko sairaana.

Torstai sairaana.

Perjantai sairaana.

7.2 Viikkoyhteenveto

Olin koko viikon sairaana ja poissa töistä.

8 Kuudes viikko

Vuoden viimeisestä viikosta tulee toivottavasti tehokas, mutta rauhallinen. Monet ovat vapaalla tulevan viikon eli eteen saattaa tulla yllättävää tekemistä. Oltuani sairaana minua odottaa todennäköisesti useampikin tehtävä viime viikolta. Aloitan viikon purkamalla viikon aikana tulleet sähköpostit, joita on varmasti saapunut kymmenittäin. Päästäkseni ajan tasalle perehdyn edellisen viikon tapahtumiin ja poissaolomuistioon kirjaamieni tehtävien tilanteeseen.

8.1 Päivittäinen raportointi

Maanantaina oli tapaninpäivä eli vapaapäivä.

Tiistaina pääsin viimein terveenä toimistolle missä työkoneeni on ollut. Ensimmäistä kertaa saavuin toimistolle ennen muita. Osasin odottaa toimistolla olevan rauhallista ja sitä, että saatan olla ainoa paikallaolija näin joulun välipäivinä. Seurakseni saapui kuitenkin muutama muu eli ei tarvinnut olla päivää ihan yksin. Oma tiimini oli vapaalla yhtä lukuun ottamatta, ja hänen tehdessä töitä etänä viestittelimme päivän aikana Teamsin kautta. Aloitin aamun luke-malla läpi viime viikon sähköpostit, joita oli tullut yli 200 kappaletta. Sähköpostien jälkeen luin kaikki Teams-viestit, joita niitäkin tuntui riittävän. Kävin henkilökohtaisen tehtävälistani läpi ja päivitin sen ajan tasalle. Aamupäivästä hoidin ennen sairastumistani kesken jääneen tekniset-tiedoston toimittamisen asiakkaalle. Sainkin asiakkaalta tarjouspyynnön materiaalien tuottamisesta ja animoinnista, jonka välitin eteenpäin asiakkuuspäällikölle. Jäin miettimään toiminko oikein, kun toimitin asiakkaan pyynnöstä tekniset, vaikka kampanja on jo loppusuoralla. Yleensä tekniset toimitetaan ennen kampanjan aloitusta. Kyseessä on kuitenkin jatkuva kampanjointia, jossa on pitkään käytetty samoja materiaaleja. Asiakas siirtyy jatkossa tuottamaan aineistot itse tai mahdollisesti meidän mainostoimistomme kautta. Uusi kampanja on todennäköisesti tulossa jälleen alkuvuonna.

Tein ja toimitin ohjelmallisen ostamisen specialistille tammikuun videokampanjan trafikoinnin ohjeistuksen. Materiaalit olivat saapuneet viime viikolla ollessani poissa. Lounaan jälkeen tein useamman laskutuksen ja täytin kampanjatietoja asiakkaan mediakalenteriin. Toimitin viikoittaisen jatkuvan mainospaikan viikkoraportin asiakkaalle saatesanojen kera ensimmäistä kertaa. Huomenna ajattelin työskennellä kotoa. Tehtävälistalla on ainakin kustannuslaskelmien ja teknisten laatimista sekä materiaalivaihdoksia kampanjoihin.

Keskiviikkona työskentelin etänä. Aloitin päivän tekemällä kustannuslaskelmia ja tekniset-tiedoston. Toimitin ne asiakkuuspäällikölle, joka lähetti ne asiakkaille hyväksyttäväksi. Molempiin saatiin myöhemmin kuittaus. Valmistelin trafikoinnin ohjeistuksia ja huomenna aion tehdä kampanjoiden määräimet. Saimme viimein materiaalit, joiden piti tulla jo eilen ja ohjeistin ne ohjelmallisen ostamisen specialistille mahdollisimman nopeasti. Toimitin medialle kesätyökampanjan määräimen ja aloin tekemään trafikoinnin ohjeistusta spesialisteille. Viimeistelin asiakkaan mediakalenterin täyttämällä sinne tiedot puuttuneista kampanjoista. Muokkasin vaikuttajakampanjan määräimen, johon oli tullut muutoksia laskutuksen jälkeen. Kommunikoin asiasta talouden kanssa, jotta hyvitys saatiin tehtyä asiakkaalle. Tämän jälkeen tein muutaman raporttipohjan ja ohjeistin spesialisteja täyttämään ne. Ennen työpäivän loppua viestittelin sosiaalisen median specialistin kanssa, joka tuuraa lomien ajan vakituista teki-jää. Facebookin tuotekatalogi tuntuu tuottavan useimmiten haasteita sijaisille. Toivon, että onnistuimme korjaamaan haasteet ja mikäli ei täytyy huomenna jatkaa selvityksiä.

Torstaina aloitin päivän katsomalla sähköpostit ja Teams-viestit läpi. Eilen ennen työpäivän loppua viestittelin sosiaalisen median specialistin kanssa Facebookin tuotekatalogista, ja hän olikin heti aamusta laittanut viestiä, ettei ollut onnistunut tietojen siirtämisessä. Muistin,

että saimme asiakkuuden oikealta specialistilta aikaisemmin syksyllä ohjeet hänen lomaillessaan, joten toimitin ne sijaiselle, jos niistä löytyisi ratkaisu asiaan. Specialisti päätyi siirtämään tällä kertaa tiedot manuaalisesti ja tutkimaan asiaa lisää ennen seuraavia materiaaleja. Aamupäivällä tein eilen hyväksytyjen kampanjoiden määräimet. Tein jokaiseen kolmeen kampanjaan trafikoinnin ohjeistukset, jotka toimitin ohjelmallisen ostamisen specialistille. Kampanjat alkavat heti loppiaisen jälkeen, joten pyrin antamaan specialistille hieman enemmän aikaa kampanjoiden rakentamiselle. Iltapäivästä saatiinkin jo yhdet materiaalit, jotka sain toimitettua tänään eteenpäin. Toiseen kampanjaan materiaalit toimitetaan ensiviikon alussa ja yhdessä käytetään samoja kuin aikaisemmin.

Päivällä sain muutaman laskutukseen liittyvän kysymyksen taloustiimiltä, joita selvittelin yhdessä digistrategin kanssa. Huomasimme asiaa tutkaillessa, että olemme tehneet kaksi kertaa saman kampanjan laskutuksen. Oli hyvä, että talous kysyi ennen kuin laskuttivat asiakasta niin asia saatiin helposti korjattua. Vein asiakkaan dashboard-tiedostoon joulun vaikuttajakampanjan datan. Muokkasin ensin tiedoston sopivaan muotoon ja siirsin sen jälkeen tiedot. Asiakkaat näkevät kampanjoiden tuloksia omalta markkinoinnin dashboardiltaan. Lähes joka yrityksellä on käytössään jonkinlainen dashboard, josta nähdään visuaalisessa muodossa keskeiset suoritusmittarit. Dashboardin avulla voidaan arvioida, miten yrityksellä menee suhteessa asetettuihin tavoitteisiin. (Visser ym. 2022, 556.)

Tein kesätyö rekrytointikampanjaan alustavan ohjelmallisen videon trafikoinnin ohjeistuksen. Asiakkaalta ei ole saatu kaikkia tarvittavia tietoja, ja digistrategi kyselikin iltapäivästä niiden perään. Hän on jäämässä lomalle ja kampanjan käynnistämistä varten olisi hyvä saada tiedot mahdollisimman pian. Päivän lopussa jatkoin yrityksen sisäisen verkkokoulutuksen tekoa. Aiheena koulutuksessa on digitaalinen markkinointi. Olen tehnyt sitä aina silloin, kun ei ole mitään muuta akuuttia tekemistä. Ennen tietokoneen sulkemista asiakkaalta tuli vastaus kesätyö rekrytointikampanjaan, joten pääsen huomenna jatkamaan sen parissa ja laittamaan trafikoinnin ohjeistukset spesialisteille.

Perjantain aloitin päivän tekemällä kesätyörekrytointi kampanjan laskutuksen ja trafikoinnin ohjeistukset loppuun. Sen jälkeen kokosin oikeat materiaalit niin ohjelmalliseen videokampanjaan kuin sosiaalisen median kanaviin. Täydensin ohjeistuksessa käytettävän Excelin ja Planner-tehtävän. Pitkästä aikaa luin tänään sähköpostiini tulleita uutiskirjeitä ja yrityksen sisäisen sivuston artikkeleita. Lounaan jälkeen pidimme tiimiläiseni kanssa lomatuurauspalaverin. Tuuraan yhdessä asiakkuudessa hänen lomansa ajan. Kävimme läpi käynnissä olevat kampanjat ja niihin liittyvät tehtävät sekä tulevat että asiakkaan hyväksyntää odottavat. Kokosin muistiinpanot kaikesta mahdollisesta, vaikka olen muutenkin asiakkuudessa mukana. Olen itse lomalla ensi viikonlopun yhteydessä, joten tulevana maanantaina digitiimin palaverissa täytyy sopia joku toinen tuuraaja oman poissaoloni ajaksi. Loppupäivästä tein jatkuvien kampanjoiden laskutuksia ennen vuoden viimeisen työpäivän päättämistä.

