

Sotsiaalmeedia kui mainekujunduse tööriist

Koolituse korraldaja: Eesti Põllumajandus-
Kaubanduskoda

Koolitaja: Liilit Kirss, EPKK kommunikatsioonijuht

Koolituse kestus: 1 tund

Osalejad: Põllumajandussektori ettevõtjad,
organisatsioonide esindajad ja mainekujundusest
huvitatud isikud



Euroopa Maaelu Arengu
Põllumajandusfond:
Euroopa investeeringud
maapiirkondadesse

Tervitussõnad ja Eesmärgid

- EPKK eesmärk sotsiaalmeedia mainekujunduse toetamisel.
- Kuidas sotsiaalmeediat saab kasutada turunduses ja positiivse kuvandi loomisel.
- Kuidas suurendada sektori nähtavust ja usaldust.
- Miks on sotsiaalmeedia põllumajanduses oluline?
- Kiire ja laialdane jõudmine sihtrühmadeni.
- Avaliku arvamuse kujundamine ja kuvandi loomine.
- Looduse ja traditsioonide kaitsmine.

Küsimused osalejatele

- Kas ja kuidas kasutate hetkel sotsiaalmeediat oma ettevõtte või organisatsiooni tutvustamiseks?
- Mis on suurim väljakutse sotsiaalmeedia haldamisel?

Sotsiaalmeedia kanalid ja strateegiad

Õige kanali valik:

- Facebook: Laiema sihtrühma kõnetamiseks.
- Instagram: Visuaalsete ja kaunite piltide jagamiseks.
- LinkedIn: Professionaalne suhtlus ja B2B turundus.
- TikTok: Noorematele tarbijatele ja lõbusate videote jagamiseks.

Sotsiaalmeedia kanalite eelised

- Facebook: Kõige populaarsem platvorm Eestis. Kogukondade loomine ja sisuloome jagamine.
- Instagram: Ideaalne visuaalse brändi loomiseks. Sobib noorematele sihtrühmadele.
- LinkedIn: Professionaalseks suhtluseks ja teadlikkuse tõstmiseks. Innovatsiooni ja teaduse jagamine.
- TikTok: Kiirelt arenev platvorm noorte sihtrühmade jaoks. Loovus ja lõbusus toote tutvustamiseks.

Kuidas valida õige platvorm?

- Sihtgrupp: Määrake oma sihtrühm ja valige platvorm vastavalt sellele.
- Brändi eesmärgid: Kas müük, nähtavuse suurendamine või kogukonna loomine?
- Sisuloome: Visuaalsed strateegiad (Instagram, TikTok) vs teadlikkuse tõstmine (LinkedIn).

Sisuloome põhimõtted

Strateegilise sisukalendri koostamine:

- Määrake eesmärgid.
- Looge erinevaid postituste tüüpe: harivad artiklid, tooted, tagasiside.
- Ajastage postitusi ja jälgige ürituste ajakavasid.

Postituste tüübid:

- Hariv sisu – ökoloogiline põllumajandus.
- Meelelahutuslik sisu – lõbus ja kergesti jagatav.
- Kaasav sisu – küsitlused, kommentaaride kogumine.
- Reklaamipostitused – tooted ja pakkumised.

Kuvandi parandamine ja usalduse loomine

Mainekujunduse põhimõtted:

- Transparentsus ja avatus: Näita igapäevatööd, tootmisprotsessid.
- Konsistentsus: Regulaarne postitamine usaldusväärse kuvandi jaoks.
- Tõelised lood: Isiklikud lood ettevõtte igapäevaelust.

Kriiside ennetamine ja haldamine:

- Kiire ja professionaalne reageerimine.
- Negatiivse tagasiside muutmine võimaluseks maine parandamiseks.

Kogukonna loomine ja kaasamine

- Konkursid ja auhinnamängud: Jagamise ja osalemise stimuleerimine.
- Küsitlused ja küsimused: Dialoogide loomine.
- Tagasiside kogumine: Jälgijate arvamuste hindamine ja reageerimine.

Praktiline ülesanne 1

Ülesanne:

- Mõttele välja postitus oma ettevõtte või organisatsiooni eesmärkide jaoks.
- Kirjeldage, millisel platvormil postitate, postituse eesmärk, sihtrühm ja sisu.
- Valige sobiv ajastus ja postituse tüüp (hariv, meelelahutuslik, reklaam).

Praktiline ülesanne 2

Ülesanne:

- Mõttele, kuidas suhelda ja luua sidet oma jälgijaskonnaga.
- Näiteks korraldage konkurss, küsitlus või tagasiside kogumine.
- Kirjeldage, kuidas reageeriksite negatiivsele tagasisidele ja kuidas see võiks aidata kuvandi kujundamist.

Praktikute edulood ja juhtumianalüüsid

- Edukad sotsiaalmeediakampaaniad Eesti põllumajanduses:
- Talu brändi edulugu, mis kasutas Facebooki ja Instagrami kohaliku kogukonna kaasamiseks.
- Toote kvaliteedi ja igapäevaelu jagamine suurendas usaldust ja müüki.
- Loosimised, küsitlused ja kampaaniad suurendasid brändi nähtavust ja lojaalsust.

Kokkuvõte ja küsimused

- Kuidas sotsiaalmeedia aitab mainekujunduses?
- Mis olid peamised õpitud strateegiad ja parimad praktikud?
- Küsimused ja arutelu.