

Sivut (Pages)



- Mitä ovat yhteisöpalvelujen sivut (pages)?
- Millaisia eri profileja yhteisöpalveluissa on?
- Miten sivut, ryhmät ja yhteisöt eroavat yksityisistä profileista?
- Miten Facebookin ryhmät eroavat Google+’n, LinkedInin ja Yammerin ryhmistä?
- Esimerkkejä sivuista
- Voiko sivua lukea, vaikka ei olisi kirjautunut yhteisöpalvelun jäseneksi?
- Kuka voi perustaa sivun?
- Voiko sivun perustaa, vaikka ei olisi kirjautunut yhteisöpalvelun jäseneksi?
- Miksi sivu kannattaa perustaa?
- Mitä ennen sivun perustamista on mietittävä ja suunniteltava?
- Mistä elementeistä sivu koostuu?
- Miten sivu perustetaan?
 - Facebook
 - Google+
 - LinkedIn
 - Yammer
- Voiko sivun perustamisen yhteydessä annettuja tietoa muuttaa jälkeen päin?
- Millaista aineistoa sivuilla julkaistaan?
- Miten sivulle saadaan yleisöä eli "tykkääjiä"?
- Mitä rooleja sivun omistajalla on?
- Miten sivun omistaja vaihtaa rooliaan?
- Voiko sivun omistaja "tykätä" sivun nimen roolissaan saman yhteisöpalvelun ryhmistä (groups)?
- Miten sivu sopii bloggaamiseen?
- Mistä saa tietoa sivun kävijöistä ja kävijämäärästä?

Mitä ovat yhteisöpalvelujen sivut (pages)?

Sivut ovat yritysten, julkislaitosten, oppilaitosten, järjestöjen sekä muiden organisaatioiden ja projektien profiilisivuja. Niitä pidetään Facebookissa, Google+’ssa, LinkedInissä tai muissa kaupallisissa yhteisöpalveluissa. Ne ovat luonteeltaan yleisiä tai yhteisiä. Yleensä niiden tarkoitus on tiedottaa, edistää tavaroiden ja palvelusten myyntiä tai ajaa jotakin asiaa.

Millaisia eri profileja yhteisöpalveluissa on?

Yhteisöpalveluissa olevat profiilit voidaan jakaa kolmeen ryhmään:

1. Sivut (page)
2. Facebookin, LinkedInin ja Yammerin ryhmät (groups) ja Google+n yhteisöt (communities)
3. Yksityishenkilöiden profiilit

Miten sivut, ryhmät ja yhteisöt eroavat yksityisistä profiileista?

Yksityiset profiilit on tarkoitettu yksityishenkilöille. Profiilin nimenä on lähes aina palvelun yksityisen käyttäjän oma nimi.

Sivun (page) tarkoitus on yleensä markkinoida ulospäin jotakin yritystä, yhteisöä tai projektia. Sivun nimenä on yleensä yrityksen, yhteisön tai projektin nimi. Facebookin ja Google+:n sivut ovat lähtökohtaisesti julkisia.

Ryhmä (group) taas on enemmänkin työtila ja keskustelupalsta. Facebookin ryhmän ja Google+:n yhteisön voi sen omistaja määrittää julkiseksi, puoliyksityiseksi tai kokonaan yksityiseksi (=salaiseksi).

Miten Facebookin ryhmät eroavat Google+:n, LinkedInin ja Yammerin ryhmistä?

Facebookin ryhmissä on yksi julkisuusaste enemmän kuin muissa yhteisöpalveluissa. Facebookin ryhmän voi säätää myös puoliyksityisesti, jolloin ryhmän muotoilu ja otsikot näkyvät julkisuudessa mutta viestit eivät. Ryhmän käsittelemästä aiheesta kiinnostuneet löytävät siten ryhmän paremmin.

Esimerkkejä sivuista

Liikkeyritykset

- [Chrysler](#)
- [Marimerkko](#)

Julkislaitokset, viranomaiset, politiikka

- [Suomen poliisi](#)
- [Tasavallan presidentti](#)

Oppilaitokset

- [Metropolia](#)
- [Metropolian tietotekniikan koulutusohjelma](#)
- [Metropolian rekrytointipalvelut](#)
- [Mobiili sosiaalinen media ja mediaorganisaatiot](#)
- [Facebook: Verkon uusia välineitä ja menetelmiä](#)

Järjestötoiminta

- [Metropolia Ammattikorkeakoulun opiskelijakunta \(METKA\)](#)

Kulttuuri

- [Bob Dylan](#)
- [Lady Gaga](#)

Huumori

- [I hate study but love student life](#)

Voiko sivua lukea, vaikka ei olisi kirjautunut yhteisöpalvelun jäseneksi?

