



# Viestinnän ABC

## Opas yrittäjäyhdistyksille

# Sisällysluettelo

|                                                      |       |
|------------------------------------------------------|-------|
| Alkusanat                                            | s. 3  |
| Viestinnän 11 perussääntöä – Tee näin, niin onnistut | s. 4  |
| Paikallisyhdistyksen tiedonlähteet                   | s. 8  |
| Paikallisyhdistysviesti                              | s. 8  |
| Materiaalipankki                                     | s. 8  |
| Pidä verkkosivut ajan tasalla                        | s. 10 |
| Kieli kuntoon                                        | s. 12 |
| Vinkit kuvien käyttöön                               | s. 13 |
| Uutiskirje pitää ajan tasalla                        | s. 14 |
| 7 vinkkiä hyvään uutiskirjeeseen                     | s. 14 |
| Näin teet uutiskirjeen LianaMailerilla               | s. 15 |
| Ota mediaviestinnässä aktiivinen rooli               | s. 17 |
| Juttu paikalliseen mediaan                           | s. 19 |
| Onnistu mediatiedotteessa                            | s. 20 |
| Hyvä mediatiedote                                    | s. 22 |
| Ota kantaa mielipidekirjoituksella                   | s. 23 |
| Sosiaalinen media                                    | s. 25 |
| Instagram                                            | s. 26 |
| Yrittäjän edut                                       | s. 27 |
| Palkitseminen                                        | s. 28 |
| Mistä lisää tietoa?                                  | s. 30 |



# Alkusanat

Viestintä on keskeinen osa vaikuttamista. Se on sitä yrityksissä, järjestöissä ja politiikassa – paikallisesti, alueellisesti, valtakunnallisesti sekä kansainvälisesti. Jos etujärjestö haluaa olla vaikuttava, sen täytyy onnistua viestinnässä laajalla rintamalla läpi organisaation, kaikissa kanavissa. Onnistunut viestintä innostaa liittymään uudeksi jäseneksi.

Ilman viestintää et tule kuulluksi ja näkyväksi. Teknisten välineiden ja sosiaalisen median sovellusten sujuva hallinta on tärkeää. Tätäkin suurempi merkitys on kuitenkin sillä, miten viestit. Epäselvästi ja koukeroisesti laadittu viesti jää herkästi lukematta. Ei tarvitse olla ammattilainen voidakseen viestiä hyvin ja selkeästi. Jokainen yrittäjäjärjestössä toimiva on viestijä. Perustaidot oppii harjoittelemalla. Aina voi kysyä tukea ja sparrausta alue- tai keskusjärjestön viestinnästä.

**Ei tarvitse olla ammattilainen voidakseen viestiä hyvin.**

Me osaamme jo paljon. Yrittäjiä kuullaan ja me näymme. Paikallisyhdistystemme onnistunut viestintä on myös huomattu.

Viestinnässä ei kuitenkaan koskaan ole valmis. Tämä opas on konkreettinen apu yrittäjäyhdistysten viestintään. Siitä on hyötyä myös yritysten viestinnässä. Osa oppaan sisällöstä on varmasti tuttua, mutta se toimii myös muistilistana, laadit sitten mediatiedotetta tai Facebook-postausta.

**Tämä opas on konkreettinen apu yrittäjäyhdistysten viestintään.**

Viestintä on tärkeää. Uteliaalla ja avoimella asenteella pääsee pitkälle. Mestariksi oppii ajan kanssa.

**Janika Tikkala**  
viestintäjohtaja  
Suomen Yrittäjät



Kuva: Johanna Erjonsalo

# Viestinnän 11 perussääntöä



## 1 Valitse kelle viestit

Tärkeimpiä asioita viestinnässä on valita, ketä puhuttelee. Sama viesti ei sellaisenaan toimi kaikissa yhteyksissä, vaikka asia itsessään kiinnostaisi monia. Eri kohderyhmiä puhutellaan eri tavoin. Ole johdonmukainen, kun kirjoitat viestiä tai teet videota: kohderyhmä ei voi vaihtua kesken viestin. Mieti, kenelle kirjoitat, lähetät kuvan tai teet videon.

Kun haluat esimerkiksi kertoa, mikä merkitys suunnitellulla kaavamuutoksella on paikkakunnan yrityksille, ota huomioon ainakin kaksi erilaista kohderyhmää: Paikallisia päättäjiä kiinnostavat talouteen ja työllisyyteen liittyvät viestit. Tavallista kunta-laista ja mediaa koskettaa enemmän se, muuttuvatko liikennejärjestelyt ja pääseekö paikalle jatkossakin näppärästi autolla.

## 2 Vain yksi pääviesti kerrallaan

Mieti aina, mikä on pääviestisi ja näkökulma. Mitä haluat viestilläsi muuttaa tai mihin vaikuttaa? Rajaa aiheesi: Mitä tiiviimpi ja selkeämpi viestisi on, sitä suuremmalla todennäköisyydellä se menee perille. Pidä myös huoli siitä, että näkökulma pysyy viestin alusta loppuun samana.

## 3 Herätä kiinnostus heti alussa

Kiireiset lukijat eivät jaksakaan lukea viestejä, jotka eivät heti alusta lähtien herätä kiinnostusta. Mene siis heti asiaan ilman jaaritteluja. Perustele heti ensimmäisissä lauseissa, miksi viesti kannattaa lukea tai video katsoa. Nosta mielenkiintoisin uutinen tai muutos esiin. Ole yllättävä, väitä tai kyseenalaista. Jo tekstin tai videon otsikon pitäisi imaista mukaansa. Taustat ja perustelut tulevat vasta pääasian jälkeen. Pysy silti asiassa ja pidä huoli, että otsikon ja alun lupaus sisällöstä myös toteutuvat itse viestissä. Todennäköisesti sinuakin harmittaa, jos erehdyt klikkaamaan verkossa mehevää otsikkoa ja jutussa tuskin sivutaan luvattua aihetta. Ei siis kannata yllättää vain yllättämisen vuoksi.

