

Viestintätoimistot: Viestintäalalla edessään historian suurin murros

Kauppalehti, 25 lok 2010, Markkinointi s.4-5

Viestintätoimisto Drumin partneri Mikko Siukosaari sanoo, että sosiaalisen median kasvu on muuttanut viestinnän kenttää niin, että edessä on koko alan historian suurin murros. Markkinointiviestinnän ammattilaisten on autettava yrityksiä pärjäämään uudenlaisessa, sirpaleisessa mediaympäristössä. Tiedottamisen ja markkinointiviestinnän lisäksi nyt tarvitaan suoraa verkkokeskustelua kuluttajien kanssa.

Viestintätoimisto Miltonin toimitusjohtaja Mathias Järnström näkee viestintäalan toimijoiden pudotuspeliin kaksi syytä. Viestintätoimistojen on yhä useammin ulotettava lonkeronsa myös ulkomaille, ja lisäksi toimistot joutuvat etsimään asiakkailleen entistä edullisempia viestintäratkaisuja, jotka taas edellyttävät sosiaalisen median hyödyntämistä.

Hill&Knowltonin Finlandin toimitusjohtajan Tarja Jussilan mukaan pelkkä tiedon keruu ja analysointi ei riitä, vaan tarinaa on kerrottava eteenpäin kaikissa olennaisissa kanavissa, kuten www-sivuilla, sosiaalisen median yhteisöpalveluissa ja maksetuissa mainoksissa. Lisäksi tarve yrityksen viestinnän seurantaan on entistä suurempi.

Järnström uskoo, että suomalaisilla pienilläkin teknologiayrityksillä on parempi mahdollisuus päästä kansainvälisille markkinoille, kun käytössä ovat sosiaalisten medioiden väylät. Hänen mielestään ansaittu julkisuus on uskottavampaa kuin ostettu julkisuus.

Siukosaari kertoo, että yhteisöt ja järjestöt ostavat viestinnän palveluja aikaisempaa enemmän. Hänen mukaansa joskus tuntuu, että ne ovat löytäneet viestinnän uudet mahdollisuudet yrityksiä nopeammin.

Lassila & Tikanoja tuo ympäristönäköl- maa yritysten arkeen

Lassila & Tikanoja auttaa asiakkaitaan vähentämään ympäristökuormitustaan. Yhtiö seuraa Esmerkin palvelun avulla ympäristöalan jatkuvasti kehittyvää normistoa.

Kuva: L&T



L&T huolehtii kiinteistöistä energiatehokkaasti.

sivu 2

Sosiaalinen media haltuun

Yritykset eivät voi enää välttyä sosiaaliselta medialta. Vaikka verkkokeskusteluihin ei osallistuisikaan itse, kannattaa niitä kuitenkin seurata. Koska keskustelua käydään yleensä valtavasti, oleellista on kokonais kuvan hahmottaminen sosiaalisesta mediasta.

sivu 3

Ajankohtaista Esmerkissä

Esmerkin ja Comintellin kumppanuuden myötä älykkämpiä uutispalveluja

Esmerk Oasis on yhteisöllinen ratkaisu organisaation markkinatiedon hallintaan

sivu 4

Lassila & Tikanoja tuo ympäristönäkökulmaa yritysten arkeen

Kuva: L&T

Lassila & Tikanoja haluaa tuoda ympäristönäkökulman mukaan työntekijöidensä ja asiakkaidensa arkiseen tekemiseen. Viestintäpäällikkö Mikko Saariaho muistuttaa, että ympäristökuormituksen vähentämiseen tähtäävän cleantech-liiketoiminnan voi ymmärtää myös maanläheisellä tavalla. Arjen teoilla on ympäristöasioissa usein iso merkitys. L&T käyttää Esmerkin uutisseurantaa mm. seurataksien kansainvälisen ympäristönormiston trendejä.

L&T on erikoistunut ympäristönhuoltoon sekä kiinteistöjen ja laitojen tukipalveluihin. Lisäksi se on merkittävä biopoltoaineteiden toimittaja. Alun perin vuonna 1905 kaupan alalla aloittanut yhtiö rakentaa vuonna 2010 kierrätysyhteiskuntaa. Saariahon mukaan mm. kansainvälinen pyrkimys päästöjen vähentämiseen merkitsee sitä, että esimerkiksi kierrätyksen merkitys lisääntyy yhä enemmän.