8.2 Viikkoanalyysi

Tämän viikon osalta onnistuin omasta mielestäni olemaan tehokas ja sain aikaan sen mitä suunnittelinkin. Viikkoa leimasi jonkinlainen itsenäinen tekeminen, mikä saattoi johtua siitä, että työskentelin etänä enkä ollut toimistolla. Viikkoon mahtui rauhallisempia hetkiä työntäyteisten hetkien lomaan. Hetkittäin havahdun siihen, että olen oppinut jotain viimeisten kuukausien aikana. Vuoden viimeisen viikon kunniaksi tulee väkisinkin katsottua hieman taaksepäin ja pohdittua sitä mistä on aloittanut ja missä nyt on. Paljon on vielä opittavaa, mutta jos minulle olisi kerrottu muutama kuukausi sitten, että tulen seuraavan vuoden ensimmäisellä viikolla tuuraamaan yhdessä isossa asiakkuudessa, en olisi uskonut sitä.

Alkuviikosta oli useampi kampanja-aineistoihin ja teknisiin liittyvä työtehtävä. Sain asiakkaalta ensimmäistä kertaa tarjouspyynnön materiaalityöntöön ja display-aineiston animointiin liittyen, jota selvittelin yhdessä asiakkuuspäällikön ja mainostoimistotiimimme kanssa. Digisuunnittelijan vastuulla on toimittaa asiakkaalle aineisto-ohjeet eli tekniset, jotta kampanja voidaan toteuttaa suunnitelman mukaan. Eri julkaisijoiden aineisto-ohjeet voivat vaihdella ja siksi on tärkeää tietää tarkat ohjeet ja vaatimukset aineistoille. Vaatimukset koskevat yleensä mainosbannerin kokoa, tiedostokokoa, animaation kestoa sekä käytettävää click-tag parametria. Click-tag määrittää mihin verkkosivulle mainosbanneria klikkaamalla päätyy. (Visser ym. 2022, 298-299.) Sosiaalisen median alustoilla on omat mainosoppaansa, joista löytyy tiedot aineistoja varten. Facebook ohjeistaa sijoittelukohtaisesti esimerkiksi tiedostotyyppistä, kuvasuhteesta ja suosituksista tekstien pituuksiin sekä teknisistä vaatimuksista (Meta 2023a). Natiivimainonnassa on ostoalustan mukaan erilaisia aineisto-ohjeita. Readpeak ohjeistaa kirjoitustyylin, tekstien pituuksien, kuvan koon ja sen turva-alueiden osalta, jotta ne ovat natiivimainontaan sopivat (Readpeak 2022).

9 Seitsemäs viikko

Loppiaisen ja työnantajalta joululahjaksi saatujen vapaapäivien takia tiedossa on lyhyt kolmipäiväinen viikko. Alustavasti olen suunnitellut meneväni toimistolle sairastamisen jälkeen. Osa tiimistä lomailee ja palailee tiistaina takaisin töihin. Silloin toivottavasti ehdimme käydä yhdessä läpi asiakkuuksien tapahtumat poissaolojen ajalta.

Tuuraan ensimmäistä kertaa isossa asiakkuudessa, joten tiedossa on uudenlaista vastuuta. Kävimme asiat tarkasti läpi perjantaina yhdessä digistrategin kanssa, mutta silti jännityksellä odotan miten asiat viikon aikana sujuvat.

9.1 Päivittäinen raportointi

Suunnitelmieni mukaan menin maanantaina toimistolle työskentelemään. Tavanomaiseen tapaan viikko käynnistyi digitiimin yhteisellä viikkopalaverilla. Joskin meitä oli vain 3/6 paikalla, joten pidimme palaverin lyhyenä. Oli kuitenkin mukava vaihtaa kuulumiset vuoden alkajaisiksi. Asiakas toimitti jatkuvan kampanjoinnin YouTube-linkit ja laitoin ne eteenpäin ohjelmallisen specialistille. Valmistelin raporttipohjan ja laitoin kvartaaliraportointi pyynnön sosiaalisen median specialistille sekä SEM-tekijälle omasta asiakkuudestani. Pysin aikatauluttamaan specialistien työn niin, että ehdin katsoa jonkun kokoneemman kanssa raportin läpi ennen kuin toimitan sen asiakkaalle kuun puolivälissä.

Tänään oli vuoden ensimmäinen asiakaspalaveri. Asiakkuuden asiakaspäällikkö ja digistrategi olivat molemmat lomalla, joten osallistuimme printtitiimin jäsenen kanssa kahdestaan palaveriin. Täytyy jatkossa keskustella siitä, onko minun tarpeellista osallistua palaverihin. Kampanjoiden ostotavan muutoksen takia ei minulla varsinaisesti ole enää roolia. Ennen lounasta täytin viikoittaisen jatkuvan mainospaikan raportin ja pyrin hieman analysoimaan edeltävän viikon tuloksia. Kirjoitin muutamat saatesanat asiakkaalle raportin yhteyteen. Asiakkuuden digistrategian palatessa lomalta pitää keskustella hänen kanssaan siitä, mitä asioita on hyvä tarkastella, millaisia analyysejä ja päätelmiä mistäkin raportin luvusta voi tehdä. Onneksi käytössäni on aikaisemmat toimitetut analyysit, mutta vie varmasti hetken ennen kuin opin tarkastelemaan lukuja ja havaitsemaan syy-seuraussuhteita, joita voin sitten nostaa tarvittaessa esille. Lounaan jälkeen keskityin yhden kampanjan materiaalien tarkastamiseen ja trafikoinnin ohjeistuksen laatimiseen. Asiakkuuden ohjelmallisen ostamisen specialisti on lomalla, joten viestittelin hänen tuuraajansa kanssa Teamsin kautta tavanomaisen ohjeistus Excelin lisäksi. Saatua ohjeistuksen tehtyä, laadin valmiiksi kampanjan raportointitehtävän. Liitin tehtävään raportoinnissa käytettävän Excelin ja PowerPoint-pohjan. Iltapäivästä tein raportointipohjan muutamalle joulukuun kampanjalle. Latasin ne Teams-kanavalle ja ohjeistin ohjelmallisen ostamisen specialisteja raportoinnin aikataulusta. Toisessa kampanjassa oli samanaikaisesti TV-kampanja, joten samalla ilmoitin TV-suunnittelijalle, että hän voi täydentää tiedot samaan raporttipohjaan.

Tiistaiamu alkoi rauhallisesti ja yrityksen kaikkien tiimien yhteisen tiistaipalaverin parissa. Palaverista jäi päällimmäisenä mieleen henkilöstömuutokset muissa tiimeissä, joita oli osunut useampi vuoden vaihteeseen. Omaan tiimiini haetaan uutta Digital Traineeta eli harjoittelijaa samaan rooliin missä itse reilu puoli vuotta sitten aloitin. Viestittelin palaverin jälkeen tuuraavan specialistin kanssa asiakkaan sosiaalisen median kampanjoiden materiaaleihin ja kustannuslaskelmiin liittyen. Aamupäivällä pidimme esihenkilöni kanssa kahdenkeskisen palaverin, jossa keskustelimme työn alla olevista tehtävistä ja katsoimme hieman läpi oppinäytetyötäni.

Valmistelin alustavasti videokampanjan kustannuslaskelmaa, silmällä pitäen iltapäivällä pidettävää asiakkuuden viikkopalaveria. Minulla oli muutamia kysymyksiä liittyen asiakkuuden kampanjoihin, mutta sairaspöissaolon vuoksi palaveri peruuntui. Onneksi iltapäivällä pidimme statuspalaverin yhteisten asiakkuuksien tiimoilta lomalta palanneen digistrategin kanssa. Sain häneltä palaverin aikana vastauksia selvityksen alla olleisiin asioihin, kuten raportointiaika- tauluihin ja asiakkailta tulleeisiin viesteihin. Palaverin jälkeen oli hyvä olo siitä, että asiat tuntuivat olevan taas järjestyksessä enkä ole niin sanotusti yksin niiden kanssa. Laitoin mainostoimistoon ja asiakkaalle kyselyä puuttuvista aineistoista ja sainkin myöhemmin asiakkaalta vastauksen, että ne toimitetaan huomisaamuna. Välitin tiedon ohjelmallisen specialistille, sillä olin kertonut hänelle toimituspäivän olevan tänään. Iltapäivällä sain useamman kampanjan materiaaleja sähköpostiin. Tarkastaessani ensimmäisiä huomasin toimitettujen kuvakokojen olevan vääriä. Varmistin asian vielä muilta tiimi jäseniltä ja vastauksien pohjalta viestin asiakkaalle eri kokoisten materiaalien tarpeesta. Toivon asiakkaan pystyvän toimittamaan ne huomenna mahdollisimman aikaisin, sillä median aineisto-ohjeen mukaan ne olisi pitänyt toimittaa heille jo tänään.

Mainostoimisto ja asiakas toimittivat uusia materiaaleja jatkuvalle mainospaikalle. Tein valmiit ohjeistukset, jotka välitän huomenna ohjelmallisen ostamisen specialistille. Laitoin mainostoimistolle kyselyä, olisiko seuraavat materiaalit mahdollista saada huomenna. Jos materiaalit tulevat huomenna, voin itse ohjeistaa materiaalivaihdoksen. Mikäli materiaalit toimitetaan torstaina, sovin ohjelmallisen ostamisen tuuraajan kanssa, että hän hoitaa ne. Käymämme keskustelun lomassa kävi ilmi, että toimittamani ohjeistus tulevasta kampanjasta ei ollut saavuttanut häntä. Tieto tästä harmitti, sillä olin toimittanut sen jo perjantaina eli hyvissä ajoin, mutta en ollut muistanut laittaa siitä tietoa erillisellä viestillä. Huomiselle iltapäivälle varasin palaveriajan tiimini jäsenen kanssa, joka sijaistaa minua tuurauksessani lomapäivieni ajan. Ennen päivän lopetusta pyrin valmistelemaan muistiota tuurauksen ajalle. Tuntuu hieman haastavalle ja sille, että jotain unohtuu tai jää huomioitta. Toivon muistavani kaiken oleellisen tai että saisin itse hoidettua huomisen aikana keskeneräisenä olevat asiat.

