

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalouden koulutus, kirjasto- ja tietopalveluala

2022

Jenni Ritanen

NEULEHARRASTAJILLE SUUNNATUN MARKKINOINNIN KEHITTÄMINEN SIILINJÄRVEN KIRJASTOSSA

Jenni Ritanen

NEULEHARRASTAJILLE SUUNNATUN MARKKINOINNIN KEHITTÄMINEN SIILINJÄRVEN KIRJASTOSSA

Tässä opinnäytetyössä selvitetään, miten Siilinjärven kirjastolla olisi mahdollisuus markkinoinnin keinoin kohdata neuleharrastajat. Tavoitteena on ideoida joukko markkinointikeinoja neuleharrastajien kohderyhmälle hyödyntäen monipuolisesti erilaisia heitä tavoittavia markkinointikanavia. Neuleharrastajien näkökulmasta mielenkiintoisena näyttäytyvien markkinoinnin sisältöjen kautta Siilinjärven kirjastolle tarjoutuu mahdollisuus tavoittaa heidät ja potentiaalisesti saada uusia asiakkaita neulojen keskuudesta. Tavoitteena on tarjota ideoita selkeistä ja konkreettista markkinointikeinoista, jotka on mahdollista toteuttaa neuleharrastajia tavoittavia kanavia käyttäen.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa tarkastellaan kirjaston markkinoinnin määritelmiä ja mahdollisuuksia markkinointikeinojen valikoimiseksi. Työssä haastatellaan neuleharrastajia, jotta heidän näkökulmansa Siilinjärven kirjaston markkinointiin liittyen tulisi esille. Jotta saataisiin selville markkinoitavien palveluiden laatu, neuleharrastajien mielipiteiden lisäksi hyödynnetään kyseisiä palveluista vastaavien kirjastonhoitajien haastatteluja. Neuleharrastajille tarjottavien palveluiden ja Siilinjärven kirjaston tällä hetkellä käyttämien markkinointikeinojen selvittämiseksi käytetään havainnointia. Näiden tietojen perusteella ideoidaan toimeksiantajalle joukko neuleharrastajia tavoittavia markkinointikeinoja.

Markkinointikeinojen ideoinnissa hyödynnetään teoreettista tietoa markkinoinnin suunnitteluprosessista. Lisäksi ideoinnissa otetaan huomioon neuleharrastajien mielipiteitä ja toiveita markkinointikeinojen ja -kanavien valintaan. Ideoituissa markkinointikeinoissa nostetaan esiin osittain samoja keinoja, joita on jo tällä hetkellä käytössä Siilinjärven kirjastossa. Työssä selvitetään myös sosiaalisen median mahdollisuuksia neuleharrastajien houkuttelevan sisältömarkkinoinnin luomiseen. Siilinjärven kirjaston markkinointia on mahdollista kehittää ottamalla huomioon tarkemmin nimenomaan markkinoinnin kohderyhmiä sekä hyödyntämällä esimerkiksi tapahtumatuotannon ja sosiaalisen median mahdollisuuksia.

ASIASANAT:

Yleiset kirjastot, markkinointi, kohderyhmä, neulonta

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Bachelor of Library and Information Studies

2022 | 29 pages, 10 pages in appendices

Jenni Ritanen

DEVELOPING MARKETING TARGETED FOR KNITTERS IN SIILINJÄRVI LIBRARY

This thesis investigates how to develop Siilinjärvi library's marketing targeted for knitters. The aim is to create comprehensive marketing tools for knitters as a focus group using diverse platforms where it is possible to get in touch with them. Siilinjärvi library has a chance to reach knitters also as potential new customers by creating content which appears interesting from their point of view. The focus is on offering ideas for accurate and practical ways to execute marketing by exploiting platforms where it is possible to get in touch with knitters.

The theoretical part of the thesis examines the definition of library marketing and possible ways to execute marketing in library environment. The knitters were interviewed to find out their opinions considering Siilinjärvi library's marketing. In addition, the librarians who are responsible for the services been marketed were interviewed to examine the quality of these services. Siilinjärvi library's services targeted for knitters and contemporary ways to execute marketing are observed. Number of ways to examine marketing will be created for Siilinjärvi library on the basis of this information.

While creating the ways for marketing, the theories of marketing process are used. In addition, knitter's opinions and wishes are taken into consideration in the process of selecting ways to execute marketing and choosing platforms for it. The selected ways are partially the same as the ones that has already been used in Siilinjärvi library. The possibilities of social media are also taken into consideration while creating content marketing that is appealing for knitters. It is possible to develop Siilinjärvi library's marketing by paying more attention to the focus groups and studying the possibilities of event production and social media for example.

KEYWORDS:

Public libraries, marketing, focus group, knitting

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 NEULEHARRASTAJILLE MARKKINOITAVAT PALVELUT	8
2.1 Siilinjärven kirjasto toimintaympäristönä	8
2.2 Neulekirjojen ja -lehtien kokoelma	8
2.3 Novellikoukku-tapahtuma	9
3 NEULEHARRASTAJIEN TAVOITTAMINEN	11
3.1 Neuleharrastajat kirjaston markkinoinnin kohteena	11
3.2 Neuleharrastajat asiakassegmenttinä	12
3.3 Siilinjärven kirjaston markkinoinnin keinot ja kanavat	14
4 NEULEHARRASTAJILLE SUUNNATUN MARKKINOINNIN KEHITTÄMINEN	18
4.1 Markkinoinnin suunnitteluprosessi	18
4.2 Haastattelut markkinoinnin kehittämisen lähtökohtana	20
4.3 Markkinointikeinojen kehittämisideat	22
4.4 Markkinointikeinojen toteuttaminen	23
5 LOPUKSI	26
LÄHTEET	28

LIITTEET

Liite 1. Neuleharrastajia tavoittavia markkinointikeinoja.

KUVAT

Kuva 1. Aineistonosto sisääntuloaulassa.	15
Kuva 2. Uutuus- ja aikuisten aineiston esittelyä asiakaspalvelupisteiden vieressä.	15
Kuva3. Aineiston esittelyä aikuistenosastolla.	15

TAULUKOT

Taulukko 1. Siilinjärven kirjaston neulekirjoja- ja lehtiä koskevia lukuja (Pihlaja 2021a; Siilinjärven kirjasto 2021b).

1 JOHDANTO

Neuleharrastajat ovat merkittävä asiakasryhmä myös Siilinjärven kirjastolle, koska neuleharrastus on jälleen noussut erityisen trendikkääksi ja esimerkiksi saanut runsaasti näkyvyyttä mediassa. Koronapandemia on joillakin vaikuttanut omassa kodissa vietetyn ajan määrään ja näyttää siltä, että neuleharrastuksen suosio on kasvanut ainakin osittain myös tästä syystä.

Opinnäytetyön tavoitteena on ideoida markkinointikeinoja Siilinjärven kirjaston neuleharrastajille suunnattujen palveluiden tunnetuksi tekemiseksi. Olen itse ollut neuleharrastaja jo useamman vuoden ajan, ja sitä kautta sain idean selvittää, kuinka neulojia saadaan houkutelua Siilinjärven kirjaston palveluiden piiriin. Haluan kehittää Siilinjärven kirjaston markkinointia siten, että se näyttäytyisi neulojille mielenkiintoisena ja onnistuisi tavoittamaan heidät. Työssä pyritään kehittämään Siilinjärven kirjaston markkinointia ottamalla huomioon neuleharrastajien toiveita koskien markkinoinnin sisältöjä ja kanavia. Markkinointikeinojen ideoinnissa kartoitetaan kohderyhmän toiveiden lisäksi Siilinjärven kirjaston mahdollisuuksia markkinoinnin toteuttamiseen.

Opinnäytetyön lähtökohdat ja työn tavoitteet

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, millaisia markkinointikeinoja käyttäen neuleharrastajia saataisiin houkutelua Siilinjärven kirjaston palvelujen piiriin. Niiden löytämiseksi haastattelin kahta neuleharrastajaa keväällä 2021. Haastatteluissa selvitetään millaisina neulojat näkevät yleisen kirjaston heille tarjoamat palvelut, mistä kirjaston olisi mahdollisuus tavoittaa heidät sekä mitä toiveita haastateltavilla on kirjaston heille suuntaaman markkinoinnin sisällöksi.

Haastattelujen perustella kuvaillaan millaisina Siilinjärven kirjaston neulojille markkinointivat palvelut näyttäytyvät heidän näkökulmastaan. Neuleharrastajien haastattelujen lisäksi työssä käsitellään yleisen kirjaston markkinointia siihen liittyvän teoreettisen tiedon kautta, jotta saadaan selville millaisia tavoitteita ja sisältöjä kirjastoympäristössä toteuttavalla markkinoinnilla on. Siilinjärven kirjastossa käytössä olevia markkinointikeinoja kuvaillaan niistä tehtyjen havaintojen kautta. Näiden tietojen perusteella ideoidaan neuleharrastajia tavoittavia markkinointikeinoja.

Opinnäytetyössä halutaan selvittää:

- A. Kuinka Siilinjärven kirjasto kohtaa neuleharrastajat?
- B. Millaisella markkinoinnilla Siilinjärven kirjasto tavoittaa neuleharrastajat?

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii siis Siilinjärven kirjasto. Se tarjoaa neulojille palveluita fyysisten kokoelmiensa ja tapahtumiensa kautta. Siilinjärven kirjaston fyysisten neulekirjojen kokoelmat ovat kattavat ja ajantasaiset. Lisäksi se tarjoaa palveluita neuleharrastajille pääkirjaston toimipisteessä kuukausittain järjestettävän Novellikoukku-tapahtuman kautta. Saadakseni tietoa näistä neulojille tarjottavista palveluista haastattelin neuleaiheisesta kokoelmasta ja Novellikoukku-tapahtumasta vastaavia kirjastonhoitajia. Siilinjärven kirjasto käyttää monipuolisesti erilaisia kanavia markkinointinsa toteuttamiseen, mutta ideoimalla erityisesti neulojia kiinnostavia markkinointikeinoja, sen mahdollisuudet tavoittaa ja houkutella neuleharrastajia asiakkaakseen kohenevat.

2 NEULEHARRASTAJILLE MARKKINOITAVAT PALVELUT

Tässä luvussa kuvailen, millainen Siilinjärven kirjasto on neuleharrastajille suunnattujen palvelujen ja markkinoinnin toimintaympäristönä. Tavoitteenani on kehittää neulojille keskeisten palvelujen markkinointikeinoja, jotta Siilinjärven kirjaston palvelut tavoittaisivat yhä useampia neuleharrastajia. Jotta markkinoinnin kehittäminen on mahdollista, tulee tarkastella ja tutustua tarjolla oleviin ja markkinoitaviin palveluihin.

2.1 Siilinjärven kirjasto toimintaympäristönä

Siilinjärven kunta sijaitsee noin 20 kilometriä Kuopiosta pohjoiseen. Kunnassa on noin 20 000 asukasta. Siilinjärven kirjasto on itsenäinen toimija, eikä ole liittynyt esimerkiksi Kuopion kaupungin ja muutaman muun kunnan muodostamaan kirjastoverkoston. Siilinjärven kirjastolla on kaksi toimipistettä ja yksi kirjastoauto. Pääkirjasto sijaitsee keskeisellä paikalla taajaman keskustassa. Toinen kirjaston toimipiste sijaitsee Etelä-Siilinjärvellä, Vuorelan asuinalueella. Vuorelan kirjasto avautui uusissa Vuorelan koulun tiloissa tammikuussa 2021 ja on nykyisin omatoimikirjasto (Siilinjärven kirjasto 2021a). Tässä opinnäytetyössä viitattaessa kirjaston fyysisiin tiloihin, tarkoitetaan pääkirjaston toimipistettä.