# – Tee näin, niin onnistut

## 4 Valitse kanava, jota viestin saajat käyttävät

Valitse oikea, viestin saajille ja aiheelle sopiva kanava. Jäsenille on tehokkainta viestiä uutiskirjein tai sosiaalisessa mediassa. Toimittajien huomion taas saat soittamalla heille tai lähettämällä mediatiedotteen ajankohtaisesta asiasta. Kun haluat osallistua yhteiskunnalliseen keskusteluun, voit lähettää mielipidekirjoituksen paikallismediaan tai aloittaa keskustelun X:ssä tai Facebookin paikallisryhmissä.

Mitä suuremman huomion haluat asiallesi, sitä useammassa kanavassa viesti kannattaa välittää.

Muista myös pitää oman yhdistyksesi verkkosivut ja somekanavat ajan tasalla. Näistä kanavista yrittäjät, media ja sidosryhmät etsivät tietoa yhdistyksestä.

## 5 Oikea viesti, oikeaan aikaan

Mieti, milloin on oikea aika viestiä aiheestasi, jotta viesti tavoittaa parhaiten haluamasi ihmiset. Esimerkiksi uutiskirje tavoittaa hyvin heti aamusta ennen työpäivän käynnistymistä, toinen hyvä ajankohta on iltapäivällä klo 13-15 välillä.

Tapahtumista kannattaa kertoa useampaan kertaan uutiskirjeillä ja somessa.

# Viestinnän 11 perussääntöä

## 6 Kuinka puhuttelet viestin vastaanottajaa?

Yrittäjien viestintä on aina selkeää, kohteliasta ja rakentavaa. Valitse viestin saajille ja asiaan sopiva äänensävy. Mitä tutumpi vastaanottaja, sitä tuttavallisempi voi olla. Medioille lähettämäsi mediatiedote yrittäjäpalkinnon saajista on sävyiltään virallisempi kuin jäsenyhdistyksen aktiiveille kirjoittamasi hehkutus yhteisten yrittäjäkolegoiden saavutuksista.

Viestinnällämme parannamme yrittäjän arkea, arvostamme hänen aikaansa ja tarjoamme ratkaisuja. Arjen viestinnässä vältämme seuraavia asioita: Sanoja, jotka yrittäjän pitää googlettaa. Epämääraisia, ympäripyöreitä ja monitulkintaisia viestejä. Negatiivisuutta – saarnaamista, syyttelyä ja pelottelua. Tylsyyttä ja virastomaisuutta.

## 7 Korosta tärkeitä kohtia viestissäsi

Viestin elävöittäminen ja tärkeiden asioiden korostaminen varmistavat viestin perillemenon. Korosta tekstin mielenkiintoisia tai tärkeitä yksityiskohtia esimerkiksi lihavoinnilla tai nostoilla. Nostoksi poimitaan tärkeä yksityiskohta, joka toistetaan muuta tekstiä suuremmalla muun tekstin ohessa.

Nostoesimerkki Yrittäjät.fi:stä:



# – Tee näin, niin onnistut



## 8 Käytä vain luvallisia valokuvia

Varmista, että sinulla on tarvittavat oikeudet kuvien käyttämiseen, kun käytät niitä viestinnässä. Valokuvaajan luvan lisäksi tarvitset kuvissa olevien tunnistettavien ihmisten luvat kuvan julkaisemiseen. Lasten kuvaamiseen ja kuvien julkaisemiseen tarvitaan lupa myös huoltajilta, pelkkä alaikäisen lapsen lupa ei riitä. Mainitse myös kuvaajan nimi.

## 9 Käytä lainauksia

Suorat sitaattit ovat hyvä tehokeino varsinkin mediatiedotteissa. Muista, että lainauksiin pitää olla lupa. Jos siteeraat valmista kirjallista tekstiä, kerro, mistä teksti on lainattu.

## 10 Lisätiedon antajat esille

Hyvässä viestinnässä palvelee lukijaa myös tarjoamalla lisätietoa. Tekstiartikkelien loppuun kannattaa kirjoittaa mahdollisen verkkosivun osoite ja lisätietojen antaja yhteystietoineen. Mediatiedotteiden osalta huolehdi, että lisätietojen antaja on tavoitettavissa.

## 11 Ole aito ja rehellinen

Viesti kuten haluaisit itsellesi viestittävän. Vältä turhanpäiväistä kikkailua ja pysy totuudessa. Asiatekstikin saa olla hyväntuulista, elävää ja oivaltavaa. Käytä huumoria harkiten.

# Paikallisyhdistyksen tiedonlähteet

- Oma aluejärjestö
- Suomen Yrittäjät
- Paikallisyhdistysviesti
- Materiaalipankki
- Luottamushenkilöinfot
- [www.yrittajat.fi](http://www.yrittajat.fi)
- Uutiset
- Tiedotteet
- Lausunnot
- Tutkimukset
- Asiantuntijat

## Paikallisyhdistysviesti

Paikallisyhdistysviesti on kerran kuukaudessa puheenjohtajille ja sihteereille lähetettävä sisäinen uutiskirje, jonne on koottu paikallisyhdistyksiä koskevat ajankohtaiset asiat. Py-viesti kannattaa aina selata läpi – saat sieltä tietoa koulutuksista, järjestötoimintaa koskevista asioista, tapahtumista ja ajankohtaisista vaikuttamisteemoista.