Keskiviikkona menin työskentelemään toimistolle. Minusta on mukava tavata työkavereita ja jutella päivän aikana jonkun kanssa. Kotona yksin työskennellessä tulee helpommin istuttua työkoneen äärellä useita tunteja putkeen ilman taukoja. Toimistolla ollessa voi käydä kysymässä asiasta paikan päällä ja saada siten nopeammin vastauksen. Tänään oli viimeinen työpäivä ennen muutamia vapaapäiviä yhdistettynä loppiaiseen. Heti aamusta tuntui, että maailma pitäisi saada valmiiksi ennen kuin voin siirtyä vapaiden viettoon. Kyse on vain muutamasta työpäivästä, joten tunne oli hyvin turha.

Asiakkaalta tuli uusia materiaaleja jatkuville mainospaikoille ja pyyntö poistaa yksi tuote mainonnasta. Kommunikoitin muutostarpeista spesialisteja ja kuittasin asiakkaalle, kun nämä oli hoidettu. Taloustiimiltä tuli muutamia kysymyksiä laskuihin liittyen ja viestittelin

digistrategin kanssa yhdestä epäselvästä laskutusasiasta. En ehtinyt hoitamaan sitä tänään, sillä se vaatisi selvitystyötä taloustiimin kanssa. Laitoin kuitenkin tehtävistäni kärkeen seuraavalle työpäivälle. Toimitin asiakkuuspäällikön ohjeistuksella digistrategin paluuta odottaneet kustannuslaskelman ja tekniset asiakkaalle, kun strategi oli katsonut ne ensin läpi. Asiakas kuittasikin heti kustannuslaskelman, mutta materiaalituotannon osalta heidän pitää palata myöhemmin asiaan.

Iltapäivällä pidimme palaverin tuurausta vaativasta asiakkuudesta. Koitin kertoa mitä asiakkuudessa tapahtuu, millaisia kampanjoita on käynnissä, mitä todennäköisesti tulee tehtäväksi ja mikä voi odottaa paluutani. Kysyin kollegan rohkaisema asiakkaalta yhdestä hyväksyntää vaille olleesta kampanjasuunnitelmasta. Asiakas kuittasi, että kampanja on hyväksytty pienillä tarkennuksilla. Päivitin kustannuslaskelman ja pyysin toimittamaan kampanjan sosiaalisen median materiaalit. Samalla ilmoitin olevani vapaalla tiistaihin saakka ja kerroin tuuraajastani. Tämän jälkeen tein trafikoinnin ohjeistuksen, jonka toimitin eteenpäin ohjelmallisen ostamisen specialistille. Tein myös sosiaalisen median ohjeistuksen Planner-tehtävän muodossa. Asiakkuuden sosiaalisen median specialisti palaa lomalta maanantaina ja todennäköisesti materiaalit tulevat vasta ensiviikolla, joten en lähtenyt ohjeistamaan kampanjaa hänen tuuraajilleen. Ennen työkoneen sulkemista toimitin tuurausmuistion digitiimillemme. Ilmoitin erillisellä viestillä spesialisteille poissaolostani ja tuuraajasta. Huomasin saaneeni ensimmäisen lounaskutsun median edustajalta, päätin vastata viestiin palattuani vapailta. Lopuksi laitoin päälle sähköpostin poissaoloviestin.

Torstaina pidin työnantajalta joululahjaksi saadun vapaapäivän.

Perjantaina oli loppiainen.

9.2 Viikkoanalyysi

Normaalia lyhyempi viikko tuntui aika stressaavalle ja annettu vastuu lomatuurauksien osalta painavalta. Stressin syynä voi olla työn määrä, hallinnan puute, vähäinen palkitsevuus, työyhteisöriidat, epäreiluus, arvoriidat tai oma persoona. Stressiä voi aiheutua, jos työntekijällä ei ole riittävästi resursseja kuten osaamista työn järkevään suorittamiseen tai jos riittävä palautuminen ei ole mahdollista. Stressin taustalla voi olla se, ettei työ ole palkitsevaa aineellisesti kuten rahallisesti, tai aineettomasti kuten arvostuksen saamisen kautta. Kokemus yhteenkuuluvuudesta työyhteisön kautta auttaa jaksamaan työssä ja vastaavasti sen puute voi aiheuttaa stressiä, kuten työmäärän jakautuminen epätasaisesti tai epäoikeudenmukainen johtaminen. Stressiin voidaan vaikuttaa työyhteisössä eikä se ole vain yksilön asia. Stressiä voi ottaa haltuun suuntaamalla huomion muualle ja lähtemällä esimerkiksi kävelyille tai keskittymällä vain positiiviseen puoliin. Nämä keinot auttavat hetkeksi silloin, kun tilannetta ei voida välittömästi ratkaista. (Manka & Manka 2023, 223-226.)

Yksilön keinoja stressin hallintaan on useita ja tilanteeseen on hyvä hakea tukea ajoissa. Ajustusten jakaminen töissä tai läheisten kanssa, työterveyshuollon hyödyntäminen tai esimerkiksi kirjoittaminen voi auttaa löytämään ratkaisuja ja jäsentämään ajatuksia. (Nummelin 2008, 94-95.) Parhain keino on kohdata ongelmat ja tehdä toimia niiden ratkaisemiseksi eikä jäädä sivustakatsojaksi. Esimerkiksi kehittämällä työtä innostavammaksi ja itselle sopivammaksi sekä yhteishenkeä kasvattamalla voidaan lievittää stressiä. Lisäksi edistämällä palautumista ja omaa psykologista pääomaa sekä osaamista kehittämällä on mahdollista vähentää stressiä. (Manka & Manka 2023, 225-226.)

Tutustuin työpsykologin vinkkeihin lomailijalle ja jatkossa aion hyödyntää niitä lomien yhteydessä. Ennen lomaa on hyväksyttävä, ettei kaikkea voi saada valmiiksi. Esihenkilön kanssa voi keskustella tarpeen mukaan siitä mitkä työt tehdään valmiiksi ennen lähtöä lomalle. Lomalta paluuta voi helpottaa listaamalla kesken jäävät työtehtävät ja ne, joihin tarttuu töihin palatuaan ensimmäisenä. Olisi hyvä rauhoittaa lomaa edeltävät päivät eikä täyttää niitä liiallisella määrällä työtehtäviä. Töihin paluuseen kannattaa sopia palaveri esihenkilön tai tiimin kanssa, jossa voidaan käydä läpi työtilanne, jolloin sitä silloin tarvitse pohtia etukäteen. (Von Wright 2016.)

10 Kahdeksas viikko

Yritän saada takaisin arjesta kiinni tulevan viikon aikana. Edeltävät viikot ovat tuntuneet katkonaisilta pyhäpäivien, sairastelun ja vapaiden takia. Koitan saada työrytmistä kiinni ja onnistua hoitamaan työtehtäviä järjestelmällisesti ja tehokkaasti valmiiksi.

Viikon aikana selviää, miten onnistuin tuurauksen ohjeistamisesta ja oma tuuraukseni isossa asiakkuudessa päättyy. Tiedossa pitäisi olla ensimmäinen kehityskeskustelu esihenkilön kanssa. Loppuviikosta viimeistelen kvartaaliraportin ja toimitan sen asiakkaalle.

10.1 Päivittäinen raportointi

Maanantaina pidin työnantajalta joululahjaksi saadun vapaapäivä.

Tiistaina palasin arkeen vapaiden parista. Aamu käynnistyi jälleen sähköpostien ja Teams-viestien läpikäynnillä. En ole vielä tottunut viestimäärään, joka muutamassa päivässä tulee. Ei ihme, kun ajoittain päivät tuntuvat katkonaisille jatkuvan viestitulvan vuoksi. Tiistaiseen tapaan tänään oli koko yrityksen yhteinen tiistaipalaveri, jossa jälleen kuuli kaikkien tiimien kuulumiset. Palaverin jälkeen täydensin jatkuvan mainonnan raportin ja toimitin sen asiakkaalle lyhyiden saatesanojen kanssa. Yleensä raportti toimitetaan maanantaisin, mutta vapaapäivän vuoksi vasta tänään. Ilokseni huomasi, että kaikki näytti olevan raiteillaan, vaikka olinkin ollut vapaalla. Asiakkailta oli tullut muutamia viestejä, jotka vaativat huomiota. Yksi

kiireellinen kampanjasuunnitelma pyyntö, jota tuuraajani ei ollut ehtinyt aloittamaan maanantain aikana. Pyrin edistämään suunnitelmaa omin voimin mahdollisimman pitkälle, mutta iltapäivästä totesin odottavani huomiseen ja katsovani sen läpi lomalta palaavan digistrategin kanssa. Laitoinkin päivän päätteeksi hänelle Teams-viestin asiasta valmiiksi huomista varten. Sain talouden kanssa selvitettyä muutamat hyvityslaskuihin liittyvät asiat. On aina helpottavaa, kun asiat ratkeaa ja ne saa pois tehtävältä. Hoidin muutamat laskutukset mitä en ehtinyt edellisviikolla tehdä. Moni asia jäi vielä hoitamatta, mutta lopetin päivän kuitenkin ihan hyvillä mielin. Tuntuu, että sain päivän aikana otetta siitä mitä olinkaan tekemässä.