Kyllä voi. Tosin Facebook tarjoaa kirjautumattomille jäsenille ensin välilehden, jossa kehoitetaan kirjautumaan. siitä pääsee kuitenkin eteenpäin Sulje /Close -linkkiä painamalla. Aineiston lähettäminen sivuille ja sen kommentointi onnistuu vain kirjautuneilta jäseniltä. Yammerin sivut näkyvät vain organisaation sisällä.

Kuka voi perustaa sivun?

Kuka tahansa, jolla on sähköpostiosoite. Sivua luotaessa Facebook pyytää perustajaa ilmoittamaan, että on sen organisaation virallinen edustaja, jolle sivu avataan.

Voiko sivun perustaa, vaikka ei olisi kirjautunut yhteisöpalvelun jäseneksi?

Facebookissa voi, mutta silloin ei voi "tykätä" (like) muista sivuista.

Miksi sivu kannattaa perustaa?

1. Facebookissa on yli miljardi käyttäjää (Suomessa parisen miljoonaa). Oppilaitosten opiskelijoista ja tulevista opiskelijoista lähes kaikki ovat kirjautuneet johonkin yhteisöpalveluun.

2. Facebookin sivut näkyvät Googlen hauissa. Google osaa hakea myös sivun sisällössä olevia sanoja.
3. Sivun ylläpito syö suhteellisen vähän resursseja eikä vaadi erityisiä teknisiä taitoja.

Mitä ennen sivun perustamista on mietittävä ja suunniteltava?

1. Yhteisöpalvelussa olevan sivun tulee palvella kiinteästi organisaation ydinprosessia. Se ei voi olla ydinprosessista irrallaan oleva elementti, jota ylläpidetään oman toimen ohella, vapaa-aikana, leikkimielellä tai kokeilutarkoituksessa.
2. Yhteisöpalvelun sivun ylläpitoon on varattava resurssi, joka työskentelee organisaation tai osaston operatiivisen johdon oikeana kätenä. Yleensä yhteisöpalvelun sivun ylläpito kannattaa hoitaa keskitetysti, jolloin varmistetaan muun muassa viestinnän yhdenmukaisuus.
3. Sivu vaatii säännöllistä ylläpitoa. Ennen sivun perustamista on suunniteltava päivitysrytmi sekä prosessi, jota kautta sisältöjä sivulle saadaan säännöllisesti.
4. Sivut suosivat kuvien, videoiden ja äänitiedostojen julkaisua. Sivun perustamista varten on myös mietittävä prosessit, joiden kautta sivulle saadaan tasokkaita kuvia ja videoita säännöllisesti. Still-kuvia voi nykyisin ottaa enimmäkseen itse, kun taas videoiden ja audioiden osalta on mietittävä, kuvataanko ja editoidaanko ne itse vai ulkoistetaanko prosessi.

Mistä elementeistä sivu koostuu?

Facebookin ja Google+:n sivut muistuttavat asetelultaan henkilökohtaisia profiileja. Facebookissa sivun osat ovat:

- kansikuva (cover)
- profiilikuva (profile photo)
- sivun otsikko
- tiivistelmä sivun sisällöstä
- tykkää/älä tykkääkään (like/unlike) -linkki, joka ilmaisee käyttäjän suhteen sivuun. Sivun tykkääjillä linkissä lukee älä tykkääkään (unlike) ja ei-tykkääjillä vastaavasti tykkää (like).
- tykkääjien määrä (likes)
- sivulla käytettävät sovellukset
- aikajana (timeline), johon sivun tilapäivitykset kirjautuvat käännettyyn aikajärjestykseen
- Muiden viimeaikaiset julkaisut aiheesta [sivun nimi] (Recent posts by others)
- Tykkäämiset (Likes)

Sivun omistajalle näkyy lisäksi linkki sivun hallintamoduliin (muokkaa sivua/edit page).

Miten sivu perustetaan?

Facebook

- [Create a page](#)
- [Sivun perustamisen opas](#)

Google+

- [Luo paikallinen Google+-sivu](#)

LinkedIn

- [Adding a Company Page](#)

Yammer

- [Yammer Pages](#)

Voiko sivun perustamisen yhteydessä annettuja tietoa muuttaa jälkeen päin?

Kaikkia sivun perustamisen yhteydessä annettuja tietoja voi muokata Facebookissa sen jälkeen, kun sivu on jo perustettu

Millaista aineistoa sivuilla julkaistaan?

Yleistä aineistoa uutiet ja tiedotteet omasta toiminnasta. Uutiset voivat olla itse laadittuja tai muiden tahojen laatimia, jolloin sivulta on vedetty linkki uutislähteeseen. Sivuilla julkaistaan myös kuvia, videoita ja äänitiedostoja sekä käydään kampanjoita, julistetaan kilpailuja ja esitetään mielipidetiedusteluja.

