



WEBINAARI

Tekstin tuottaminen



TEKSTI: sisältö

- **Tekstin tuottaminen**
 - Tekstin merkitys
 - Mitä huomioida tekstiä tuottaessasi?
 - Mihin paikkoihin tarvitset tekstimateriaalia?
- **Käytännön vinkkejä**
 - Keinoja tekstin tuottamiseen
 - Oikeinkirjoitus
- **Työkirjan tehtävät**

TEKSTIN TUOTTAMINEN

Sanastoa

- **Otsikko** = Tiukka tiivistys, mitä asiaa tuleva tekstiosio käsittelee, voidaan myös käyttää teksin jaotteluun ja selkeyttämiseen
 - **Ingressi** = Otsikon alla oleva laajempi selvitys käsiteltävään asiaan (pituus enintään kaksi virkettä)
 - **(Meta) kuvausteksti** = Googlen tuloksissa tai maksullisessa mainoksessa näkyvä linkkiteksti (max 160 merkkiä)
 - **Preheader** = Tekstiosa, josta näkyy vastaanottajalle rajattu määrä merkkejä sähköpostiviestissä Saapuneet-kansiossa jo ennen kuin viesti avataan. (Näkyy 25-85 merkkiä)
 - **CTA** = Toimintakehoite. Lyhyt teksti, jolla kerrotaan asiakkaalle mitä tämän halutaan tekevän
 - **Caption** = Julkaisuteksti eli sosiaalisen median postauksen tekstiosuus.
-

Paikkoja tekstille

MIHIN ERI PAIKKOIHIN TARVITSET TEKSTIÄ MARKKINOINTIKAMPANJASSA:

- Kotisivut/Ländärit (infoteksti)
- Sähköpostimarkkinointi (otsikko, preheader, viesti)
- Some-postaukset (julkaisuteksti, kuvateksti)
- Maksullinen mainonta (otsikko, metateksti, julkaisuteksti, CTA)
- Flyerit (otsikko, infoteksti)
- Kuulutukset kotitotteluissa / radiomainos
- Markkinointivideot (yksittäisiä tekstipätkiä / otsikoita / käsikirjoitus / tekstitys)

CTA

CTA eli call to action eli toimintakehoitus:

- Lue lisää
- Lue koko juttu
- Aloita tänään
- Lähetä
- Pidä minut ajantasalla (hyvä Kiinnostuneet-listalle!)
- Kyllä! Ilmoitan lapseni Pesisliikkariin!
- Kyllä! Haluan liikkua LadyPesiksessä!
- Ota yhteyttä
- Kokeile pesistä ilmaiseksi

TÄÄLLÄ LISÄÄ HYVIÄ ESIMERKKEJÄ KOOTTUNA:

<https://jukkaahola.fi/hyva-call-to-action-esimerkkeja-suomeksi-ja-englanniksi/>

Huono CTA

JUKKA AHOLA:

”Klikkaa tästä” on sama kuin kaupungin uusin burgeribaari mainostaisi **”Laita ruokaa suuhusi ja pureksi”**.

Huonon call-to-actionin määrittely muuten kuin näissä räikeissä tapauksissa on vaikeaa. On olemassa huonompia ja parempia call-to-actioneita ja ne voit määritellä **testaamalla**.

— — —

Millainen on hyvä otsikko?

Otsikolla on vain yksi ainoa tarkoitus, saada lukija klikkaamaan linkkiä ja siirtymään haluamaasi paikkaan

- Herätä otsikollasi tunteita
- Käytä hakusanoja, joilla toimintaasi etsitään
- Aseta otsikkosi kysymyksen muotoon
- Lisää sekaan vähän huumoria
- Käytä numeroita tai tilastoja
- Käytä yksinkertaisia termejä ja lausemuotoa
- Koita pysytellä alle 40 merkissä (sama otsikko käy silloin myös somen maksullisissa mainoksissa)
- Kielioppi, kielioppi, kielioppi!

Testaa millaiset otsikot valitsemallasi teemalla / sivustolla ovat menestyneet parhaiten:

https://app.neilpatel.com/en/ubersuggest/content_ideas

Lisää otsikoinnista

Neil Patel:

- “Ihmiset muistavat otsikon kolme ensimmäistä ja kolme viimeistä sanaa.”
- Kolme sanaa on kuitenkin liian lyhyt otsikko.

HUOM:

- Otsikon perään ei tule pistettä, ?/!/... voi tulla
- Google näyttää otsikosta vain 55 ensimmäistä merkkiä.
- Testaa eri otsikoita aika ajoin, mutta älä muokkaa URL-linkkiä!

