

# Festivaaliviestinnän tehovinkit

**Finland Festivalsin webinaari**

**Viestintä-Piritta**

**Piritta Seppälä**

**5.5.2022**

**[www.viestintapiritta.fi](http://www.viestintapiritta.fi)**

**#viestintäpiritta**

**@Piritta**



# Viestintä-Pirittan Piritta



**Viestinnän ja sosiaalisen median asiantuntija ja puhuja**



**Toiminut myös tapahtumatiedottajana ja -tuottajana**



**Kysytty julkishallinnon ja järjestöjen  
viestintäkouluttaja, -sparraaja ja -asiantuntija**



**Viestintä-Piritta vuodesta 2010:**

- 1360 koulutusta, seminaaripuheenvuoroa ja työpajaa
- lähes 30 000 osallistujaa



**Viestintä-Pirittan palvelut:**

- viestinnän ja somen strategiatyö
- räätälöidyt viestintäkoulutukset organisaatioille
- etätukipalvelut viestijöille someen ja/tai kriiseihin
- seminaaripuheenvuorot
- kaikille avoimet koulutukset ja webinaarit



**Piritta Seppälä**  
**@Piritta**



# Palveluitamme



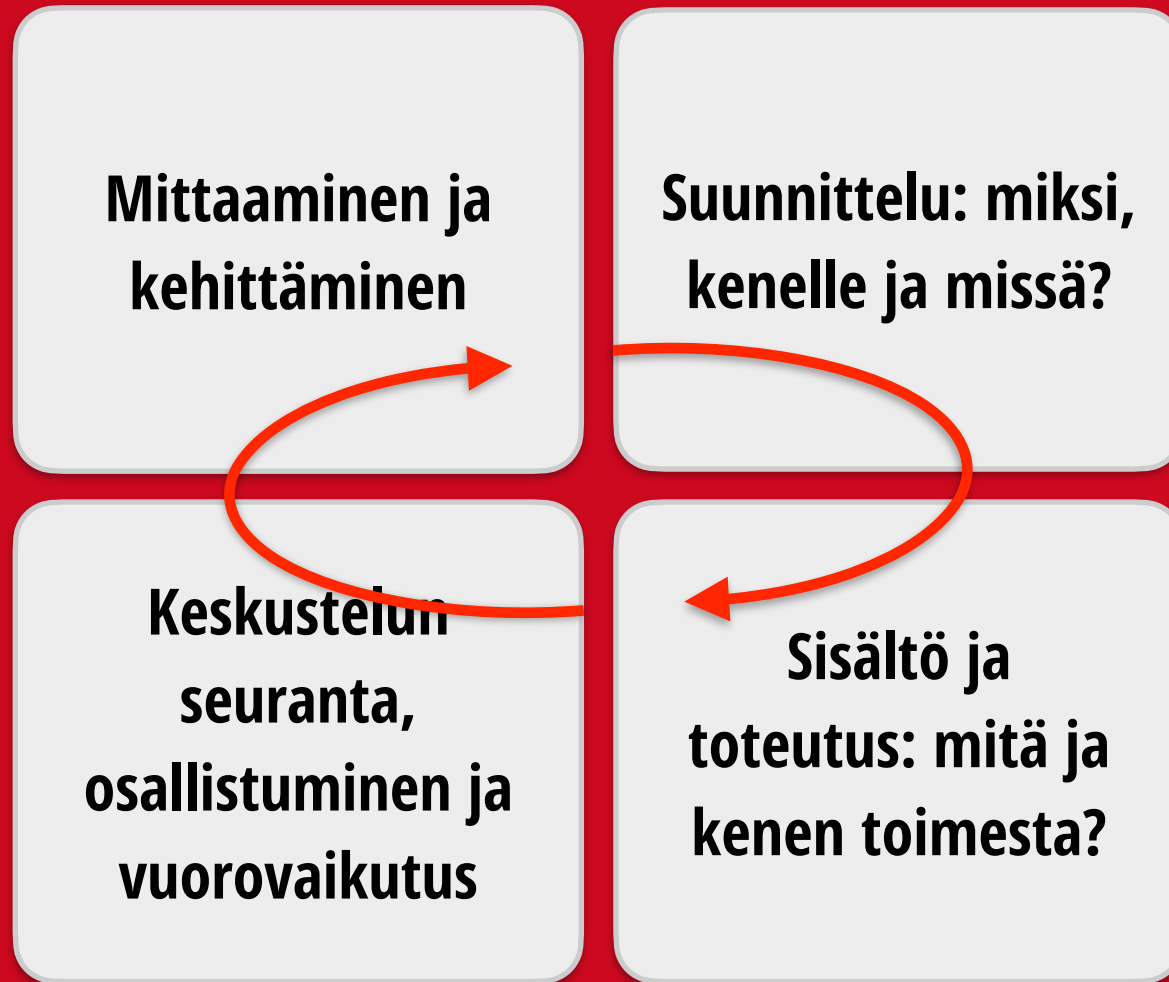
-  **Asiantuntija ja johtaja somessa -koulutukset, some-linjaukset henkilöstölle**
-  **Viestintästrategiat ja -suunnitelmat, viestinnän mittaaminen ja arviointi**
-  **Some-strategiat ja nykytila-analyysit, somen mittaaminen ja etätuki**
-  **Some-koulutukset: sisällöt, kanavat, ylläpitäjien koulutukset, sometrendit**
-  **Blogikoulutukset: blogi organisaatiolle ja blogin kirjoittaminen**
-  **Verkkokirjoittamisen koulutukset: luennot ja käytännön työpajat**
-  **Saavutettavuus verkossa ja somessa: koulutukset ja luennot**
-  **Verkkosivu-uudistusten konsultointi: pohjatyöt, uudistustyön ohjaus ja tuki**
-  **Viestinnän ja somen etätuki: tekniset ja sisällölliset vinkit pika-apuna**
-  **Tapahtumaviestinnän tuki verkkoon ja someen (ennen, aikana, jälkeen)**
-  **Mobiilivideo- ja visuaalisen verkkoviestinnän koulutukset**

