



Digitaalisten kanavien ABC



Mikä on digitaalisten kanavien ABC?

Visit Finland tekee tiivistä yhteistyötä Suomen eri alueiden ja matkailuorganisaatioiden sekä -yrittäjien kanssa. Saamme paljon palautetta ja kyselyitä eri toimijoilta koskien näkyvyyttä VF:n digitaalisissa kanavissa. Kokosimme tämän oppaan avuksi.

Kerromme tiivistettynä minkälainen sisältö kokemuksemme mukaan toimii ja mikä ei, sekä millainen näkyvyys VF:n kanavissa on mahdollista. Toivomme, että tämä edesauttaa mahdollisimman sujuvaan verkkoyhteistyöhön jatkossa.

Otamme mielellämme vastaan palautetta ja kehitysideoita!

Yhteydenotot:
toimitus@visitfinland.com

Sisältö

Digitaaliset kanavat pähkinäkuoressa	3
Sisältöstrategia tiivistettynä	4
Visit Finlandin kohderyhmä ja -markkinat	5-6
Visit Finlandin tyyli	7-9
Visitfinland.com	11
Mikä on Visitfinland.com?	12
Suuralueet ja pääteemat	13
Artikkelit Visitfinland.comissa	14
Esimerkki: Saaristo	15
Visitfinland.com - muista ainakin nämä	16
Sosiaalinen media	17
Visit Finlandin sosiaalinen media	18
Instagram	19-22
Facebook	23-27
Twitter	28-31
Weibo, WeChat, VKontakte	32
SOME-kanavat muilla kielillä	33-36
SOME – muista ainakin nämä	37
Lopuksi	38

Digitaaliset kanavat pähkinäkuoressa

MISSÄ?

Visit Finland julkaisee ja jakaa sisältöjä omalla verkkosivullaan (visitfinland.com) sekä lukuisissa sosiaalisen median kanavissa (englanti, japani, kiina, venäjä).

MITÄ?

Visitfinland.comista löytyy laaja valikoima artikkeleita, joita on tuotettu yhdessä mm. matkailuasiantuntijoiden ja -organisaatioiden kanssa. Lisäksi sivustolla on omat osionsa eri alueille, teemoille, vuodenajoille jne. Sosiaalisen median kanavissa jaetaan näiden lisäksi alueiden, matkailuyrittäjien sekä seuraajien omia julkaisuja ja kuvia.

MIKSI?

Visit Finlandin digitaalisten sisältöjen tavoitteena on palvella matkailijan polun vaiheita ja tuoda esiin Suomen kaikki eri puolet (alueet, vuodenaajat, teemat). Sisältöjä on strategisesti kohdennettu mm. mainonnan (SEM ja sosiaalisen median mainokset) avulla.

MITEN?

Visit Finlandin digitaalisten kanavien toimintaympäristö elää ja muuttuu koko ajan. Visit Finlandin sisältöstrategia ja tämä ABC-opas on laadittu vuonna 2018 valittujen kohdemarkkinoiden ja teemojen mukaisesti, kuitenkin mahdollisimman ajattomasti.

Sisältö- strategia

Visit Finlandin digitaalisille kanaville on tehty oma sisältöstrategia v. 2018.

Strategian tavoitteena on määritellä haastajabrändille sopiva tyyli ja sellaiset sisältötyypit ja -kanavat, jotka sopivat valitulle kohderyhmällemme.

VF SISÄLTÖSTRATEGIA TIIVISTETTYNÄ:

- Inspiroida kiehtovilla Suomi-tarinoilla ja -tiedolla niin, että maamme näyttäytyy autenttisena ja kulttuurisesti mielenkiintoisena kohteena ”kaiken nähneille”, luonnonläheisyyttä arvostaville matkailijoille.
- Onnistuminen tarkoittaa alati kasvavan, sitoutuneen yleisön synnyttämistä, sekä vilkasta liikennettä VF:n digitaalisista kanavista palveluntarjoajien sivuille.

Visit Finlandin kohderyhmä

KUKA?

Avoin ja utelias löytöretkeilijä. Matkailija, joka haluaa autenttisuutta ja luonnonläheisyyttä, laajentaa kokemusmaailmaansa ja ladata akkujaan "kaukana kaikesta".

MIKSI?

Kaukainen, mutta helposti saavutettava Suomi on eksoottinen kohde, joka poikkeaa kulttuuriltaan muusta Euroopasta. Ainutlaatuinen, koskematon luonto ja neljä täysin erilaista vuodenaikaa ovat läsnä myös kaupungeissa.

AJATUS- MAAILMA

Arvostaa luonnonrauhaa, aitoja, paikallisia kohtaamisia ja kulttuurikokemuksia. Omaan vastuulliset arvot eikä ole kiinnostunut massaturismista.