2.2 Neulekirjojen ja -lehtien kokoelma

Taulukko 1. Siilinjärven kirjaston neulekirjoja- ja lehtiä koskevia lukuja (Pihlaja 2021a; Siilinjärven kirjasto 2021b).

Vuosi	2020 (kaikki toimipisteet)
Hankinnat YKL 65.43	38
Poistot YKL 65.43	32
Lainat YKL 65.43	1 468
Neuleaiheisten kirjojen määrä, YKL 65.43	310
Lainaus, Aikakausilehdet YKL 65	1 677

Siilinjärven kirjaston omasta tietokannasta oli mahdollista selvittää muutamia tunnuslukuja koskien YKL-alaluokkaa 65.43 Neulonta, joka sisältää myös virkkauksen sekä solmeilun, makrameen ja fransujen alaluokat (Finto 2021). Kaikki luvut sisältävät kaikkien toimipisteiden eli pääkirjaston, Vuorelan kirjaston ja kirjastoauton hankinnat, poistot ja lainauksen koskien vuotta 2020. Lainausluvut sisältävät sekä ensimmäiset lainat että uusinnat. Lainausluvuissa huomioon otettava seikka on, että koronan aiheuttaman maaliskuusta toukokuuhun 2020 kestäneen kirjastosulun vuoksi silloisia asiakkaiden laina-aikoja jatkettiin eräpäivää siirtämällä. Tämä ei rekisteröitynyt järjestelmään uusintana eli se saattaa hieman vääristää vuoden 2020 kaikkia lainaustilastoja. Aikakausilehtien kokoelmasta ei ollut mahdollista selvittää tarkkoja YKL-luokan 65 alaluokkien lainausmääriä. (Pihlaja 2021a.) Lainausmääriä tarkasteltaessa neuleaiheinen aineisto näyttäytyy suosittuna asiakkaiden keskuudessa.

Siilinjärven kirjaston neulekirjakokoelma on ajan tasalla ja uusia neulekirjoja hankitaan kokoelmaan niiden ilmestyessä (Pihlaja 2021b). Kokoelmapoliittisten linjausten mukaisesti myös neulekirjojen osalta korostuu suomenkielisen aineiston merkitys (Pihlaja 2021b; Siilinjärven kunnankirjasto 2019). Kokoelmien suurin puute myös Siilinjärven kirjastossa on neuleaiheisen e-aineiston niukkuus. Neulojat hankkivat tarvitsemiaan ohjeita runsaasti internetin välityksellä. Kuitenkin neuleaiheista e-aineistoa on kirjastoille ainakin tällä hetkellä tarjolla erittäin vähän ja se on laadultaan melko heikkoa. Lisäksi se on lähes kokonaan muuta kuin suomenkielistä aineistoa eli se ei kokoelmapoliittisia linjauksia noudattaen soveltuisi Siilinjärven kirjastoon.

2.3 Novellikoukku-tapahtuma

Novellikoukun ideana on kokoontua yhteen neulomaan ja kuuntelemaan ääneen luettuja novelleja. Tapahtuman osallistujat voivat joko tehdä omia neuleitaan tai neuloa hyväntekeväisyyteen lahjoitettavia projekteja kirjaston langoista. Tapahtuman tavoitteena on novellien tunnetuksi tekeminen ja eri ikäisten käsityöharrastajien yhteen kokoaminen. (Möller 2016.)

Siilinjärven kirjaston Novellikoukku-tapahtuma oli aikaisemmin nimeltään Kirjallisuutta ja käsitöitä, mutta sen idea oli hyvin pitkälti sama kuin Novellikoukussa. Vuoden 2021 alussa tapahtuman järjestäminen aloitettiin Novellikoukkuna. Parhaimmillaan Kirjallisuutta ja käsitöitä -ryhmän tapaamisessa on ollut yhdeksän osallistujaa, mutta

osallistujamäärä vaihtelee kuukausittain. Koronapandemialla on ollut suuri vaikutus tapahtuman osallistujamäärään ja yleensäkin sen järjestämiseen. (Parviainen 2021.)

Neuleharrastajan näkökulmasta Siilinjärven pääkirjaston Novellikoukku-tapahtuma tavoitteidensa mukaisesti tarjoaa heille mahdollisuuden tavata toisiaan. Novellikoukussa neulominen tai käsitöiden tekeminen kytkeytyy kirjallisuuteen ja kirjaston aineistoon, koska siellä luetaan ääneen. Novellikoukku-tapahtuma antaa siilinjärveläisille neulojille hyvän mahdollisuuden tulla tekemään harrastustaan kodin ulkopuolelle ja samalla tapaamaan muita neulojia. Lisäksi sen kautta tapahtuman osallistujat pääsevät tutustumaan Siilinjärven kirjastossa tarjolla olevaan aineistoon.

3 NEULEHARRASTAJIEN TAVOITTAMINEN

Tässä luvussa tarkastelen millainen kohderyhmä neuleharrastajat ovat Siilinjärven kirjastolle markkinoinnin näkökulmasta. Kerron kuinka markkinoinnin teorioiden kautta voidaan määritellä neuleharrastajia kirjaston asiakkaina. Kuvailen myös, millainen neuleyhteisö ylipäättään on ja kuinka Siilinjärven kirjaston on mahdollista tavoittaa heidät. Selvitän, millaisia markkinointikeinoja yleisessä kirjastossa on mahdollista käyttää, kun pyritään tavoittamaan neuleharrastajia ja mitä niistä käytetään Siilinjärven kirjastossa.

3.1 Neuleharrastajat kirjaston markkinoinnin kohteena

Kirjaston markkinoinnin lähtökohtana on sen tuotteiden ja palveluiden tunnettavuuden parantaminen. Markkinoinnin tarkoituksena on auttaa asiakkaita ja kirjastoja löytämään toisensa. (Helinsky 2012, 13-14.) Kohdistamalla tarpeeksi houkuttelevaa markkinointia neuleharrastajille, Siilinjärven kirjastolle avautuu mahdollisuus tavoittaa ja parantaa neuleaiheisten palvelujensa tunnettuutta heidän keskuudessaan. Arja Juntusen ja Jarmo Saartin (2014, 26) mukaan kirjaston markkinoinnissa on kyse kaupallisuuden sijaan hyvien sisältöjen tarjoamisesta ilmaiseksi käyttäjille. Kirjaston markkinoinnissa tavoitteena on yksilön tasolla auttaa asiakasta löytämään elämäänsä uusia sisältöjä ja vahvistamaan hänen osaamistaan. Myös Siilinjärven kirjasto pystyy vahvistamaan neuleharrastajien osaamista ja tarjoamaan heille mahdollisuuksia uusiin sisältöihin. Heille suunnattu markkinointi voi toimia hyvänä apuna houkutellessa neulojia näiden sisältöjen pariin.

Zuzana Helinskyn (2012, 54-55) mukaan markkinoinnin avulla kirjasto pystyy oikeuttamaan olemassaolonsa ja asiakkaat tulee saada vakuuttuneeksi aina uudelleen ja uudelleen. Siksi kirjaston on jatkuvasti hiottava perustelunsa, hakeuduttava sisäisten asiakkaiden pariin ja toistettava sanomaansa. Markkinoinnin merkitys korostuu, kun kirjasto on joutunut uudelleen kilpailutilanteeseen uuden teknologian käytön ja muiden verkkomaailman toimijoiden mukaantulon myötä. (Juntunen & Saarti 2014, 32.) Verkkomaailman toimijat ovat haastaneet kirjaston asemaa neuleaiheisten palveluiden tarjoajana. Tällaisessa kilpailutilanteessa neuleharrastajille suunnattu markkinointi näyttäytyy erityisen tarpeellisena.

Markkinointiin liittyvässä teoreettisessa tiedossa nousee vahvasti esille asiakaslähtöisyyden merkitys markkinoinnin toteuttamisessa. Kirjaston tulisi määritellä keitä sen

asiakkaat ovat. Kirjaston tulisi myös tunnistaa potentiaaliset asiakkaat ja houkutella tehokkaasti ei-käyttäjiä palvelujensa piiriin. Markkinoinnissa on tärkeää myös tunnistaa, mitä arvoa kirjasto tuottaa asiakkaalleen. Tulisikin pitää mielessä, että kirjaston on ansaittava asiakas parantamalla jollain tavalla hänen elämänlaatuaan. Kirjaston tehtävänä on siis tarjota tarpeeksi ainutlaatuista ja kiinnostavaa arvoa asiakkaan näkökulmasta tarkastellen. Käyttäjiä ja heidän käyttäytymistään, motivaatioitaan, tarpeitaan ja arvojaan tulee pyrkiä ymmärtämään. Jotta kirjaston työntekijöille syntyisi ymmärrys asiakkaista, täytyisi heidän päästä mukaan kirjastoa ympäröivään yhteisöön. (Matthews 2009, 13, 19-20, 76.) Siilinjärven kirjaston neuleharrastajille suuntaaman markkinoinnin tulisi olla heidän näkökulmastaan tarpeeksi mielenkiintoista ja ainutlaatuista. Markkinointia apuna käyttäen Siilinjärven kirjastolla on mahdollisuus saada yhteys neuleyhteisöön. Jotta yhteys syntyisi, tarvitaan kuitenkin ymmärrystä siitä, millaisia neuleharrastajat ovat.

Siilinjärven kirjaston tulisi onnistua tarjoamaan neulojille sellaisia palveluita, jotka tuottavat muun muassa neuleaiheisiin kaupallisiin ja sähköisiin toimijoihin verrattuna neuloville asiakkaille jonkinlaista lisäarvoa. Silloin neulojat käyttäisivät jatkossakin Siilinjärven kirjaston palveluita ja parhaassa tapauksessa kertovat niistä eteenpäin muillekin neuleharrastajille.

3.2 Neuleharrastajat asiakassegmenttinä

Markkinoinnin ja palveluiden kehittämisen kannalta on tärkeää ja hedelmällistä ryhmitellä asiakkaita erilaisten ominaisuuksien perusteella. Markkinoinnin piirissä tätä ryhmittelyä kutsutaan segmentoinniksi. Ryhmiä muodostetaan sellaisista asiakkaista, joilla on yhteisiä tarpeita ja joiden ajatellaan reagoivan tai suhtautuvan kirjaston tarjoamiin palveluihin samalla tavalla. (Helinsky 2012, 48.) Näiden periaatteiden mukaisesti neuleharrastajia voidaan siis tarkastella omana asiakassegmenttinään. Segmentoinnin tekeminen on tärkeää, sillä sen avulla kyetään jäsentämään paremmin markkinointia ja tekemään päätöksiä siitä, miten ja mihin kannattaa panostaa (Helinsky 2012, 53).

Tietoa asiakassegmenteistä tarvitaan, jotta kirjastojen olisi mahdollista ymmärtää paremmin asiakkaidensa tarpeita ja päättää kuinka kehittää palveluitaan. Palvelujen tulisi antaa asiakkaalle sellaista lisäarvoa, joka houkuttelee heidät kirjaston käyttäjiksi sen sijaan, että he päätyisivät käyttämään kilpailijoiden palveluita. Tulisikin miettiä miksi tietyn asiakassegmentin jäsenet hyötyvät kirjaston palveluista ja ylipäänsä käyttävät niitä. Kirjastopalvelun laatu ei ole riippuvainen siitä, kuinka paljon kirjaston puolelta on siihen

panostettu, vaan siitä, mitä asiakas palvelun kautta saavuttaa. Kirjaston tavoitteena pitäisi olla, että se tarjoaa asiakkaalle jotain hänen kannaltaan niin arvokasta, että asiakas on tyytyväinen ja jakaa eteenpäin muille positiivista kokemustaan. (Matthews 2009,16, 20).