# Webinaarin aihepiirit

- **Viestinnän tavoitteet, kohderyhmät ja kanavat**
- **Hyvän tekstisisällön vinkit**
- **Saavutettava sisältö verkossa ja somessa**
- **Kuvat ja videot viestinnässä**
- **Mediatiedotteen abc**

# **Festivaaliviestinnän suunnittelu – tavoitteet, kohderyhmät ja kanavat**

# Tee viestinnälle suunnitelma



# **Huomioi ainakin nämä**

- 1. Selkiytä, miksi ja ketä varten olette olemassa?**
- 2. Tiedä, mitä ja kenelle haluatte tai pitää sanoa.**
- 3. Valitse kanavat ihmisten ja kohderyhmien mukaan.**
- 4. Tee suunnitelmallista sisältöä eri kanaville.**
- 5. Seuraa keskustelua (mediaseuranta ja some).**
- 6. Muista media.**
- 7. Viesti yhdessä organisaation toimijoiden kanssa.**
- 8. Viesti aina resurssien mukaisesti.**

# Valitse kanavat oikein



**Kanavavalinnoissa:**

**Muista valita käyttöön ne  
kanavat, joiden kautta  
parhaiten voitte tavoittaa  
kohderyhmänne.**

**Mieluummin muutama hyvin  
kuin 10 raapaisten.**

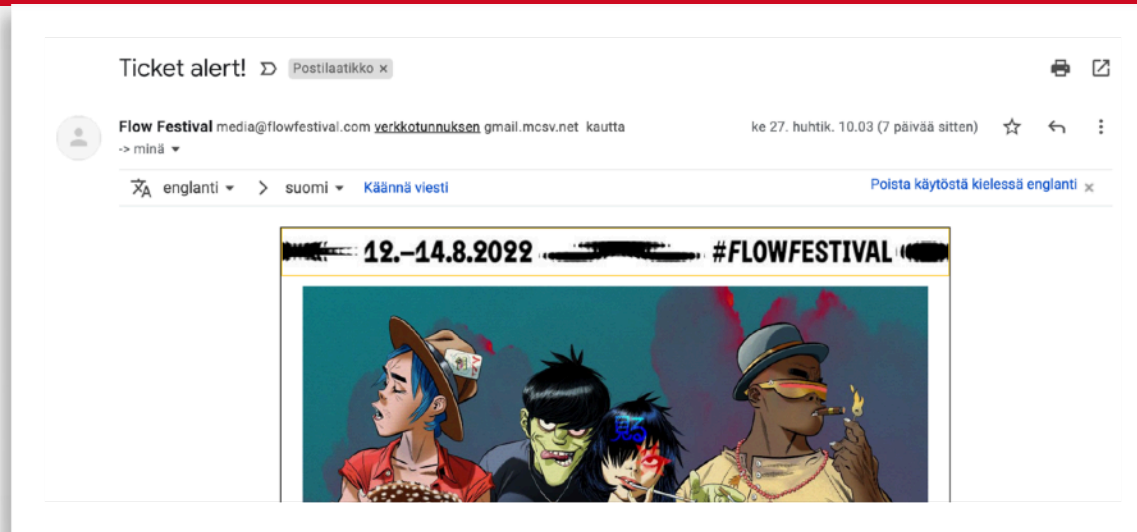
# Verkkosivut haltuun

## Finland Festivals

Finland Festivals kokoaa sateenvarjonsa alle Suomen parhaat taide- ja kulttuurifestivaalit. Musiikin eri lajien lisäksi mukana on niin tanssin, teatterin, kirjallisuuden, kuvataiteen, elokuvan kuin lastenkulttuurinkin kiinnostavimmat tekijät.