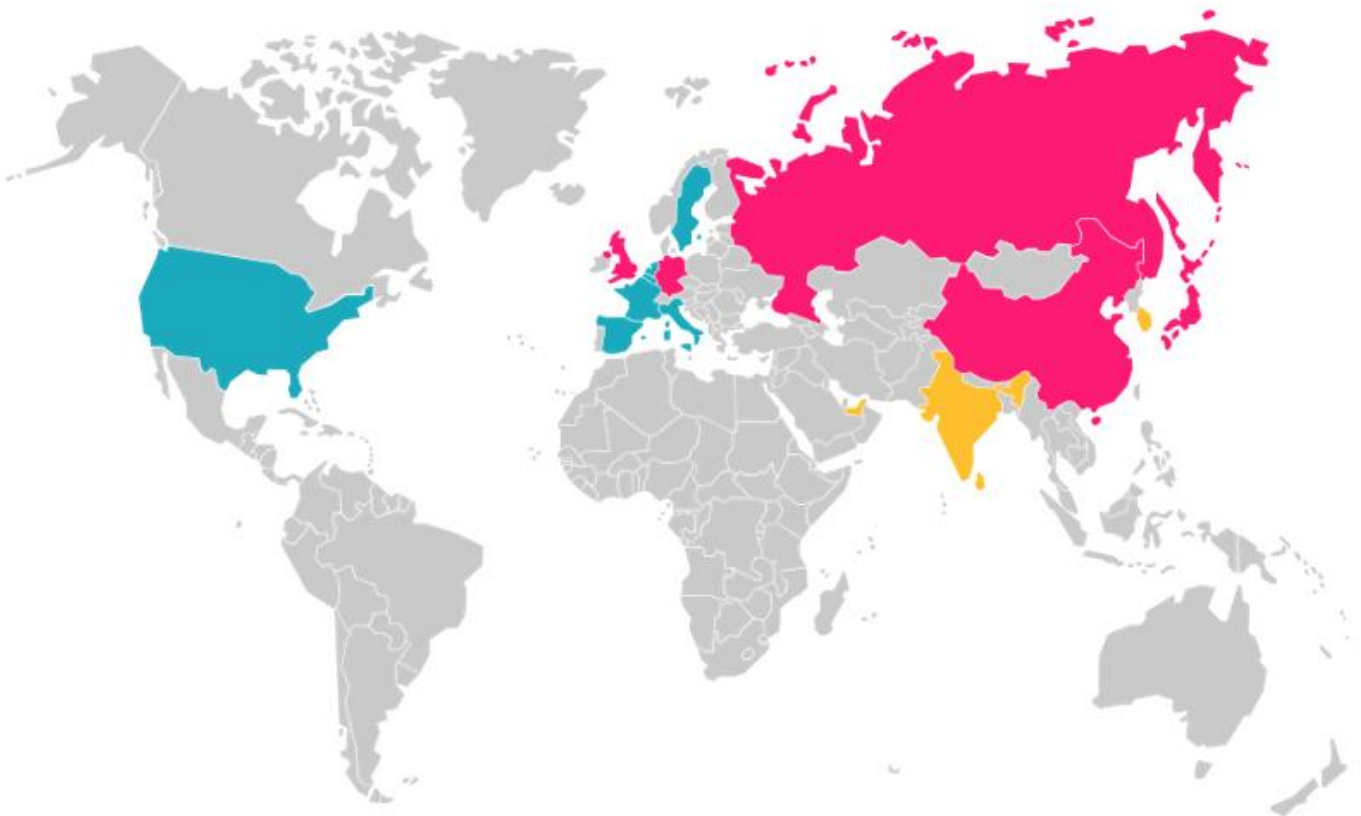
FOKUS

Rauha, puhtaus, autenttisuus, kansallispuistot ja metsät, järvet ja saaristo, revontulet, paikallinen kulttuuri, aidot kokemukset, turvallisuus.

MITEN PUHUA?

Suomi on epätavallinen vaihtoehto, joka tarjoaa unohtumattoman ja autenttisen kokemuksen – pieni seikkailu tuntemattomaan.

Visit Finlandin kohdemarkkinat



Päämarkkinat: Saksa, UK, Kiina, Japani

Muut markkinat: Venäjä, Ranska, Italia, Espanja, Benelux, USA, Etelä-Korea, Sveitsi

Uudet markkinat: UAE, Intia

Markkinointitoimenpiteitä on tehty myös Ruotsin markkinoilla.

Visit Finlandin tyyli

Visit Finlandin "puhetyyli" on rento ja avoin. Sisältömme voivat olla konkreettisia ja informoivia, mutta myös hulluttelevia ja erikoisia. Pääasia on, että puhumme ihmisenä ihmiselle, mainosmaisten kliseiden sijaan. Ote on henkilökohtainen ja helposti lähestyttävä. Tyylimme antaa sijan samaistumiselle ja yhteenkuuluvaisuuden tunteille. Puhumme Suomesta ja suomalaisuudesta ylpeydellä ja rakkaudella.

Avainsanoja puhetyylistä:

- Henkilökohtainen
- Konkreettinen
- Suora
- Rehellinen
- Lämmin
- Iloinen
- Rento
- Avoin
- Lähestyttävä



A close-up photograph of a Saimaa ringed seal resting on a large, light-colored rock. The seal has a dark, mottled pattern on its head and neck, with a lighter, ringed pattern on its body. It has a small, dark eye and a slightly open mouth showing its teeth.

THE RAREST SEAL IN THE WORLD

Cute, huh? The Saimaa ringed seal is one of the few living freshwater seals in the world. This endangered seal has a total population of only about 310 individuals and they can only be found in Lake Saimaa – the largest lake in Finland.

A photograph of a woman wearing a red hooded coat and a grey scarf, looking out of a window. Outside the window, a reindeer head with large antlers is visible. A red lantern is also visible in the foreground.

ARTICLE

21 REASONS TO LOVE FINLAND

ARTICLE

A photograph of a group of five people standing in a lake, facing away from the camera. They are standing in a line, with their arms around each other's shoulders. The water is calm, and the sky is dark with a green aurora borealis visible in the background.

6 STEPS TO BE HAPPY LIKE A FINN

SCROLL DOWN





Visit Finlandin kuvatyyli

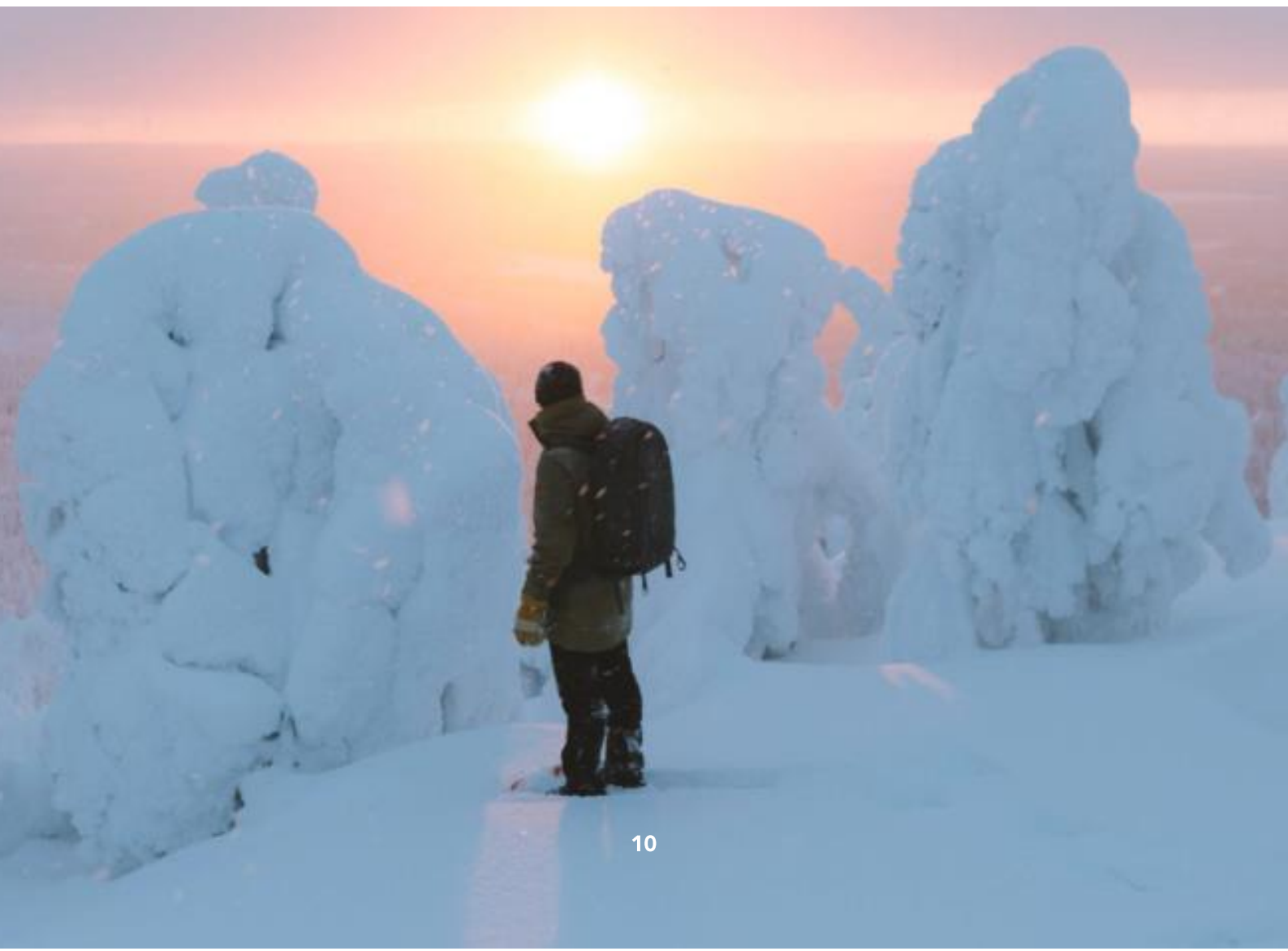
Visit Finlandin kuvatyyli näyttää aitoa ja autenttista Suomea, herkästi ja pelkistetysti. Kuvat vetoavat tunteisiin ja ovat esteettisesti miellyttäviä. Valo on luonnollinen ja lämmin, ihmisten vaatteet ja asusteet ajattomia, valmistettu luonnonmateriaaleista. Ei lavastettuja tilanteita, ei "inhorealismia", vain suomalaisuutta puhtaimmillaan ja kauneimmillaan.