## Materiaalipankki

Materiaalipankki on toimi- ja luottamushenkilöiden käyttöön tarkoitettu materiaali- ja info-kirjasto. Löydät sieltä paikallisyhdistyksille tarkoitetun koontisivun, josta on ohjaus mm. jäsenlistojen lataamiseen, kuvapankkiin, verkkosivujen hallintaan, luottamushenkilöinfojen tallentisiin, asiakirjamalleihin ja muihin paikallisyhdistyksille tärkeisiin asioihin.

Materiaalipankkiin kirjaudutaan [yrittajat.fi](http://yrittajat.fi)-loppuisella yhdistyksen tai sihteerin sähköpostilla, siis esim [jaalan@yrittajat.fi](mailto:jaalan@yrittajat.fi). Salasana on kyseisen sähköpostin salasana.





Pidä verkkosivut  
ajan tasalla



Verkkosivut ovat yhdistykselle tärkeä työkalu: Verkkosivuilla annat ajankohtaista tietoa yhdistyksenne toiminnasta jäsenillesi ja jäsenyydestä kiinnostuneille yrittäjille. Verkkosivuilla on myös helppo linkittää sosiaalisesta mediasta ja uutiskirjeestä sekä yhdistyksesi yhteystiedot pysyvät ajan tasalla.

Suomen Yrittäjät tarjoaa paikallisyhdistyksille valmiit verkkosivut Yrittäjät.fi-sivustolla. Yhdistyksen sivuja on helppo päivittää Wordpress-alustalla. Verkkosivuihin kuuluu perustamis- ja ylläpitomaksu.

### **Miksi yhdistyksellä kannattaa olla verkkosivut?**

- Yrittäjä löytää yhdistyksenne helposti verkosta hakukoneella
- Yhdistyksen yhteystiedot ja hallituksen kokoonpano on helposti saatavilla ja ajantasalla
- Voit julkaista tapahtumia, uutisia, jäsenetuja ja blogeja
- Saat yhdistyksesi tapahtumat, uutiset ja jäsenedut näkyviin myös Yrittäjät-sovellukseen, kun julkaiset ne yhdistyksen verkkosivuilla Yrittäjät.fi:ssä.



### **Ylläpitäjän verkkosivuohjeet:**

Materiaalipankista: Viestintä >  
Verkkopalvelut > Verkkosivut

Verkkosivujen ylläpitoon saat apua aluejärjestöstäsi. Jos yhdistykselläsi ei vielä ole kotisivuja, ole yhteydessä aluejärjestösi.

## Kieli kuntoon:

### Muistisäännöt ymmärrettävään kieleen

Kun viestin kieli on ymmärrettävää, asia menee paremmin perille. Lukijan huomio pysyy silloin itse asiassa eikä jumitu koukeroisiin lauseisiin tai kirjoitusvirheisiin. Sujuva kieli tekee ammattimaisen vaikutelman ja lisää uskottavuutta.

- **Suosi lyhyitä lauseita ja virkkeitä.** Lyhyen ja napakan virkkeen jaksaa lukea paremmin kuin pitkän ja polveilevan.
- **Kirjoita selkeää ja yksinkertaista kieltä.** Kapulakieli ei tee viestistä arvokkaampaa. Vältä myös ammattislangia, jota ymmärtävät vain alan ihmiset. Suosi hyvää yleiskieltä.
- **Älä kirjoita tekstiä yhteen pötköön, vaan jaksota se lyhyisiin kappaleisiin.** Kirjoita yksi asia yhteen kappaleeseen. Kappalejako helpottaa tekstin lukemista ja auttaa hahmottamaan uuteen asiaan siirtymistä.
- **Käytä tekoälyä apuna kirjoittamisessa ja tekstin muokkaamisessa.** Sekä Microsoftin Copilotista että ChatGPT:stä on olemassa ilmaisversiot. Muista kuitenkin olla luovuttamatta tekoälylle luottamuksellisia tietoja.  
>> <https://copilot.microsoft.com/>  
>> <https://chatgpt.com/>
- **Pyydä tekstillesi toiset silmät.** Kirjoittaja sokeutuu omalle tekstilleen eikä välttämättä huomaa virheitä, toistoa ja epäloogisuuksia.
- **Tarkista yritysten ja yhteisöjen nimien oikea kirjoitusasu.** Varmista myös, että olet kirjoittanut henkilöiden nimet oikein.
- **Tarkista oikeinkirjoitus: välimerkit, yhdyssanat, isot kirjaimet ja erikoismerkit.** Hyödynnä kirjoitusohjelmasi oikolukuohjelmaa sekä Kielitoimiston sanakirjaa ja ohjepankkia:

Lisätietoa:

[www.kielitoimistonsanakirja.fi](http://www.kielitoimistonsanakirja.fi)

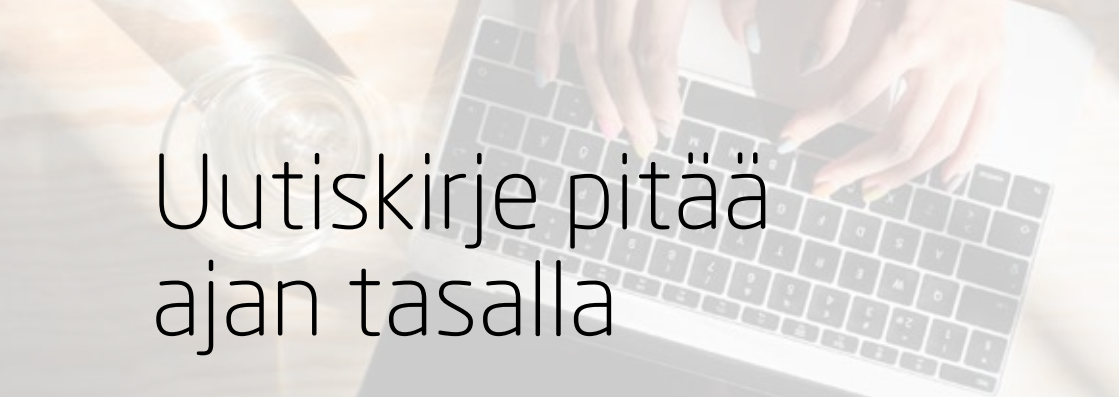
[www.kielitoimistonohjepankki.fi](http://www.kielitoimistonohjepankki.fi)





