

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Työn tekijä Hanna Toivainen	
Työn nimi Strategian hyödyntäminen verkkoviestinnän kehittämisessä	
Päiväys	9.5.2016
Sivumäärä/Liitteet	37/4
Ohjaajat Anu Kettunen ja Minna Tarvainen	
Toimeksiantaja Osuuskauppa PeeÄssä	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää jo olemassa olevien S-market myymälöiden Facebook-sivustoja toimeksiantaja Osuuskauppa PeeÄssälle. Facebook-sivujen kehittämisen kannalta toimeksiantaja halusi selvittää mitä Facebook-sivujen tykkääjät haluavat sivuston päivityksiltä ja toiminnoilta. Opinnäytetyöhön tehtiin kyselytutkimus, joka toteutettiin kyselylomakkeella. Kyselylomake julkaistiin S-market myymälöiden pilottikokeiluina olleille Facebook-sivustoille. Kyselytutkimuksen tulosten perusteella voidaan todeta, että sivustolle halutaan ajankohtaisia päivityksiä tuotteista ja kaupan kuulumisista. Tämän opinnäytetyön kyselytutkimuksen tuloksia ei voida pitää täysin hyödyllisinä, koska kyselylomake ei ollut laadittu tarpeeksi yksityiskohtaisesti. Lisäksi kyselytutkimuksessa ei huomioitu riittävästi teoriaan ohjeistamaan tapaan kuunnella kohderyhmää. Tulokset antavat kuitenkin viitteitä siihen, että strategiaa ja suunnitelmaa hyödyntäen voidaan laatia kohderyhmän tarpeisiin vastaavaa viestintää.</p> <p>Opinnäytetyön tekoprosessin aikana ilmeni ettei toimeksiantajalla ollut käytössään strategiaa tai suunnitelmaa Facebook-sivujen ylläpitämiseen. Opinnäytetyön loppupäätelmänä voidaan todeta, että yrityksen tulisi toteuttaa viestintää verkon tarjoamilla jakelualustoilla strategian pohjalta suunnitellusti, jotta viestintä vastaisi kohderyhmän tarpeisiin sekä tukisi yrityksen liiketoimintaa. Tämä opinnäytetyö voi toimia apuna tehdessä tarkempaa lisäselvitystä siitä, mitä kohderyhmä haluaa S-market myymälöiden Facebook-sivustoilta tai tulevilta viestinnän jakelukanavilta.</p>	
Avainsanat markkinointiviestintä, sisältömarkkinointi, sisältöstrategia, verkkoviestintä	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration			
Author Hanna Toivainen			
Title of Thesis Strategy utilization for developing network communication			
Date	9.5.2016	Pages/Appendices	37/4
Supervisor Anu Kettunen ja Minna Tarvainen			
Client Organisation /Partners Osuuskauppa PeeÄssä			
<p>Abstract</p> <p>The purpose of the thesis was to improve the already existing S-market store´s Facebook pages for the commissioner Osuuskauppa PeeÄssä. The commissioner wished to find out what the Facebook site users expect from the Facebook site updates and functions to engage in appropriate development steps. Part of the thesis project was implemented as a survey utilising a questionnaire, which was made available on the S-market stores´ Facebook site as a pilot experiment. The findings yielded by the survey indicate respondents´ interest towards updates on products and developments in the business activity. The results of this research are not completely applicable as such because the questionnaire was not detailed enough. Furthermore, the survey did not pay enough theoretic attention to being aware of the needs of the target group. However, the results show that by using the strategy and planning you can ensure communication which responds to the needs of the target group.</p> <p>During the process of making the thesis, it appeared that currently the commissioner had no strategy or plan for maintaining the Facebook sites. In conclusion, the commissioner should create a strategy and, based on it, implement corporate communication on web-based platforms in a systematic and controlled manner to facilitate communication both meeting any target group´s needs as well as supporting business operations. In addition, this study renders a tool to prepare a further investigation into what the target group expects from S-market Facebook site updates and future communication functions and channels.</p>			
Keywords marketing communications, content marketing, content strategy, network communication			