On selvää, että mitä enemmän valtiot sitoutuvat hiilidioksidipäästöjen vähentämiseen, sitä enemmän käsillä olevista materiaaleista on saatava irti. Tämä yhdistettynä raaka-aineiden hinnan nousuun luo pohjaa kierrättämiselle. Teollisen yhteiskunnan alkuvaiheiden kaatopaikkakulttuurista on siirrytty tavoittelemaan suljettuja kiertoja, joissa materiaaleista pyritään saamaan irti maksimihyöty. Kierrätyksen tehossa jäte mielletään yhä enemmän teollisuuden raaka-aineeksi muiden joukossa.

Myös arjen energiatehokkuus on cleantechiä

Saariaho arvelee, että alalla viime aikoina kovassa huudossa ollut termi "cleantech" vie ajatukset helposti superkehittyneeseen, hienoon teknologiaan. Tämä onkin osa liiketoiminnan vihertymistä, mutta tärkeää on Saariahon mukaan myös se, että palveluissa asioita tehdään uudella tavalla. Kaikki sellaiset palvelut, jotka auttavat asiakkaita vähentämään ympäristökuormitusta omassa liiketoiminnassaan ovat vihreää liiketoimintaa.

L&T on kouluttanut satoja huoltomiehiä havait-



Hyvään rakennus voi tuhata energiaa, joten L&T panostaa uuteen tekniikkaan ja järkevämpiin kiinteistöjen käyttötapoihin.

semaan energiankulutukseen liittyviä seikkoja omassa arkisessa tekemisessään. Useissa kiinteistöissä on näin onnistuttu suhteellisen lyhyessä ajassa vähentämään energiankulutusta selvästi, eikä tähän tarvittu massiivisia konsulttiselvityksiä tai erillistä projektia. Tämäkin on osa cleantechiä.

"Kaikki sellaiset palvelut, jotka auttavat asiakkaita vähentämään ympäristökuormitusta omassa liiketoiminnassaan ovat vihreää liiketoimintaa."

lisemmät ratkaisut merkitsevät yritykselle myös keinoja pitää kulut kurissa. Alan kasvunäkymiä hän pitää monipuolisina.

Ympäristönhuollossa mm. EU:n ja valtioiden taholta tulevat normit asettavat toiminnalle puitteet. L&T seuraa normiston kehittymistä mm. Esmerkin uutisseurannan avulla. Saariaho kertoo, että erityisesti kansainvälisten uutisten seuraamiseen Esmerkin palvelua käytetään ahkerasti. Suomen lisäksi yhtiöllä on toimintaa Ruotsissa, Latviassa ja Venäjällä. Esmerk seuraa uutisia kaikista näistä maista.

Tieto saatava kulkemaan läpi organisaation

Tiedon määrän lisääntyessä sen jalostamisen merkitys kasvaa koko ajan, Saariaho arvioi. Maailma muuttuu nopeasti, ja yrityksen seurattava sitä koko 360 asteen matkalta yhtiön ympärillä.

L&T seuraa normien kehittymistä monin eri tavoin, mutta Esmerkin palvelun avulla voimme

tarjota koko henkilöstöllemme ikkunan yhteiskunnalliseen keskusteluun, joka vaikuttaa toimintaamme. Esmerkin uutisseuranta on yhtiössämme hyvin seurattua sisältöä. Joku yhtiössä aina havaitsee olennaiset asiat nopeasti muutuvassa toimintaympäristössä, mutta haasteena on saada tämä tieto kulkemaan läpi koko organisaation. Tähän tarvitaan toimiala- ja mediaseurantaa.

L&T haluaa kuunnella asiakastaan tarkalla korvalla asiakastapaamisissa, mutta kehitystä asiakkaan ympärillä on tärkeää seurata myös tapaamisten välillä. Tähän Esmerkin palvelu soveltuu Saariahon mielestä hyvin, ja sen avulla L&T pystyy ymmärtämään asiakkaan toiveita ja tarpeita entistäkin paremmin.