Perinteisesti neulominen, kuten muukin tekstiilitekniikoihin liittyvä tekeminen, on mielletty vahvasti nimenomaan naisten harrastukseksi. Jopa peruskoulussa käsitöiden opetus oli jaettu sukupuolten mukaan tekstiili- ja puutöihin aina viime vuosiin saakka. Useimmat neuleharrastajat tarvitsevat harrastuksensa toteuttamiseksi neuleohjeita. Kirjojen ja perinteisten käsityö- ja neulelehtien lisäksi internet on nykyisin monelle neuleharrastajalle ensisijainen paikka ohjeiden löytämiseen. Esimerkiksi perinteinen suomalainen käsityölankojen valmistaja Novita Oy on julkaissut vuosikymmenten ajan aikakausilehteä, jossa esitellään sen omia lankoja ja niille kirjoitettuja ohjeita. Nykyisin lehden lisäksi yritys panostaa internetsivuihinsa, Novitaknits–neulesivustoon, josta ohjeiden ja verkkokaupan lisäksi löytyy esimerkiksi oma Neulomo-niminen neuleyhteisönsä. Sivustolla on myös erityisesti aloitteleville neulojille tarkoitettu Neulekoulu, josta löytyy niin artikkeleita, kuvia kuin videoitakin eri tekniikoista (Novita Oy 2021).

Sosiaalisella medialla on suuri merkitys neuleharrastajille. Neulojia kokoaa yhteen muun muassa neulojille ja virkkaajille tarkoitettu Ravelry-sivusto, joka muodostaa oman yhteisönsä. Sivustolta voi myös ostaa ohjeita. Instagram on neuleharrastajien suosima sosiaalisen median alusta, jossa voi kätevästi jakaa neuleisiin liittyviä kuvia. Osa neuleharrastajista suosii Facebookia, jossa kuvia ja ajatuksia jaetaan muiden neulojien kanssa esimerkiksi erilaisissa ryhmissä. Youtube-palvelusta voi puolestaan löytää ohjevideoita neulomiseen liittyen ja moni tuoreempi neuloja onkin saattanut opetella neulomaan Youtube-videoiden avulla. Youtubessa oman yhteisönsä muodostavat neulepodcasteja tekevät ja heitä seuraavat neulojat. Neulepodcasteja löytyy suomeksi kymmeniä ja englanniksi vielä huomattavasti enemmän. Neulojia löytyy varmasti lähes jokaiselta sosiaalisen median alustalta Ravelryn, Instagramin, Facebookin ja Youtuben lisäksi. Ainakin myös uudemmissa TikTok- ja Discord-alustoilta löytyy neulesisältöä tuottavia käyttäjiä.

Sosiaalisen median lisäksi neulojat tapaavat kasvotusten erilaisissa tapahtumissa. Esimerkiksi monessa lankakaupassa järjestetään hyvin vapaamuotoisia neuletapaamisia, joihin saa tulla oman neuleen kanssa. Lankakaupat järjestävät usein myös kursseja tai jopa neuleretriittejä. Suosituimpia ja suurimpia neuleharrastajien tapahtumia ovat kuitenkin esimerkiksi vuosittain Tampereella järjestettävät Suomen kädentaitomessut sekä lankakauppa Titityyn järjestämät Jyväskylän neulefestarit, jotka on yleensä järjestetty

heinäkuussa ja helmikuussa. Kesän tapahtuma on huomattavasti talvista suosituampi ja kävijämäärä kasvoi joka vuosi vuoden 2019 festareihin saakka. Esimerkiksi kolmansilla, vuoden 2018 festareilla oli lähes 6 000 kävijää (Finland Festivals 2018). Neulefestareilla kokoonnutaan muun muassa neulomaan yhdessä illanviettotapahtumissa ja ostamaan lankaa markkina-alueelta. Vuonna 2020 neulefestarit peruttiin koronan vuoksi. Kesällä 2021 tapahtuma järjestettiin pienimuotoisempana ja hajautetummin kahden viikonlopun aikana.

Neulomisen suosio on kasvanut koronapandemian aikana. Moni on kodissa vietetyn ajan lisääntymisen myötä aloittanut neuleharrastuksen ja esimerkiksi sosiaalisessa mediassa nousee esiin, kuinka ihmiset neulovat muun muassa etäpalavereiden aikana. Neulebuumi on muun muassa tuonut harrastukselle runsaasti näkyvyyttä mediassa ja ajoittain aiheuttanut jopa haasteita lankavalmistajille, sillä joidenkin lankojen kysyntä on kasvanut niin, että ne uhkaavat loppua valmistajien omista varastoista. Esimerkiksi kirjoneulepaitojen neulomisen trendi on noussut niin suosituksi, että niissä perinteisesti käytettyjen islantilaisen lankavalmistajan varastot ovat tyhjentyneet suomalaisten neulojien aktiivisuuden vuoksi (Koivuranta 2021).

3.3 Siilinjärven kirjaston markkinoinnin keinot ja kanavat

Aineistojen tarjoaminen on keskeisin kirjaston palvelu. Asiakas voi kohdata sen kolmella tavalla: hyllyjä selailemalla, tietokannan välityksellä tai henkilökunnan suosittelun tai esittelyn kautta. Selailuhakemisessa keskeisiä keinoja ovat erilaiset näyttelyt ja tilojen suunnittelu siten, että teokset tulevat esille ja löytyvät helposti. Kirjastossa saatetaan esitellä vaikkapa asiakkaan tai oman henkilökunnan mieliteoksia, tai kirjaston tiloja voidaan tarjota näyttelyiden, seminaarien tai taide-esitysten pitopaikaksi. Tällöin on kyse mielikuviin perustuvasta tuotesijoittelusta (Juntunen & Saarti 2014, 38-39, 43.)

Siilinjärven pääkirjaston fyysisissä tiloissa on nostettu esiin sen tarjoamaa aineistoa hyvin selkeästi ja runsaasti niin aikuisten, lasten kuin musiikin osastoilla. Koska neuleaiheista aineistoa tarjotaan lähinnä aikuisten osastolla, on mielekästä keskittyä tarkastelemaan erityisesti pääkirjaston aikuistenosaston tiloissa tehtäviä aineistonostoja. Heti sisääntuloaulassa, pääoven läheisyydessä ja lehtien lukusalin vieressä, on esillä vaihtuvia näyttelyitä, joissa esitellään erilaisien teemojen ympärille koottuja aineistoja.



Kuva 1. Aineistonosto sisääntuloaulassa.

Uutuuskirjojen hyllyt ja telineet sijaitsevat lainaukseen ja neuvontaan keskittyvien asiakaspalvelupisteiden läheisyydessä astuttaessa sisään aikuisten osastolle. Osaston keskeisellä alueella on aineistonostoja sekä telineissä että pöydillä tietokirjahyllyjen päädyissä pääkulkureitin varrella. Lisäksi uusia elämäkertakirjoja on nostettu esiin omalle telineelleen lähelle varsinaista elämäkertakirjojen hyllyä.



Kuva 2. Uutuus- ja aikuisten aineiston esittelyä asiakaspalvelupisteiden vieressä.

Kuva3. Aineiston esittelyä aikuistenosastolla.

Aineistoa voidaan markkinoida perinteisempien fyysisten näyttelyiden ja aineistonostojen lisäksi myös muilla tavoin. Jalkautuvan markkinoinnin keinona toimii kirjavinkkaus, jota voi tehdä myös esimerkiksi erilaisilla messuilla tai tapahtumissa (Juntunen & Saarti 2014, 43). Siilinjärven kirjasto tekee kirjavinkkausta esimerkiksi lapsille Youtube-kanavansa kautta. Kanavalla on videoita, joissa tehdään kirjavinkkausta alakoululaisille. 1-2, 3-4 ja 5-6 -luokille löytyy kanavalta omat videonsa. (Siilinjärven kunnankirjasto 2021a.)

Lisäksi kirjavinkkausta tekevät aikuisten tieto- ja kaunokirjallisuudesta vastaavat kirjastonhoitajat esimerkiksi erilaisille ryhmille kirjaston ulkopuolisissa tilaisuuksissa. Lasten aineistosta vastaava kirjastonhoitaja tekee vinkkausta Youtube-kanavan lisäksi muun muassa alakoulun luokille. Pääkirjaston tiloissa tehdään siis kirjavinkkausta lähinnä koululaisryhmille, sillä aikuisille suunnattua, kaikille avointa kirjavinkkausta ei juurikaan tehdä.

Siilinjärven kirjasto esittelee kokoelmaansa myös verkkosivuillaan. Sen internetsivujen etusivulla on erilaisia aineistopoimintoja uutuuskirjoista osastoittain sekä aihepiireittäin. Etusivun ylävalikossa on myös linkki kokoelmiin ja palveluihin, jonka kautta pääsee tarkastelemaan esimerkiksi kirjallisuuteen liittyvien tapahtumien sekä, lasten, nuorten, musiikin ja elokuvien kokoelmien sekä kotiseutukokoelman tietoja (Siilinjärven kirjasto 2021c.) Aineiston esittely nostojen kautta heti etusivulla on helppokäyttöistä ja selkeää. Lisäksi aineistonostojen selailu osastoittain on helposti löydettävissä etusivun kokoelmat ja palvelut -linkin kautta.

Kirjaston tilat toimivat tarvittaessa puitteina myös tapahtumajärjestämiselle. Erilaisten tapahtumat tarjoavat mahdollisuuden kohtaamiseen kirjaston sisältöjen ja muiden ihmisten kanssa, oppimiseen, oivaltamiseen sekä virkistäytymiseen. Tapahtumaa järjestettäessä keskeistä on tiedonkulun varmistaminen eli huolen pitäminen siitä, että tiedottaminen kaikille osapuolille kuten kumppaneille, esiintyjille, yleisölle ja medialle toimii koko prosessin ajan. (Juntunen & Saarti 2014, 58, 60-61, 67.)

Novellikoukku-tapahtumaa on markkinoitu kalenterivuoden ja syksyn alussa paikallislehdessä maksuttomalla tapahtumasivulla. Lisäksi markkinointia tehdään kirjaston kotisivujen sekä Facebook ja Twitter -tilien kautta. Kirjaston tiloissa, sekä pääkirjastolla että Vuorelassa, on ollut tapahtuman mainoksia ilmoitustaululla ja asiakaspalvelutiskeillä. Lisäksi molemmissa toimipisteissä on ollut jaossa mukaan otettavia painettuja aikatauluja tapahtumasta. Novellikoukun ohjaaja on vastuussa myös kirjaston lukupiirin ohjaamisesta ja tuntee sitä kautta osan asiakkaista, jotka osallistuvat molempiin tapahtumiin. Hänellä on joidenkin näiden asiakkaiden yhteystietoja ja hän saattaa lähettää heille tapahtumiin liittyviä viestejä sähköpostitse. Sähköpostin välityksellä tiedottaminen onkin hänen mukaansa osoittautunut tehokkaaksi erityisesti korona-aikana, kun rajoitusten vuoksi tapahtumien järjestämiseen liittyy paljon epävarmuutta. (Parviainen 2021.)