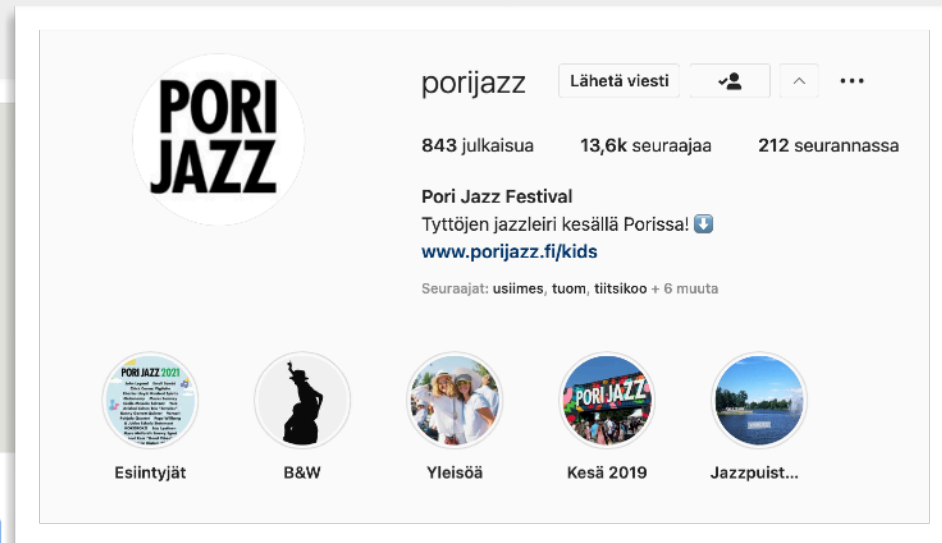
- Verkkosivut ovat yksi tärkeimmistä kanavistanne.
- Sinä hallitset sisältöä - ihmiset lukevat sitä.
- Google yhdistää sitä hakutuloksiin.

# Sähköposti osana kokonaisuutta



- Sähköposti on edelleen tärkeä viestintätapa, riippuen kohderyhmästä.
- Otsikko ja sisältö ratkaisevat lukemisen.
- Ajankohtaista tietoa ja linkkejä verkkoon.
- Kohdennettua viestintää, julkista tai sisäistä.

# Some-kanavat



- Valitse kanavat kohderyhmän mukaisesti.
- Muista visuaalisuus ja videopohjaisuus kanavilla.
- Tee suunnitelma vuorovaikutteisuuteen.

