

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Työn tekijä Kiira Nousiainen	
Työn nimi Sosiaalisen median käyttö markkinoinnissa, case Sokos Kuopio	
Päiväys	23.4.2018
Sivumäärä/Liitteet	
Ohjaaja Anja Kainulainen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Sokos Kuopio	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on antaa toimeksiantajalle tärkeää tietoa sosiaalisen median tärkeydestä nykypäivän markkinoilla. Tavoitteena on lisätä informaatiota sekä antaa kehitysehdotuksia ja uusia näkökulmia toiminnan kehittämistä varten. Tavoitteena on, että toimeksiantaja perehtyy opinnäytetyöhön ja osaa sen sisällön perusteella käyttää käsiteltyjä sosiaalisen median palveluita tehokkaasti muun muassa myynninedistämässä ja markkinoinnissa. Tätä varten on liitteissä esimerkkinä käytetty sisältösuunnitelmia.</p> <p>Sosiaalinen media on eri muodoissa tullut merkittäväksi osaksi ihmisten arkipäivää. Yritykset ovat alkaneet käyttää entistä enemmän sosiaalista mediaa markkinointiin. Sosiaalinen media tarjoaa uusia mahdollisuuksia yrityksen markkinointiviestintään. Toiminta ja työkalut sosiaalisessa mediassa muuttuvat jatkuvasti. Haastavan sosiaalisesta mediasta tekee mukana pysyminen. Sosiaalinen media tarjoaa kuitenkin paljon mahdollisuuksia, joten siihen kannattaa tutustua huolella ja pysyä mukana muutoksessa niin hyvin kuin pystyy. Sosiaalisen median toiminta vaatii resursseja ja siihen tulisikin paneutua ja sitoutua. Spontaanista luonteesta huolimatta käyttäytymistä sosiaalisessa mediassa tulee suunnitella. Yrityksen on hyvä tehdä sosiaalisen median strategia, jotta kaikilla yrityksen työntekijöillä on ymmärrys siitä mitä tehdään, milloin tehdään ja miksi tehdään. Livevideot ja reaaliaikaisuus toiminnassa ovat yleistyneet osana sosiaalisen median sisältöjä. Kasvua on odotettavissa vielä entistä enemmän, sillä hyvin toteutetut live-toiminnot ovat erinomaisia keinoja saavuttaa näkyvyyttä ja sitouttaa asiakkaita.</p> <p>Työssä käsitellään sosiaalista mediaa markkinoinnin välineenä. Sosiaalisen median avulla yritykset pystyvät nykypäivänä tavoittamaan asiakkaita mitä helpommin, nopeammin ja tehokkaammin, rekrytoimaan, huolehtimaan asiakaspalvelusta ja pitämään kiinni nykyisistä asiakkaista, jopa ilmaiseksi. Tämä mahdollistaa vuorovaikutuksen lisääntymistä yrityksen ja asiakkaan välillä.</p> <p>Toiminnallisen opinnäytetyön alkukappaleissa perehdytään sosiaaliseen mediaan ja erityisesti Instagramin ja Facebookin maailmaan teoreettisessa näkökulmassa ja tarkastellaan kuinka niitä olisi mahdollisimman hyödyllistä käyttää sosiaalisen median markkinoinnissa ja mainonnassa. Työn loppupuolella keskitytään toiminta-ohjeistukseen, jossa pohditaan kuinka juuri toimeksiantajan kannattaisi hyödyntää edellä käsiteltyjä neuvoja ja ohjeita.</p> <p>Työn tavoitteena oli Instagramin ja Facebookin käytön tehostaminen toimipaikassa ja selkeän ohjeistuksen luominen. Työn tuloksena syntyi kompakti infopaketti halutuista palveluista sekä katsaus tulevaan. Työstä saadaan kehitysideoita, jotka ovat helppo ottaa käytäntöön ja uusia näkökulmia toiminnan kehittämistä varten. Tämän opinnäytetyön hyöty kohdistuu lähinnä toimeksiantajalle. Haasteena työssä on palveluiden ja sosiaalisen median jatkuva kehitys.</p>	
Avainsanat sosiaalinen media, Facebook, Instagram, markkinointi, sosiaalisen median markkinointi, sisältömarkkinointi	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration			
Author Kiira Nousiainen			
Title of Thesis Use of social media in marketing			
Date	23.4.2018	Pages/Appendices	
Supervisor Anja Kainulainen			
Client Organisation /Partners Sokos Kuopio			
<p>Abstract</p> <p>The aim of this thesis is to give essential information about the importance of social media in the current marketing field to the commissioner of this final project. The target is to provide the company with development proposals and new ideas to improve activities in social media. The primary purpose is acquaint the commissioner with the topic to such a degree that the knowledge of how to use social media as an advantage and how to use the discussed services effectively for example in marketing and sales promotion. To enhance created material there are two examples of content plans appended to the report.</p> <p>Social media has become in various forms a major part of people's everyday lives. In addition, companies have started to use social media even more for marketing. Social media offers new opportunities for marketing communication. Activities and tools in social media are constantly changing. The challenge is to keep up with the change. However, social media offers so many opportunities that one really should get to know it accurately and keep up with it as well as possible. Activities in social media require resources and should be focused and committed. Despite its spontaneous nature, behavior in social media needs to be designed. It is a feasible idea to plan a social media strategy so that everyone in a company has an understanding of what to do, when to do and why it is done. Live videos and real-time activity have become more common in social media content. Growth is expected even more, as well-executed live operations are an excellent way to reach visibility and engage customers.</p> <p>The thesis deals with social media as a marketing tool. By means of social media, today's companies are able to reach customers more easily, faster and more efficiently, recruit, retain existing customers and take care of customer service, even free of charge. This enables an increased interaction between the company and the customer.</p> <p>The first two chapters deal with social media in a theoretical perspective, especially Facebook and Instagram. The chapters tell how to use them effectively. Towards the end of the work, the focus will be on operational guidelines, which discuss how the company should take advantage of the above-discussed advice and instructions.</p> <p>The aim of the thesis project was to improve the efficiency of Instagram and Facebook use and to create clear guidelines how to use them. As a result of the thesis, a compact info package of services and a look at the future were created. The work provides developmental ideas that are easy to implement and new perspectives for the development of the business. The benefit of this thesis is mainly directed at the commissioner. The challenge in this research was the continuous development of services and social media.</p>			
<p>Keywords social media, marketing, Instagram, Facebook, social media marketing</p>			