## Vinkit kuvien käyttöön

- 1.** Kuvattavilta on aina pyydettävä lupa kuvien käyttöön mainoksissa.
- 2.** Lasten kuvaamiseen ja kuvien julkaisuun tarvitaan vanhempien lupa.
- 3.** Kuvaajalta on pyydettävä lupa kuvan julkaisemiseen ja sovitettava mahdollisesta julkaisukorvauksesta. Kuvaajan nimi on mainittava kuvan yhteydessä.
- 4.** Itse otettu kuva on aina persoonallinen, mutta sopivan kuvan voi etsiä myös ilmaisesta kuvapankista. Yrittäjät käyttää esimerkiksi seuraavia kuvapankkeja: pixabay.com, unsplash.com, canva.com.
- 5.** Yrittäjäjärjestön brändikuvia on Yrittäjien ylläpitämässä Kuvapankissa: <https://yrittajat.kuvat.fi/kuvat/Brandikuvat/> (salasana: mediapankki). Niitä voi vapaasti käyttää kuvituskuvina yhdistyksen toiminnassa.



# Uutiskirje pitää ajan tasalla

Uutiskirje on yksinkertainen tapa tavoittaa jäsenyrittäjät. Sen avulla kerrot ajankohtaisista asioista ja kiinnostavista tapahtumista.

## 7 vinkkiä hyvää uutiskirjeeseen

1. paketoituna. Uutiskirjeeseen kannattaa valita vain rajallinen määrä aiheita, jotta kirjeestä ei tule liian pitkää.
2. Sijoita tärkeimmät viestittävät asiat uutiskirjeen alkuun näkyvimmälle paikalle kuvan kanssa. Ne huomataan ja luetaan selvästi useammin.
3. Suosi lyhyitä otsikoita, jotka kertovat aiheen pääasian. Kirjoita lyhyesti ja napakasti. Käsittele yhtä asiaa tai kokonaisuutta yhdessä tekstissä.
4. Otsikon ja tekstin on vastattava toisiaan, eikä otsikko saa johtaa harhaan. Vältä klikkiotsikointia.
5. Kun kieli on virheetöntä, viestisi menee paremmin perille. Tarkista siis oikeinkirjoitus ja se, että uutiskirjeen linkit ja mm. tapahtumien päivämäärät ovat oikein.
6. Älä lähetä uutiskirjettä jäsenille useammin kuin kerran tai kaksi kuukaudessa. Jäsenet saavat runsaasti sähköpostia myös omalta aluejärjestöltään ja keskusjärjestöltä. Liian usein tapahtuva uutiskirjepommitus voi johtaa kirjeen perumiseen.
7. Seuraa, luetaanko uutiskirjeitäsi: hyvä avausprosentti paikallisyhdistyksen uutiskirjeelle on n. 30 % ja yli. Voit myös seurata uutiskirjeiden CTR-lukemaa, eli klikkaus-suhdetta. Mikäli se putoaa paljon alle 10 prosentin, kirjeesi sisältö ei ole kiinnostavaa tai otsikointi ei vastaa juttujen sisältöä.

# Näin teet uutiskirjeen LianaMailerilla

Paikallisyhdistyksille on tarjolla LianaMailerin uutiskirjetyökalu (ent. Postiviidakko). Se on helppokäyttöinen ja monipuolinen selainpohjainen sovellus uutiskirjeiden lähettämiseen. LianaMailerissa on hyvät raportointiominaisuudet ja lähetyslistojen hallinta.

Paikallisyhdistykset saavat LianaMailerin käyttöönsä maksutta. Saat työkalun käyttöösi olemalla yhteydessä omaan aluejärjestösi.

## Kokoa kirje valmiista osista

Kun olet kirjautunut sisään uutiskirjeen hallintaan, valitse Lähetä viesti -välilehdeltä yhdistyksesi uutiskirjepohja. Siinä on valmiina erilaisia sisältöelementtejä, joissa on myös kuville omat paikkansa. Voit vaihtaa elementtien sijaintia raahaamalla niitä hiiren avulla. Voit valita yläpalkista lisää sopivia elementtejä tai poistaa niitä, joita et tarvitse.

Pitkät tekstit julkaistaan yhdistyksen verkkosivuilla uutisena. Uutiskirjeeseen valmiista jutusta laitetaan otsikko ja muutama lause, joka houkuttelee vastaanottajan klikkaamaan jutun auki ja lukemaan sen.

Lue selaimessa



**Yrittäjät**  
RUOVEDEN

**Uutiskirje 8/2025**

**Aurinkoista huomenta!**

Tämän viikon muististalle: Kevätkekkereihin ilmoittautuminen ke 21.5. mennessä ja Tarjanne-risteilylle su 25.5. Ohjeet alla.

Kivaa viikkoa!



**Tarjanne-risteily**

Ruoveden kunta tarjoaa yrittäjille avec maksuttoman **Tarjanne-risteilyn** ke 28.5. klo 17–19.