Internetsivujen ja sosiaalisen median tilien merkitys markkinoinnissa on kasvanut viime vuosina merkittävästi. Näissäkin viestinnän kanavissa asiakas on keskiössä, sillä

viestintä ei enää ole yksisuuntaista, vaan asiakkaat osallistuvat siihen, viestivät keskenään ja osallistuvat kirjaston palveluiden kehittämiseen. Internetsivujen ja sosiaalisen median käytössä tulisi myös muistaa, että jos kaikissa kanavissa vain toistaa samaa sisältöä, siitä ei synny lisäarvoa. Eri viestinnän välineitä tulisi käyttää erilaisten sisältöjen tuottamiseen eli tulisi harkita tarkkaan mitä välineitä yleensäkin valikoimasta valitaan ja kuinka niitä käyttää. (Juntunen & Saarti 2014, 72, 76.)

Siilinjärven kirjaston Youtube-kanava sisältää alakoululaisille suunnatun kirjavinkkauksen lisäksi lasten satutuntivideoita, joissa luetaan ääneen esimerkiksi lasten runoja, loruja ja satuja. Kanavalla on myös nukketeatteriesityksiä sisältäviä videoita. (Siilinjärven kunnankirjasto 2021a.) Aikuisille suunnattua sisältöä löytyy Siilinjärven kirjaston Facebook-, Twitter- ja Instagram-tileiltä. Facebook-sivuilla tiedotetaan esimerkiksi ajankohtaisista asioista, kuten koronaan liittyvistä rajoituksista sekä tapahtumista. Joulukuussa 2020 sivuilla julkaistiin kirjaston oma joulukalenteri, jossa joka päivä kirjaston henkilökunnan jäsen esittelee tekemäänsä aineistonostoa. (Siilinjärven kunnankirjasto 2021b.) Kirjaston Instagram-sivuilla puolestaan on muun muassa kuvia kirjankansirunoista, aineistonostoista sekä tiedotteita ajankohtaisista asioista (Siilinjärven kunnankirjasto 2021c). Siilinjärven kirjastolla on myös oma Twitter-tili, josta löytyy muun muassa tietoja aukioloajoista, koronarajoituksista sekä tapahtumista (SiilinjärvenKirjasto 2021).

Siilinjärven kirjasto vaikuttaa melko aktiiviselta sosiaalisen median sisällöntuottajalta erityisesti Facebookissa. Sosiaalisen median sisältö on monipuolista, sillä samoja julkaisuja ei vain kopioida kaikkiin kanaviin, vaan esimerkiksi Instagramissa käytetään hyödyksi alustan omia tunnisteita kuten kansikuvarunoja. Facebookissa toteutettu joulukalenteri on erityisen mielenkiintoista sisältöä, koska sen julkaisuissa näkyy kirjaston henkilökuntaa. Instagram-tili ei näyttäisi olevan yhtä aktiivisessa käytössä kuin Facebook. Julkaisuja on siellä vähemmän, mutta niiden sisältö on mielenkiintoista.

4 NEULEHARRASTAJILLE SUUNNATUN MARKKINOINNIN KEHITTÄMINEN

Tässä luvussa kerrotaan Siilinjärven kirjaston neuleharrastajille suunnattujen palveluiden markkinointikeinojen kehittämideoista. Markkinointikeinovalikoima koskee niin koelma- kuin tapahtumapalveluitakin sekä lisäksi sosiaalisen median kautta tapahtuvaa markkinointia. Luvussa kerrotaan millaisia kehittämideoita ovat ja kuinka ne ovat syntyneet.

4.1 Markkinoinnin suunnitteluprosessi

Markkinoinnin avulla Siilinjärven kirjaston on mahdollista varmistaa, että se kykenee muodostamaan yhteyden neuleharrastajiin ja parhaassa tapauksessa laajentamaan asiakaskuntaansa. Pirjo Vuokon (2004, 115, 118-119) mukaan non-profit organisaatioiden markkinoinnin suunnittelun tavoitteena on nimenomaan vaikuttaa sille tärkeiden sidosryhmien suhteisiin. Sitä kautta organisaation on mahdollista toimia parhaalla mahdollisella tavalla. Hyvällä suunnittelulla varmistetaan, että organisaatio kykenee toteuttamaan missiotaan eli määrittelemään mitä se on ja ketä varten. Markkinoinnin suunnittelun tulisi pohjautua tosiasioihin ja perusteltuihin oletuksiin. Nämä seikat on otettava huomioon myös Siilinjärven kirjaston markkinointia kehitettäessä. Suunnitteluprosessissa on perehdyttävä tietoon markkinoinnin teorioista ja toteutustavoista sekä kohderyhmän eli neuleharrastajien toiveista, jotta kyetään varmistumaan siitä, että markkinointi pohjautuu tosiasioihin ja perusteltuihin oletuksiin.

Markkinoinnin suunnitteluprosessin aluksi täytyy tunnistaa ongelma tai mahdollisuus eli että Siilinjärven kirjaston olisi mahdollista tavoittaa entistä paremmin neuleharrastajia kehittämällä markkinointiaan. Markkinoinnin teoreettiseen tietoon, Siilinjärven kirjaston valitseisiin markkinointikeinoihin ja kohderyhmän toiveisiin perehtymällä analysoidaan tilanne ja Siilinjärven kirjaston resurssit. Neuleharrastajille kohdistettujen markkinointikeinojen ideoinnin kautta asetetaan tavoitteet, joihin pyritään. Näiden ideoiden toteutustapoja pohtimalla taas selvitetään, mitä tulisi tehdä, jotta päästään asetettuun tavoitteeseen. (Vuokko 2004, 121.)

Markkinoinnin suunnittelu tulisi aina aloittaa määrittelemällä, mitä arvoa ja hyötyä pyritään aikaansaamaan ja mille kohderyhmälle. Siilinjärven kirjaston neuleharrastajille tarjotujen palveluiden arvoiksi nousee sisältöjen tarjoaminen ilmaiseksi. Kuten luvussa 3.1 todettiin, tämä todetaan kirjaston markkinointia koskevissa teorioissa yleisemminkin kirjaston tehtäväksi. Markkinoinnin suunnittelussa tulisi pyrkiä aikaansaamaan sitä arvoa, joka on valittu. Tämä voi tarkoittaa muun muassa organisaation palvelujen tai toiminnan kehittämistä ja tarjoamista. Tähän pyritään myös kehitettäessä Siilinjärven kirjaston markkinointia. Suunnitteluprosessin lopuksi päätetään, miten kohderyhmälle viestitään valitusta arvosta eli päätetään mitä sanotaan, miten ja missä. (Vuokko 2004 137-138.) Kun pohditaan Siilinjärven kirjaston neuleharrastajille suuntaaman markkinoinnin keinoja, apuna käytetään havaintoja sen nykyisistä markkinointikeinoista ja neuleharrastajilta haastattelujen kautta saatuja tietoja.

Sisältömarkkinointia hyödyntämällä on mahdollista ideoida Siilinjärven kirjastolle perinteisestä kirjaston markkinoinnista poikkeavia ja erottuvia keinoja. Sisältömarkkinoinniksi kutsutaan sellaista markkinointia, joka ohjaa epäsuorasti ja vain osittain asiakkaista palvelujen piiriin. Sen tavoitteena on, myynnin tai palveluiden piiriin ohjaamisen sijaan, luoda arvoa kohderyhmälle joko neuvojen, opastuksen, viihdyttämisen tai inspiroimisen kautta. Sen viestit suunnitellaan käyttäen lähtökohtana asiakkaiden tarpeita. Sisältömarkkinoinnin kautta luodaan lisäarvoa asiakkaille ennen myyntitapahtumaa tai palveluiden piiriin saamista. Onnistuneen sisältömarkkinoinnin avulla on mahdollista luoda kysyntää tai muokata markkinaa yritykselle tai organisaatiolle suotuisampaan suuntaan. Sisältömarkkinointia tehdään yleensä digitaalisesti esimerkiksi verkkosivuilla tai sosiaalisessa mediassa. (Rummukainen, Hakola & Hiila 2019, 32-33.)

Siilinjärven kirjastolle sisältömarkkinointi näyttäyty neuleharrastajille suunnatun markkinoinnin toteuttamisessa hyväksi keinoksi, koska se on tehokas keino lähestyä kohderyhmää, kun sen huomiosta kilpailee useat tahot. Lisäksi sen avulla Siilinjärven kirjastolla olisi mahdollisuus ymmärtää neulojien tarpeita entistä paremmin ja myös vastata niihin paremmin. (Rummukainen et al. 2019, 46-47.) Luvussa 2.2 pohdittiin Siilinjärven kirjaston mahdollisuutta tarjota neuleaiheista e-aineistoa. Sellaisen hankkiminen Siilinjärven kirjastoon todettiin kuitenkin epäkäytännölliseksi. Kirjastolla olisi kuitenkin mahdollisuus tarjota neuleharrastajille muunlaista digitaalista sisältöä sisältömarkkinoinnin välityksellä. Samalla, kun se vastaisi neulojien toiveisiin, Siilinjärven kirjaston mahdollisuudet tavoittaa heitä paremmin verrattaessa muihin neuleaiheisen sisällön tarjoajiin paranisivat sisältömarkkinoinnin avulla.

4.2 Haastattelut markkinoinnin kehittämisen lähtökohtana

Kahta neuleharrastajaa haastatteleamalla pyrittiin saamaan selville mitä markkinointikanavia käyttämällä Siilinjärven kirjastolla olisi mahdollisuus tavoittaa kyseinen asiakassegmentti. Haastattelut toteutettiin videoyhteydellä Zoom-palvelussa. Haastateltavat löytyivät tämän opinnäytetyön tekijän tuttavapiiristä. Haastatteluissa selvitettiin, mitä neuleaiheisia yleisen kirjaston palveluita haastateltavat käyttävät ja kuinka usein, sekä heidän mielipiteitään näiden palveluiden laadusta. Palveluihin liittyvät kysymykset kohdentuivat erityisesti yleisen kirjaston tarjoamiin neuleaiheisiin fyysisiin aineistoihin sekä tapahtumapalveluihin. Haastatteluissa selvitettiin myös millaisia markkinointikeinoja neulojat pitävät mielenkiintoisina ja houkuttelevina. Haastatteluiden tavoitteena oli siis saada selville neuleharrastajien mielipiteitä markkinointikanavien ja -keinojen valintaan. Osa kysymyksistä koski sosiaalisen median merkitystä potentiaalisena markkinointikanavana.

Neuleharrastajien haastatteluissa ilmeni, että he tekevät kirjastokäyntiensä yhteydessä enemmän selailevaa tutustumista neulekirjojen valikoimiin ja internetin kautta puolestaan täsmällisempiä hakuja esimerkiksi tarkistaessaan löytyykö jotakin tiettyä kirjaa kirjaston valikoimista. Haastatteluissa nousee esille toive, että kirjasto tarjoaisi ”perusneulekirjojen” lisäksi nimenomaan aktiivisille neulojille mielenkiintoisena näyttäytyvää aineistoa. Neulojat toivovat, että kirjasto palvelisi myös niitä, jotka ovat kiinnostuneita juuri sillä hetkellä neulemaailmassa pinnalla olevista ilmiöistä siksi, että kirjaston palvelujen kautta kaikilla olisi mahdollisuus päästä osalliseksi niistä ilmaiseksi. Haastatteluissa nousi esiin toive siitä, että kirjastossa seurattaisiin käsityömaailman kehitystä ja ilmiöitä muun muassa sosiaalisen median kautta, jotta aineisto olisi ajantasaista eikä tulisi asiakkaiden saataville viiveellä. Haastatteluissa pohdittiin myös, olisiko kirjaston mahdollista tarjota neuleaiheista e-aineistoa.