Keskiviikkona aloitin päivän jatkamalla siitä mihin eilen jäin. Työstin trafikoinnin ohjeistusta ja tarkistin materiaalit. Esitin muutaman kysymyksen ohjelmallisen ostamisen specialistille vuoden vaihteessa muuttuneeseen määräinkäytäntöön liittyen, joten en saanut vietyä asiaa heti loppuun. Keskustelin Teamsin välityksellä toisen asiakkuuden ohjelmallisen suunnittelijan kanssa tulevista kampanjoista ja materiaaleista. Keskustelimme digistrategin kanssa aloittamastani suunnitelmasta ja sovimme hänen tekevän sen loppuun. Puhuimme hänen lomansa aikana tapahtuneista asioista niin asiakkuuden kuin yrityksen sisäisten asioiden osalta. Pohdimme uusia toimintatapoja määräämiin ja laskutukseen liittyen. Totesimme, että tarvitaan lisää ohjeita, jotta toiminnasta tulee yhtenäistä eri tekijöiden kesken. Hän varasi torstaille palaveriajan, jotta voimme keskustella yhteisen asiakkuutemme ohjelmallisen ostamisen suunnittelijan kanssa asiasta. Lounaan jälkeen valmistelin muutaman kvartaaliraporttipohjan ja pyysin spesialisteja täydentämään tiedot aikataulun puitteissa. Toimitin asiakkaalle kuukausittaisen raportin. Sain muutamia kyselyitä taloudesta, joiden pohjalta viestitin specialistille, että saisin vaadittavat laskutustiedot ajoissa. Asiakas hyväksyi kampanjasuunnitelman, jonka jälkeen tein laskutuksen ja trafikoinnin ohjeistukset spesialisteille. Sain aamupäivällä esittämiini kysymyksiin vastaukset ja pystyin toimittamaan toisen kampanjan ohjeistuksen eteenpäin.

Sain ensimmäistä kertaa asiakkaalta puhelun liittyen Facebook kohdennuksiin. Tilanne oli uusi ja en ollut täysin varma sanomisistani. Onneksi asiakkuuden digistrategi oli toimistolla ja sain konsultoitua häntä puhelun lomassa. Puhelun jälkeen kysyin mielenrauhan vuoksi muutaman kysymyksen asiakkuuden sosiaalisen median specialistilta. Sain vahvistuksen, että olin sanonut oikein asiakkaalle. Hän neuvoi samalla asiakkaalta viime viikolla tulleen viestin suhteen ja toimitin asiakkaalle vastauksen Facebookin mainontaan liittyen. Ilmeisesti puhelu meni asiakkaan mielestä ihan hyvin, sillä heiltä tuli tieto uudesta kampanjasta päivän päätteeksi.

Torstaina aloitin päivän laskuttamalla jatkuvia ohjelmallisen kampanjoita, sillä ohjelmallisen ostamisen suunnittelija toimitti tiedot joulukuun toteutuneista mediabudjeteista. Keskustelimme hänen kanssaan uusista toimintatavoista laskuttamiseen liittyen ja sovimme jatkavamme keskustelua myöhemmin. Tein muutaman kampanjan laskutuksen saatuani kuittauksen ohjelmallisen suunnittelijalta. Kävin uudelleen läpi eilen illalla saapuneen sähköpostin

tulevasta kampanjasta. Valmistelin alustavasti materiaalihjeistusta ja kustannuslaskelmaa sekä tarkistin jo toimitetut materiaalit. Keskustelin kampanjasta ja esiin nousseista asioista asiakkuuden asiakkuuspäällikön kanssa. Hänen ohjeistuksella jatkoin asian selvitystä asiakkuuden digistrategin kanssa. Vastasimme yhdessä asiakkaan viestiin ja saimme asioita edistettyä oikeaan suuntaan.

Digistrategi perui iltapäivälle sovitun uusiin toimintatapoihin liittyvän palaverin ohjelmallisen suunnittelijan kanssa. Palaamme aiheen äärelle, kun olemme ensin saaneet lisäopastusta asiaan liittyen yhteisesti seuraavassa digiaamu-palaverissa. Tarkastelin oman asiakkaani kvartaaliraporttia, johon spesialistit olivat täydentäneet kampanjan tulokset. Huomenna katson sen läpi aikaisemman tekijän kanssa, ennen toimitusta asiakkaalle. Päivän aikana tuli käytyä useampia keskusteluita laskutusikäntöihin ja toimintatapoihin liittyen. Saimme yhdessä asiakkuudessa sovittua uuden toimintatavan tälle vuodelle. Digistrategi avasi keskustelun asiakkuuspäälliköiden suuntaan ja sovimme huomiseksi palaveriajan yhteisen asiakkaan sopimusten läpikäymiseksi. Ennen kotiinlähtöä toimitin asiakkaalle edellisen kuukauden videokampanjan raportin saatuani digistrategilta kuittauksen asialle.

Perjantaina heti aamusta aloitin työstämään kvartaaliraporttia, joka piti toimittaa tänään asiakkaalle. Sain apuja digistrategilta, joka on aikaisemmin hoitanut asiakkuutta. Tuntuu sille, ettei minulle ole vielä riittäviä taitoja tulosten analysointiin mitä raportointi vaatii. Toivon, että tuo taito pikkuhiljaa kehittyy. Iltapäivästä oli koko mediatoimistotiimin yhteinen palaveri. Kävimme läpi ajankohtaisia asioita ja vaihdoimme kuulumiset. Palaverin jälkeen ohjeistettiin materiaaliapäivitykset jatkuvaan mainontaan. Pidimme eilen sovitun palaverin laskutusikäntöistä yhdessä asiakkuusjohtajan ja -päällikön sekä digistrategin kanssa. Oli mukava keskustella asiakkuuteen liittyvistä asioista yhdessä. Yksi kampanja vahvistui ja loin laskutusta varten mediasuunnitelman sekä aloitin työstämään trafikoinnin ohjeistusta. Minulle heräsi muutamia kysymyksiä kustannuslaskelman ja materiaalien pohjalta, joten en vielä toimitannut sitä ohjelmallisen ostamisen osalta eteenpäin. Sosiaalisen median ohjeistuksen loin etukäteen mahdollisimman valmiiksi, vaikka materiaalit puuttuivat.

10.2 Viikkoanalyysi

Ensimmäinen kunnan kehityskeskustelu siirtyi seuraavalle viikolle. Vapaiden jälkeen sain huomata, että kaikki oli sujunut hyvin. Enkä ole siitä lainkaan yllätynyt näin jälkikäteen ajatellen. Työpsykologi von Wright (2016) suosittelee töihin palaamista keskellä viikkoa ja keholle sekä mielelle tulee antaa aikaa tottua työrytmiin. Päivittäisestä palautumisesta tulee huolehtia ja listan tekeminen työtehtävistä auttaa niiden tekemiseen yksi kerrallaan. Pidemmän loman jälkeen on hyvä tarkastella työtä uudesta näkökulmasta ja pohtia työkäytäntöjä uudelleen. (Von Wright 2016.) Viikkoon mahtui uusien asioiden opettelua, kun työstin ja toimitin ensimmäisen kvartaaliraportin omalle asiakkaalle.

Sain viikon aikana puhelun asiakkaalta liittyen kampanjan kohdennuksiin liittyen. Display-mainontaa voidaan kohdentaa, jotta mainonnan avulla tavoitettaisiin oikea henkilö oikeaan aikaan (Visser ym. 2022, 304). Digitaalisen markkinoinnin kohdentamismahdollisuudet voivat parantaa kampanjan tehokkuutta (Tuten 2024, 296). Tavanomaisia kohdennusvaihtoehtoja ovat yksittäinen mainospaikka, jossa mainos näkyy ennalta sovitusti tietyn ajan tai määrän. Jos kohdennuksena on ROS eli run of site, mainos näkyy tietyllä sivustolla useammassa paikassa. Jos kohdennuksena on RON eli run of network, mainos näkyy kaikissa julkaisijan verkoston verkkosivustoissa ja kohdentuu kaikille kävijöille. Jos kohdennuksena on ROC eli run of channel tai run of category, mainos näkyy tietyn kategorian kuten autoihin liittyvillä sivuilla. (Tuten 2024, 297; Visser ym. 2022, 305.) Edellä mainituista kohdennuksista huolimatta ei voida taata, että kohdeyleisö tavoitetaan mainonnan avulla. Julkaisijoiden tuottama data kohdeyleisöistä ei koskaan kerro yksittäisistä vaan keskivertokävijöistä. Parempien tulosten saavuttamiseksi kohdentamisessa hyödynnetäänkin yhä enemmän väestötietoa, kontekstia ja verkkokäyttäytymistä. (Visser ym. 2022, 305-306.) Kontekstuaalinen kohdentaminen tarkoittaa sitä, että mainosisältö on sovitettu yhteen sivun sisällön kanssa. Algoritmit tutkivat sivustoa ja etsivät nimettyjä avainsanoja ymmärtääkseen sivuston sisällön, ja mainos näkyy, mikäli sisältö on yhteensopivaa. Kohdentamista voidaan tehdä evästeistä ja tutkimuksista poimitun datan pohjalta sekä tunnistamalla käyttäjiä verkkokäyttäytymisen perusteella. Käyttäytymiseen pohjautuva kohdentaminen tarkoittaa sitä, että mainos näytetään käyttäjälle, joka esimerkiksi klikkaa tai vierailee tietyllä sivustolla. Yksi kohdentamisen muoto on retargeting eli uudelleenkohdistaminen. Mainoksia näytetään verkossa yksilöille, jotka ovat jo ilmaisseet kiinnostuksensa brändiin olemalla vuorovaikutuksessa sen kanssa. Kohdentamista voidaan tehdä look-a-like mallintamalla ensisijaista yleisöä, eli etsimällä yleisöä, joka käyttäytyy samaan tapaan kuin jo halutun toiminnon suorittaneet kuluttajat. Audience eli yleisökohdentaminen yhdistää yhden kuvaajan alle kaiken käyttäytymiseen perustuvan kohdentamisen mediaoston yhteydessä. (Tuten 2024, 297.)

