

Suomen Ratsastajainliitto ry sosiaalisessa mediassa

NYKYTILANNE

- Facebook: www.facebook.com/suomenratsastajainliitto/
 - 17 467 tykkääjää (3.8.2016)
- Instagram: www.instagram.com/ratsastajainliitto/
 - 1750 seuraajaa (3.8.2016)
- Twitter: www.twitter.com/ratsastus_fi
 - 1 496 seuraajaa (3.8.2016)
- Blogi: <http://nuoretpaattajat.blogspot.fi>
 - 20 639 sivukatselua (3.8.2016)
- YouTube: www.youtube.com/user/ratsastajainliitto
 - 768 tilaajaa, 117 400 näyttökertaa (3.8.2016)

SOSIAALINEN MEDIA YLEISESTI

Tavoitteet

- 1) Tavoittaa ratsastuksen parissa toimivat ihmiset Suomessa.
- 2) Aktivoita ratsastuksen parissa toimivia henkilöitä tuottamaan itse sisältöä sosiaalisessa mediassa.
- 3) Lisätä lajin valtakunnallista näkyvyyttä ja vaikuttavuutta.

Kohderyhmät

- 1) SRL:n jäsenet
- 2) Ratsastusta harrastavat tai hevosten parissa toimivat henkilöt
- 3) Päättäjät, media, yritykset ja järjestöt

Kanavat

Jo olemassa olevien kanavien tehokas hyödyntäminen (Facebook, Instagram, Twitter, blogi, YouTube) sekä uusien kanavien pilotointi ja käyttöönotto tarpeen mukaan (esim. Snapchat, Periscope)

Toiminta-ajatus sekä sisällöt

Suomen Ratsastajainliitto hyödyntää sosiaalista mediaa viestinnässään ja markkinoinnissaan muiden viestintä- ja markkinointivälineiden ohessa. Sosiaalisen median avulla lisätään tietoutta hevosen hyvinvoinnista, kehitetään ratsastusurheilun näkyvyyttä sekä tuodaan liiton toimintaa lähemmäs sen jäsenistöä. Sosiaalisen median kanaviin tuotetaan sisältöä ajankohtaisista sekä kiinnostavista aiheista, esimerkiksi Suomen Ratsastajainliiton teemojen mukaisesti. Tarkempi sisältö määritellään kampanjakohtaisesti sekä seurannan perusteella tehtyjen havaintojen mukaisesti sen perusteella, mikä aihepiiri käyttäjiä kiinnostaa. #ratsastus-tunnuksen käyttöön pyritään kannustamaan sekä luodaan tarvittaessa muita hyödynnettäviä tunnuksia, kuten #ratsastusgaala ja #satulahuoneestasomeen. Omien sisältöjen lisäksi eri kanavissa voidaan jakaa myös muiden sisältöjä (esimerkiksi Facebookin jaa-toiminto). Eri medioiden, ratsastusjärjestöjen, kiinnostavien lajin harrastajien/ammattilaisten sekä yleisten tapahtumien ja teemojen sisällöt ovat usein hyviä jaettavia.