Haastatteluissa kävi ilmi, että ainakaan kyseisillä neulojilla ei ollut täysin paikkaansa pitäviä mielikuvia yleisen kirjaston tarjoamien fyysisten kokoelman laajuudesta, sillä toinen haastateltavista mainitsi, että neulojien suosiman Laine Publishing -kustantamon tuotteita ei olisi kirjastojen kokoelmissa. Hän totesi myös toivovansa, että kirjasto panostaisi muihin kuin ”perusneulekirjoihin”, mutta toisaalta totesi usein myös yllättyvänsä kirjaston neulekirjahyllyjä selatessaan, kun sieltä saattaa löytyä kiinnostavia, hänelle ennestään tuntemattomia teoksia.

Haastatteluissa nousi esiin tapahtumien merkitys neuleharrastajien keskuudessa ja mahdollisuus osallistua niihin kirjastossa. Novellikoukku nousi esiin esimerkkinä kirjaston järjestämästä neuleaiheisesta tapahtumasta. Kirjastossa järjestettävistä neuleaiheisista tapahtumista mainittiin myös tapahtumat, joilla neulomisesta väitöskirjan tehnyt henkilö on ollut kirjaston vieraana luennoimassa tutkimusaiheestaan. Lisäksi käsitöitä koskevat näyttelyt koettiin kiinnostavana kirjaston tarjoamana neuleaiheisena sisältönä. Toinen haastateltava mainitsi, kuinka kirjasto voisi toimia nimenomaan matalan kynnyksen paikkana neuleaiheisen tapahtuman järjestäjänä ja houkutella paikalla uusia neulojia. Neuletapahtumia järjestävät usein kaupalliset tahot, kuten esimerkiksi lankakaupat ja osallistujille saattaa syntyä mielikuva, että heidän on käyntinsä aikana myös ostettava jotakin. Kirjastossa tällaista mielikuvaa ei syntyisi ja sen järjestämään neuletapahtumaan saattaisi osallistua sellaisiakin neulojia, jotka eivät ole aikaisemmin käyneet vastaavallisissa tapahtumissa.

Haastatteluissa kävi ilmi, että sosiaalisella medially on suuri merkitys neuleharrastajille. Haastatellut neulojat kertoivat käyttävänsä Ravelry-sivuston lisäksi Instagram, Facebook ja Youtube -alustoja. Haastatteluissa molemmat neulojat kertoivat ajatuksen kirjaston sosiaalisessa mediassa järjestämästä yhteisneulonnasta olevan mielenkiintoinen. Toinen haastateltavista toteaa, että kirjaston järjestämänä yhteisneulontojen piiriin saattaisiin saada houkuteltua sellaisia neulojia, jotka eivät ole niihin aikaisemmin sellaiseen osallistuneet. Parhaassa tapauksessa kirjaston järjestämä yhteisneulonta tarjoaisi heille mahdollisuuden toteuttaa sosiaalisesti harrastustaan ja keinon tutustua muihin neulojiin.

Haastatteluissa kartoitettiin myös neuleharrastajien kiinnostusta neulekirjan julkaisseen suunnittelijan kirjailijavierailua kohtaan. Sama idea nousi esiin toisessa haastattelussa neulojan omasta aloitteesta, kun kysyttiin yleisemmin toiveita kirjastossa järjestettävään tapahtumiin liittyen. Tällaisia tapahtumia, joissa kirjan tekijä esittelee teostaan, haastateltava kertoo järjestettävän myös lankakaupoissa. Molemmat haastateltavat toteavat neulesuunnittelijoiden keskuudessa olevan nykyisin ”staroja”, joilla on oma ”fanikuntansa”. Eli molemmat haastateltavat pitävät ideaa kirjailijavierailusta toteuttamiskelpoisena ideana.

Sosiaalinen media nousee siis haastatteluissa esille neuleharrastajia tavoittavana kanavana, jossa Siilinjärven kirjaston olisi mahdollista tehdä heille suunnattua markkinointia. Idea kirjaston järjestämästä yhteisneulonnasta sosiaalisessa mediassa saakin positiivisen vastaanoton haastateltavien keskuudessa. Tiedusteltaessa toiveita kirjaston

neuleaiheisia palveluita koskien, nousee esille ajatus kutsua kirjastoon vieraaksi neulekirjan tekijä. Tällaisen vierailun kautta myös Siilinjärven kirjaston olisi mahdollista toteuttaa kokoelmiensa markkinointia. Haastatteluissa nousee esille, kuinka kirjasto nähdään matalankynnyksen paikkana, jonka olisi mahdollista houkutella markkinoinnin kautta uusia osallistujia neuleyhteisön aktiivisiksi jäseniksi esimerkiksi yhteisneulonnan kautta tai järjestämällä neulekirjailijan vierailu. Mielikuvat yleisen kirjaston tarjoamista kokoelmapalveluista ovat osittain ristiriitaisia ja kaikki niistä eivät pidä paikkaansa. Siksi myös Siilinjärven kirjaston tulisi panostaa neuleaiheisen kokoelmansa markkinointiin, jotta sen laadukkuus tulisi paremmin esille ja neuleharrastajien tietoon.

4.3 Markkinointikeinojen kehittämisideat

Luvussa 3.3 selvisi, että Siilinjärven kirjastossa käytetään jo nyt monipuolisesti erilaisia markkinointikeinoja niin kirjaston fyysisissä tiloissa, sen internet-sivuilla kuin sosiaalisen median tileillä. Kuitenkin olisi hyödyllistä ideoida ja kehittää suoraan neuleharrastajien asiakassegmentille suunnattua palveluiden markkinointia heidän tavoittamiseksi. Haastatteluissa selvisi, että neuleharrastajat olisivat kiinnostuneita nimenomaan heille suunnatuista markkinointikeinoista.

Aineistonostot valikoituvat keinoksi markkinoida Siilinjärven kirjaston neuleaiheista kokoelmaa tarkasteltaessa sen nykyisin käytössä olevaa markkinointikeinovalikoimaa. Neuleaiheisen kokoelman markkinointikeinoksi valikoituu myös neulekirjan tekijän vierailu Siilinjärven pääkirjastossa. Tällöin kirjasto tarjoaa neulesuunnittelijalle itselleen mahdollisuuden toteuttaa teoksensa/teostensa markkinointia. Kirjaston neulekirjojen kysyntä parhaassa tapauksessa kasvaa tapahtuman seurauksena. Paikalle kutsuttavaksi neulekirjailijaksi on suositeltavaa valita paikallinen neulesuunnittelija, sillä silloin esimerkiksi matkakustannukset jäävät pienemmiksi ja Siilinjärven kirjaston olisi mahdollista tukea paikallista osaamista. Tapahtuman markkinointi tulee toteuttaa monipuolisesti erilaisia kanavia hyödyntäen pohtimalla, mitkä kanavat ja keinot tavoittaisivat nimenomaan neuleharrastajia.

Haastatteluissa nousi esiin sosiaalisen median merkitys neuleharrastajien kohtaamispaikkana. Haastateltavat pitivät ajatusta kirjaston järjestämästä yhteisneulonnasta mielenkiintoisena ja houkuttelevana. Haastatteluissa toivottiin kirjaston olevan kiinnostunut saamaan yhteys ja seuraamaan neuleyhteisön ilmiöitä. Tällöin esille nousi ajatus siitä, että tämän yhteyden saamiseen voisi hyödyntää sosiaalista mediaa. Yhteisneulonnan

toteuttaminen Siilinjärven sosiaalisen median tilien kautta vaikuttaakin siksi neulojia tavoitavalta markkinointikeinolta. Yhteisneulonnan kautta Siilinjärven kirjastolle avautuu mahdollisuus toteuttaa fyysisen neuleaiheisen kokoelmansa markkinointia ja houkutella sen palveluiden piiriin uusia asiakkaita neuleharrastajien keskuudesta hyödyntämällä sisältömarkkinoinnin keinoja.

Yhteisneulonnoissa osallistujat käyttäisivät kirjaston neulekirjoista löytyviä ohjeita. Yhteisneulonnasta käytetään usein lyhennettä KAL (Knit a long). Yhteisneulonnat ovat olleet viime vuosina hyvin suosittuja neulojien keskuudessa, ja niitä ovat järjestäneet esimerkiksi neulepodcastaajien, -suunnittelijoiden ja käsityölehtien ohella muutkin tahot. Esimerkiksi Yksi Ylen TV-ohjelman Strömsön tekijöistä suunnitteli kirjoneulepaidan, joka julkaistiin ohjelman kotisivuilla tammikuussa 2021. Seitsemän viikon aikana sekä suomeksi että ruotsiksi julkaistua ohjetta oli käyty katsomassa ohjelman nettisivuilla lähes puoli miljoonaa kertaa. (Kaakinen 2021.) Yhteisneulontoja ovat järjestäneet myös monet seurakunnat. Näissä yhteisneulonnoissa usein esimerkiksi joku seurakunnan työntekijöistä on suunnitellut sukat tai lapaset, jotka liittyvät omaan kotikirkkoon (Taura-Jokinen 2016). Yhteisneulonta voisi siis olla Siilinjärven kirjastolle potentiaalinen keino tavoittaa neuleharrastajia. Se tulisi toteuttaa niin että se kytkeytyy kirjaston palveluihin kuten kokoelmiin. Siilinjärven kirjaston neulekirjakokoelmat tarjoavat harrastajille valtavan määrän ohjeita, joita heidän olisi mahdollista hyödyntää yhteisneulonnan myötä.

Sosiaalinen media nousee esille myös pohdittaessa keinoja tehostaa Novellikoukku-tapahtuman markkinointia. Tällä hetkellä käytössä olevat tapahtuman markkinointikeinot vaikuttavat yleisesti ottaen monipuolisilta ja toimivilta, sillä Novellikoukkuja mainostetaan aktiivisesti kaikkia kirjaston viestintäkanavia hyödyntäen. Sen sosiaalisen median markkinointi voitaisiin kuitenkin ulottaa koskemaan Facebookin ja Twitterin lisäksi Siilinjärven kirjaston Instagram-tiliä. Kuten aikaisemmin on todettu, Instagram on suosittu sosiaalisen median kanava neulojien keskuudessa ja siksi sen kautta voisi olla mahdollista tavoittaa myös siilinjärveläisiä neulojia.

4.4 Markkinointikeinojen toteuttaminen

Siilinjärven pääkirjaston neulekirjakokoelmaa tarkastelemalla aineistonostojen aiheiksi ovat valikoituneet: villasukka, lasten neuleet, suomalainen neulesuunnittelu ja kirjoneuleet. Kyseiset aiheet ovat valikoituneet nostojen aiheiksi, koska teemoihin liittyvät teokset ovat suosittuja neuleharrastajien keskuudessa ja niihin liittyviä kirjoja löytyy

runsaasti Siilinjärven pääkirjaston kokoelmista. Villasukka on valikoitunut aineistonoston aiheeksi, koska neulojien keskuudessa villasukkien neulominen on suosittu, ellei jopa kaikista suosituin tuote. Niitä tekevät niin aloittelevat kuin kokeneetkin neulojat. Ei siis ihme, että aiheesta julkaistaan edelleen vuosittain useita kirjoja. Lisäksi erityisesti viimeisten vuosien aikana on julkaistu usean käsityölehden brändin alla teemanumeroita, joiden aiheena on nimenomaan villasukka.