Sosiaalisen median sivustoilla mainontaa voidaan kohdentaa hyvin tarkasti laajan käyttäjädatan vuoksi ja käyttäjiä on informoitava, jos tietoja käytetään mainontaan (Visser ym. 2022, 319-320). Facebookissa ja Instagramissa voidaan kohdentaa esimerkiksi kiinnostuksen, ikäryhmittäin, sijainnin ja sukupuolen mukaan (Meta 2023b). LinkedInissä on mahdollista kohdentaa toimialan ja työn mukaan. Twitterissä voidaan kohdentaa tietyn käyttäjätilin seuraajille ja kiinnostuksien mukaan. Googlen tytäryhtiö YouTube tarjoaa mahdollisuuksia kohdentaa muun muassa kiinnostuksen, sukupuolen ja iän mukaan (Google 2023; Visser ym. 2022, 319). Pinterestissa mainonnan kohdentamisen perustana on kiinnostuksen ja avainsanojen hyödyntäminen yhdessä sukupuolen, sijainnin ja kielen kanssa. Oikean kohderyhmän valitseminen on olennaista ja tärkeää hyvien tulosten saavuttamiseksi. Tarkasti kohdennettu mainonta on relevanttia ja johtaa todennäköisesti toivottuun toimenpiteeseen. Sosiaalisen median alustat

palkitsevat alhaisemmilla kustannuksilla, mikäli mainonta suoriutuu hyvin. (Visser ym. 2022, 319.)

11 Yhdeksäs viikko

Pitkästä aikaa tiedossa on normaali viikko ilman pyhäpäiviä tai vapaita. Heti maanantai iltapäivänä tiedossa on kehityskeskustelu esihenkilöni kanssa. Odotan tulevaa keskustelua mielenkiinnolla, vaikka en ole juurikaan valmistautunut siihen. Työtehtävien osalta lähtöasetelmat viikkoon ovat tavanomaiset. Muutamia kampanjoita on käynnistymässä tulevalla viikolla ja tiedossa on jatkuviin kampanjoihin sekä laskutuksiin liittyviä tehtäviä.

11.1 Päivittäinen raportointi

Viikko lähti pitkästä aikaa käyntiin digitiimin viikkopalaverilla, jossa kaikki olivat paikalla. Kävimme asiakkuuksien työtilanteet läpi ja varasimme kalentereista uuden ajankohdan tiimipäivälle maaliskuun alkuun. Tiimipalaverin jälkeen ehdin ohjeistaa materiaalilisäykset jatkuvalla mainospaikalle ja pyytää asiakkaalta YouTube-linkit videomainontaa varten. Maanantaiseen tapaan aamupäivästä oli viikoittainen asiakaspalaveri. Keskustelin viime viikolla palaveriin osallistumisesta asiakkuuden digistrategin kanssa, ja tämän päiväisen palaverin perusteella aion uudelleen kysyä asiasta. Sain apuja digistrategilta perjantaisiin kysymyksiini liittyen ja siten toimitettua trafikoinnin ohjeistuksen eteenpäin ohjelmallisen ostamisen suunnittelijalle.

Lounaan jälkeen pidimme kehityskeskustelun esihenkilöni kanssa. Viikkoja aikaisemmin olin täyttänyt itsearviointin valmiiksi ja se toimi keskustelun pohjana. Puhuimme saavutuksista ja onnistumisista, vahvuuksista sekä kehityskohdista. Esihenkilöni kertoi omia havaintojaan ja muilta työyhteisöni jäseniltä kerättyä anonyymiä palautetta. Oli mukava huomata, että olin onnistunut refleктоimaan omaa toimintaani hyvin samojen asioiden kautta mitä muut olivat nostaneet esille. Keskustelimme paljon siitä, miten työn sarkaa on suunnitteluun liittyvissä tehtävissä ja siitä, miten olisi hyvä luottaa jo hankittuihin taitoihin. Tavoite on kyetä jatkuvasti itsenäisempään toimintaan. Kävimme keskustelua siitä, että olisi hyödyllistä kerrata digisuunnittelijan työtehtävät ja odotukset roolissa toimiessa. Esitin toiveen kertauksesta muiden roolien tehtävistä, jotta tiedän entistä selkeämmin mitkä tehtävät ovat minun ja mitkä muiden vastuulla. Lisäksi yritin sanoittaa toiveitani tai odotuksia tulevasta, ja siitä millaiset toimintatavat mielestäni olisivat hyödyllisiä. Esitin toiveen digitiimin sparraustuokiosta, että se nähtäisiin arvokkaana ja hyödyllisenä tapahtumana, johon ihmiset olisivat halukkaita käyttämään aikaansa ja jakamaan taitojaan ja oppejaan. Jatkotehtävänä keskustelun jälkeen kirjaan ensi viikon kahdenkeskistä keskustelua varten kolme konkreettista tavoitetta tulevalle vuodelle. Loppupäivästä selvittelin muutamia laskutusasioita, avasin uusia mediasuunnitelmia

tälle vuodelle sekä ohjeistin yhden kampanjan trafikoinnin. Täydensin ja toimitin viikoittaisen jatkuvan mainonnan raportin asiakkaalle.

Tiistaina päivä käynnistyi rauhallisesti. Pitkin päivää tuli käytyä useampia keskusteluita oman sekä muiden tiimien jäsenten kanssa. Toimistolla oli vähän ihmisiä, ja useamman keskustelun aiheena oli etätyö ja toimistolla työskentely. Keskustelimme molempien hyvistä sekä huonoista puolista. Omasta mielestäni olisi mukavaa, kun toimistolla olisi enemmän väkeä ja syntyi spontaaneita keskusteluita. Yhteistyöntuntua voisi olla enemmän, kun oltaisiin konkreettisesti samassa tilassa saman aiheen äärellä. Itsenäinen työskentely saattaa tuntua tehokkaalle, mutta mielestäni olisi mukavaa, jos yhteisöllisyys ja keskustelut olisivat osa työpäivää. Tavanomainen tiistaipalaveri pidettiin hyvin lyhyenä, sillä esihenkilöillä alkoi kahden päivän koulutus. Päivän aikana täytin jatkuvan mainonnan Facebook tuotekatalogia, tein trafikoinnin ohjeistuksen loppuun ja toimitin sen eteenpäin. Pidimme statuspalaverin yhteisistä asiakkuuksista yhdessä digistrategin kanssa. Iltapäivällä oli pitkästä aikaa yhden asiakkuuden parin viikon välein toistuva sisäinen palaveri missä käytiin läpi käynnissä olevat ja tulossa olevat kampanjat. Työstin valmiiksi yhden videokampanjan kustannuslaskelman ja lähetin sen asiakkaalle hyväksyttäväksi. Jatkoin eilen aloittamaani laskutukseen liittyvän asian hoitamista, mutta en vielä saanut vastausta, jotta olisin saanut vietyä asian tänään loppuun. Tätä päivää leimasi jonkinlainen vetämättömyys. Huomenna uudella energialla uutta yritystä.

Keskiviikkona tein ensimmäiseksi yhden vaikuttajalaskutuksen ja toimitin, määräimen medialle. Ilmoitin sen jälkeen asiakkaalle, että laskutus on hoidettu. Pidimme tiimini jäsenen kanssa palaverin asiakkuuden siirtoon liittyen. Esihenkilömme ei ole keskustellut asiasta kansani, joten kollegani kertoi minkälaisesta asiakkaasta, on kyse ja millaisia kampanjoita edeltävänä vuonna on tehty. Tällä hetkellä itselläni on hieman epäselvä olo, siitä missä asiakkuuksissa olen mukana, mitä minulta niissä odotetaan ja mitkä tehtävät ovat minun vastuullani. Toivon, että ensiviikon kahdenkeskisessä palaverissa jatkamme kehityskeskustelussa aloitettua keskustelua aiheesta. Olen tällä viikolla pohtinut mitä olisin itse voinut tähän mennessä tehdä toisin tai mitä olisin voinut niin sanotusti vaatia muilta tiimini jäseniltä. Koen hankalaksi vaatia pääsyä osallistumaan asioihin, joiden olemassaolosta en ole tietoinen, kuten esimerkiksi asiakaspalaverihin. Pyrin jatkossa ottamaan aikaisempaa aktiivisemmin keskusteluun nämä asiat. Tiimini jäsen ehdotti listaamaan ylös asiakkuudet ja työtehtävät mitä olen tähän mennessä tehnyt tai mitä tällä hetkellä teen. Iltapäivästä aloitin tehtävälistan tekemisen samalla, kun pohdin ensi vuodelle asetettavia tavoitteita.

Keskiviikkoiseen tapaan ohjeistin jatkuvan mainonnan materiaaliveikotukset ohjelmallisen specialistille. Päivitin valmiiksi tämän kuukauden kampanjat asiakkuuden mediakalenteriin. Keskustelin talouden kanssa yhden asiakkuuden laskutus sopimuksista, sillä vuoden vaihteen takia avasimme uudet mediasuunnitelmat ja tulimme asiakkuusjohtajan ja -päällikön sekä digistrategin kanssa siihen tulokseen, että ne on hyvä tarkistaa tässä vaiheessa. Täytin tänään

Facebookin tuotekatalogia sosiaalisen median spesialistin apuna. Asiakkaalta myöhässä tulleiden aineistojen takia teimme tehokasta yhteistyötä sosiaalisen median tiimin harjoittelijan kanssa asian parissa. Päivän aikana kävin antoisia keskusteluita muiden toimistolla olleiden kanssa.