# Someen sisältöä ihminen edellä

**Kanavat määrittelevät sisältöraamit**

**Tee sisältöä aina kohdeyleisölle**

**Tee sisällöstä ihmistä kiinnostavaa**

**Sisällytä oheen hakemanne hyöty**

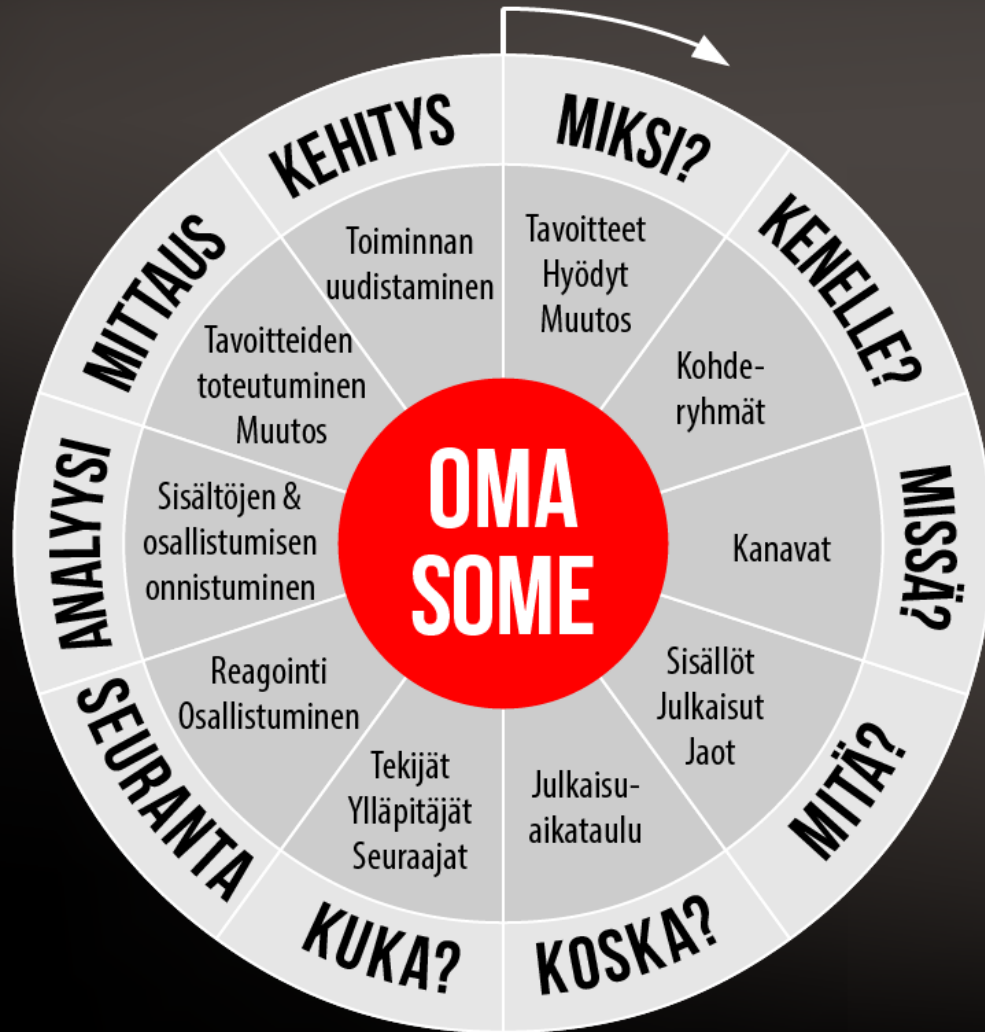
## Sisältö

**Puhuttele, herätä tunteita, jaa tietoa,  
pysäytä julkaisusi äärelle, saa toimimaan.**

**Ja muista, että mainostamallakaan et  
pelasta heikkoa sisältöä.**

# SOME-STRATEGIA

## ORGANISAATION OMAT SOME-KANAVAT



**VIESTINTÄ-PIRITTA**

# Hyvän tekstisisällön vinkit



# Kirjoita kaikkialla selkeästi

- Hyvää tekstiä joka ympäristöön: sähköpostista someen.
- Lyhyesti vai pidemmin. Kummalle on tarve?
- Muista aina lukija: mitä hän odottaa tekstiltä?
- Tunnetko vastaanottajan vai et?
- Millaista termistöä tämä ymmärtää parhaiten?
- Mitä tietoa lukija ensimmäisenä tarvitsee?
- Mene aina suoraan asiaan. Taustoita vasta sitten.
- Jos lupaat jotakin otsikossa, täytä lupaus tekstissä.
- Vastaa aina kysymykseen ensin.

# Sisältö: Karsi ylimääräinen

- Mikä on tärkein viestisi?
- Mikä on tarpeellista taustoittavaa tietoa?
- Mikä on tarpeetonta taustoittavaa tietoa kussakin asiayhteydessä?
- Mikä on ylimääräistä sisältöä, joka ei liity asiaan millään tavalla?

**Huomioi sisällössä eri kanavat ja kuulija.**

# 9 vinkkiä kirjoittajalle

**01**

**1 aihe  
/ blogi tai artikkeli**

**02**

**0,5 - 1,5 A4-arkkia  
/ teksti**

**03**

**4-8 sanaa  
/ otsikko**

**04**

**1 asia  
/ kappale**

**05**

**Max 5 riviä  
julkaistuna  
/ kappale**

**06**

**3-4 kappaleen  
jälkeen katkaisu:  
väliotsikko, kuva,  
lista...**

**07**

**3 + luetteloista  
bullet-lista**

**08**

**Max 1 pilkku  
ja sitten  
PISTE.**

**09**

**Lopuksi:  
tarkista  
kokonaisuus  
ja julkaise.**

©Viestintä-Piritta Oy #viestintäpiritta

Viestintä  
Piritta

# Keinoja tiivistämiseen

- **Pilkun sijaan piste.**
- **Selittävien sivulauseiden jättäminen pois.**
- **3+ aiheiden luetteloista bullet-lista.**
- **Pitkistä sanoista lyhyitä.**
- **Yhdyssanahirviöiden pilkkominen.**
- **("Yli 7 sanan virke on pitkä." -Osmo A. Wiio)**