Millainen on hyvä julkaisuteksti?

- Lisää tärkeimmät asiat eteen, jätä @-merkinnät ja #hashtagit loppuun, jotta ne eivät syö Instagramin merkkimäärää ennen “Lisää”-tekstiä.
- Enintään 125 merkkiä, tällöin sama teksti menee myös somen maksulliseen mainontaan ilman “Lisää”-tekstiä.
- Lisää CTA, esim. "tykkää julkaisusta", "jaa oma tarinasi kommentteihin" tai “merkkää ystäväsi”.
- Tiivistä teksti hyvin, suosi verbejä:
“Nallepesis tulee käynnistymään kesäkuun ensimmäisellä viikolla.”
“Nallepesis käynnistyy 1. kesäkuuta.”

Hashtagit ja sanavalinnat

Hashtagien tarkoitus on helpottaa tiedon jaottelua ja auttaa etsimään aiheeseen relevantteja julkaisuja.

- 4-6 hashtagia / päivitys (loppuun tai kommenttiin)
- Mikäli haluat ottaa käyttöön uuden #hashtagin, niin käy tarkistamassa onko kyseisellä tagilla jo ennestään käyttöä
- Vaihtelee hashtagia, jos käytät aina samoja, luokittelee Instagram ne "spämmiksi"
- Hashtagia voi laittaa nykyään suoraan seurantaan.
- Seuraa julkaisujesi ja hashtagiesi toimivuutta Instagramin Yritystilin tilastojen kautta!

Tutki hakusanoja:

[https://app.neilpatel.com/en/ubersuggest/keyword ideas](https://app.neilpatel.com/en/ubersuggest/keyword%20ideas)

— — —

TEKSTIN TUOTTAMINEN

Ennen kirjoittamista

TYÖKIRJA, ALOITUSSIVU

- Tutustu kampanjasi kohderyhmään
- Kirjoita samalla tyylillä kuin kohderyhmäsi
- Määritä kampanjallasi tavoite ja aikataulu
- Määritä kampanjasi toimintakehoitus, mitä siis haluat asiakkaasi tekevän mainoksesi nähtyään?

Pitkä teksti on puoliksi tehty

TYÖKIRJA, TEHTÄVÄ 1

1. Kynä sauhuamaan! Kirjoita ensin itsellesi ylös kaikki tuotteestasi tietämäsi asiat.
2. Luo pitkästä tekstistä tiivistetty versio (50%)
3. Luo tiivistetystä versiosta vieläkin tiiviimpi versio (50%)
4. Katso kuinka lyhyeksi pystyt tekstisi saamaan menettämättä tuotteesi ideaa ja tarkoitusta.

ESIMERKKI TIIVISTÄMISESTÄ: BATMAN V SUPERMAN

— — —

Kritiikkiä, kritiikkiä

Asiakas harvoin ostaa mitään ilman pohtimatta tuotteen mahdollisia huonoja ominaisuuksia.

Aseta siis itsesi asiakkaan saappaisiin ja listaa syitä, miksi et ostaisi seurasi tuotetta/palvelua.

Tämän tehtyäsi kumoa nämä syyt positiivisen kirjoittamisen kautta (kirjoita ylös).

Ks. Työpajan tehtävä työkirjassa

— — —

Muista mainita nämä infotekstissäsi

- Mistä tuotteessasi on kyse?
- Mitä hyötyä asiakas saa?
- Mitä tuotteesi maksaa?
- Palautetta muilta asiakkailta.
- Onko olemassa kampanjahinta?
- Mistä tuotteesi voi ostaa?
- Missä tapahtuu ja milloin?
- Keneltä voi saada lisätietoa?

Kirjoitustyyli

- Kirjoita tekstisi **sinä**-muodossa.
- Kirjoita samalla tavalla, kuin puhuisit tuotteesta kasvokkain asiakkaasi kanssa.
- Ole helposti lähestyttävä, älä siis liioittele toimintasi “mahtavuutta”, innosta asiakastasi muilla keinoin.
- Kirjoita yksinkertaisia virkkeitä, vältä pitkiä lauseita.
- Käytä kaikille tuttua sanastoa, älä ammattikieltä.
- Älä anna lupauksia, joita et voi pitää!