**Ilmoittautumiset** 25.5. mennessä  
tanja.kahlo@ruovesi.fi

Ruoveden yrittäjien perinteiset

**Kevät-**

**Yrittäjien Kevätkekkerit 28.5.**

Perinteiset Kevätkekkerit Ravintola

Uutiskirjettä ei tarvitse tehdä kerralla valmiiksi. Voit jatkaa sen tekemistä myöhemmin, kunhan muistat tallentaa.

Kun kirje on valmis, lähetä siitä esikatseluversio omaan sähköpostiisi ja tarkista, että kaikki on linkkejä myöten kunnossa. Hae vastaanottajien sähköposti-osoitteet Materiaalipankista ja lisää ne Listat-välilehdellä oman yhdistyksesi kansioon ja lähetä kirje valitulle listalle painamalla kirjeen muokkausnäkylässä "Seuraava".

Voit lähettää kirjeen heti tai ajastaa sen myöhemmäksi. Kaikki lähettämäsi uutiskirjeet löytyvät Raportit-välilehdeltä, joissa voit tarkastella, mitkä jutut kirjeellä ovat kiinnostaneet eniten.

Apua uutiskirjeen tekoon saat omasta aluejärjestöstäsi. Materiaalipankista löydät koulutustallenteen uutiskirjeen tekoon Materiaalipankista. Lisäksi Liana-Mailerissa on kattava ohjesivusto.

## Terve yrittäjä!

Valot Päästä Ruovesi! -hankkeen nimolta jaetaan lajikoeluita. Lajeina melonta, pyöräily ja padel.

Kokeilut toteutuvat, jos tarpeeksi osallistujia ilmoittautuu mukaan. Ne ovat jäsenille maksuttomia.

Läitä viestiä Katille p. 050 320 6867 tai [kati.salmi@pitpoint.fi](mailto:kati.salmi@pitpoint.fi)



Seuraa meitä somessa!



#nuovedenyrittäjät #nuovesipalvelus #valotpäälläruovesi



# Ota media- viestinnässä aktiivinen rooli

## **Luo toimivat suhteet toimittajiin**

Mediaviestinnän tavoitteena on saada yrittäjille tärkeitä asioita näkyviksi paikallisiin tiedotusvälineisiin ja tuoda esiin yrittäjien merkitystä kotikunnalle ja sen asukkaille. Tavoite on myös saada paikalliseen mediaan valtakunnallisia yrittäjyysaiheita paikallisella kulmalla.

Tutustu paikallismedian toimittajiin henkilökohtaisesti, jolloin heille on helpompaa vinkata uutisaiheista. Toimittajat kannattaa tuntee ja käydä esimerkiksi kahvilla tai lounaalla kerran kuussa.

Päätoimittajan lisäksi kaikki toimittajat kirjoittavat juttuja, joten kannattaa olla aktiivinen: mielenkiintoisia juttuvinkkejä ja haastateltavia etsitään aina.



## Ripeästi lisätietoa

Kun toimittaja pyytää sinulta haastattelua, lisätietoja tai juttuvinkkiä, toimi mahdollisimman pian. Toimittajalla on kiire, eikä hän ehdi odottaa tietoa päiväkausia. Tarvittaessa pyydä apua aluejärjestöltä!

Jos toimittaja kysyy asiaa, johon et osaa vastata, lupaa palata siihen pian. Kaikkea ei tarvitse tietää itse, sillä apua saa Yrittäjien aluejärjestöstä tai keskusjärjestöstä. Tapaa toimittajien lisäksi muita paikkakuntasi toimijoita, yrittäjiä ja päättäjiä. Pidä tasapuolisesti yhteyttä kaikkien puolueiden edustajiin.



**Pidä toimittajalistasi ajan tasalla. Tutustu uusiin toimittajiin, kun toimituksessa vaihtuu väki.**

# Juttu paikalliseen mediaan

- 1.** Paikallismediaa kiinnostavat alueen tapahtumat, uudet yritykset ja muut ajankohtaiset asiat, kuten Yrittäjien kannanotot.
- 2.** Mieti, mikä Yrittäjille tärkeässä uutisessa tai asiassa on mielenkiintoista niin toimittajalle kuin median lukijoille. Sen perusteella löydät näkökulman, jolla lähestyä medioita.
- 3.** Asiasta voi tehdä mielenkiintoisen myös esimerkiksi etsimällä valmiiksi kiinnostavan haastateltavan.
- 4.** Kerää lista paikallismedian toimittajien sähköposteista, jotta saat heihin tarvittaessa yhteyden nopeasti, eikä aikaa mene ajantasaisten yhteystietojen etsimiseen. Listalla voi olla samasta mediasta useitakin toimittajia, sillä etenkin pienemmissä medioissa kaikki toimittajat tekevät juttuja kaikista aihepiireistä. Selvitä myös toimituksen yleinen sähköpostiosoite, johon voi lähettää esimerkiksi mediatiedotteita ja tapahtumakutsuja.
- 5.** Kun järjestät tiedotustilaisuuden, lähetä kutsu medioille hyvissä ajoin, mielellään ainakin viikko pari ennen tilaisuutta. Kutsu on hyvä lähettää toimituksen yleiseen sähköpostiosoitteeseen sekä suoraan toimittajille heidän nimellään. Älä jätä kutsua pelkän viestin varaan. Soita toimittajalle tilaisuudesta ja kysy, pääseekö hän tai joku toinen toimituksesta paikalle. Jos toimitus ei pääse paikalle, tarjoudu lähettämään erikseen materiaalia tilaisuudesta. Lähetä muistutuskutsu ja soita uudestaan toimittajalle viimeistään pari päivää ennen tilaisuutta etenkin, jos mediasta ei ole ilmoittauduttu tilaisuuteen.
- 6.** Jotta televisio- tai radiokanava kiinnostuisi juttuaiheestasi, tarvitaan kiinnostavan idean lisäksi äänitettävää ja kuvattavaa. Paikalla on oltava ainakin yksi haastateltava medioita varten, on se sitten paikallinen yrittäjä tuote-esittelyineen tai tehdaskierros asiantuntijahaastatteluineen.
- 7.** Aseta yhdistyksellesi tavoite, esimerkiksi säännöllisesti juttuja yrittäjistä ja yhdistyksestä paikallislehdessä. Puheenjohtajasta ja vaikka koko hallituksesta pitää saada paikkakunnan yrittäjyyden kasvot.