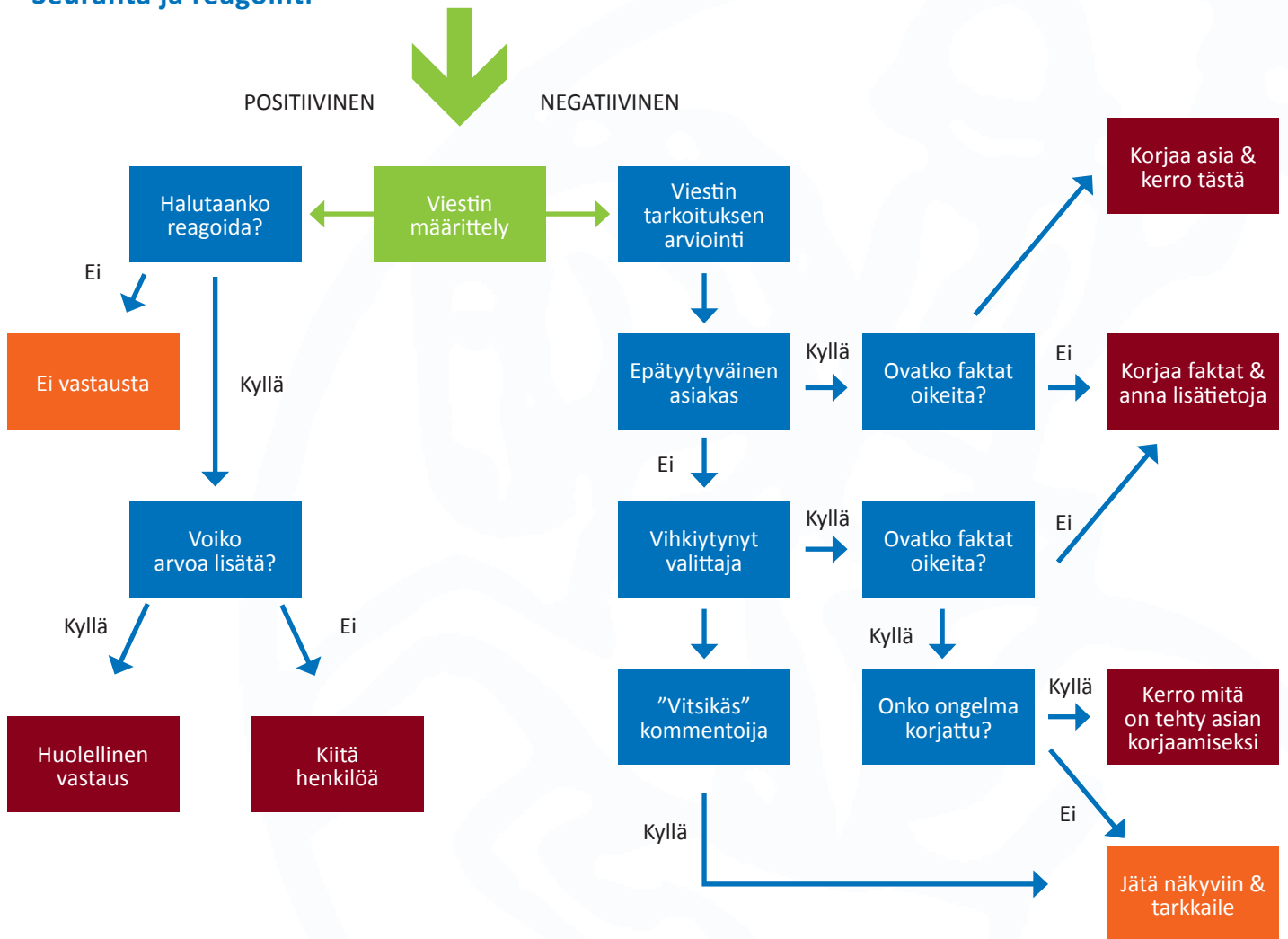
Keskeiset toimintaperiaatteet

- Tuodaan Suomen Ratsastajainliiton toimintaa lähemmäksi jäsenistöä.
- Keskustelujen, kommenttien ja palautteen seuranta sekä niihin reagoiminen.
- Kiinnostavan sisällön luominen ja aktiivinen sosiaalisen median ylläpito/päivittäminen.

Mittarit

- 1) Tavoittaa ratsastuksen parissa toimivat ihmiset Suomessa
 - a) Liiton sosiaalisen median sivustojen seuraajien/tykkääjien/tilaajien määrä
 - b) Liiton sosiaalisen median päivitysten levinneisyys/näyttökertojen määrä
- 2) Aktivoida ratsastuksen parissa toimivia henkilöitä tuottamaan itse sisältöä sosiaalisessa mediassa
 - a) Sosiaalisen median sivustoilla tapahtuva käyttäjien oma sisällöntuotannon tai kommentoinnin määrä
 - b) #ratsastus-tunnuksen käyttömäärä eri kanavissa
- 3) Lisätä lajin valtakunnallista näkyvyyttä ja vaikuttavuutta
 - a) Päätäjien/vaikuttajien reagointi sosiaalisen median sisältöihin
 - b) Päivitysten levinneisyys/näyttökertojen määrä

Seuranta ja reagointi



KUVIO 1 Owyangin luokittelumalli kommentoinnille sosiaalisessa mediassa (Owyang, 2010, 20)

