



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Sosiaalinen media urheiluseuran markkinoinnissa - case Helsingin Jokerit

Eloranta, Tuomas

2014 Laurea Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Leppävaara

Sosiaalinen media urheiluseuran markkinoinnissa -
case Helsingin Jokerit

Tuomas Eloranta
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Elokuu, 2014

Tuomas Eloranta

Sosiaalinen media urheiluseuran markkinoinnissa - case Helsingin Jokerit

Vuosi 2014

Sivumäärä 112

Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa jääkiekkoseura Helsingin Jokereille markkinointiviestintää varten sosiaalisen median kehitysehdotus.

Työssä tutkittiin urheiluseuran sosiaalisen median käyttöä, erityisesti alan lähitulevaisuutta ja trendejä: mitä sosiaalisen ja digitaalisen median palveluita ihmiset tällä hetkellä käyttävät. Jokerit liittyvät kaudeksi 2014–2015 Itä-Euroopan jääkiekkoliiga KHL:ään, mistä johtuen kiinnostus ulkomailla Jokereita kohtaan kasvaa. Opinnäytetyössä selvitettiin, millä tavoin muutos vaikuttaa Jokereiden toimintaan sosiaalisessa mediassa ja miten seuran tulee ottaa huomioon esimerkiksi kysymykset palveluiden päivityskielestä.

Opinnäytetyön menetelminä käytettiin kyselyä, benchmarkingia sekä ajankohtaisiin artikkeleihin ja kirjallisuuteen tutustumista. Merkittävimpänä tutkimusmenetelmänä oli 23-kohtainen kysely, jolla selvitettiin asiakkaiden tyytyväisyyttä nykyisiin palveluihin ja niiden toimintamalleihin. Lisäksi kyselyn avulla tutkittiin, mitä muita palveluita asiakkaat mahdollisesti käyttävät. Kyselyyn vastasi 1 063 ihmistä. Kyselyn vastaukset analysoitiin, jolloin saatiin selville esimerkiksi eri ikäryhmien kiinnostus erilaisiin palveluihin. Näitä tuloksia voidaan hyödyntää palveluiden kohdentamisella erilaisille käyttäjäryhmille. Avoimiin kysymyksiin annetut vastaukset on litteroitu työn liitteiksi. Benchmarkingin avulla vertailtiin Jokereiden palvelukonaisuutta muihin urheiluseuroihin. Vertailun kautta saatiin nykyisille palveluille kehitysideoita ja harkinnan arvoisia uusia sovelluksia.

Tutkimuksen perusteella tehtiin johtopäätökset, joita Jokerit voivat toteuttaa vuonna 2010 luodussa sosiaalisen median strategiassaan. Johtopäätöksissä esitetään suunnitelmat, missä sosiaalisen median palveluissa urheiluseuran tulisi olla aktiivinen ja miten sen tulisi kehittää niissä toimintaansa. Tutkimustuloksista selvisi, että nykyisen palveluvalikoiman (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube ja SoundCloud) ulkopuolelta löytyy useita urheiluseuran markkinointiviestintään soveltuvia ja nuorten suosimia palveluita (esimerkiksi Snapchat). Näiden lisäksi myös mobiilisovellukset tulee ottaa kehitystyön alle. Johtopäätöksissä käydään läpi myös käytännöt, miten Jokereihin jatkossa liittyvät kielet (suomi, englanti ja venäjä) tulisi ottaa sosiaalisen median eri palveluissa huomioon. Työn lopussa on Jokereiden edustajan kommentit johtopäätöksiin.

Opinnäytetyö oli rajattuna Jokereihin liittyviin palveluihin, mutta sen tulokset ovat yleistettävissä myös muiden urheiluseurojen sosiaalisen median kehitystyössä.

Asiasanat sosiaalinen media, yhteisöllisyys, urheiluseurat, markkinointiviestintä, kehitys, mobiilisovellukset, kyselyt, benchmarking

Tuomas Eloranta

Social media in sports clubs marketing - case Helsingin Jokerit

Year	2014	Pages	112
------	------	-------	-----

The present thesis examined the use of social media in sports club's marketing communications. The purpose of the thesis was to study more closely the near future and the trends of digital and social media.

The client in this case was the ice hockey club Jokerit Helsinki. Jokerit has used social media actively in its marketing communications since 2010. Jokerit will join the Kontinental Hockey League (KHL), for the season 2014 - 2015. This will lead to increased interest in Jokerit from abroad. The thesis investigated how the current change affects Jokerit's operations in social media and how Jokerit handles the language issues.

The main research method was a 23-item questionnaire which investigated customers' satisfaction with Jokerit's existing social media services. In addition, the survey examined what other services customers might use. Altogether 1.063 people responded to the survey. The answers were analyzed and cross tabulated. The results of the present study can be useful when offering services to various target groups. The second research method in the thesis was benchmarking which included comparing the social media services of Jokerit and some other sports clubs. The comparison helped to create new ideas for the existing services.

The conclusions that were drawn can be implemented by Jokerit as part of its social media strategy. The conclusions include a plan which contains issues such as where Jokerit should be active and how it should develop those activities. According to the survey, some youth-oriented services such as Snapchat could be included in the current range of services (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube and SoundCloud). Jokerit should also consider updating the mobile applications. In addition, the conclusions include an action plan how Jokerit should handle the language issues (Finnish, English and Russian) in its social media services.

The results of the thesis can also be used in other sports clubs' social media planning.

Keywords social media, community, sports clubs, marketing, development, mobile applications, surveys, benchmarking

Sisällys

1	Johdanto.....	6
1.1	Työn tavoite ja menetelmät	7
1.2	Työn rajaus.....	8
2	Sosiaalinen media	8
2.1	Tutkimuksen digitaalisen median palvelut	9
2.2	Sosiaalinen media urheiluseurojen käytössä	14
2.3	Sosiaalisen median tulevat trendit.....	16
3	Jokerit Hockey Club	19
3.1	Sosiaalinen media Jokereissa	20
3.1.1	Lähtötilanteen kuvaus.....	20
3.1.2	Facebook.....	21
3.1.3	Twitter	22
3.1.4	Instagram	23
3.1.5	YouTube.....	24
3.1.6	SoundCloud	24
3.2	Sosiaalisen median vaikutukset liiketoimintaan	25
4	Asiakaskysely.....	25
4.1	Kysely kehittämistyön menetelmänä	26
4.2	Kyselyn tulokset	28
4.2.1	Taustat	28
4.2.2	Kannattamisen taso	32
4.2.3	Sosiaalinen media	38
4.2.4	Palaute	59
5	Johtopäätökset	59
5.1	Ehdotukset sosiaalisen median tulevaisuuden käytöstä	59
5.2	Päivityskieli	63
5.2.1	Yksi sivu, oma päivitys jokaisella kielellä.....	64
5.2.2	Yksi sivu, yksi päivitys.....	65
5.2.3	Kaksi sivua, suomenkielinen ja englanninkielinen.....	66
5.2.4	Muut sosiaalisen median palvelut	66
5.3	Jokereiden kommentit johtopäätöksiin	67
5.4	Kommentit opinnäytetyöaiheesta	68
	Lähteet	70
	Kuvat	74
	Kuviot	75
	Taulukot	76
	Liitteet.....	77

1 Johdanto

Opinnäytetyö käsittelee sosiaalisen median käyttöä urheiluseuran markkinointiviestinnässä. Casena on toiminut jääkiekkoseura Helsingin Jokerit, jolle on etsitty keinoja kehittää sosiaalisen median palvelukokonaisuutta sekä ratkaista KHL:ään siirtymisestä seuraavia kysymyksiä. Näitä on esimerkiksi se, miten monikielisyys otetaan jatkossa huomioon.

Markkinointi ja mediakenttä ovat tällä hetkellä murrosvaiheessa, jossa perinteisten markkinointimallien rinnalle on tulossa uusia malleja. Myös roolit kentällä ovat muuttumassa. Markkinoinnin muutoksen taustalla on digitaalisuus. (Salmenkivi & Nyman 2008, 59.)

Internetistä on tulossa tärkein markkinointimedia joka yhdistää myös muiden medioiden asiakkaat. Yritysten tulee pohtia, miten verkossa toimivan markkinoinnin kanavat tulee ottaa osaksi yrityksen markkinoinnin kokonaisuutta. Miten kanavia hallitaan, mitkä ovat tärkeitä kanavia ja miten niitä käytetään. (Salmenkivi ym. 2008, 60.)

Isokankaan ja Vassisen mukaan (2010, 30 - 31) yrityksen brändillä tarkoitetaan asiakkaiden mielipiteitä ja ajatuksia yrityksestä. Yrityksellä voi olla oma brändi, mutta kiinnostavan siitä tekevät ihmiset yrityksen nimen takana. Yrityksen uskottavuus ja kiinnostavuus riippuu näistä ihmisistä ja siitä, miten he yrityksen brändiä tuovat esille.

Sosiaalisella mediallyä tarkoitetaan yhdessä luotua mediaa. Jokainen siihen osallistuva, tekee oman osansa mediasta. Yhteisön rooli on tässä erittäin tärkeä, millaista sisältöä yhteisö tuottaa. Tässä on jokaisella yhteisön jäsenellä tärkeä sisällöntuottajan rooli. (Korpi 2010, 6.)

Jokereiden johdossa oli keskusteltu vuonna 2009 sosiaalisen median mahdollisuuksista. Facebookin käyttäjämäärät olivat 2000-luvun lopulla suuressa nousussa ja maailmalla oli sosiaalisen median käytöstä markkinoinnissa hyviä malliesimerkkejä. Esimerkkinä sosiaalisen median mahdollisuuksista Jokereiden keskusteluissa käytettiin tukholmalaisen urheiluseura AIK:n mallia toimia verkossa.

Vuonna 2010 luodussa sosiaalisen median strategiassa Jokerit halusivat vahvistaa vanhoja kannattajasiteitä, ottaa fanit mukaan kehittämään seuraa ja lisätä yhteisöllisyyttä. Näiden pohjalta lähdettiin suunnittelemaan palveluvalikoimaa ja Jokereiden sosiaalisen median brändiä. Miten mikäkin palvelu tukee strategiaa, millainen teksti puhuttelee fania ja mitkä ovat toimivia markkinointikampanjoita.

Jokerit elävät tällä hetkellä suurten muutosten aikaa. Seura tulee liittymään syksyllä 2014 Itä-Euroopan jääkiekkosarja Kontinental Hockey Leagueen (KHL). Sarjassa tulee olemaan seura kaudella 2014–2015 seitsemästä eri maasta, joten sarja tulee nostamaan kansainvälistä kiinnostusta helsinkiläisseuraa kohtaan.

Jokerit haluavat pysyä sosiaalisen median käytössä jatkuvasti ajan tasalla. Tässä työssä selvitetään, millaisia palveluita Jokereiden asiakkaat vuonna 2014 verkossa käyttävät ja mitkä ovat mahdollisia tulevaisuuden trendejä. Lisäksi Jokereiden liittyminen KHL-sarjaan aiheuttaa tutkimukselle omat selvitettävät teemansa, esimerkiksi uusien palveluiden ja niiden päivityskielen valinnan.

1.1 Työn tavoite ja menetelmät

Opinnäytetyön päätavoitteena oli tuottaa jääkiekkoseura Helsingin Jokereille markkinointiviestintää varten sosiaalisen median kehitysehdotus.

Jokereiden markkinointi- ja viestintäosasto haluaa tutkimuksella selvittää, miten liittyminen KHL:ään tulee vaikuttamaan seuran toimintaan sosiaalisessa mediassa. Mitä tulee ottaa huomioon, miten kielikysymykset vaikuttavat viestintään ja mitkä sosiaalisen median kanavat ovat seuralle tärkeitä. Näiden lisäksi tutkimuksessa käsitellään sosiaalisen median tämän hetken trendejä ja pyritään ennustamaan sosiaalisen median kanavia, joista on tulevaisuudessa hyötyä urheiluteollisuuden toimijalle.

Helsingin Jokereiden sosiaalisen median kokonaisuus on vuonna 2014 urheiluseuroista Suomen suurin. Sosiaalisen median kokonaisuus tarkoittaa tässä yhteydessä eri sosiaalisen median palveluita, aktiivisuutta ja niiden seuraajia sekä tykkääjiä. Tutkimuksessa selvitetään, miten tähän tilanteeseen on päästy. Mitä sosiaalisen median kanavia Jokerit käyttävät ja miten ne taivoittavat kohdeyleisön.

Menetelmänä on kysely, benchmarking sekä ajankohtaisten artikkelien ja kirjallisuuden tutkiminen. Kyselyllä selvitetään asiakkaiden tyytyväisyyden tämän hetken kanaviin, sekä heidän toiveet lähitulevaisuudelle. Asiakaskyselyn kysymykset suunniteltiin yhdessä Jokereiden toimitusjohtajan sekä markkinointi- ja viestintäihmisten kanssa.

Lisäksi menetelmänä käytetään benchmarkingia, jonka perustana on kiinnostus siihen, miten toiset yritykset toimivat ja menestyvät. Benchmarkingin kautta haetaan ideoita ja oppia menestyviltä organisaatioilta ja tutkitaan menestymiseen johtaneita syitä. (Ojasalo ym. 2014, 186.) Tutkimuksessa tehdään vertailua kansainvälisiin kilpailijoihin ja tarkastellaan, miten he

toimivat sosiaalisessa mediassa. Tämä auttaa löytämään selviä kehityskohteita ja antaa uusia ideoita.

Vertailun lisäksi tutkimuksessa käsitellään sosiaalisen median lähitulevaisuuden trendejä. Näitä tutkitaan verkkoartikkeleista ja alasta kirjoitetusta ajankohtaisesta materiaalista. Käsitelyssä käytetään apuna asiantuntijoiden tekemiä listauksia, jotka he ovat koostaneet vuoden 2014 suuntauksista. Näistä poimitaan esille tärkeimmät ja urheiluseuralle merkittävimmät suuntaukset.

1.2 Työn rajaus

Kyselyllä haluttiin selvittää nykyisiä verkkopalveluiden käyttäjiä, joten tutkimus on rajattu vain verkkoa käyttäviin ihmisiin. Kysely jaettiin Jokereiden digitaalisten kanavien kautta, joten muiden ei ollut mahdollista siihen osallistua.

Ikärajausta ei ollut, koska nykypäivän verkkomaailmassa käyttäjiä on kaiken ikäisiä. Tutkimuksessa pidettiin tärkeänä saada eri ikäryhmien vastauksia ja selvittää heidän palvelukohtaisia eroja.

Työ rajattiin koskemaan Jokereiden nykyisiä sosiaalisen median palveluita ja heille mahdollisesti lähitulevaisuudessa sopivia. Erilaisia palveluita löytyy satoja, joten oli tärkeää tehdä näiden suhteen ennakkorajaus.

2 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media tarkoittaa modernia internetiä, jossa jokainen ihminen voi olla tiedon ja viestin tuottaja sekä vastaanottaja. Se eroaa perinteisestä mediasta, jossa on selkeä viestin tuottajan ja vastaanottajan eroavaisuus. Sosiaalisessa mediassa sisältöä myös tuotetaan yhdessä. (Edu.fi 2013.)

Sosiaalinen media yhdistetään nykypäivänä ensimmäisenä Facebookiin, mutta palveluita on lukemattomia. Sosiaalisella mediallyä tarkoitetaan useimmiten uutta verkkokäytön vaihetta, jossa käyttäjällä on aktiivisempi ja vuorovaikuttavampi rooli kuin aiemmin. Sosiaalinen media on lyönyt läpi nopeasti, eikä käsitteen määrittely ole aina helppoa. Suomessa se määritellään tavallisesti palvelutyypin ja ominaisuuksien perusteella. (Suominen, Östman, Saarikoski & Turtiainen 2013, 13 - 15.)

Sosiaalinen media sisältää erilaisia palveluita, joiden kautta ihmiset voivat olla helposti viestinnässä keskenään. Sosiaalista mediaa on mahdollisuus käyttää lukuisien laitteiden kautta,

esimerkkinä voidaan mainita tietokoneet, kämmentietokoneet, älypuhelimet ja televisiot. (Edu.fi 2013.)

Sosiaalisesta mediasta käytetään toisinaan myös nimitystä yhteisöllinen media. Sosiaalinen media on tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä ja luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita. (Sanastokeskus TSK 2010.)

2.1 Tutkimuksen digitaalisen median palvelut

Tutkimuksessa käsitellään useita sosiaalisen ja digitaalisen median palveluita, jotka muodostavat tämän opinnäytetyön teoreettisen perustan. Palvelut esitellään tässä opinnäytetyön kappaleessa käsitteellisellä tasolla.

Aasialaiset sosiaalisen median palvelut

Kiinassa on useita suosittuja paikallisia sosiaalisen median palveluita. Esimerkiksi Sina Weibo ja Tencent Weibo ovat 140 merkin kirjoittamiseen soveltuvia Twitterin kaltaisia mikroblogeja. Renren vastaavasti on Kiinan vastine Facebookille. Käyttäjiä palveluilla on satoja miljoonia, näistä Sina Weibon ollessa suosituin. (Mashable 2013.) Useat suuret eurooppalaiset jalkapalloseurat tavoittavat näiden palveluiden kautta hyvin myös kiinalaiset kannattajansa.

Blogit

Urheiluseurojen kanssa blogialustoista esille nousee useimmiten Tumblr. Se on vuonna 2007 perustettu blogipalvelu, jossa ihmiset voivat jakaa esimerkiksi kirjoituksiaan, kuviaan ja videoita. Lukijat voivat jakaa näitä edelleen ja vaihtaa viestejä muiden bloggaaajien kanssa. (Tumblr 2014.)

Muita sosiaaliseen mediaan liitettäviä blogipalveluita ovat esimerkiksi Blogger ja LiveJournal. Käytännössä minkä tahansa blogin voidaan ajatella kuuluvaksi sosiaaliseen mediaan, jos ihmiset pääsevät sitä palveluissa kommentoimaan.

Facebook

Facebook on internetin yhteisöllisistä palveluista tunnetuin. Se on perustettu vuonna 2004 ja kasvanut vuosien varrella yli miljardin ihmisen käyttämäksi palveluksi. Rekisteröityneet käyttäjät voivat perustaa Facebookin erilaisia ryhmiä ja sivuja. Nykyisin myös yritysten oletetaan löytyvän aktiivisina palvelusta. Facebookissa käyttäjät voivat esimerkiksi jakaa ajatuksiaan ja

mielenkiintoisia artikkeleita, sekä tykätä ja kommentoida muiden päivityksiä. Viime vuosina on mainostamisen merkitys ja päivitysten näkyvyyden kasvattaminen rahalla on nostanut jatkuvasti merkitystään. (Facebook 2014.) Suomessa Facebookilla on 2,3 miljoonaa kuukausittaista käyttäjää, joista 1,8 miljoonaa vierailee palvelussa mobiililaitteella. 1,9 miljoonaa ihmistä käy Facebookissa päivittäin (Somekoulutus 2014).

Facebook Power Editor on Facebookin virallinen sovellus, jolla voi hallita mainontaa ja julkaisuja. Tämä helpottaa Facebook-sivun markkinoinnin käsittelyä. (Facebook Power Editor 2014.)

Foursquare

Foursquare on karttapohjainen sosiaalisen median palvelu, jolla voi kirjautua esimerkiksi eri ravintoloihin ja jakaa tästä tiedon eteenpäin ystäville. Palvelu suosittelee omien toiveiden mukaisia paikkoja. Vuonna 2014 Foursquare julkaisi Swarm-nimisen palvelun, jolla voi olla yhteyksissä ystävien kanssa. (Foursquare 2014.)

Google+

Palvelu ei ole pelkästään sosiaalisen median alusta, vaan se yhdistää esimerkiksi Hangouts-videopuhelut, YouTube:n ja Gmailin. Palvelussa voi jakaa esimerkiksi linkkejä, kuvia, videoita ja omia tekstejään. Google+:n julkaisut nousevat Googlen hakutuloksissa vahvasti esiin ja tuovat liikennettä yrityksen kotisivuille. (Koulutus.fi 2014.) Google+:lla on tilastoissa paljon käyttäjiä, mutta itse palvelua ei kuitenkaan käytetä yhtä aktiivisesti kuin muita suosituimpia sosiaalisen median palveluita.

Instagram

Instagram on ensi sijassa matkapuhelimille suunniteltu kuvanjakamispalvelu. Se on perustettu vuonna 2010 ja nostanut tasaisesti suosiota aluksi nuorten ja myöhemmin myös vanhempien käyttäjien keskuudessa. Kuvia on mahdollisuus kommentoida ja tykätä. Kuviin voi myös liittää tunnisteita, joita apuna käyttäen ihmiset pystyvät löytämään heitä kiinnostavat aihealueet. Sovelluksen suosittu ominaisuus on kuvien muokkaaminen erilaisten filttareiden avulla esimerkiksi vanhahtavan näköiseksi kuvaksi. Nykyisin palveluun pystyy myös lataamaan 15 sekunnin mittaisia videoita. Facebook osti Instagramin vuonna 2012. (Instagram 2014.) Suomessa on arviolta 200 000 käyttäjää (Somekoulutus 2014).

Kik

Kik on ilmainen älypuhelinsovellus, jolla voidaan lähettää viestejä ja kuvia ilmaiseksi toisille nimimerkeille. Sovelluksella voi viestitellä myös ryhmissä (MTV 2014). Kikillä on maailmanlaajuisesti yli 150 miljoonaa käyttäjää ja se on erityisesti nuorten suosiossa (Kik 2014). Palvelu on hyvin samankaltainen kuin WhatsApp, mutta ei käytä yksilöintiin matkapuhelinnumeroa.

LinkedIn

LinkedIn on sosiaalisen median verkostoitusväline ammattilaisille, eräänlainen virtuaalinen CV. Palvelussa on yli 300 miljoonaa ihmistä yli 200 eri maassa. LinkedIn auttaa yhdistämään ihmiset työpaikkoihin, uutisiin ja ammattilaisiin. (LinkedIn 2014.)

Suomi tulee palvelun käytössä vielä muiden pohjoismaiden perässä. Suomessa käyttäjiä on 13 prosenttia, Ruotsissa 21 prosenttia ja Tanskassa 30 prosenttia väestöstä. LinkedInin kasvu on kuitenkin ollut myös Suomessa selvässä nousussa. Palvelun käyttöön vaikuttavat työllisyystilanne ja korkeakoulutettujen ihmisten määrä. Negatiivisena puolena vaikuttajana on se, että palvelua ei pysty käyttämään suomeksi. (Someco 2013.) Suomessa LinkedInilla on 627 624 käyttäjää (Somekoulutus 2014).

Myspace

Myspace on yksi ensimmäisistä suurista yhteisösovelluksista. Se oli suuressa suosiossa 2000-luvun puolivälissä, mutta Facebookin ja muiden palveluiden suosion myötä käyttäjämäärät vähenivät nopeasti. Myspace oli erityisesti musiikkiyhtyeiden sekä muusikoiden suosiossa ja sen kautta fanit pääsivät olemaan heidän kanssa kontaktissa. (Myspace 2014.) Ajoittain on elätelty mahdollisuuksia Myspacen uudesta noususta, mutta sitä ei ole vielä tullut (Forbes 2014).

Pinterest

Pinterest on kuvien keräämiseen keskittynyt sosiaalisen median palvelu. Kuvia voi kerätä omiksi kokoelmiksi esimerkiksi aiheyylin mukaan. Pinterest lisäsi kesällä 2014 mahdollisuuden kommentoida toisten ”pinnauksia”. (Pinterest 2014.) Pinterest on erityisesti naisten suosiossa ja suosittuja kuva-aiheita ovat esimerkiksi ruoka- sekä sisustuskuvat.

Skype

Skype on pikaviesti-, ääni ja videopuheluohjelma, jolla voi keskustella myös videoyhteyden välityksellä. Palvelun avulla voi pitää esimerkiksi kokouksia, opiskella tai tehdä podcasteja.

Palvelu toimii muun muassa älypuhelimessa, tabletissa, tietokoneessa ja TV:ssä. Palvelu on vahvasti integroituna Microsoftin palveluihin ja maailmalla suuressa suosiossa. (Skype 2014.)

Snapchat

Snapchat on pikaviestipalvelu, jossa kuvitettuja viestejä voi lähettää ystäville. Viestit näkyvät ystävien puhelimen ruudulla valitun sekuntimäärän ajan ja katoavat tämän jälkeen. (Iltalehti 2013.) Palvelussa pystyy nykyisin muodostamaan myös tarinoita, joihin voi lisätä kuvia tapahtuman edetessä. Monet yritykset ovatkin ottaneet nämä osaksi markkinointiaan. Palvelussa katsotaan päivittäin yli miljardi tarinaa (Verge 2014).

Snapchat on Yhdysvalloissa Facebookin ja Instagramin jälkeen kolmanneksi suosituin sosiaalisen median palvelu 18–34-vuotiaiden keskuudessa. (Techcrunch 2014.)

SoundCloud / podcastit

SoundCloud on musiikin ja äänitiedostojen tallennus-, levitys- ja suoratoistopalvelu. Rekisteröityneet käyttäjät voivat ladata palveluun omia äänitiedostojaan ja jakaa niitä eteenpäin yksilöllistä URL-osoitetta käyttäen. Palvelussa on suora julkaisumahdollisuus Facebookiin ja Twitteriin. Äänitiedosto on mahdollista myös upottaa verkkosivuille. Käyttäjät voivat kommentoida määrättyä äänitiedoston kohtaa sekä tykätä tallenteesta. SoundCloud on erityisesti muusikoiden suosiossa ja toimii podcastien levityskanavana. (Mashable 2013b.)

Twitter

Twitter on vuonna 2006 perustettu yhteisöllinen mikroblogipalvelu, jossa rekisteröityneet käyttäjät voivat kirjoittaa 140 merkin mittaisia viestejä, twiittejä. Käyttäjät voivat seurata muita henkilöitä ja yrityksiä sekä kohdistaa viestit haluamilleen henkilöille. Ihmiset voivat hakea kiinnostavia aiheita ja seurata keskustelun kulkua aihetunnisteiden avulla. Suomessa Twitterillä on 223 494 aktiivista käyttäjää (Somekoulutus 2014).

TweetDeck on kätevä työkalu Twitterin käyttöön, jolla pystyy esimerkiksi hallitsemaan useita käyttäjätilejä, suodattamaan halutut viestit näkyviin, jaottelemaan sarakkeisiin seuratut aiheet, asettamaan hälytykset halutuille viestiaiheille ja ajastaa tweetit sopiviin ajankohtiin. (TweetDeck 2014.)

Vimeo

Vimeo on vuonna 2004 perustettu videonjakopalvelu. Videot on mahdollista upottaa muille verkkosivuille sekä ladata sivuilta omalle tietokoneelle. Palvelu saavutti suosiota erityisesti

HD-videotoiston ansiosta. Nykyisin tämä mahdollisuus on myös esimerkiksi YouTubessa, joka onkin yksi palvelun kilpailijoista. Vimeolla on olemassa myös maksullinen Vimeo Plus -palvelu. (Vimeo 2014.)

Vine

Vine on videonjakopalvelu, jossa voi jakaa kuuden sekunnin mittaisia videoklippejä aina edelleen esimerkiksi Twitteriin ja Facebookiin. Twitter omistaa Vinen. (Vine 2014.) Vinen kilpailijana on esimerkiksi Instagram, jossa pystyy jakamaan sekä kuvia, että lyhyitä 15 sekunnin videoklippejä. Vinen videoita kutsutaan toisinaan mikrovideoiksi.

VK

Toiselta nimeltään VKontakte. Vuonna 2006 perustettu sosiaalisen median palvelu, joka on erittäin suosittu Itä-Euroopassa ja erityisesti Venäjällä. Käyttäjiä palvelussa on yli 264 miljoonaa, millä luvulla VK on Euroopan toiseksi suosituin sosiaalisen median palvelu Facebookin jälkeen. VK on ulkonäöltään ja tärkeimmiltä toiminnallisuuksiltaan hyvin samankaltainen suurimman kilpailijansa kanssa, mutta siinä on myös erilaisia ominaisuuksia. Palveluun on mahdollista esimerkiksi ladata musiikkia ja jakaa sitä. VK toimii myös suomeksi. (VK 2014b.)

WhatsApp

”WhatsApp on monialustainen pikaviestisovellus, jonka avulla voit lähettää ilmaisia tekstiviestejä. WhatsApp Messenger on saatavilla iPhoneille, BlackBerryille, Windows Phonelle, Androidille ja Nokialle”, kertoo WhatsApp omilla verkkosivuillaan (2014). Viestit kulkevat puhelimen datan avulla, joten käyttäjän puhelimesta pitää olla päällä datapalvelu tai hänen pitää olla langattoman WLAN-verkon alueella. WhatsApp on noussut nopeasti suosituimmaksi pikaviestisovellukseksi. Nuorten joukossa se on syrjäyttänyt tekstiviestit, mm. hyvien tiedostonlähetyksen ja ryhmäviestiominaisuuksiensa avulla.

YouTube

YouTube on vuonna 2005 perustettu videopalvelu. Rekisteröityneet käyttäjät voivat ladata palveluun HD-tasoisia videoita ja jakaa niitä eteenpäin esimerkiksi yksityisesti ystävilleen sekä julkisesti kaikkien nähtäville. Videot on mahdollista myös upottaa muille verkkosivuille. Käyttäjät voivat tykätä videoista sekä kommentoida niitä. Suomessa YouTubella on 282 614 rekisteröitynyttä käyttäjää (Somekoulutus 2014). Google omistaa nykyisin YouTuben.

2.2 Sosiaalinen media urheiluseurojen käytössä

Tutkimusta varten vertailtiin Jokereiden lisäksi kymmentä muuta urheiluseuraa. Seurat valikoitiin niin, että Helsingistä valittiin jääkiekkopuolen paikalliskilpailija HIFK sekä jalkapalloseura HJK. Muualta Suomesta vertailuun otettiin kilpaileva jääkiekkoseura Oulun Kärpät, joka myös voitti viime kaudella mestaruuden. KHL-liigasta valittiin lähin kilpailija Pietarin SKA ja Tukholmasta yleisseura AIK. Näiden lisäksi valikoitiin suurista eurooppalaisista jalkapalloseuroista FC Barcelona ja Manchester United. Pohjois-Amerikasta valittiin neljän suuren urheilulajin (amerikkalainen jalkapallo, baseball, jääkiekko ja koripallo) edelliset mestarijoukkueet.

Taulukkoon kerättiin valittujen seurojen Facebookin, Twitterin ja Instagramin seuraajamäärät, YouTube-videoiden yhteiskatsojamäärä sekä merkattiin ruksilla, jos seura oli aktiivinen Google+ -palvelussa. Näiden lisäksi merkattiin mahdolliset muut sosiaalisen median palvelut, joita seurat päivittävät aktiivisesti.

Seura	Laji/sarja	Facebook	Twitter	Instagram	YouTube	Google+	Muita
Jokerit Helsinki	Jääkiekko, KHL	75 930	14 900	8 977	3 629 000 katselukertaa	-	SoundCloud
AIK Tukholma	Jalkapallo, Ruotsi	155 724	Jalkapallo 17 900, jääkiekko 7 500	35 400	1 001 000 katselukertaa	-	-
Boston Red Sox	Baseball, MLB	4 894 987	832 000, lisäksi esim. maskotilla oma tili	342 603	-	X	Pinterest, Tumblr, mobiili
FC Barcelona	Jalkapallo, Espanja	72 140 124	Englanti 12 300 000, katalaani 4 424 000, espanja 6 906 000, lisäksi useita muita tilejä	3 311 606	266 176 000 katselukertaa	X	Pinterest, Tencent Weibo,
HIFK Helsinki	Jääkiekko, Suomi	69 249	13 500, lisäksi muita tilejä (juniorit, jalkapalloseura)	6 840	709 100 katselukertaa	-	-
HJK Helsinki	Jalkapallo, Suomi	34 748	9 300	2 521	1 302 000 katselukertaa	-	-
Kärpät Oulu	Jääkiekko, Suomi	91 698	9 500, lisäksi muita tilejä (juniorit, otteluseuranta)	3 686	-	-	-
Manchester United	Jalkapallo, Englanti	55 016 598	2 970 000	1 404 373	-	X	Vine, Sina Weibo, Renren
San Antonio Spurs	Koripallo, NBA	4 960 674	764 000	403 634	-	X	Snapchat, Pinterest, Tumblr
Seattle Seahawks	Amer. jalkapallo, NFL	2 474 016	571 000	479 070	-	X	Snapchat, Pinterest, Foursquare
SKA Pietari	Jääkiekko, KHL	Venäjä 20 981, englanti 2 100	Venäjänkielinen 40 900, englanninkielinen 1 000	21 445	2 955 757 katselukertaa	X	VK, Foursquare

Taulukko 1: Vertailussa mukana olevat urheiluseurat. Tilastot ovat kerätty 12.8.2014.

Tukholman AIK valittiin vertailuun siksi, että sen toimintaa käytettiin esimerkkinä Jokereiden sosiaalisen median strategiaa suunniteltaessa. AIK on Pohjoismaiden suurin urheiluseura esimerkiksi jäsenmäärällä mitattuna. AIK on yleisseura, eli sen sillä on joukkueita mm. jääkiekossa ja jalkapallossa. AIK oli mukana sosiaalisessa mediassa jo 2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen lopulla, mutta nykyisin sen toiminta on perinteisellä pohjoismaalaisella tasolla.

Boston Red Sox on Pohjois-Amerikan baseball-sarja MLB:n viime kauden mestari ja tästä johtuen vertailussa mukana. Seura on järjestänyt mm. vuosittaisia "Social media night" -tapahtumia otteluiden yhteydessä. Seura myy ottelunsa aina loppuun, mutta haluaa olla aktiivinen sosiaalisessa mediassa tavoittaakseen kaikki joukkueesta kiinnostuneet. Se onkin käyttänyt laajaa repertuaaria sosiaalisen median kanavia.

FC Barcelona valittiin vertailuun siksi, että se on maailman suurin urheiluseura sosiaalisessa mediassa (ZenithOptimedia 2013). FC Barcelona on lisäksi ovat jatkuvasti kehittämässä palveluitaan sekä toimii monikielisessä ympäristössä (englanti, katalaani, espanja). Näistä on apua KHL:n kieliasioden suunnittelussa. Seura on panostanut vahvasti viime vuosina mobiilikäyttöön niin sovelluspuolella kuin stadionin langattomien datayhteyksien toimivuudella. Heidän palveluvalikoimastaan ja strategiastaan löytyy varmasti uusia ideoita sosiaalisen median käyttöön.

HIFK on mukana vertailussa paikalliskilpailijan statuksella. Seuralla on paljon kannattajia, mutta se on toiminut tähän asti sosiaalisessa mediassa lähinnä perustasolla. Uusia innovaatiota ja merkittäviä markkinoinnin rajoja yhdistäviä kampanjoita he eivät ole kehitelleet. Seuraajamäärät ovat hyviä suomalaisella tasolla.

HJK valittiin vertailuun antamaan myös Suomesta näkökulmaa toisesta urheilulajista, eli jalkapallost. HJK:n aktiivisuutta sosiaalisessa mediassa on yleisellä tasolla kehuttu ja myös tutkimusta varten tehdyssä tarkastelussa monipuolisuus ja innovatiivisuus näkyivät. Esimerkiksi Instagramissa oli mielenkiintoisia teemoja sekä kampanjoista, jotka varmasti keräävät huomiota ja mahdollisuuksia nousta jopa viraaliksi päivitykseksi. Myös HJK on aktiivinen lähinnä sosiaalisen median perinteisissä kanavissa.

Kärpät voitti viime kaudella jääkiekon Suomen mestaruuden. He keräsivät tämän jälkeen paljon Facebook-seuraajia ja nousivat Suomen suurimmaksi urheiluseuraksi Facebookissa. Kokonaisuudessa he jäivät kuitenkin vielä Jokereiden taakse, kun lasketaan aktiivisuus ja näkyvyys muissa medioissa. Kärpät ei ole myöskään tehneet isoja innovaatioita sosiaalisen median puolella, heillä Facebook lähinnä tukee vain seuran viestintää. Myös Twitter on vain uutisten jakoa ja otteluseurantaa varten.

Manchester United on luonut oman "Social Media Hub" -nimisen palvelun, joka yhdistää seuran kaikki sosiaalisen median palvelut seurattavaksi yhteen paikkaan (Manchester United 2014). Seura nimittää sitä omaksi sosiaalisen median palvelukseen. Seura on liittynyt moniin palveluihin vasta viime vuosina, esimerkiksi Twitteriin ja Sina Weiboon vasta vuonna 2013. Seuran kannattajakunta on maailmanlaajuinen, joten seura on aktiivinen myös aasialaisissa sosiaalisen median palveluissa, kuten Sina Weibo ja Renren. Manchesterilla on toiminnassaan mielenkiintoisia pointteja (esimerkiksi Hub), joita voi harkita käyttöön myös Suomessa.

Seattle Seahawks voitti viime kaudella amerikkalaisen jalkapallon mestaruuden, Super Bowlin. Seura on aktiivinen sosiaalisen median monissa sovelluksissa, mutta seuraajamäärät jäävät jälkeen maailmalla tunnetuimmista seuroista. Myös kotikaupungin hieman pienempi koko varmasti vaikuttaa asiaan. Heillä on myös erittäin monipuoliset mobiilisovellukset ja ovat aktiivisia esimerkiksi Snapchatissa.

Pietarin SKA valittiin vertailtavaksi siksi, että se on tulevaisuudessa Jokereiden yksi suurimmista kilpailijoista sekä yksi Euroopan tunnetuimmista jääkiekkoseuroista. Seura on aktiivinen venäläisten suosimissa sosiaalisen median palveluissa, kuten VK ja Twitter. Facebookissa seuranta on sen sijaan rauhallisempaa. Seuralla on myös venäjän sekä englanninkielisille omat sivunsa Facebookissa ja Twitterissä. SKA tekee myös päivittäin päivityksiä Google+:aan.

Yhdysvaltalaisia urheiluseuroja erottaa eurooppalaisiin seuroihin muutamat asiat. Seuroilla ei ole omaa YouTube-kanavaa, vaan kotisivuilta löytyy seuran videoille oma videosoitin. Yhdysvaltalaiset seurat ovat myös vahvasti mukana Google+:ssa. Päivitystahti on rauhallisempi kuin Facebookissa, mutta päivityksiä tulee kuitenkin tasaisesti. Tällä seurat takaavat löytymisensä Googlen hakutuloksien kärjestä. Yhdysvaltalaiset seurat ovat aktiivisesti myös mukana uusissa palveluissa, kuten Snapchat. Snapchat onkin Yhdysvalloissa suuressa suosiossa erityisesti nuorten, alle 34-vuotiaiden ikäluokissa. Suurilla eurooppalaisilla jalkapalloseuroilla on kannattajia paljon ympäri maapalloa. Tästä johtuen seurat ovat aktivoituneet myös eri maanosion omissa suosituissa sosiaalisen median palveluissa.