Viime vuosien aikana on julkaistu myös useita lasten neuleisiin liittyviä sisällöltään kauniita ja moderneja kirjoja esimerkiksi norjalaisten Klompelompe-kirjojen tekijöiden ja suomalaisten neulesuunnittelija Veera Jussilan toimesta. Myös sosiaalisessa mediassa näkee usein, kuinka neulojat ovat tehneet erityisesti uusista suosituista neulekirjoista löytyviä ohjeita joko omille, tuttaviansa lapsille tai lapsille suunnattuihin hyväntekeväisyysprojekteihin.

Suomalaiset neulesuunnittelijat ovat olleet tuotteliaita kirjojen julkaisemisen saralla viimeisten vuosien aikana, joten heidän kirjoistaan löytyy runsaasti materiaalia oman aineistonoston tekemiseen. Moni suomalaisista suunnittelijoista on noussut suosituksi myös kansainvälisessä neuleyhteisössä. Esimerkkinä tästä Laine Publishing -kustantamon suunnittelija Jonna Hietala. Saman kustantamon julkaisema Onnensäikeitä-kirja auttoi varmasti Johanna Ärjettä saamaan lisää kansainvälistä näkyvyyttä. Myös Leeni Hoimelan ensimmäinen kirja Urban Knit julkaistiin samaan aikaan sekä suomeksi että englanniksi. Heinäkuussa 2021 ensimmäisen kirjansa julkaisi Sari Nordlund, joka on toiminut aikaisemmin muun muassa Novitan suunnittelijana.

Tällä hetkellä suurena neuletrendinä on kirjoneuleiden ja erityisesti kirjoneulepaitojen tekeminen. Siksi tämä on yksi varteenotettava ehdotus aineistonoston aiheeksi. Pohjoismaalaistyylisten kirjoneulepaitojen neulomiseen liittyvien kirjojen kysyntä tosin on tällä hetkellä niin suurta, että on varmasti haastavaa löytää kyseiseen aiheeseen sopivia kirjoja, jotka eivät olisi lainassa asiakkailta.

Siilinjärven kirjaston yhteisneulonnan aiheiksi sopii samat teemat kuin edellä esitellyissä aineistonostoissa eli villasukka, lasten neuleet, suomalainen neulesuunnittelu tai kirjoneuleet. Kun valitaan sosiaalisen median kanavaa yhteisneulonnan toteuttamiseksi, tulee pohtia, mitä kautta sen järjestäminen on sekä luontevinta että tavoitettavimman monta potentiaalista osallistujaa. Yleensä yhteisneulonnat järjestetään nimenomaan sosiaalisen median kautta, mutta Siilinjärven kirjastossa olisi mahdollista järjestää myös siihen liittyviä tapaamisia pääkirjaston tiloissa. Tällaisissa tapaamisissa on

tarkoituksena kokoontua vapaamuotoisesti neulomaan yhteisneulontaan liittyviä neuleita. Tapaamiset olisivat suositeltavaa järjestää joko arki-iltana tai viikonloppuna, jotta mahdollisimman moni neuloja pääsisi osallistumaan niihin.

Ennen yhteisneulonnan alkua ja sen ajaksi, pääkirjaston tiloihin voi lisäksi koota aineiston sen aiheeseen liittyvistä kirjoista. Koska ehdotukset yhteisneulonnan aiheeksi ovat samat kuin aineistonostojen aiheet, voi niihin liittyviä kirjaehdotuksia käyttää myös yhteisneulontaan liittyvän noston rakentamisessa. Näitä aineistonostoja olisi mahdollista esitellä myös Siilinjärven kirjaston sosiaalisen median tileillä, jotta osallistujat näkevät esimerkkejä kirjoista myös sitä kautta ja mahdollisesti kiinnostuvat tulemaan paikalle pääkirjastoon tutkimaan kirjatarjontaa ja lainaamaan niitä.

Siilinjärven pääkirjastoon on mahdollista kutsua vieraaksi neulekirjan julkaissut suunnittelija. Neulesuunnittelijavierailijaksi Siilinjärven kirjastoon olisi mahdollista kutsua esimerkiksi useita villasukkakirjoja julkaissut Niina Laitinen, joka asuu Siilinjärven naapurikunnassa Lapinlahdella. Laitinen on julkaissut useita villasukkakirjoja, joista monet ovat olleet myydyimpien kirjojen listalla. Toinen mahdollinen vieraaksi kutsuttava paikallinen neulesuunnittelija on pitkään suunnittelua tehnyt ja kirjoneulesukkakirjan julkaissut Tiina Kuulasmaa eli Tiina Kuu, joka asuu Kuopiossa.

Novellikoukku-tapahtumaa voisi kehittää siirtämällä sen ajankohtaa arkipäivästä arki-iltaan, jolloin yhä useammalla neuleharrastajalla olisi mahdollisuus osallistua siihen. Lisäksi tapahtuman markkinointia voitaisiin tehdä myös Siilinjärven kirjaston Instagram-tilillä erityisesti, koska se on suosittu sosiaalisen median kanava neulojien keskuudessa. Instagramissa, samoin kuin myös Facebookissa, tunnisteiden käyttäminen lisää kanavien käyttäjien mahdollisuutta löytää kyseiset julkaisut.

5 LOPUKSI

Tässä opinnäytetyössä kehitettiin Siilinjärven kirjaston markkinointikeinoja, jotta se tavoittaisi jatkossa paremmin neuleharrastajia ja onnistuisi houkuttelemaan heitä palveluidensa piiriin. Työssä pyrittiin selvittämään, millaisia markkinointikeinoja ja -kanavia käyttäen Siilinjärven kirjastolla on mahdollisuus tavoittaa neuleharrastajia. Opinnäytetyöprosessin aikana selvisi, että Siilinjärven kirjasto kohtaa neuleharrastajia tarjoamalla heille laadukkaita palveluja sekä toteuttaa aktiivisesti ja monipuolisesti markkinointia erilaisia kanavia hyödyntäen. Kuitenkin suuntaamalla markkinointia nimenomaan neuleharrastajille, sille tarjoutuisi mahdollisuus houkutella uusia asiakkaita palvelujensa piiriin. Liitteenä olevassa osiossa esitetään Siilinjärven kirjastolle konkreettisia ideoita neuleharrastajille suunnatun markkinoinnin keinoiksi.

Opinnäytetyön aihe on hyvin spesifi ja kohderyhmä, jolle markkinointia suunnataan alusta saakka hyvin selkeä. Oli kuitenkin haastavaa pysyä nimenomaan markkinoinnin näkökulmassa ja keskittyä pohtimaan neuleharrastajien haastattelujen sisältöä prosessin aikana, sillä olen itsekkin neuleharrastaja. Ennen kuin työssä keskityttiin tarkemmin markkinointiin, selvitettiin, millaisia palveluita Siilinjärven kirjasto tarjoaa neuleharrastajille. Tämän jälkeen oli mahdollista selvittää, millaista markkinointia kirjasto ympäristössä on ylipäätään mahdollista toteuttaa ja kuinka neuleharrastajille kohdistettavaa markkinointia voidaan määritellä. Työssä selvitettiin millaisia markkinointikeinoja Siilinjärven kirjasto tällä hetkellä käyttää ja neuleharrastajille suunnattujen markkinointikeinojen ideoinnissa on hyödynnetty osittain näitä nykyisiä keinoja. Kuitenkin haastatteluissa tuli selkeästi ilmi, kuinka neulojat toivoisivat kirjastolta panostusta e-aineistoihin ja sosiaaliseen mediaan. Siksi ideoinnissa on otettu huomioon myös sosiaalisen median merkitys markkinointikanavana ja sisältömarkkinoinnin mahdollisuudet sinne luotavan sisällön perustaksi.

Opinnäytetyön tekijä kokee, että työn rakenne on selkeä ja sen sisältö rakentui lopulta suhteellisen helposti, kunhan aihe oli ensin rajattu selkeästi. Aiheen spesifiys asetti omat haasteensa sisällön määrälle, mutta tekijä kokee kuitenkin sen olevan tarpeeksi monipuolista. Motivaation ylläpitoa auttoi se, että aihe koski omaa mielenkiinnon kohdetta ja harrastusta. Opinnäytetyöprosessin aikana tekijä oppi runsaasti uutta sekä itse prosessin kulusta että työn aiheesta. Markkinointia tarkastellaan työssä niin teoreettisista kuin käytännön näkökulmista. Toimeksiantaja antoi opinnäytetyön tekijälle vapauden

toteuttaa prosessi itsenäisesti ja yhteistyö kirjastonhoitajien haastattelujen yhteydessä toimi sujuvasti.

Neuleharrastajat ovat mielenkiintoinen tutkimuskohde ja heidän suhdettaan yleiseen kirjastoon olisi mahdollista tutkia myös muista näkökulmista. Olisi esimerkiksi mielenkiintoista selvittää tarkemmin neuleharrastajien mielipiteitä toiveita heille tarjotuista palveluista Siilinjärven kirjastossa. Tällöin haastateltavat neulojat voisivat olla nimenomaan siilinjärveläisiä ja heitä tulisi olla määrällisesti enemmän. Tätä opinnäytetyötä voivat hyödyntää Siilinjärven kirjaston lisäksi myös muut yleiset kirjastot pyrkiessään tavoittamaan markkinointinsa kautta neuleharrastajia.

LÄHTEET

Finland Festivals. 2018. Jyväskylän neulefestarit oli menestys – kävijöitä lähes 6 000. Finland festivals 11.7.2018. Viitattu 14.1.2021. <http://www.festivals.fi/jyvaskylan-kesan-neulefestarit-oli-menestys-kavijoita-lahes-6-000/#.YAArt3YzblU>

Finto 2021. Suomalainen sanasto ja ontologiapalvelu . YKL – Yleisten kirjastojen luokitusjärjestelmä. Viitattu 14.4.2021. <https://finto.fi/ykl/fi/>

Helinsky, Z. & Jokitalo, P. 2012. Pieni mutta tärkeä kirja kirjastojen markkinoinnista. Helsinki: Avain.

Juntunen, A. & Saarti, J. 2014. Ulos kirjastosta: Kirjastojen markkinointiviestintä. Helsinki: Avain.

Kaakinen, E. 2021. 7 viikossa melkein puoli miljoonaa klikkausta – Strömsö-paidan ohje kiinnostaa jo Islannissa asti. Yle uutiset 28.3.2021. Viitattu 3.5.2021. <https://yle.fi/uutiset/3-11855382>

Koivuranta, E. 2021. Perheenäiti neuoi 8 kuukaudessa 24 paitaa – esimerkki ilmiöstä, jota Islannissa ihmetellään: "Suomessa tapahtuu jotain hullua". Yle uutiset 8.2.2021. Viitattu 26.2.2021. <https://yle.fi/uutiset/3-11769862>

Matthews, J. R. 2009. The customer-focused library: Re-inventing the library from the outside-in. Santa Barbara, Calif.: Libraries Unlimited.

Mölläri, A. Novellikoukku. Tapahtuma ja ideapankki 8.3.2016. Kirjastot.fi. Viitattu 14.4.2021. https://www.kirjastot.fi/node/1186?language_content_entity=fi

Novita Oy, 2021. Novita knits. Viitattu 13.1.2021. <https://www.novitaknits.com/fi/>

Parviainen, M. 2021. Haastattelu, Siilinjärven kirjaston kirjastonhoitaja Maija Parviaista haastatteli 31.3.2021 Jenni Ritanen

Pihlaja, R. 2021a. Haastattelu, Siilinjärven kirjaston kirjastonhoitaja Reetta Pihlajaa haastatteli 8.4.2021 Jenni Ritanen

Pihlaja, R. 2021b. Haastattelu. Siilinjärven kirjaston kirjastonhoitaja Reetta Pihlajaa haastatteli 31.3.2021 Jenni Ritanen

Rummukainen, M., Hakola, I. & Hiila, I. 2019. Sisältömarkkinoinnin työkalut. Helsinki: Alma Talent.