Torstaipäivän aluksi osallistuin TV-median vierailuun. On mielenkiintoista oppia ja kuulla lisää kaikista medioista. Uskon, että se auttaa hahmottamaan koko mediakenttää ja kehittää omaa osaamista. Tarkistin eilen saapuneet materiaalit ja kommunikoin muutamasta puutteesta mainostoimistolle. Sen jälkeen ohjeistin kampanjan trafikoinnin sosiaalisen median spesialisteille ja ohjelmallisen ostamisen suunnittelijalle. Iltapäivällä pidimme digitiimin sparraustuokion. Tällä kertaa kävimme keskustelua yhteisten tehtävien kautta. Ensin jokainen kertoi yhden positiivisen asian kuluneesta viikosta. Tämän jälkeen jokainen listasi kolme asiaa missä tiimimme on hyvä ja missä on kehitettävää. Kävimme nämä läpi vuorotellen niin, että jokainen sai vuorollaan kertoa yhden ylös kirjoittamansa asian. Vastaukset koottiin listaksi ja ohessa käytiin keskustelua. Mielestäni saimme aikaan hyvää keskustelua ja palaverista jäi mukava olo. Palaverin jälkeen tein määräimet sekä työstin tekniset yhteen tulevaan kampanjaan. Loin valmiiksi trafikoinnin ohjeistus tehtävät ja raportointipohjat. Kysyin asiakkaalta tarkennusta viime viikolla tulleeisiin materiaaleihin liittyen, sillä sosiaalisen median spesialisti kampanjaa rakentaessaan kysyi tarkentavan kysymyksen. En vielä tänään saanut vastausta asiakkaalta. Tänään työpäivä oli hieman lyhyempi, sillä osallistuin illasta median järjestämään sushikouluun.

Perjantaina asiakas oli vastannut eiliseen viestiini ja sain toimitettua uudet päivitettyt aineistot spesialisteille. Aamulla oli jälleen sisäinen digiaamu-palaveri, jossa käytiin läpi uusia toimintatapoja, jotka otettiin vuoden vaihteessa käyttöön. Aiheesta esiin nousseita kysymyksiä käsiteltiin vapaan keskustelun muodossa. Palaverin loputtua työstin tekniset-dokumenttia tulevaan kampanjaan ja loin määräimet laskutusta varten. Pidettyäni lounastauon toimitin tekniset dokumentin asiakkaalle, saatuani ensin digistrategilta kommentit. Ohjeistin jatkuvan mainonnan materiaaliapäivityksen sekä kysyin asiakkaalta puuttuvista materiaaleista. Iltapäivällä osallistuin ensimmäiseen englanninkieliseen asiakaspalaveriin. Oli mielenkiintoista päästä kuunteluoppilaaksi palaveriin ja tutustumaan uuteen asiakkaaseen. Pohdin hieman osaanko sanoa tarvittaessa mitään järkevää ja esitellä itseni. Sain sanottua jotain, mutta varmasti jatkossa taidot tältäkin osin kehittyvät. Autoin toisen tiimin jäsentä määräinten kanssa ja tarkistin mainostoimistosta tulleet materiaalit. Jatkan trafikoinnin ohjeistuksien parissa ensi viikolla.

11.2 Viikkoyhteenveto

Viikosta jäi päällimmäisenä mieleen keskustelut. Viikko alkoi kehityskeskustelulla esihenkilön kanssa. Hyvä kehityskeskustelu on eteenpäin katsova, innostava sekä merkityksellinen osallistujilleen (Hyppänen 2019, Gladin 2023 mukaan). Erityisasiantuntija Clottes Heikkilän (2022) mielestä kehityskeskustelua ei voida korvata arkisella vuorovaikutuksella, vaan sen äärelle tulee aidosti pysähtyä (Sarkkinen, 2022). Keskustelu sujui mielestäni hyvin ja siitä jäi positiivinen tunne. Keskustelu oli syvällisempää kuin viikoittaisissa kahdenkeskisissä palavereissa. En osannut erityisemmin valmistautua keskusteluun, enkä muistanut jo etukäteen tehtyä itsearviota, mikä lopulta toimi hyvin keskustelun pohjana. Yksi asiantuntija Hyppäsen (2019) vinkeistä kehityskeskusteluun valmistautumiseen on omien ajatusten, uskomusten ja tuntemuksien tunnistaminen ja tunnustaminen (Glad 2023).

Tiistaina kävin hyviä keskusteluita etätyöstä ja toimistolla työskentelystä niin oman tiimin kuin muiden tiimien jäsenten kanssa. Onnistuneen hybridityön edellytyksenä on muun muassa sitä tukeva johtaminen, toimiva työympäristö ja yhteistyö eri sidosryhmien välillä sekä riittävä itseohjautuvuus sekä osaaminen (Eklund ym. 2021, 24). Keskusteluissa nousikin esille yhteistyöhön ja vuorovaikutukseen liittyvät asiat. Torstainen sparraushetki digitiimin kanssa antoi mahdollisuuden jakaa ajatuksia siitä, missä olemme hyviä ja missä meillä on kehitettävää. Onnistuimme saamaan mielestäni hyvää ja kehittävää avointa keskustelua tiimimme yhteistyön tilasta.

12 Kymmenes viikko

Viimeinen seurantaviikko ja viikot ovat kuluneet todella nopeasti. Viikon aikana on tiedossa ensimmäinen asiakkaalle pidettävä kvartaalipalaveri, johon osallistun. Odotan mielenkiinnolla, että pääsen tapaamaan asiakkaan yhteyshenkilöitä Teams-palaverissa pelkkien sähköpostien sijaan. Tulevalla viikolla on tarkoitus asettaa kehitystavoitteet seuraavalle vuodelle yhdessä esihenkilön kanssa. Olen pohtinut sopivia tavoitteita itsenäisesti kehityskeskustelun jälkeen. Keskiviikkona on jälleen mediapäivä ja aion osallistua useampaan esitykseen.

12.1 Päivittäinen raportointi

Tavanomaiseen tapaan viikko alkoi digitiimin viikkopalaverilla. Palaverin jälkeen täytin ja toimitin viikoittaisen raportin asiakkaalle jatkuvasta mainonnasta. Aamupäivällä oli viikkopalaveri asiakkaan kanssa. Puhuimme yhdessä asiakkuuspäällikön ja digistrategin kanssa, etten jatkossa osallistu palaveriin. Mikäli ilmaantuu jotain, missä työpanostani tarvitaan digistrategi välittää tiedon minulle.

Kysyin toiselta asiakkaalta viime viikolla toimittamani kustannuslaskelman hyväksynnän perään, ja kävi ilmi, ettei budjetit olleetkaan ajan tasalla. Päivitin kustannuslaskelman ja asiakkuuspäällikkö toimitti sen saatesanojen kera asiakkaalle. Kampanjan on tarkoitus alkaa ensi viikolla. Tarkastin perjantaina toimitetut materiaalit ja tein trafikoinnin ohjeistukset kampanjalle. Kerrankin hyvissä ajoin, eli kaksi viikkoa ennen kampanjan alkua. Iltapäivällä osallistuin ensimmäiseen raportointipalaveriin. Ennen palaveria katsoin läpi raportin, jotta olisin paremmin perillä mitä asioita käydään läpi. Varmistin spesialisteilta, että nopealla aikataululla tulut kampanja on lähtenyt varmasti käyntiin ja toimitin asiakkaalle heidän toivotat kuvakaappaukset sosiaalisen median mainoksista. Olin palaverissa kuuntelijan roolissa, mutta oli mukava päästä osallistumaan. Pääsin kuulemaan miten digistrategi ja asiakkuuspäällikkö kävivät asioita läpi sekä näkemään miten asiakkaat kommentoivat kampanjan tuloksia.

Pidimme kahdenkeskisen palaverin esihenkilöni kanssa ja kirjasimme tavoitteet seuraavalle vuodelle. Olin hieman kirjoittanut ajatuksiani ylös viime viikkoisen kehityskeskustelun pohjalta. Yhdessä muotoilimme tavoitteiksi alustaosaamisen kehittämisen, raportointi ja analyysiosaamisen kehittämisen sekä suunnitteluosaamisen kehittämisen. Osallistuin iltapäivästä hetkeksi opinnäytetyötapaamiseen Zoomissa, jossa kerroin opinnäytetyöni edistymisestä. Jatkettuani töitä sain kuulla, että yksi kampanja ei ollut toteutunut suunnitelman mukaan ja kuten olin sen ohjeistanut. Tuollaiset harmittaa, sillä en ainakaan muista, että siitä olisi esitetty mitään kysymyksiä. Ohjelmallisen ostamisen suunnittelija ei osannut selittää, miksi näin oli tapahtunut. Ennen päivän lopetusta tein yhden trafikoinnin ohjeistus Excelin. En vielä toimitanut sitä ohjelmallisen suunnittelijalle vaan jatkan sen parissa huomenna.

Tiistaiaamulla oli jälleen tiistaipalaveri. Osallistuin pitkästä aikaa palaveriin menemällä paikankäälle neuvotteluhuoneeseen. Tänään toimistolla oli paljon ihmisiä, melkein ruuhkaksi asti. Täytin tuotekatalogia sosiaalisen median jatkuvaa mainontaa varten. Asiakas kuittasi tulevan videokampanjan hyväksytyksi ja tein laskutusta varten kampanjan määräimet. Toimitin trafikoinnin ohjeistuksen eteenpäin, kun sain digistrategilta vastauksen budjettijaosta käytössä olevien kanavien välillä. Pyysin ohjelmallisen ostamisen specialistilta pienen tilannekatsauksen käynnissä olevista kampanjoista. Toisesta tulevasta kampanjasta keskustelimme yhdessä digistrategin ja ohjelmallisen ostamisen suunnittelijan kanssa. Laitoin eilen aloittamani trafikoinnin ohjeistuksen eteenpäin keskustelun pohjalta.