2.3 Sosiaalisen median tulevat trendit

Nuoret oletetaan normaalisti automaattisesti sosiaalisen median edelläkävijöiksi. Aina ei kuitenkaan näin ole. Esimerkiksi Facebookiin teini-ikäiset saapuivat vasta myöhemmin, koska IRC-galleria hallitsi Suomen some-markkinoita 2000-luvun loppupuolella. Facebookista on varsinkin mediassa tullut usein koko sosiaalisen median synonyymi. Nuorten osalla tilanne kuitenkin on eri, he vaihtavat palveluita usein. Mikä tahansa nuoria miellyttävä palvelu voi nousta hetkeksi suureen suosioon. (Suominen ym. 2013, 288.)

Mediassa suosikkipalveluja (esimerkiksi Facebook) käytetään usein vertaamisen kautta uusien palvelujen tutuksi tekemiseen. Vertailun avulla ihmisille selviää, että millaisesta uutuudesta on kysymys, miten se eroaa jostain muusta palvelusta ja millaisia menestymismahdollisuuksia sillä voi olla. (Suominen ym. 2013, 288.)

Palveluiden trendit tuovat vastaavan kaltaisia palveluita tarjolle. YouTube'n menestys toi ison määrän erilaisia videonjakopalveluita ja Facebookin menestys erilaisia verkostopalveluita. Monet uusista yrittäjistä jäävät kuitenkin marginaalisiksi tai lyhytikäisiksi. Monet palveluista ovat olleet myös kotimaisia, mutta nykyisin niiden on entistä vaikeampi nousta esille. (Suominen ym. 2013, 288 - 289.)

Suominen ym. mukaan (2013, 290.) sosiaalisen median palvelut elävät ja kehittyvät jatkuvasti. Palveluita ei suunnitella kerralla valmiiksi, vaan ne elävät eräänlaista beta-testauksen elämää koko ajan. Palveluntarjoajat tuovat palveluihin uusia ominaisuuksia ja muissa palveluissa hyviksi havaittuja toimintoja. Uusien palveluiden käyttöönotto on viime aikoina vähentynyt, mutta vakiintuneetkin palvelut kehittyvät ja muuttuvat jatkuvasti. Uusien ominaisuuksien tulo kohdistuu toisinaan yksilöidylle osa-alueelle, esimerkiksi WhatsAppin kaltaisiin pikaviestinsovelluksiin tai kuva- ja videopalveluihin.

Erityisesti palveluiden käyttöliittymät ovat muuttuneet. Nykyisin niitä käytetään jatkuvasti ja ne kulkevat taskussa mukana kaikkialle. Iso osa sosiaalisen median käytöstä tapahtuu nykyään mobiililaitteiden kautta. Samalla paikkatietojen merkitys on noussut ja tätä hyödyntäville ominaisuuksille on tullut omia palveluitakin. Jatkossa tämä puoli sosiaalisesta mediasta tulee varmasti kehittymään, ja tähän voi liittyä esimerkiksi erilaisia elimistön tai tunnetilan tietoja. Samalla sovellukset voivat tallentaa kaikkea käyttäjän tuntemaa ja näkemää. (Suominen ym. 2013, 291 - 292.)

Twitterin käyttö kasvoi vuoden 2013 aikana Suomessa merkittävästi. Twitter mahdollistaa eri alojen vaikuttajien välisen asiakeskustelun ja sen suosio nousee jatkuvasti. Se onkin yksi vuoden 2014 trendeistä ja samalla myös lähitulevaisuuden. Facebook teki sosiaalisesta mediasta suomalaisille tutun ja säilyttää varmasti kuitenkin jatkossa suurimman sosiaalisen median statuksen. Facebook on kuitenkin enemmän ystäväpiirin käyttöön ja Twitter tuntemattomien sekä uusien tuttavuuksien kanssa keskusteluun. (Someco 2013.)

Suomalaisista 16–74-vuotiaista jo 61 prosentilla on käytössään älypuhelin, joka mahdollistaa sosiaalisen median käytön kaikkialla. Langattomien verkkoyhteyksien parantuminen on muuttanut myös sosiaalisen median käyttöä - iso osa ihmisistä käyttää sitä ainoastaan mobiililaitteilla. Samalla myös datapohjaisten pikaviestinten kasvu on ollut suurta, nuoret eivät enää lähetä tekstiviestejä vaan keskustelevat esimerkiksi WhatsAppissa, Kikissä tai Telegramissa.

Mobiilikäyttö tukee vahvasti myös erilaisia tapahtumien live-seurantoja. Mobiililaitteista onkin muotoutunut aktiivisissa ihmisryhmissä second screen TV-ohjelmille. (Someco 2013.)

Social Media Examinersin vuoden 2014 tutkimuksessa nouseviksi osa-alueiksi nousivat seuraavat:

- Blogit
- Google+
- Podcastit
- Facebook-mainonta
- Visuaalisuus (kuvapalvelut, videot). (Social Media Examiner 2014.)

Talouselähti Forbes teki myös listan sosiaalisen median trendeistä vuonna 2014:

- Sosiaaliseen mediaan investointi on pakollista
- Google+ tulee isoksi tekijäksi
- Kuviin keskittyneiden palveluiden suuri kasvu
- Todistamme mikro-videoiden nousua
- Foursquare heikentyy
- MySpace aloittaa uuden nousun
- LinkedIn:stä tulee iso tekijä yritysten välisessä markkinoinnissa. (Forbes 2014.)

Alustuksesta pystymme helposti päättelemään, että sosiaalisen median tulevaisuuden ennustaminen on erittäin hankala tehtävä. Tällä hetkellä näköpiirissä ei ole merkittävää uutta palvelua, odotettavissa on kuitenkin esimerkiksi Snapchatin läpilyönti myös Suomessa. Sosiaalisen median sovelluksia tulee kuitenkin jatkuvasti lisää ja vanhat kehittyvät. Näiden joukosta löytyy seuraavat trendikkäät palvelut. Sosiaalinen media siis vaatii jatkuvaa tarkkailua palveluiden ja ihmisten käyttäytymisen suhteen.

Muutammat selkeät trendit ovat nähtävissä, jotka täytyy ottaa jo tällä hetkellä huomioon. Näitä ovat Google+, jossa täytyy olla mukana jo pelkästään Googlen hakualgoritmien johdosta. Facebookin näkyvyyden osalta maksettu mainonta on koko ajan yhä enemmän pakollisempaa.

Kuvapalveluiden suosio tulee kasvamaan erityisen vahvasti, joten esimerkiksi Instagramin käytössä tulee olla aktiivinen. Facebookin ennusteen mukaan tänä ja ensi vuonna kuvien käyttö kaksinkertaistuu. Myös Pinterestin ja Snapchatin kehitystä tulee seurata. Lisäksi mikrovideoita hyödynnetään jatkuvasti enemmän, näitä ovat esimerkiksi Instagramin 15 sekunnin videot, Viiden kuuden sekunnin videot ja Snapchatin tarinat, myös vanhat GIF-kuvat menevät samaan

kategoriaan. GIF-kuvat ovatkin nousseet verkkokeskustelujen myötä uudelleen suosioon. Blogit ja podcastit ovat lisäksi helppo ja hyvä keino antaa yrityksen asiantuntijoiden jakaa tietoa ja osallistaa asiakkaita.

Lisäksi erittäin tärkeässä roolissa ovat mobiililaitteet: älypuhelimet ja tablettitietokoneet. Yritykselle on jo tällä hetkellä elintärkeää omistaa mobiililaitteissa toimivat sivut. Näiden lisäksi mobiilisovellukset tulisi olla kaikilla kolmella suurella alustalla: Android, iOS ja Windows Phone. Sovelluksia tulee päivittää ja niiden pitää olla ihmisiä aktivoivia. Jos yrityksen toimiala sallii, niin näissä voi käyttää myös joukkoistamiseen sopivia ominaisuuksia.

3 Jokerit Hockey Club

Vuonna 1967 rakennusmestari Aimo Mäkinen osti Töölön Vesan jääkiekkotoiminnan jolloin uuden seuran nimeksi päätettiin antaa Helsingin Jokerit. Tästä alkoi Jokereiden tapahtumarikas historia. Jokerit nousivat nopeasti silloiseen jääkiekon SM-sarjaan, jossa se voitti ensimmäisen mestaruutensa vuonna 1973. Mestaruuksia on tullut yhteensä kuusi kappaletta, hopeamitaleita myös kuusi ja näiden lisäksi muun muassa kaksi Euroopan Cupin voittoa. (Jokerit 2014b.)

Vuonna 1997 Jokerit muutti Helsingin jäähallista Pasilaan rakennettuun Hartwall Areenaan. Seuran toiminta kasvoi oman hallin myötä Euroopan mittakaavassa erittäin suureksi ja tunnetuksi. Jokereilla oli vuosittain yksi SM-liigan suurimmista budjeteista sekä suurin katsojakeskiarvo. Tästä huolimatta menestys ei ole ollut toivottua ja ainoan 2000-luvun mestaruutensa seura on voittanut vuonna 2002. (Jokerit 2014b.)

Kesällä 2013 Jokerit ilmoitti aloittavansa projektin seuran liittämistä Itä-Euroopan jääkiekkoliiga KHL:ään (Kontinental Hockey League). Tässä yhteydessä Hartwall Areena ja 49 prosenttia seurasta myytiin suomalais-venäläiselle sijoittajaryhmälle. Jokereiden siirto KHL:ään vahvistettiin huhtikuussa 2014 ja ensimmäinen kausi uudessa sarjassa aloitetaan syyskuussa 2014. (Jokerit 2014b.)

Jokerit on tunnettu yritystoiminnan yhdistämisestä vahvasti urheiluseuratoimintaan. Muun muassa tästä johtuen se on ollut aktiivisesti mukana esimerkiksi uusien verkkomahdollisuuksien käytössä. Viimeisimpänä esimerkkinä tästä on Jokereiden sosiaalista mediaa hyödyntävät markkinointikampanjat. Esimerkiksi huhtikuussa 2012 suoritettiin pelaajajulkistus sosiaalista mediaa ja Narinkkatorin mainostaulua hyödyntävässä tykkäyskampanjassa. Vastaavia perinteisen markkinoinnin ja sosiaalisen median yhdistämisä on nähty lukuisia.

3.1 Sosiaalinen media Jokereissa

Sosiaalisen median eri kanavilla on Jokereiden tiedottamisessa omat roolinsa. Yhteisenä päämääränä on niillä kaikilla toteuttaa Jokereiden sosiaalisen median strategiassa luotuja tavoitteita: kasvattaa nykyisten fanien lojaalisuutta sekä lisätä heidän käyntiä ottelutapahtumissa.

Sosiaalinen media on Jokereissa kiinteä osa markkinointiviestintää. Yritysten toimintaa sosiaalisessa mediassa tuleekin kehittää kokonaisvaltaisesti ja laskea se mukaan markkinointibudjettiin. Esimerkiksi Facebook on muuttunut siihen suuntaan, missä maksetulla markkinoinnilla saa selvästi enemmän näkyvyyttä. Pelkkänä kilpailu- ja tiedotuskanavana sosiaalinen media ei pitkäjänteisesti enää toimi. Yritysten tulee löytyä oikeissa hauissa ja oikeissa yhteisöissä tarkoituksenmukaisissa yhteyksissä. Tähän auttaa aktiivinen ja monipuolinen sisällöntuotanto sosiaalisessa mediassa. (Someco 2013.)

Jokereissa sosiaalista mediaa tuottaa ja kehittää sekä viestintä- että markkinointiosasto. Sosiaalisen median kohdalla onkin parasta puhua nimenomaan markkinointiviestinnästä. Siellä jaetaan viestinnän kirjoittama uutismateriaali ja suoritetaan esimerkiksi markkinointikampanjoita. Tämä tähtää strategian tavoitteisiin saavuttamiseen.

3.1.1 Lähtötilanteen kuvaus

Helsingin Jokereiden sosiaalisen median kokonaisuus sisältää tällä hetkellä Facebookin, Twitterin, Instagramin, YouTuben ja SoundCloudin. Nämä ovat myös vahvasti integroituna Jokereiden virallisille kotisivuille. Näiden lisäksi Jokerit tavoittavat asiakkaansa sähköpostitse lähetettävillä uutiskirjeillä sekä muutaman kerran vuodessa lähetettävällä kirjepostilla.

Kaikki verkkokanavat tukevat myös perinteistä mainontaa, jonka kanavat ovat ennen kauden alkua tuleva TV-mainoskampanja, adribus-mainokset pääkaupunkiseudun julkisen liikenteen pysäkeillä, ja erikoistilanteita varten suunnitellut kampanjat.

Jokereiden teettämän tutkimuksen mukaan Jokereilla on 115 000 kannattajaa. Eri palveluissa olevien ihmisten määrää on siis mahdollisuus edelleen kasvattaa. Facebookin kasvu on tosin jo hidastunut, Jokerit-henkisten ihmisten kiintiö alkaa varmasti olemaan sen osalta täynnä. KHL tosin tuo myös Facebookiin paljon lisää mahdollisuuksia, koska kiinnostus seuraa kohtaan kasvaa ja Jokereista saattaa ajan kanssa muotoutua koko Suomen jääkiekkoseura.



Kuvio 1: Jokereiden verkkokokonaisuuden tilanne kesällä 2014

Kuvioon 1 on piirretty kysymysmerkkejä kuvaamaan tulevaisuuden tilannetta. Syksyllä 2014 tulee olla nykyisten kanavien lisäksi tarjolla myös Itä-Euroopassa yleisiä palveluita, kuten sosiaalisen median kanava VKontakte. Lisäksi tulevaisuuden trendit vaativat jatkuvaa seuranta.

3.1.2 Facebook

Jokereiden virallisilla Facebook-sivuilla on 76 674 tykkääjää (21.8.2014). Sivut perustettiin Facebookiin yksityishenkilön toimesta 17.3.2008. Jokerit saivat sivut hallintaansa syksyllä 2009 ja aktiivinen päivitystyö aloitettiin 19.1.2010, jolloin tehtiin ensimmäinen Jokereiden virallinen Facebook-päivitys (kuva 1). Päivityskielenä Facebookissa on suomi.



Kuva 1: Jokereiden ensimmäinen Facebook-päivitys 19.1.2010

Tammikuussa 2010 tykkääjiä oli noin 10 000. Facebookin tilastotyökaluista ei ole nähtävillä tarkkoja tilastolukuja viiden vuoden taakse. Ensimmäinen virallinen tykkääjämäärä on päivämäärältä 19.7.2011, jolloin tykkääjiä oli 38 995 henkilöä. Yhdessä vuodessa ja kuudessa kuukaudessa tykkääjämäärä oli siis noin nelinkertaistunut.

Facebookin alkuvaiheet olivatkin todella vauhdikasta ja innostunutta aikaa. Tilapäivitykset olivat päivittäisiä, ihmisiä aktivoivia ja innostavia. Jokerit olivat Suomen ensimmäisiä merkittäviä urheiluseuroja, jotka ottivat Facebookin näin aktiiviseen käyttöön. Tämä näkyi selvästi ihmisten kiinnostuksessa.

Tykkääjämäärän suureen kasvuun vaikutti merkittävästi myös se, että Facebook on vuosien varrella tiukentanut useaan otteeseen yritysten Facebook-sivujen näkyvyyden EdgeRankia, joka on palvelun algoritmi sille, kuinka paljon mitäkin päivitystä näytetään. Aiemmin päivitykset näkyivät kaikille tykkäjille, nykyisin vain murto-osalle. Facebook ei kerro tarkkoja lukuja, mutta tutkimuksista on selvinnyt prosenttimäärän olevan noin 20. Tämä johtuu siitä, että Facebook pyrkii saamaan yritykset käyttämään mainospalveluitaan. Maksamalla Facebook-mainostuksesta, on yritysten mahdollista edistää päivitysten näkymistä oikealle kohderyhmälle ja kaikille tykkäjille. 2010-luvun alussa edellä mainittua käytäntöä ei vielä ollut olemassa, joten päivitykset tavoittivat suuremman määrän ihmisiä ja tieto levisi helpommin asiasta kiinnostuneille. Tämä auttoi myös nopeampaan tykkääjämäärän kasvuun.

Jokereiden Facebookia käytetään pääasiassa uutisten tiedotuskanavana sekä kiinnostuksen kasvattajana innostavin päivityksin, tapahtumatiedotuksin ja kuvin.

3.1.3 Twitter

Jokereiden virallisella Twitter-tilillä on 15 192 seuraajaa (21.8.2014). Twitter-tili on perustettu 6.6.2010 ja ensimmäinen twiittaus tehty 4.8.2010. Päivityskielenä Twitterissä on sekä suomi että englanti.

Twitter-seuraajien määrä on kasvanut vuosien varrella tasaisesti samalla, kun Twitterin käyttö Suomessa on yleistynyt.



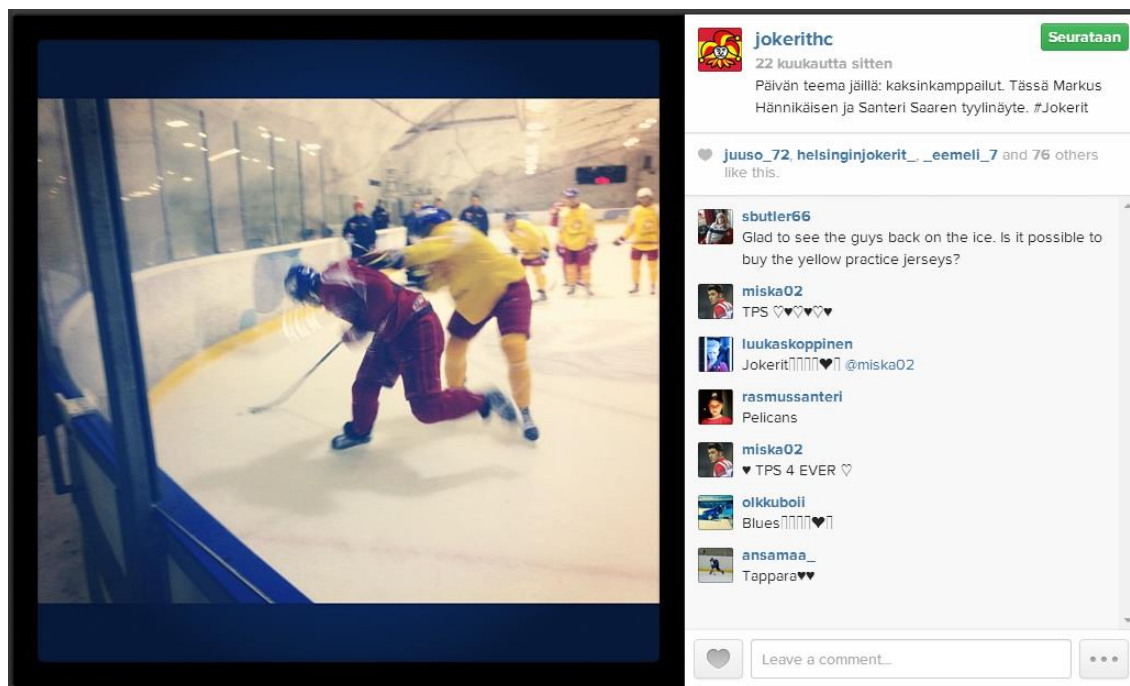
Kuva 2: Jokereiden ensimmäinen Twitter-päivitys 4.8.2010

Twitterin käyttö on monipuolista: uutisia ja tiedotuksia, Jokereihin liittyvien artikkelien uudelleen twiittailua, tunnelman nostatusta, keskustelua ja otteluseurantaa. Se toimii vahvasti myös asiakaspalvelukanavana, kun Jokereiden tiedottaja vastailee Twitterissä asiakkaiden lähettämiin kysymyksiin.

3.1.4 Instagram

Jokereiden virallisella Instagram-tilillä on 9 201 seuraajaa (21.8.2014). Ensimmäinen Instagram-päivitys on tehty 31.7.2012. Instagram päivitysten kielenä käytetään sekä suomea että englantia.

Instagramia Jokerit käyttävät asiakkaiden kiinnostuksen ylläpitämiseen ja herättämiseen. Esimerkiksi julkaistaan kuvia pukuhuoneesta ja muista seuran elämään kuuluvista asioista, joita kannattajilla ei ole mahdollisuus nähdä kovin läheltä. Lisäksi tapahtumia promotaan kuvien muodossa. Instagram toimii Jokereilla kiinteässä yhteydessä Twitterin kanssa ja palvelut tukevat hyvin toisiaan. Instagramin käyttäjät ovat enimmäkseen nuoria, joten päivitykset ovat myös heille suunnattuja.



Kuva 3: Jokereiden ensimmäinen Instagram-päivitys 31.7.2012

3.1.5 YouTube

Jokereiden virallisella YouTube-tilillä on 4 644 tilaajaa ja 3 690 361 katsomiskertaa (21.8.2014). Yhteensä videoita on ladattu YouTubeen 758.

YouTubea Jokerit käyttävät nykyisin pelaajahaastattelujen ja tunnelmavideoiden esittämiseen. Lisäksi Jokerit ovat tehneet YouTubeen vuosittain muun muassa joulukalenterin, jolloin 24 päivän ajan julkaistiin Jokereihin liittyvä video. Nämä olivat esimerkiksi pelaajajulkistuksia, vilkaisuja huoltajan päivään ja erilaisia haastatteluja. Joulukalenteri oli kannattajien erittäin suuressa suosiossa.

Aiempina vuosina Jokerit julkaisivat YouTube-kanavalla myös otteluiden maalikoosteet, mutta tästä jouduttiin luopumaan kauden 2013–2014 aikana. Nelonen Media omisti kyseisellä kaudella Liigan TV-jakeluoikeudet, joten he estivät seuroja julkaisemasta itsekoostettuja videoita.

3.1.6 SoundCloud

Jokereiden virallisella SoundCloud-tilillä on 129 seuraajaa, 91 audiotallennetta ja satoja tuhansia kuuntelukertoja (21.8.2014).

SoundCloudia Jokerit käyttävät valmentajien ja pelaajien haastatteluihin ennen ja jälkeen otteluiden. SoundCloudin audiotallenteet jaetaan Twitterissä ja upotetaan Jokereiden verkkosivujen otteluraportteihin sekä -ennakoihin.

3.2 Sosiaalisen median vaikutukset liiketoimintaan

Jokereiden sosiaalisen median strategia luotiin vuonna 2010. Strategian tavoitteeksi asetettiin kasvattaa nykyisten fanien lojaalisuutta sekä lisätä heidän käyntiä ottelutapahtumissa. Sosiaalisen median kautta tullut yhteisöllisyyden kasvu ja eläminen joka päivä joukkueen mukana on näkynyt selvästi myös katsojakeskiarvion suurena nousuna. Sosiaalisella medially on ollut tässä nousussa varmasti erittäin suuri merkitys.

Kausi	Katsojaa/ottelu
2009 - 2010	8 295
2010 - 2011	8 487
2011 - 2012	9 173
2012 - 2013	9 828
2013 - 2014	9 252

Taulukko 2: Jokereiden katsojakeskiarvot vuosina 2009–2014

Yhteisöllisyydellä on valtava potentiaali, kun sitä käytetään oikein ja päätökset tehdään yhteisön arvoja ja mielipiteitä kunnioittaen. Yhteisöllisyydellä on myös käänköpuolensa. Joukkueesta tulee kannattajilla koko ajan tärkeämpi, jolloin seuran tekemiä ratkaisuja kyseenalaise-tetaan helpommin. Tämä nähtiin erityisesti kaudella 2013–2014, kun Jokereiden ilmoitettiin liittyvän KHL-sarjaan. Lisäksi kannattajien tyytymättömyyttä lisäsi pelaajahankinnat naapuriseura Helsingin IFK:hon profiloituneista pelaajista.

Seuran markkinointiviestinnän tuleekin löytää näissä tilanteissa oikeanlainen rauhoittava keskustelutyyli, koska sosiaalisen median kautta on helppo tuhota pitkään rakennettu vuorovaikutus. Esimerkiksi epäonnistuneita twiittauksia tai Facebook-päivityksiä ei saisi poistaa, vaan tämän sijaan asioita pitäisi mieluummin pahoitella. Myöskään negatiivisia palautteita ei saisi poistaa, vaan näihin tulisi pyrkiä vastaamaan asiallisesti. (Dicole 2012.)

4 Asiakaskysely

Tärkeänä opinnäytetyön osa-alueena oli Jokereiden sosiaalisen median käyttöä koskeva asiakaskysely. Kyselyn oli tarkoitus kartoittaa, mitä palveluita ihmiset tällä hetkellä käyttävät ja

kuinka tyytyväisiä he ovat Jokereiden tämän hetken sosiaalisen median kokonaisuuteen. Kyselyä varten ideoitiin Jokereiden toimistohenkilökunnan kanssa aiheeseen liittyviä kysymyksiä sekä valittiin muutamia, joihin löytyy Jokereiden aiemmista tutkimuksista sekä maailmalla tehdyistä tutkimuksista vertailuaineistoa. Kysely tehtiin Laurean järjestelmistä löytyvällä E-lomake - sovelluksella. Kysely oli avoinna vastauksille 18.6. - 29.6.2014 ja yhteensä niitä kerätyi kyseisenä ajankohtana 1 063 kappaletta. Tavoitteena oli 500 vastausta, joten tavoitteen yllettiin hienosti.

Kyselystä tehtiin Jokereiden kotisivuille tiedote (Jokerit 2014c) ja tätä tiedotetta jaettiin Jokereiden Facebook-sivuilla kahdesti (18.6.2014, 31 232 henkilö tavoitettu sekä 25.6.2014, 22 760 henkilö tavoitettu). Lisäksi tiedotetta jaettiin Jokereiden Twitter-tilillä samoina päivinä. Tämän lisäksi yksityiset ihmiset jakoivat tiedotteen linkkiä esimerkiksi Jatkoaika.com - verkkolehden keskustelupalstalla.

Kysely koostui 23 kysymyksestä, joista neljä käsitteli vastaajien taustoja, kuusi kannattamisen tasoa, 11 Jokereiden verkkopalveluita sekä ihmisten sosiaalisen median käyttöä ja kaksi palautteen antoa. Pääosa kysymyksistä oli monivalintakysymyksiä. Vastajilla oli myös mahdollisuus kommentoida vapaasti sosiaalista mediaa sekä yleisesti Jokereita. Antamalla yhteystietonsa he osallistuivat 50 euron lahjakortin arvontaan. Kyselyn saate on liitteessä 1 ja kysymykset liitteessä 2.

4.1 Kysely kehittämistyön menetelmänä

Kyselytutkimusten avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto. Se onkin yksi eniten käytetyistä tiedonkeruun menetelmistä. (Ojasalo ym. 2014, 121.)

Myös kyselyssä on menetelmänä heikkoutensa. Tuotettu tieto voi olla pinnallista eikä pystytä arvioimaan, ovatko vastaajat suhtautuneet kyselyyn vakavasti. Lisäksi ei tiedetä ilman kysymistä, ovatko vastausvaihtoehdot olleet sopivia ja miten paljon vastaajat itse aiheesta tietävät. ”Vakiotulkinnan mukaan kvantitatiivisilla menetelmillä saadaan pinnallista mutta luotettavaa tietoa ja kvantitatiivisilla menetelmillä syvällistä mutta huonosti yleistettävää tietoa.” (Ojasalo ym. 2014, 121.)

Kyselytutkimus on määrällisen tutkimuksen menetelmä, jossa selitetään kohteena olevia asioita järjestelmällisten havaintojen avulla. Ilmiö määritellään tutkimuksen tavoitteiden perusteella. ”Jos tavoitteena on saada tietoa esimerkiksi asiakastyytyväisyydestä, havaintoyksiköinä ovat asiakkaisiin lukeutuvat henkilöt.” (Ojasalo ym. 2014, 122.)

Otantaan perustuvissa tutkimuksissa ei olla kiinnostuneita otoksen vaan koko perusjoukon ominaisuuksista. ”Esimerkiksi asiakastyytyväisyyttä mitattaessa ei ole tarkoituksena selvittää otokseen päätyneiden 150 asiakkaan näkemyksiä vaan koko perusjoukon eli yrityksen koko asiakaskunnan näkemyksiä.” (Ojasalo ym. 2014, 123.)

Etuiina sähköisessä tiedonkeruussa ovat edullisuus, nopeus ja vaivattomuus. Digitaalisen kyselyn avulla on mahdollista seurata myös reaaliaikaista tiedonkeruuta. Sähköinen tiedonkeruu sopii mainiosti aiheisiin, joissa tutkimuksen kohteenakin ovat digitaalisen maailman tapahtumat. Haasteina sähköisessä tiedonkeruussa ovat aineiston edustavuus ja tulosten yleistettävyys, esimerkiksi hyvän otantakehikon löytäminen voi olla vaikeaa. Vastaajiksi voi myös valikoitua tarkemmin määrittelemätön vastaajajoukko, jotka vain sattumalta käyvät kyselyivuilla. (Ojasalo ym. 2014, 128 - 129.)

Itsevalikoituneessa verkkokyselyssä on kaikkien mahdollista vastata kyselyyn. Vastauslomake on avoimesti saatavilla ja sitä voidaan mainostaa esimerkiksi sosiaalisessa mediassa. (Laaksonen ym. 2013, 88.)

”Ellei kysely perustu otokseen, tuloksia ei voi yleistää koskemaan koko perusjoukkoa (esim. yrityksen A asiakkaat). Sähköisten kyselyiden laatijan keskeisenä haasteena on välttää tilanne, jossa tarkoituksena on tutkia yrityksen A asiakaskuntaa, mutta otoksen sijaan käytetään epämääräisesti muodostunutta näytettä” (Ojasalo ym. 2014, 129). Jokereille tehdyssä kyselyssä tämä vältettiin sillä, että tarkoituksena ei ollut tavoittaa koko kannattajakuntaa, vaan ne, jotka jo aiemmin sosiaalisessa mediassa ja verkkosivuilla vierailevat. Tämän takia kysely jaettiin Jokereiden eri digitaalisen median kanavissa.

Ennen kyselylomakkeen tekoa tulee olla selvillä tutkimuksen tavoitteet. Kyselylomake suunnitellaan näiden pohjalta, niin että kysymykset mahdollistavat työn tavoitteiden saavuttamisen. (Ojasalo ym. 2014, 130.) Myös lomakkeen ulkoasuun tulee kiinnittää huomiota. Selkeys ja pituus vaikuttavat vastaajaan ja tietojen tallentajaan. Sopiva keskimääräinen vastaustaika lomakkeen täyttämiseksi on 15 - 20 minuuttia. (Ojasalo ym. 2014, 130). Tämä toteutui Jokereiden sosiaalisen median kyselyssä. Sen täyttämiseen meni aikaa noin 10 minuuttia ja vastausvaihtoehdot saivat runsaasti myönteistä palautetta.

”Kyselylomake on välttämätöntä testata tavalla tai toisella ennen sen laajamittaista levittämistä” (Ojasalo ym. 2014, 123). Jokereiden kyselyn kohdalla testauksen suoritti kannattajayhdistys Eteläpääty ry:n hallituksen jäsenet sekä Jokereiden toimiston viestintäosastoon kuuluvat ihmiset.

4.2 Kyselyn tulokset

Sosiaalisen median kyselyyn vastasi 1 063 ihmistä. Tässä kappaleessa tarkastellaan ihmisten antamia vastauksia, tehdään vastauksien merkityksestä poimintoja ja huomioita, sekä vertailuja muihin alan tutkimuksiin. Vertailussa tästä kyselystä käytetään nimeä ”Some-kysely”.

Jokereihin liittyvistä kyselyistä vertailuaineistona toimii Jokereiden marraskuussa 2013 teettämä KHL-kysely. Tämän kyselyn vastausmäärä oli 1 467 ja vastaajien joukossa on Jokereiden kausikorttiasiakkaat sekä Lippupisteiden verkkosivujen kautta ostaneita ihmisiä. Näiden joukossa on merkittävä 18 prosentin osuus myös muiden joukkueiden kannattajia. Vertailussa tästä kyselystä käytetään nimeä ”KHL-kysely”.

Toinen vertaileva kysely on Jokereiden kannatusyhdistys Eteläpääty ry:n teettämä kysely KHL-ajan vierasmatkoista. Tämä kysely teetettiin marras-joulukuussa 2013 ja vastaajia siinä oli 1 238 henkeä. Näistä vastaajista lähes jokainen oli aktiivinen Jokerit-kannattaja joka kuului esimerkiksi kannattajayhdistykseen tai kävi vierasmatkoilla. Vertailussa tästä kyselystä käytetään nimeä ”Vierasmatkakysely”.

Kahden yllä olevan vertailevan kyselyn vastaajajoukot olivat kohderyhmistä johtuen melko erilaiset.

4.2.1 Taustat

Ikä

Ikäryhmä	Prosenttimäärä
Alle 18	15,7
18 - 25	30,6
26 - 35	32,2
36 - 45	12,5
46 - 55	7,1
56 - 65	1,5
Yli 65	0,4

Taulukko 3: Vastaajien suhteellinen ikäjakauma

Taulukosta 3 voi päätellä, että sosiaalinen media ja verkkopalvelut kiinnostavat normaalia enemmän alle 35-vuotiaita kannattajia, joita oli yhteensä yli 78 prosenttia kyselyyn vastanneista ihmisistä.

Vertailukohtana voi mainita vuoden 2013 tehdyn KHL-kyselyn tulokset, jossa alle 35-vuotiaita Jokerit-kannattajia oli vastaajien joukossa hieman alle 50 prosenttia. Sosiaalisen median kysely noudattelee pitkälti Jokereiden kannattajayhdistys Eteläpääty ry:n teettämän vierasmattakyselyn vastaajien ikäjakaumaa. Siinä 76 prosenttia vastaajista oli alle 35-vuotiaita. Tutkimuksen tuloksista voi päätellä, että sosiaalinen media ja kannattamiseen liittyvä yhteisöllisyys sekä matkustelu ovat nuorten ihmisten suosiossa. Tuloksien perusteella voi myös arvioida, että alle 35-vuotiaiden kannattajien määrä on todellisuudessa välillä 50 - 78 prosenttia.

Sukupuoli

81,6 prosenttia vastaajista oli miehiä ja 18,4 prosenttia naisia. Tämä on yleinen määrä urheilukatsomoissa, joissa selvä enemmistö on miehiä. Vastaajajoukko noudattelee siis katsojien normeja.

Sukupuoli	Prosentit
Mies	81,6
Nainen	18,4

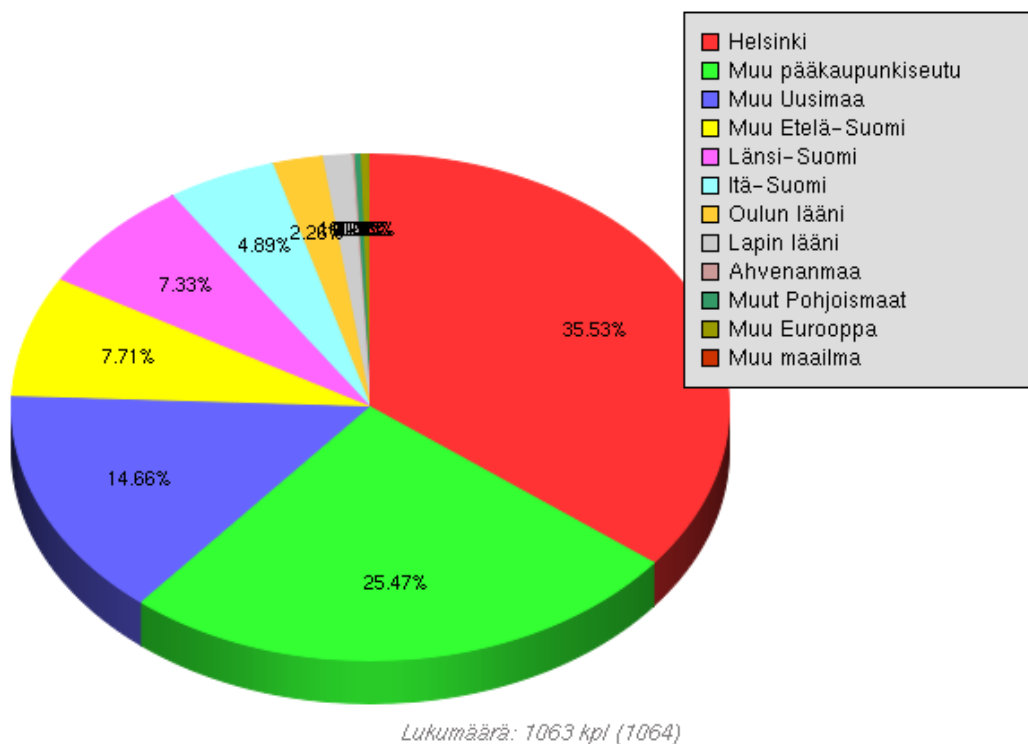
Taulukko 4: Vastaajien sukupuolijakauma prosentteina

Myös Jokereiden tekemässä KHL-kyselyssä miehiä oli noin 80 prosenttia. Vierasmattakyselyyn vastanneista miehiä oli jopa 85 prosenttia.

Asuinpaikka

Asuinpaikka

Vastausten suhteellinen jakauma



Kuvio 2: Vastaajien suhteellinen asuinpaikkajakauma

Asuinpaikkakysymyksessä haluttiin selvittää, mistäpäin Suomea sosiaalisen median seuraajat ovat, sekä löytyykö tällä hetkellä suomen kielellä päivitettävään sosiaaliseen mediaan seuraajia myös muualta maailmasta.