Siilinjärven kirjasto. 2021a. Vuorelan kirjasto. Viitattu 24.2.2021. <https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Content/vuorelankirjasto>

Siilinjärven kirjasto. 2021b. YKL 65.43. Hakutulokset. Viitattu 23.4.2021. https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Search/Results?limit=0&filter%5B%5D=%7Eformat%3A%22%2FJournal%2FJournal%2F%22&filter%5B%5D=%7Eformat%3A%22%2FBook%2F%22&filter%5B%5D=%7Ebuilding_sub_str_mv%3A%22%22&filter%5B%5D=%7Emajor_genre_str_mv%3A%22nonfiction%22&lookfor=%22ykl+65.43%22&type=Classification

Siilinjärven kirjasto, 2021c. Tervetuloa Siilinjärven kunnankirjastoon. Viitattu 24.2.2021. <https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/>

SiilinjärvenKirjasto. 2021. Twitter-yhteisöpalvelu. Viitattu 24.2.2021. <https://twitter.com/siilinjrvi-lib?lang=fi>

Siilinjärven kunnankirjasto. 2019. Siilinjärven kunnankirjaston kokoelmaohjelma. Päivitetty 12.3.2019. Viitattu 8.3.2021. <https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Content/kokoelmaohjelma>

Siilinjärven kunnankirjasto 2021a. Youtube-yhteisöpalvelu. Viitattu 27.5.2021. <https://www.youtube.com/channel/UCAj1ET5r46ABQyLM1TcJnAQ/videos>

Siilinjärven kunnankirjasto. 2021b. Facebook-yhteisöpalvelu. Viitattu 24.2.2021. <https://www.facebook.com/pg/Siilinjarven-kunnankirjasto-315683911781019/posts/>

Siilinjärven kunnankirjasto 2021c. Instagram-yhteisöpalvelu. Viitattu 24.2.2021. <https://www.instagram.com/siilinjarvenkunnankirjasto/?hl=fi>

Siilinjärven kunta. 2020. Siilinjärven kirjaston uusi verkkokirjasto Siili-Finna avataan 29.2.2020. 13.2.2020. Viitattu 24.2.2021. <https://www.siilinjarvi.fi/ajankohtaista/siilinjarven-kirjaston-uusi-verkkokirjasto-siili-finna-avataan-29-2-2020/>

Taura-Jokinen, E. 2016. Kotikirkon koristekoukerot kiinnostavat käsityöväkeä. Seurakuntalainen-verkkomedia 19..10.2016. Viitattu 3.5.2021. <https://www.seurakuntalainen.fi/uutiset/kotikirkon-koristekoukerot-kiinnostavat-kasityovakea/>

Vuokko, P. 2004. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. Helsinki: WSOY.

Neuleharrastajia tavoittavia markkinointikeinoja

Johdanto

Toteuttamalla erityisesti neuleharrastajille kohdistettua markkinointia, Siilinjärven kirjastolla on mahdollisuus tavoittaa paikallisia neulojia. Markkinointia kehittämällä sen mahdollisuudet menestyä kilpailussa neulojien huomiosta paranevat. Oikeanlaisia markkinointikeinoja valitsemalla, Siilinjärven kirjaston palvelut tavoittavat uusia asiakkaita neuleharrastajien keskuudessa.

Nämä markkinointikeinot on ideoitu Siilinjärven kirjastolle avuksi kohdistamaan markkinointiaan neuleharrastajien kohderyhmälle. Lisäksi tämä opinnäytetyön osa toimii apuna markkinointikeinojen toteuttamiseksi käytännössä. Siinä kerrotaan, mitä keinoja käyttäen neuleharrastajia kiinnostavaa markkinointia on mahdollista toteuttaa Siilinjärven kirjastossa. Kirjaston toteuttaman markkinoinnin kanavat on valittu siten, että niiden avulla tavoitettaisiin neuleharrastajaa mahdollisimman runsaasti.

Aineistonostot neulekirjojen markkinointikeinona

Villasukkakirjoihin liittyvään aineistonoston nimeltä: Villasukkia joka makuun, ehdotuslistaan on valikoitunut mukaan myös muutama vanhempi teos, jotka vaikuttavat edelleen laadukkaita. Mukana on sukan neulontaa opetteleville sopivia kirjoja kuten: Täydellisesti istuvat sukat mittojen mukaan sekä vaativia sukkaohjeita sisältäviä teoksia kuten kirjo-neulesukkakirja Tuhansien villasukkien maa sekä jo vuonna 2011 ilmestynyt esimerkiksi haastavia palmikkosukkaohjeita sisältävä Sukkia. Rakkaudella. Lisäksi mukana on villasukkatrendejä synnyttäneitä ohjeita sisältäviä kirjoja kuten JonSukat-kirja.

Taulukko 1. Kirjaehdotuksia aineistonostoon: Villasukkia joka makuun

Kirjan nimi	Linkki Siili-Finnaan
52 x villasukat	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.568007
JonSukat: villasukkarakkautta	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.559996

Jämälankasukat: neulo keränloput ihaniksi sukiksi	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.548236
Katse kantapäihin: vaihtelua villasukan neulontaan	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.550461
Koko perheen villasukat	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.548238
Lempivillasukkia	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.575771
Muhkeat sukat	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.540858
Näyttävimmät villasukat	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.528443
Olipa kerran villasukka	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.563674
Pitsisukkien taikaa	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.579544
Puikkomaisterin sukkasirkus	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.540861
Rakkaudesta villasukkiin	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.565931
Sissukat: lämmöllä rakkaudella	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.576007
Sukkia. Rakkaudella	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.287092
Suuri suomalainen toivesukkakirja: miesten sukat	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.539516
Suuri suomalainen toivesukkakirja: sukat kaikilla mausteilla	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.581181
Sydämellinen sukkakirja; kirjoneuletta ja pitsiunelmia	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.539517
Tuhansien villasukkien maa	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.548246
Täydellisesti istuvat sukat mittojen mukaan	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.561421

Villasukkakirja: vaativia malleja taitavalle neulojalle	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.272505
Villasukkien uudet trendit	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.550455
Villasukkien valtakunta	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.587838
Villasukkien vuosi	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.535191
Villit vantuut & vallattomat villasukat 1	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.407313

Lasten neuleisiin keskittyvään aineistonostoon nimeltä: Kauniita neuleita lapsille - kaikkiin vuodenaikoihin, ehdotetaan otettavaksi mukaan esimerkiksi jo vuonna 2014 ilmestynyt teos Tähtä, keiju ja taikasauva: neuleita lapsille, koska siinä olevat ohjeet olivat ulkonäöltään ja toteutustavoiltaan aikaansa edellä ja siksi edelleen neulojan näkökulmasta ajankohtaisia. Villasukkien neulominen on suosittua myös lapsille ja siksi taulukosta löytyy myös kirjat: Suuri suomalainen toivesukkakirja: lasten sukat ja Vallattomat vauvansukat.

Taulukko 2. Ehdotuksia aineistonostoon: kauniita neuleita lapsille - kaikkiin vuodenaikoihin.

Kirjan nimi	Linkki Siili-Finnaan
Islantilaisia lastenneuleita	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.567159
Jonsukat – Villarakkautta: lasten neuleet	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.582258
Joridin neuleita lapsille: 45 hauskaa neuleohjetta	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.537201
Klompelompe: ihania neuleita lapsille	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.197961
Klomepelompe: kesälapset	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.561084
Klompelompe: neuleita kaikkiin vuodenaikoihin	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.540459

Klompelompe: neuleita koko perheelle	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.527079
Klompelompe: talvilapset	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.550790
Neuleita kullannupuille: Knit by Trina P Neuleita vauvalle	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.546451
Neuleita vauvalle	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.550460
Neulekkekerit: saumattomat lasten neuleet	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.549534
Suuri suomalainen toivesukkakirja: lasten sukat	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.548245
Tähkä, Keiju ja Taikasauva: neuleita lapsille	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.314487
Vallattomat vauvansukat	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.528444

Muista poiketen, tähän taulukkoon on koottu aineistoehdotuksia kirjan nimen sijaan, neulesuunnittelijan mukaan eli Siili-Finnan linkki johtaa kirjan tekijän nimen perusteella tehtyyn hakutulokseen. Näihin hakutuloksiin sisältyy myös kokoelmatyypisiä, usein jonkin teeman ympärille koottuja kirjoja, joiden tekijöiksi on listattu useampia neulesuunnittelijoita. Nämä kirjat voi rajata pois tähän nostoon mukaan otattavasta aineistosta.

Taulukko 3. Ehdotuksia suomalaisten neulesuunnittelijoiden kirjoista koottavaan aineistonostoon nimeltä: Suomalaista neulesuunnittelua – neuleohjeita viime vuosilta.

Suunnittelijan nimi	Linkki Siili-Finnaan
Leeni Hoimela	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Search/Results?look-for=Hoimela%2C+Leeni&type=Author
Anna Johanna (Johanna Ärje)	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Search/Results?look-for=Anna+Johanna&type=Author
Veera Jussila	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Search/Results?look-for=Jussila%2C+Veera&type=Author
Tiina Kaarela	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Search/Results?look-for=Kaarela%2C+Tiina&type=Author

Lumi Karmitsa	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Search/Results?look-for=Karmitsa%2C+Lumi&type=Author
Tiina Kuu	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Search/Results?look-for=Kuu%2C+Tiina&type=Author
Niina Laitinen	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Search/Results?look-for=Laitinen%2C+Niina&type=Author
Sari Nordlund	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Search/Results?look-for=Nordlund%2C+Sari&type=Author
Veera Välimäki	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Search/Results?look-for=V%C3%A4lim%C3%A4ki%2C+Veera&type=Author

Kirjoneuleaiheisessa aineistonostossa nimeltä: Trendikkäästi perinteisiä kirjoneuleita, on mukana myös muutamia kirjoneulesukkakirjoja, kuten: Puikkomaisterin sukkakirja. Lisäksi nostoon on valittu Johanna Ärjeen eli Anna Johannan lähinnä kirjoneulepaitaohjeita sisältävä Onnensäikeitä. Muiden kuin pohjoismaalaisten kirjoneulepaitakirjojen mukana olo tämän noston aineistona on perusteltua muun muassa siksi, että kirjoneulepaitatrendi on kestänyt jo melko pitkään ja on epävarmaa, milloin ja kuinka nopeasti se alkaa hiipumaan.

Taulukko 4. Ehdotuksia kirjoneuleaiheisista kirjoista tehtävään aineistonostoon nimeltä: Trendikkäästi perinteisiä kirjoneuleita.