# Saavutettava sisältö verkossa ja somessa

# Verkkopalvelun saavutettavuus

- Tarkoittaa sitä, että mahdollisimman moni ihminen voisi käyttää organisaation verkkopalveluita mahdollisimman helposti.
- Saavutettavuudesta puhutaan yleisesti verkkopalveluiden yhteydessä, kun taas esteettömyydestä silloin, kun kyseessä on fyysinen ympäristö.

# Ketä kaikkia huomioda?

- Suomessa arvioidaan olevan jopa miljoona ihmistä, joille saavutettava sisältö on merkityksellistä ymmärtämisen kannalta.
- Saavutettavasta sisällöstä hyötyvät kaikki. Kohderyhmiin voi kuulua niin lukihäiriöstä kärsiviä ihmisiä, näkö- tai kuulovammaisia kuin maahanmuuttajia.

# Saavutettavuus x 3

- helppokäyttöisyys
- navigaatio selkeä ja looginen
- pääsisältö erottuu selkeästi muista osista.

## Tekninen toteutus

- WCAG-standardi\*
- virheetön ja looginen HTML-koodi
- tekninen saavutettavuus
- sivusto toimii avustavilla teknologioilla ja näppäimistön kautta

## Selkeä käyttöliittymä

- selkeä yleiskieli
- jäsenNELTY teksti ja helppo silmäiltävyys
- tärkein asia alussa
- kohderyhmän huomiointi
- sisältöä eri muodoissa: myös infografiikkana ja videoina

Lähde: Celia

## Käyttäjä

## Ymmärrettävä sisältö



# Saavutettavaa verkkosisältöä kohti

## 5 vinkkiä: näin teet verkkosisällöstä saavutettavaa



### 1. Käytä selkeää kieltä.



- Mieti, ketkä ovat tekstisi lukijoita. Yritä asettua lukijan asemaan.
- Mikä on tärkeintä? Tuo se heti tekstin alkuun.
- Käytä mahdollisimman tavallisia ja yleisiä sanoja. Vältä termejä.
- Käytä yksinkertaisia lauserakenteita. Vältä lauseenvastikkeita.



### 2. Tee tekstistä silmäiltävää.



- Pidä kappaleet lyhyinä. Aloita kappale aina tärkeimmällä asialla.
- Käytä listoja.
- Käytä runsaasti väliotsikoita.
- Käytä myös kuvitusta keventämään tekstiä ja tukemaan viestiä.



### 3. Kirjoita kuvaavat otsikot.



- Kirjoita otsikkoon tiiviisti alla olevan tekstin keskeisin asia.
- Käytä mieluiten lauseotsikoita.
- Merkitse otsikot otsikoiksi editorissa – näin varmistat, että otsikot on myös html-kooditasolla oikein merkattu.
- Käytä otsikkotasoa loogisesti. Yläotsikon alla voi olla alaotsikoita, näiden alla taas alemman tason otsikoita jne.
- Älä hypi otsikkotasojen yli.



### 4. Varmista linkkien ymmärrettävyys.



- Kirjoita selkeä linkkiteksti, joka kuvaa linkin kohdetta.
- Lukijan pitäisi ymmärtää linkkitekstistä, mihin hän on siirtymässä.
- Jos linkki ohjaa esim. pdf- tai word-tiedostoon, kerro se linkkitekstissä.
- "Lue lisää" tai "Klikkaa tästä" on pääsääntöisesti huono linkkiteksti.

### 5. Käytä myös kuvia, infografiikkaa ja videoita.



- Osa ihmisistä omaksuu tiedon paremmin visuaalisten keinojen kautta.
- Kuvat auttavat kiinnittämään huomiota ja tehostavat viestin tavoitavuutta.
- Muista, että kuvien ja videoiden sisältämä tieto pitää antaa myös tekstinä: esimerkiksi kuvan tekstivastineena, tekstityksenä tai verkkosivun leipätekstissä.

#### Mitä hyötyä näistä ohjeista on?

- Tuottamasi sisältö on mahdollisimman saavutettavaa.
- Mahdollisimman moni ihminen saa tarvitsemansa tiedon helposti.
- Täytät omalta osaltasi saavutettavuuden WCAG-kriteerejä.
- Parannat merkittävästi myös sisällön näkyvyyttä verkon hakutuloksissa.