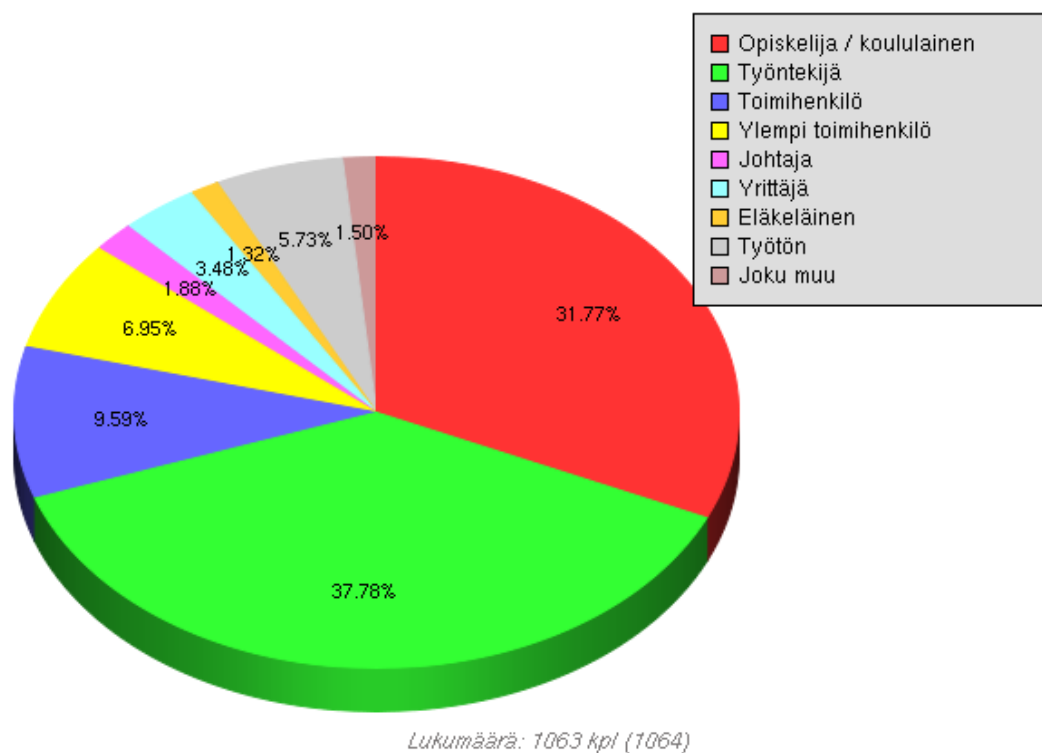
Yli yksi kolmasosa vastaajista oli helsinkiläisiä ja selvä enemmistö seuraajista, noin 76 prosenttia, asui Uudellamaalla. Tämä on ymmärrettävä tulos, kun muistetaan, että Jokerit on helsinkiläinen urheiluseura.

Kolme vastaajaa asui muissa Pohjoismaissa ja neljä muualla Euroopassa. Yksikään vastaaja ei ollut Euroopan ulkopuolelta. Jos kysely olisi tehty englanniksi, niin tilanne olisi saattanut näiden osalta muuttua. Vastaukset ovat tämän kysymyksen osalta hyvin yhteneväiset vertailukyselyiden kanssa.

Asema

Asemasi

Vastausten suhteellinen jakauma



Kuvio 3: Vastaajien suhteellinen yhteiskunnallinen asema

Selvä enemmistö vastaajista oli työntekijöitä (38 %) ja toisena merkittävänä osuutena näkyivät opiskelijat sekä koululaiset (32 %). Jokereiden historia sekä maine on työläisluokkainen ja lähiömäinen, joten vastaajista on ymmärrettävistä syistä iso osa näihin kategorioihin sopivia ihmisiä.

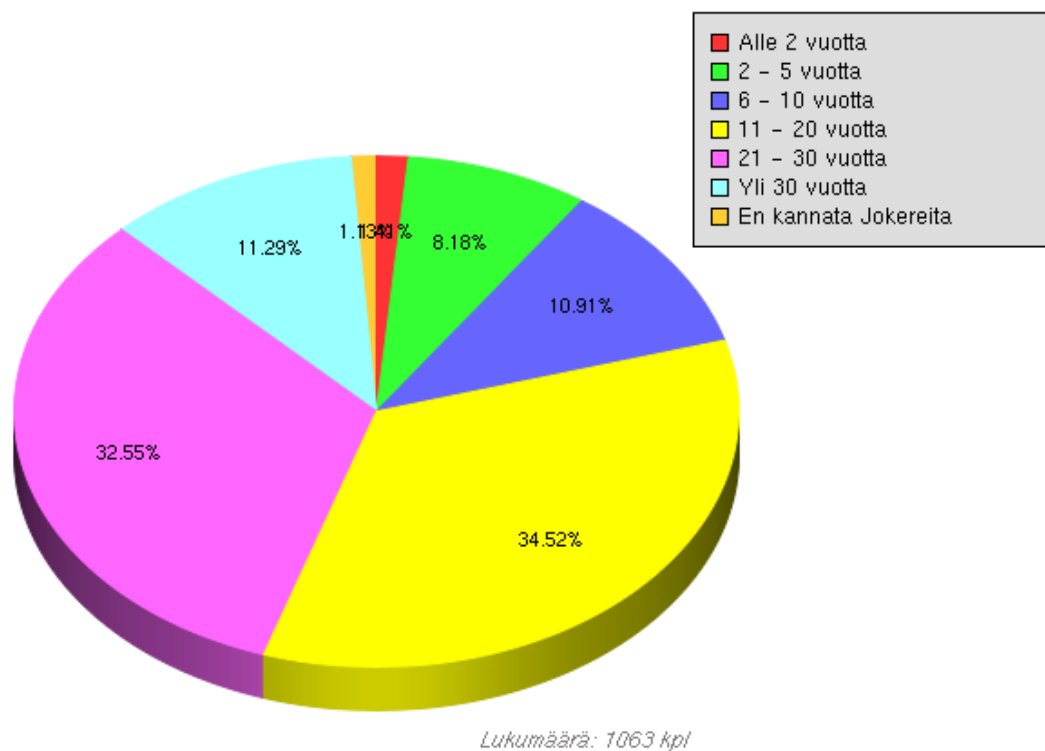
Vastaukset ovat hyvin yhteneväiset vierasmatkakyselyn kanssa (työntekijöitä 37 % ja opiskelijoita 30 %). KHL-kyselyyn verrattuna eroa on melko paljon, tosin kyseisessä kyselyssä vastausvaihtoehdot oli asetettu hieman eri tavalla (johtaja, ylempi toimihenkilö, asiantuntija, toimihenkilö, yrittäjä, työntekijä, opiskelija, eläkeläinen, en halua vastata ja jokin muu). Opiskelijoita oli vain noin 15 prosenttia ja työntekijöitäkin alle 30 prosenttia. Tämä kertoo siitä, että KHL-kysely on tavoittanut eri ihmisiä, kuin sosiaalisen median kautta tehdyt kyselyt.

4.2.2 Kannattamisen taso

Kuinka kauan olet kannattanut Jokereita

Kuinka kauan olet kannattanut Jokereita

Vastausten suhteellinen jakauma



Kuvio 4: Vastaajien suhteellinen jakauma siihen, kauan ovat kannustaneet Jokereita

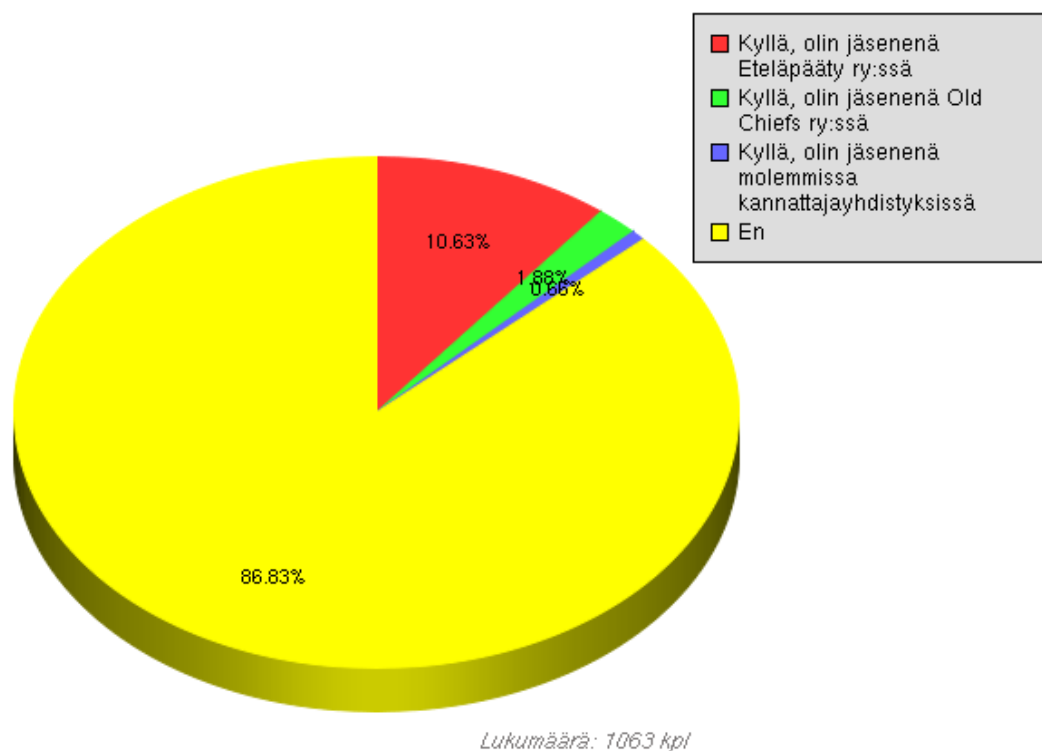
Yli 67 prosenttia on kannustanut Jokereita 11 - 30 vuotta. Tämä on hyvin yhteneväinen ikäjakouman kanssa, koska ihmiset normaalisti valitsevat suosikkijoukkueensa nuorena ala-asteikäisenä. Kyselyyn oli vastannut myös 12 ihmistä, jotka eivät Jokereita kannata.

Vastaukset ovat hyvin yhteneväisiä vierasmatkakyselyn kanssa, jossa välille 11 - 30 vuotta asettui 68 prosenttia vastaajista. KHL-kyselyssä ei vastaavaa kysymystä ollut.

Olitko kaudella 2013–2014 Jokereiden kannattajayhdistyksen jäsen

Olitko kaudella 2013-2014 Jokereiden kannattajayhdistyksen jäsen

Vastausten suhteellinen jakauma



Kuvio 5: Vastaajien suhteellinen jakauma kannattajayhdistysten jäsenyyteen

Jokereilla on kaksi virallista kannattajayhdistystä: Eteläpääty ry, jossa on noin 400 maksanutta jäsentä ja Old Chiefs ry, jossa on noin 200 maksanutta jäsentä. Jotkut ihmiset kuuluvat molempiin yhdistyksiin.

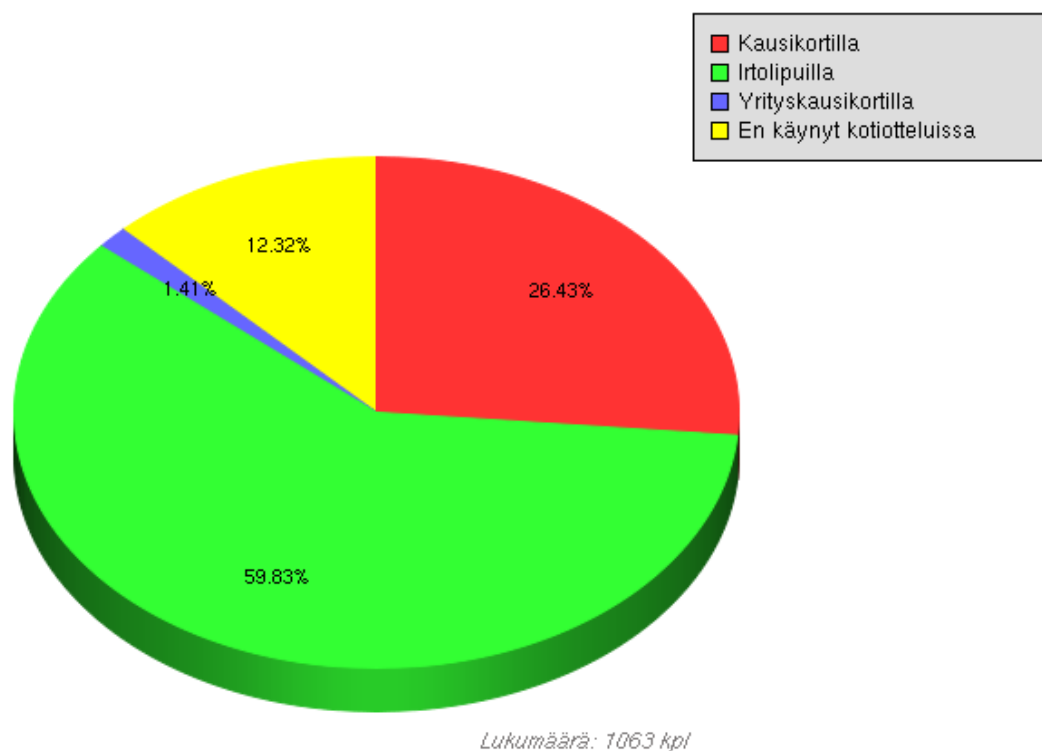
113 vastaajaa (11 %) oli Eteläpääty ry:n jäseniä, 20 (2 %) oli Old Chiefs ry:n jäseniä ja 7 (1 %) vastaajaa kuului molempiin kannatusyhdistyksiin. Jakauma kertoo siitä, että merkittävälle osalle (87 %) vastaajista riittää Jokereiden tarjoamat palvelut, eivätkä he koe kannatusyhdistyksen toimintaa sekä jäsenmaksuja tarpeellisiksi. Kyselyä ei myöskään jaettu kannatusyhdistysten kautta, joten se ei välttämättä tavoittanut näitä aktiivisia kannattajia, vaan enemmänkin juuri sosiaalisen median seuraajia.

Vierasmatkakysely jaettiin Eteläpäädyn kanavien kautta, ja siinä 27 prosenttia vastaajista kuului kannatusyhdistyksiin. Kyselyn jakokanavalla on siis selvä merkitys. KHL-kyselyssä vastaavaa kysymystä ei ollut.

Kävin kaudella 2013–2014 Jokereiden kotiotteluissa

Kävin kaudella 2013-2014 kotiotteluissa

Vastausten suhteellinen jakauma



Kuvio 6: Vastaajien suhteellinen jakauma tapaan, millä ihmiset otteluissa kävivät

Asiakkailla on mahdollisuus ostaa Jokereiden kausikortti, joka sisältää kauden kaikki ottelut. Näitä on saatavana myös yritysversiona. Yleisin tapa on ostaa otteluihin irtolippuja, mikä näkyy tässäkin kyselyssä. Irtolippujen ostajia oli noin 60 prosenttia ja kausikorttilaisia yhteensä noin 28 prosenttia.

Yli 12 prosenttia ihmisistä ei käynyt kertaakaan kotiottelussa. Tämä kertoo siitä, että yllättä-

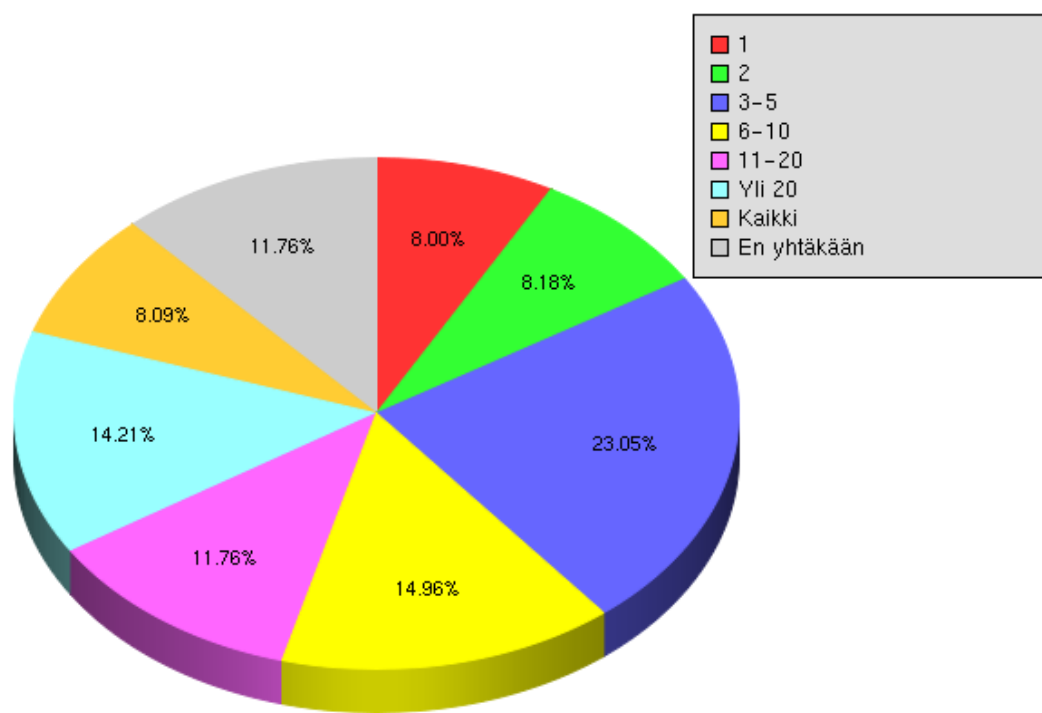
vänkin moni ihminen seuraa Jokereita ainoastaan internetin ja esimerkiksi TV:n kautta. Yrityksen kannalta näiden ihmisten houkutteleva katsomoihin on tärkeässä osassa tulevaisuudessa.

Tähän kysymykseen ei löydy sopivaa vertailukohdetta aiemmista kyselyistä.

Kuinka monta kotiottelua kävit katsomassa kauden 2013–2014 aikana

Kuinka monta kotiottelua kävit katsomassa kauden 2013-2014 aikana

Vastausten suhteellinen jakauma



Lukumäärä: 1063 kpl

Kuvio 7: Vastaajien suhteellinen jakauma siihen, kuinka monta kotiottelua kävi katsomassa

Jakauma on erittäin tasainen. Tämä kertoo siitä, että huolimatta kausikortista tai yksittäislippujen ostosta, ihmiset käyvät otteluissa aika tasaisesti. Osa kausikorttilaisesta käy katsomassa vain osan otteluista, ja osa irtolippujen ostajista isonkin määrän kotiotteluita.

Otteluiden määrä	Kaikki				En käynyt kotiotteluissa
	vastaajat	Kausikortilla	Irtolipulla	Yrityskausikortilla	
1	8	0	12	13	2
2	8	0	13	7	1
3 - 5	23	2	38	21	2
6 - 10	15	4	22	13	0
11 - 20	12	16	12	33	0
Yli 20	14	48	2	13	0
Kaikki	8	30	1	0	0
En yhtäkään	12	0	0	0	95

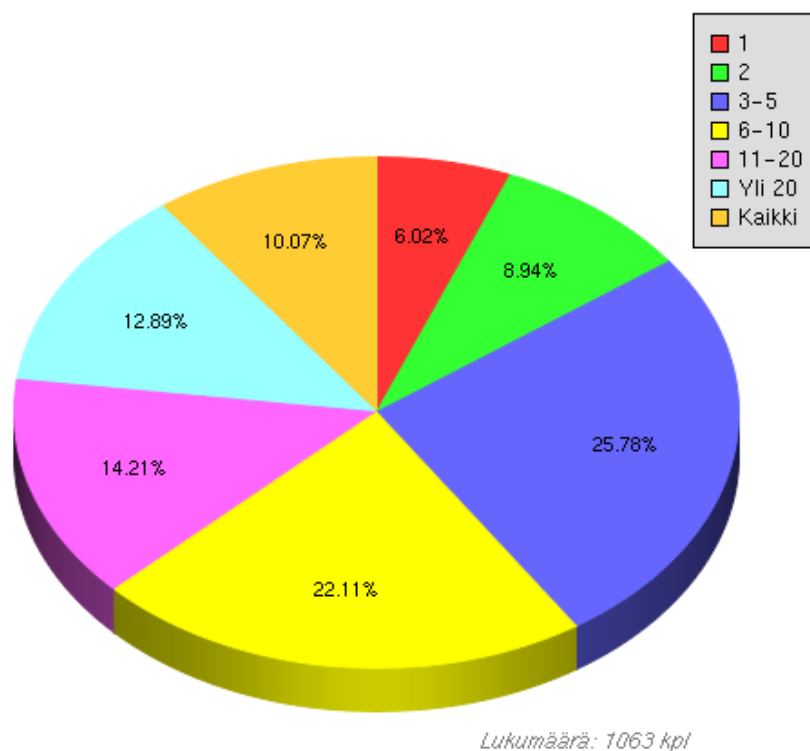
Taulukko 5: Vastaajien suhteellinen prosenttijakauma eroteltuna eri lipputyyppeihin

Kausikortin ostajista suurin osa kävi katsomassa yli 20 ottelua ja irtolippujen ostajista suurin osa kävi katsomassa 3 - 5 ottelua. Kausikorttilaisten ja yrityskausikorttilaisten välillä on merkittävä ero. Itse kausikortin maksavat asiakkaat ovat aktiivisempia otteluissa kävijöitä kuin yrityksen kautta ostaneet. Irtolippujen ostajistakin muutama prosentti katsoi kauden aikana yli 20 ottelua. Ristiintaulukoinnissa on ristiriita ”En käynyt kotiotteluissa” -vastaajien kohdalla, joka johtuu heidän erilaisista vastauksista ottelumäärän ja lipputavan välillä. KHL-kyse-lyyn vastanneista ihmisistä suurin osa antoi vastaavan kaltaisia tuloksia.

Kuinka monta kotiottelua käyt katsomassa kauden 2014–2015 aikana

Arvioi, kuinka monta kotiottelua käyt katsomassa kauden 2014-2015 aikana

Vastausten suhteellinen jakauma



Kuvio 8: Vastaajien suhteellinen jakauma siihen, monta kotiottelua käy arviolta ensi kaudella katsomassa

Pyysimme vertailua varten myös vastaajien arviot siihen, kuinka monta ottelua aikoo käydä katsomassa kaudella 2014–2015. Tämä on ensimmäinen kausi KHL-sarjassa, joka saattaa vaikuttaa ihmisten kiinnostukseen. Tähän kysymykseen oli päässyt virhe, kun vaihtoehto ”Ei yhtään” oli jäänyt pois. Tämä aiheuttaa vastauksiin pientä virheellisyyttä.

Vastausjakauma oli hyvin samansuuntainen, kuin edellisen kysymyksen kohdalla. Kaikki otte- lut katsovien määrä oli noussut kaksi prosenttia. Ja vastaavasti vain yhden ottelun katsovien määrä oli laskenut saman. Kyselyn perusteella KHL nostaa kiinnostusta hieman.

Oletko ostanut viimeisen vuoden aikana Jokereiden kannattajatuotteita

Tällä kysymyksellä haluttiin selvittää ihmisten aktiivisuutta kannattajatuotteiden ostoon ja onko sosiaalisella medially ollut asiaan vaikutusta. 76,1 prosenttia kyselyyn vastanneista ilmoitti ostaneensa viimeisen vuoden aikana tuotteita ja 23,9 ei ollut ostanut. Tämä on erittäin hyvä määrä. Kannattajatuotteet ovat saaneet vuosien varrella paljon negatiivista palautetta, mutta siitä huolimatta ihmiset niitä ostavat. Esimerkiksi KHL-kyselyssä 45 prosenttia kausikorttiasiakkaista mainitsi valikoiman olevan melko huono tai erittäin huono.

4.2.3 Sosiaalinen media

Valitse käyttämäsi digitaalisen median palvelut

Kysymykseen oli listattu 26 eri digitaalisen median palvelua. Näiden käyttöaktiivisuutta tiedusteltiin vaihtoehdoilla: en koskaan, kerran kuukaudessa, kerran viikossa, muutaman kerran viikossa ja päivittäin.

Tällä kysymyksellä halusimme kartoittaa vastaajien käyttämiä sosiaalisen median palveluita. Nouseeko vastausjoukosta esille palveluita, joita ei tällä hetkellä Jokereiden valikoimassa ole? Merkittäviä nousijoita voi harkita jatkossa Jokereiden palveluvalikoimaan.

Vastausvaihtoehtojen palveluvalikoima sisälsi sosiaalisen median palveluiden lisäksi digitaalisen median muita palveluita, kuten pikaviestinsovelluksia. Tällä halusimme selvittää ihmisten aktiivisuutta uusien palveluiden käyttöön, ja käytetäänkö edelleen myös vanhoja, jo ehkä unohdettuja, palveluita. Lisäksi voidaan pohtia, voisiko esimerkiksi pikaviestinsovelluksia käyttää jollain tavalla apuna asiakaspalvelutyössä.

Vastausvaihtoehdot oli valittu hyvin, koska kysymykseen ”Listaa tähän halutessasi muita digitaalisen median palveluita” ei tullut kuin 18 vastausta. Nämäkin olivat usein vaihtoehdoissa jo mainittuja (WhatsApp) tai esimerkiksi verkkolehtiä (Jatkoaika.com). Yhtään merkittävää enemmän kuin yhdessä vastauksessa mainittua palvelua ei noussut esiin.

Jaan vastaukset palveluittain kolmeen ryhmään:

- Yli 50 prosenttia vastaajista käyttänyt palvelua
- 10 - 49 prosenttia vastaajista käyttänyt palvelua
- Alle 10 prosenttia vastaajista käyttänyt palvelua

Yli 50 prosenttia vastaajista käyttänyt palvelua

- YouTube, 98,21 %
- Facebook, 92,38 %
- WhatsApp, 69,05 %
- Twitter, 63,31 %
- Instagram, 53,53 %

Nämä ovat palveluita, joissa tutkimuksen tulosten perusteella suositellaan olemaan aktiivisesti paikalla. Tutkimuksessa käydään palveluiden tulokset yksitellen läpi.

YouTube

Ikäryhmä	En koskaan	Kerran kuukaudessa	Kerran viikossa	Muutaman kerran viikossa	Päivittäin
Alle 18	2	1	3	22	72
18 - 25	1	2	4	23	70
26 - 35	1	4	7	38	50
36 - 45	2	9	21	36	32
46 - 55	7	7	28	40	18
56 - 65	7	7	27	32	27
Yli 65	50	17	17	16	0
Kaikki	2	4	9	31	54

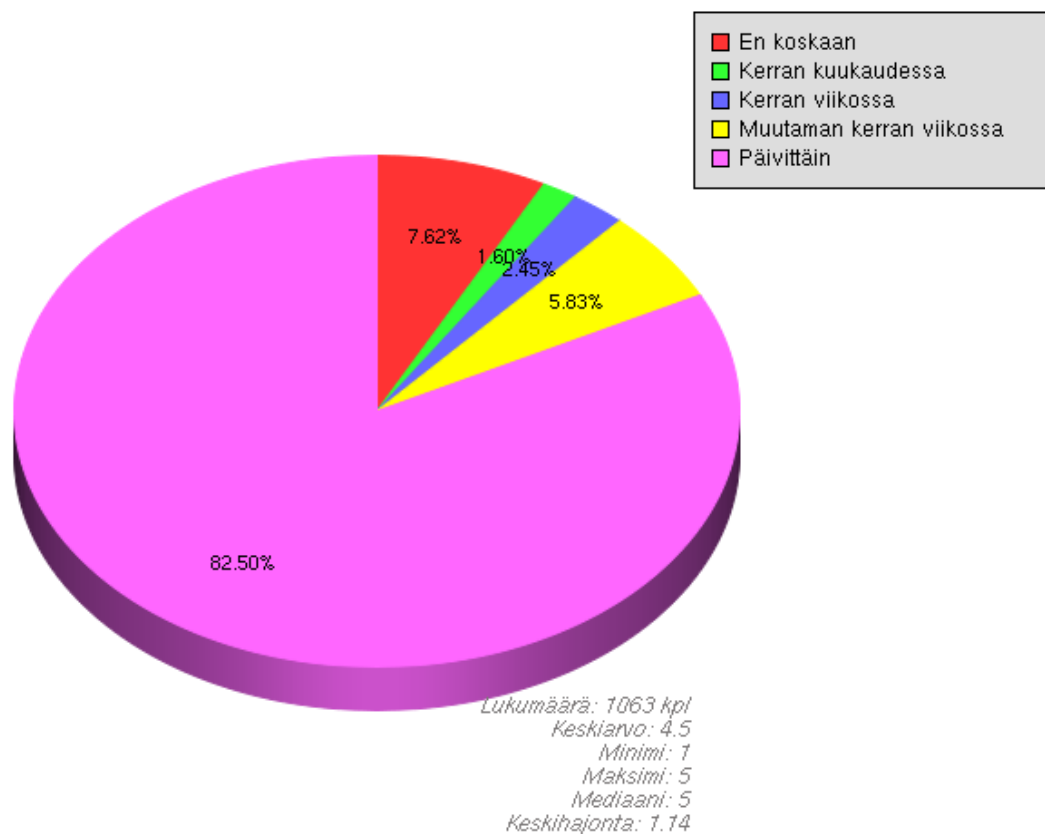
Taulukko 6: YouTube'n käyttö eri ikäryhmissä

YouTubea käytetään nuoremmissa ikäryhmissä päivittäin, mutta ikäluokasta 36 - 45 vuotta alkaen vaihtoehto ”muutaman kerran viikossa” nousee suosituimmaksi. Lähes kaikki vastaajat, jotka eivät YouTubea käytä, löytyvät vanhemmista ikäluokista. Jos haluaa tavoittaa alle 35-vuotiaat, niin tällöin kannattaa ehdottomasti olla aktiivinen YouTube'ssa.

Facebook

Valitse käyttämäsi digitaalisen median palvelut Facebook

Vastausten suhteellinen jakauma



Kuvio 9: Facebookin käytön aktiivisuus

Facebook on suosituin päivittäisiä käyttäjiä keräävä sosiaalisen median palvelu. 82,5 prosenttia vastaajista vierailee siellä vähintään joka päivä, kun vastaava luku YouTube'n kohdalla on 54,6 prosenttia. Facebookiin kannattaa siis tehdä päivityksiä mahdollisuuksien mukaan jokaisena päivänä.

Ikäryhmä	En koskaan	Kerran kuukaudessa	Kerran viikossa	Muutaman ker- ran viikossa	Päivittäin
Alle 18	6	2	1	8	83
18 - 25	3	1	2	3	91
26 - 35	7	2	3	8	80
36 - 45	13	5	3	6	73
46 - 55	12	0	6	7	75
56 - 65	27	0	7	13	53
Yli 65	50	17	16	0	17
Kaikki	8	2	3	5	82

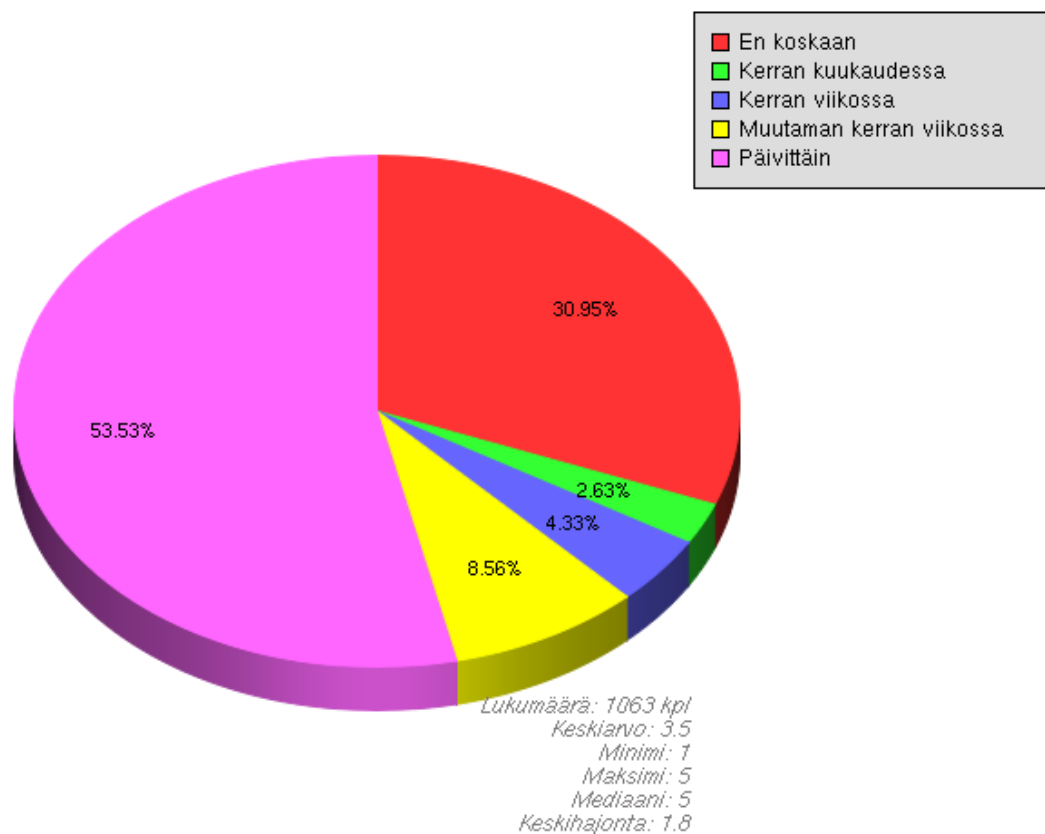
Taulukko 7: Facebookin käyttö eri ikäryhmissä

Facebookin käyttö erottuu YouTubeen verrattuna erityisesti ikäryhmien kohdalla. Myös vanhemmissa ikäluokissa se kerää käyttäjät päivittäin palvelun ääreen. Facebook-päivityksillä on siis mahdollisuus tavoittaa asiakkaat kattavasti iästä riippumatta.

WhatsApp

Valitse käyttämäsi digitaalisen median palvelut WhatsApp

Vastausten suhteellinen jakauma



Kuvio 10: WhatsAppin käytön aktiivisuus

WhatsAppa käytetään maailmalla esimerkiksi yritysten asiakaspalvelutyössä ja erityisesti nuoret toivovat sen kasvua (Information-Age 2014). Palvelun käyttöä Jokereiden kaltaisen yrityksen markkinointiviestinnässä tulee pohtia tarkasti.

Twitter

Ikäryhmä	En koskaan	Kerran kuukaudessa	Kerran viikossa	Muutaman ker- ran viikossa	Päivittäin
Alle 18	35	13	7	7	38
18 - 25	33	11	14	12	30
26 - 35	34	13	11	12	30
36 - 45	41	11	9	6	33
46 - 55	57	15	4	11	13
56 - 65	47	0	12	28	13
Yli 65	83	17	0	0	0
Kaikki	38	12	10	10	30

Taulukko 8: Twitterin käytön aktiivisuus eri ikäryhmissä

Vastaajien Twitterin käytön tilasto on erittäin mielenkiintoinen. Vastaavaa iän tuottamaa jakaumaa ei näy, kuin Instagramissa, WhatsAppissa tai YouTubessa. Ainoastaan vanhempien, yli 46-vuotiaiden ikäluokissa näkyy käytön vähentyminen.

Twitterin käyttö jakaa vastaajat siis näkyvästi kahtia, ikäluokista noin 30 - 40 prosenttia käyttää palvelua päivittäin ja toinen puoli ei käytä koskaan. Suunnilleen saman kokoinen määrä ihmisiä käyttää Twitteriä silloin tällöin. Twitterillä on mahdollisuus tavoittaa myös hieman vanhemmat ikäluokat.

Instagram

Ikäryhmä	En koskaan	Kerran kuukaudessa	Kerran viikossa	Muutaman ker- ran viikossa	Päivittäin
Alle 18	20	3	5	7	65
18 - 25	42	6	8	11	33
26 - 35	52	14	10	9	15
36 - 45	55	14	9	10	12
46 - 55	71	13	12	4	0
56 - 65	73	0	7	13	7
Yli 65	100	0	0	0	0
Kaikki	47	10	8	8	27

Taulukko 9: Instagramin käytön aktiivisuus eri ikäryhmissä

Instagramin kohdalla otettiin myös esille ristiintaulukoinnit eri ikäryhmien kohdalla. Palvelulla on maine lasten ja nuorten kuvasovelluksena ja tilastojen perusteella maine pitääkin paikkansa. Alle 18-vuotiaista jopa 65 prosenttia käyttää palvelua päivittäin ja 18–25-vuotiaistakin vielä 35 prosenttia. Kuitenkin jo 18–25-vuotiaiden ikäryhmässä suurempi osuus ei käytä Instagramia koskaan, ja luku tästä vain nousee.

Instagram toimii kyselyn tilastojen perusteella palveluna, jolla tavoittaa lapset ja nuoret. Päivitysten on tällöin myös hyvä olla näitä ikäryhmiä tavoittelevia. Instagramin suosio kuitenkin kasvaa jatkuvasti vanhemmissa ikäluokissa, joten tilannetta on hyvä seurata aktiivisesti.

10 - 49 prosenttia vastaajista käyttänyt palvelua

- Skype, 43,93 %
- SoundCloud, 42,90 %
- Google+, 40,73 %
- Vimeo, 29,26 %
- Kik, 17,03 %
- LinkedIn, 16,18 %
- Snapchat, 13,55 %
- Vine, 12,32 %
- Ask.fm, 11,38 %

Tähän kategoriaan päätyi palveluita, joiden kehitystä Suomessa on hyvä seurata ja mahdollisesti ottaa käyttöön. Tämä vaatii sen, että palveluille on tiedossa sopiva tehtävä.

Skype

Skypellä oli vastaajien joukossa iso määrä aktiivisia käyttäjiä. En näe palvelulla kuitenkaan käyttöä Jokereiden kaltaisen yrityksen markkinointiviestinnässä. Yrityksen sisäisissä neuvotte- luissa ja keskusteluissa se voi olla hyödyllinen.

SoundCloud

SoundCloud on Jokereilla aktiivisessa käytössä. Se tavoittaa ihmiset hyvin ja monet ovat siihen selvästi Jokereiden kautta tutustuneetkin. Palvelu on kuitenkin harvalla vielä henkilöko- hteisessa aktiivisessa, päivittäisessä, käytössä. Mielestäni palvelun käyttö ei vaadi Jokereiden osalla isompaa kehitystyötä, vaan toimii nykyisellä tavalla hyvin.

Google+

Yli 40 prosenttia vastaajista ilmoitti käyttävänsä joskus Google+ -palvelua, mutta päivittäisiä käyttäjiä oli vain kahdeksan prosenttia. Palvelua on nimitetty usein aavekaupungiksi: käyttä- jiiä on paljon mutta kukaan ei ole paikalla. Tämä pitää kyselynkin perusteella aika hyvin paik- kansa. Google+ on kuitenkin palvelu, jossa yritysten on lähes pakko olla läsnä Googlen hakutu- losten takia.

Vimeo

Vimeota käyttää alle prosentti vastaajista päivittäin, mutta vähintään kerran kuukaudessa palvelussa vierailee jo lähes 30 prosenttia. Palvelu siis kerää satunnaisia käyttäjiä laaduk- kailla videoillaan. Vimeo on vaihtoehto YouTubelle, joten käyttäjien kiinnostuksen vähyydestä johtuen nähdäkseni palvelusta ei ole Jokereille merkittävää hyötyä.

Kik

83 prosenttia kaikista vastaajista ei ollut käyttänyt Kikiä koskaan, mutta alle 18-vuotiaista ”Ei koskaan” -valinnan oli tehnyt vain 30 prosenttia vastaajista. Kikillä on siis mahdollisuus ta- voittaa nuoria. Sen käyttöä esimerkiksi nuoriin kohdistuvissa asiapalvelutehtävissä WhatsAppin tapaan voisi harkita lähivuosina, jos palvelun kehitys jatkaa saman suuntaisena. Käytännössä tämä asiakaspalvelu toimisi sähköpostin tai chatin tavoin.