Keskiviikkona oli jälleen mediapäivä ja pääsin osallistumaan useampaan esitykseen. Päivän mediat ja aiheet liittyivät display-, in gaming- ja natiivimainontaan sekä keskustelemaan mainontaan. Tällä hetkellä tuntuu, että kaikki tieto on hyödyllistä. On kuitenkin mukava huomata, että asiat alkavat kuulostaa tutuille ja esityksiä on aikaisempaa helpompi seurata. Päivän aikana työstin kustannuslaskelmaa ja tekniset-tiedostoa. En tänään saanut toimitettua niitä asiakkaalle, koska odotan ohjelmallisen ostamisen suunnittelijalta tietoa siitä, millaisia display-kokoja on käytettävissä valituissa kanavissa. Keskiviikkoiseen tapaan ohjeistin

jatkuvan mainonnan materiaaliapäivitykset ja sosiaalisen median specialistille tulevan kampanjan. Kävin keskustelua specialistin kanssa asiakkaalta tulleeseen kysymykseen liittyen. Välitin tiedot digistrategille, joka vastasi asiakkaalle. Pyrin työstämään valmiiksi kansainvälisen asiakkuuden raportointi Exceliä, mutta joudun jatkamaan sen parissa toisena päivänä.

Torstaiamusta toimitin asiakkaalle kustannuslaskelman hyväksyttäväksi. Asiakas kuittasi sen nopeasti ja lähetin tekniset-tiedoston aineistoja varten. Tänään ohjeistin materiaaliapäivityksiä jatkuvaan mainontaan. Osallistuin asiakaspalaveriin, jossa käytiin läpi uuden asiakkuuden käytäntöjä. Paljon uusia asioita ja olin lähinnä kuuntelijana. Päivän aikana opin sen, ettei Facebook ja Instagram Stories-sijoitteluissa käytetä ollenkaan tekstejä, vaikka Metan aineisto-ohjeistuksissa löytyy tekstisuositukset kyseiseen sijoitteluun. Päivään sisältyi määräämiin liittyviä selvityksiä yhdessä digistrategin ja ohjelmallisen suunnittelijan kanssa. Kysyin apua taloudesta ja toivottavasti saan selkeät ohjeet siihen, miten toimia.

Perjantai ja viimeinen seurantajakson päivä alkoi suunnittelutehtävällä. Asiakkuuden digistrategi oli saanut pyynnön täydentää tiedot tämän päivän aikana. Yritin auttaa häntä parhaani mukaan, mutta isoimman avun antoi ohjelmallisen ostamisen specialisti. Ilman hänen työpanostaan emme olisi saaneet tietoja täydennettyä ajallaan. Perjantaiseen tapaan toimistolla oli rauhallista, joten päivään mahtui mukavia keskusteluita paikalla olleiden kanssa. Ohjeistin jälleen jatkuvan mainonnan materiaali-vaihdokset. Tarkastin tulevan kampanjan aineistoja, jotka mainostoimiston toimitti. Iltapäivästä oli mediatoimistotiimimme yhteinen palaveri, joka pidetään joka toinen viikko. Keskustelimme uusien toimintatapojen sujuvuudesta, palaverin ajankohdasta ja siitä miten pyritään selkeyttämään työn ja vapaa-ajan rajaa välttämällä viestien lähettämistä iltaisin klo 18 jälkeen.

12.2 Viikkoanalyysi

Seurantajakson viimeinen viikko sujui hyvin samaan tapaan kuin useimmat viikot tähänkin asti. Mieleen jäi, maanantaina asetut tavoitteet sekä asiakaspalaverit. Gladin (2022) mukaan työelämän asiantuntija Hyppänen (2022) toteaa, että kehityskeskustelussa olisi tärkeää keskustella työn sisällöstä, menetelmistä sekä merkityksellisyydestä. Kehityskeskustelussa asetettujen tavoitteiden määrän tulisi olla sellainen, että ne on helppo muistaa ja sisäistää. Asetetut tavoitteet voivat ihmisen mukaan keskittyä siihen mitä on saatava aikaiseksi tai siihen mitä tulee tehdä, jotta tavoite saavutetaan. Asetettujen tavoitteiden tulee olla ihmiselle tärkeitä, ei vain yhtiölle. (Hyppänen 2022, Gladin 2022 mukaan.)

Perjantaina nopealla aikataululla työstetty mediasuunnitelma havahdutti jälleen siihen, miten paljon opeteltavaa on. Kyseessä oli ensimmäinen kerta, kun osallistuin mediasuunnitelman laatimiseen. Mediasuunnitelma sisältää tiedon käytettävistä verkostoista ja verkkosivustoista, joihin mainokset halutaan sijoittaa yhdessä budjettijaon, ostotavan ja -hinnan kanssa sekä os-
toaikataulun. Hyvä mediasuunnitelma sisältää tiedon kampanjan odotetusta lopputuloksesta.

Mediasuunnitelmaa tehdessä pitää etsiä vastauksia siihen, mistä haluttu kohdeyleisö löydetään ja miten heidät tavoitetaan, missä sivustoilla he vierailevat, mitä he tekevät verkossa ja miten sieltä voidaan ostaa mainostilaa. Yksinkertaisimmillaan mediasuunnitelma voi olla Excel-taulukko. Suunnitelmaa ja tehtyjä valintoja kuvataan tarkemmin esitysmuodossa tai täydentävässä dokumentissa. (Visser ym. 2022, 311.)

Onnistuneen kampanjan taustalla on hyvä suunnitelma. On tärkeää määrittää, ketä kampanjalla halutaan tavoittaa eli kohdeyleisö. Kohdeyleisöä voidaan kuvata sosiodemografisten muuttujien kuten iän, sukupuolen, tulotason tai käyttäytymisen tai kiinnostuksen kohteiden avulla. Mikä on mainoksen viesti tai mitä halutaan korostaa, kilpailukykyisellä ehdotuksella voidaan houkuttaa potentiaalisia asiakkaita. On hyvä pohtia mitä myös sitä, mitä kilpailijat tekevät. Kaikki alkaa kuitenkin tavoitteesta ja on tärkeää määrittää etukäteen mitä kampanjalla tavoitellaan ja halutaan saavuttaa. Asetetun tavoitteen avulla on mahdollista määrittää, milloin kampanja on onnistunut. (Visser ym. 2022, 309.)

13 Yhteenveto ja pohdinta

Onnistuin pysymään aikataulussa kymmenen viikon ajan ja kirjoittamaan päiväkirjaa päivittäin. Työpäivien analysointi ja kirjaaminen teki työstä näkyvämpää ja konkreettisempaa. Kirjoittamisen lomassa tuli selkeytettyä itselle päivän tapahtumat ja viikkoanalyysit antoivat hyvän mahdollisuuden pohtia mennyttä sekä tulevaa työviikkoa. On opettavaista alkaa työstämään omaa tekstiään ja havahtua huomaamaan mitä kaikkea on tullut tehtyä viikkojen aikana. Ilman päiväkirjamuotoista opinnäytetyötä en olisi pohtinut uuden uran alussa näin konkreettisesti työpäivieni sisältöä ja suorittamiani työtehtäviä.

Asetin tavoitteiksi ennen opinnäytetyön aloittamista kampanjan suunnittelun alusta asti. Tämä tavoite ei toteutunut 10 viikon päiväkirjaraportoinnin aikana. Viikkojen aikana huomaisin, miten paljon minulla on opittavaa liittyen digisuunnitteluun ja minkälaista panostusta osaamisen kehittyminen vaatii. Digisuunnittelun haltuunotto työpäivien aikana täysin itsenäisesti ei ole mahdollista, vaan se vaatii sen, että työyhteisö yhdessä työtehtävien kanssa mahdollistaa oppimisen. Pääsin alkuun osallistumalla kesätyökampanjan suunnitteluun asiakkuuden digistrategin kanssa, mutta itsenäiseen työskentelyyn käsiksi pääseminen vaatii lisää perehdytystä ja opastusta. Itsenäisesti tutustumalla erilaisiin lähteisiin opin lisää eri mainonnanmuodoista, kohdentamisesta ja mediasuunnittelusta.

Sain paljon oppia asiakastyöstä ja ensimmäisen oman asiakkuuden. Pääsin tapaamaan asiakkaita kasvotusten ja etäpalaverissa. Kommunikoin viikkojen aikana enenevässä määrin useampien asiakkaiden ja medioiden kanssa. Aikaisemmalla urallani olen tehnyt paljon asiakastyötä, mutta olen havainnut miten erilaista, on kommunikoida asiakkaiden kanssa

sähköpostein ja etäpalavereissa. Ajoittain kaipaen suurempaa kontaktia asiakkaiden kanssa, sillä huomaan heidän jäävän suhteellisen etäiseksi. Itse kokisin hyödylliseksi tavata asiakkaat kasvotusten, sillä sen jälkeen etäyhteydenpitokin todennäköisesti tuntuisi luonnollisemmalle. Viestintä asiakkaiden kanssa tuntuu ajoittain raskaalle, sillä en koe tuntevani vastaanottajia, joten jokaista viestiä tulee kirjoitettua tarkkaan harkiten.