Avainsanoja kuvatyylistä:

- Luonnollinen
- Valoisa
- Puhdas
- Lämmin
- Onnellinen
- Iloinen
- Hyvinvoiva
- Rento
- Optimistinen
- Autenttinen
- Kiinnostava
- Unenomainen



**Cool
Creative
Contrasting
Credible**





[Visitfinland.com](https://www.visitfinland.com)

Mikä on Visitfinland.com?

Visit Finlandin tärkein kanava viestiä kansainväliselle kohderyhmällemme on verkkosivustomme visitfinland.com. Sivustoa julkaistaan kymmenellä eri kielellä ja sitä luetaan miljoonia kertoja vuodessa.

Sisältöä löytyy alueittain, teemoittain, vuodenajoittain, kampanjoittain, sekä mm. erilaisissa artikkeleissa ja videoissa. Pyrimme siihen, että aina kun mahdollista, sisällöt kattavat kaikki alueet monipuolisesti.

Sivusto on ensisijaisesti imagollinen eli haaveiluvaiheessa oleville matkailijoille, jotka etsivät inspiraatiota Suomeen liittyen.

Suunnittelu- ja varausvaiheessa oleville matkailijoille sivustolta löytyy myös My Stay -palvelu, jossa on houkuttelevia matkailutuotteita ja -palveluita ympäri Suomea. Tuotelinkit vievät suoraan toimijoiden omille verkkosivuille.

Suuralueet ja pääteemat



Helsinki



Lapland



Lakeland



Archipelago



Culture



Outdoors



Food



Luxury



Wellbeing

Artikkelit Visitfinland.comissa

Me olemme Visit Finland – artikkeleita täytyy olla aina koko Suomen osalta niin, että neljältä suuralueelta on tehty tietty määrä artikkeleita, jotka kattavat laajasti monta asiaa kerralla (esim. ei yhtä artikkelia vaikkapa yhdestä puukaupungista, vaan yksi artikkeli kaikista Suomen puukaupungeista).

Pyrimme tuottamaan sisältöä, jota ihmiset haluavat jakaa ja kirjoittamaan otsikoita, jotka saavat klikkaamaan saitille somesta.

Top-listat ja "Finnish way of living" -tyyppiset artikkelit toimivat kaikkein parhaiten. Mieti, olisiko sinulla lisättävää jo olemassa oleviin sisältöihin (esim. listaukset, alueiden tai kaupunkien vetonaulatekijät jne).

Olemme valinneet sisältömme "vähemmän on enemmän" -periaatteella – on parempi näkyä luetuimmissa jutuissa kuin tehdä liian pientä.



Esimerkki: Saaristo

Coast & Archipelago

Jokaisesta neljästä suuralueesta löytyy kattavasti ja tasapuolisesti sisältöjä (mm. aluesivut, artikkelit, videot, My Stay -tuotteet).

Artikkelien tarkoituksena on tuoda esiin alueen suurimmat vetovoimatekijät (esim. majakat, puukaupungit, Muumit jne).

Yksityiskohtaisempien tietojen tulisi löytyä alueiden ja kohteiden omilta sivuilta.

Esim:

- www.visitfinland.com/article/the-wooden-towns-of-finland/
- www.visitfinland.com/article/on-the-coastal-footsteps-of-tove-jansson/
- www.visitfinland.com/article/aland-a-special-piece-of-finland/
- www.visitfinland.com/article/meet-paula-the-bengtskar-lighthouse-keeper/

Visitfinland.com – muista ainakin nämä!

Jos haluat verkkosivullesi näkyvyyttä
visitfinland.comissa, muista ainakin seuraavat asiat:

- Laita omalle sivullesi linkki/ linkkejä
visitfinland.comiin ja vinkkaa Visit Finlandille
sisällöistä, joihin toivot meidän linkkaavan.
Ristiinlinkitys on paras tapa lisätä liikennettä ja
saada näkyvyyttä myös Google-hauissa.
Lataa [mediapankista](#) "All you need to know
Visitfinland.com" kuva, jota voit käyttää linkkinä
sivullasi.
- Jos muutat omia sisältöjäsi ja niiden url:eja,
muista tehdä uudelleenohjaus, jotta
visitfinland.comissa olevat linkit eivät mene rikki
– tai infoa meitä muutoksista hyvissä ajoin.
- Katso, voisitko laittaa tuotteesi tai palvelusi My
Stay -tuotepankkiin.
- Muista seurata verkkosivujesi analytiikkaa!
Tuleeko verkkosivullesi liikennettä
visitfinland.comista? Jos ei, kertaa yllä olevat!



ALL YOU NEED
TO KNOW
VisitFinland.com

A close-up photograph of two brown bears in a forest. The bear in the foreground is looking towards the right, while the bear in the background is looking upwards. The text "Sosiaalinen media" is overlaid in the center.

Sosiaalinen media

Visit Finlandin sosiaalinen media

Visit Finlandin some-kanavien keskeinen rooli on yhteisöllisyys ja autenttisuus. Visit Finlandin brändin kuuluu olla yhteneväinen ja luotettava kaikissa kanavissa.

Käyttäjien ja seuraajien tuottama materiaali on tärkeässä asemassa, mutta se täytyy valita niin, että se ei riko imagollista markkinointia (=vain Visit Finlandin brändiin sopivat kuvat ja videot valitaan).

Visit Finlandin somen rooli EI ole olla mainoskanava. Matkailijat etsivät autenttista ja todellista yhteyttä – jos somekanavat näyttävät vain matkailu-markkinointikanavilta, se ei toimi.

Orgaaninen liikenne ja kasvu on se, mitä tavoitellaan. Eivät ostetut seuraajat tai tykkäykset.

SOME-sisältöjen ulkonäön tulee olla luonnollinen ja autenttinen >> kampanjat eivät saisi näkyä suoraan vaan mainosten tulee olla huomaamattomia ja houkuttelevia.