LinkedIn

16 prosenttia vastaajista käytti LinkedIniä, joista päivittäisiä käyttäjiä oli vain kaksi prosenttia. Tämä on luku joka heijastelee Suomen tilastoja, Somecon tutkimuksessa 13 prosenttia suomalaisista ilmoittautui LinkedInin käyttäjäksi. LinkedInin käyttäjistä suurin osa on aktiivisia työnhakijoita sekä HR-alalla työskenteleviä ihmisiä.

Ristiintaulukoinnilla pystyimme selvittämään, että aktiivisinta LinkedInin käyttö oli juuri työkäisillä, 26–65-vuotiailla. Päivittäisiä käyttäjiä löytyi eniten ikäluokasta 46–55-vuotiaat. Jokereiden tapauksessa LinkedInillä ei ole suurta merkitystä. Yritysprofiili palveluun kannattaa tehdä, mutta suuria massoja siellä ei tavoiteta.

Snapchat

Snapchat on mielenkiintoinen palvelu ja sitä voisi harkita myös Jokereidenkin käyttöön. Palvelu ei ole vielä Suomen markkinointimaailmassa lyönyt läpi, mutta ulkomailla sitä käytetään aktiivisesti. Sillä pystyy lähettämään seuraajille kohdistettuja tarinoita joissa voi markkinoida esimerkiksi määrättyä tapahtumaa. Myös erilaiset kilpailut olisivat mahdollisia.

Kyselyyn vastanneista ihmistä 13,5 prosenttia vastasi käyttävänsä Snapchattia, ja näistä päivittäisiä käyttäjiä oli yllättävänkin suuri luku: 8 prosenttia. Erityisesti nuorista, alle 18-vuotiaista vastaajista, palvelua käytti aktiivisesti yli 55 prosenttia vastaajista. Snapchatin mahdollisuuksia nuorten tavoittamisessa kannattaa Jokereiden markkinoinnissa harkita vakavasti.

Vine

Vinen käyttäjiä oli kaikissa ikäryhmissä erittäin vähän. Alle 18-vuotiaista sitä käytti vähintään kerran kuukaudessa 22 prosenttia, mutta tämäkin luku on melko pieni. Vine ei ole selvästikään lyönyt vielä Suomessa läpi Yhdysvaltojen tyyliin. Instagram ja mahdollisesti Snapchat ovat Jokereille selvästi paremmat valinnat mikro-videoihin.

Alle 10 prosenttia vastaajista käyttänyt palvelua

- Tumblr, 9,60 %
- Foursquare, 9,03 %
- Flickr, 8,65 %
- IRC-galleria, 6,77 %
- Last.fm, 6,59 %
- Pinterest, 6,50 %
- MySpace, 5,27 %
- HeiaHeia, 4,42 %
- Telegram, 3,29 %
- SlideShare, 2,92 %
- VK, 1,60 %
- Path, 0,66 %

Tähän ryhmään kuuluu uusien palveluiden (Path, Telegram) lisäksi maailmalla suosittuja (Tumblr, Foursquare, Flickr, Last.fm, Pinterest, HeiaHeia, SlideShare, VK) sekä aiemman suosion menettäneitä (IRC-galleria, MySpace) palveluita. Näistä kannattaa Jokereiden tapauksessa nostaa esille muutama potentiaalinen vaihtoehto.

Pinterest on totuttu näkemään naisille suunnattuna keittiö- ja sisustuskuvapalveluna, mutta sillä on mahdollisuus myös markkinoida jääkiekko-otteluita. Käytännössä tätä voisi käyttää rinnakkain Facebookin kuvagallerioiden kanssa. Tällä hetkellä Pinterestin suosio on Suomessa kuitenkin niin pieni eikä se ole lähtenyt suureen nousuun keskustelusta huolimatta. Suositellaan seuraamaan tilanteen kehitystä.

VK on Itä-Euroopan vastine Facebookille. Kyselyssä 1 046 vastaajaa ilmoitti, että ei käytä koskaan palvelua ja vain 17 ihmistä ilmoitti käyttävänsä sitä edes toisinaan. Lukemat eivät yllätä. Palvelua ei Suomessa juurikaan markkinoida, vaikka sitä pystyy käyttämään myös suomeksi. Keskustelua käydään kuitenkin enimmäkseen venäjäksi ja VK yhdistetään sosiaalista mediaa seuraavien parissa heti Venäjään. KHL-liigaan siirtymisen myötä Jokereiden tulee kuitenkin liittyä myös VK-palveluun. Esimerkiksi Pietarin SKA:lla on Facebookissa noin 20 000 seuraajaa, mutta VK:ssa yli 55 000. Jos haluaa tehdä Venäjälle markkinointia ja tiedotusta, niin VK:ssa tulee ehdottomasti olla yhtä aktiivisesti mukana kuin Suomessa Facebookissa. Viestintäkielenä tulee olla myös venäjä.

Arvosanat Jokereiden nykyiselle toiminnalle sosiaalisessa mediassa

Kyselyssä oli kysymys, ”Merkitse, mitä Jokereiden sosiaalisen median kanavia seuraat aktiivisesti ja anna Jokereiden toiminnalle niissä arvosana asteikolla 1 - 5”. Asteikossa yksi oli huonoin ja viisi paras arvosana. Tällä kysymyksellä haluttiin saada tietoa siitä, kuinka iso osa käyttää eri palveluita ja kuinka tyytyväisiä vastaajat ovat nykyiseen tilanteeseen.

Palvelu	En seuraa	1	2	3	4	5	Keski-arvo
Facebook	7,7	1,1	2,1	11,1	38,4	39,6	4,23
Twitter	40,3	2,1	2,2	13,3	23,0	19,2	3,92
Instagram	53,2	2,9	6,0	13,9	15,0	8,9	3,45
YouTube	17,5	2,5	8,5	22,2	26,9	22,5	3,71
SoundCloud	57,8	3,1	4,4	12,3	14,1	8,3	3,47

Taulukko 10: Vastaajien antamien arvosanojen sekä "en seuraa" -vaihtoehdon prosenttija-kaumat ja keskiarvo

Vastauksista pystyy päättämään sen, että Facebookin käyttötapaa ei ole tarpeen muuttaa. Ihmiset ovat sen käyttöön erittäin tyytyväisiä. Twitterin käyttöä voisi vielä kehittää, ja tärkeitä olisi saada kasvatettua käyttäjämääriä. Tähän ei kuitenkaan pysty yksin Jokerit vaikuttamaan, vaan se vaatii koko maan mediakentän muutosta. Instagram ei ole vielä lyönyt Suomessa vanhempien ihmisten kohdalla läpi, joka näkyy tässäkin vastauksessa. Myös käyttötapoja olisi syytä pohtia. Erityisesti aktiivisuutta ja tunnisteiden käyttöä. Myös Instagramin kohdalla voisi miettiä tapoja, millä saataisiin ihmisiä aktivoitua lisää. YouTube'n käyttö on selvästi aktiivista ja kelpaa nykyisellään ihmisille. SoundCloudin mahdollisuudet eivät ole vielä tuttuja, ihmiset selvästi kuuntelevat toisinaan haastattelut, mutta eivät vielä tiedä miten voisiko palvelua hyödyntää muillakin tavoilla.

Mitä tietoja toivot saavasi Jokereiden sosiaalisesta mediasta

Tällä kysymyksellä haluttiin selvittää, millaisia päivityksiä ja mihin asioihin liittyvää informaatiota vastaajat haluavat Jokereiden verkkopalveluista saada. Pitäisikö johonkin osa-alueeseen panostaa erityisesti? Vastausvaihtoehdot olivat ”Ei yhtään tärkeä - Ei kovin tärkeä - Melko tärkeä - Erittäin tärkeä”. Neutraali vastausvaihtoehto jätettiin pois, jotta näkisi kumpaan suuntaan ihmisten mielipide valinnoissa kääntyy.

Osa-alue	Ei yhtään tärkeää	Ei kovin tärkeää	Melko tärkeää	Erittäin tärkeää
Alennukset	6,0	22,9	42,3	28,8
Blogit	7,4	33,9	45,6	13,1
Fanituotteet	3,2	17,5	45,0	34,3
Fiilistely- ja tunnelman nostatuspäivitykset	3,7	11,6	40,6	44,2
Juniorit	6,1	30,1	47,1	16,7
Kannattaja-asiat	2,5	15,7	49,4	32,4
Kilpailut	4,5	28,7	42,9	23,9
Kuvat otteluista	3,1	16,3	42,6	38,0
Kuvat muista tapahtumista	4,9	29,7	42,4	23,0
Mainokset ja yhteistyökumppaneiden ilmoitukset	23,6	52,4	18,9	5,1
Muiden fanien kommentit	10,4	36,2	39,0	14,3
Otteluennakot	1,8	7,4	39,6	51,2
Otteluraportit	2,1	5,9	35,8	56,2
Otteluiden Facebook-tapahtumat	11,4	30,1	34,5	24,0
Ottelulippujen ostot	7,3	26,0	39,0	27,7
Otteluseurannan päivitykset	4,6	11,2	31,7	52,5
Pelaaja- ja valmentajahaastattelut	1,7	5,2	32,1	61,1
Pelaajajulkaisut	1,6	2,8	21,2	74,4
Muut uutiset	3,1	15,9	46,1	34,9
Videot	2,5	9,4	37,4	50,7
Muut asiat	8,7	32,7	45,4	13,3

Taulukko 11: Millaisia päivityksiä ihmiset toivovat saavansa, prosenttijakaumat eri osa-alueille

Ihmisiä kiinnostaa selvästi eniten pelaajajulkistuksiin liittyvät asiat. Toinen tärkeä osa-alue on itse otteluihin liittyvät asiat: tunnelman nostatus, otteluennakot, otteluseuranta, otteluraportit, pelaaja- ja valmentajahaastattelut, sekä videot ja kuvat. Lisäksi vastaajia kiinnostaa kannattajatoimintaan liittyvät asiat ja fanituoteutiset.

Vähiten kiinnostusta keräsi mainokset ja yhteistyökumppaneiden ilmoitukset, blogit, muiden fanien kommentit ja otteluita varten tehdyt Facebook-tapahtumat.

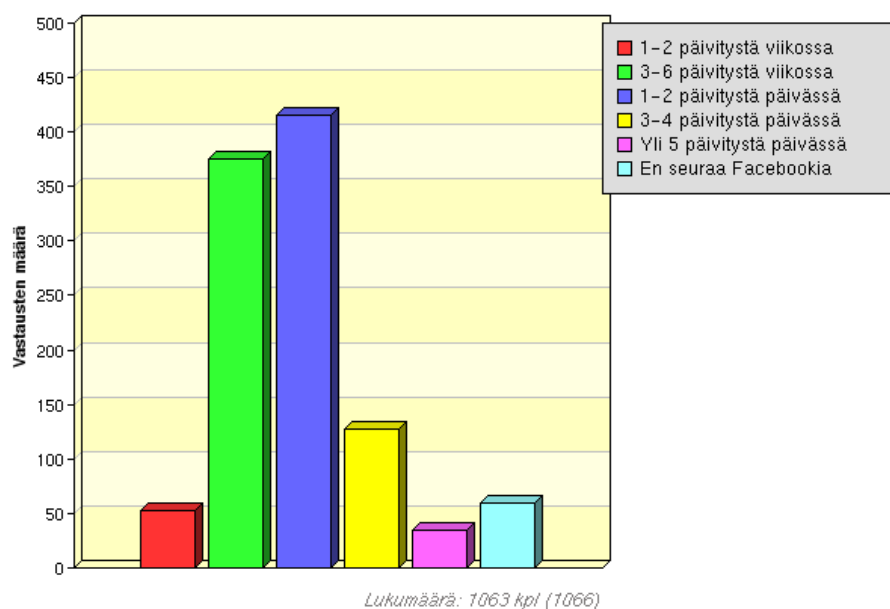
Vastaukset ovat hyvin pitkälti Jokereiden tämän hetken sosiaalisen median strategian suunta- viivojen mukaisia. Ottelutapahtumien ympärille voi kehittää vielä nykyistä enemmän nosta- tusta erilaisilla sosiaalisen median tempauksilla ja kampanjoilla. Nämä auttaisivat varmasti aktivoimaan ihmisiä vielä enemmän. Päivittäiset haastattelut ovat myös selvästi toivottuja. Selkeä yhteistyökumppaneiden mainostaminen toimii karkottavana tekijänä, joten se tulee pitää minimissään.

Mikä on mielestäsi sopiva päivitystahti Jokereiden Facebookissa kauden aikana

Tällä kysymyksellä haluttiin selvittää, mikä on sopiva määrä päivityksiä yhden päivän aikana. Jos päivityksiä tulee liikaa, niin ihmisten kynnys lopettaa seuraaminen madaltuu. Normaali suositustahti on 1 - 2 päivitystä yhden päivän aikana. Toiset Facebook-markkinointiin liittyvät blogit varoittavat julkaisemasta yli kolmea päivitystä päivässä, toiset yli seitsemän. Tosiasia on se, että pitää löytää yritykselle sopiva balanssi. Urheiluseuran tapauksessa ottelupäivinä päivityksiä voi tulla reilustikin, mutta mielellään ei tällöinkään yli viittä. Facebookin Edge-Rank voi ottaa liian ahkeran päivitystahdin myös näkyvyyttä laskevana tekijänä. Tärkeintä on kuitenkin päivitysten laatu ja niiden aikaansaama aktivointi. (Buffersocial 2014.)

Mikä on mielestäsi sopiva päivitystahti Jokereiden Facebookissa kauden aikana

Vastausten absoluuttinen jakauma



Kuvio 11: Vastajien määrät päivittäisille Facebookin päivitysmäärille

Jokereiden kyselyyn vastanneet toivoivat eniten 1 - 2 päivitystä päivässä. Tämä on myös yleisesti suositeltu lukema. Seuraavaksi suosituin vaihtoehto oli 3 - 6 päivitystä viikossa. Ristiintaulukoimalla selvisi, että 42 prosenttia päivittäin Facebookia käyttävistä toivoi 1 - 2 päivitystä päivässä, 37 prosenttia 3 - 6 kertaa viikossa ja 12 prosenttia 3 - 4 kertaa päivässä.

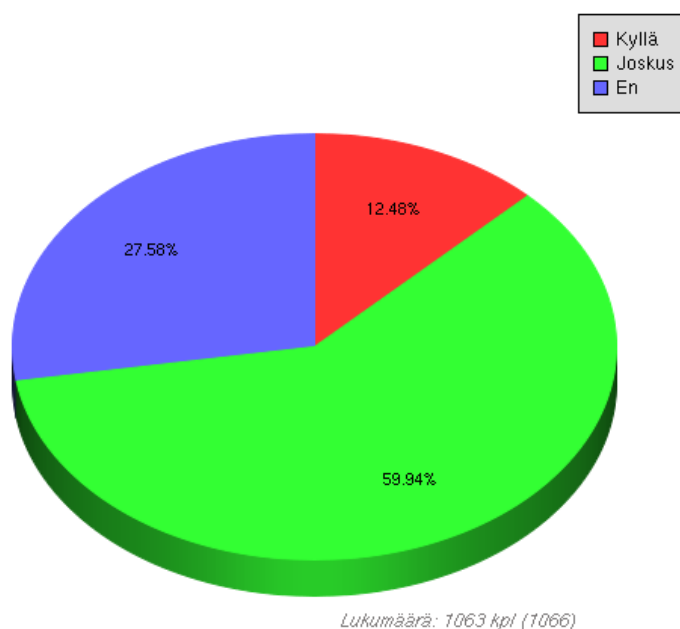
Näiden vastausten perusteella voisi suositella, että kovin usein Jokereiden Facebookissa ei päivitetäisi yli kahta kertaa päivässä. Ainoastaan siinä tapauksessa, että on uutta tärkeää tiedotettavaa.

Osallistutko keskusteluun Jokereiden sosiaalisen median kanavissa

Kysymyksellä haluttiin selvittää, kuinka aktiivisia keskustelijoita vastaajien joukossa on. Jokereilla ei ole omaa keskustelufoorumia, joten keskustelu käydään enimmäkseen Jatkoajan keskustelupalstalla ja koko ajan vähenevässä määrin kannattajayhdistys Eteläpääty ry:n hallinnoimalla Jokerifanit.netin keskustelupalstalla. Näyttää siltä, että keskustelu on siirtynyt viime vuosina Jokerifanit.netin keskustelupalstalta sosiaaliseen median kanaviin.

Osallistutko keskusteluun Jokereiden sosiaalisen median kanavissa

Vastausten suhteellinen jakauma



Kuvio 12: Vastaajien osallistuminen sosiaalisen median keskusteluun

Hyvin pieni määrä vastaajista osallistuu päivittäiseen keskusteluun, vain 12,5 prosenttia. Lähes 60 prosenttia kuitenkin kommentoi joskus Jokereiden Facebook-sivujen keskusteluun. Yhteensä keskustelijoita on siis lähes 75 prosenttia, jotka edes joskus ottavat asioihin kantaa. Nämä prosenttimäärät vahvistavat arvioitamme siitä, että keskustelu on siirtynyt keskustelupalstoilta sosiaaliseen mediaan.

Kanavien käyttö ottelupäivänä

Haluttiin selvittää, minkä verran ihmiset ovat ottelupäivinä mukana seuraamassa otteluun liittyviä päivityksiä ja kommentoimassa ottelun tapahtumia. Nouseeko valinnoissa joku vaihtoehto ylitse muiden ja pitäisikö kanavien käyttöä ottelun aikana mieltä uusiksi. Valitsimme vaihtoehtoiksi Jokereiden merkittävimmät ottelunaikaiset kanavat.

Yhdysvalloissa oli tehty tutkimus Catalyst Public Relationsin toimesta vuonna 2011 vastaavasta asiasta, jota voimme käyttää tässä vertailuaineistona. Rakensimme tämän kysymyksen samojen vaihtoehtojen perusteella.

Kanava	Ei koskaan	Muutamia kertoja kaudessa	Muutamia kertoja kuukaudessa	Lähes jokainen ottelu	Jokainen ottelu
Facebook, ennen ottelua	10,8	7,6	10,5	36,9	34,2
Facebook, ottelun aikana	22,5	12,3	18,3	25,3	21,5
Facebook, ottelun jälkeen	11,0	7,4	11,3	35,2	35,1
Twitter, ennen ottelua	44,7	11,0	12,0	14,5	17,8
Twitter, ottelun aikana	51,2	10,9	12,1	12,8	13,0
Twitter, ottelun jälkeen	46,1	11,9	10,7	14,0	17,3
Instagram, ennen ottelua	59,3	9,4	10,3	10,6	10,4
Instagram, ottelun aikana	63,7	9,5	10,4	8,4	8,0
Instagram, ottelun jälkeen	58,1	9,7	10,4	10,6	11,1
Jokerit.com, ennen ottelua	10,3	9,6	21,9	29,9	28,3
Jokerit.com, ottelun aikana	33,2	18,0	19,9	16,3	12,7
Jokerit.com, ottelun jälkeen	9,8	8,7	19,8	29,7	32,1

Taulukko 12: Kanavien käytön aktiivisuus ottelupäivinä (vastaajat prosentteina)

Eniten tässä kysymyksessä kiinnostui, se kuinka aktiivisesti ihmiset ovat nykypäivänä Twitterissä ottelupäivinä. Myös Instagram-kuvien päivitys kiinnostui. Ottelun aikana on kaikissa kanavissa laskua, mutta Twitterissä ja Instagramissa se on suhteellisesti melko pientä. Suurin ero on Jokerit.comin kohdalla, joka kertoo siitä että verkkosivuilla ei pelin aikana käydä. Ajan-kohtaiset päivitykset kannattaa tällöin tehdä nimenomaan sosiaaliseen mediaan. Jopa 70 prosenttia vastaajista käy ennen ja jälkeen lähes jokaisen ottelun Facebookissa. Verkkosivuille tehtävät ottelua koskevat päivitykset tulee siis jakaa myös aina Facebookiin.

Mielenkiintoista on myös se, että kysymyksen ”Valitse käyttämäsi digitaalisen median palvelut” kohdalla 36,7 prosenttia vastaajista ilmoitti, että ei käytä koskaan Twitteriä. Tämän kysymyksen kohdalla voisi päätellä lukeman olevan vielä suurempi.

Vertailuna ovat Yhdysvaltojen koripalloliiga NBA:n vastaavan kaltaiset tilastot vuodelta 2011. Facebookia käytti ottelupäivinä 35,5 prosenttia ennen ottelua, 42,6 prosenttia ottelun aikana ja 57,1 prosenttia ottelun jälkeen. Twitteriä käytti 49,1 prosenttia ennen ottelua, 51,5 prosenttia ottelun aikana ja 53,3 prosenttia ottelun jälkeen. (Sports Business Daily 2011.)

Tuloksista voidaan päätellä, että Suomessa ei olla vielä kunnolla innostuttu ottelun aikaisesta sosiaalisen median käytöstä. Otteluissa keskitytään enemmän itse peliin, ja sosiaalista mediaa seurataan ennen ja jälkeen otteluiden. Usein myös tapahtumien huonot verkkoyhteydet rajoittavat Hartwall Arenalla käyttöä.

Ottelun ajaksi voisi kehitellä erilaisia sosiaalisen median kilpailuja, ja tätä kautta aktivoida ihmisiä vielä enemmän pelin aikaiseen toimintaan. Esimerkiksi ottamaan jostain määrätystä kohteesta ottelun aikana vaikkapa selfie-kuvia ja lataamaan ne sosiaaliseen mediaan, joista ottelun jälkeen Jokereiden paras pelaaja valitsisi voittajan tai ne näkyisivät pelin aikana Arenan valotaululla. Ottelutapahtuman jännitys jatkuisi tällöin aina kotimatalle asti. Urheilutapahtumissa on toisinaan huono verkkoyhteys, mutta Hartwall Arenalle kesän aikana tehtyjen uudistusten myötä myös digipalvelut alkavat varmasti toimia paremmin.

Mistä luet tai kuulet useimmiten ensimmäisenä Jokereihin liittyvät uutiset

Tällä kysymyksellä haluttiin selvittää sitä, saavatko vastaajat ensimmäisenä tiedon Jokereiden omien kanavien kautta vai esimerkiksi uutispalveluista. Tämä auttaa kohdentamaan päivitykset oikealle kohderyhmälle. Vastaajat saivat valita 1 - 4 vaihtoehtoa, joista he normaalisti saavat Jokereihin liittyvät uutiset ensimmäisenä tietoonsa.

Kanava	Prosenttimäärä
Facebook	81,3
Jokerit.com	71,4
Jatkoaika.com	44,0
Internetin uutispalvelut	37,2
Twitter	34,2
Ystävät	23,7
Sanomalehdet	18,3
Televisio	13,1
Muualta	2,8
Radio	2,4
Blogit	0,2

Taulukko 13: Prosenttiosuudet sille, mistä vastaajat lukevat ensimmäisinä Jokereihin liittyvät uutiset. Vastaajat saivat valita 1 - 4 vaihtoehtoa.

Vaihtoehtoista nousi kaksi ylitse muiden: Facebook ja Jokerit.com. Jokerit.comiin tehtävät päivitykset jaetaan välittömästi Jokereiden Facebook-sivuille ja tätä kautta tieto leviää nopeasti. Muut Internet-palvelut (Jatkoaika.com, uutispalvelut, Twitter) ovat myös kyselyssä heti seuraavina. Vain pieni osa lukee ensimmäisinä uutiset sanomalehdistä tai televisiosta. Television osuus on pienentynyt valtavasti Internetin nousun myötä.

Huomionarvoista on myös se, että kyselyyn oli osattu valita oikeat vaihtoehdot. Vain 2,8 prosenttia vastaajista ilmoitti saavansa tiedon muualta kuin listatuista vaihtoehtoista.

Sosiaalisen median vaikutus kannattamiseen

Tämä kysymys oli ennakkoon yksi kyselyn mielenkiintoisimmista, kuinka paljon sosiaalisen median kanavissa toimiminen on lopulta ihmisten mielipiteisiin, yhteisöllisyyteen ja aktivoitumiseen vaikuttanut. Kysymys oli ”Miten Jokereiden aktivoituminen sosiaalisessa mediassa vuoden 2010 jälkeen on vaikuttanut suoraan tai välillisesti sinun kannattamiseesi”. Vastausvaihtoehtoja oli neljä: ei vaikutusta, pieni vaikutus, suuri vaikutus ja erittäin suuri vaikutus.

Osa-alue	Ei vaikutusta	Pieni vaikutus	Suuri vaikutus	Erittäin suuri vaikutus
Otteluissa käymisen määrä	43,0	33,8	17,8	5,5
Kausikortin ostaminen	71,0	15,4	9,2	4,3
Kannattajatuotteiden ostaminen	34,6	35,6	22,7	7,2
Jokereiden uutisten ja tapahtumien seuraaminen	8,3	9,4	38,8	43,6
Kuuluminen Jokerit-yhteisöön	23,0	20,1	29,8	27,1
Jääkiekon yleinen seuraaminen	21,2	27,6	28,8	22,5

Taulukko 14; Sosiaalisen median vaikutus kannattamiseen, prosenttijakaumat

Jokereiden vuonna 2010 luodussa sosiaalisen median strategiassa tavoite määritellään näin: ”Tavoitteena kasvattaa nykyisten fanien lojaalisuutta sekä lisätä heidän käyntiä ottelutapahtumissa”. Sosiaalisen median käytön tarkoitus on siis luoda yhteisöllisyyttä, aktivoida ja innostaa ihmisiä, sekä tätä kautta saada kannattajat käymään useammin paikan päällä otteluissa.

Vastausprosentista pystyy päättelemään sen, että tavoitteissa on onnistuttu. Käytännössä kaikki prosentit vaihtoehdoissa ”Pieni vaikutus”, ”Suuri vaikutus” ja ”Erittäin suuri vaikutus” on markkinoinnillisesti voittoa. Jokereiden ja yleisesti jääkiekon seuraaminen on Jokereiden sosiaalisen median myötä kasvanut merkittävästi. Nämä ihmiset ovat potentiaalisia siirtymään ”seuraavalle tasolle”, eli tulemaan peleihin ja sitä kautta tulevaisuudessa kanta-asiakkain, kausikortin ostajiksi. Otteluissa käymisen määrä oli noussut 57 prosentilla ihmisistä. Kuuluminen Jokerit-yhteisöön on tässä asiassa myös merkittävä ja jopa 77 prosenttia vastaajista koki sosiaalisen median lisänneen yhteisöllisyyden tunnetta. Myös kannattajatuotteiden määrän ostot ovat nousseet.

Pelaajien ja joukkueen johdon rooli sosiaalisessa mediassa

Kysymys oli ”Pitäisikö Jokereiden pelaajien ja joukkueen johdon olla aktiivisemmin mukana sosiaalisessa mediassa, esimerkiksi Twitterissä ja Instagramissa” ja tämän vastausvaihtoehtoina: kyllä, en osaa sanoa, ei.

Päivä päivältä useammat julkisuuden henkilöt ja urheilijat liittyvät sosiaalisen median palveluihin ja päivittävät sinne kuvia ja tarinoita omasta elämästään. Tämä antaa ihmisille mahdollisuuden seurata idoleitaan läheltä ja nähdä heidän henkilökohtaista elämää. Myös Jokereissa on muutamia pelaajia ja joukkueen johdon henkilöitä, jotka tekevät päivityksiä esimerkiksi Twitteriin ja Instagramiin.

Pitäisikö Jokereiden henkilökunnan olla aktiivisemmin sosiaalisessa mediassa?	Prosentit
Kyllä	54,0
En osaa sanoa	35,7
Ei	10,2

Taulukko 15: Vastausprosentit toiveisiin joukkueen johdon ja pelaajien roolista sosiaalisessa mediassa

54 prosenttia vastaajista toivoi joukkueen yksittäisiltä henkilöiltä isompaa panostusta sosiaaliseen mediaan. Jokerit voisivatkin pitää pelaajille esimerkiksi Twitterin ja Instagramin kurssin ja innostaa pelaajia liittymään mukaan. Pelaajien omat päivitykset toimivat parhaimpana markkinointina kannattajien suuntaan, mutta koulutus on tärkeää, koska päivityksillä voi tehdä myös suurta vahinkoa. Tämä nähtiin esimerkiksi Hjallis Harkimon kannattajia kritisoiden päivitysten myötä.

Käytätkö älypuhelinta tai tablettia sosiaalisen median seurantaan

Tällä kysymyksellä haluttiin selvittää älypuhelinien osuutta Jokereiden kannattajakunnassa. Tätä tulosta voi käyttää hyödyksi suunniteltaessa tulevaisuuden älypuhelinsovelluksia.

Käytätkö älypuhelinta tai tablettia sosiaalisen median seurantaan?	Prosentit
Kyllä	87,0
Joskus	7,3
Ei	5,7

Taulukko 16: Mobiililaitteita käyttävien vastaajien prosenttiosuus

Vastaus kertoo sen, että 87 prosenttia vastaajista käyttää aktiivisesti mobiililaitteita sosiaalisen median parissa. Jokereiden tulisi olla aktiivisesti mukana mobiilimarkkinoilla, luoda jokaiselle kolmelle suurelle alustalle (Android, iOS ja Windows Phone) monipuoliset sovellukset. Sovellusten pitää olla sen kaltaisia, joista kannattajat saavat jotain extra-palveluita, jotta ottavat nämä päivittäiseen käyttöön. Esimerkiksi joukkoistamiskilpailuja, keskustelua ja ottelu-seurantaa.

Käytätkö Windows Phonen Jokerit Live -sovellusta

Jokereilla on tällä hetkellä ainoastaan Windows Phonelle oma sovellus. Palvelu on perinteinen mobiilisovellus, jossa ei ole uusia mahdollisuuksia juurikaan hyödynnetty, lukuun ottamatta ”Stadin herruus” -virtuaalitaistelua HIFK:n vastaavaa sovellusta vastaan.

Käytätkö Windows Phonen Jokerit Live -sovellus	Prosentit
Kyllä	15,6
Joskus	8,2
Ei	75,7

Taulukko 17: Vastaajien prosenttiosuus Windows Phonen Jokerit Live -sovellukselle

Käyttäjiä on selvästi vähemmän kuin mikä on Windows Phonen markkinaosuus (noin 40 prosenttia) Suomessa. Tästä voi päätellä sen, että palvelu ei ole juuri ihmisiä houkuttanut. Sovellus kaipaisi uusia monipuolisia mahdollisuuksia, jotta se innostaisi ihmisiä käyttämään sitä päivittäin. Olisi myös tärkeää saada sovellus kolmelle suurelle mobiilialustalle.

Toiveita sosiaalisen median kehittämiseen

Avoin kysymys, jolla haluttiin saada ihmisiä kertomaan suoraan toiveitaan. Kysymys kuului tarkasti: ”Miten toivoisit Jokereiden kehittävän sosiaalisen median kokonaisuuttaan? Mihin sosiaalisen median kanaviin toivoisit Jokereiden liittyvän tulevaisuudessa?”.

Vastauksia tähän kysymykseen tuli 358 kappaletta, joten noin 34 prosenttia vastaajista kommentoi asiaa.

Vastauksissa nousi esille erityisesti nämä teemat:

- Älypuhelinsovellukset Androidille ja iOS:lle
- Instagram merkittävästi aktiivisemmaksi
- Enemmän ”Behind the Scenes” -materiaalia
- Pelipäivinä enemmän pelaajahaastatteluja
- Fanien ja pelaajien välillä enemmän keskustelua ja interaktiivisuutta
- Tykkäyksien kerjäämiset pois
- Facebookissa toisinaan liikaa kiusallisia ”fanipäivityksiä”, päivittäjä voisi olla ”virallisenempi”
- Ask.fm -palvelu käyttöön, jossa voisi kysyä joukkueelta kysymyksiä
- Matkakertomuksia KHL:stä
- KHL-markkinointia ja tutustumista
- Spotifyhin erilaisia soittolistoja: mitä hallilla soi, pelaajien tekemiä, ja niin edelleen
- Enemmän inspiraatiota vaativia kilpailuita
- Asiakaspalvelu, eli vastaaminen aktiivisemmin fanien kysymyksiin sosiaalisessa mediassa
- Jokereiden virallinen edustus Jatkoajan keskustelupalstalle TPS:n tapaan
- Jokereilta tukea Narriradiolle.

Kaikki vastaukset ovat kerätty liite 3:een.

Vastaajilta tuli hyviä huomioita ja ideoita, joita tulee nostaa esille digipalveluiden jatkokehityksessä. Erityisesti heti keskustelun alle otettavia asioita ovat Instagramin aktivoiminen vielä

enemmän ja tämän käyttö erityisesti ”Behind the Scenes”-materiaalissa, älypuhelinsovellukset, Ask.fm, huomion kiinnittäminen Facebook-päivitysten tyyliin ja soittolistat Spotifyyn.

4.2.4 Palaute

Sana on vapaa

Vastaajilta pyydettiin vielä yleisesti palautetta Jokereiden digitaalisesta mediasta. Vastauksia tuli tähän 341 kappaletta ja ne on kerätty liite 4:ään. Vastauksia oli laidasta laitaan, esimerkiksi kehuja tiedottaja Iiro Keurulaiselle, kehitysehdotuksia ja kommentteja KHL:stä. Vastaukset on otettu huomioon johtopäätöksissä.

5 Johtopäätökset

Tässä kappaleessa esitellään sosiaalisen median kehitystä koskevat johtopäätökset, joihin tutkimusaineiston perusteella päädyttiin. Kehitysehdotukset on suunnattu Jokereille, mutta ne toimivat varmasti myös muilla urheiluseuroilla. Sosiaalisen median luonteesta johtuen tilanne voi olla vuoden kuluttua jo täysin eri, joten ehdotukset tulisi ottaa huomioon mahdollisimman pikaisesti. Kappaleessa 5.3 on Jokereiden kommentit kehitysehdotuksiin.

5.1 Ehdotukset sosiaalisen median tulevaisuuden käytöstä

Sosiaaliseen mediaan syventyminen vaatii ison työpanoksen. Jokereilla on tällä hetkellä palkattuna yksi täysipäiväinen tiedottaja, joka on vastuussa tästä isosta kokonaisuudesta sekä samalla kaikesta verkkoon tuotetusta materiaalista. Hänellä on apuna esimerkiksi kuvaaja sekä muutamia sivutoimisia apulaisia. Työmäärä on kasvanut kuitenkin jo niin suureksi, että päivittämäärän lisääminen nykyisestä sekä kehittäminen ja uusien kanavien haltuunotto voi käydä liian suureksi urakaksi. Päivittäjän on hyvä olla läsnä tapahtumapisteessä, niin treeneissä kuin matkoilla, joten sitä ei pysty hoitamaan erityisen vahvasti etänä.

Jotta sosiaalisesta mediasta saa kaiken hyödyn irti, niin Jokereiden tilanteessa voi jo suosittelua erityisen sosiaalisen median tuottajan palkkaamista. Hänen vastuullaan olisi kaikki sosiaalisen median sisällöntuotanto jokaiseen kanavaan sekä kanavien kehittäminen, samalla kun tiedottajan vastuulla olisi verkkosivujen sisällöntuotanto, haastattelut ja muut perinteisen viestinnän toimet. Tämä työnjako takaisi jatkossakin laadukkaan ja aktiivisen sisällöntuotannon kaikkeen verkkomateriaaliin. Tämä ratkaisu on yleinen niin yrityksillä kuin monilla urheiluseuroillakin.

Sosiaalinen media tarvitsee ihmisiä, ei kasvottomia yrityksiä. Pelaajat ovat Jokereille parasta mahdollista markkinointia, tästä johtuen olisi tärkeää saada aktivoitua useampia pelaajia ja seuran taustahahmoja sosiaaliseen mediaan, ensi sijassa Twitteriin ja Instagramiin. Tämä nousi vahvasti esille myös tutkimuksessa: kannattajat haluavat enemmän vuorovaikutusta itse pelaajien kanssa. Tätä varten pelaajille suositellaan pitämään sosiaalisen median koulutus, jossa selvitetään millaiset päivitykset sosiaalisessa mediassa toimii ja mitkä ei.

Facebook

Facebook on suosituin kanava, joten siitä tuli myös eniten palautetta. Facebook toimii erittäin hyvin, mutta muutamia asioita voi tutkimuksen perusteella suositella tarkkailtaviksi: yhteistyökumppaneiden ilmoitusten päivitysmäärä, tykkäyksen kerjääminen vähemmäksi ja päivitysten laatu Jokereiden brändille sopivaksi. Se onko päivitykset fanisivun päivityksiä vai virallisia on usein pieni, mutta tätä rajaa ei saisi ylittää silloin kun on virallisesta sivusta kysymys. Jossain vaiheessa yleisö ja media voivat niihin tarttua.

Asiakaspalvelun tulisi toimia Facebookissa myös aktiivisemmin. Facebook on asiakaspalvelukanava, joten asiakkaiden pitäisi saada vastaukset kysymyksiin käytännössä 24 tunnin sisällä. Tämä vaatii panostusta ja seurantaa. Jokaiseen kysymykseen ei voi vastata, mutta esimerkiksi yksityisviesteillä tullessiin kysymyksiin olisi hyvä saada jonkunlainen vastaus tehtyä sekä seinällä oleviin selvästi vastausta odottaviin yleiskysymyksiin. Maailmalta löytyy iso määrä esimerkkejä, joissa sosiaalisessa mediassa vastaamatta jättäminen on kääntynyt yritystä vastaan.

Facebookia varten suositellaan otettavaksi käyttöön Facebookin virallinen Power Editor -sovellus. Tämän avulla esimerkiksi päivitysten kohdistaminen on helpompaa ja se auttaa erityisesti markkinointikampanjoissa. KHL:n myötä Jokereiden kannattaa panostaa enemmän maksettuun Facebook-mainontaan, jotta mainokset tavoittavat oikeat jääkiekosta kiinnostuneet ihmiset. Lisäksi Facebookin maksuton tavoitavuus vähenee jatkuvasti, joten maksettu mainonta ainakin toisinaan alkaa olla välttämättömyys, jotta pysyy ihmisten näkyvillä. Lisäksi Facebookin Power Editorilla pystyy kohdentamaan mainonnan esimerkiksi ”kloonatulle” yleisölle. Eli kun poimii Jokereiden peruskannattajia ”kloonaukseen”, niin Facebook pystyy mainostamaan esimerkiksi ottelutapahtumaa muille määrätty kriteerit ylittävälle ihmisille. Tämä tapa toimii Jokereiden tilanteessa varmasti erittäin hyvin.

Facebookin työkaluilla myös myyntiä pystyy tarkkailemaan. Jos esimerkiksi konversiopikselin syöttää lipunmyyntisivun tai kannattajatuotekaupan ostoskoriin, niin tämän pikselin avulla pystytään määrittämään, monta lippua tai tuotetta on myyty yksittäisen Facebook-päivityksen

perusteella. Tämä auttaa tekemään tilastoja myyntimääristä ja näkemään sen, millainen päivitys toimii missäkin tilanteessa parhaiten.