# Onnistu media- tiedotteessa

Mediatiedote on teksti, joka lähetetään medialle julkaistavaksi. Se käsittelee ajankohtaista asiaa, kannanottoa tai tapahtumaa, jolle halutaan julkisuutta. Mediat voivat käyttää tiedotetta uutisen pohjana. Hyvin tehty tiedote saatetaan julkaista jopa sellaisenaan.



## Milloin tiedottaa?

Tiedote kannattaa laatia aina, kun jokin asia muuttuu tai tapahtuu jotakin uutta tai kiinnostavaa (esim. tapahtumat, palkinnot tai vuosikokous tai kunnassa tulee muutoksia yrittämiseen liittyen, on tässä hyvä paikka tiedotteelle).

- 1. Ennakoi.** Tee valmiiksi lista paikallismedioiden toimittajien ja toimitusten sähköpostiosoitteista sekä puhelinnumeroista.
- 2. Lähetä.** Tiedote kannattaa lähettää tiedotusvälineille heti, kun tiedotteen asia on julkinen. Joskus tiedotteen voi lähettää medioille ennakotietona. Silloin tiedotteeseen merkitään embargo eli ajankohta, jolloin tiedot saa julkistaa. Huomioi, että toimituksissa ei aina noudateta lähettäjän toiveita julkaisu-ajankohdasta. Siksi käytä embargoa harkiten.
- 3. Muistuta.** Saat tiedotteellesi enemmän huomiota, kun soitat toimittajalle perään päivän päästä varmistaaksesi, että hän on saanut tiedotteen. Toimittajat saavat päivittäin kymmeniä lehdistötiedotteita, joten yhteydenotolla erotut joukosta.
- 4. Jaa verkossa.** Voit julkaista tiedotteen yhdistyksesi verkkosivuilla uutisena. Uutisen linkkiä jaat helposti yhdistyksen sosiaalisessa mediassa tai uutiskirjeellä.

### Vinkki!

Tiedotteita lähetetään usein tasatunnein, esimerkiksi klo 09:00, jolloin toimittaja saa samalla kellovaiheella useita tiedotteita. Jos julkaisuajataulun osalta on mahdollista, niin erottaudu massasta ja lähetä tiedote muulloin kuin tasatunnein, esimerkiksi klo 08:43. Tiedote kannattaa lähettää mieluummin aamu- kuin iltapäivällä, nimellään. Älä jätä kutsua pelkän viestin varaan. Soita toimittajalle tilaisuudesta ja kysy, pääseekö hän tai joku toinen toimituksesta paikalle. Jos toimitus ei pääse paikalle, tarjoudu lähettämään erikseen materiaalia tilaisuudesta. Lähetä muistutuskutsu ja soita uudestaan toimittajalle viimeistään pari päivää ennen tilaisuutta etenkin, jos mediasta ei ole ilmoittaututtu tilaisuuteen.

## Hyvä mediatiedote

Hyvä tiedote on lyhyt ja selkeä: A4:n mittainen tai 2 000 - 2 500 merkkiä välilyönteineen.

Kirjoita tärkein asia otsikkoon ja ensimmäiseen kappaleeseen.

Muista päivätä  
mediatiedote.

Seuraavaksi kerro ytimekkäästi 2-3 kappaleessa lisätietoa ja taustaa asialle.

Tiedotteessa on hyvä olla 1-2 valmista lainausta tiedotteen aihepiiristä vastaavalta henkilöltä.

Lisää tiedot-  
teen loppuun  
yhteystiedot,  
keneltä ja mil-  
loin asiasta saa  
lisätietoa.

Käsitelkää hallituksen koukoksessa myös tiedottaminen, kun käsittelette edunvalvontaa, tapahtumia ja palkitsemisia. Sopikaa aikataulut ja vastuut.

[illegible]

Liitä mukaan kuva tai ohjeet kuvien hankkimiseen. Huolehdi, että kuvan käyttöoikeudet kattavat media-käytön.

Kirjoita loppuun:  
"Tämä viesti on  
lähetetty median  
edustajille. Jos et  
halua vieste-  
jämme jatkossa,  
vastaa tähän  
viestiin ja pyydä  
poistamaan  
tilalta." Näin et  
riko tietosuo-  
ja-asetusta.

Varaudu tiedot-  
tamiseen ja mer-  
kitse jo etukäteen  
varmat tiedotteet  
kalenteriin. Varaa  
aikaa tiedotteen  
tekemiselle.

Sopikaa hallituksessa kriisiviestinnän linja: Ketkä vastaavat, jos jotain tapahtuu.



Ota kantaa  
mielipide-  
kirjoituksella

Mielipidekirjoitus on hyvä tapa ottaa kantaa ajankohtaisiin aiheisiin. Pidä mielipidekirjoituksilla yrittäjälle tärkeitä aiheita esillä mediassa ja samalla tuot esiin oman tai edustamasi järjestön kannan.