Kaikissa ei-englanninkielisissä kanavissa tärkeintä on se, että ne toimivat maa- ja markkinakohtaisesti ja tukevat maissa tehtyjä kampanjoita.

Perusrunko on kuitenkin sama.

Millainen on Visit Finlandin Instagram?

Instagram on alunperin tehty matkapuhelimella otettujen kuvien kuvanjakopalveluksi, mutta se on nykyään paljon muutakin – mm. paikka, jossa keskustellaan, samaistutaan, etsitään tietoa ja inspiroidutaan itseä kiinnostavista asioista.

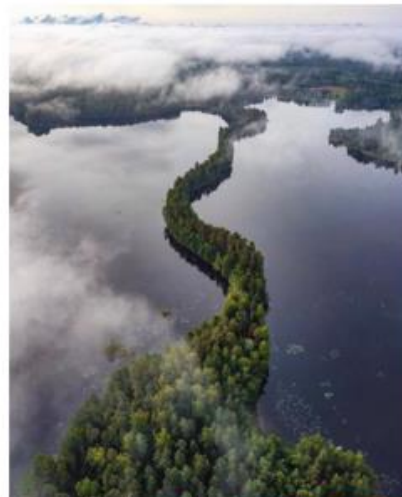
Erityisesti milleniaalit käyttävät Instagramia ahkerasti inspiraation lähteenä matkakohdetta valitessaan.

Visit Finlandin Instagram-profiilista löydät nämä:

- Kauniita, tunteita herättäviä kuvia, jotka sopivat kuvatyylimme. Kuvat ovat seuraajien itse ottamia (UGC) ja ne on tagattu #visitfinland ja @ourfinland. Kuvien yhteyteen lisäämme tekstin, joka avaa kuvan "sielunmaisemaa". Voimme jakaa myös alueiden ja yritysten ottamia kuvia, jos ne sopivat tyylimme. Alueet ja yritykset voivat saada maininnan myös kuviin, jotka eivät ole heidän omiaan.
- Keskusteluja seuraajien kanssa (kommentit, viestit jne.)
- "Tarinoita" (Instagram Stories), joissa jaetaan mm. Suomitietoutta, lyhyitä videoita ja/tai ohjataan visitfinland.comiin.

Aika ajoin teemme yhteistyökampanjoita IG-vaikuttajien kanssa, jolloin saamme erityisen korkeaa näkyvyyttä ja upeaa visuaalista materiaalia. Nämä tukevat erityisesti matkailijan unelmointivaihetta. Saatua materiaalia on helppo hyödyntää myös visitfinland.comissa ja muissa sosiaalisen median kanavissa. Alueiden on mahdollista lähteä mukaan tällaisiin vaikuttajakampanjoihin samalla tavalla kuin perinteisiinkin Visit Finlandin järjestämiin mediamatkoihin.

@OurFinland



Mikä toimii Instagramissa?

Instagramissa toimii:

- Kauniit luontokuvat ja maisemat
- "Salaiset paikat"
- Revontulet
- Mökkimaisemat
- Ilmakuvat

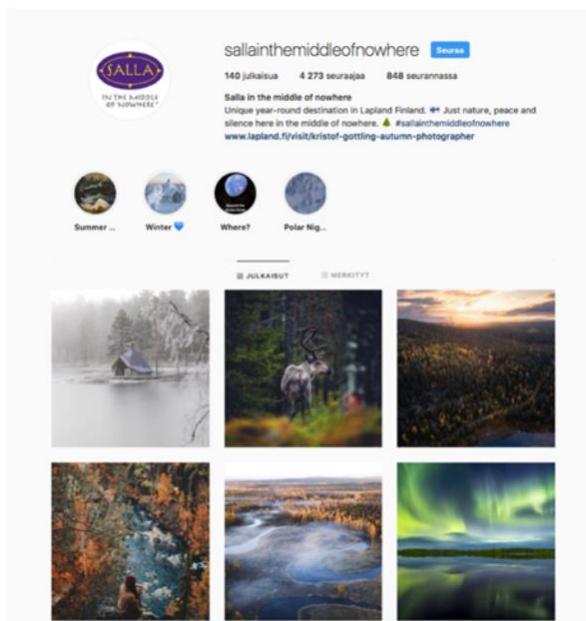
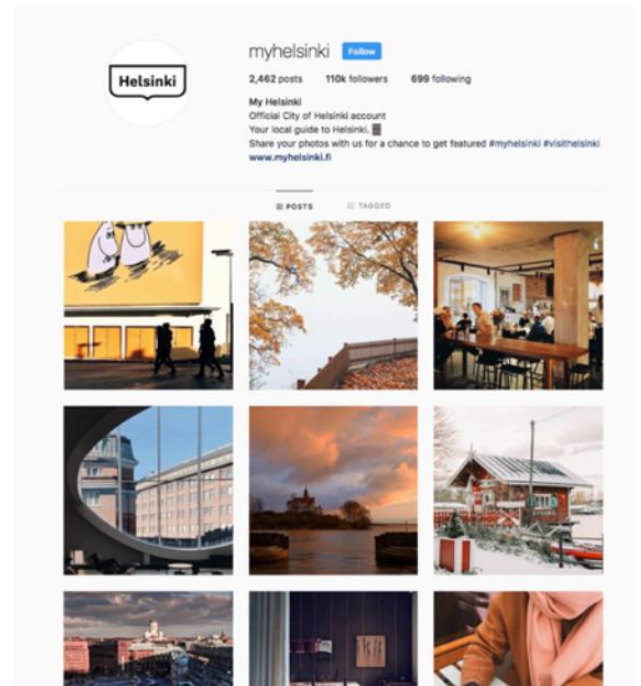
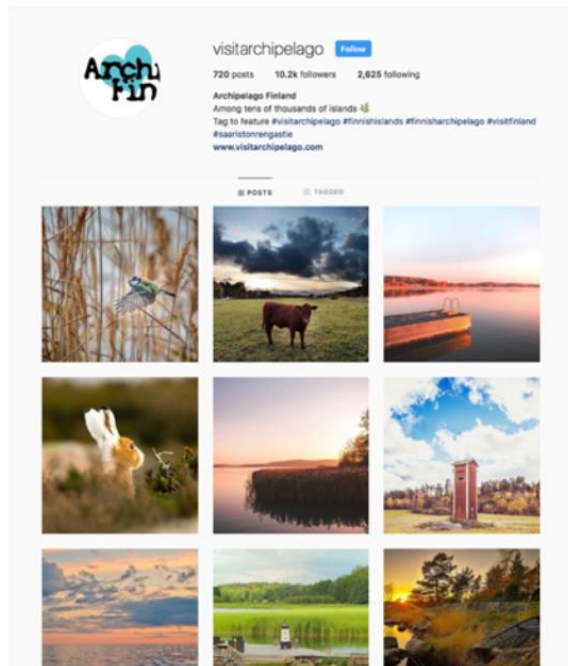
Muistattehan merkitä kuviinne **@OurFinland** ja käyttää tagejä **#VisitFinland** ja **#OurFinland**

<https://www.instagram.com/ourfinland/>



Ota mallia

Harkittu tyyli
Säännölliset postaukset
Paikallisten suositukset ja vinkit
Reaaliaikainen katsaus kohteeseen



A serene landscape photograph of a person in a small canoe on a calm body of water during sunset. The sky is a mix of soft pinks, oranges, and blues, with the sun low on the horizon. The water reflects the warm colors of the sky. In the foreground, some reeds are visible in the water. The background shows a dark, silhouetted shoreline with trees.