Onnistuin tavoitteissani harjoittelun aikana opittuihin työtehtäviin liittyen. Kustannuslaskelmien, trafikoinnin ohjeistuksien ja teknisten tekeminen sujuu oman arvioni mukaan aikaisempaa paremmin. Olen pystynyt tuottamaan dokumentteja ja ohjeistuksia aikaisempaa itsenäisemmin, mistä on todennäköisesti ollut hyötyä niissä asiakkuuksissa, joissa olen mukana. Olen kehittynyt kampanjoiden ohjeistamisissa ja seurannassa. Olen oppinut kommunikoidaan erilaisissa tilanteissa sisäisesti eri tiimien kanssa sekä ulkoisesti asiakkaiden sekä medioiden kanssa. Kävimme raportointiin liittyviä asioita läpi kuluneiden viikkojen aikana. Osaan tällä hetkellä tuottaa raportoinnissa käytettäviä dokumentteja, mutta analysointiin on keskityttävä jatkossa enemmän. Osaamisen taso raportoinnin suhteen ei vielä kehittynyt sellaiselle tasolle, että hallitsisin sen itsenäisesti. Seurantajakson aikana toimitin ensimmäisen kvartaaliraportin asiakkaalle tiimin jäsenen avustamana. Yksittäisten kampanjoiden raportointi tuntuu tois-taiseksi vaikealle, sillä en ole osallistunut niiden suunnitteluun. Specialistien koostama data on haastavaa tulkittavaa, sillä en osaa määrittää milloin tulokset ovat hyviä, milloin huonoja tai jos jokin olennainen tieto puuttuu. Toivon saavani lisää tukea raportoinnin ja vaadittavien tunnuslukujen opetteluun.

Pyrkimykseni oli saada luottamusta omaan tekemiseeni uudessa roolissa ja sama teema nousi esiin kehityskeskustelussa esihenkilöni kanssa. Havaitseen kehitystä asian suhteen, mutta tiedostan samalla vahvasti, että kaipaen paljon lisävarmuutta. Olen aikaisemmassa ammatissani oppinut olemaan alan ammattilainen ja toivoisin osaavani uudessa työssä asioita samanlaisella varmuudella. Varmuuden saavuttamiseksi haluaisin laatia selkeämmät askelmerkit yhdessä esihenkilön ja tiimini kanssa siitä, mitä taitoja ja osaamista otan seuraavaksi haltuun, kuka minua opastaa ja miten sille otetaan aikaa työpäivien aikana.

Päiväkirjamuotoisen opinnäytetyön toteuttaminen antaa toimeksiantajalle mahdollisuuden nähdä millaisia työpäivät ovat ja millaisia tehtäviä niihin sisältyy. Opinnäytetyön seurannan aikana syntynyt kuvaus työpäivistä auttaa roolin, työtehtävien sekä tarvittavan osaamisen kehittämisen suunnittelussa laajemmin toimeksiantajayrityksen sisällä. Työpäivien tapahtumien kirjaamista ja päiväkirjaseurantaa voidaan hyödyntää jatkossa uusien työntekijöiden perehdyt-tyksen osana. Seurannan tekeminen antaa esihenkilölle uuden näkökulman työntekijän työpäi-viin ja auttaa perehdyt-tyksen suunnittelussa. Seuranta tuo vaadittavat kehityskohteet selke-ämmin esille ja niihin voidaan helpommin syventyä yhdessä työntekijän kanssa.

Lähteet

- Baker, K. 2022. What is CPM and why your marketing team should care. Blogikirjoitus. HubSpot. Viitattu 10.4.2023. <https://blog.hubspot.com/marketing/cpm-meaning>
- Eklund, A., Jääskeläinen, H., Salminen, J. & Lindholm, T. 2021. Hybridijohtaminen. Espoo: Brik.
- Glad, L. 2022. Millaisia tavoitteita kehityskeskustelussa pitäisi asettaa? Asiantuntija ihmettelee työnantajien yleistä toimintatapaa. Duunitori. Viitattu 20.3.2023. <https://duunitori.fi/tyoelama/kehityskeskustelu-tavoitteiden-asettaminen>
- Glad, L. 2023. Osaatko toimia oikein kehityskeskustelussa? Lue asiantuntijan neuvot työntekijälle ja työnantajalle. Duunitori. Viitattu 20.3.2023. <https://duunitori.fi/tyoelama/kehityskeskustelu-vinkit>
- Google 2023. Kohdistaminen videokampanjoissa. Viitattu 8.4.2023. <https://support.google.com/youtube/answer/2454017?hl=fi>
- Kuhlamppi, K. 2023. Yksinkertaisesti selkeä. Talouselämä 5/2023. Helsinki: Alma Talent, 60-61.
- Kurttila, M & Aalto, P. 2021. Pomon parhaat ratkaisut. 2. painos. E-kirja. Helsinki: Kauppamari.
- Lovell, D. 2017. Native advertising: The essential guide. Lontoo, Iso-Britannia: Kogan Page.
- Manka, M-L. & Manka, M. 2023. Työhyvinvointi. 3.painos. E-kirja. Helsinki: Alma Talent.
- Meta 2023a. Facebookin mainosopas. Viitattu 8.4.2023. <https://fi-fi.facebook.com/business/ads-guide/update/image>
- Meta 2023b. Mainoksen kohdentaminen kohderyhmälle. Viitattu 8.4.2023. <https://fi-fi.facebook.com/business/ads/ad-targeting>
- Microsoft 2023. Microsoft Planneriin kirjautuminen. Viitattu 10.4.2023. <https://support.microsoft.com/fi-fi/office/microsoft-planneriin-kirjautuminen-fe43c972-5a95-4071-86d4-423a64a3b21e>
- Nummelin, T. 2008. Stressi haastaa työkyvyn - varhainen puuttuminen esimiehen työkaluna. E-kirja. Helsinki: Alma Talent.
- OpenAI 2022. Introducing ChatGPT. Blogikirjoitus. Viitattu 28.3.2023. <https://openai.com/blog/chatgpt>

Pyyhtiä, T., Roponen, S., Frosterus, N., Mertanen, P., Vastamäki, R., Syväniemi, A., Markkula, T., Gummerus, M., Räsänen, S. 2017. Digin mitalla 2.0: Verkkomarkkinoinnin ja -myynnin mittaamisen käsikirja. Helsinki: Mainostajien liitto.

Readpeak 2022. Content native. Viitattu 7.5.2023. <https://www.readpeak.com/material-specifications-content-native>

Sarkkinen, M. 2021. Millainen on hyvä ohje? Kahdeksan vinkkiä ohjeiden tekemiseen työpaikalla. Työpiste. Työterveyslaitos. Viitattu 19.3.2023. <https://www.ttl.fi/tyopiste/millainen-on-hyva-ohje-kahdeksan-vinkkia-ohjeiden-tekemiseen-tyopaikalla>

Sarkkinen, M. 2022. Kehityskeskustelu auttaa tunnistamaan, mikä saa työntekijän syttymään työssä. Työpiste. Työterveyslaitos. Viitattu 20.3.2023. <https://www.ttl.fi/tyopiste/kehityskeskustelu-auttaa-tunnistamaan-mika-saa-tyontekijan-syttymaan-tyossa>

Storås, N. 2022. Hämmäntävä tekoäly. HS Visio. Viitattu 28.3.2023. <https://www.hs.fi/visio/art-2000009275886.html>

Suositus mobiilin display- ja applikaatiomainonnan standardeiksi. 2015. IAB Finland. Viitattu 5.4.2023. <https://www.iab.fi/media/pdf-tiedostot/standardit-ja-opaat/mobiilimainonnan-suositukset-2015.pdf>

Tuominen, J. 2021. Mitä on ohjelmallinen ostaminen ja miten se toimii? Blogikirjoitus. Tulos Helsinki Oy. Viitattu 16.3.2023. https://www.tulos.fi/blogi/mita-ohjelmallinen-ostaminen-ja-miten-se-toimii?utm_source=adwords&utm_medium=ppc&utm_term=&utm_campaign=DSA&hsa_cam=10041237353&hsa_mt=&hsa_ver=3&hsa_src=g&hsa_ad=651171476760&hsa_net=adwords&hsa_tgt=dsa-442042888729&hsa_acc=8633094788&hsa_grp=155459823348&hsa_kw=&gclid=EAlaIqob-ChMI76msvMPg_QIVhvuyCh0oXQRtEAAyAIAAEgLoO_D_BwE

Tuten, T. L. 2024. Principles of marketing for a digital age. 2. painos. Lontoo: SAGE Publications.

Visser, M., Sikkenga, B. & Berry, M. 2022. Digital marketing fundamentals: From strategy to ROI. 2. painos. Groningen / Utrecht, Alankomaat: Noordhoff Uitgevers.

Von Wright, M. 2016. Työpsykologin 12 vinkkiä lomailijalle. Mehiläinen. Viitattu 8.4.2023. <https://www.mehilainen.fi/uutinen/tyopsykologin-12-vinkkia-lomailijalle>

Yli-Kaitala, K., Toivanen, M., Viljanen, O. & Janhonen, M. 2016. Fokus kateissa, aika palasina? Ajanhallinnasta asiantuntijatyössä -opas. Työterveyslaitos. Viitattu 20.3.2023. <https://www.ttl.fi/file-download/download/public/1093>

Kuviot

Kuvio 1: Digital Plannerin tärkeimmät sidosryhmät	9
---	---

Taulukot

Taulukko 1: Digitaalisen markkinoinnin tyypilliset muodot (mukaillen Tuten 2024, 296)	19
Taulukko 2: Priorisoinnin nelikenttä (mukaillen Kurttila & Aalto 2021, 187)	27