## Hyvä mielipidekirjoitus

1. Kirjoita lyhyt ja napakka otsikko, josta käy ilmi käsiteltävä asi. Pyri herättämään lukijan huomio heti otsikossa.
2. Aloitus ratkaisee usein, jaksako lukija lukea mielipidekirjoituksen loppuun asti. Yllättävä väite, kysymys tai kärjistys herättävät lukijan mielenkiinnon.
3. Kerro asiasi 2–3 lyhyessä kappaleessa. Esitä sitten väitteesi, esimerkiksi minkä asian pitäisi muuttua. Perustele ja anna toimenpide-ehdotuksesi. Pidä rakenne ja ehdotukset loogisina.
4. Liitä tekstin loppuun oma nimesi sekä se, kenen nimissä kirjoitat, esimerkiksi yrittäjäjärjestösi nimi.
5. Noudata lehden antamia ohjeita mm. mielipidekirjoituksen pituudesta, mahdollisen kuvan lähettämisestä ja siitä, miten mielipidekirjoitus on lähetettävä toimitukseen. Liitä mukaan yhteystietosi. Toimituksella on oikeus muokata ja lyhentää tekstiäsi.



## Merkkimäärät

Mielipidekirjoitusten merkkimäärät vaihtelevat lehdistäin. Mukaan lasketaan aina myös välimerkit.

Näin tarkastat tekstin merkkimäärän Wordissa:

- Työkalut -> Sivumäärä... -> Merkkejä (myös välilyönnit)

Näin tarkastat tekstin merkkimäärän Google Docsissa:

- Työkalut -> Sanamäärä -> Merkit.

# Sosiaalinen media

Sosiaalinen media on paikallisyhdistykselle helppo väylä tavoittaa jäseniään ja sidosryhmiään sekä tehdä yrittäjäyhdistyksen paikallista arkea ja toimia näkyväksi.

1. Hyviä kanavia paikallisyhdistykselle ovat esimerkiksi Instagram, julkinen FB-sivu tai jäsenistölle suunnattu keskusteluun painottuva suljettu FB-ryhmä. Jotkut kokeilevat TikTokia. Jos olet asiantuntija- tai vaikuttajatyyppi, pohdi henkilökohtaista roolia esimerkiksi LinkedInissä.
2. Paikallisyhdistyksen kannattaa pohtia tarkkaan ajankäytön ja resurssien näkökulmasta, missä kanavissa yhdistys on. On hyvä tehdä vaikkapa vain yhtä somekanavaa hyvin, kuin roikkua useissa kanavissa ja päivittää niitä puolihuolimattomasti.
3. Yritä postata yhdistyksesi somekanavaan ainakin kerran viikossa, että kanava pysyisi aktiivisena.
4. Löydät someen tarvittavia profiili- ja kansikuvia sekä brändi-, toivotus- ja erilaisia kampanjakuvia järjestön Kuvapankista ja Materiaalipankista.
5. Muista hyödyntää Instagramissa, LinkedInissä, TikTokissa ja X:ssä järjestön käyttämiä aihetunnisteita. Lisää postaukseesi ainakin yleishäsä #yrittäjät. Muita hyviä on esimerkiksi #yksinyrittäjät, tapahtumien omat hashtagit, paikallisyhdistyksesi nimi sekä erilaiset kampanjakohtaiset aihetunnisteet.
6. Muista, että edustat somessa myös koko yrittäjäjärjestöä. Siksi somekanavissa ei kannata provosoitua. Jos saat kielteistä kommenttia, odota hetki ennen kuin vastaat. Jos joudut somekohun keskelle, kysy mahdollisimman varhaisessa vaiheessa apua Suomen Yrittäjien viestinnästä.



# Instagram

Instagram on paikallisyhdistyksille hyvä kanava jäsenyrittäjien esittelyyn, kevyempien sisältöjen, vertaistuen ja tunnelmakuvien välittämiseen sekä tapahtumien markkinointiin ja edunvalvontatyön näkyväksi tekemiseen.

## Pikaohjeet Instagramiin

- 1.** Instagram on visuaalinen media. Siksi myös sisällön laatuun on syytä kiinnittää huomiota. Älä tyydy pelkkiin ihmisiä rivissä -poseerauskuviin, vaan mieti, miten saisit esim. ryhmäkuvastasi mielenkiintoisemman. Huomioi myös kuvan taustaa ja valotusta.
- 2.** Muista, että Instagramin feedissä ei voi käyttää linkkejä. Laita linkit esimerkiksi profiiliin ja kerro siitä kuvan tekstissä. Stooresse voit käyttää linkkejä.
- 3.** Jaa feed-postauksesi myös storiin, että se saa enemmän näkyvyyttä.
- 4.** Hyödynnä SY:n gifit.  
Löydät ne hakusanalla Suomen Yrittäjät.
- 5.** Muista, että kommentit, tykkäykset, tallennukset ja jaot tuovat postauksellesi lisää näkyvyyttä, joten kirjoita jakotekstit mahdollisimman aktiiviviksi.
- 6.** Ala seuraamaan alueesi yrityksiä, jotta he huomaavat olemassaolosi ja alkaisivat myös sinun seuraajiksesi. Käy myös tykkäämässä ja kommentoimassa paikallisten jäsenyrityksien somesisältöjä.

# Yrittäjän edut ovat aina mukanasasi

Yrittäjät tarjoaa jäsenilleen runsaasti rahanarvoisia palveluita, etuja, tarjouksia, tapahtumia ja verkostoitumismahdollisuuksia. Kaikki tämä löytyy verkosta Yrittäjät.fi:stä ja jäsenien omasta Yrittäjät-sovelluksesta!