Google+

Google+ -palvelussa tulisi olla jo pelkästään Googlen hakualgoritmien takia. Jokereilla on Google+ -tunnus YouTuben-kanavan kautta. Tutkimuksen perusteella suositellaan aktivoimaan se ja tekemään sinne jatkossa tärkeimmistä uutisista päivitykset. Päivitys voi olla linkki saatekustineen Jokerit.comin uutiseen. Tämä päivitys tulisi tehdä vähintään muutaman kerran viikossa, mielellään päivittäin.

Google+ hyödyttää myös vahvasti näkyvyyttä Googlen hakupalvelussa ja tuo joukkueen tietoja näkyville heti Googlen ensimmäiselle hakusivulle.

Instagram

Instagramin käyttöä tulisi aktivoida paljon. Palvelu sopii erinomaisesti kyselyssä valtavasti toivotun ”Behind the Scenes” -materiaalin julkaisuun: pukukoppielämää, uusia kannattajatuotteita, vitsejä, välipäivien harjoituksia, matkustamista, ruokailua ja hotellielämää. Myös lyhyet alle 15 sekunnin videot toimivat täällä hyvin.

Tunnisteiden käyttöä tulisi myös lisätä ja ottaa jatkossa englannin kieli näissä huomioon. Tunnisteita voi olla hyvin yli kymmenen, koska mitä enemmän niitä on, niin sitä enemmän kuvat tavoittavat ihmisiä. Esimerkiksi tunnisteina voisi olla kuvitteellisella Pietarin matkalla otetussa kuvassa kaikki nämä: #KHL #KHLfi #jäähkiekko #icehockey #hockey #Finland #Jokerit #Helsinki #Stadi #matkalla #travel #awaygame #awaytrip #Pietari #StPetersburg #SKA #HCSKA.

Jokerit.com

Jokerit.com toimii kokonaisuutena erittäin hyvin ja sisällöntuotantotyö on laadukasta. Sosiaalisen median kannalta Jokereiden verkkosivuille voisi kehittää esimerkiksi Manchester Unitedilla käytössä olevan Social Media Hubin kaltaisen koontisivuston (Manchester United 2014). Suomessa esimerkiksi MTV on käyttänyt vastaavan kaltaista second screen -sovellusta jääkiekon MM-kilpailujen yhteydessä.

Jokereiden sivu voisi kerätä kaikista Jokereiden sosiaalisen median kanavista Jokereiden päivittämät Facebook, Twitter, Instagram ja YouTube-viestit, kuvat ja videot. Näiden lisäksi sivulle tulisi Jokereiden viestintäosaston kuratoimana esimerkiksi pelaajien omilla tunnuksillaan

tekemät päivitykset sekä hyviä kannattajien viestejä. Tällöin pysyisi Jokereiden kokonaisuudesta tilanteen tasalla seuraamalla tätä kyseistä sivua. Kyseisen palvelun voisi lisätä myös älypuhelinsovelluksen ominaisuuksiin.

Mobiili

Mobiilikäyttö on seuraava asia mihin tulee panostaa vahvasti. Ylivoimainen enemmistö kyselyyn vastanneista antoi juuri tästä palautetta. Kannattajat kaipaavat Jokereilta sovelluksia jokaiselle kolmelle suurelle älypuhelinlustralle: Android, iOS ja Windows Phone. Sovellusten tulisi olla monipuolisia ja aktivoivia, koska ihmisille ei enää riitä pelkkä pelaajien nimien näkeminen ja uutisten lukeminen.

Sovelluksilla voi järjestää joukkoistamiskampanjoita ja keksiä esimerkiksi ottelun ajaksi kilpailuja. Helpoin tapa voisi olla pyytää ihmisiä ottamaan ottelun aikana kuvia ja lataamaan ne sovelluksen kautta Arenan multimedianaäytöille nähtäväksi. Lisäksi sovellukseen voi tulla esimerkiksi ensimmäisen erän aikana päivitys: ”ensimmäisellä erätauolla Jokerit-lippalakki #91Storesta sovellusta näyttämällä hintaan 20 euroa”. ”Stadin herruus” -kamppailu toimii Windows Phone -sovelluksessa hyvin. Vastaavia, addiktoivia ja monipuolisia sovelluksia voi kehittää paljon lisää, koska niillä on lukemattomia käyttömahdollisuuksia.

Snapchat

Snapchat on kasvattamassa suosiotaan jatkuvasti nuorten joukossa ja Pohjois-Amerikan ammattilaissarjojen seurat käyttävät sitä päivittäin. Snapchatin tarinat (Stories) ovatkin kuin tehtyjä urheiluseurojen markkinointiin ja yhteisöllisyyden rakentamiseen. Tarinoita voisi käyttää Instagramin tyyliin ”Behind the Scenes” -materiaalin luomisessa. Esimerkiksi vierasmatkasta voisi tehdä yhden tarinan, joka pysyy vuorokauden Snapchatissa seuraajien nähtävänä. Reissuun lähtiessä voi ottaa videon tai kuvan, ja tähän tarinaan lisätä materiaalia sitä mukaa kun matka etenee. Nämä toimisivat myös kannattajien toivomina KHL-matkakertomuksina. Ehdotan Snapchatin ottamista uudeksi sosiaalisen median kanavaksi.

Twitter

Twitter toimii nykyisellään hyvin, mutta palvelua voi aina kehittää. Twitterin käyttöä kannattajien keskuudessa olisi muutenkin tarpeen lisätä, koska palvelussa pääsee erittäin lähelle seuraa. Twitter-viestejä voisikin nostaa otteluiden aikana enemmän esille Arenan eri näytöillä ja kehittää erilaisia Twitteriä hyödyntäviä otteluiden aikaisia kilpailuita, jotka voivat toimia myös mahdollisessa älypuhelinsovelluksessa. Lisäksi merkittävälle tapahtumille voisi muodostaa oman tunnisteiden.

Suosittelisin Jokereiden ottavan lisäksi käyttöön otteluseurantaan varten oman tunnisteensa, niin sanotun live-hashtagin. Tämän hetken otteluseurannassa päivityksissä käytetään tunnistetta #Jokerit sekä vastustajajoukkueen nimi. Otteluseurannalle kehitetyllä omalla tunnisteella pystyisi helposti keräämään otteluun liittyvän keskustelun yhteen, ja nämä voisi tarpeen tullen kuratoida yhteen. Nykyisessä tilanteessa yksittäisten viestien löytäminen on vaikeaa ja muu keskustelu hukkuu otteluseurannan alle. Esimerkiksi otteluseurannan tunniste voisi olla #JokeritLIVE. Seuraajien olisi helppoa laittaa kyseinen tunniste jatkuvaan seurantaan esimerkiksi sosiaalisen median seurantatyökaluissa, kuten TweetDeckissä.

VK

VK on ehdoton valinta uudeksi sosiaalisen median kanavaksi KHL:n myötä. Jotta Jokerit pystyy tavoittamaan Itä-Euroopan yleisön, tulee täällä olla aktiivinen. Aktiivista päivitystyötä venäjän kielellä. Käytännössä samanlaista toimintaa kuin Facebookissakin.

Muuta

Spotifyyn tunnus, johon erilaisia soittolistoja joita kannattajat voivat kuunnella. Esimerkiksi Arenalla soivat kappaleet, pukukoppikappaleet, eri pelaajien suosikkikappaleet ja Jokeri-aiheiset kappaleet. Tämä ei ole paljon aikaa vievä urakka, mutta varmasti innostaa kannattajia.

Erilaisia sosiaalisen median tempauksia ja tapahtumia otteluiden ympärille. Pyytää ihmisiä lähettämään ottelusta kuvia ja poimii niitä Arenalla nähtäville. Aktivoi kannattajia erilaisilla tavoilla. Selfie-kampanjat. Nostaa ihmisten viestejä esille myös Jokereiden virallisilla sivuilla. Joskus ottelutapahtuman etenemisestä voi kuratoida esimerkiksi Storifyllä sosiaalisen median tekemän raportin, tämän kaltainen toiminta on sosiaalisen median ydintä: ihmiset tekevät itse median.

5.2 Päivityskieli

KHL-siirron myötä ulkomaalaisten jääkiekon seuraajien kiinnostus Jokereita kohtaan moninkertaistuu. Seuran tulee tästä johtuen ottaa huomioon sosiaalisen median kanavissa käytettävät päivityskielet. Aiemmin päivitykset on tehty vain suomeksi, lukuun ottamatta Twitteriin tehtyjä European Trophyn otteluseurantapäivityksiä (kansainvälinen harjoitusturnaus) sekä muutamia muita kansainvälisiä asioita koskevia aihealueita.

Facebookin päivityskielen valinta on sosiaalisen median osalta tärkeimmässä osassa, koska seuraajia ja lukijoita on eniten. Facebookissa on useita erilaisia tapoja hoitaa päivitykset. Esi-
tellen tässä kolme tärkeintä ja Jokereille sopivinta mahdollisuutta:

- Yksi Facebook-sivu, missä oma status-päivitys erikseen jokaisella kielellä
- Yksi Facebook-sivu, missä yksi status-päivitys, jossa sama teksti jokaisella tarvittavalla kielellä
- Kaksi Facebook-sivua, suomenkielinen ja englanninkielinen

5.2.1 Yksi sivu, oma päivitys jokaisella kielellä

Päivitykset on mahdollista kohdistaa esimerkiksi suomen, ruotsin ja venäjänkielisille käyttäjille. Yhdelle päivitykselle on mahdollista valita useampia eri kielivaihtoehtoja.

Ideaalitilanne olisi se, että voisi tehdä kaksi tai kolme päivitystä:

- suomenkielinen päivitys Facebookia suomeksi käyttäville
- venäjänkielinen päivitys Facebookia venäjäksi käyttäville
- englanninkielinen päivitys Facebookia muilla kielillä käyttäville

Tämä ”päivitys muille kuin suomeksi ja ruotsiksi käyttäville” ei ole kuitenkaan tällä hetkellä Facebookissa mahdollista. Ainoa tapa olisi siis valita päivitykseen kaikki mahdolliset tykkääjien valitsemat kielet, joka olisi jokaisen päivityksen kohdalla aikaa vievä urakka. Jokereiden Facebook-sivujen tykkääjät käyttävät tällä hetkellä 45 eri kieltä. Alla on taulukko 20 suosituimmasta maa- ja kielivalinnasta. Taulukko kertoo suuren enemmistön asuvan Suomessa, mutta kannattajia löytyy myös paikallisväestöstä ympäri maailmaa. Syksyllä on odotettavissa erityisesti venäjänkielisten määrän nousu.

Maa	Seuraajamäärä	Kieli	Seuraajamäärä
Suomi	67 399	suomi	62 146
Yhdysvallat	946	englanti (Yhdysvallat)	4 838
Ruotsi	729	englanti (Iso-Britannia)	2 097
Saksa	376	ruotsi	1 727
Tšekki	347	saksa	548
Kanada	323	tšekki	351
Slovakia	300	ranska	310
Iso-Britannia	232	espanja	287
Georgia	221	slovakki	279
Sveitsi	206	venäjä	237
Intia	149	viro	184
Unkari	142	georgia	174
Italia	137	unkari	164
Indonesia	134	arabia	153
Venäjä	131	espanja (Espanja)	141
Espanja	124	italia	134
Ranska	121	indonesia	133
Itävalta	118	turkki	132
Turkki	118	portugali (Brasilia)	93
Meksiko	110	kroatia	92

Taulukko 18: Facebook-sivun käyttäjien maa- ja kielivalinta 1.8.2014

5.2.2 Yksi sivu, yksi päivitys

Urheiluseuroista esimerkiksi jalkapalloseura FC Barcelona käyttää tapaa, jossa tehdään yksi Facebook-päivitys kolmella eri kielellä: englanniksi, espanjaksi ja katalaaniksi. Lisäksi päivityksessä on näille jokaiselle oma linkkinsä kyseisen kieliseen uutiseen.

Jokereille on tulossa kaudella 2014–2015 verkkosivuille suomen lisäksi englanninkieliset uutispäivitykset. Näiden lisäksi käytetään tärkeimpien uutisten kohdalla venäjää. Samaan Facebook-päivitykseen voisi siis tehdä infon sekä suomeksi että englanniksi, ja näille tekisi omat linkit oikeankieliseen uutiseen.

Ongelmaksi tässä muodostuu se, että englanninkieliset uutispäivitykset tulevat verkkosivuille luultavasti toisinaan useankin tunnin viiveellä. Facebookissa olisi tärkeää saada esimerkiksi otteluraportit mahdollisimman nopeasti julki, eikä useita uutispäivityksiä suositella samasta aiheesta. Tämä laskee ihmisten kynnystä tykätä ja kommentoida uutisia. Suositeltu päivässä tehtyjen Facebook-päivitysten määrä on noin 1 - 2. Reilusti yli viiden ei saisi mennä juuri missään tapauksessa.

Yksi mahdollisuus on muokata Facebook-päivitystä myöhemmin ja lisätä siihen englanninkielinen (sekä mahdollinen venäjänkielinen) teksti ja linkki. Tätä tapaa voi kuitenkin käyttää hyvin esimerkiksi ennakoon kirjoitettujen uutisten kohdalla.

5.2.3 Kaksi sivua, suomenkielinen ja englanninkielinen

Yksi vaihtoehto on tehdä erikseen englanninkielinen Facebook-sivu, johon tulisi tärkeimmät päivitykset. Tätä tapaa käyttää esimerkiksi jääkiekkoseura Pietarin SKA.

Tämä olisi varmasti selkein ja yksinkertaisin tapa. Tämä toki lisää osalle tehtävistä lisäurakkaa, esimerkiksi kuvat joutuu halutessaan ladata molemmille Facebook-sivuille. Samalla se kuitenkin antaa mahdollisuuden tehdä päivitykset silloin, kun niiden uutiset on verkkosivuilla valmiita.

Tämän voi yhdistää myös venäjäksi kohdistettuihin päivityksiin. Englanninkielisellä sivulla voisi tehdä päivityksen pääkielellä ilman kohdistusta joka näkyy kaikille, sekä lisäksi venäjäksi kohdistetun päivityksen.

Suosittelun Jokereiden tapauksessa tätä vaihtoehtoa, koska täysipäiviä tiedottajia on vain yksi. Tällöin pystytään myös vastuuta jakamaan helpommin englannin- ja venäjänkielisestä materiaalista vastuussa oleville apulaisille.

5.2.4 Muut sosiaalisen median palvelut

Suositteluaan jatkamaan muissa palveluissa aiempaan tyyliin. Muutamia pieniä kehityksiä voi tämänkin yhteydessä kuitenkin tehdä.

Twitterissä päivityksiä voi tehdä vuorokaudessa kymmenittäin. Täällä on siis helppo tehdä samalla tilillä päivitykset sekä suomeksi että englanniksi. Tärkeimmät voi nostaa esiin myös venäjäksi. Twitterissä aihetunnukset ovat tärkeitä, joten esimerkiksi venäjänkielisissä päivityksissä tulisi käyttää #KHL ja suomenkielisissä #KHLfi.

Instagramissa ovat tärkeimmässä osassa kuvat, joten itse tekstillä ei ole täällä niin suurta merkitystä. Aihetunnisteet ovat kuitenkin tärkeitä, jotta ihmiset löytyvät päivitykset. Näihin ottaisiin vahvasti mukaan kansainväliset jääkiekkoon liittyvät aihetunnisteet. Niitä voi olla päivityksessä erittäin monta.

Ehdotetaan, että YouTubessa suomenkielisten sekä ruotsinkielisten pelaajien voi antaa puhua omalla äidinkielellään ja muut voivat puhua englanniksi. YouTube-videoihin on helppo lisätä jälkikäteen tekstitys useammallakin kielellä. Tätä voisi käyttää tärkeimpien videoiden kohdalla.

5.3 Jokereiden kommentit johtopäätöksiin

Jokereiden palautteen perusteella kehitysehdotukset olivat erittäin hyviä. Osa ehdotuksista vaatii toteutuakseen pidemmän projektin (esimerkiksi mobiilisovellukset) ja toiset palvelut hieman koulutusta tai toimintatapojen muutoksia. Osa kehitysehdotuksista otetaan kuitenkin välittömästi käyttöön.

Jokereiden tiedottaja Iiro Keurulainen on vastuussa Jokereiden tiedottamisesta, sekä verkkosivuille ja sosiaaliseen mediaan tuotettavasta materiaalista. Hän luki opinnäytetyön ja otti kantaa johtopäätöksissä tehtyihin ehdotuksiin. Keurulainen näki ehdotuksissa hyviä kehitysideoita ja kommentoi opinnäytetyön tuloksia näin:

”Jokerit on pyrkinyt vuodesta 2010 lähtien olemaan aktiivisin suomalainen urheiluseura sosiaalisessa mediassa. Uusia sosiaalisen median kanavia on otettu käyttöön niin omien kuin yleisön tarpeiden pohjalta. Jokerit haluaa olla vuorovaikutteinen seura, jota kannattajien on helppo lähestyä, ja että he kokevat olevansa konkreettinen osa seuran toimintaa.

Tuomas Eloranta on ollut mukana seuran kannattajatoiminnassa useiden vuosien ajan ja myös ollut mukana luomassa Jokereiden sosiaalisen median strategiaa. Oli luonnollista antaa hänen suorittaa tarkempi analyysi seuran toiminnasta sosiaalisessa mediassa. Opinnäytetyö antoi Jokereille erinomaista palautetta siitä, miten seura pystyy löytämään uusia kanavia uusien kannattajien tavoittamiseksi sekä tapoja Jokereita seuraavien ihmisten sitouttamiseksi entistä vahvemmin Jokereiden toimintaan.

Tuomaksen ehdotusten pohjalta Jokerit perustaa englanninkielisen Facebook-tilin, jolla tavoittaa paremmin muut kuin suomea puhuvat seuraajat. Myös VK-tili perustetaan Itä-Euroopan väestön tavoittamiseksi entistä tehokkaammin. Lisäksi Twitter-päivityksiä ryhdytään tekemään suomen lisäksi englanniksi ja venäjäksi.

Yleisön aktivoiminen osaksi ottelutapahtumaa digimediapinnoilla on ollut Jokereille yksi kehityskohta siirryttäessä KHL:ään. Jokerit on solminut sopimuksen suomalaisyritys Uplausen kanssa kaudesta 2014-15. Uplause räätälöi asiakkailleen erilaisia sosiaalisen median palveluita yleisötapahtumiin. Jatkossa esimerkiksi Instagram- ja Twitter-päivityksiä pystytään nostamaan otteluissa hallin mediakuutiolle koko yleisön nähtäväksi.

Jokerit on havainnut vuosien varrella sosiaalisen median korvaamattomaksi osaksi kommunikointia yleisön kanssa. Seura pyrkii jatkossakin kehittämään toimintaansa ja seuraamaan trendejä löytääkseen oikeat kanavat yleisön palvelemiseksi mahdollisimman hyvällä tavalla.”

5.4 Kommentit opinnäytetyöaiheesta

Opinnäytetyöprosessi oli erittäin mielenkiintoinen. Pääsin tutustumaan minua syvästi kiinnostavaan aihemaailmaan niin urheilun kuin sosiaalisen median puolelta. Positiivisena näin myös sen, että vastaavaa tutkimusta ei olla Suomessa aiemmin tehty. Tutkimukseni oli erittäin onnistunut ja sen ehdotuksia otetaan myös käytäntöön.

Jokerit on minulle seurana tuttu kymmenien vuosien ajalta ja olen ollut myös kehittämässä heidän sosiaalisen median palveluitaan. Lähtökohdat työhön olivat tältä osin selvillä. Kyselyn kautta tuli runsaasti uutta mielenkiintoista tietoa ihmisten kiinnostuksesta sosiaaliseen mediaan ja yhdistämällä tämän aiemmin sekä opinnäytetyön aikana tutkimaani alan kirjalliseen materiaaliin, sain luotua uusia kehitysideoita, joita ei ole Suomessa vielä varsinkaan urheilualalla toteutettu.

Suurimpana haasteena oli saada rajattua aihe sopivaksi. Olisin mielelläni yhdistänyt työhön sosiaalisen median ja perinteisen markkinoinnin rajoja rikkovia kampanjoita, joita myös Jokerit ovat toteuttaneet. Opinnäytetyö kasvoi kuitenkin jo niin laajaksi, että muun muassa tämä aihe piti rajata pois. Myös sopivien urheiluseurojen löytäminen vertailuun oli haastava tehtävä. Vertailussa on kuitenkin hyvä olla mukana sosiaalisen median edistyksellisiä seuroja ja lisäksi alueellisesti Jokereiden kilpailijoita. Haasteena oli myös työhön käytettävä aika. Alasta löytyy paljon mielenkiintoista luettavaa, jota voisi hyödyntää loputtomasti. Uskon kuitenkin löytäneeni urheiluseuran tapaukseen sopivia lähteitä.

Myös sopivien palveluiden valinta oli haaste. Maailmasta löytyy satoja ellei tuhansia erilaisia menestyneitä sosiaalisen median palveluita. Miten valita sopivat tähän kyselyyn? Tein päätöksen asettaa kyselyyn palveluita laaja valikoima, myös sellaisia jotka eivät ennakkoon Jokereiden kaltaiselle yritykselle sopisi. Tämä auttoi hahmottamaan erilaisten palveluiden suosiota.

Tutkimusmenetelmien valinta oli helppo tehtävä. Sosiaalisen median tutkimiseen sopii hyvin kyselyt ja vertailut. Näiden lisäksi kirjallinen ja tutkittu materiaali on tärkeää. Mielestäni onnistuin menetelmien valinnassa mainiosti ja ne tukivat kehitysehdotusten tekemisessä.

Opinnäytetyötäni on helppo käyttää myös muiden urheiluseurojen sosiaalisen median kehitystyön yhteydessä. Samat lainalaisuudet toimivat hyvin esimerkiksi Suomen muissa jääkiekko-seuroissa. Sosiaaliseen mediaan vahvasti panostaminen vaatii kuitenkin siihen aktiivisesti paneutuvia ihmisiä. Silloin siitä on mahdollisuudet saada kehitettyä Jokereiden kaltainen menestystarina.

Lähteet

Painetut lähteet

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2013. Tutki ja kirjoita. 15.-17., osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Isokangas, A. & Vassinen, R. 2010. Digitaalinen jalanjälki. Hämeenlinna: Talentum.

Korpi, T. 2010. Älä keskeytä mua! Tampere: Werkkommerz.

Kortesoja, K. 2014. Sano se someksi. Helsinki: Kauppakamari.

Laaksonen, S.-M., Matikainen, J. & Tikka, M. 2013. Otteita verkosta. Jyväskylä: Vastapaino.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. 3., uudistettu painos. Helsinki: Sanoma Pro.

Salmenkivi, S. & Nyman, N. 2008. Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi 2.0. 2. painos. Jyväskylä: Talentum.

Suominen, J., Östman, S., Saarikoski, P. & Turtiainen, R. 2013. Sosiaalisen median lyhyt historia. Tallinna: Gaudeamus.

Sähköiset lähteet

Buffersocial. 2014. Social Media Frequency Guide. Viitattu 1.8.2014. <http://blog.buffersocial.com/social-media-frequency-guide>

Dicole. 2012. Negatiiviseen palautteeseen suhtautuminen sosiaalisessa mediassa. Viitattu 21.8.2014. <http://www.dicole.com/2012/12/28/negatiiviseen-palautteeseen-suhtautuminen-sosiaalisessa-mediassa/>

Edu.fi. 2011. Viitattu 3.6.2014. http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media

Facebook. 2014. Info. Viitattu 13.8.2014. <https://www.facebook.com/facebook/info>

Facebook Power Editor. 2014. Viitattu 14.8.2014. <https://www.facebook.com/help/162528860609436/>

Forbes. 2014. The Top 7 Social Media Marketing Trends Dominating 2014. Viitattu 7.8.2014. <http://www.forbes.com/sites/jaysondemers/2014/07/23/the-top-7-social-media-marketing-trends-dominating-2014/>

Foursquare. 2014. About Us. Viitattu 13.8.2014. <https://foursquare.com/about>

Information-Age. 2014. 7 million 18-30 year olds demand WhatsApp-style customer service messaging from their banks. Viitattu 13.7.2014. <http://www.information-age.com/technology/mobile-and-networking/123457797/7-million-18-30-year-olds-demand-whatsapp-style-customer-service-messaging-their-banks>

Helsingin Sanomat. 2013. Viitattu 29.05.2014. <http://www.hs.fi/urheilu/a1361514231256>

Iltalehti. 2013. Tällainen on kohuttu Snapchat. Viitattu 26.7.2014. http://iltalehti.fi/digi/2013111517727168_du.shtml

Instagram. 2014. FAQ. Viitattu 20.7.2014. <http://instagram.com/about/faq/>

Jokerit. 2014a. Viitattu 24.5.2014. <http://www.jokerit.com>

Jokerit. 2014b. Punakeltainen historia alkoi 1967. Viitattu 13.8.2014. <http://www.jokerit.com/seurahistoria>

Jokerit. 2014c. Hallitseeko Jokerit SoMen. Viitattu 24.7.2014. <http://www.jokerit.com/hallitseeko-jokerit-somen>

Kik. 2014. Viitattu 26.7.2014. <http://kik.com/about/>

Koulutus.fi. 2014. Jaana Nyrström / Gplussa. Viitattu 13.7.2014. <http://www.koulutus.fi/kouluuttaja/jaana-nystrom-gplussa-20462>

LinkedIn. 2014. Viitattu 26.7.2014. <https://www.linkedin.com/about-us>

Manchester United. 2014. We All Follow United. Viitattu 6.8.2014. <http://social.manutd.com/>

Marketvisio. 2014. Suomen puhelinmarkkinoilla tapahtui nopea ja täydellinen vallanvaihdos - Tässä uusi kuningas . Viitattu 3.8.2014. <http://www.talouselama.fi/uutiset/suomen+puhelinmarkkinoilla+tapahtui+nopea+ja+taydellinen+vallanvaihdos++tassa+uusi+kuningas/a2255338>

Mashable. 2013a. China's rival social networks. Viitattu 13.8.2014. <http://mashable.com/2013/09/03/weixin-vs-weibo/>

Mashable. 2013b. The Beginner's Guide to SoundCloud. Viitattu 21.7.2014. <http://mashable.com/2013/11/10/soundcloud-beginners-guide/>

MTV. 2014. Viitattu 26.7.2014. [http://www.mtv.fi/uutiset/it/artikkeli/ask-ja-kik-vetavat-
nuoret-pois-facebookista/2803894](http://www.mtv.fi/uutiset/it/artikkeli/ask-ja-kik-vetavat-nuoret-pois-facebookista/2803894)

Myspace. 2014. Viitattu 13.8.2014. <https://myspace.com/>

Pinterest. 2014. About Pinterest. Viitattu 13.8.2014. <http://about.pinterest.com/en>

Sanastokeskus TSK. 2010. Sosiaalisen median sanasto. Viitattu 3.6.2014. http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen_medan_sanasto.pdf

Skype. 2014. Tietoja Skypestä. Viitattu 13.7.2014. <http://www.skype.com/fi/about/>

Social Media Examiner. 2014. 2014 Social Media Marketing Industry Report. Viitattu 7.8.2014. <http://www.socialmediaexaminer.com/social-media-marketing-industry-report-2014/>

Someco. 2013. Sosiaalinen media ja markkinointiviestintä vuonna 2014. Viitattu 7.8.2014. <http://someco.fi/blogi/sosiaalinen-media-ja-markkinointiviestinta-vuonna-2014/>

Someco. 2014. Infograafi: LinkedInin suosio vaihtelee suuresti. Viitattu 26.7.2014. <http://someco.fi/blogi/infograafi-linkedinin-suosio-vaihtelee-suuresti/>

Somekoulutus. 2014. Suosituimmat yhteisöpalvelut Suomessa 7/2014. Viitattu 2.8.2014. <http://somekoulutus.fi/article/suosituimmat-yhteisopalvelut-Suomessa/>

Sports Business Daily. 2011. Survey spots social media trends among fans. Viitattu 2.8.2014. <http://www.sportsbusinessdaily.com/Journal/Issues/2011/06/27/Research-and-Ratings/Social-media.aspx>

Techcrunch. 2014. Snapchat Is Now The #3 Social App Among Millennials. Viitattu 12.8.2014. <http://techcrunch.com/2014/08/11/snapchat-is-now-the-3-social-app-among-millennials/>

Tumblr. 2014. About. Viitattu 13.8. 2014. <https://www.tumblr.com/about>

TweetDeck. 2014. About. Viitattu 14.8.2014. <https://about.twitter.com/fi/products/tweet-deck>

Verge, The. 2014. Surprise: Snapchat's most popular feature isn't snaps anymore. Viitattu 27.7.2014. <http://www.theverge.com/2014/6/20/5827666/snapchat-stories-bigger-than-snaps-electric-daisy-carnival>

Vimeo. 2014. About Vimeo. Viitattu 13.7.2014. <http://vimeo.com/about>

Vine. 2014. Viitattu 27.7.2014. <https://support.twitter.com/articles/20170317>

VK. 2014a. Lista VK:n käyttäjistä. Viitattu 1.8.2014. <http://vk.com/catalog.php>

VK. 2014b. About VK. Viitattu 1.8.2014. <https://vk.com/about>

Virtuaali ammattikorkeakoulu. 2006. Viitattu 12.7.2014. <http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojak-sot/0709019/1193463890749/1193464185783/1194413809750/1194415367669.html>

WhatsApp. 2014. Kuinka se toimii. Viitattu 13.7.2014. <http://www.whatsapp.com/about/>

ZenithOptimedia. 2013. ZenithOptimedia launches global ranking of sports teams The Social League. Viitattu 12.8.2014. <http://www.zenithoptimedia.com/fc-barcelona-is-the-most-popular-sports-team-on-social-media/>

Kuvat

Kuva 1: Jokereiden ensimmäinen Facebook-päivitys 19.1.2010.....	21
Kuva 2: Jokereiden ensimmäinen Twitter-päivitys 4.8.2010.....	23
Kuva 3: Jokereiden ensimmäinen Instagram-päivitys 31.7.2012	24

Kuviot

Kuvio 1: Jokereiden verkkokokonaisuuden tilanne kesällä 2014	21
Kuvio 2: Vastaajien suhteellinen asuinpaikkajakauma	30
Kuvio 3: Vastaajien suhteellinen yhteiskunnallinen asema.....	31
Kuvio 4: Vastaajien suhteellinen jakauma siihen, kauan ovat kannustaneet Jokereita	32
Kuvio 5: Vastaajien suhteellinen jakauma kannattajayhdistysten jäsenyyteen	33
Kuvio 6: Vastaajien suhteellinen jakauma tapaan, millä ihmiset otteluissa kävivät	34
Kuvio 7: Vastaajien suhteellinen jakauma siihen, kuinka monta kotiottelua kävi katsomassa.....	35
Kuvio 8: Vastaajien suhteellinen jakauma siihen, monta kotiottelua käy arviolta ensi kaudella katsomassa	37
Kuvio 9: Facebookin käytön aktiivisuus	40
Kuvio 10: WhatsAppin käytön aktiivisuus	42
Kuvio 11: Vastaajien määrät päivittäisille Facebookin päivitysmäärille	50
Kuvio 12: Vastaajien osallistuminen sosiaalisen median keskusteluun	51

Taulukot

Taulukko 1: Vertailussa mukana olevat urheiluseurat. Tilastot ovat kerätty 12.8.2014. ...	14
Taulukko 2: Jokereiden katsojakeskiarvot vuosina 2009–2014.....	25
Taulukko 3: Vastaajien suhteellinen ikäjakauma	28
Taulukko 4: Vastaajien sukupuolijakauma prosentteina	29
Taulukko 5: Vastaajien suhteellinen prosenttijakauma eroteltuna eri lipputyyppeihin	36
Taulukko 6: YouTuben käyttö eri ikäryhmissä	39
Taulukko 7: Facebookin käyttö eri ikäryhmissä	41
Taulukko 8: Twitterin käytön aktiivisuus eri ikäryhmissä.....	43
Taulukko 9: Instagramin käytön aktiivisuus eri ikäryhmissä.....	44
Taulukko 10: Vastaajien antamien arvosanojen sekä "en seuraa" -vaihtoehdon prosenttijakaumat ja keskiarvo	48
Taulukko 11: Millaisia päivityksiä ihmiset toivovat saavansa, prosenttijakaumat eri osa-alueille	49
Taulukko 12: Kanavien käytön aktiivisuus ottelupäivinä (vastaajat prosentteina).....	52
Taulukko 13: Prosenttiosuudet sille, mistä vastaajat lukevat ensimmäisinä Jokereihin liittyvät uutiset. Vastaajat saivat valita 1 - 4 vaihtoehtoa.....	54
Taulukko 14; Sosiaalisen median vaikutus kannattamiseen, prosenttijakaumat	55
Taulukko 15: Vastausprosentit toiveisiin joukkueen johdon ja pelaajien roolista sosiaalisessa mediassa.....	56
Taulukko 16: Mobiililaitteita käyttävien vastaajien prosenttiosuus	57
Taulukko 17: Vastaajien prosenttiosuus Windows Phonen Jokerit Live -sovellukselle	57
Taulukko 18: Facebook-sivun käyttäjien maa- ja kielivalinta 1.8.2014.....	65

Liitteet

Liite 1 Kysely: Jokereiden digipalvelut, saate kuvankaappauksena	78
Liite 2 Kysely: Jokereiden digipalvelut, kysymykset	79
Liite 3 Toiveita Jokereiden sosiaalisen median kehittämiseen, avoimet vastaukset	86
Liite 4 Sana on vapaa.....	99

Liite 1 Kysely: Jokereiden digipalvelut, saate kuvankaappauksena

Tiedote Jokerit.comissa:

<http://www.jokerit.com/hallitseeko-jokerit-somen>

KANNATAJAT 18.6.2014 13:28

HALLITSEKO JOKERIT SOMEN?

Jokerit tekee kartoitusta toiminnastaan sosiaalisessa mediassa. Faneja pyydetään

vastaamaan kyselyyn kesäkuun loppuun mennessä.



SUURI SOME-KYSELY



Instagram



facebook

twitter

Helsingin Jokerit aktivoitui yhteisöpalvelu Facebookissa tammikuussa 2010. Tämän jälkeen Jokereiden sosiaalisen median kokonaisuuteen on lisätty myös mikroblogi Twitter, kuvanjakopalvelu Instagram, videopalvelu YouTube sekä audio-tiedostojen suoratoistopalvelu SoundCloud. Jokaiselle kanavalle on kokonaisuudessa oma käyttötarkoituksensa ja profiilinsa. Sosiaalisen median seuraajamäärillä ja aktiivisuudella mitattuna Jokerit on urheiluseurapuolella Suomen kärjessä.

Teemme nyt kartoitusta palvelujen käytöstä Jokerit-kannattajien keskuudessa. Miten tyytyväisiä olette nykyiseen palveluvalikoimaan ja mitä palveluita yleisesti käytätte? KHL:ään liittyminen tuo myös omat sosiaalisen median kehitystarpeensa.

Kyselyyn vastaaminen vie aikaa noin 10 minuuttia ja kaikkien yhteystietonsa jättäneiden kesken arvomme elokuussa ilmestyvien Jokereiden uusien fanituotteiden tuotepaketin.

Tutkimus tehdään yhteistyössä Laurea-ammattikorkeakoulun kanssa.

Kyselyyn pääset vastaamaan tästä.

Liite 2 Kysely: Jokereiden digipalvelut, kysymykset

Kysely E-lomakkeessa:

<http://bit.ly/JokeritSoMe>

Jokerit haluaa Suomen suurin ja kaunein myös sosiaalisessa mediassa, ja siihen tarvitsemme kannattajiemme.

Kyselyn tarkoituksena on selvittää Jokerit-kannattajien tyytyväisyyttä Jokereiden sosiaalisen median kokonaisuuteen (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube ja SoundCloud). Lisäksi kartoitamme, miten kanavia voisi kehittää ja missä kanavissa kannattajat ovat aktiivisia.

Kyselyn vastaamiseen kuluu aikaa noin 10 minuuttia.