KANAVAKOHTAISET TOIMINTAMALLIT

- **Facebook:**
 - Kohderyhmä: Jäsenistö sekä muut ratsastuksesta kiinnostuneet
 - Sisällöt: Ajankohtaisten asioiden jakamista sekä ohjaamista verkkosivuille
 - Päivittäjät: Toimiston henkilökunta omien vastualueidensa mukaisesti sekä Nuoret Päättäjät -ryhmän vastuuhenkilöt
 - Päivitystiheys: Suositeltava päivitystahti 1-3 päivitystä/viikko. Ei perättäisiä päivityksiä esimerkiksi 10 minuutin välein.
 - Muuta: Hyödynnetään Facebookin ajastus-toimintoa, päivityksiä voi lisätä useampia samaan aikaan, mutta ne voi ajastaa myös ilmestymään myöhemmin. Harkitaan myös maksullisen mainonnan käyttöä esimerkiksi tapahtumien markkinoinnissa.
- **Instagram:**
 - Kohderyhmä: Erityisesti nuoret ratsastusta harrastavat / siitä kiinnostuneet.
 - Sisällöt: Kuvia sekä lyhyitä videoita esimerkiksi tapahtumista tai kampanjoiden tiimoilta. Ihmiset ja eläimet toimivat parhaiten (ei kuvia tyhjästä luentotiloista jne.)
 - Päivittäjät: Nuoret Päättäjät sekä Nina Kaipio
 - Päivitystiheys: Suositeltava päivitystahti vähintään 3-10 julkaisua/kuukausi. Tarvittaessa (esimerkiksi hevosvalokuvakampanjat) julkaisutahti voi olla huomattavastikin tiiviimpi.
 - Muuta: #ratsastus-tunnuksen sekä muiden julkaisun aihepiiriin sopivien tunnusten hyödyntäminen ja kuvissa esiintyvien henkilöiden merkitseminen lisää näkyvyyttä. Myös muiden julkaisuja esimerkiksi tunnuksella #ratsastus voi "repostata", mutta kohteliasta on kysyä tähän ensin lupa. Instagramissa linkkien jakaminen on vaikeaa, sillä profiilissa voi olla kerrallaan vain yksi linkki biossa. Bit.ly -Sivuston kautta voi lyhentää linkkejä esimerkiksi muotoon <http://bit.ly/opetushevonen4>, jolloin ne ovat paljon käyttäjäystävällisempiä ja saavuttavat helpommin klikkauksia.
- **Twitter:**
 - Kohderyhmä: Hieman vanhemmat ratsastusta harrastavat / siitä kiinnostuneet some-aktiivit, mutta myös päättäjät, vaikuttajat sekä urheiluharrastajat.
 - Sisällöt: Liiton sisältöjen, tapahtumien ja teemojen tiedottamista sekä livetviittausta erilaisista tapahtumista.
 - Päivittäjät: Nuoret Päättäjät sekä Nina Kaipio
 - Päivitystiheys: Päivityksiä voi julkaista hyvinkin aktiivisesti ja esimerkiksi livetviittauksessa niitä voi tehdä jopa useita tunnissa.
 - Muuta: #ratsastus-tunnuksen sekä muiden julkaisun aihepiiriin sopivien tunnusten hyödyntäminen. Ratsastuksen pariin liittyvien tviittien uudelleentviittaus ja linkkien jakaminen toimii myös hyvin.
- **Blogi:**
 - Kohderyhmä: Erityisesti nuoret ratsastusta harrastavat / siitä kiinnostuneet, muut nuorisotoiminnan parissa toimivat.
 - Sisällöt: Tapahtumista, tilaisuuksista ja ajankohtaisista asioista postaaminen (missä Nuoret Päättäjät jollain tapaa mukana), lisäksi vieraskynätekstejä
 - Päivittäjät: Nuoret Päättäjät
 - Päivitystiheys: 1-3 krt / kuukaudessa
 - Muuta: Blogi voi toimia myös ns. maalisältönä muille sosiaalisessa mediassa jaettaville postauksille.
- **YouTube:**
 - Kohderyhmä: SRL:n jäsenet sekä muut ratsastuksesta erityisesti urheilumuotona kiinnostuneet
 - Sisällöt: Kilpailu- ja tapahtumavideoita
 - Päivitystiheys: Aina tarvittaessa
 - Muuta: Videoiden jakoa muihin sosiaalisen median kanaviin kannattaa tehdä myös aktiivisesti. Livestriimauksen mahdollisuudet hyötykäyttöön.