Hio tekstisi kuntoon

- Ryhmittele (siirtele samaan osa-alueeseen kuuluvat tekstiosat samaan kappaleeseen).
- Poista turhat toistot.
- Herätä huomio ensimmäisellä virkkeellä.
- Keskity asettamaasi tavoitteeseen
 - Jos lukija silmäilee tekstisi muutamassa sekunnissa, tuleeko tavoittelemasi sanoma heille selväksi?
 - Poista sellainen osuus, joka ei tue tavoitteitasi.
- Jaottele (helpota lukemista, ei pitkiä kappaleita, väliotsikoita, kuvia)
- Lisää tuotteesi pääpointit osioihin, jotka luetaan ensimmäisenä (otsikot, alaotsikot, luettelot)

Vältä näitä!

- Kielioppivirheet (oikeinkirjoitus, yhdyssanat, typot, pilkut).
- Pitkät ja monimutkaiset lauserakenteet.
- Kuluneet ja kliseiset fraasit.
- Älä käytä ammattisanastoa.
- Poista epäoleellinen tieto, joka vaikeuttaa lukemista sekä vain sekoittaa asiakkaan päähän.
- Käytä isoilla kirjaimilla kirjoitettua tekstiä harkiten ja vain helpottamaan lukemista tekstin jaottelun kautta (esim. otsikot isolla).

Testauta tekstisi

Anna sellaisen henkilön lukea tekstisi, jolle sen konteksti ei ole entuudestaan kovin tuttu.

Pyydä palautetta: onko teksti helposti luettava, jääkö joku asia epäselväksi / puuttuuko jotain, kiinnittääkö tekstisi aloitus huomion?

Varmista, että lukija erottaa tekstistäsi nopeasti, mitä se käsittelee, kuka sen on kirjoittanut/kuka mainostaa, mitä toimia se häneltä edellyttää ja milloin sekä miten hän saa sinuun yhteyden.

Helpota kontekstin ja tuotteen tarkoituksen ymmärtämistä aiheeseen sopivilla kuvilla, grafiikoilla ja videoilla.



VINKKEJÄ TEKSTINTUOTOON

1) Pidä lauseet lyhyinä (n. 10-20 sanaa) ja kappaleet myös (max. neljä lausetta).

2) Sanan “video” käyttäminen sähköpostiosoitteen otsikossa kasvattaa avaamisprosenttia 19%.

3) Mitä vähemmän sanoja, sitä todennäköisemmin ne luetaan.

4) Valitse seurallesi 1-2 fonttia ja tekstiväriä, joita käytätte kotisivuilla / ländäreillä / mainoksissa. Infoa valinnoistasi myös koko seuraa graafisen ohjeistuksen kautta.

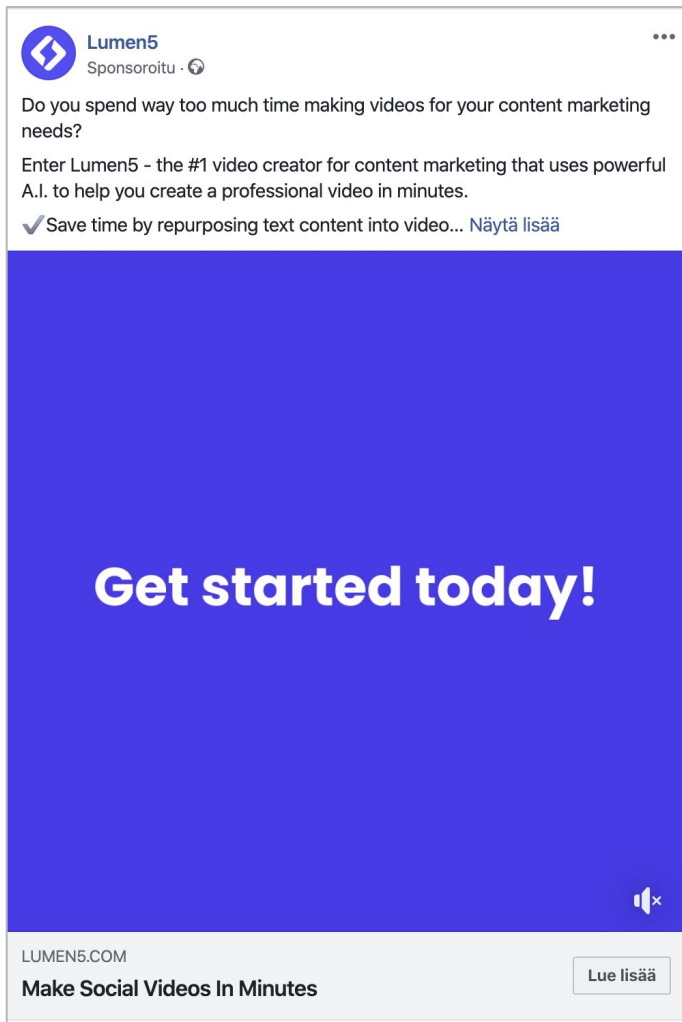
5) Numerot saavat ihmiset klikkaamaan julkaisuja ja sähköpostiviestejä. Lisää siis niitä otsikoihisi ja tekstien alkuosiin (hintaa, päivämäärä, vuosiluku, listaus, %, tilastolukema, määrä)