Kirjan nimi	Linkki Siili-Finnaan
150 pohjoismaista kirjoneulemallia	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.192866
Fair Islen neulemallit	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.464664
Ihanaa islannin villasta	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.588616
Islannin villaneuleet	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.570918
Islannin villaneuleet: uudet ideat	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.582253
Islantilainen villa – neulo ja virkkaa	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.585085

Islantilaisia lapasia	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.580083
Islantilaisia lastenneuleita	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.567159
Islantilaisia neuleita	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.299353
Kirjoneuleita pakkaspäiviin	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.541009
Kirjovarsia ja pitsiunelmia: 50 latvialaista villasukka- ja säärystinmallia	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.567645
Lankojen lumoissa: kirjoneuleen uusi ilme	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.317632
Lapaskirja	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.588572
Latvian lapaset: 50 kirjoneuleohjetta perinnetyylisiin käsineisiin	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.550465
Luonnonkauniit kirjoneuleet	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.551549
Minun islantilaisneuleeni	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.584074
Norjalaisia villapaitoja 2	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.579181
Norjalaisia villapaitoja: lämpimiä villapaitoja ulkoiluun ja seikkailijoille	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.567194
Norjalaiskuviot: 20 uutta ideaa klassikkoneuleista	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.472176
Norjalaisneuleiden uudet kuviot	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.489387
Onnensäikeitä	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.577597
Puikkomaisterin sukkakirja	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.190925
Sinisukat: hurmaavia kirjoneulesukkia	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.582263

Suuri kinnaskirja: vanhoja virolaisia kirjoneulemalleja	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.374860
Tuhansien villasukkien maa	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.548246
Vilukissan villapaidat	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.587540
Vilukissan villapipot	https://siilinjarvenkirjasto.finna.fi/Record/siilinjarvi.581757

Yhteisneulonta neulekirjojen markkinointikeinona

Parhaiten yhteisneulonnan toteuttamiseen Siilinjärven kirjaston sosiaalisen median tileistä sopii Facebook ja Instagram sekä mahdollisesti myös Youtube. Näissä kanavissa on helpointa julkaista visuaalista materiaalia ja niiden kautta tavoittaa neuleharrastajia parhaiten. Twitter ei sovellu yhtä hyvin yhteisneulonnan kanavaksi, koska siellä ei ole yleensä yhtä runsaasti neuleaiheista sisältöä. Siilinjärven kirjaston ei kannata myöskään luoda profiilia ja sitä kautta ryhmää neulojien omaan sosiaalisen median kanavaan Ravelryyn pelkästään yhteisneulonnan vuoksi. Tilille ei olisi käyttöä kuin lyhyen aikaa ja siellä tuskin tavoitettaisiin merkittävästi enemmän osallistujia kuin jo muita kanavia käyttäen.

Facebookissa ja Instagramissa kannattaa julkaista ensimmäisen kerran tietoa yhteisneulonnasta vähintään kuukausi ennen sen alkua, jo senkin vuoksi, että julkaisun näkisi sinä aikana mahdollisimman moni. Usein Facebookin ja Instagramin algoritmit näyttävät julkaisuja useidenkin päivien viiveellä tilien seuraajille. Lisäksi kuukauden aikana tileille saattaa eksyä myös satunnaisia selailijoita, jotka olisivat kiinnostuneita osallistumaan. Neulojien tulisi myös saada aikaa miettiä, mitä kirjaa ja ohjetta käyttäen he osallistuisivat yhteisneulontaan. Osallistujille tulee siis antaa aikaa hakea kirjoja kirjastosta ja tutustua niistä löytyviin ohjeisiin. Kuukauden aikana ennen yhteisneulonnan alkamista tulee julkaista tietoa ja muistutuksia siitä sekä Facebookissa että Instagramissa, sillä esimerkiksi kaikki julkaissut eivät näy aina kaikille seuraajille välttämättä ollenkaan.

Ennen yhteisneulonnan alkua kannattaa julkaista myös sisältöä, jossa esitellään valittuun aiheeseen liittyviä kirjoja. Tätä esittelyä on mahdollista tehdä sekä tekstin, kuvien että videoiden kautta joko Siilinjärven kirjaston profiileihin automaattisesti pysyviksi tallentuvina julkaisuina tai tarina-julkaisujen muodossa. Facebook- ja Instagram-tarinat

katoavat vuorokauden kuluessa niiden julkaisusta, ellei niitä talleta erikseen profiilin kohdat-osioon. Videomuotoisen materiaalin julkaiseminen Facebookissa ja Instagramissa on mahdollista toteuttamalla live-video, jossa vinkataan yhteisneulontaan sopivista kirjoista. Nämä live-videot on mahdollista tallentaa tileille pysyväksi sisällöksi. Instagramissa on nykyisin mahdollista julkaista sen Reels-osiossa lyhyitä, 15 tai 30 sekuntia kestäviä, videoita. Youtubessa puolestaan on mahdollista julkaista videomateriaalia joko livenä tai valmiiksi tallennetun ja editoidun videon välityksellä. Myös Youtubessa on mahdollista tehdä lyhyitä, korkeintaan 60 sekunnin mittaisia videoita, joihin se lisää Shorts-merkinnän.

Kirjavinkkausvideon julkaisukanavaa pohdittaessa, videon tekijän tulee pohtia, mikä on mieluisin tapa ja väline kuvaamiseen. Live-videon etuna on esimerkiksi, että sitä suorana katsovat voivat kirjoittaa heti kommentteja ja kysymyksiä sen tekijälle. Facebook- ja Instagram-liven kuvaamiseen käytetään yleensä matkapuhelinta, mutta Youtube-video on mahdollista kuvata esimerkiksi järjestelmäkameralla ja editoida se jälkikäteen editointiohjelmalla. Siilinjärven kirjasto on aikaisemminkin käyttänyt Youtube-kanavaansa kirjavinkkausvideoiden tekemiseen ja siksi yhteisneulontaan liittyvän aineiston vinkkaus kannattaa myöskin toteuttaa sitä kautta. Kun video on julkaistu Youtube-tilillä, tulee tehdä siitä kertova julkaisu myös Facebook- ja Instagram-tileille, johon sisällyttää linkin Youtubeen. Toisaalta Siilinjärven kirjaston Facebook- ja Instagram-tilillä julkaistu videomuotoinen materiaali saattaisi saada näkyvyyttä sen vuoksi että se erottuisi muista tilien julkaisuista ja toisi vaihtelua myös niiden sisältöihin.

Yhteisneulontaan osallistuvien on mahdollista tehdä julkaisuja neuleensa edistymisestä Facebookissa ja Instagramissa. Facebookiin tulee luoda yhteisneulonnalle oma ryhmä, joka on kaikille julkinen. Siellä osallistujien on mahdollista julkaista itse ja kommentoida muiden julkaisuja. Kun ryhmä perustetaan, siitä kannattaa ilmoittaa Siilinjärven kirjaston Facebook-sivun lisäksi sen Instagram-tilillä. Instagramissa yhteisneulontaan pystyy osallistumaan käyttämällä siihen liittyvää tunnustetta eli järjestävän tahon tulee luoda sellainen. Instagram-käyttäjien on mahdollista myös lisätä varsinaisten tilien lisäksi tunnisteita seurattavien joukkoon. Siilinjärven kirjaston yhteisneulonnan tunnisteena voisi toimia esimerkiksi #SiilinjärvenkirjastonKAL. Jos joku kirjaston työntekijöistä innostuu osallistumaan itse yhteisneulontaan, olisi hänen mahdollista pitää sen aikana Facebook- tai Instagram-live, jossa hän kertoo omasta osallistumisestaan ja kysyy muiden osallistujien neuleista. Tämän liven julkaisukanava kannattaa valita sen mukaan, kummassa ajattelee sillä olevan enemmän katsojia. Myös live-videon ajankohta kannattaa valita siten,

että mahdollisimman monella olisi mahdollisuus osallistua sen katsomiseen ja kommentointiin suorana.

Tunnisteiden käyttö on keskeistä yhteisneulontaan osallistumisessa ja sen seuraamisessa, sillä niiden perusteella on esimerkiksi mahdollista etsiä siihen liittyviä julkaisuja erityisesti Instagramissa. Varsinaisen yhteisneulonta tunnisteiden eli #SiilinjärvenkirjastonKAL lisäksi varsinkin Instagram-julkaisuihin kannattaa lisätä muita neulomiseen liittyviä tunnisteita. Niiden kautta neulomisesta kiinnostuneiden käyttäjien on helpompi löytää Siilinjärven kirjaston yhteisneulontaan liittyvät julkaisut. Myös Facebookissa käytetään nykyisin tunnisteita, joten niitä on mahdollista käyttää myös Facebook-tilin julkaisuissa. Tunnisteiden käytön myötä Siilinjärven kirjaston yhteisneulontaan saattaisi löytyä osallistujia myös muilta paikkakunnilta, sillä heidän olisi mahdollista osallistua siihen lainaamalla aiheeseen liittyviä kirjoja oman paikkakuntansa kirjastosta.

Alle on koottu ehdotuksia Siilinjärven kirjaston järjestämän yhteisneulontaan liittyvien Facebook- ja Instagram-julkaisujen tunnisteiksi:

#neulominen, #suomalaisetneulojat, #yhteisneulonta, #neulekirja, (#villasukka/ #lastenneuleet/ #neulesuunnittelu/ #kirjoneule), #siilinjärvenkirjasto, #siilinjärvenkunnankirjasto

Neulesuunnittelijavierailu markkinointikeinona

Neulesuunnittelijan vierailun yhteydessä on mahdollista toteuttaa Siilinjärven kirjaston kokoelmien markkinointia. Neulesuunnittelijoiden vierailun yhteyteen on mahdollista koota aineistonosto heidän kirjoistaan ja sellaisista käsityölehdistä, joissa on julkaistu heidän ohjeitaan. Itse neulekirjan tekijä puolestaan saa tapahtumassa mahdollisuuden tehdä julkaisujensa markkinointia. Niina Laitisen ja Tiina Kuun neuleohjeita on julkaistu kirjojen lisäksi myös kotimaisissa käsityölehdissä kuten Suuri Käsityö-lehdessä. Myös Kotiliesi Käsityö ja Taito-lehdissä julkaistaan vaihtuvien suunnittelijoiden neuleohjeita, kun taas Novita-lehdessä käytetään vain omien suunnittelijoiden ohjeita. Laitisen ja Kuun suunnittelema ohjeita löytyy myös joistakin kyseisten lehdistä numeroista.

Neulekirjan tekijän vierailun markkinointi on mahdollista toteuttaa pitkälti samoilla keinoilla kuin Novellikoukku-tapahtumassa eli mainoksilla pääkirjaston ja Vuorelan kirjaston ilmoitustauluilla sekä asiakaspalvelutiskeillä. Lisäksi mainosjulisteita voisi laittaa neulekirja- ja käsityölehtihyllyjen yhteyteen molempiin toimipisteisiin sekä tehdä asiakaspalvelupisteisiin mukaan otettavia mainoksia. Tapahtuman mainos tulisi lisätä myös

Siilinjärven kirjaston internetsivuille etusivun tapahtumat osioon sekä Facebook-, Instagram- ja Twitter-tileille.

Ehdotuksia Facebook-, Instagram- ja Twitter-tileillä tehtävän neuletapahtuman markkinoinnin tunnisteiksi:

#siilinjärvi, #siilinjärvenkirjasto, #siilinjärvenkunnankirjasto, #neulominen, #suomalaisetneulojat, #neulekirja

Novellikoukku-tapahtuman markkinoinnin kehittäminen

Erityisesti Instagramissa ja Twitterissä tehtävässä markkinoinnissa on tärkeää käyttää sellaisia tunnisteita, joiden avulla käyttäjien on helppo löytää sisältöä. Nykyisin myös Facebookissa on mahdollista käyttää tunnisteita. Alle on koottu ehdotuksia Siilinjärven kirjaston sosiaalisen median tiilien kautta tapahtuvan Novellikoukun markkinoinnin yhteydessä käytettäviksi tunnisteiksi.

Ehdotuksia Facebook-, Instagram- ja Twitter-tileillä tehtävän Novellikoukku-tapahtuman markkinoinnin tunnisteiksi:

#siilinjärvi, #siilinjärvenkirjasto, #siilinjärvenkunnankirjasto, #novellikoukku, #neulominen