**Facebook:
I wish I was in Finland**

Millainen on Visit Finlandin Facebook?

Kaikki tietävät mikä Facebook on – mutta kaikki eivät tiedä, miten vaikeaa siellä on yritysten ja organisaatioiden nykyään kohderyhmälleen näkyä.

Kannustamme tekemään mahdollisimman houkuttelevia sisältöjä ja kohdentamaan ne oikealle yleisölle mainonnan avulla.

Visit Finlandin Facebook-profiilista löydät ainakin nämä:

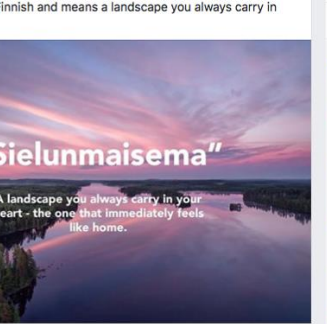
- Vuodenajan mukaan valittuja, kauniita kuvia, joissa lyhyt ja ytimekäs, tunteisiin vetoava teksti.
- Kuvakollaaseja, esim. VF-Instagramin ”viikon parhaat”
- Artikkelijakoja suoraan visitfinland.comista – näistä tulee paljon liikennettä verkkosivullemme!
- Muiden tahojen postauksien jakoa, silloin kun ne sopivat omaan tyyliimme tai ovat muuten vain todella hauskoja ja ajankohtaisia.
- Postauksia kampanjoistamme – joskus kohdennettuna vain yhteen maahan, jolloin linkki vie suoraan kampanjasivulle visitfinland.comissa
- Videoita, jotka ladattu suoraan Facebookiin – silloin ne näkyvät paremmin ja lähtevät leviämään
- Keskustelua seuraajiemme kanssa (kommentit ja yksityisviestit)



I wish I was in Finland

Published by Noora Uusitalo · June 20 ·

Sielunmaisema is Finnish and means a landscape you always carry in your heart.



"Sielunmaisema"

A landscape you always carry in your heart - the one that immediately feels like home.

342,007

People Reached

18,884

Engagements

Boost Again

Recent Activity

Boosted on Aug 16

Audience: Germany: Frankfurt (+25 mi) Hessen; ...

By Noora Uusitalo · Completed

View Results

Boosted on Ju

Audience: Germ

By Noora Uusitalo

4.9K

149 Comments 1,161 Shares

Like

Comment

Share

Performance for Your Post

342,007 People Reached

10,820 Reactions, Comments & Shares

6,958 Like	4,030 On Post	2,928 On Shares
1,920 Love	1,076 On Post	844 On Shares
7 Haha	3 On Post	4 On Shares
75 Wow	52 On Post	23 On Shares
1 Sad	0 On Post	1 On Shares
1 Angry	0 On Post	1 On Shares
685 Comments	205 On Post	480 On Shares
1,206 Shares	1,161 On Post	45 On Shares
8,064 Post Clicks		
2,448 Photo Views	18 Link Clicks	5,598 Other Clicks

NEGATIVE FEEDBACK

34 Hide Post

5 Hide All Posts

0 Report as Spam

0 Unlike Page

Insights activity is reported in the Pacific time zone. Ads activity is reported in the time zone of your ad account.



I wish I was in Finland

Published by Noora Uusitalo [?]

Jan 17 at 9:09 AM · G

There are many reasons to fall in love with Finland and the Finns (who are in fact the happiest people in the world).

As it would be impossible to list them all we decided to just make a random list – hope you enjoy it!



VISITFINLAND.COM

21 reasons to love Finland — VisitFinland.com

There are many reasons to fall in love with Finland and...

Learn More

145,135

People Reached

11,100

Engagements

Boost Again

Recent Activity

Boosted on Oct 18

Audience: Germany: Frankfurt (+25 mi) Hessen; ...

By Noora Uusitalo · Completed

View Results



2.3K

89 Comments

545 Shares

 Like

 Comment

 Share





I wish I was in Finland

Published by Noora Uusitalo [?] · April 11 · 🌐

Finnish. The language is like the Finns themselves – complex and original. But fear not – sometimes a few words are all you need. We'll help you get started!



[VisitFinland.com](#)

Say it in Finnish — VisitFinland.com

Finnish is notorious for being a difficult language. We...

[Learn More](#)

128,362
People Reached

5,075
Engagements

[Boost Again](#)

Recent Activity

Boosted on Apr 11
Audience: Germany: Berlin, Spain: Barcelona (+2...
By Noora Uusitalo · Completed

[View Results](#)



Rooksana Subratty, Kay Sattler and 1K others · 65 Comments · 187 Shares

[Like](#)

[Comment](#)

[Share](#)





I wish I was in Finland

Published by Noora Uusitalo

171 · August 17 · 6

Where in Finland is this photo from? Tell us below for a chance to win an IWIWIF tote bag. We will randomly choose 3 winners amongst the correct answers. Good luck!

Photo by: @stolvanen



65,093

People Reached

7,693

Engagements

Boost Again

Recent Activity

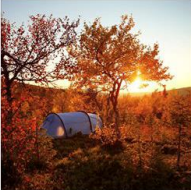
Boosted on Aug 17



I wish I was in Finland
 Published by Noora Uusitalo 791 · August 13 · G

Anyone else already waiting for autumn leaf colour (or "ruska" as we call it)?

Read more: www.visitfinland.com/article/autumn-colours-galore/


195,589
 People Reached

14,925
 Engagements

Boost Again

Recent Activity

Boosted on Sep 05
 Audience: Germany: Frankfurt (+25 mi) Hessen; ...
 By Noora Uusitalo · Completed

Boosted on Aug 13
 Audience: Germany: Frankfurt (+25 mi) Hessen; ...
 By Noora Uusitalo · Completed

View Results

Boosted on Aug 13
 Audience: Germany: Frankfurt (+25 mi) Hessen; ...
 By Noora Uusitalo

>




 Patrizia Alberti, LeYa Kamille and 6.1K others

75 Comments

460 Shares



I wish I was in Finland

Published by Noora Uusitalo (7) · Apr 24 · 🌐

You should try all of these on your next visit!

Read more: www.visitfinland.com/arti.../iconic-finnish-foods-of-all-time/



138,482

People Reached

12,339

Engagements

Boost Again

Recent Activity

Boosted on Apr 25

Audience: Germany: Berlin, Spain: Barcelona (+2...
By Noora Uusitalo · Completed

View Results



2.1K

102 Comments

301 Shares

 Like

 Comment

 Share



Performance for Your Post			
65,093 People Reached			
4,192 Reactions, Comments & Shares ?			
3,366 Like	3,276 On Post	90 On Shares	
216 Love	206 On Post	10 On Shares	
3 Haha	3 On Post	0 On Shares	
74 Wow	74 On Post	0 On Shares	
1 Sad	1 On Post	0 On Shares	
350 Comments	296 On Post	54 On Shares	
184 Shares	178 On Post	6 On Shares	
3,501 Post Clicks			
896 Photo Views	0 Link Clicks	2,605 Other Clicks ?	
NEGATIVE FEEDBACK			
20 Hide Post	4 Hide All Posts		
1 Report as Spam	0 Unlike Page		
Insights activity is reported in the Pacific time zone. Ads activity is reported in the time zone of your ad account.			