5) Instagramissa ohjaa käyttäjät klikkaamaan linkkiä biossa/profiilissa. Lyhennä linkkisi: <https://bitly.com>

5) Pyydä ihmisiä tägäämään kaverinsa postaukseen.

“Tägää alle 2014-2016 -syntyneen lapsen vanhempi & vinkkaa hänelle Pesisliikkarista! Tägättyjen kesken arvotaan maksuton kesä Feran Pesisliikkarissa!”

ESIMERKKEJÄ

An advertisement for Lumen5, a video creation tool. The ad features a blue header with the Lumen5 logo and a 'Sponsoroitu' (Sponsored) label. The main body is a large blue rectangle with the text 'Get started today!' in white. The footer is a light gray bar with the website 'LUMEN5.COM', the text 'Make Social Videos In Minutes', and a 'Lue lisää' (Read more) button.

Lumen5
Sponsoroitu · 

Do you spend way too much time making videos for your content marketing needs?

Enter Lumen5 - the #1 video creator for content marketing that uses powerful A.I. to help you create a professional video in minutes.

✓ Save time by repurposing text content into video... [Näytä lisää](#)

Get started today!



LUMEN5.COM
Make Social Videos In Minutes

[Lue lisää](#)

<- Yritystä kuvaava selkeä logo

<- Pitkä julkaisuteksti

<- “Näytä lisää”

<- Brändin värimaailma

<- Tekstiä hyödynnetty videossa

<- Sopivan mittainen otsikko + CTA



Suomen Kotiautomaatio Oy

Sponsoroitu · 🌐



Ei enää johtoviidakoita tai tökerön näköisiä pintavetoja kodin viihde-elektroniikan kytkentöihin! Anna kotiautomaation ammattilaisten toteuttaa sinunkin kotisi älyratkaisut laadukkailla komponenteilla ja sisustussuunnittelijoiden viimeistelemänä. Ota yhteyttä Suomen Kotiautomaatioon, niin toteutamme älykotisi suunnittelusta viimeistelyyn - avaimet käteen -palveluna.

<https://suomenkotiautomaatio.fi/.../kotiautomaatio-integro.../...>



SUOMENKOTIAUTOMAATIO.FI

Kotiautomaatio integroituu osaksi kodin sisustusta -
Suomen Kotiautomaatio

Lue lisää



2



Tykkää



Kommentti



Jaa



<- Epäselvä logo, onko “Oy” nimessä pakollinen?

<- Pitkä julkaisuteksti, pitkiä sanoja -> rivitys menee sekaiseksi

<- Vaikeita sanoja / asiantuntijakieltä

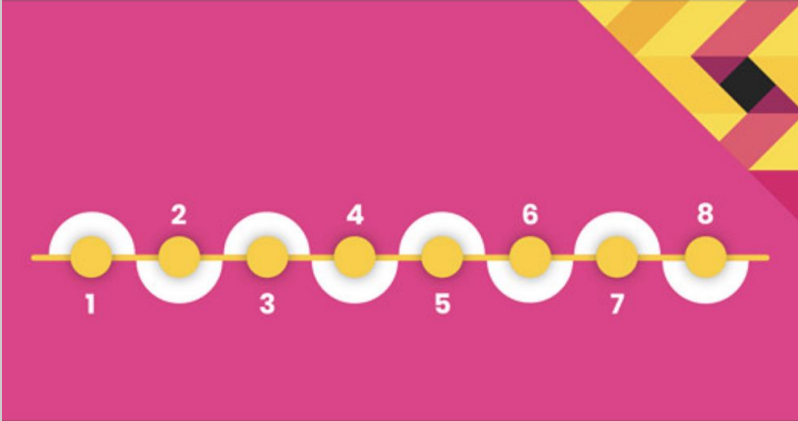
<- Linkki kahdessa paikassa

<- Palvelua hyvin kuvaava kuva
(hyvä kun ei tekstiä kuvassa, kun sitä on muutenkin jo niin paljon)

<- Liian pitkä otsikko (turhaan mainittu vielä firman nimi lopussa)

 **Routa**
Sponsoroitu · ⚙️

Markkinoija, kaipaatko vinkkejä vuosisuunnitelman laatimiseen?
Koostimme muistilistan, jonka ansiosta mitään oleellista ei pääse unohtumaan.
Lue lisää ja nappaa omasi talteen 📌
[#vuosisuunnittelu](#) [#markkinointi](#)



INFO.MARKKINOINTIROUTA.FI

Lataa vuosisuunnitelmapohja!

