

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Työn tekijä Jasmina Kräkin	
Työn nimi Facebook-sivu sisältömarkkinoinnin välineenä	
Päiväys	17.05.2016
Sivumäärä/Liitteet	37 + 5
Ohjaaja Milla Siimekselä	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani Snellman-kesäyliopisto	
Tiivistelmä	
<p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli luoda suunnitelma toimeksiantajan, Snellman-kesäyliopiston, toivoman aiheen sisältömarkkinointiin Facebookissa. Opinnäytetyössä tarkastellaan markkinointia ja sen tulevaisuutta, sosiaalisen median hyödyntämistä markkinoinnissa sekä sisältömarkkinoinnin mahdollisuuksia.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettisessa viitekehyksessä selvitettiin sosiaalisen median ja sen kanavien määritelmät Facebookin ja Instagramin osalta. Lisäksi käytiin läpi sisältöstrategian osat, jotka ohjaavat onnistuneeseen sisältömarkkinointiin. Lähdeaineistona teoreettisessa viitekehyksessä käytettiin ammattikirjallisuutta sosiaalisesta mediasta ja markkinoinnista, eri oppilaitoksista valmistuneita opinnäytetöitä sekä verkkojulkaisuja aiheista. Lisäksi esitellään esimerkitapaus Facebookista löytyvistä sisältömarkkinointisivuista.</p> <p>Johtopäätöksenä todettiin, että tulevaisuuden markkinointi siirtyy enenevässä määrin internetiin. Digitalisaation myötä kyky luoda vuorovaikutusta ja kohtaamispaikkoja korostuvat. Markkinoinnin ja tiedottamisen raja on yhä häilyvämpi. Sisällöntuottaminen ja julkaiseminen voidaan internetin avulla kohdentaa halutusti. Markkinoijan ja sisällöntuottajan rooli on luoda löydettävää, henkilökohtaista ja merkityksellistä materiaalia. Sisältö on markkinoinnin ydin. Onnistunut sisältömarkkinointi on suunniteltua, oivaltavaa, viihdyttävää sekä hyödyllistä ja sisällöntuottaminen kohdistuu halutulle yleisölle oikeiden kanavien välityksellä.</p> <p>Näihin seikkoihin pohjaten toiminnallisen opinnäytetyön tuotoksena syntyi suunnitelma sisältömarkkinointiin tarkoitetun Facebook-sivun toteutuksesta. Raportissa kuvattiin ehdotus käytännön toteutusta varten. Suunnitelma luotiin antamaan tukea onnistuneeseen, nykyaikaiseen ja vuorovaikutteiseen sisältömarkkinointiin Facebookissa toimeksiantajan tarpeet huomioiden.</p> <p>Pelkkä oman sivun perustaminen Facebookissa ei riitä. Tarvitaan strategia ja suunnitelma olla läsnä ja tavoitettavissa. Vastaanottaja kaipaa kuuntelemista ja huomioonottamista. Menestyä voi luomalla jotain uutta ja virkistävää verkkoon, mielellään mahdollisimman usein ja säännöllisesti. Markkinointi on nykyään yhä enemmän vuorovaikutteista, keskustelevaa, sitouttavaa ja yhteisöllistä julkaisemista. On oikeastaan kyse löydettävyydestä, jota tulisi hallinnoida siten, että kohderyhmän edustajat halutessaan löytävät ongelmiinsa ratkaisun juuri silloin kuin sitä kaipaavat.</p> <p>Valtaosa suomalaisista käyttää internetiä ja älypuhelin löytyy yhä useamman taskusta. Teknologiasta on tullut arkipäiväistä, jolloin se on myös viestinnällisesti ja markkinoinnillisesti merkittävää. Löydettävyyden digitalisaation aikana tarkoittaa siirtymistä kanaviin, foorumeihin ja palveluihin, joita voi vaivattomasti käyttää myös mobiililaitteilla. Hyvä, löydettävä sisältö on laadukasta ja tähtää yleisönsä ongelmien ratkaisemiseen. Samalla se voi johtaa mittavaan menestykseen. Kiinnostava sisältö leviää verkossa vaivattomasti, kun yleisön ja yhteisöjen edustajat jakavat sisältöä keskenään.</p>	
Avainsanat Sosiaalinen media, Facebook, sisältömarkkinointi	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration			
Author Jasmina Kräkin			
Title of Thesis Content marketing on Facebook page			
Date	17th of May	Pages/Appendices	37 + 5
Supervisor Milla Siimekselä			
Client Organisation /Partners Snellman Summer University			
<p>Abstract</p> <p>The purpose of this study was to create a content marketing plan on Facebook to Snellman Summer University. The thesis examines marketing and the future use of social media marketing, and content marketing opportunities.</p> <p>The theoretical framework of the thesis studies the definitions of social media and its channels Facebook and Instagram. The study also describes the components of successful content marketing strategy. The data sources consist of professional literature on social media and marketing as well as recent theses, and online publications on the. In addition, a case study dealing with content marketing on Facebook is included.</p> <p>It was concluded that the future of marketing is increasingly shifting to the Internet. Digitalization with the ability to create interaction and meeting points becomes emphasized. The distinction between Marketing and information is becoming increasingly blurred. Content production and publication can be aimed at the desired target audience with the help of the Internet. The role of the marketer and the content provider is to create material that is easy to find, personal and meaningful. Content is the core of marketing. Successful content marketing is planned, insightful, entertaining and useful and the production is directed to the desired audience through the right channels.</p> <p>As a result of this thesis a plan was created for a Facebook page to be used for content marketing. The report describes a proposal for practical implementation. To support successful, modern and interactive content marketing on Facebook.</p> <p>Simply setting up a page on Facebook is not enough. There must be a strategy and plan for a company to be present and available for customers. The recipient of a promotional message needs to be listened to and taken into account. A company can succeed by creating something new and refreshing to the network, preferably as often as possible and on a regular basis. Marketing today is increasingly interactive, conversational, engaging and collaborative publishing. In marketing it is all about findability, in which case it is important that customers find solutions to their problems just when they need them.</p> <p>The majority of Finnish people use the Internet and own a smartphone. Technology has become more commonplace, which should also be taken into account in communications and marketing. During the digitalisation companies need to be found on channels and services, which can easily be used on mobile devices. Quality content is aimed at the audience to solve their problems. At the same time the content can lead to massive success. Engaging content can easily spread online, as representatives of the public and communities share the content with each other.</p>			
Keywords Social media, Facebook, Content marketing			