Performance for Your Post			
195,589 People Reached			
7,861 Reactions, Comments & Shares			
6,284 👍 Like	5,522 On Post	762 On Shares	
791 ❤️ Love	680 On Post	111 On Shares	
9 😂 Haha	7 On Post	2 On Shares	
146 👏 Wow	130 On Post	16 On Shares	
2 😞 Sad	1 On Post	1 On Shares	
1 😡 Angry	0 On Post	1 On Shares	
178 Comments	94 On Post	84 On Shares	
460 Shares	460 On Post	0 On Shares	
7,085 Post Clicks			
4,542 Photo Views	111 Link Clicks	2,432 Other Clicks	👁️
NEGATIVE FEEDBACK			
27 Hide Post	7 Hide All Posts		
1 Report as Spam	0 Unlike Page		
Insights activity is reported in the Pacific time zone. Ads activity is reported in the time zone of your ad account.			

Performance for Your Post		
138,482 People Reached		
3,393 Reactions, Comments & Shares 		
2,397  Like	1,891 On Post	506 On Shares
382  Love	296 On Post	86 On Shares
7  Haha	5 On Post	2 On Shares
43  Wow	33 On Post	10 On Shares
3  Angry	3 On Post	0 On Shares
263 Comments	143 On Post	120 On Shares
301 Shares	301 On Post	0 On Shares
8,967 Post Clicks		
5,932 Photo Views	289 Link Clicks	2,746 Other Clicks 
NEGATIVE FEEDBACK		
36 Hide Post	11 Hide All Posts	
0 Report as Spam	0 Unlike Page	
Insights activity is reported in the Pacific time zone. Ads activity is reported in the time zone of your ad account.		

Facebookissa toimii

Ohjaus artikkeliin
Kauniit kuvat ja kuva-albumit tietyn
teeman ympäriltä
Videot (mielellään max. 2 min)
Hauskat faktat suomalaisuudesta

<https://www.facebook.com/visitfinland/>

**I wish I was in Finland**

Published by Noora Uusitalo [?] · March 19 · 🌐

Winter might be over but the good ones are still to come - did you know the most active aurora seasons are actually spring and autumn?
Read more: www.visitfinland.com/.../autumn-and-spring-the-best-aurora-s.../





280,545
People Reached

30,238
Engagements

Boost Again

Recent Activity

Boosted on Mar 21
Audience: Germany: Berlin, Spain: Barcelona (+2...
By Noora Uusitalo · Completed
[View Results](#)

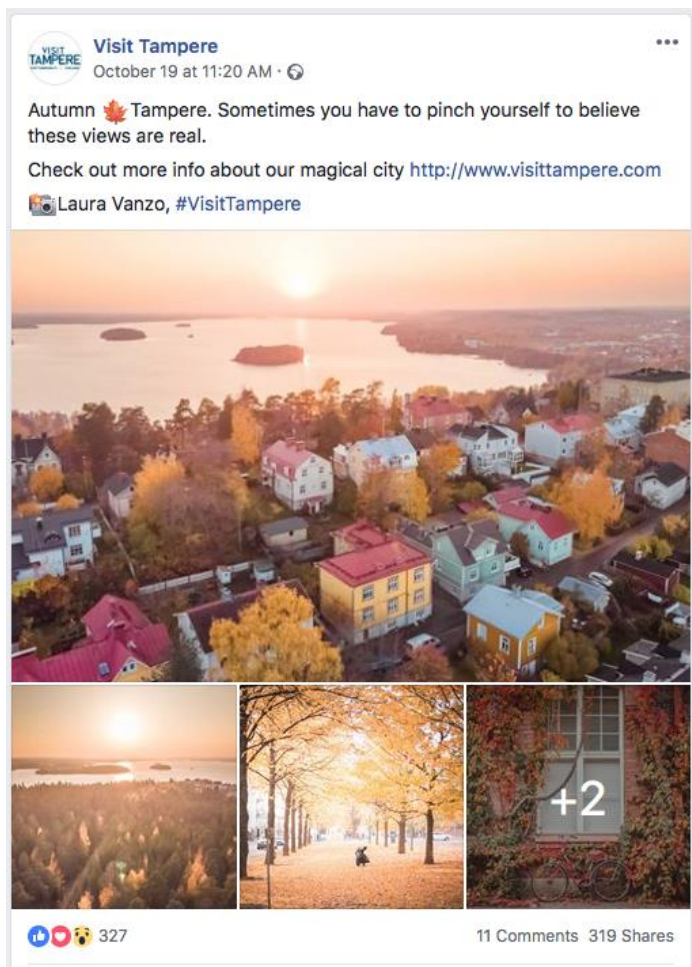
Boosted on Mar 21
Audience: Germany: Berlin, Spain: Barcelona (+2...
By Noora Uusitalo · Completed
[View Results](#)

 Flory Bravo, Mairena Calix and 12K others · 265 Comments · 1,638 Shares

 Like  Comment  Share 

Ota mallia

Laadukkaat kuvat
Vangitsevat videot
Pidä mielessä postauksen jaettavuus



Twitter: @OurFinland





Millainen on Visit Finlandin Twitter?

Twitter on nopean reagoinnin kanava, jossa pääpaino on uutisilla ja ajankohtaisten tapahtumien/asioiden viestimisellä.

Kuvat ja videot ovat aina vain suuremmassa roolissa.

Visit Finlandin Twitter profiilista löydät ainakin nämä:

- Vuodenajan mukaan valittuja, kauniita kuvia tai kuvakollaaseja, joissa lyhyt ja ytimekäs, tunteisiin vetoava teksti
- Kuvia, joiden yhteydessä linkki visitfinland.comiin (artikkeliin, kampanjasivulle tai muuhun sisältöön)
- Muiden tahojen "retviittausta" – etenkin alueiden uutisia tai matkailijoiden itse ottamia kuvia
- Keskustelua seuraajiemme kanssa (kommentit ja yksityisviestit)
- Videoita, jotka ladattu suoraan Twitteriin – silloin ne näkyvät paremmin ja lähtevät leviämään
- Kaikissa "tviiteissä" käytetään harkitusti aiheeseen liittyviä #-tägejä (esim. [#visitfinland](#) [#sauna](#) [#finnishlapland](#)) - ei liikaa!

Twitterissä toimii

Ohjaus artikkeliin

Kauniit kuvat ja kuva-albumit tietyn teeman ympäriltä

Videot (mielellään max. 2 min)

Hauskat faktat suomalaisuudesta

Muiden osallistaminen ja löydettävyyden parantaminen @-merkillä tai #-tägillä

Säännöllinen postaus ja omaperäiset sisällöt > less is more!