MIKKO SILVENNOINEN



- Suomalainen, vuonna 1905 perustettu pörssi-yhtiö
- Toimii Suomessa, Ruotsissa, Latviassa ja Venäjällä
- 8 700 työntekijää
- Vuoden 2009 liikevaihto 582 milj. euroa

Sosiaalinen media haltuun

Kuva: Stock.XCHNG

Sosiaaliselta medialta ei voi enää välttyä. Vaikka yritys ei itse olisi sosiaalisessa mediassa, yrityksestä luultavasti keskustellaan siellä. Mitä isompi ja globaalimpi brändi, ja mikäli vielä kuluttajille suunnattu, sitä enemmän keskustelua verkossa todennäköisesti käydään. Myös Esmerkcuttaa asiakkaitaan sosiaalisen median seurannassa.



Sosiaalisen median käyttö on kasvussa.

TNS PäättäjätAtlas 2010 -tutkimuksen mukaan päättäjien sosiaalisen median käyttö on lisääntynyt. Eniten päättäjät seuraavat verkon keskustelupalstoja etsiessään juuri tuotteista tai palveluista käytäviä keskusteluja ja kommentteja. Tuotteiden ja brändien lisäksi yritysten näkökulmasta on oleellista kuitenkin seurata myös erilaisia sosiaalisessa mediassa esiintyviä puheenaiheita, oman toimialan asiantuntijoita ja avainhenkilöitä sekä kilpailevia yrityksiä ja asiakasyrityksiä.

Ajantasainen kokonaiskuva verkkokeskusteluista

Esmerkin viimeisin mediaseurantapalvelu on Buzz Report, joka nostaa esiin sosiaalisen median tärkeimmät keskustelut ja niiden olennaisen sisällön. Seuranta räätälöidään aina asiakkaiden tarpeiden mukaan – keskustelua kun on joka tapauksessa yleensä valtavasti. Nimenomaan keskustelujen kokonaiskuvan esiin tuomisen on huomattu olevan oleellista.

- Emme usko vain hakukoneisiin, vaan ihmistyö on sosiaalisen median seurannassakin meillä mukana. Asiakkaiden ei tarvitse itse kaivautua syvälle sosiaaliseen mediaan, kun Esmerk tuo asiakkaan haluamat keskustelut valmiina hänen eteensä. Sosiaalisessa mediassa olevan kohinan keskeltä on

oleellista löytää tärkeimmät keskustelut ja kommentit, Esmerkin toimitusjohtaja [Ilkka Räsänen](#) kertoo.

Kiivasta keskustelua keskellä yötä

”Emme usko vain hakukoneisiin, vaan ihmistyö on sosiaalisen median seurannassakin meillä mukana.”

Hieman yllättävää on se, että sosiaalisessa mediassa on selvä piikki keskustelun määrässä puolenpäivän, mutta myös puolen yön aikaan. Etenkin viestintäihmiset haluavat saada kriittisimmät keskustelut tietoonsa nopeasti, joten Esmerkin Buzz Alert lähettää hälytykset asiakkaan sähköpostiin aamuvarhaisella sekä päivällä, jos keskustelut ovat kiihtyneet normaalia intensiivisemmiksi. Siten asiakkaat pystyvät reagoimaan tärkeisiin nouseviin puheenaiheisiin saman tien. Strategia asioihin reagoimisen suhteen on hyvä miettiä etukäteen, kuten jonkinlainen somestrategia ylipäättäänkin.

”Jotkut aiheet herättävät ihmisissä paljon tunteita ja siten paljon keskustelua.”

verkossa liikkuu väärää tietoa. Jotkut aiheet herättävät ihmisissä paljon tunteita ja siten paljon keskustelua. Tällaisiksi aiheiksi ovat osoittautuneet esimerkiksi alkoholi ja verot, Räsänen huomauttaa.