Kaikkien yhteystietonsa jättäneiden kesken arvomme uusien fanituotteiden tuotepaketin.

www.jokerit.com

TAUSTAT

1. Ikä

Alle 18

18-25

26-35

36-45

46-55

56-65

Yli 65

2. Sukupuoli

Mies

Nainen

3. Asuinpaikka

Pääkaupunkiseutu

Muu Uusimaa

Muu Etelä-Suomi

Länsi-Suomi

Itä-Suomi

Oulun lääni
Lapin lääni
Ahvenanmaa
Muut Pohjoismaat
Muu Eurooppa
Muu maailma

4. Asemasi
Opiskelija / koululainen
Työntekijä
Toimihenkilö
Ylempi toimihenkilö
Johtaja
Yrittäjä
Eläkeläinen
Työtön
Joku muu

KANNATTAMISEN TASO

5. Kuinka kauan olet kannattanut Jokereita
Alle 2 vuotta
2-5 vuotta
6-10 vuotta
11-20 vuotta
21-30 vuotta
Yli 30 vuotta
En kannata Jokereita

6. Olitko kaudella 2013-2014 Jokereiden kannattajayhdistyksen jäsen
Kyllä, olin jäsenenä Eteläpääty ry:ssä
Kyllä, olin jäsenenä Old Chiefs ry:ssä
Kyllä, olin jäsenenä molemmissa kannattajayhdistyksissä
En

7. Kävin kaudella 2013-2014 kotiotteluissa
Kausikortilla
Irtolipuilla
Yrityskausikortilla

En käynyt kotiotteluissa

8. Kuinka monta kotiottelua kävit katsomassa kauden 2013-2014 aikana

1

2

3-5

6-10

10-20

Yli 20

Kaikki

En yhtäkään

9. Arvioi, kuinka monta kotiottelua käyt katsomassa kauden 2014-2015 aikana

1

2

3-5

6-10

10-20

Yli 20

Kaikki

En yhtäkään (tämä vaihtoehto jäi virheen takia pois kyselystä)

10. Oletko ostanut viimeisen vuoden aikana Jokereiden kannattaja-tuotteita

Kyllä

En

SOSIAALINEN MEDIA

11. Valitse käyttämäsi sosiaalisen median kanavat (1 en koskaan, 5 päivittäin)

Ask.fm

Facebook

Flickr

Foursquare

Google+

HeiaHeia

Instagram

IRC-Galleria

Kik

Last.fm

LinkedIn

MySpace

Path

Pinterest

Skype

SlideShare

Snapchat

SoundCloud

Telegram

Tumblr

Twitter

Vimeo

Vine

VK

WhatsApp

YouTube

Listaa tähän halutessasi muita käyttämiäsi digitaalisen median palveluita

12. Merkitse, mitä Jokereiden sosiaalisen median kanavia seuraat aktiivisesti ja anna Jokereiden toiminnalle niissä arvosana asteikolla 1-5 (1 huono, 5 paras), tai kerro jos et seuraa kanavia

Facebook

Twitter

Instagram

YouTube

SoundCloud

13. Mitä tietoja toivot saavasi Jokereiden sosiaalisesta mediasta? Merkitse osa-alueen tärkeys itsellesi. (1 ei yhtään tärkeä, 4 erittäin tärkeä)

Alennukset

Blogit

Fanituotteet

Fiilistely- ja tunnelman nostatuspäivitykset

Juniorit

Kannattaja-asiat

Kilpailut

Kuvat otteluista

Kuvat muista tapahtumista
Mainokset ja yhteistyökumppaneiden ilmoitukset
Muiden fanien kommentit
Otteluennakot
Otteluraportit
Otteluiden Facebook-tapahtumat
Ottelulippujen osto
Otteluseurannan päivitykset
Pelaaja- ja valmentajahaastattelut
Pelaajajulkaisut
Muut uutiset
Videot
Muut asiat

14. Mikä on mielestäsi sopiva päivitystahti kauden aikana Jokereiden Facebookissa

1-2 päivitystä viikossa
3-6 päivitystä viikossa
1-2 päivitystä päivässä
3-4 päivitystä päivässä
Yli 5 päivitystä päivässä
En seuraa Facebookia

15. Osallistutko keskusteluun Jokereiden sosiaalisen median kanavissa

Kyllä
Joskus
En

16. Kanavien käyttö ottelupäivänä (1 ei koskaan, 5 jokainen ottelu)

Facebook, ennen ottelua
Facebook, ottelun aikana
Facebook, ottelun jälkeen
Twitter, ennen ottelua
Twitter, ottelun aikana
Twitter, ottelun jälkeen
Instagram, ennen ottelua
Instagram, ottelun aikana
Instagram, ottelun jälkeen
Jokerit.com, ennen ottelua
Jokerit.com, ottelun aikana

Jokerit.com, ottelun jälkeen

16. Mistä luet tai kuulet useimmiten ensimmäisenä Jokereihin liittyvät uutiset (valitse 1-4)

Jokerit.com

Facebook

Twitter

Internetin uutispalvelut

Jatkoaika.com

Blogit

Sanomalehdet

Televisio

Radio

Ystävät

Muualta

17. Miten Jokereiden aktivoituminen sosiaalisessa mediassa vuoden 2010 jälkeen on vaikuttanut suoraan tai välillisesti sinun kannattamiseesi (1 ei vaikutusta, 4 erittäin suuri vaikutus)

Otteluissa käymisen määrä

Kausikortin ostaminen

Kannattajatuotteiden ostaminen

Jokereiden uutisten ja tapahtumien seuraaminen

Kuuluminen Jokerit-yhteisöön

Jääkiekon yleinen seuraaminen

18. Pitäisikö Jokereiden pelaajien ja joukkueen johdon olla aktiivisemmin mukana sosiaalisessa mediassa, esimerkiksi Twitterissä ja Instagramissa

Kyllä

En osaa sanoa

Ei

19. Käytätkö älypuhelin tai tablettia sosiaalisen median seurantaan

Kyllä

Joskus

En

20. Käytätkö Windows Phonen Jokerit Live -sovellusta

Kyllä

Joskus

En

21. Miten toivoisit Jokereiden kehittävän sosiaalisen median kokonaisuuttaan? Mihin sosiaalisen median kanaviin toivoisit Jokereiden liittyvän tulevaisuudessa?

Avoim vastaus

PALAUTE

22. Sana on vapaa liittyen Jokereiden sosiaaliseen mediaan ja verkkopalveluihin

Avoim vastaus

23. Syötä alle yhteystietosi, jos haluat osallistua #91 Storen 50 euron lahjakortin arvontaan.

Nimi

Sähköposti

Liite 3 Toiveita Jokereiden sosiaalisen median kehittämiseen, avoimet vastaukset

Vastaajat saivat antaa kehitysideoita Jokereiden sosiaalisen median palveluihin.

"Pitäisikö Jokereiden pelaajien ja joukkueen johdon olla aktiivisemmin mukana sosiaalisessa mediassa, esimerkiksi Twitterissä ja Instagramissa" Karalahden someen ilmaantuminen naurettavaa markkinointia riskitietoisesta pelaajasta, jota useat eivät hyväksy vielä. Pelaajat omasta tahdosta ilman päälleliimattua markkinointia on ok. Itse seuran profiili voisi vastailla hanakammin myös kritiikkiin (Twitter ja FB, eikä vain esimerkiksi retweetata vain yltiöpositiivisia asioita. Seura on jo raikattu, joten tosiasioiden tunnistaminen voisi tehdä myös ihan hyvää.

aika hyvä näin

Aktiivisuutta vaan entisestään

Ainakin Jokerit Live -sovelluksessa voisi näkyä pelkäänsä Jokereiden logo, eikä sitä, missä Jokereiden ja IFK:n logo vaihtuu vuorotellen. Se on vähän kummallista. Iiro tekee kokonaisuudessaan hyvää duunia facebookin kanssa, mutta tykkäyksien kerjykset pitäisi jättää pois. Ne ovat teennäisiä, eivätkä nostata fiilistä.

Ainoastaan ainutlaatuinen materiaali palvelee. Eli uutisissa ainoastaan sillä on arvoa, kun Jokerit tiedottaa ensimmäisenä. Siinä on onnistuttu hyvin. Yleisellä tasolla panostus sen tyyppiseen materiaaliin, mitä ei muualta ole saatavilla. Myös tuoreet kokoonpanouutiset ovat hyviä.

Aitoja uutisia, ei pelkkää hypetystä. Matkakertomuksia nyt kun joukkue käy Oulua kauempana, miten eroa siperialaisen joukkueen fanit, harjoitukset, junioritoiminta jne. hesalaisesta. Esitellään tsekkijoukkue tai miten moskvalaiset fanit tekevät reissun vierasotteluun.

Nyt päästään erottumaan arkisuomalaisesta jääkiekosta, hyödyntäkää eksotiikka.

Aktiivista keskustelua ja fiiliksen nostattamista kannattajien parissa.

Aktiivisuutta enemmän. Esim haastatteluja enemmän. Peli päivänä 2-3 pelaaja haastatteluja. Android on markkinajohtaja globaalisti WIN (Phone markkinaosuus n. 4%

android pohjalle jokin Jokerit sovellus

android sovellus

Android sovellus, ottelukoosteet youtube kanavalle (!), ja enemmän pelaajia ja johtohenkilöitä mukaan SoMeen.

Android sovellusta kehiin.

Android-sovellus olisi kiva

Android-sovellus olisi tarpeen.

Apple sovellus.

Applen app olisi hyvä olla.

Applen tuotteille voisi tehdä Jokerit -sovelluksen, niinkuin Windows puhelimilla on. Sitten pelaajat voisivat tehdä omia twitter tunnuksia, jotta heidän Jokerit kokemuksia voisi seurata, ja he voisivat vaikka kerran 2 kuukaudessa pitää tuokion, missä he vastavat Twitterissä fanien esittämiin kysymyksiin.

Appstoreen Jokerit sovellus aivan kuten Windows puhelimiin jo on.

Ask.fm

Day in a life videoita kauden aikana, eli kuvataan yhtä pelaajaa päivän ajan ja ja mitä normaaliin pelipäivään sisältyy.

ei kokoajan päivitystä facebookkiin

ei muutosta jatkakaa hyvää työtä

Ei niinkään kehitysehdotuksena, vaan huomautuksena, että kun kysytään ottelun aikana käytettävistä sosiaalisen median palveluista, niin Areenalla ei toimi netti (ainakaan oman operaattorin tarjoamana) otte- luiden ja tapahtumien aikana. Siksi puhelimella/tab- letilla median seuraaminen ottelun aikana ei ole mahdollista.

Eiköhän paketti ole ihan ok! Ottelun aikaiset päivityk- set olisi ihan kiva sius ei vain erätauoilla.

Enempi vois olla pelaajia esillä, vaikkajonkinnäköistä henkilökuva?

En mitenkään. Vain peli kiinnostaa.

En ole itse Facebookissa, joten pystyn lukemaan sieltä vain julkisten sivuja, toki Jokereidenkin, enkä voi kommentoida mitään. Seuraan Jokerit.com -sivua joka päivä, se riittää yleensä minulle, ja toivonkin vain, että kaikki olennaiset uutiset ovat jatkossakin luettavissa myös sieltä.

en osaa sanoa muuta kuin, olla erittäin aktiivinen

En osaa sanoa, nykyiset kanavat riittää minulle.

En toivoisi uusia kanavia vaan lisäpanostusta jo hy- vällä mallilla oleviin kanaviin.

En tykkää käyttää facebookkia!! Olisi kiva että olis joku ns.Oma muttei suljettu, paremmin organisoitu. Ja nyt varsinkin kiinnittäisin huomiota fa- nimatkoihin!!! HINNAT???. Niissä täytyy tulla Jokerit organisaation vastaan ja tiedottaa tai ei tiedottaa vaan kertoa meille jotka halutaan lähteä sinne. Ajoissa realistiset mahd. matkojen hintoihin jne... enemmän ajantasalla olevaa tietoa, kilpailuja, hyvät ennakot, pelaajien tilanne jne. Eli päivitystä taval- laan Jokerit.comiin ja Meidän Jokerifanit.net sivus- toihin.

Enemmän aktiivista keskustelua fanien kanssa, sekä KHL-tiedostusta.

Enemmän asiaa joukkueen arjesta, hallin uudistuk- sesta yms.

Enemmän esimerkiksi pelaajien itse kirjoittamia jut- tuja facebookkiin.

Enemmän haastatteluja pelaajilta!

Enemmän Instagram juttuja. Liitytkää Ask.fm jotta fanit taikka vain kausikorttilaiset voisi kysyä kysymyk- siä organisaatiolta,pelaajilta, valmenuksesta jne.

Enemmän ja nopeemmin tietoa kaikesta ja junio- reista.

Enemmän joukkueen kuulumisia ja jokapäiväistä te- kemistä.

Enemmän juttuja ja videoita pelaajista ja joukku- eesta. Juniorit pitäisi nostaa enemmän esille sillä heissä seuran tulevaisuus!

Enemmän kilpailuita.

Enemmän kilpailuja jossa annetaan mahdollisuus fa- neille tuoda jokeri inspiraatiota ulos.

enemmän kuvia instagramiin. pelaajat aktiivisemmin twitteriin. sitten tuollasia pelaajavideoita mitä nhl joukkueiden kanavilta löytyy esim keskinäisiä kilpai- luita tietovisoja jne montreal on hyvä esimerkki. heillä on viihdyttävä youtube kanava

Enemmän kuvia Instagrammiin! Facebook on hyvä näin. Twitteriin lisää päivityksiä.

Enemmän kuvia. Esim ennakkotunnelmia pelaajista etc.

Enemmän pelaajahaastatteluita ja iPhone sovellus

Enemmän pelaajahaastatteluita, otteluennakoista vi- deoita, maalikoosteita, TOP-5/10 videoita, enemmän tunnelmannostatusvideoita, erilaisia kilpailuja jne.

Enemmän pelaajahaastatteluita ja kuvaa faneille muustakin kuin jäällä tapahtuvissa asioissa. Youtube kanava on mielestäni tärkeä tällaisille. NHL esimer- killä miten siellä esim. Blackhawks on saanut ympäri- maailmaa lisää faneja varmasti hauskoilla videoilla, inside jutuilla sekä haastatteluilla.

Enemmän pelaajahaastatteluja kaudelle. Twitter ja facebook riittävät somessa.

Enemmän pelaajien haastatteluja ja huippuhetkiä peleistä.

Enemmän pelaajien ja valmentajien haastatteluita pelin jälkeen. Peleistä ja tapahtumista ilmoitetaan aika hyvin voisi parantaa mainostamisella aikaisemmin.

Enemmän päivityksiä esim. haastatteluja jne.

Enemmän tietoa pelistä. Jokelit Live sovellus on loistava, kun ei pääse muuten seuraamaan peliä.

Enemmän tietoa peleistä

Enemmän tunnelmannostatus videoita, kuvia yms. Pelaajahaastattelut on myös erittäin tärkeitä.

Enemmän tutustuttamista ja khl markkinointia

Enemmän videoita ja katsauksia "sisäpiiriin". Kannattajaläheisemmäksi joukkueeksi sosiaalisen median avulla.

Enemmän videoita kotisivuille.

Enempi videoita treenipäivistä ja pelipäivänä ennen ja jälkeen matsin. Kiitos jo etukäteen!! enemmän tuotekilpailuja missä voi voittaa lippuja ja fanituotteita

Enemmän videomateriaalia peleistä, harjoituksista ja haastatteluista.

Enemmän juttuja joukkueen ja pelaajien arjesta.

Erilaisten videopalveluiden suurempi hyödyntäminen.

Esim. Facebook päivityksiä maltillisemmin, 1-3 kertaa viikossa.

Esim. Jokerit Live sovelluksen voisi tuoda Android ja iOS laiteille.

Esimerkiksi pelaajien asrkisia kuvia, fiiliksiä, kommentteja sekä huumoria.

Esimerkiksi tämä kysely eo ole kovin mukava puhelimella täytettävä...

Facebook ja kotisivut!

Facebook on itselle ehdottomasti tärkein some-muoto.

Facebook on kohdallani ainakin toistaiseksi ykkönen, kotivujen kanssa.

Facebook päivitykset on usein kuin jonkun tein tekemiä / heille suunnattuja, twitter on sikäli parempi. Facebook twitteri ja aikakauslehdet ja kenties pientä maksua vastaan jonkun lainen fani lehti ja viddu tästä kyselystä tehty turhan monimutkanen hermo menee kun aina joku täplä puuttu MUR

Facebook, windows Phone Jokerit live

Facebookista tykkäysten huoraaminen pois. Ennen jokaista päivitystä on myös hyvä miettiä, kannattaako tätä julkaista.

Facebookiin aika-ajoin faneilta kysely että mitä tahdot tietää jostain tietystä pelaajasta ja sitten omalla ajallanne teette haastattelun valituilla kysymyksillä ja julkaisette sen meille. Äänenlaatuun toivoisin kovasti parannusta noihin youtube-videoihin, nupit läppäristä kaakossa ja ei meinaa silti kuulla mitään haastatteluissa.

Facebookiin samat päivitykset kuin twitteriin.

Facebook-päivittäjä voisi olla hieman "virallisempi" päivityksissään. Välillä tulee päivityksiä turhankin tunnepohjalta. Fanisivut ovat asia erikseen. faneille tiedottaminen sähköpostiin

Fanien kanssa interaktiivista toimintaa

Fanien pitäisi päästä enemmän keskustelemaan itse pelaajien kanssa sosiaalisen median välityksellä.

Fanien tuottama narriradio oli erinomainen idea ja sen soisi jatkuvan tulevallakin kaudella!

Fanituotteiden radikaali uudistaminen, naisille sopivia (Jei räikeitä) tuotteita ja lapsille (tytölle). Nyt värit ovat liian räikeitä tai huomiota herättäviä

Hesarissa pitäis jukaista junnu toimintoja myös.

Hyvä kokonaispaketti, uskoisin että kattaa suuren määrän faneja tällä nykyisellä kattauksella.
ihan hyvä näin

Ihan hyvä on!

Instagram, paljon enemmän kuvia ennen otteluiten alkua esim lämmittelyistä jään ulkopuolella sekä jäällä. Ottelun aikana kuvia tuuletuksista! Twitter: realiaikaista päivitystä ainakin vieraspeleistä. Vastustajan kannattajan/kannattajien kommentteja/mielipiteitä Jokereista ja jokereiden peli-esityksistä.

Instagram ja facebook riittää, niihin voi laittaa paljon päivityksiä, ihan mitä vaan-kaikkien ei tarvitse liittyä jääkiekkoon!

Instagram kuvia vähän enemmän.

Instagramiin enemmän!

Instagramiin voisi tulla enemmän kuvia.

Instagramin suhteen voitaisiin lisätä kuvia useammin. Lähes kaikki kuvat (myös otteluista) näkyvät ainoastaan fb:sivuilla.

Instagramiin olisi ihan kiva saada enemmän kuvia, esim. Pieniä klippejä harjoituksista tai mitä muuta joukkue puuhaa! :)

iPhone sovellus olisi loistava! Ja seuraisin mielelläni vieraspelejä Jokerit.comin kautta ensikaudella sillä KHL:n tulospalvelut ovat aika vaikeita seurata, niin parempi selvyys olisi jos Jokerit ylläpitäisi nettisivuillaan tulospalvelua. Että nekin ihmiset jotka eivät käytä SoMea pystyisivät seurata pelejä.

iPhone/Andoid appsi.

iPhone/iPad sovellus

Iphoneen ja samsungiin jokerit-live palvelu

iPhoneelle oma appi kunnon sisällöllä.

Iphoneelle oma Jokeri applikaatio, vastaava kuin Windows Phonen, Jokerit Live.

Iphonille oma sovellus, niin tulee iso kiitos ja kumarrus :)

Itse en käytä somea, mutta seuraan somen uutisia jokerit.com sivulta, joka on itselleni tärkeä kanava saada ajankohtaisia uutisia. Pidättehän jatkossakin mahdollisuuden seurata face ja twitter uutisvirtaa sivuillanne!!!

Jatkaa samaan malliin.

Jatkakaa hyvää työtä

Jatko aikaan olisi syytä saada toimisto paremmin esille. Muun muassa Turun suunnilla Toni Autio on saanut hyvin toimittua seuran ja fanien välisenä yhteyslinkkinä, oikoen mm. väärää tietoa ja tuoden myös seuran näkökulmaa niihin asioihin, joihin voi suoraan kommentoida. Tuota kautta kuitenkin helposti tavoitetaan tuhansia ihmisiä ja vuoropuhelu on helpompaa kuin esimerkiksi Facebookissa tai Twitterissa. Blogimuotoiset jutut pelaajilta olisivat myös varsin mukavia, varsinkin nyt kun vierasreissut ovat muutakin kuin "bussilla tuttuun halliin ja takaisin". Muun Muassa Joni Puurula kirjoitteli viime kauden aikana varsin ansiokasta tekstiä ja sai jopa sellaiset ihmiset kiinnostumaan, jotka eivät normaalisti vieraista sarjoista pahemmin perusta. Tämä tosin vaatisi sen, että kyseinen/kyseiset pelaaja(t) pystyisivät tuottamaan säännöllisesti laadukasta tekstiä. Aiempina vuosina eri seuroilta on nähty muutaman postauksen verran sisällöttömiä postauksia, joiden anti jäi vähäiseksi.

Jatkuvan samalla lailla.

Jo tällä hetkellä on todella hyvää tasoa. Hienoa kun kesälläkin tulee päivityksiä tosi usein. Johonkin tapahtuma, en osaa sanoa.

Joka pelistä kooste ja kommentit pelaajilta ja valmentajilta Youtubeen.

Jokainen sosiaalinen media voi ottaa oppia Lotus F1 Teamin sosiaalisesta mediasta se on koko urheilun paras sosiaalinen media. Eli oppia lotus F1 Teamista.

Jokereiden android-sovellus ois hyvä.

Jokereiden sosiaalisen median osaaminen on hyvällä tasolla ja varmasti paras jääkiekkoilun puolella. Toivoisin, että Jokerit ottaisi suuntaa tai esimerkkiä esimerkiksi pesäpalloilun puolelta, Sotkamon Jymystä. SoMe-työskentely todella laadukasta, mutta positiivisin asia on se, että tuo asioita joukkueen sisältä todella lähelle kannattajia. Tästä esimerkkinä kausina 2012 ja 2013 tehty sarja "Jymyn iholla". Kyseisessä sarjassa päästiin jopa joukkueen ihon alle, hyvässä mielessä. Todella miellyttävää seurata.

http://www.youtube.com/watch?v=w4L_tptJP7E

Linkki vie Jymyn iholla -sarjan osaan nmr 27.

<http://www.youtube.com/watch?v=5ZJeAWABY34>

Linkki vie Jymyn iholla -sarjan osaan nmr 17.

Jokereille oma app iOSiin

jokeri live sovellus muille kännyköille

Jokerien ja liro Keurulaisen sosiaalisen median hallitseminen on erinomaisella tasolla. Uutisten, haastattelujen jne tuotanto on erittäin laadukasta. Näitä ei voi koskaan olla liikaa. Sen sijaan joskus otteluiden alla Facebook-virtaan ilmestyneet, todennäköisesti nuoremmille kannattajille kohdennetut fiiliksennostatusviestit, tyyliä "tykkää tästä jos..." tuntuvat minusta henkilökohtaisesti turhilta ja hieman kiusallilta.

Jokerien ottelutapahtuman musiikeista voisi tehdä Spotifyhin soittolistoja. Some toimii hyvin, mutta aktiivisuus on aina plussaa. Monista NHL joukkueista mallia! Mutta liika on myös aina liikaa.

Jokerit iOS sovellusta odotan. windows phone sovelluksen viimeinen uutinen on 3kk takaa.

Jokerit live sovellus myös iPhoneen!

Jokerit Live android- ja iOS- käyttöjärjestelmiin! Vine olisi viihdyttävä, jos näkisi vaikka pelaajien arkea kopissa vinen muodossa.

Jokerit live androidille

Jokerit Live on lähtökohtaisesti loistava idea, mutta sen tämänhetkinen toteutus ja päivitykset ontuvat. Viime kauden aikana ei saatu esim. päivitettyä joukkueen pelaajalistaa ajan tasalle.

Jokerit -Live -palvelu iPhoneelle

Jokerit Live palvelu myös iPhoneelle.

Jokerit live sovellukseen voisi saada kaikki sosiaaliset mediat sekä kattavammin uutiset.

Jokerit live sovelluksen kehittäminen ja KHL uutiset ym,mukaan

Jokerit live sovellus myös androidille

Jokerit Live -sovellus voisi tulla myös Androidiin ja iPhoneen. Järjetöntä pitää sovellusta vain Windowsilla, jolla kuitenkin on hyvin vähän käyttäjiä Androidiin ja iPhoneen verrattuna.

jokerit live sovellus, androidille ja ios:lle

Jokerit Live voisi tulla myös Androidille => Muuten todella hyvää somettamista =>Jokerit= Kaukalon ja somen kingi! =>

Jokerit Liven kaltainen sovellus androidille.

Jokerit Live-sovelluksen päivittämistä.

Jokerit Live-sovelluksen toivoisin myös iPhoneelle.

Jokerit Live-sovellus android-käyttöjärjestelmille myös :)

Jokerit Live-sovellus ei ainakaan tahdo olla aina ajan tasalla, sitä voisi kehittää!

Jokerit Live-sovellus myös Androidille!

Jokerit liveä vois jokus päättääkkiin

Jokerit on viimeisen kahden kauden aikana jyrätty "Julli-sanomien" toimesta. Toivoisin, että Jokerit puolustaisi imagoaan paremmin tiedottamalla fanien kanavien kautta (Old chiefs ja Eteläpääty) eikä pelkästään Jokereiden omien kanavien kautta, esim. Facebook.

Jokerit ovat onnistuneet kasvattamaan ainakin facebookiin perheen, joka kasvaa koko ajan. Seura toimii esimerkkinä muille!

Jokerit sovellus Applen laitteille (ipad, iPhone). Sovellusta pitäisi päivittää aktiivisesti.

Jokerit sovellus Iphonelle!

Jokerit sovellus oli tod syvältä viime kaudella (kaverin puhelimesta seurattuna itsellä iPhone). Rosterista & pelaajaroista alkaen. Sitäpaitsi iPhone -sovellus ei olis pahasta. Tuskin ainoa, jolla on iPhone.

Jokerit voisi lisätä YouTubeen ottelukoosteen matsin jälkeen

Jokerit voisi tehdä enemmän yhteistyötä narriradion kanssa, enemmän pelaajahaastiksia ja muutenkin toiminnan kehittäminen yhdessä fanien kanssa.

Jokerit voisivat liittyä ask.fm palveluun ja siellä voisi olla pelaajat/valmentajat vuorotellen vastailmassa kysymyksiin

Jokerit voisivat myös olla Ask.fm:ssä!

Jokerit voisivat tehdä jokerit live sovelluksen myös ios:lle

Jokerit.com:in feedissä saisi mielellään olla artikkelit kokonaan.

JokeritLive muihinkin käyttöliittymiin. esim. Jollan Sailfish tai android.

Jokerit-live sovellus myös androidille.

Jokerit-liveä apllelle ja Androidille, HETI!!!!

Jonkinlainen android puhelin sovellus olisi mukava, mikä keräisi kaikki uutiset facebookista ja twitteristä puhelimeen automaattisesti.

Jonkinlainen videopäiväkirja pelaajien, valmentajien ja muun henkilökunnan kokemuksista ja fiiliksistä olisi hyvä.

Jos kerran on appi tehtynä Windows Phonelle niin varmaan olisi paikallaan myös Android ja iOS apit.

Jos mahdollista (tekijänoikeudet yms.) niin koosteet jokaisesta ottelusta. Youtubeen.

Jos suuriin kansainvälisiin lehtiin tulisi mainoksia, niin Jokereiden kannatus saattaisi lisääntyä.

Jotain videoita olisi kiva katsoa mitä pelaajat touhuvat harjoituksissa ja ollaan hallilla.

Julkaisutahti on vertailukelpoinen ja jopa kiitettävä, mutta aina voi tuottaa enemmän materiaalia. (Haastattelut erityisesti, raportit esin joukkueen rakentamisen tilanteesta offseasonilla)

Kaikki hyvin.

Kaikki matsit televisioon, ainakin vieraspelit!

Kaikki on toiminut erittäin hyvin joten mitään ei tarvii muuttaa

kaikkiin

Kaikkiin joita voi seurata.

kaikkiin mukaan varsinkin instagram, facebook.....kilpailuja mukaan sosiaalisaeen mediaan

Kanavia on tarpeeksi jo mistä saa tarvittavan tiedon

Kattoo ny miten KHL:ssä sujuu.

Kehittää entisestään instagramin käyttöä enemmän "sisäpiirin" juttuja.

Kehitys on ollut todella hyvää. Itse toivon twitterin olevan pääuutiskanava, koska mm facebook on suunnattu enimmäkseen todella nuorelle joukolle.

Keurulainen tekee loistavaa duunia! Hjallikselta Twitter salasanat talteen!)

KHL sarjan esittelyyn ja tunnetuksi tekemiseen.

KHL-kauden aikana olisi kiva nähdä videoita mm. joukkueen vieraspelireissuilta.

kilpailuja, aktiivisuutta ja repäisevää sisältöä. esim. pelaajahaastattelut aika-ajoin tylsiä. Eiköhän tuossa ole ne merkittävimmät jo käytössä?

Kokonaisuus enemmän yhteisölliseksi. Faneille omia aktiviteetteja myös facebook sivuilla ja mahdollisesti

pelaaja/valmentaja interaktiivisuutta enemmän viralisillakin sivuilla.

Koska tulee iPhone sovellus?

Kuvia paljon Instagramiin, koska tälle hetkellä sinne ei juuri kuvia tule. Twitte on aika hyvällä mallilla samoin facebook. Toivoisin ainakin Instagramissa aktiivisista, sekä Keurulaisen hyviä haastatteluja jatkossakin. Kyllähän Jokereilla on ihan ylivoimaisesti paras SoMe ketju.

Kyllä Android järjestelmälle voisi kehittää myös mobiili sovelluksen millä seurata Jokereita.

Lisätkää pelaajien mielipiteitä ja rennompia haastatteluja. NHL-jengit käyttää mielettömästi aikaa, että fanit pystyy esim.videoiden avulla tutustumaan paremmin pelaajiin. Haastatteluissa heitetään kaiken maailman "läppää" ja niistä saa yleisen kuvan, että minkälainen kaveri on kyseessä. Haastattelut hoituisivat parhaalla tavalla jos haastattelijana olisi joku vanha kiekkoniiilo. Pelaajat ottaa vakavammin kaverin kun tietää, että haastattelijakin on joskus heittänyt lättöä. Video on nykyaikainen ja todella hyvä tapa vaikuttaa ihmisiin. Sitä kannattaa käyttää niin paljon kuin mahdollista.

Lisää pelaajahaastattelu-videoita.

Lisää "pelaajien arkipäivä juttuja" ja kulissien takana, joulukalenterit ovat huippuja. Maalikooste heti ottelun jälkeen.

Lisää blogeja! Niitä on aina mukava lukea.

Lisää fb kampanjoita

Lisää haastatteluja ja videoita organisaation/pelaajien arjesta.

Lisää instagram päivityksiä, pelien ulkopuolelta ja pelaajien ottamia kuvia itsestään/toisistaan

Lisää kilpailuja, esim. FB:ssa

lisää kuvia instagramiin

Lisää liikkuvaa kuvaa, koska siinä on enemmän tunnelmaa kuin pelkässä tekstissä. On syytä miettiä miten SoMesta saadaan vieläkin osallistavampi. Kuinka fanit

voisivat SoMessa suositella tulevia otteluita hyötyen siitä itsekin.

Lisää pelaajainfoa ja ottelutapahtumista enemmän tietoa.

Lisää päivityksiä Areenasta

Live tilanteet otteluista ja kuvat + tunnelmat matsien jälkeen voisi käsitellä kattavammin esimerkiksi facebookissa. Kolumneja olisi hauska lukea myös facebookin kautta. Pelaaja haastatteluja voisi kauden mittaan tulla youtubeen hieman enemmän.

Livekamerat toisinaan tilanteisiin, jossa ei olla läsnä muulla tavoin, kuten harjoituksiin etc.

liveseuranta-account twitteriin, videoiden julkaiseminen aktiivisesti myös välipäivinä

Live-sovellus myös iPhonele?

Luen paljon jatkoaikaa, sinnehän voisi rekisteröidä jonkun Jokereiden virallisen äänitorven/nimimerkin, joka sitten tiedottaisi kaikesta Jokereihin liittyvistä asioista sekä jakaisi linkkejä eri sosiaalisen median kanaviin.

Lähinnä uusien pelipaikkakuhtien ja joukkueiden tunnetuksi tekeminen voisi olla nastaa.

Maalikoosteet Youtubeen jokaisesta ottelusta.

-Maalikoosteita peleistä/koosteet peleistä -pelaajien videohaastatteluja enemmän -Ensimmäisellä KHL -kaudella videokoosteet ja ennakot tulevista vastustajista

Mahdollinen jokeri sovellus kaikille laiteille mm.apple,android

Mahdollinen live-seuranta iPhone app voisi olla kätevä, samaan saisi uutiset, videot sekä liveseurannan. Ennen ottelua olisi helppo koota ennako ja kokoonpanot, ottelun jälkeen taas tilastot sekä raportti. Tilastot olisi hyvä saada näkyville johonkin, esimerkiksi viimekaudella niitä ei löytynyt (voinee johtua liigan takkuilevista sivuista.)

Mahdollisimman moneen,tavoittaa kaikki:)

Mielestäni ei tarvitse muuttaa juurikaan mitään. Ps. Pitäkää erätauoilla tulevat päivitykset että paljon peli on. Uskon että kannattajat jotka ei niin tulisesti seuraa, pysyvät silti kärryillä jokereiden menestyksestä. Paljon tsemppiä koko jokeriorganisaatiolla! Mielestäni Jokerit hyödyntää sosiaalista mediaa kokonaisuutena hyvin. Jos jotain pitäisi parantaa, niin päivityksiä voisi tulla useammin.

Mielestäni Jokerit on tällä hetkellä mukana niissä tärkeimmissä kanavissa ja niihin tulisi mieluummin panostaa kuin tunkeutua joka paikkaan.. Mielestäni some on hyvin hallussa, mutta vielä toivoisi hieman enemmän vuorovaikutusta ja kommunikointia fanien kanssa, esimerkiksi vastaamalla ja kommentoimalla fanien kysymyksiin ja kommentteihin sekä ottamalla huomioon fanien toiveita.. Mielestäni kokonaisuus on hyvin kasassa, mutta olisi todella hienoa jos pelaajatkin voisivat päivittää facebookiin/twitteriin omia mietteitään yms tai vaikka kuvia instagramiin Jokereiden omalta profiililta. Näin ei tarvitsisi seurata montaa eri profiilia/tiliä. Olisi myös hauskaa jos Jokerit liittyisivät esim. Snapchattiin. :) Minä > Me > Jokerit <3

Minulla oli edellisessä Nokian puhelimessa Jokerit-sovellus. Se ei toiminut enää viime kaudella toivotulla tavalla. Nyt olen vaihtanut puhelimen Jollaan ja toivoisin myös sille alustalle vastaavaa sovellusta.

Minusta kokonaisuus on tällä hetkellä varsin hyvä. Tokihan pieniä viilauksia nyt aina voi tehdä, mutta juuri nyt ei tule mitään sellaista mieleen, mihin kaipaisin muutoksia.

Mobiiliapplikaatio kaikille alustoille

Mobiilipalvelut kuntoon ja heti kiitos.

Muiden pk-seudun joukkueiden junioripuolen tiedotus on aivan eri luokkaa Jokerijunioreiden kanssa. Bluesilla ja HIFKlla on usein otteluista liveseurantaa, pelaajien haastatteluita, otteluista tehdään tapahtumakokonaisuuksia, omat twitteritilit ja aktiiviset facebook-sivut (joilla julkaistaan muutakin kuin linkki kokoonpanoihin ja ottelun lopputulos..) jne. Junioripuoli on lähellä sydäntäni, joten näkisin kovin mielelläni, että myös junnuja nostettaisiin sosiaalisessa me-

diassa enemmän esille. Tämä on yksi harvoista asioista, joissa Jokerien kannattaa ottaa naapureista, etenkin Bluesista mallia!

Muillekin puhelimille jokerit liveen kaltainen sovellus.

Muutaman fanin ryhmä antamaan omia mielipiteitä mm. kauden peleistä ja tapahtumista esimerkiksi facebookissa.

myös iOS ja Androidille Jokerit Live- sovellus

Narriradiolle osti paukkuja myös Jokeriorganisaatiolta. Otteluselostukset nettiradioon. Jokeriedustus aktiivisesti mukaan Jatkoajan Jokeritfoorumille. Avointa viestintää, jossa kerrotaan suoraan jos joku on vinossa. Hjällikseltä Twitteroikkarit pois ja kielto kommentoida asioita medialle.

netti ja facebook riittää näin vanhemmalle kannattajalle,,mutta KHL:n yleiset ja muiden joukkueiden linkit olisi kiva saada jokerit.comn sivustolle Nykyinen tahti on miellyttävä, vaikka aina tietysti toivoo jotain uusia juttuja. Toivon että some-viestintä pidetään asiallisena. Liian nuorille suunnattu viestintä tuntuu itsestä naiivilta ja Facebookin "tykkää tästä Jokerit voittoon"-tyyli on/oli mielestäni huono suunta. Toki ymmärrän että nuorempikin polvi pitää ottaa huomioon ja heidät on kenties helpompi tavoittaa Facebookissa kuin Twitterissä, mutta jonneilu ei ole ainakaan minun juttuni.

Nykyiset kanavat ovat riittävät ja sopivat.

Nyt en ole käyttänyt tuota Jokerit Live -sovellusta noin viime kauden puolesta välistä eteenpäin, kun tuntui ettei se ollut ihan ajan tasalla koko ajan. Täytyy kuitenkin sanoa että vähällä kehityksellä se voisi olla aivan erinomainen fanitussovellus! :) Pelaajien ja johdon aktiivisuudesta sosiaalisessa mediassa sanoisin että luulen että olisi hienoa jos muutama pelaajista/valmentajista olisivat aktiivisia, muttei kaikki, eikä ihan kaikkea tarvitse näyttää/kertoa. Olisi kivaa nähdä vähän mitä tapahtuu esimerkiksi otteluiden välissä tai pukukopissa ottelun ollessa käynnissä, mutta samalla täytyy säilyttää vähän mystiikkaakin.

nyt olevat riittävät

Nyt on hyvä linja

nämä palvelut ovat hyviä ei tarvitse muita enempää.

Olen aikalailla tyytyväinen Jokeri organisaation sosiaalisen median hallintaan ja siellä esillä oloon. Sen vaan haluan sanoa, että nykyisessä uutis- ja mediavirran tulvassa, liika esillä olo tai spämmääminen kääntyy asiaa vastaan. Eli, ollaan mediassa, kun on sanottavaa. Nykyinen mediahiljaisuus uusien vahvistusten osalta on ollut etenkin tällaisen vanhan ukon mielenkiintoa nostattava asia. Kiitos siitä.

Olen tyytyväinen palveluun.

Olisi hauskaa, jos pelaajahaastattelut eivät aina olisi samanlaisia vaan välillä niissä olisi esimerkiksi huumoria.

Olisi kiva saada videoita joukkueen normaali rutineista ja pukukoppi tunnelmista, ilman tiettyä "näyttelemistä" ! Esimerkiksi joulukalenterissa ollut muutama kerran rentoja otoksia pukukopista ! hyvin tevdätte ! t. Fani Rovaniemeltä, pohjoisesta !

Olisi mukava, jos useammalla pelaajalla olisi esim. Twitter-tili, jota päivittelisivät säännöllisesti. Se antaisi faneille mahdollisuuden kurkata hieman kulissien taakse. Jokereiden omat twitter/facebook-tilit hipovat jo nykyisellään täydellisyyttä, josta erittäin iso peukku.

Omasta mielestäni kaikki on hyvin tälläkin hetkellä.

On varmasti hyvä olla läsnä eri sosiaalisissa medioissa, mutta viestinnän ei tarvitsisi sirpaloitua. Jos esim. Jokereilla, Kurrilla ja Vuorisella on oma Twitter-tilinsä, joutuisi seuraamaan uutisten toivossa niitä kaikkia. On helpompaa, että on yksi Jokerit -profiili, josta tietää uutiset saavansa.

ottamaan meidät "ETÄ" Fanit huomioon jotka eivät asu Stadissa.

Ottelu tuloksia ja peliaikoja oli kiva olla.

Otteluennakot erittäin tärkeitä tulevalla kaudella. Kovinkaan monelle fanille KHL ei tuttu sarja ole. Tä-

män takia olisi tärkeää avata tulevia vastustajia tarkkaan ja heidän pelaajiaan, tämän kautta fanit saavat enemmän käsitystä joukkueista mitä vastaan pelailaan. Videohaastiksia tai videomatskua yleinsäkin enemmän vaan pinnalle. Joku ytimekäs KHL-tietopaketti koko sarjastakin voisi olla kova. Tämä olisi hyvä tehdä sen jälkeen kun tiedetään lohkot ja otteluohjelmat niin voidaan avata joukkeitä ketä vastassa on.

Otteluiden jälkeen pressitilaisuuksista videokuvaa eikä sitä typerää ääniraita haastattelua joka ei edes ole pressistä vaan ihan vain valmentaja haastattelu.

Otteluiden liveseuraaminen olisi todella tervetullut lisä.