Sovelluksessa kulkee kätevästi mukana jäsenkortti, jäsenedut, tuoreimmat yrittäjäuutiset ja hyödylliset koulutukset sekä kiinnostavimmat tapahtumat. Sovellus otetaan käyttöön jäsenyyteen yhdistetyllä sähköpostiosoitteella. Sovelluksen voi ladata sovelluskaupasta.

Lisätietoa: [yrittajat.fi/sovellus](https://yrittajat.fi/sovellus)



LATAA SE  
Google Playsta



Lataa  
App Storesta

# Tunnustus, joka jää mieleen – ja sydämeen

Ansiomerkit kertovat tarinaa pitkäjänteisestä työstä, sitoutumisesta ja omistautumisesta yrittäjyyden hyväksi – niin yrityksissä, työntekijöiden keskuudessa kuin järjestökentällä. Oli kyseessä vuosikymmenten yrittäjäura, vankka ammatillinen panos tai pyyteetön järjestötyö, ansiomerkki on arvostettu ja juhlava tapa sanoa: Sinun panoksesi on tärkeä





## Yrittäjäristit

Yrittäjäristi on arvokas tapa muistaa ansioitunutta yrittäjää. Yrittäjäristiä voi hakea pronssisena, hopeisena, kultaista tai timanttisena, riippuen yrittäjävaiheesta.



## Työntekijän ansioristit

Työntekijän ansioristi on yrityksen hieno tapa palkita pitkäaikaiset työntekijät. Työntekijän ansioristiä voi hakea pronssisena, hopeisena, kultaista tai timanttisena, riippuen työuran pituudesta.

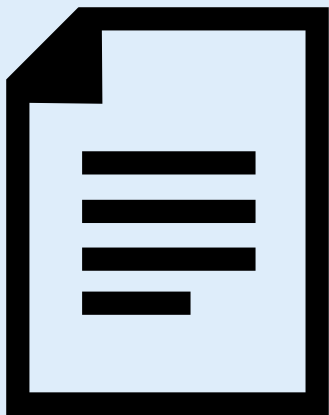


## Järjestö-ansiomerkki

Järjestöansiomerkki on tunnustus keskusliitossa tai sen jäsenjärjestöissä yrittäjyyden hyväksi tehdystä ansiokkaasta ja tuloksellisesta työstä. Järjestöansiomerkki myönnetään pronssisena vähintään 5 vuoden, hopeisena vähintään 10 vuoden ja kultaista vähintään 20 vuoden luottamus- tai niihin verrattavissa tehtävissä. Lisätietoa: <https://www.yrittajat.fi/tietoa-meista/palkitseminen/>

## Vuoden yrittäjä

Vuoden yrittäjä -palkinto korostaa yrittäjyyden merkitystä ja arvostusta. Yrittäjäpalkinto on vastaanottajalleen arvokas, sillä se on yrittäjäkollegoiden tunnustus. Suomen Yrittäjät ja sen jäsenjärjestöt palkitsevat vuosittain valtakunnallisesti, alueellisesti sekä paikallisesti menestyneitä yrityksiä. Vuoden yrittäjä -palkinto antaa tunnustusta ja arvostusta yrittäjyydelle ja yrittäjän työlle. Tutustu Vuoden yrittäjä -palkittuihin osoitteessa <https://www.yrittajat.fi/tietoa-meista/palkitseminen/palkitut-yrittajat/>



# Mistä lisää tietoa?

Kysyykö toimittaja vaikeita? Tarttuuko joku hihasta ja penää lukuja ja numeroita? Ei hätää. Ajantasaista, taustoittavaa ja syventävää tietoa saat Yrittäjien intranetistä Materiaalipankista.

Sitä antavat myös Yrittäjien asiantuntijat ja viestintätiimi. Voit pyytää apua myös aluejärjestöstäsi.

Älä epäröi ottaa yhteyttä!

**Intranet Materiaalipankki:**

<https://yrittajat.sharepoint.com/sites/Materiaalipankki/>

**Yrittäjät.fi:** [www.yrittajat.fi](http://www.yrittajat.fi)

**Yrittäjien tiedotteet:** <https://www.yrittajat.fi/ajankohtaista/tiedotteet/>

**Aluejärjestöt:** <https://www.yrittajat.fi/aluejarjestot>

**Suomen Yrittäjien viestintä:**

Janika Tikkala, viestintäjohtaja [janika.tikkala@yrittajat.fi](mailto:janika.tikkala@yrittajat.fi),

Lotta Tammelin, asiantuntija, some ja markkinointi [lotta.tammelin@yrittajat.fi](mailto:lotta.tammelin@yrittajat.fi),

Sanni Juvonen, viestinnän asiantuntija [sanni.juvonen@yrittajat.fi](mailto:sanni.juvonen@yrittajat.fi),

Johanna Mäntykoski, viestinnän asiantuntija [johanna.mantykoski@yrittajat.fi](mailto:johanna.mantykoski@yrittajat.fi)

**Suomen Yrittäjät**

Kyllikinportti 2, 00240 Helsinki

PL 999, 00101 HELSINKI

[www.yrittajat.fi](http://www.yrittajat.fi)

Puh: 09 229 221

Sähköposti: [toimisto@yrittajat.fi](mailto:toimisto@yrittajat.fi)

**X:ssä:** @suomenyrittajat

**Facebookissa:** [www.facebook.com/suomenyrittajat](http://www.facebook.com/suomenyrittajat)

**Blueskyssa:** @yrittajat.fi

**Tiktokissa:** @suomenyrittajat

**Instagramissa:** @suomenyrittajat

**YouTubessa:** [www.youtube.com/user/yrittajat](http://www.youtube.com/user/yrittajat)

**Spotifyssa:** @suomenyrittajat