Suurimpien keskustelupalstojen joukkoon kuuluvat mm. Suomi24:n, HS.fin, Kauppa-

lehden, Iltalehden ja Aamulehden keskustelupalstat. Perinteisen median verkkosivustot ovat suosituimpien joukossa, vaikka seurattava keskustelu koskisi hyvinkin spesifiä aiheita. Toisaalta myös esimerkiksi Vauva-lehden saitilla keskustelua käydään lähes mistä aiheesta vaan. Suuri enemmistö kuluttajista on kuitenkin ns. hiljaisia some-käyttäjiä eli he lähinnä seuraavat muiden käyttäjien käymää keskustelua, mutta he eivät itse osallistu keskusteluun usein. He eivät siten kasvata keskustelun volyyymia, mutta keskustelu vaikuttaa yhtä lailla heidänkin mielipiteisiinsä.

Pelottava sosiaalinen media?

Sosiaalisessa mediassa on niin paljon kaikkea sellaista, mitä kukaan asiaa seuraavakaan ei ehdi – eikä ole relevanttiakaan – käydä läpi, että on mielekästä tuoda asiakkaalle esiin suurimmat linjat.

- Ihmisillä ei riitä aika kaiken tiedon kahlaimiseen. Sosiaalisen median kenttä onkin niin valtava, että voi tuntua vaikealta saada siitä otetta. Sosiaalinen media ei ole kuitenkaan mikään mystinen asia, johon pitäisi upottaa yrityksen kaikki resurssit. Me haluamme tehdä sosiaalisen median seuraamisesta ja siten keskusteluun reagoimisesta helppoa, Räsänen korostaa.

OONA PIRNES

Ajankohtaista Esmerkissä

Esmerkin ja Comintellin kumppanuuden myötä älykkäämpiä uutispalveluja

Informaatiopalveluja globaalisti tarjoava Esmerk ja yritysinformaation hallintaohjelmistoihin erikoistunut Comintelli ovat tänään julkistaneet strategisen kumppanuussopimuksen.

Esmerk ja Comintelli ovat jo vuosia työskennelleet yhdessä asiakastoimeksiantojen parissa. Esmerkin räätälöidyt informaatiopalvelut ovat muodostaneet osan Comintellin Knowledge XChanger -portaalin ratkaisujen sisällöstä. Uuden sopimuksen myötä Esmerk ja Comintelli aikovat kehittää yhteisiä kansainvälisille yrityksille suunniteltuja uutispalveluratkaisuja. Suunnitteilla on useita uusia palveluja, joita julkistetaan tulevien kuukausien aikana.

”Comintelli on luonnollinen yhteistyökumppani Esmerkille. Asiakkaamme saavat merkittävää lisäarvoa Comintellin asiantuntemuksesta kilpailu- ja markkinatiedon hyödyntämisessä. Olemme työskennelleet yhdessä useissa onnistuneissa projekteissa. Nyt odotamme yhteistyömme laajentamista ja Comintellin ratkaisujen esittelemistä asiakkaillemme maailmanlaajuisesti. Kun hyö-

dynnämme erikoisosaamisalueitamme, molempien yritysten asiakkaat saavat lisäarvoa ja samalla vahvistamme markkina-asemaamme”, sanoo Esmerk Groupin toimitusjohtaja Derek Cox.

”Kiireiset johtajat tarvitsevat oleellisia uutisia nopeasti pysyäkseen ajan tasalla ja pystyäkseen toimimaan ennakoivasti. Esmerk on asiantuntija globaalien uutisten seuraamisessa, tiivistämisessä ja analysoimisessa. Comintellin teknologian avulla voimme yhdessä toimittaa räätälöityjä uutislähetystyksiä asiakkaan haluamaan mobiililaitteeseen. Kumppanuus avaa monia mielenkiintoisia kehitysmahdollisuuksia, joihin aiomme tutustua”, sanoo Comintellin toimitusjohtaja Jesper Martell.

Lisätietoja:

Esmerk Ltd, Derek Cox, toimitusjohtaja
derek.cox@esmerk.com
puh. +44 118 956 5821, www.esmerk.com

Comintelli AB, Jesper Martell, toimitusjohtaja
jesper.martell@comintelli.com
puh. +46 8 755 47 62, www.comintelli.com

Esmerk tarjoaa asiakkailleen kohdennettua, tiivistä ja kattavaa informaatio- ja mediaseurantapalvelua. Esmerkillä on ympäri maailmaa seitsemän toimipistettä, joissa 200 työntekijää seuraa mediaa 140 maasta. Esmerk Oy kuuluu Sanoma-konsernin Sanoma Learning & Literature -liiketoimintaryhmään. Lisätietoja osoitteesta www.esmerk.fi.