Otteluidenaikaiset päivitykset esim. Facebookin kautta ovat mielekkäitä, koska live-seurannassa pelikän tuloksen näkeminen ei anna yleistä kuvaa ottelusta, mikä on mahdollista antaa kirjoittamalla tuloksen lisäksi muutakin, niin kuin Jokerit Facebook-ryhmässä usein tehdäänkin!

Ottelulippu tarjoiksia enemmän. Androidille ja Applelle oma sovellus.

Otteluselostukset suorana netin kautta. Vähintään play off -peleissä!!

Ottelutapahtuman aikana sosiaalisen median käyttö olisi aika paljon helpompaa, jos Hartwall Arenalla olisi toimiva nettiyhteys. Olisi se sitten WLAN tai ihan vaan 3G. Nyt jopa Twitterin selaaminen on aika tuskaista hommaa pelin aikana. Jokereiden tuottama sisältö sosiaalisessa mediassa on jo oikein hyvällä tasolla, niin laadullisesti, kuin määrällisesti. Vielä kun siihen pääsee ottelun aikana paremmin käsiksi, niin hyvä tulee.

Parantaa ja lisää ottelukoosteiden määrää, jos missä pelin haluaa tottakai nähdä parhaat paikat ja pelin koosteen.

Pari kuvaa otteluista riittää 25 kuvan sijaan

Pelaaja haastatteluita enemmän. Fanit voisivat kysyä pelaajilta ja valmennustiimiltä kysymyksiä.

Pelaajahaastatteluja voisi olla enemmän

Pelaajat voisivat olla enemmän esillä ja heistä voisi kertoa mielenkiintoisia juttuja.

Pelaajien haastatteluita on aina mukava katsoa ja pieni pilke silmäkulmassa tehdyt videopätkät on aina tervetulleita :) mm. kaikesta ylimääräisestä tehdyt videopätkät kuten fanitapahtumat ja koulukiertuejutut on mukavaa vaihtelua raskaan kauden keskellä

Pelaajien kommentteja ja haastatteluja peleistä saisi olla enemmän. Lisäksi ns. 'Kulissien takaa'-juttuja saisi olla myös, eli mitä tapahtuu pukukopissa, juttua taustahenkilöistä yms. NHL-joukkueet tarjoavat aika hyvän esimerkin tästä.

Pelaajien mielteitä ennen ottelua. Jokapäiväisten askaroiden jakaminen faneille

Pelaajien rooli sosiaalisessa mediassa voisi olla suurempi, jolloin kokonaisuudesta tulisi yhä kiinnostavampi.

Pelaajilta olisi mukava saada haastatteluja myös otteluiden ja harjoitusten ulkopuolella. Jonkinnäköisiä henkilökortteja tjs. voisi harkita, joissa saisi kuvaa siitä millainen pelaaja on "oikeasti". Jokerit on jo kaikissa tarvittavissa sosiaalisen median kanavissa ja siitä iso plussa.

Pieni juttu, mutta Instagramiin voisi lisätä enemmän pregame-fiilistelykuvia. Kasvattavat mukavasti tunnelmaa matsiin mentäessä.

Pitäkää liro. Hinnalla millä hyvänsä. Tämä tiedottaja on kultaa. Myös Soundcloudin Narriradion tulevaisuus pelottaa minua. Narriradiosta on tullut minulle erittäin rakas, ja toivon sen jatkuvan kauas tulevaisuuteen.

Pitää laatu korkeana ja videomateriaalin määrä vähintään samalla tasolla.

Puhelimeen (Android) toimiva appsi uutisille ja live-seurannalle yms. Etenkin nyt vieraspelien seuraaminen tulisi tuoda fanien saataville. Olisi hienoa mikäli ottelun käännteistä voisi saada jo ottelun aikana videokoosteita (loukkaantumiset, maalit ehkä jopa näyttävät taklaukset tai torjunnat).

Radiosta olisi kiva kun kuulisi jokerimatsien selostusta jostain. Eikä ainoastaan jonkun Ylen landeja kannattavan selostajan toimesta. Olikohan toi "Ritari" kaikein karmein esimerkki kotiinpäinvedosta.

Samaa rataa

Samaa rataa vaan jatkatte ja seuraatte aikaanne niin hyvä tulee.

Sanoisin, että aika hyvin on somen eri osa-alueet haluessa.

Seuraan Jokereiden toimintaa sosiaalisessa mediassa ainoastaan Facebookin kautta. Jokerit on mulla siellä suosikeissa, joten on tärkeää että Jokereiden face sivut ovat hyvät ja selkeät ja päivitetään aktiivisesti.

Sinne missä ihmiset ovat kannattaa satsata

Snapchatissa peleihin/muuhun liittyviä kuvia voitaisiin laittaa kohtaan "my story", jolloin kaikki kannattajat jotka seuraavat kyseisessä sovelluksessa Jokereita, saisivat tietoja muun muassa peli tilanteesta.

Soittolista Hallista/kopista/areenalla soivista biiseistä Spotify:hin Keltaisen lehdistön virheisiin puuttuminen, iljettävää lukea valheita.

Some-kanavien määrä on mielestäni tällä hetkellä riittävä. Määrän sijaan laatuun voi aina panostaa. Esim. Instagramia voisi hyödyntää vielä paljon tehokkaammin. Kattava määrä kuvia edellisestä matsista ym. Tämä menee ehkä vähän ohi some-aiheesta, mutta itse kaipaisin nimenomaan hyvälaatuisia, kunnon resoluutiolla olevia kuvia matseista. Nämä toki pitäisi sijoittaa esim. Jokereiden omille nettisivuille, kun mihinkään some-palveluun ei kyllä oikeasti tarkkoja kuvia saa ladattua. Joku throwback thursday-tyylinen nostalgiapläjäys voisi olla mukava keino fiilistellä vanhoja muistoja. Kuvia vanhoista otteluista (on muuten helvetin vaikea löytää muuten), henkilökuvia Legendoista jne. Varsinkin näin radikaalien muutosten aikana, kun fanikunnan fiilikset on levällään sinne sun tänne. Ehkä tällainen voisi saada muutamana epäilevän Tuomaksenkin palon seuraava kohtaa syttymään uudestaan, kun mieleen palaa hienoja muistoja, mitä on aikoinaan koettu ja miksi tätä seuraava on alettu kannattamaan.

Sosiaalinen media ei ole mielestäni pysyvä viestintäväline. Kannatan pysymystä ajattomissa sanomalehdissä.

Sosiaaliseen mediaan enemmän kilpailuja.

Sovellukset androidille ja iosille. Jokereiden kannattaisia harkita redditia.

Sovellus myös käytettäviin käyttöjärjestelmiin: android & ios. Ei turhaa, kuten esim. rankkarikisan päivitys jne..

Spotifyyn olisi mukava saada Jokereiden soittolistoja, pelaajien kokooama lista, pukukoppi musa ja lista biiseistä mitä kuullaan arenalla.

Suorat pelilähetykset KHL-kaudella

suunnilleen samalla tapaa mitä aikaisemminkin

Suunta on erittäin hyvä! Nyt "vaikeina aikoina" olette lisänneet some- palveluita ja asioita ei enää "pantata" vanhaan malliin, vaan pidätte tärkeimmät(fanit) kartalla...

Suurin osa päivityksistä tapahtuu twitterissä jota en koskaan käytä. Lisää päivityksiä facebookiin ja instagramiin.

Tarkemmin tietoa mahdollisista poissaoloista.

Tarvittaissa mallia sosiaalisen median kehittämiseen voisi ottaa muiden maailmanlaajuisesti isojen urheiluseurojen toiminnasta internetissä.

Tehkää Jokerit sovellus Iphonelle.

Tekstitykset ulkomaalais-pelaajien haastatteluihin!
Telkkarissa lisää näkyvyyttä

Toimiva käytännöllinen sovellus iPhonelle. Facebook päivitykset ovat olleet ajoittain vähän lapsellisia, selvästi jonkun muun kuin Keurulaisen liron tekemiä. Niihin vähän huolellisuutta enemmän. Videot ovat loistavia, niitä näkisi jatkossakin paljon.

Toivoisin enemmän erilaisia tyylikkäitä ja laadukkaita Jokeriaiheisia sisustustuotteita ja muita fanituotteita. Nykyinen katalogi on vielä suhteellisen suppea.

Toivoisin enemmän Pelaajahaastaksia YouTubeen ja sellaista Behind The Scenes juttua. Aktiivisempaa päivitystä Facebookkin sekä Instagramiin.

Toivoisin että esimerkiksi pelaajat pääsisivät päivittämään jokereiden instagram tiliä, jolloin pääsee enemmän "sisälle" siihen pelaajien arkeen

toivoisin että jokerit laittaisi youtubeen ottelukoosten ja että jokereiden instagram käyttäjä ilmoittaisi uudesta pelaaja sopimuksesta .

Toivoisin että tulisi jokin Jokerit-Aplikaatio Androidille ja ehkä myöskin Iphonille.

toivoisin henkilökunnan taholta reagointia fanien yllälyönteihin,esim törkeään laulantaan tai suoranaiseen uhkailuun...

Toivoisin instagramiin jokereilta Enemmän päivitystä harjoittelusta ja muista päivän tapahtumista. Blogiin olisi kiva saada ns "my day" videoita missä vaikka joku joukkueesta kuvaa kamerallaan oman päivän tapahtumat :)

Toivoisin Jokereiden jakavan SoMessa myös enemmän ns. taustalla tapahtuvista asioista.

Toivoisin Jokereiden ottavan mallia hieman Montreal Canadiensilta, joka päivittää joukkueen

Youtube ja Instagram sivuille paljon joukkueen pelaajien välisiä kilpailuita ja yms. Mielenkiintoisia videoita voisi myös tehdä areenan arjesta ja pelaajien arjesta pelipäivinä.

Toivoisin Jokereille omaa sovellusta iPhone- ja Android-puhelimille ja -tableteille

Toivoisin otteluennakoita videoiden muodossa. Ja ehkä jonkinlaista, vaikka parin kuukauden välistä, fanit-jokerit-paneelikeskustelua. Tavallaan mitä Narriradio on, mutta videon muodossa. Ei kuitenkaan sillä tavalla, että se korvaisi Narriradion. Voisiko saada oteluselostuksia Narriradion alle?

Toivoisin saavani kaikilta jokereiden johtoon kuuluvilta päivityksiä twitteriin aina silloin tällöin. Se toisi

tunnetta siitä että kuulun perheeseen ja minulle kerrotaan mitä joukkueelle kuuluu. GM, valmentajat, omistajat. Ihan vaikka pari kertaa kuussa joku pieni mutta tärkeän oloinen päivitys riittäisi.

Toivoisin youtubeen jatkossakin ottelukoosteita jota on jo tullut youtubeen.

Toivoisin, että yhden sosiaalisen median käyttäjiä ei laiteta muiden edelle. Ts. toivoisin että kaikilla on samat mahdollisuudet saada tietoa ja osallistua asioihin vaikka eivät kuuluukaan facebookiin. Usein saattaa olla etuja yms. mitkä koskevat vain facebookin käyttäjiä. Kaikki eivät kuulu facebookiin, mielestäni ihmisten laittaminen eriarvoiseen asemaan tämän perusteella ei ole asiallista.

Toivon kannustusta narriradion toimintaan. Kaikki audiovisuaalinen media plussaa

Toivon suoraa linkkiä joukkueen ja kannattajien välillä. Enemmän kanssakäymistä jatkoaika.com:ssa. Kannattajilla on mielipiteitä ja toiveita, jotka voisivat välittyä toimistolle saakka.

Toivottavasti Facebookin käyttö jatkuu aktiivisena.

Tovisin Jokereiden sosiaaliseenmediaan tiuhempaa julkaisu tahtia

Tukea narriradioa

Tukekaa Narriradiota.

Tumblr

Tuo Jokerit Live voisi olla myös androidille jos ei jo ole. Toivoisin lyhyitä videoita pukukopista, jos siellä on hauskoja hetkiä, kuten voitettun pelin jälkeen eka minuutti takaisin kopissa, ja muuten eksoottisista paikoista mitä harvoin lätkäjengistä nähdään, jne. Pioneerihenkeä sosiaaliseen mediaan, avoimesti videoita tunnelmista jne niin on mukava kiakkien seurata. Monella Suomalaisella jengillä tällainen luovuus puuttuu.

Tuon Jokerit Live-sovellus olisi kiva saada android-puhelimiin!

Turha "lapsellinen" hehkutus pois facebookin päivityksistä. Ne on rasittavia

Twitch

Twitter aktiivisuutta enemmän Jokerien, fanien ja muiden seurojen välille, varsinkin KHL aikakautena. Pysykää trendien mukana, heti mukaan uusiin juttuihin kun niitä tulee! Kun uusi sovellus alkaa saamaan suosiota, on todennäköistä, että seurojen liittyminen lisää sovelluksen ja seuran suosiota. Kilpailut on hyviä, esim pelkästään instagram tai pelkästään twitter seuraajille tarkoitetut, niillä saa myös helposti lisää seuraajia. (nim. Markkinoinnin opiskelija) Twitter on sopivan aktiivinen, facebookissa ja varsinkin instagramissa voisi olla enemmänkin sisältöä... Youtubeen voisi myös lisätä sisältöä, ja voisitte harkita myös vinon käyttöönottoa. Joukkueeseen ja jokeihin yleensäkin liittyviä voisi myös olla enemmän eri kanavissa, vaikka esimerkiksi tumblr:ssa

Twitter, Facebook on erinomaisia. Instagramiin voisi vähän lisää julkaista jotain! Youtube on ihan ok, voisi kyllä olla enemmän joukkuevideoita esim. Mitä on tehnyt, tai haasteita, tai perus haastatteluja. Toivottavasti Jokerit liittyy mediaan enemmän myöhemmin, kun sivustoja keksitään :)

Twitterissä otteluennakoihin ja -raportteihin liittyvät asiat, uutiset ja live-seurannat

Twitterissä päivitystahti on usein nopeampaa kuin Facebookissa ja esimerkiksi uusista pelaajahankinnoista tiedotetaan usein siellä ensin. Facebook yhtä nopeaksi.

Twitteriä tulee seurattua ehkä eniten.

Tähänastinen riittää minulle, kunhan jatkuu. KIITOS!

Tällähetkellä Jokerit käyttää kaikki akanavia joita itse käytän :)

Tärkeintä on ylläpitää saavutettua korkeaa tasoa. Ennen KHL-kauden alkua ja sen aikana voisi olla hyvä jalkaa tietoa myös vastustajajoukkueista, esimerkiksi ennen ensimmäistä ottelua kutakin joukkuetta vastaan otteluennakon yhteydessä voisi olla pienimuotoinen esittelyvideo, jossa kerrotaan hiukan, millainen

vastus on odotettavissa. Vähemmällä resursseilla toteutettavissa olisi luonnollisesti kirjoitettu kuvaus joukkueista. Yleisellä tasolla väittäisin, että Jokerit on jo nykyisellään edelläkävijä sosiaalisen median käyttäjänä suomalaisessa jääkiekkoilussa.

Toivon mukaan tämä pysyy jatkossakin.

täydellinen j, eitarvitse enään

Uusi haastattelija.

Vaikea sanoa. Olen suhteellisen tyytyväinen omaan Some-käyttöön suhteessa tarjontaan. Valmennukselta ja johdolta olisi hyvä kuulla enemmän

Vanha kunnon kännykkäviesti uutisista

Vastaava APP androidille kuin Jokerit Live.

Videohaastatteluita pelaajista pilke silmäkulmassa.

Videoita voisi tuoda entistä enemmän esille. Nyt KHL kauden alkaessa vastustajien kunnollinen esittely ennen kauden alkua tai ennen otteluita. KHL:n myötä on junioreiden esille tuominen entistä tärkeämpää. Fanien ja junioreiden on nähtävä jatkuvuus myös sosiaalisen median kautta.

Videokoosteita otteluista asap pelin jälkeen, videoita joukkueen harjoituksista jään ulkopuolella sekä pelaajien henkilökohtaisesta harjoittelusta

Videot ottelu koosteista YouTubeen olisi kiva.

Vielä enemmän omia videoklipeillä maustettuja juttuja ja raportteja ... elävä kuva edelleen stilliä mielenkiintoisempaa

Vielä enemmän pelaajahaastatteluita. Maalikoosteet otteluista olisi myös kivoja. Mielenkiintoista olisi myös pystyä seuraamaan KHL-vierasotteluita esim. Jokerit.comin kautta.

Vieraspeleistä live-seuranta Twitteriin.

Viime kausi oli jo hyvä niinkun facebookin päivittämisessä, tuli paljon tietoa joukkueesta, ihan sellasta joita ei heti ilmestynyt Jokereiden sivuille. Kuten mm kokoonpanot. Mutta nytten olisi mukavaa, sitten kun treenit alkaa joukkueella, niin olisi mukavaa saada myös haastatteluja, vaikka ei ole yksi päivä aikaa matsiin. Ettei vaan päivää ennen ottelua joukkueen kuulumisia, vaan olisi mukava kuulla harjoituspäivästäkin mitä joukkueelle kuuluu. Ja tietenkin valokuvia harjoituksista. Sekä treenien myös valmentajan kommentteja.

Windows phonen päivitys ajantasalla siinä on viime vuotiset tiedo

Voisi päivittää useammin

Voisi seurata Jokereiden koti ja vieraspelejä ilmaiseksi

Vuorovaikutteisuutta. Kuvia tilanteista tai paikoista joihin ei fanit pääse tai näe. Pelaajien mukana oloa esim twitterissä tai facebookissa, keskustelua. Joukkueen ja fanien välistä keskustelua, hakkuja ja kehuja kun niiden aika on.

Youtubeen highlightsit ja haastattelut takaisin!

YouTubeen viedoita enemmän

Youtubeen voisi laittaa lehdistötilaisuuksia ottelujen jälkeen, sikäli kun niitä järjestetään.

Youtubeen myös jotain 5-10 minuuttia pitkiä videoita vieraspelireissuilta, KHL-matkustuksesta ei ole aiemmin Suomessa ollut paljon juttuja.

Youtube-kanaviin voisi panostaa nyt KHL-aikaan siirtymisen myötä tekemällä esim. pienet analyysipaketit vastaan tulevista jengeistä, liigan rakenteesta, lohkoista jne. Suurimmalle osalle kannattajista KHL-jengit eivät ole ollenkaan tuttuja, videoanalyysit olisivat paljon hauskempi tapa tutustua kuin tiedon etsiminen Internetistä.

Älypuhelistovellukset android ja ios laitteisiin.

Liite 4 Sana on vapaa

Vastaajat saivat antaa kommentteja mistä tahansa Jokereiden liittyvistä digitaalisen median palveluista.

"Just keep on going"

"Pitäisikö Jokereiden pelaajien ja joukkueen johdon olla aktiivisemmin mukana sosiaalisessa mediassa, esimerkiksi Twitterissä ja Instagramissa" Karalahden someen ilmaantuminen naurettavaa markkinointia risiiriitaisesta pelaajasta, jota useat eivät hyväksy vielä. Pelaajat omasta tahdosta ilman päälleliimattua markkinointia on ok. Itse seuran profiili voisi vastaila hanakammin myös kritiikkiin (Twitter ja FB), eikä vain esimerkiksi retweetata vain ylitiöpositiivisia asioita. Seura on jo raikattu, joten tosiasioiden tunnistaminen voisi tehdä myös ihan hyvää.

"Turhat päivitykset pois"

<3

Aivan mahtavaa työskentelyä varsinkin Facebookissa ja Jokerit.comissa. En käy muuten facebookissa paitsi aina lukemassa uusimmat Jokeri päivitykset! :)

Aivan perseestä. Sivusto on ruma.

Ajoittain facebook päivitykset voisi olls yleisempiä

Aktiivista ja hyvää työskentelyä! Suurempi monipuolisuus olisi ehkä hyvä parannus.

Aktivoitumisen (2010?) jälkeen Jokerit on mielestäni ollut se tärkein kanava joukkueen sisäisten asioiden kertomisesta ja uutisoinnista, aikaisemmin joutui etsimään tietoa muiden uutispalveluiden kautta joten tässä on edetty ja näin homma tulisi hoitaakkin. Aktiivisuus on ollut huippuluokkaa eikä ns. "klikkihuo- raamista" ole juurikaan esiintynyt. Toivoisin kuitenkin että jatkossa "tykkää ja jaa" -kilpailut mietittäisiin loppuun asti ennenkuin ne julkistetaan, jossain vaiheessa tuntui että lähes päivittäin tulee jotain kilpailuita. Ymmärrän kyllä tämän merkityksen markkinoinnissa mutta kerran viikossakin alkaa olla liian tiheä tahti noiden kilpailuiden kanssa. Muuten olen helvetin tyytyväinen jokereiden toimintaan (Y).

Asiat osataan tuoda hyvin ilmi. Aktiivisesti käytetään sosiaalista mediaa mikä on hyvä asia.

Pysyy pelin tapahtumissa hyvin mukana esim. pelkkää faceokia selaamalla, jos ei ole itse päässyt peliä katsomaan.

Asiat ovat hyvällä mallilla! :)

Edellinen avautuminen sopisi ehkä paremmin tähän. Lisää vain johdon ym. Kommentteja.

Esim. Ei luulisi olevan liian "paljastavaa" kertoa, että mikäli kohdille sattuu, niin olemme kiinnostuneita yhdestä laitahyökkääjästä. Rauhoittaisi "tosifaneja" kummasti ja tavallaan avoimmilla korteilla on reilumpi pelata...

Edelliseltä sivulta luin yllätävän tiedon Windows Phone Jokerit Live appsista! Kuulin asiasta 1. kerran, aikaisemmin tuli sähköpostiin uutisia. Nyt ion ollut hiljaisempaa..Lisää infoa jokerit.com sivulle ja sähköpostiin, kiitos!

Edelliseltä sivulta luin yllätävän tiedon Windows Phone Jokerit Live appsista! Kuulin asiasta 1. kerran, aikaisemmin tuli sähköpostiin uutisia. Nyt ion ollut hiljaisempaa..Lisää infoa jokerit.com sivulle ja sähköpostiin, kiitos!

Ehdottomasti suomen aktiivisin sosiaalisen median käyttäjä. Todella hienoa kuinka Jokerit huomioivat fanejaan ja ovat aidosti kiinnostuneita heidän mieliteistään ja kehittämisideoistaan. Olen todella ylpeä Jokeri perheen jäsen, ja tulen aina olemaankin. :)

Ei kannattaisi ihan niin ronskisti puffata sitä kausikorttia, jotkut "tosifanit" käyvät vuorotöissä.

Ei valittamista.

Ei varsinaisesti liity kumpaankaan, mutta Jokerit haalarimerkkejä olisi kiva saada helpommin? Visuaalinen

markkinointi on aina parasta; antakaa mielikuvia tunnelmasta hallissa/fanibussissa, videoita/kuvia pelaajien/henkilökunnan elämästä/asoista joita normaalit ihmiset eivät fanitasolla pääse näkemään.

eipä siinä muuta kun hyvää duunia ootte tehny

En esim. Facebookissa erikseen mene katsomaan mitä on julkaistu Jokereiden sivulla, luotan ja oletan että ne tulee siihen mun normaali-uutisfiidiin. En myöskään käy erikseen katsomassa jokerit.comia, vaan yleensä herätteenä toimii Facebookissa julkaistu juttu, missä on linkki mahdollisesti sivuille ja tarkempaan uutiseen.

En tarvitsisi välttämättä kaikkia näitä uusia väyliä jjoukkueen seuraamiseen ja kannattamiseen. Olen aina ja vain Jokeri,aina,olittepa missä vaan.

enemmän fanituotteita nettiin ja tiedotteisiin

Enemmän kurkistuksia kulisseihin kuvillq ja videoilla!

Enemmän kyselyitä katsojille ja faneille ja sitä kautta toiminnankehittämistä. Vinkki hyvästä kysely ja raportointityökalusta --> webropol.fi

ENEMMÄN MARKKINOINTIA SOMESSA

Enemmän päivityksiä! On aina ilo nähdä Jokereiden kirjoituksia.

Enemmän relevanttia sisältöä sellaista joita itse jaan Jokereiden SoMe:en

enemmän sais olla värikkäämmät ja elävämmät sivut ja isompi logo!

Enemmän tietoa myös melle etäfaneille (itse asun Lappeenrannassa). Meidätkin tulee huomioida paremmin.

enemmän video haastatteluja ja eri kielisiin haastatteluihin ehdottomasti teksti. ja muutenki videoita joukkueen toiminnasta enemmän. ja jokerit live sovellus päivitys.

Enemmän videoita, niin haastatteluita kuin muitakin juttuja. Joulukalenterien jutut ovat pääsääntöisesti

olleet hyviä, sen tapaisia enemmän ja useammin kuin vain joulukuussa.

Enemmän voisi olla pelaajien kuulumisia tälle kesällä.

Erittäin hyvää duunia tekee jokereiden markkinointi ja some osasto tällä hetkellä. Kaikenlainen pienikin info aina päivässä piristää kummasti ja säilyttää mielenkiinnon.

Erittäin hyvää kokonaisuudessaan. Facebookissa voisi hieman hillitä hehkutusta, jos siihen ei ole erityistä aihetta.

Erittäin hyvää toimintaa ja huomaa että välitätte fanista kiitos että saan kannattaa JOKEREITA

Erittäin hyvää työtä.

Erittäin mallikasta toimintaa muihin suomalaisseuroihin verrattuna. Olen analysoinut koulun puitteissa myös Jokereiden nettisivuja ja vertailut niitä NHL-jengeihin. Mitä enemmän sieltä pystyy juttuja ottamaan tänne käyttöön ja kansainvälistämään hommaa niin sitä parempi. Jos resurssit riittää kannattaa joskus tehdä kilpailija-analyysin tapainen setti näistä verkkosivuista ja vertailla niitä suomalaisten ja KHL-jengien kesken. Vaikka exceliin pystyy helposti paukuttaa kouluarvosanoilla eri kategorioita. Keskiarvoista näkee missä mennään. Kannattaa laittaa joku ammattikaveri tekemään tämä. Keep up the good work!

Erittäin tyytyväinen facebook toimintaan !

Erittäin tärkeä osa nopeaan informaatioon joukkuetta koskevista asioista

Esimerkiksi Jokerit.com nettisivuilta olisi kiva nähdä kuvia/lukea tarinoita joukkueen matkustamisesta, kaupungeista joissa pelataan, jäähalleista tms nyt kun kaikki on uutta jne.

Etenkin kun nyt ollaan menossa uuteen liigaan niin KHL-joukkueiden esittely tulisi tarpeeseen jo ihan pre-seasonilla!

Facebook ainakin on hyvin hallussa :))

Facebook hyvä

Facebook on tärkein kanava mitä kautta Jokereita seuraan. Toivon myös jatkossa siis sinne sivuille paljon päivityksiä mm. Pelaajista, otteluista, fanimatoista yms ja myös vaikka niitä fanien kommentteja yms.. :)

Facebook toimii tällä hetkellä loistavasti ja faneille annetaan hyödyllisiä tietoja sekä nostatetaan mukavasti tunnelmaa. Youtubessa on vähän liian hiljaista.

Facebook toiminta on ollu kyllä mahtavaa ja twitterissä homma toimii hyvin vaikka sitä tuu hirveemmin seurattua. Narriradio on sellainen jota seura vois tukea jollain tavalla. Iiro keurulainen on kyllä tehnyt mahtavaa työtä!!!! :)

Facebook uutisointi on ihan hyvällä tasolla. Fanikaupan lähetykset kestävät liian kauan.

Facebookin tiedottamiseen olen erityisen tyytyväinen, saa yleensä tietää heti ensimmäisenä sieltä kaikesta tärkeästä tapahtuneesta.

Facebookiin ennen peliä tulevat kokoonpanot on hyödyllisiä. Lisäksi pelien jälkeiset kuvat ovat aina plussaa.

Facebookiin vielä virallisia tiedotuksia rankkareiden aikana!

Facebook-päivityksistä (varsinkin peleihin liittyvät) on tullut viime vuosina vähän liirumlaarumeja, ehkä ne on suunnattu enemmän teineille :-)) siksi seuraan päivityksiä mieluummin twitteristä

Fanituote -alennuksia / Ottelulippuihin tarjouksia esim: 3lippua 2 ostajalle ym. asiat näkyville jos sellaisia joskus tulee. Kiitos!

fanituote myynti saisi olla laajempaa verkkokaupassa ja reaaliaikaisempi.

Fanituotekauppa on uudistuksen jälkeenkin Suomen seuroista huonoin. Tuotevalikoima on todella vähäinen ja lisäksi todella ylihintainen. Ottakaa mallia Hifk:n fan shopista.

Fanituotteet on sikahintaisia ja valikoima melko huono.

Faniyhdistyksen tukeminen ottelumatkojen järjestämisessä, vaikka mainostamalla. Nyt alkavalla kaudella se on äärimmäisen tärkeää.

Fiilistelypäivitykset Facebookissa ovat ihan ok ja etenkin otteluiden aikana niissä pitääkin olla tunnelmaa. Otteluiden ulkopuolisten fiilistelypäivitysten määrässä kannattaa olla maltillinen, etteivät ne käänny itseään vastaan. Erityisen hienoa on, kun tulee ilmoitus vaikkapa lehdistötilaisuudesta tänään klo 13. Sitä jo odottaa, että mitähän kivaa on luvassa. Niistäkin kannattaa etukäteen tietenkin viestitellä vain, kun on jotain isoa tulossa.

Haluaisin selostuksia varsinkin vieras peleistä ensi kaudella, kun kaikkiin on mahdollista itse päästä. Eli yhteistyötä jonkun selostusta hallitsevan kaverin kanssa ja tämä mukaan valloittamaan maailmaa.

Haluaisin, että Jokerit on koko Suomen Jokerit tällä kaudella. Valitettavasti olen saanut sellaisen vaikutuksen, että Helsinki-keskeisyys vain korostuu somen avulla. Itse en asu Pääkaupunkiseudulla, joten hieman se laittaa miettimään tulenko enää käymään Jokereiden otteluissa.

Haluaisin, että voittopäivitykset tulisivat facebookiin kuvina eikä teksteinä. Kuvien tavoitettavuus on tutkivasti moninkertainen verrattuna tekstipäivityksiin. Esimerkkiä voi ottaa miltä tahansa NHL-joukkueelta tai isoilta jalkapalloseuroilta. Tunteikasta voittokuvaa on huomattavasti mielekkäämpää jakaa myös kavereille facebookissa!! Twitteriin haluaisin myös live-seurannan, mutta se tulisi pitää eri tilillä, jotta päätili ei menisi spammin puolelle.

Hartwall-Areenan 3G tai Wifi-verkkoa voisi kehittää sellaiseksi, että sosiaalisen median seuraaminen myös ottelutapahtumien aikana olisi mahdollista.

Hieno työtä sosiaalisessa mediassa.

Hienoa duunia!

Hienoa duunia, jatkakaa samaanmalliin!

Hienoa toimintaa!

Hienoa työtä somessa! Näin Tampereella asuvana tulee somesta seurattua joukkueen kuulumiset ja uutiset. Keep up the good work!

Hienoa työtä teette sosiaalisessa mediassa!! Kiitos siitä! Ja tsemppiä alkavaan KHL-aikakauteen!

Hienoa, että olette aktivoituneet median ja SoMen suhteen. On mukavaa saada saman tien info ottelun tilanteesta ja pelaajasopimuksista ym. Olisiko mahdollista saada iPhoneen Jokerit- sovellus? Vai onkohan sellainen jo...

Hienoa, että varsinkin facebookissa Jokerit-sivu on aktiivinen.

Hienoa, jatkakaa samaan malliin tai jopa parempaan ;)

Homma on toiminut loistavasti suurimmaksi osaksi.

Homma toimii mielestäni tällä hetkellä erittäin hyvin.

Hommat ovat hyvin hoidossa, ja olette parantaneet sosiaalista mediaanne kuin sika juoksuaan! Jatkakaa samaa rataa.

huhuja kuulunut että tulevalla kaudella jokerit.com issa pelit katsottavissa. Olisi hyvä juttu jos vielä hinnat saa pysymään kohtuullisena!

Huikkea duunia viime vuosina. Keurulaisen lirolle kehuja!

Hurjasti on menty eteenpäin ja Keurulaisen duuri on ollut kauttaaltaan laadukasta. Kauttaaltaan nykyliinjan olen tyytyväinen ja kilpailijoihin nähden valittu suunta on ollut oikea. Jokerit.comiin tullut 45 seuraikonin kohta on kokonaisuudessaan loistava lisäys sivustolle. Tätä voisi kuitenkin vielä jalostaa eteenpäin, kasvattaen seuraikonien määrää tasaisesti (toki ansioiden mukaan) ja tuomalla historiaa paremmin esille esimerkiksi ottelujen yhteydessä. Tätä kautta KHL-siirtoon varauksin suhtautuvillekin muistutettiin siitä, että kyseessä on sarjasta huolimatta sama joukkue.

Hyvin hoidetuista pelaajahaastatteluista erityiskiitos. Myös uudet verkkosivut ovat olleet erittäin tervetullut muutos.

Hyvin menee!

Hyvin on minun mielestä toiminut jokereiden sosiaalista mediaa

Hyvin on ollut edustettuna seura, pelaajat ja fanipuolikin

Hyvin on tullut seurattua Jokerieden somea ja se on toiminu hyvin =)

Hyvin pyyhkii.

Hyvin toimii! Mukava seurata ja osallistua.

hyvä

hyvä boogie! selvästi Suomen ahkerin ja ammattitaitoisiin some tiimi!

hyvä homma

Hyvä instagram , facebook voisi päivittää useammin

Hyvä jatkakaa samaan tahtiin suunta oikea. Vielä kun saadaan halliin kunnan show pelien ym päriille (suurenluokan meininki) sillein että jokainen peli on ainutkertainen tapahtuma isolla show:lla eikä mitään onnetonta pikku näperrystä jossa paukkuu ja kunnan meininkiä vain muutamissa peleissä (lue kauden alku ja jullipelit viime kaudella) muuten onnetonta "hypetystä"

Hyvä! Jatkakaa samaa mallii.

Hyvä!!!

Hyvällä mallilla mennään, YouTubeen toivoisi lisää videoita toimihenkilöistä (DJ, kuuluttaja, ottelutapatumavastaava jne).

Hyvältä näyttää jo nyt! Itse toivoisin enemmän ääntä ja liikkuvaa kuvaa. Myös toivoisin, että englanninkielistä palvelua parannettaisiin. Tiedän nimittäin Joke-reita fanittavia ulkomaalaisia, jotka eivät puhu kauhasti suomea, ja haluaisivat seurata kunnolla Joke-reita.

Hyvältä näyttää, jatkakaa samaan malliin!

Hyvältä näyttää, joskus jotain virehitä mutte se tekee teistä vaan inhimillisiä :)

Hyvät ennakot tulevaa KHL-liigaa vasten. Ennakot, jossa avataan vastustaja joukkuetta. Ennen kauden alkua oman lohkon joukkueiden avaukset/kuvaukset.

Hyvät ja kattavat palvelut tälläkin hetkellä minun tarpeisiini :)

Hyvää duunia jatkakaa samaan malliin :)

Hyvää duunia varsinkin lirolta! :)

Hyvää duunia!

Hyvää duunia! Jatkakaa samaan malliin!

Hyvää ja laadukasta tekemistä. Erityiskiitos Keurulaisen videoille ja Narriradiolle.

hyvää toimintaa.

Hyvää työskentelyä

Hyvää työtä ja toimii hyvin nykyiselläänkin!

Hyvää työtä jo nyt, twitterin käyttöä voisi monipuolistaa eikä vain kopioida facebook statukset sinne. Videoiden tuottamisesta plussaa ja toimii parhaana keinona luoda yhteisöllisyyttä ja ylläpitää kiinnostusta hiljaisempinakin aikoina.

Hyvää työtä tähän asti, jatkakaa samanlaisella innokkuudella !

Ihan hyvä vois tehdä vaikka kampin screenille pelaaja-julkistus jos on mahdollista.

Ihan hyvät. Parannettavaa löytyy. SoMen hyödyntäminen ottelumainonnassa! HIFK fanit mainostavat netissä, olisi syytä tukea Jokerit fanien mainonnassa. Verkkomainontaa ottelulippujen myymiseksi tulisi lisätä. Oma mielikuvani on Jokereista vanhanaikainen tällä saralla eli että matseja mainostetaan pelkästään printissä (lue: Hesari).

Ihan jees, parempi kuin muilla.

Ihan toimivat, kattavammin vois duunata post ja pre-match juttuja. Kolumnit tai blogit Jokereista ja jääkiekkoilusta yleensä toisi hyvän mausteen verkkopalveluihin.

Iiro Keurulainen on paras.

Iiro Keurulainen tekee hyvää duunia!

Iiro Keurulaiselle isot kiitokset! Arvostan todella paljon, miten olette SoMea ottaneet haltuun ja olen todella tyytyväinen. Kiitos!

Iiro Keurulaiselle suuri kiitos mahtavasta Jokereiden eteen tehdystä työstä, joka on Suomen mittakaavassa täysin omalla tasollaan! Vaadin lirolle pitkäaikaista (ja rahakasta) "jatkosopimusta" Jokereihin!

Iiro tekee erittäin kovaa ja laadukasta työtä Jokereiden SoMessä. Ihan koko Suomen mittakaavalla selkeästi parasta ja ammattimaisinta duunia monella osalla. Pelkkiä ruusuja lirolle! Risuja ei ollenkaan.

Iirolle ja muille iso käsi. Jokerit on sosiaalisen median käyttäjän täysin ylivoimainen suomalaisten urheilu-seurojen joukossa. Jos muu organisaatio olisi suhteessa samalla tasolla, roikkuisi katossa jokunen viiri enemmän. :)

Instagram kuvia voisi laittaa hieman useammin, mutta muuten ei ole mitään valittamista.

Instagram:iin enemmän kuvia, usempia päivässä. Vastustajan pelaajien ja fanien kommentteja kaipaisin luettavaksi niin facebookiin kuin twitteriin. pelaajien tunnelmia ennen otteluiden alkua.

Instagramia voisi hyödyntää nykyistä enemmän. Olisi myös hienoa, mikäli sieltä löytyisi enemmän pelaajia. Tosin voi olla, että Karalahti ja Pöyry saavat jengin innostumaan Instagramista ensi kaudella. Kuitenkaan ei pidä pakottaa tai tuputtaa sosiaalisen median käyttöä pelaajille.

Se ei kuitenkaan ole kaikkien juttu. Lisäksi kun Jaffalassa saadaan nettiyhteydet kuntoon, alkaa homma olla erinomaisella mallilla. Rotenberg voisi hoitaa 3G-tukiaseman sinne halliin.

Instagramia voisi päivittää useammin:)

Instagramissa on liian vähän päivityksiä. Facebookissa vois olla kesällä enemmän mutta on enemmän kuin instagramissa. Jokereitten sivulla vois olla myös enemmän päivityksiä.