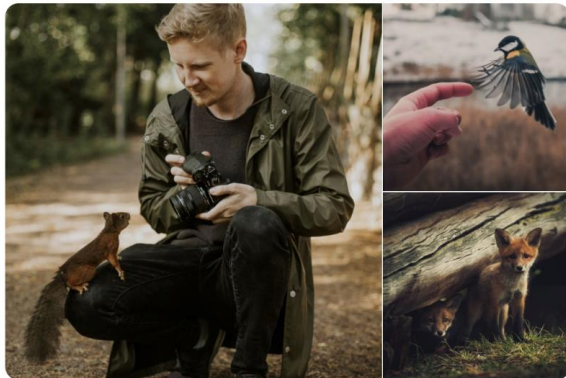
<https://twitter.com/OurFinland>



Visit Finland @OurFinland · Oct 15

Finnish nature photographer Konsta Punkka has over a million followers on @instagram. See what place is the most special for him in the whole world: visitfinland.com/article/meet-k...

ping @myhelsinki @VisitHelsinki #visitfinland #Finland



Konsta Punkka

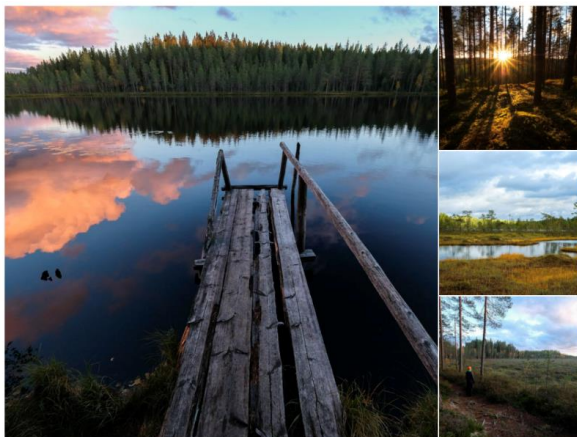
34 122



You Retweeted

Antti Leino @leinoa · Sep 22

Evening walk after rain in #Seitsemien National Park in #Kuru, #Finland.



7 66 344



Visit Finland @OurFinland · Aug 28

Another great article by @guardian This time about #Helsinki's über cool new art museum #AmosRex theguardian.com/artanddesign/2... #Finland #visitfinland



Ethereal underworld: exploring Helsinki's colossal new art bunker

In a vast expanse beneath the Finnish capital lies a soaring circus-top culture hub. Will the €50m Amos Rex art museum put the city at the fore... theguardian.com

1 31 102



Visit Finland @OurFinland · Oct 29

First snow in Helsinki! ❄️



Susanna Niinistö-Sivuranta @NiinistoS

Lumista työviikkoa myös Helsinkiin! #ensilumi

6 179 422

Ota mallia

Laadukkaat kuvat – kuvakollaasit toimivat!

Vinkattu meille: @OurFinland

Ei liikaa #-tägejä (ne sotkevat luettavuutta)



Weibo, WeChat, VKontakte

Visit Finlandin somekanavat muilla kielillä

Visit Finlandilla on sosiaalisen median kanavia myös japaniksi, kiinaksi ja venäjäksi.

Myös näissä kanavissa suuressa roolissa ovat kuvat ja ajankohtaiset asiat, jotka liittyvät kyseiseen markkinaan. Etenkin japanilaiset fanit ovat hyvin sitoutuneita – he tuntevat jo Suomea ja ovat kiinnostuneita mm. designista ja Muumeista.

Kiinassa on viime aikoina herättänyt ihastusta suomalainen sarjakuva ”Finnish Nightmares”. Venäjällä toimivat mm. kaupunkiaiheiset postaukset – venäläiset ovat jo kenties käyneet Suomessa ja tietävät minne tulla ja mitä tehdä.

Lisäksi tehdään kohdennettua mainontaa muilla markkinoilla (esim. Facebookissa saksaksi, ranskaksi tai italiaksi).

Näissä kanavissa pätevät aika lailla samat ”säännöt” kuin englanninkielisissäkin kanavissa – katso yllä ja lopuksi.

Kiina

Kiinan markkinoilla Visit Finlandilla on kaksi omaa kanavaa: Weibo ja WeChat (Kiinan suosituin some-kanava, joka toimii vain mobiilisti aplikaation kautta). Lisäksi videopalvelu Huaban.

Visit Finland Weibo:

<https://www.weibo.com/ourfinland>



Japani

Visit Finlandilla on Japanin markkinoilla kolme omaa kanavaa:
Facebook, Instagram ja Twitter.

<http://instagram.com/visitfinlandjapan>

<https://twitter.com/visitfinlandjp>

<https://www.facebook.com/pg/visitfinland.jp>

 **フィンランド政府観光局**
Published by Yumi Matsumoto [?] · 5 November at 10:21 · 🌐

2016年冬、アウトドア好きのたくさんの応募者の中から選ばれたメンバーが、フィンランドのラップランドで3ヶ月を過ごしました。この壮大な探検旅行で、探検隊のメンバーたちは冬の魅力と厳しさを体験したのです。

探検隊のメンバーの一人が、東京在住のプロ写真家、横田裕市さんです。北極圏のありのままの大自然、冬の魅力と厳しさを体験した横田さんが語る極夜の魅力、こちらのビデオと記事でどうぞ。

[https://www.visitfinland.com/.../meet-yuichi-the-master-of-p.../...](https://www.visitfinland.com/.../meet-yuichi-the-master-of-p.../)
See more
See Translation



14,942

People reached

1,975

Engagements

Boost Post

👍❤️👤 Tanaka Takako, Ryohei Sakanaka and 888 others · 2 Comments · 34 shares

 **visitfinlandjapan** • Follow

visitfinlandjapan 静寂の美 🌌
@samimatas さんの写真。Kitos!
View all 10 comments
tk.taka.yoshi 🌟🌟🌟🌟🌟
lilifannivarga Wonderland
yaninajokinen My beautiful country🇫🇮🇫🇮
kmrfanforever 🌟🌟

👍🔍📤 📌
2,267 likes
OCTOBER 7
Log in to like or comment. ...