[#mainontaapalveluna](#)

 10 1 jako

 Tykkää  Kommentti  Jaa 

<- Logosta voisi ottaa "Routa"-tekstin pois

<- Hyvä julkaisuteksti, iskevä ensimmäinen virke.

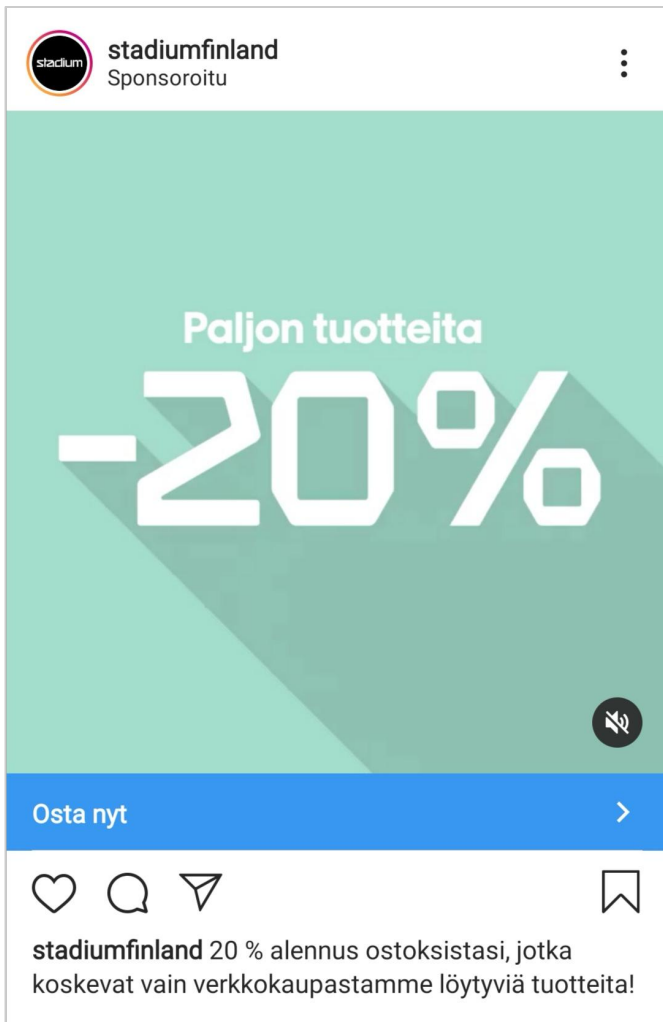
<- Hymiöillä/Emojeilla huomiota (harkiten käytettynä)

<- Hashtagit

<- Värimaailma linjassa brändin kanssa

<- Selkeä otsikko, käytetty huutomerkkiä ja optimoitua CTA:ta

<- Metateksti käytössä (paikkana hashtagille)



<- Selkeä logo

<- Liikkuva grafiikka + teksti (Stadiumin tunnistettava fontti)

<- Värimaailma linjassa brändin kanssa
+ sopii mustataustaisen logon kanssa yhteen

<- CTA

<- Tekstin pituus optimoitu Instagramiin (koko teksti kerralla näkyvissä)



finnlamelli.fi
Sponsoroitu



Tilaa



finnlamelli.fi Vaivattomin tie unelmiesi hirsikotiin!
Muuttovalmiin hirsikodin saat juuri sellaisen... lisää

<- Logosta alateksti pois, nimimerkissä hyödynnetty www-osoite

<- Erottuva, kaunis kuva

<- CTA

<- Tekstin pituus liian pitkä, ensimmäinen virke hyvä

 **keittiömaailma**
Sponsoroitu



TESTAA KEITTIÖTYYLISI >>

Lue lisää >



keittiömaailma Gourmet-kokki vai leipoja? Tumma vai vaalea? Pelkistetty vai runsas? Testaa, millainen keittiötyyli mieltymystesi takaa löytyykään!