Comintelli on johtava yritysinformaation hallintaohjelmistojen tarjoaja, joka keskittyy markkinatiedon ja tiedonhallinnan ratkaisuihin. Comintelli kehittää, markkinoi ja myy palkittua Knowledge XChanger™ -tuotetta. Hakuun pohjautuva sovellus automatisoi sisällön keräämisen useista lähteistä, jäsentää sen aiheen mukaan sekä analysoi, etsii ja toimittaa sisältöä sopivassa muodossa käyttäjille. Asiakkaisiin kuuluu menestyviä yhtiötä yli 10 maasta mukaan lukien Covidien, ICA, Monsanto, Teliasonera, Tetra Pak ja Thermo Fisher Scientific. Yhtiö perustettiin vuonna 1999, ja sen päämaja on Tukholmassa. Yhtiöllä on lisäksi laaja globaali yhteistyöverkosto.

Esmerk Oasis on yhteisöllinen ratkaisu organisaation markkinatiedon hallintaan

Informaatio- ja mediaseurantapalveluja tarjoava Esmerk on tuonut markkinoille uuden markkinatiedon hallintaportaalin, Esmerk Oasiksen. Osallistava palvelualusta on suunniteltu helpottamaan organisaation markkinatiedon jalostamista ja jakamista.

Esmerk Oasis on web-pohjainen palveluratkaisu, joka tarjoaa organisaation avainhenkilöille nopean ja helpoan tavan pysyä tärkeiden markkinatapahtumien tasalla kaikkialla maailmassa. Esmerkin globaalit ja räätälöidyt uutispalvelut muodostavat Esmerk Oasiksen sisällön ytimen, mutta asiakkaalla on nyt myös mahdollisuus lisätä portaaliiin liiketoimintaa tukevaa informaatiota muista lähteistä. Suunnittelussa on

kiinnitetty ennen kaikkea huomiota palvelun käyttäjäystävällisyyteen ja informaation jakamisen helpouteen.

Esmerk Oasis on kehitetty yhteistyössä yritysinformaation hallintaohjelmistojen tarjoavan Comintellin kanssa. Asiakkaiden tarpeisiin räätälöitävä Esmerk Oasis pohjautuu Comintellin palkittuun Knowledge Xchanger -teknologiaan.

Esmerk Oasis sisältää myös helposti käytettävät sähköpostihälytys-, haku- ja yhteisöllisyystoiminnot.

”Oasis-portaalin viestintä- ja tiedonjako-ominaisuudet ovat huomattava kehitysaskel Esmerk-

kin palveluissa. Voimme nyt entistä paremmin varmistaa, että asiakasyrityksissämme ohjautuu oikea tieto oikeille ihmisille oikeassa muodossa ja oikeaan aikaan. Portaalin innovatiivisen käytölliittymän ansiosta sitä on helppo käyttää ja ratkaisu on myös nopea ottaa käyttöön,” kertoo Esmerk Groupin toimitusjohtaja Derek Cox.

Esmerk Oasis on saatavilla nyt.

Lisätietoja:

Esmerk Oy
Ilkka Räsänen
toimitusjohtaja
puh. (09) 122 4300
ilkka.rasanen@sanoma.fi

Valmistettu Arjowigginsin
toimittamasta paperista, jolle on
myönnetty Euroopan unionin
Ympäristömerkki, rek.nro DK/11/1.



Julkaisija Esmerk on osa Sanoma-konsernin Sanoma Learning & Literature -liiketoimintaryhmää. Sanoma on yli 20 maassa monipuolisesti toimiva vahva eurooppalainen mediakonserni. • **Toimitus** Oona Pirnes (vastaava toimittaja), Mikko Silvennoinen • **Osoite** Esmerk Oy, PL 31, 00089 SANOMA • **Puhelin** (09) 122 4322 • **Fax** (09) 122 4325 • **E-mail** esmerk@sanoma.fi • **Internet** www.esmerk.fi • **Taitto ja Paino** Printservice Oy. Esmerk Quarter -lehti painetaan uusiopaperille.