 **フィンランド政府観光局** @visitfinlandjp · Nov 2

タンペレの Saunaravintola Kuuma (サウナラヴィントラ・クーマ) は、フィンランドのサウナ文化と北欧の美食や雰囲気が楽しめ、しっかりリラックスできる場所です。ちなみに ravintola はレストラン、kuuma は熱いという意味のフィンランド語です。

📸 Laura Vanzo, @VisitTampere #サウナ

🌐 Translate Tweet



🗨️ 16 ❤️ 85 📧

Venäjä

Venäjän markkinoilla Visit Finlandilla on kaksi omaa some-kanavaa: Facebook ja Vkontakte

<https://www.facebook.com/visitfinland.ru>

<https://vk.com/visitfinland>



Visit Finland

28 Oct at 9:57 pm



Волшебство зимы уже с нами: сказочный пейзаж из Рованиеми, Финляндия.
Фото: essitra



57



3

2.1K



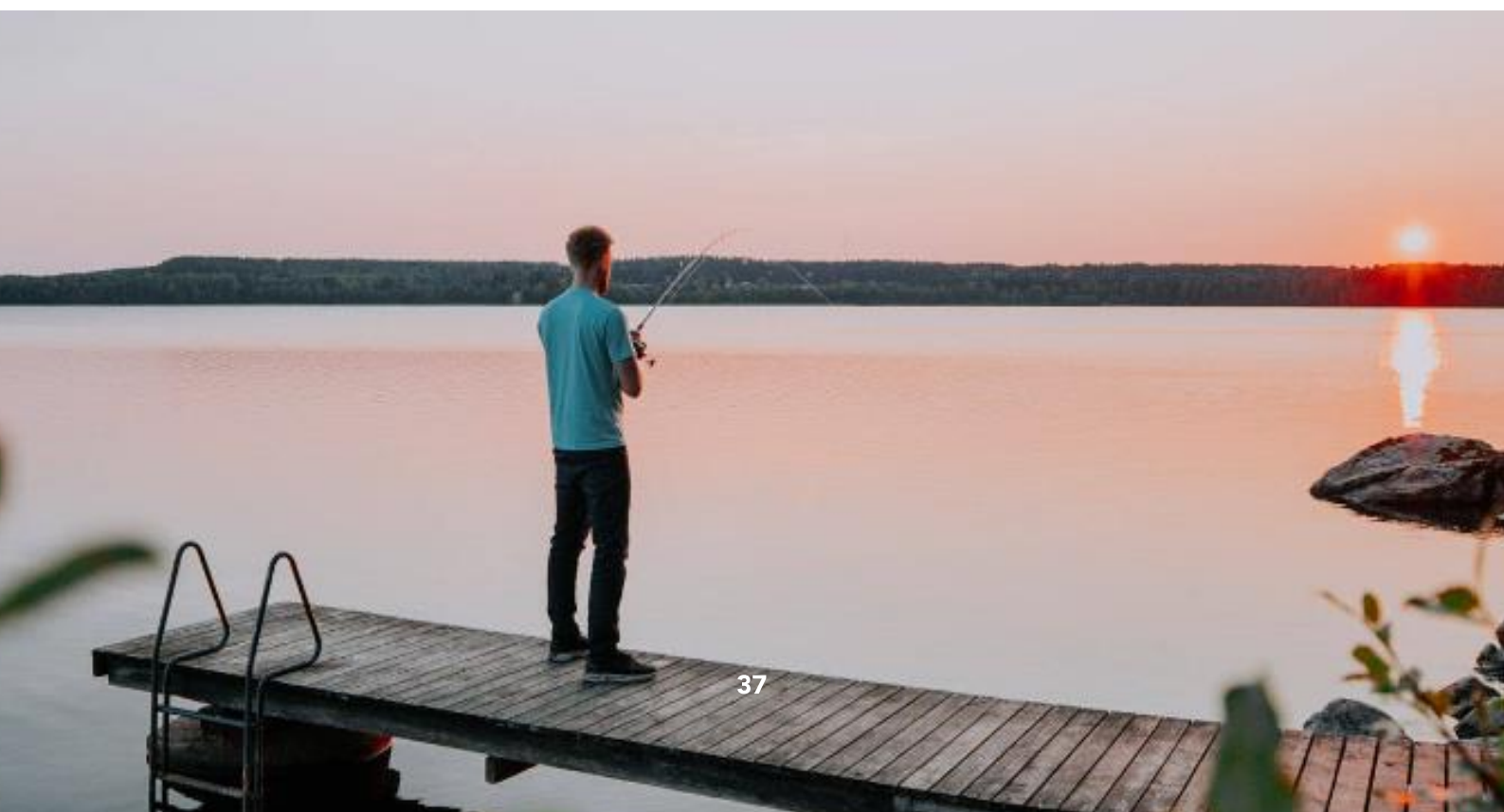
Visit Finland

Добро пожаловать в  Финляндию, страну тысяч озер и полярного солнца, снежной сказки и Санта Клауса, Муми-троллей и Калевалы!

SOME – muista ainakin nämä!

Jos haluat somekanavillesi näkyvyyttä Visit Finlandin kanavissa, muista ainakin seuraavat asiat:

- Kertaa VF:n kanavakohtaiset ohjeet yllä!
- Muista, että Visit Finland kansainvälisissä kanavissa voimme jakaa sisältöjä vain englanniksi, kiinaksi, japaniksi tai venäjäksi.
- Mieti aina, mitä lisäarvoa julkaisusi tuo seuraajalle/kuluttajalle. Joskus vähemmän on enemmän.
- Twitterissä ja Instagramissa vinkkaa meille aiheita @-merkillä puhuteltuna (@Ourfinland) ja kun teet postauksia, käytä #-tägiä #visitfinland ja #ourfinland
- Muista, että jokaisessa somekanavassa ei tarvitse olla >> valitse se / ne, joiden päivittäminen tuntuu relevantilta, hauskalta!
- Katso mitä muut tekevät ja ota oppia.
- Jaa sisältöjä, kaikkea ei tarvitse keksiä itse!
- Muista seurata some-kanaviesi analytiikkaa! Lähes kaikissa palveluissa on oma analytiikkapalvelu. Voit myös käyttää muita palveluita – esim. Iconosquare Instagramille.



A photograph of a lone, slender pine tree standing on a grassy bank. The tree is positioned in the center of the frame, its trunk extending from the bottom towards the middle. The top of the tree has a few branches with green needles. In the background, a calm lake reflects the sky and the distant forest. The sky is overcast with soft, grey clouds. The overall mood is quiet and contemplative.

Lopuksi

Digimaailma elää ja muuttuu koko ajan, mutta perusjärki pätee aina: kun mietit viestisi ja kohderyhmäsi harkiten, saat parempia tuloksia.

Yksi hyvin hoidettu kanava on parempi kuin monta huonoa.

Sisällön SEO (Search Engine Optimization) kannattaa laittaa kuntoon – tämä tarkoittaa sitä, että verkkosivujesi tai YouTube-videoidesi tärkeimmät otsikot ja tekstit ovat kansanomaisesti kirjoitettuja – ei kannata ”kikkailla sanoilla”, koska Googlen hakukone ei tästä lisäpisteitä anna, päinvastoin! Kiinnitäthän huomiota myös kuvatiedostojen nimiin ja ALT-teksteihin.

Muista: Yhä useampi matkailija arvostaa kestäväää kehitystä ja vastuullisia arvoja. Miten tämä näkyy liiketoiminnassasi ja digitaalisissa kanavissasi?

Voit katsoa vinkkejä ja ideoita täältä:
<https://www.visitfinland.com/sustainable-finland>

Löydät Visit Finlandin kuvamateriaalit Business Finlandin kuvapankista. Saat käyttää niitä vapaasti matkailumarkkinointiin:
<https://mediabank.businessfinland.fi/>

Lisää tietoa Visit Finlandin digitaalisista kanavista:
<http://www.visitfinland.fi/markkinointi/visit-finland-kanavat/>