[www.celia.fi/saavutettavuus](http://www.celia.fi/saavutettavuus)

<https://www.saavutettavasti.fi/viisi-vinkkia-saavutettavampaan-verkkosisaltoon/>

# Saavutettavuutta x 10

1. Selkeä ja ymmärrettävä kieli.
2. Suoraan asiaan verkossa ja somessa.
3. Informatiiviset otsikot.
4. Kuvien vaihtoehtoiset tekstit.
5. Videoiden tekstitys.
6. Värikontrastit huomioon.
7. Stooreista saavutettavia tekstein ja visuaalisesti.
8. Hashtagit isoilla alkukirjaimilla.
9. Tiedostoissa (esim. FB ja Li) saavutettavuus.
10. Tiedon tarjoaminen monella tapaa.



# Kuvat ja videot viestinnässä

# Julkaisun muotoilun vinkit

- Mikä on julkaisuni tärkein viesti? Tuo se ensin esiin.
- Mitä haluat ihmisen tekevän julkaisun nähtyään? Kerro se hänelle: kehoita lukemaan, selaamaan tai katsomaan video.
- Täydennä kuvan/kuvien tai videon sisältöä tekstillä.
- Tarkista, että kuva tai video liittyy aiheeseen. Täydennä kuvan tarjoamaa tietoa tekstillä, vältä toistamista. Luo kokonaisuus.
- Käytä tekstikentissä kappalevälejä 3-4 tekstirivin jälkeen.
- Listaa asiat allekkain luetellessasi yli kolme asiaa tekstissä.
- Lisää hashtagit loppuun.

# Hyvä somekuva



- Minkä viestin haluat kuvalla välittää?
- Mitä kuvassa näkyy?
- Mitä kuvasta osuu silmään ensin?
- Hyödynnä ruudukko-ajatusta: sommittele.
- Muista aina kuvausluvut.

# Vinkkejä kuvan ja videon sommitteluun



AVAIMET HYVÄÄN KUVAAN

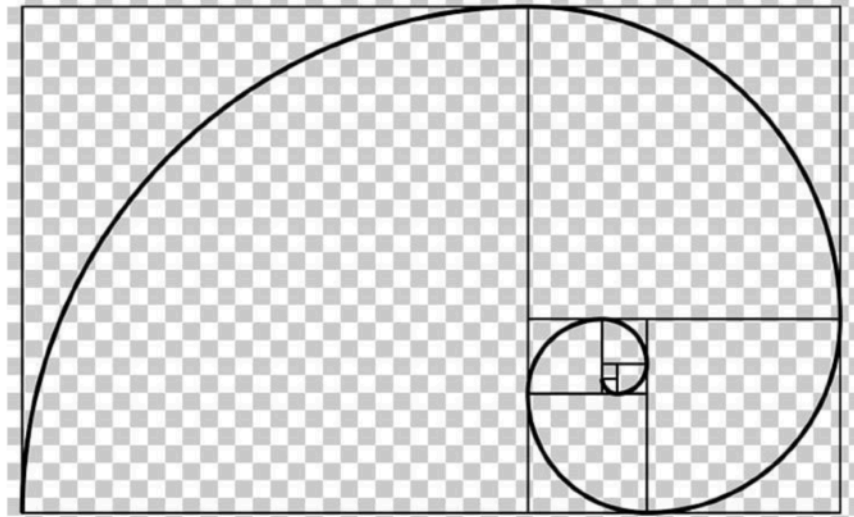
KUVANKÄSITTELY

VALOKI

<https://valokuvakurssi.fi/kuvasommittelu/>



Oikea kultainen leikkaus on siis monimutkaisempi.



# Muista somekuvien suosituskoot

## Social Media Image Sizes 2021

|                       |  |  |  |  |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Profile photo:</b> | 320 x 320                                                                         | 170 x 170                                                                         | 400 x 400                                                                           | 400 x 400                                                                           |
| <b>Landscape:</b>     | 1080 x 566                                                                        | 1200 x 630                                                                        | 1024 x 512                                                                          | 1200 x 627                                                                          |
| <b>Portrait:</b>      | 1080 x 1350                                                                       | 630 x 1200                                                                        | N/A                                                                                 | 627 x 1200                                                                          |
| <b>Square:</b>        | 1080 x 1080                                                                       | 1200 x 1200                                                                       | N/A                                                                                 | N/A                                                                                 |
| <b>Stories:</b>       | 1080 x 1920                                                                       | 1080 x 1920                                                                       | 1080 x 1920                                                                         | 1080 x 1920                                                                         |
| <b>Cover photo:</b>   | N/A                                                                               | 851 x 315                                                                         | 1500 x 500                                                                          | 1128 x 191                                                                          |

Hootsuite®



# Vinkkejä somevideoihin

- Mitä haluat videolla kertoa? Kerro se ensin.
- Lyhytkin video voi olla vaikuttava. Mieti, toimisiko videosi luuppina (esim. Instagramin kelat).
- Muista videon kuvaussuunta:
- Kelat ja tarinat ovat pystyvideoita.
- Muut somevideot toimivat vaakana.