<- Logo ok

<- Palvelun ominaisuuksia kuvaava kollaasikuva

<- CTA kuvassa taustasta erottuvassa laatikossa

<- CTA nro 2

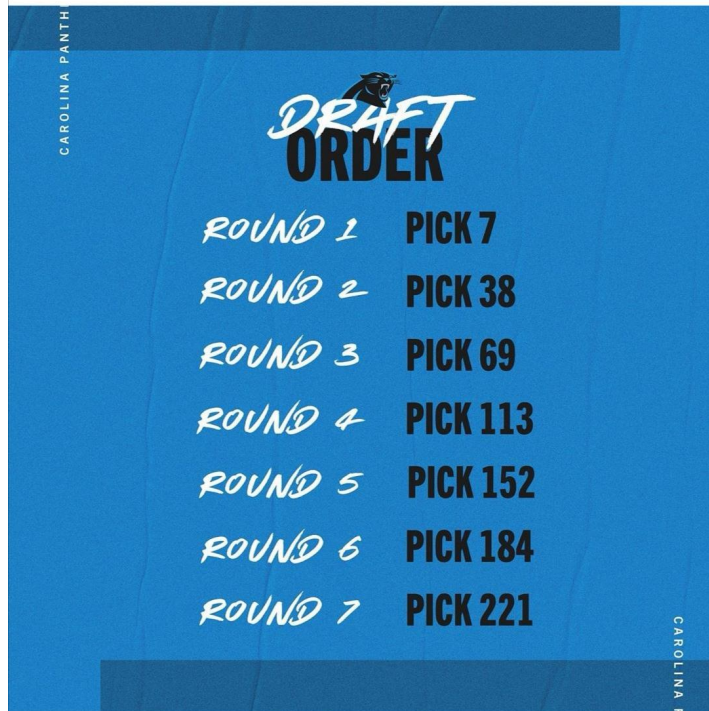
<- Tekstin pituus hyvä, kysymyksien kysyminen hyvä keino!



panthers
Bank of America Stadium



<- Logo ok



juha.hujanen ja muut tykkäävät

panthers Clockin' in on April 23 📺

<- Brändin värit

<- Esitellään asia grafiikan kautta, ei tekstikentässä

<- Kyseessä normaali some-päivitys eli tarjotaan kohderyhmille syitä seurata sivua (ei vain myyntimielessä), siksi ei CTA:ta

<- Yksirivisiä päivityksiä hymiöiden kera



panthers

Maksettu kumppanuus käyttäjän loweshom...
Bank of America Stadium



juha.hujanen ja muut tykkäävät

panthers @coleluke is here for 2020

<- Logo ok + maksettu kumppanuus "Lowe's"

<- Brändin värit

<- Esitellään pelaajajulkaisu grafiikan kautta, ei tekstikentässä

<- Kyseessä normaali some-päivitys eli tarjotaan kohderyhmille syitä seurata sivua (ei vain myyntimielessä), siksi ei CTA:ta

<- Yksirivisiä päivityksiä hymiöiden kera, merkitään pelaajia



Viinijärven Urheilijat

Eilen 18.13 • 🌐



Vielä on aikaa hakea meille kesätöihin 🤩🏈💪
Haemme pesiskoulun rehtoria ja
pesiskouluohjaajia kesäkaudeksi 2020.
Pesiskoulu alkaa toukokuussa ja jat... Näytä
lisää

forms.office.com

Microsoft Forms



5

1 jako



Tykkää



Kommentoi



Jaa

<- Logo ok

<- Pohdi kohderyhmääsi hymiöiden käytön yhteydessä

<- Todella pitkä teksti, tosin hyvin kirjoitettu. Pitäisi olla vain kotisivuilla upotetun lomakkeen kera.

<- Ei kuvaa/grafiikkaa/videota

<- Suora linkki kaavakkeelle, nyt tavallaan mainostetaan Microsoft Formsia / Officea ei omaa toimintaa

TYÖKIRJA

Ennen työkirjan täyttämistä

1. Kaiva esiin työpajan työkirja.
2. Käy läpi työpajassa tekemäsi tehtävät sivuilta 5-6 (Ihannesi asiakkaan profiili).
3. Muista tehdä omat profiilit jokaiselle tuotteellesi / palvelullesi.
4. Hyödynnä profiilia ja potentiaalisen asiakkaan tarpeita/pelkoja tai käyttämiä avainsanoja kampanjan mainostekstejä kirjoittaessasi.