Liikeryitysten sivuilla esitellään uusia tuotteita, julistetaan erikoistarjouksia, ilmoitetaan poikkeavista aukioloajoista, käydään kilpailuja ja tiedustellaan käyttäjien mielipiteitä.

Oppilaitosten pääsivuilla tiedotetaan yleensä hakuprosessista sekä uutisoidaan tai lainataan uutisia oppilaitoksen toimintaan liittyvistä asioista.

Koulutusohjelmien ja ainelaitosten sivut keskittyvät yleensä mainostamaan opiskelijarekrytointia ja tarjoavat yksityiskohtaisempaa ja erikoistuneempaa aineistoa kuin oppilaitoksen pääsivut.

Kulttuurialan sivuilla yleensä tiedotetaan uusista julkaisuista ja myydään niitä. Sivun graafinen ilme muutetaan yleensä uusinta julkaisua tukevaksi. Musiikin, elokuvan ja teatterin alalla sivuille on yleensä lisätty Youtube-sovellus, josta voi katsoa ajankohtaisen julkaisun mainoksen.

Miten sivulle saadaan yleisöä eli "tykkääjiä"?

1. Kaikessa verkkoviestinnässä sisältö ratkaisee. Käyttäjää kiinnostava sisältö säännöllisesti tarjottuna lisää sivun yleisöä hitaasti mutta varmasti.
2. Yhteisöpalvelun sivua tukeva tavallinen WWW-sivu tai blogi kannattaa perustaa, joskin nykyisin se ei ole aivan välttämätöntä. WWW-sivulle yhteisöpalvelussa mainitut asiat voi koota temaattiseen järjestykseen.
3. Ristiintyökäykset muiden samassa yhteisöpalvelussa olevien samankaltaisten sivujen kanssa helpottavat liikkumista eri sivujen välillä. Yhteisöpalvelun sivua voi kohtuullisessa määrin mainostaa myös keskustelupalstoilla ja painetun viestinnän tuotteissa.
4. Yhteisöpalvelun sivun rinnalla kannattaa joissakin tapauksissa avata tili esimerkiksi Twitterissä tai Youtubessa, jolloin sivulle johtava linkki voidaan merkitä rinnakkaistilien yhteyteen.

Mitä rooleja sivun omistajalla on?

Facebookin sivun omistaja voi käyttää Facebookia

1. henkilökohtaisen profiilinsa nimellä tai
2. hallitsemansa sivun nimellä.

Kun sivun omistaja siirtyy henkilökohtaisesta profiilista omistamilleen sivulle, muuttuu rooli sivun nimen mukaiseksi oletusarvoiseksi ja pysyy sellaisena niin kauan kuin hän pysyy sivulla. Jos omistaja kirjoittaa esimerkiksi viestin sivulle, tulee viestin kirjoittajanimeksi sivun nimi.

Sääntöön on yksi **poikkeus**: kun sivun omistaja on omalla sivullaan ja "tykkää" jostakin toisesta sivusta, kirjautuu "tykkäys" henkilökohtaiseen profiiliin. Jos omistaja haluaa "tykätä" toisesta sivusta nimenomaan sivun omistajan roolissaan (eli sivun otsikon nimellä), tulee hänen vaihtaa roolikseen sivun nimi.

Miten sivun omistaja vaihtaa rooliaan?

1. Mene sivulle
2. Muokkaa sivua (Edit)
3. Käytä sivua nimellä [sivun nimi] (Use Facebook as [sivun nimi])

Voiko sivun omistaja "tykätä" sivun nimen roolissaan saman yhteisöpalvelun ryhmistä (groups)?

Facebookin sivun nimen mukaisessa roolissa voi "tykätä" vain Facebookin muista sivuista (pages).

Miten sivu sopii bloggaamiseen?

Facebookin sivua voi käyttää blogialustana, mikäli blogikirjoitukset ovat suhteellisen lyhyitä. Facebookin tilapäivytyskenttä ei kuitenkaan tue graafisesti korostettuja otsikoita eikä tekstikorostuksia. Lisäksi kirjoitusta ei voi julkaisemisen jälkeen muuttaa muuten kuin poistamalla koko kirjoitus ja kirjoittamalla se uudestaan.

Mistä saa tietoa sivun kävijöistä ja kävijämääristä?

Facebook-sivun ylläpitäjä saa sivun Insights-osastosta muun muassa seuraavia tietoja:

- tykkääjien ja tykkäämisen lopettaneiden määrät aika-akselilla
- tykkääjien demografisia tietoja (asuinpaikka ja ikähaarukka)
- kuinka moni on avannut viestin ja kuinka paljon se on synnyttänyt vuorovaikutusta