# Mediatiedotteen abc

# Hyvä tiedote

- Otsikko kertoo aiheen kannalta tärkeimmän asian.
- Ingressi vahvistaa otsikon lupautta ja kannustaa lukemaan tiedote kokonaan.
- Yleinen suosituspituus on yksi A4.
- Lisätiedot linkeillä tiedotteen oheen.
- Kirjoita tiedote valmiiksi uutisena julkaistavaksi.
- Leipätekstissä tärkein uutinen ensin ja sitaatteja sopivasti.
- Voit taustoittaa aihetta myös viittauksilla.
- Lisää mahdollinen kuva liitteeksi ja kuvateksti loppuun.

<https://blogi.viestintapalvelut.fi/rakenna-toimiva-tiedote-lataa-maksuton-tiedotepohja>

# Lisää tiedotevinkkejä: STT

## 2. Uutinen kärkeen

Tiedotteessa on oltava uutinen. Jos et tiedä, mikä tiedotteessasi on uutinen, miksi toimittajakaan kiinnostuisi siitä? Mikä tiedotteessa on kiinnostavinta tai uutta tietoa? Nosta se heti kärkeen ja uskalla jättää taustatiedot loppuun. (Lue uutiskriteereistä **STT:n tyylikirjasta, luku 2.2.1.**)

Muista, että yleisöä tai toimittajaa eniten kiinnostava tieto ei välttämättä ole se sinulle tärkein tieto, jonka itse haluat saada läpi. Joskus kärkeen on hyvä valita jokin varsinaista pääviestiäsi raflaavampi tieto tai konkreettinen yksityiskohta, jolla rutistetaan uutiskynnyksen yli. Tiedotteella haetaan näkyvyyttä: pohdi, mikä lukijaa kiinnostaa ja mikä vaikuttaa mahdollisimman moneen ihmiseen tai yritykseen.

Toisaalta: muista, että sinulle itsestään selvä tieto voikin muille olla juuri se uutinen. Itselle jo tutuksi tulleisiin asioihin ja omaan ympäristöönsä saattaa helposti sokeutua ja olettaa, että “kaikkihan sen jo tietävät”. Taustoittamisessa on hyödyksi pidemmän ajanjakson perspektiivi. Mitä on tapahtunut aiemmin? Mikä on muuttunut?

<https://blogi.viestintapalvelut.fi/millainen-on-hyva-tiedote>

# Lisää tiedotevinkkejä: STT

## 3. Selkeä kieliasu

Kirjoita tiedotteesi sellaiseksi, että tekstin voisi julkaista vaikka sellaisenaan. Mitä helpommalla toimittaja pääsee, sitä todennäköisemmin uutinen julkaistaan. Ja mitä vähemmän toimittajan tarvitsee muokata tekstiä, sitä varmemmin saat viestisi läpi juuri haluamassasi muodossa.

Käytä selkeää kieltä. Ole konkreettinen. Vältä passiivia ja asian verhoilua monimutkaisiin ja pitkiin mukahienoihin lauseisiin. Älä myöskään oletta, että toimittaja tai lukijat tuntevat oman alasi lyhenteet ja erikoistermit, vaan avaa ne kansankielisesti.

Älä pelkää käyttää numeroita. Jos uutinen perustuu tutkimustuloksiin tai koskee esimerkiksi liikevaihdon kasvua, älä piilota lukuja!

<https://blogi.viestintapalvelut.fi/millainen-on-hyva-tiedote>

# Lisää tiedotevinkkejä: STT

## 4. Kiinnostavat sitaatit

Sitaatit eli henkilöiden kommentit ovat hyödyllisiä, koska niillä on tapana lisätä kiinnostavuutta. Useimmiten lukijat ovat kiinnostuneempia toisista ihmisistä kuin asioista.

Sitaatit tuovat monipuolisuutta, jotta voit kertoa asioita värikkäämmiin kuin muussa leipätekstissä. Tiedottavan organisaation avainhenkilö tai joku ulkopuolinen asiantuntija sopii parhaiten kommentoijaksi.