Iso kiitos sosiaalisen median vastaavalle, pidätte kannattajat ajan tasalla loistavasti!

Iso plussa jokerit.com:in päivityksestä ja mobiilioptimoinnista, sitä odotettiin. Mielestäni Facebookin ja Twitterin päivitysten määrä ja taso on myös hyvällä mallilla. Jokerit Live Tile -sovelluksessa on vielä paljon potentiaalia.

Jaffalan nettimailma toimimaan otteluiden aikanakin!
Nettikauppa tähän päivään!

Jatkaa samaan malliin ja infota tärkeät asiat.

Jatkakaa etenkin Facebookin kanssa samaan malliin.

Jatkakaa hyvää duunia! Videoita on ollut hieno seurata.

Jatkakaa samaan malliin

Jatkakaa samaan malliin!

Jatkakaa samaan malliin, digitaalinen markkinointi ja SOME ovat tulevaisuus ja sen avulla Jokerit rakentavat itsestään entistä suurempaa brändiä.

Jatkakaa samaan malliin. Ja mulle saa lähettää uuden New Era Jokerit lippiksen, mistä olikin tänään twitterissa maininta :)

Jatkakaa samaan tahtiin.

Jatkakaa samalla tavalla

Jatkakaahan hyvää duunia, mm. Jokerit.com sivusto on viime vuoteen verratessa erinomainen. Myöskin uutisia ja muuta joukkueeseen liittyvää materiaalia tulee juurikin sopivissa määrin, hienoa! Viellä kun Jokereilla olisi tulevaisuudessa oma nettiradio otte-luita varten (selostajineen, mahdollisesti Jokerit.comin yhteyteen), niin olisi aivan mahtavaa. Varsinkin vierasotteluihin..

Jokereiden tominta somessa on ollut pääsääntöisesti erinomaista, mutta siltikin volyyymia voisi lisätä kaikilla tasoilla entisestään. Haluan Jokereiden olevan Suomen suurin, mahtavin ja näkyvin kaikin tavoin ja sen suhteen ollaan mielestäni menossa oikeaan suuntaan. Keep up the good work! :) ps. Instagramia voisi päivittää useammin.

Jokereiden Facebook-sivulta on ollut mielenkiintoista joskus käydä katsomassa mitä mieltä muut fanit ovat asioista, mm. todeta, etten ollut ainoa fani, joka ei pitänyt KHL-siirrosta. Ovathan nämä some-jutut nyky-päivää, joten Jokereiden on hyvä olla niissä mukana, vaikkeivat ne minulle henkilökohtaisesti niin tärkeitä olekaan.

Jokereiden näkyvyys ja viestintä sosiaalisessa mediassa ja internetissä ylipäätään on kehittynyt parin viime kauden aikana suurin harppauksin. Loistavaa työtä, jatkakaa samaan malliin!

Jokereiden päivitykset esim. facebookissa on erittäin selkeitä ja päivityksen aiheesta ei jää epäselvää. Ainoa miinus mikä on jäänyt joskus kaivelemaan Jokereiden kaukalon ulkopuolisissa asioissa on se, kun joskus monta vuotta sitten tilasin punakeltaisen tupsupipon eikä pipoa koskaan kuulunut. Otin yhteyttä s-postilla, mutta vastausta ei tullut. Toki voi olla, että itsellä on käynyt jokin ohari tilauksessa tms. Asia ei kaivele, mutta vastaisuuden varalle on ehkä hyvä, että tuon asian ilmi :)

Jokereiden SoMe päivitys on parantunut todella paljon muutaman vuoden aikana.

Jokereiden SOME -toiminta on parantunut huikeasti viimeisten vuosien aikana. Erityisen hienoa on, että esim. pelaajauutiset tulevat useimmiten ensimmäiseksi Jokereiden omien SOME -kanavien kautta esille, mikä pitää jatkuvasti mielenkiintoa yllä Jokereiden seuraamiseen. Otteluennakot ja raportit valmentajien kommenttejen kera ovat erinomaisia ja erityisesti voittopelien jälkeen niitä on kiva naatiskella.

Jokereiden somen käyttö on erinomaista, Suomen parasta ja näin toivon myös jatkossa sen olevan :) Facebookista löytyy aina tärkeät päivitykset jokereihin liittyvistä asioista!

Jokereiden sosiaalisen media käyttö on omasta mielestäni varsin kiitettävällä tasaolla. Edelleen toivoisin lisää videoita. Tähän yksi idea olisi antaa kamera päiviä kerran viikossa jollekin pelaajalle/huoltajalle/valmentajalle ja antaa hänelle vapaat kädet. Tällainen toisi esiin joukkueen yhteishenkeä ja sitouttaisi mielestäni myös kannattajia samaan yhteisöön entistä tiukemmin. Toivoisin toden teolla myös uusien vastustajien esittelyä, koska ne tulevat olemaan monille uusia ja tuntemattomia. Toivoisin myös fanien saavan mahdollisuuden vaikuttaa areenan showhun sosiaalisen median kautta tavalla tai toisella. Lisää uusia kilpailuja. Mieluiten joka viikko ja jollekin onnekkaalle jotain fanituotetta palkinnoksi. Lopuksi vielä suuri kiitos organisaatiolle sosiaalisen median käytöstä. Se on tuonut joukkueen ja organisaation jälleen lähemmäs faneja ja luo yhteisöllisyyttä. PS. Jokereiden 2000-luvun kovin hankinta on ehdottomasti Iiro Keurulainen.

Jokereiden sosiaalista mediaa on ilo seurata, pitääkö palvelu vain samanlaisena. KHL vaatinee Jokereilta myös sosiaalisessa mediassa vielä innostavampaa sisältöä. Jatkakaa samalla nousujohteisella tiellä, täällä uskotaan teihin.

Jokereiden vieraskiertueiden seuraaminen kuvin ja kommentteineen olisi mielenkiintoista nyt KHL aikana, kun kuvat saa verkkoon nykyään reaaliajassa esim Instagramin kautta.

Jokereilla on kaiken kaikkiaan hyvä näkyvyys sosiaalisessa mediassa. Facebookista näkyy kätevästi uutisia ja tietoa otteluista, Instagramissa en ole seurannut kovin kauaa Jokereita, mutta päivitystahti on melko hidas. Verkkopalvelut, kuten nettikauppa ym. toimivat moitteettomasti!

Jokereilla on mielestäni hyvä linja sosiaalisessa mediassa. Esim. Facebook-päivitykset ovat asiallisia, eikä niissä pilkata toisia joukkueita.

Jokerien Twitter-käyttö sujuu hienosti! Sieltä yleensä saan tuoreimmat ja luotettavimmat tiedot joukkueesta.

Jokerit aplikaatio olisi hieno

Jokerit hyödyntää hyvin sosiaalista mediaa, ja se on hyvä asia!!

Jokerit kuoli KHL:n myötä.

Jokerit live sovellusta tulisi kehittää ja saada siihen kaikki suuret sosiaaliset mediat.

Jokerit Live-appi pitäisi päivittää ottelun tapahtumat nopeammin.

Jokerit näkyy hyvin somessa ja olen erittäin tyytyväinen kaikin puolin :)

Jokerit on ainakin omasta mielestäni panostanut kiitettävästi toimintaansa sosiaalisessa mediassa. Uskoin, että ainakin nuoremmille kannattajille on tärkeää saavuttaa joukkueeseen liittyvä informaatio mahdollisimman helposti ja käyttäjäystävällisesti.

Jokerit on kiitettävän aktiivisesti osallistunut sosiaalisen median hyödyntämiseen. Se mitä Jokerit voisi tehdä, on aktiivisempi tiedottaminen ja uutisointi hyvien tapahtumista joita seura on järjestänyt, "joulu-myymäläiset", Lockerroom-sale, jne. enemmän näyttävyyttä. Kuvia ja kilpailuja, tyylillä mitä siellä tapahtui, ilon hetkiä jne. Tai esimerkiksi vierasmatkoista aktiivisia linkityksiä fanien sivujen kanssa. Tunnelma oli monesti aivan mieletön myös niissä pienissä halloissa hävityn tai voitettun pelin jälkeen.

Jokerit on mielestäni ottanut hyvin somen haltuun markkinoinnissa, tiedottamisessa ja yhteisöllisyyden kasvattamisessa. Esimerkiksi juttu, jossa fanit saivat lähettää kuvia, josta tehtiin kollaasi oli kiva idea. Jokerit.com-sivut on uudistunut leikaltaan raikkaammaksi. Olen tyytyväinen :)

Jokerit on minulle melkein tärkein asia ja olen tyytyväinen Jokereiden sosiaaliseen mediaan (mm. Facebook, Twitter, YouTube) ja käyn pääasiassa joka päivä katsomaan luottelemani sivut. Minusta on tärkeätä, että on onnistunut sosiaalinen media josta ihmiset seuraavat Jokereiden tilapäivityksiä, videoita, twiittejä.

Jokerit on ollut hyvin esillä sosiaalisessa mediassa, erilaisia palveluja on käytetty taitavasti palveluiden tyyppin mukaisesti ja erilaiset käyttäjäryhmät huomioiden.

Jokerit Somessa on aika hyvä tällaisenaan

Jokerit sovellus Iphonelle, kiitos! siihen otteluiden reaaliaikainen seuranta + kierroksen muiden otteluiden seuranta. Oma radio olisi mukava josta otteluita olisi hyvä seurata, silloin kun on tien päällä tms että ei näe otteluita.

Jokerit tiedottajalle liro K iso kiitos Jokerit tiedottamisesta somessa. Vaikka välillä me fanit kitistää uutisista niin ainakin itse nostan hattua herralle työpäloksestä Jokereita kohtaan.

jokerit.com Facebook youtube ja twitter

Jokerit.com olisi kiva jos sieltä pystyisi ostamaan ottelun ja katsoa sen esim koneella tai tabletilla. Jokerit.com tulospalvelu.

Jokerit.com on nykyisessä tilassaan erinomainen, mutta itse lisäisin joka uutiseen kommenttipalkin, johon jokainen voisi jakaa oman mielipiteensä.

Jokerit.com sivusto on toimiva,hyviä haastatteluja mm. pelaajista. Aiemmin oli mielestäni enemmän videoita,mm. Youtubessa joukkue-esittelyjä,onko ne poistuneet vai enkö vaan löydä. Vaikken itse käytä soomea,niin se on varmasti tärkeä kanava. Älkää silti unohtako että tosi faneja on myös ihan facetoface-elämässäkin ;)

Jonkinlainen videopäiväkirja pelaajien, valmentajien ja muun henkilökunnan kokemuksista ja fiiliksistä olisi hyvä.

Joukkueen tuki ja panostus harrastuspohjaiseen Narriradioon -> parasta Jokerit aiheista mediaa ikinä! Narriradio pitää pitää hengissä (ei sillä että se olisi kuolemassa)!

Juniorit aktiivisesti mukaan päivityksiin. A:ssa ja B:ssä on päätoimiset valmentajat Järjestäkää suorat ottelun lähetykset KHL-peleistä, kiitos !!!!

Kaiken kaikkiaan Jokereiden sosiaalinen media sekä verkkopalvelut on hoidettu todella kiitettävästi, joten kiitos siitä.

Kaiken kaikkiaan mediassa toimiminen on ollut loistavaa jo pitkään. Tiedotuspuoli on sellaisessa kunnossa, että ei pelkästään monen muun seuran, vaan monen muun yrityksen tulisi ottaa mallia tästä.

Kaikki pelit pitäisi pystyä kuuntelemaan radiosta, suorana. Myös pelien näkeminen tv:stä tie tokoneelta olisi mukavaa.

Kaikki päivitykset ovat olleet asiallisia ja aina pitäneet ajan tasalla mitä toimistossa yms. Puuhataan. Jatkaa samaan malliin!

Kaikki toimii ;)

Kaksi yhden hinnalla alennuksia ja kilpailuita joissa voi voittaa matkan Pietariin ottelua seuraamaan.

Kannattaisi mennä samaan suuntaan kuin New York Rangersin/Blueshirts United sivustojen kanssa Karalahen ja Pöystin Instagram-tileille iso peukku!! Muut pelaajat vois ottaa pojista mallia! ;)

Katsoin kaikki Jokereiden matsit nelonen pro kanavaltani ja toivon että ensi kauden KHL matsit näkyvät myös kaikki jollain maksukanavalla. Kiitos

Keep a good work!

Keep up the good work!

Keep up the good work!

Keep up the good work! Hyvin olette ottaneet sosiaalisen median, ainakin Facebookin haltuun! :) Myös uudet kotisivut on peukun arvoinen!

Keep up the good work!!!!

Kehitettävää nostakaa liro Keurulaisen palkkaa ja pitäkää äijästä kynsin hampain kiinni aivan kärkikastia suomessa ellei jopa paras intohimon näkee ja kuulee vaikka en häntä henkilökohtaisesti tunnekkaan. Iso käsi ja kiitos siis hänelle!

Kehittäkää somen käyttöä edelleen.

Keurulaiselta hyvää duunia! Pelaajahaastatteluihin enemmän asiaa. Vähemmän "no miltä nyt tuntuu" ky-

symyksiä ja enemmän "kerro oman kenttäsi pelitaktiikasta ja miksi pukukopissa on selvästi joku vinossa". Viime kauden jälkipyykki julkiseksi!

Keurulaisen lirolle suuret propsit väsymättömästä työstä. Vieläkin voi toimintaa laajentaa niin että KHL:n alkaessa Jokerit näkyy ja kuuluu suuresti So-Messa!

KHL:n tulevan kauden otteluista ja aikataulusta olisi mukava tietää enemmän. Ja se, milloin tulee seuraavaksi tietoa otteluajankatauluista.

Kiitettävää toimintaa ollu Sosiaalisessa mediassa. Tulut nyt hyvin seurattua jokeriden toimintaa.

Kiitoksia lirolla hyvistä päivityksistä ja haastatteluista. Toivottavasti niitä nähdään tulevilla kaudellakin paljon ja toki mielellään enemmänkin. Voisitte kehittää erilaisia konsepteja erilaisiin videoihin. NHL:n puolelta löytyy jo hyviä esimerkkejä:
<http://www.youtube.com/user/canadiensmtl>

Kiitos aktiivisuudesta.

Kiitos että olette jaksaneet päivittää somea! Toivottavasti jatkuu samaa mallia tulevaisuudessa!

Kiitos kaikille jotka pystyvät vapaaehtoisina toimimaan, monessa asiassa meidän Jokerifanien, puolesta. Kiitos.

Kiitos kuluneesta vuodesta. On ollut kiva seurata mitä poikien päivään kuuluu pelien välipäivinä, pelaaja-haastattelut ym ym.

Kiitos loistavasta työstä. Erityisen suuri kiitos Juusolle narriradiosta, se jos joku on hieno juttu!

Kiitos videoista! Oikein mukavia pätkiä on ollut tarjolla.

Kiitos!

kiva lukea ja seurata Jokerit tapahtumia

Kiva lukee virallisten kanavien uutisia somesta kun tietää, että ne on totta päin vastoin kuin iltpäivälöpinöiden uutisankat. Jatkaa samaa rataa. Hienoa,

että ikävätkin uutiset tulee esim. twitterin kautta julki ennen kuin niistä tulee muualta huhuja.

Kokonaisarvosanana antaisin 9- sosiaalisen median käytöstä Jokereille :) uudistunut jokerit.com sen sijaan vaatii vielä totuttelua :/ Onnea KHL:ään ja toivottavasti kaikenlaisia uudistuksia ei tulisi liikaa, ettei tuntemamme Jokerit ja areena muutu vieraksi :/

Kokonaisuudessaan kattavaa, monipuolista ja mielenkiintoista. Huikeasti edellä muiden suomalaisten seurojen vastaavia. Muistakaa kuitenkin aina tehdä asiat TYYLIKKÄÄSTI (esim. mainittu tykkäyksien kerjääminen ei ole tyylikästä).

Kokonaisuus toimii Facebookissa oikein hyvin, ehkä ottelun aikana tulevia päivityksiä ei tarvitsisi niin paljon laittaa kuin niitä tulee. Kotisivut on oikein selkeät ja sieltä löytää helposti kaiken tarvittavan. Toimii.

Komppaan vain aiempaa palautettani. liro Keurulainen on rautainen tiedottaja, joka on pidettävä jokeriperheessä, maksoi mitä maksoi. Narriradiota on mahdollisesti tuettava myös rahallisesti. -kiitos Kotisivujen sekä uutisosion päivitys tuli tarpeeseen ja vaikuttaa selkeämmältä ja houkuttelevammalta.

Kotisivut ovat mahtavat! Ei muuta sanottavaa.

Kuten äsken kirjoitin, some asiat hyvin hallussa. Nopeasti tulee info facebook, twitter, jokerit.com.

Kuvat illan matsista ovat tavallaan aivan turhia.

Kuvat otteluista ja joulukalenteri ovat mahtavia. Haastattelut ja otteluraportit ja -ennakot ovat kiinnostavia. Jokerit.com sivusto on kokonaisuudessaan erittäin hyvin suunniteltu ja toteutettu ja sieltä löytyy hyvin tietoa, jonka avulla myös Oulussa asuva fani pysyy ajantasalla. :)

kuvia ja raportteja joka ottelusta laadukkaasti. myös haastatteluja ennen peliä ja pelien jälkeen olisi hyvä saada. huippulaatuisilla videokuvilla.

Laitoin aika lailla kaiken edelliseen boxiin. Mutte se lisäys vielä, että jonkinlaiset kilpailut somessa voisi-

vat aktivoittaa porukkaa seuraamaan Jokereita so-
messa enemmän ja sitä kautta seuraamaan myös nor-
maalisti Jokereita enemmän.

Laittakaa #91-store ajantasalle. Ennen kautta olisi
mukava saada lisää tietoa KHL:stä ja sen joukkueista.

Lisää fnittriga. Monta vuotta ihmeteltyt kuinka sur-
keat valikoimt Jokereita on verrattuna muihin sm-
liiga joukkueisiin. Toivottavasti khl tuo parannusta...

lisää jokeri juttuja päivittäin toivoo lkuinen jokeri

Lisää pelaaja haastatteluja.

Lisää videoita. ja kulissientakana juttuja. Muuten
kaikki on ollut loistavaa!

Mahdollisuus katsoa netin välityksellä jokereiden pe-
lejä. Tämä palvelu helpottaisi uusien fanien löyty-
mistä koko suomesta.

Mielestäni etenkin twitterissä, josta seuraan eniten
Jokereihin liittyviä uutisia/julkaisuja on hoidettu
erittäin hyvin !

Mielestäni ihan hyvää on

Mielestäni Jokerit on edelläkävijä sosiaalisessa medi-
assa. Erittäin aktiivinen, paljon haastatteluja yms.

Mielestäni Jokerit voisi ylläpitää keskusteluforumia si-
vuillaan, koska kaikki eivät ole tai eivät halua jatko-
aika.com

Mielestäni kiitettävällä tasolla.

Mielestäni olisi kiva jos Jokereilta tulisi oma Appi,
joka olisi Applelle ja Samsungille. Voisi olla ottelui-
den live seurantaa yms.

Mielestäni parhaiten onnistunut joukkue SoMessa,
mutta aina voi parantaa ;)

Mielestäni tässä Jokereiden liittyvässä mediapalve-
lussa kysymys: kuinka monta kertaa aiot käydä katso-
massa Jokereiden Khl otteluita, oli yksi vaihtoehto
jäänyt puuttumaan: EN KERTAAKAAN.

Minä>Me>Jokerit! Tulen aina olemaan Jokerifani
vaikka tapahtuisi mitään! Kiitos Jokereille Sm-liiga
kaudesta! Ei muuta kun odotellaan tässä KHL-pelejä!
:)

mobiili puolen palvelut pitänee pitää kunnossa.

Mobiilisovellus muillekin kuin Windows puhelimille.

Muut toimii ihan hyvin, paitsi ottelukoosteiden näke-
minen. Instagramiin voisi lisätä lisää kuvia ottelun
jälkeisistä tai edeltävistä tapahtumista, ja myös pelin
aikana otettuja kuvia.

N/A kokonaisuudessa ihan ok vähän enemmän päivi-
tyksiä ja vähä huumoria mukaa ni o mui bueno

Naisena koen usein, ettei Jokerien toiminta ole suun-
nattu naisille/perheille. Joku isä/poika toiminta vielä
tulee läpi, mutta naiskatsojille ei ole tarjontaa. Päin
vastoin, valmentajan tsi pelaajan suusta voi edelleen
päästä "akkamainen" haukkumasanana. Missä ovat
naisten t-paidat? Jokeripelaajia ei saa paidattomiin
kuviin, mutta otteluissa hyppii puolialastomia tanssi-
tyttöjä? Arvatkaa tuonko tyttäreni heitä katsomaan?

NARRI NAURAA AINA!! ;)

Narriradio ehdottomasti jatkoon! Toiveena saada Jo-
kerien ensi kauden vierasotteluihin hyvälaatuinen
stream nettisivuille.

Narriradio oli loistava lisä viime kaudella, olisi muka-
vaa saada sille jatkoa.

Narriradio on huippujuttu, sen sisältö kiinnostaa. Pe-
laajien tekemisistä ja ylipäätään joukkueen (Kurri
yms.). treeni kuulumiset jne. kiinnostaa kovasti. KHL
suomalaiset kiinnostaa ja heidän tarinat KHL:sta.

Narriradio on hyvä juttu. Taitaa tosin olla fanien yllä-
pitämä palvelu. Hienoa kuitenkin, että Jokereiden or-
ganisaatisota on ollut Narriradiossa vierailijoita. Toi-
vottavasti Jokerit pystyvät jatkossakin tarjoamaan tu-
kensa Narriradiolle. Twitterin päivittämisestä/aktii-
visuudesta erityiskiitos.

Narriradiolle iso plussa.

Nettisivujen fanituotemyynti vihdoin kuntoon!

Nykyiset riittävät!

nykyään ei kiinnosta vittuakaan

Nyt kiinnostaa KHL:n ottelu ja raportit yms Jokerien sivuilla

Nyt on hyvä linja, paljon päivityksiä facebookissa ja todella positiivinen yllätys oli jokerit.com sivuston ulkoasun uusiminen täysin! Paljon selkeämpi ja miellyttävämpi silmälle

Oikein hyvää ! Johdon ja pelaajien toivoisi olevan paremmin mukana somessa

ok

Olen jo yrityskausikortin aktiivi käyttäjä, joten anonyymisyys sallittakoon!

Olen kiitollinen viime vuosien tasonnostosta. Pääosin some on Jokereilla hyvin hallussa. Pelaajahaastattelut ovat parasta antia. Joulukalenterin kaltaisia oheisjuttuja toivon lisää.

Olen ollut aina todella tyytyväinen jokereiden someen! Jokerit.com on hyvä kun sinne tulee se kaikkein tärkein aina. Toivoisin että appstoreen tulisi jokereilta joku oma appsi joka olisi vähän niinkuin jokerit.com! Se helpottaisi seuraamistakin vielä enemmän :)

Olen ollut ihan tyytyväinen jokerien omaan twitter kanavaan joka on ainoa mitä tällä hetkellä seuraan. Myös narriradio on ollut käytössä ja on ollut erinomainen. Konsepti on ollut hyvä (fanit, juuso, ja vierailuva kommentoija) ja pienen rahallisen panostuksen myötä en usko että siitä huonompi tulisi.

Olen ollut tyytyväinen erityisesti videoihin (pelaaja-haastattelut, joulukalenteri yms.) Sarjan vaihtuessa näiden lisäksi voisi olla hyvä käydä läpi tulevia vastustajia/KHL yleisesti, että tulisi tutummaksi. Vaikka itse seuraan todella paljon jääkiekkoa niin KHL:n pienemmät ja tuntemattomat joukkueet ovat vähän jääneet tuntemattomiksi. Täten ymmärrän tiettyjen tahojen valituksen siitä, että vastustajat eivät ole "mielenkiintoisia", kun niistä ei mitään tiedetä. Tähän ainakin omasta olisi kysyntää iskeä esim. Youtube- vi-

deoilla esim. osana otteluennakkoa kyseistä joukkuetta vastaan. Muuten Twitter, verkkosivut yms. ovat suurimmaksi osaksi toimineet hyvin tiedon toimittamisessa suhteellisen nopeastikin. Ainut omasta mielestä negatiivinen asia ovat välillä liialliset tsemppi/"spämmi"- viestit Twitterissä. Pelin aikana varmasti mukava jos Twitterin välityksellä seuraa, mutta pelien ulkopuolella tiettyä Twiittiä/ uutista etsiessä kymmenet "turhat" viestit ovat.. turhia.

Olen tyytyväinen nykyiseen. Varsinkin Jokerit.com on parantanut ilmettään.

olen tyytyväinen:)

Olen vieraspaikkakuntalainen (Raumalta), mutta innokas jokerifani. Olisi jotenkin hienoa joskus osallistua Jokereiden tapahtumiin, mutta jotenkin tuntuu että se on hyvin Helsinki-keskeistä. Siksi tapahtumiin osallistuminen jää aina väliin. Voisi miettiä, miten Helsingin ulkopuoliset saataisiin innostumaan tapahtumista.

Olen äärettömän tyytyväinen joukkueen tiedottajaan Iiro Keurulaiseen. Tekee hienoja hyviä videohaastatteluja.. ja muutenkin tiedottaa joukkueesta hyvin, JA PALJON. Se on tärkeää pitää fanit ajantasalla mitä joukkueessa tapahtuu. Enemmän toivoisin vielä tosiaan niitä "harjoituspäivän" videohaastatteluja. Kun nyt on tullut vaan päivää ennen ottelua videohaastattelu, jossa ollaan käyty hieman ottelua läpi, ja se mitä joukkueelle kuuluu. Voisi myös tulla harjoituksesta haastatteluja. Sekä pelaajilta, että valmentajille. Muuten on ollut kyllä enemmän hyvää tiedottaminen joukkueesta. KIITOS IIRO. Jatka samalla tavalla, ja vieläkin ehkä vähän paremmin :) Terveisiä joukkueelle ja Tsemppiä KHL kauteen. Olen ostanut jo kausikortinkin, joten joukkueen tukena ollaan taas. Ollut varmasti 14-15 vuotta. Loppuun asti seison joukkueen takana ja tukena, se on varmaa.

Olette tehny viime vuosina hienoa työtä somessa, se on kasvattanut minun faneuttani enemmän. Olen ylpeä kannattamastani joukkueesta! Minä>Me>Jokerit

Olin aluksi todella petetty jokereiden siirtymisestä KHL:ään mutta nyt odotan innolla miten jokereiden käy. En tule kuitenkaan niin totisesti fanittamaan.

olis kiva jos jokerit julkaisia faceen kaikki niiten ottelun seuranta

Olisi hienoa jos Instagramiin tulisi enemmän kuvia

Olisiko mahdollista saada otteluiden koosteita, haastatteluita ym. jokerit.com sivustolle?
on hyvä

Ottakaa mallia NHL-youtube kanavasta. Enemmän yksittäisiä clippejä ja nopeasti jakoon! Maalikoosteet hyvällä laadulla nettiin nopeasti.

Ottelu ennakot/raportit ja pelaajahaastattelut on tärkeitä ja niihin tulisi panostaa.
ottelukoosteita useammin kiitos.

Otteluseurantaa varsinkin facebookissa saisi kehittää. Jäähyt, maalit ja yleinen tilanne ja hallinta saisi tulla ilmi niissä. Samoin rankkariskabat pitäis raportoida niin nopeasti kuin mahdollista.

panostakaa facebookiin ja jokerit.com sivustoihin

Parannuksia tapahtunut, Instagram-tunnus on hauska, tosin sitäkin voisi useammin päivittää.

Parantunut merkittävästi joka vuosi, kiitokset tästä.

Paras jengi, aina Jokeri. Vain yksi jengi stadista.
Parasta Jokerien viestinnässä on asiallisuus ja kunnioitus muita joukkueita, pelaajia ja kannattajia kohtaan. En muista viime kausilta yhtään ylilyöntiä, mitä olisi pitänyt hävetä jälkikäteen. Muutamalla muulla joukkueella on sellaisia ollut ja ne eivät anna kuvaa ammattimaisesta toiminnasta.

Parasta Suomessa :)

Paremmat fanituotteet Adidas mukaan niin kuin ska:lla

Parempaan päin ollaan menossa.

Paskaavaa khl on paskaavaa vitun paskaavaa ryssät ruplaliiga vittu hjallis ota silt ryssält poskee vittu!

Pelaajien henkilökohtaisia kirjoituksia enemmän.

Pelaajien kuulumiset pelin ulkopuolelta. Mikä on henki ja vireys, kun viime kaudella tämä tuotti ongelmia. Nyt olisi loistava tilaisuus uudessa sarjassa uusien pelaajien sekä vanhojen pelaajien kertoa miltä tuntuu olla osa Jokereita pitkin ensimmäistä khl kautta. Ikäänkuin khl blogi, jossa pelaajat kertovat miltä tuntuu pelata tätä liigaa, mitä pitäisi parantaa ja mikä toimii ja mikä ei. Tällöinen video blogi olisi erittäin mielenkiintoinen ja saisi varmasti katsojat ja fanit ymmärtämään mitä eroa on liigalla ja khl:llä. Ihmiset haluaisivat varmasti tietää mitä tapahtuu vieras matkalla, joka ei ole enää bussilla pari tuntia, vaan mitä se on tässä liigassa jossa vierasmatkat ovat viikon mittaisia. Miten reenataan matkoilla ja tuot-taako tämä ongelmia vai antaako lisä boostia. Ki-teytettynä siis videoblogi, jossa äänessä pelaajat, valmennus, huoltajat ja muu tärkeä palanen Jokeri-perhettä. Tässä olisi varmasti idea joka yhdistää fanit ja Jengin yhtenäiseksi.

pelaajien omt instagram tilit

Pelaajista hauskoja instagram videoita ja videoita kopin ja harjoitusten tapahtumista

Pidän erittäin paljon Jokerien facebook päivityksistä! Erityisesti tappioiden jälkeiset eteenpäinkatsovat päivitykset ovat mahtavia! Hyvää työtä!

Pitäiskö tuota fanituote puolta parantaa? varsinkin store91:stä. missä naisten vaatteet yms?

Puhelimien kuoria fanituotevalikoimaan! Ainakin Jolla on mahdollista tehdä kuoria 3d printtauksella, jota kannattaisi hyödyntää.

Rento ote, enemmän etuja ja infoa kulisseista

Riittävät minulle. Junnujen osalta on vähän heikollaista media toiminta.

Samaa rataa

Sana on vapaa liittyen Jokereiden sosiaaliseen mediaan ja verkkopalveluihin

Sanon uudelleen: Enemmän kuvia Instagrammiin! Niitä nimittäin tarvitaan. Niin ja voisitte ehkä hoput-

taa myös pelaajia hankkimaan Instagram/twitter tilejä. Mm. Ifk:lla tässä asiassa ollaan meitä edellä. JA PALJON! Pisteet Jerelle tilien perustamisista!

Se app-palvelu kuntoon.

Selkeät, toimivat. Mukava lueskella. Jatkakaa samaan malliin!

SoMeen kannattaa ehdittomasti panostaa isosti. Tähän mennessä meininki on ollut lupaavaa. Sisällön tulee kuitenkin olla laadukasta, esim. FB:n "hyvä ihq Jokerit" -tyyppiset postaukset turhia. Keurulainen mediamiehenä aivan huippu! Hänestä pidettävä kiinni!

Somen käyttö on ollut mielestäni kiitettävää! Ei oikeastaan mitään negatiivista sanottavaa...

Sosiaalinen media on erittäin tärkeässä osassa etenkin avauskauden alussa. Ihmiset on saatava kiinnostumaan nimenomaan Jokereista, sekä uudesta sarjasta. Jokereiden markkinoinnin on oltava yksin laadukkaampaa, kuin Suomen Liigajoukkueiden yhteensä. Siihen on hyvät pohjat, mutta parempaankin on ainesta.

Sosiaalinen media on Jokereiden osalta hyvissä kanteissa. Lähemmäs joukkuetta suuntautuvat videot ja haastattelut toiveissa.

Sosiaalinen media on mielestäni aika pitkälti kunnossa, verkkopalveluissa (jos tämä siihen sisältyy) vieraspelit tulisi tuoda kaikkien saataville. Esim. järkevän hintaiset stream-lähetykset. Tärkeimmät ottelun tapahtumat videokoosteina ottelun aikana (muutamien minuuttien viiveellä) nostaisi myös mielenkiintoa seurata otteluita live-tulospalvelun kautta. Aikaisemmin lähinnä vierasmatsien tulos on tullut tsekattua ja uutissivuilta sitten videokoosteet jälkikäteen (tässäkin parannettavaa aikaisempaan sillä otteluraportin mielenkiintoisimmat käänteet usein uupuvat koosteista).

Sosiaalinen media skulaa hyvin mut kaipa sitä parantaakkin voisi, mutta itellä ei tule mieleen miten. Ainakaan just nyt.

Sosiaalinen media toimii kun sitä hoivaa kuin vauvaa. Se vaatii jatkuvaa huolenpitoa kuin kasvit. Ilman hoivaa ja huolenpitoa se kuolee. Kiinnostus lakkaa jne..

Tällä hetkellä se on ihan kelvollisella tasolla mutta kehitettävää on aina. Varsinkin silloin kun kaikki tuntuu olevan kohillaa ;) ...niin ja #91 Store netissä kuntoon asap! Ja myös halvempia tuotteita ja toimituskulut kohtuullisiksi!

Store toimii hyvin ja some mediat on hyvin hallussa!)

Suhteellisen tyytyväinen, että ollaan faneihin aktiivisessa yhteydessä sosiaalisen median kautta.

Suunta on oikea

Suuret kiitokset kaikille heille joille se kuuluu, keep up the good work !

Tiedotuksia tasaisesti myös yleisesti KHL ja SM-liigasta

Tiedän, että pelaajat ovat kiireisiä kauden aikana, mutta olisi mahtavaa saada edes silloin tällöin Youtube-ottelu koosteisiin kommentteja tilanteista itse pelaajilta. Esimerkiksi mahtavan yksilösuorituksen kommentit ko. pelaajalta.

Tilanne on hyvä ja edelläkävijöitä tähän olette olleet, hyvä olisi seurata twitterissä Ossia ja kumppaneita.

Todella hyvää duunia!

Todella hyvää ja laadukasta työtä

todella hyvää on ollut matsku tähän mennessä nyt voitulla enne KHL kautta kaikista pelaajista hyvät esitely video :D

Toimii hyvin, enemmän tietoa junnusta.

Toivoisin Jokereiden keräävän kokonaisia vanhoja otteluita etenkin vuosilta 2007 ja 2008 ja laittamalla ne fanien nähtäväksi. Jokerikiekkoradio olisi erittäin kaivattu varsinkin automatoille, jolloin on vaikea seurata peliä muuten.

Toivoisin twitteriin listaa pelaajista ketkä sinne on liittynyt, ei tarvitsisi itse arvailla ja etsiä.

Toivoisin, että julkaistaisiin enemmän fiilistely videoita ja muita fiilistelyyn liittyviä julkaisuja.

Tunnelmannostatusvideoita on kiva katsella ja ihmiset innostuvat kilpailuista, vaikka palkinnot olisivatkin "pieniä".

Twitterissä Jokerit twiittaa hyvin ja FB päivityksetkin on hyvin. Instagramiin voisi vähän useammin lisätä kuvia tai jopa videoita :) youtube voisi laittaa enemmän videoita!

Twitterissä voisi vähentää fanien retweetejä. Suht raskastavaa, kun on hälyt päällä joka twiittiin.

Tällä hetkellä Jokereiden sosiaalisen median käyttö on Suomessa ihan omassa luokassaan.

Upeaa duunia lirolta, jatka samaan malliin!

Uskomattoman hienosti on Jokerit noussut dominoimaan somea. Varsinkin twitterin puolella ei voi olla kuin isosti tyytyväinen. Ei tuosta paljoa voi enää parantaa. Iso kiitos Keurulaiselle! Jos jotain parannettavaa etsimällä etsii niin verkkokauppaa voisi parantaa ja laajentaa. Tuotteita laidasta laitaa ja suurempi valikoima.

Vain Jokerit

Vanhoista edellisistä pelaajista olisi kiva kuulla

Verkkopalvelut hyvät.

Vieraspeli seurantaan vois panostaa enemmän. Viime kaudella Jokerit erottui some-toiminnallaan selkeästi edukseen liigajoukkueiden keskuudesta. Good job! Pelaajahaastattelut olivat parhaimmista. Lisäksi joukkueen huoltajan Esa Maunulan twitter-tili oli mielenkiintoinen seurattava; hänen julkaisemansa kuvat koppelämästä antoivat realistisen tuntuksen pilkahduksen joukkueen arjesta kulissien takana. Windows phone jokerit livee vois päivittää vähä tiuhemmin, ainaki edellise kaude aikaa ollu vanhaa tietoo.

Windows phone palvelua voisi kehittää eteenpäin.

Windows Phone sovellus surkea, kuukausien väli päivityksissä.

Voisitte näyttää tulevalle kaudella otteluita Jokerit.comissa, tietysti pientä maksua vastaan.

Vähän enempi objektiivisuutta päivityksiin. Jos peli on huonoa niin se on huonoa. Liian usein Facebook-päivitykset vaikuttaa enempi lapsille suunnatuilta

Yleisarvosanaksi antaisin 9½. Puolikas jää pois, koska välillä Twitterin ja Facebookin päivitykset tulevat eri aikaan. Toivoisin että päivitykset tulisivat samaan aikaan kaikkiin sosiaalisen median palveluihin. Tämä ei varsinaisesti liity tähän mutta oletan että viesti menee perille, en tiedä onko tämä millään tasolla mahdollista, mutta nyt KHL kauden alkaessa, olisi upeeta jos saataisiin pelaaja haastatteluun heti ottelun jälkeen, jälle. Esim. ottelun paras pelaaja, tai sitten ennakkoon määrätty pelaaja (tämä myös siksi että siten yksi pelaaja "joutuu" ko. tilanteeseen vain kerran kauden aikana) Jatkaa samaan malliin! Loistavaa duunia, lirolle iso peukku!

Yleisesti ottaen olen erittäin tyytyväinen Jokerien mediapalveluihin. Ainahan toki parempaa haluaa ja kaipaa, mutta tämäkin on jo aika hyvä. Ehtisi vain kaikkeen perehtyä! :) liro Keurulaiselle erikoiskiitokset kaikesta.

youtubeen ottelukoosteet ja instagramii tieto uusista pelaajista

Youtubeen ottelukoosteet takaisin mikäli se on KHL:ssa mahdollista.

Youtubeen voisi laittaa jokaisen ottelun jälkeen maailikooste+parhaat palat ottelusta.

Youtubeen voisi tulla koosteita otteluista ensi kaudella.

älkää lopettako verkkopalvelujen kehittämistä ,kaikki eivät seuraa sosiaalista mediaa.