On tärkeää, että sitaatit tuovat tiedotteeseen jotain uutta. Usein ne voivat avata syitä muutoksen taustalla tai vaihtoehtoisesti tunnetiloja, joita tiedotteessa ei pystytä sanomaan yhtä suoraan ja luontevasti. Muista kuitenkin pitää sitaatit napakoina.

<https://blogi.viestintapalvelut.fi/millainen-on-hyva-tiedote>

# 10 vinkkiä viestinnän suunnitteluun ja toteuttamiseen

## 1. Strategia+tavoitteet

//

**Mitä organisaatiosi haluaa saada aikaan  
tänä vuonna?**

**Etsi konkretiaa ja nivo viestinnän toimenpiteet  
osaksi kaikkea tekemistä ja toimintaa.**

## **2. Toimivat kanavat**



**Missä kanavilla organisaatio viestii nyt? Millä kanavilla tavoittelemanne ihmiset liikkuvat tänään?**

**Jatka edelleen toimivilla kanavillanne ja valitse suunnitellen ja kokeillen käyttöön uusia viestintätapoja.**



### 3. Tekijät ja aika

//

**Kuka johtaa viestintää? Kuka hallitsee uudet viestintätavat? Kenellä on aikaa?**

**Resursoi, priorisoi, jaa vastuuta - tarvittaessa myös toimiston ulkopuolelle.**

## 4. Monikanavaisuus

”

**Miten muistutatte ihmisiä asioistanne erilaisin viestinnän keinoin?**

**Kukin viestintäkanava vaatii oman räätälöidyn julkaisun, vaikka sisältö olisikin sama.**

## 5. Seuraa onnistumista

//

**Miten osoitatte onnistuneenne viestinnässä?**

**Tunne tavoitteenne ja osaa mitata niitä oikein.  
Seuraa onnistumista jatkuvasti ja kehity  
vauhdissa.**

## 6. Aikatauluta oikein

//

**Koska eri asioista pitää viestiä?**

**Tee vuosikalenteria tukeva viestintäkalenteri ja päivitä sitä matkan varrella. Viesti silloin, kun tavoittelemanne ihmiset kutakin kanavaa käyttävät.**

## 7. Seuraa somea



**Mitä viestitte somessa ja mitä siellä  
asioistanne puhutaan?**

**Ota käyttöön 50-50-malli ja osallistu kanavilla,  
joilla on helppo seurata asioihinne liittyvää  
keskustelua (esim. Twitter-Insta: 50 % seurantaa  
ja osallistumista, 50% itse tuotettua sisältöä).**

## 8. Käytä apuvälineitä

//

**Miten säästät aikaa some-sompailussa?**

**Hyödynnä erilaisia some-ylläpitoa ja keskustelua tehostavia välineitä, kuten Hootsuitea, Bufferia, Tweetdeckiä. Ajasta päivityksiä tarvittaessa.**

## 9. Seuraa nousijoita

//

**Mitä ovat nousevat ja laskevat palvelut?**

**Erityisesti nuoret liikkuvat paljon somessa kanavalta toiselle. Seuraa nousijoita ja laskijoita. Nyt esim. pinnalla TikTok, Instagram ja LinkedIn.**

## 10. Muokkaa tekoja

**”**

**Ole altis muuttumaan ja kehittymään  
joka päivä.**

**Anna itsellesi anteeksi epäonnistuneet kokeilut  
ja tuuleta reilusti onnistumisia.**

**Seuraa, analysoi ja kehitä rohkeasti!**



# Kysy & kommentoi!

# Ota yhteyttä!

-  Mail: [piritta@viestintapiritta.fi](mailto:piritta@viestintapiritta.fi)
-  www: [www.viestintapiritta.fi](http://www.viestintapiritta.fi)
-  Blogi: [www.viestintapiritta.fi/blogi](http://www.viestintapiritta.fi/blogi)
-  Facebook: [www.facebook.com/viestintapiritta](http://www.facebook.com/viestintapiritta)
-  LinkedIn: [fi.linkedin.com/in/pirittaseppala](http://fi.linkedin.com/in/pirittaseppala)
-  Twitter: [www.twitter.com/Piritta](http://www.twitter.com/Piritta)
-  Slideshare: [www.slideshare.net/Piritta](http://www.slideshare.net/Piritta)
-  Pinterest: [www.pinterest.com/pirittas/](http://www.pinterest.com/pirittas/)
-  Soita: +358 400 622 046/Piritta

