



# Medianäkyvyyden ja -seurannan merkitys julkisella puolella

ValtioExpo 2023



Sakari Siika-aho  
Account Manager  
PR & Media Solutions



Markkinoinnin, tiedon ja teknologian taitaja.



# Liana Technologies

- Pilvipohjaisia ratkaisuja digitaaliseen markkinointiin ja viestintään
- 240 digitaalisen markkinoinnin ja viestinnän asiantuntijaa Euroopassa ja Aasiassa
- Useita palkintoja voittanut SaaS-yritys
- 3500+ asiakasta yli 30 maassa
- Liikevaihto 20,3 miljoonaa, josta 72 % jatkuvalaskutteista
- Osa mediakonserni Ilkkaa (HEL: ILKKA)
- Tytäryhtiöt ovat Ungapped AB & Evermade Oy





# Tuotteet ja palvelut

**Liana®Cloud** tarjoaa ratkaisuja digitaalisen markkinoinnin ja viestinnän ammattilaisille. Meidän ratkaisumme tarjoavat myös tärkeää dataa markkinoinnin ja viestinnän tehokkuudesta johtoryhmille päätöksentekoa varten. Olemme osaava ja ihmisläheinen kumppani, joka tarjoaa asiakkailleen edistyksellistä teknologiaa, datan vastuullista käsittelyä, sekä palveluita hyvien tulosten mahdollistamiseksi.

Kaikki Lianan ratkaisut ovat integroituja keskenään, mikä mahdollistaa asiakkaillemme helpon tavan hyödyntää ratkaisuitamme tehokkaasti. Liana®Cloudissa on myös useita valmiita eri integraatioita eri alustoihin ja näiden lisäksi meillä on myös kattavat API-kuvaukset työkaluistamme, jotta asiakkaamme voivat integroida heille keskeiset järjestelmät osaksi ratkaisuitamme.



## Sähköposti-markkinointi

Työkalu  
ammattimaiseen  
sähköpostiviestintään



## Markkinoinnin automaatio

Alusta monikanavaisten  
automaatioiden  
luomiseen



## Tiedotejakelu ja mediaseuranta

Tehokasta  
tiedottamista ja  
mediaseurantaa



## Verkkosivut

Verkkosivujen  
julkaisujärjestelmä



## Verkkokauppa

Räätälöidyt  
verkkokaupat



**Kestävä ja kannatteleva julkishallinto on  
osallistuva, ympäristöään seuraava ja  
pohjaa päätöksentekonsa dataan**







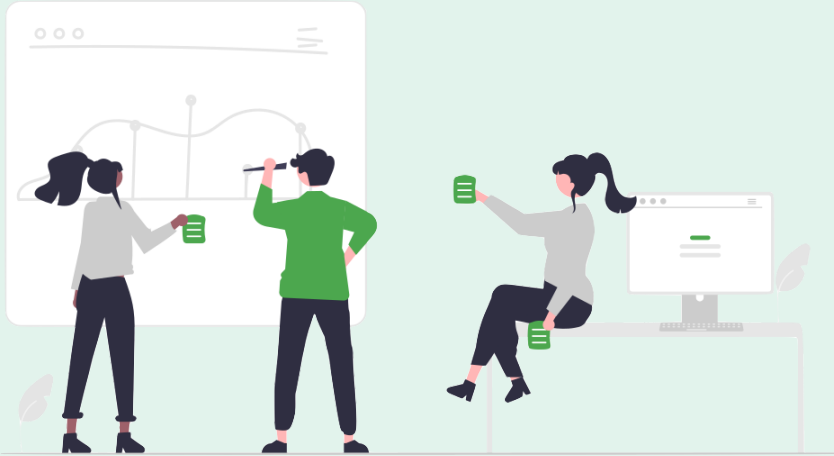
# Mediaviestintä

# Miksi mediaviestintää tehdään?

- Maineen ja brändin rakentaminen
- Tietoisuuden kasvattaminen
- Päätöksentekoon vaikuttaminen
- Mielipidevaikuttaminen
- Sidosryhmien välisten suhteiden vahvistaminen
- Kriisiviestintä



# Mediaviestintä julkisella puolella



- Yksityisellä puolella mediaviestintä on vapaampaa ja yritykset voivat viestiä enemmän oman maun mukaan
- Julkisella puolella on säädöksiä ja lakeja siitä, mistä saa viestiä ja mistä pitää viestiä
  - Viranomaisten päätökset
  - Taloudellinen toiminta
  - Julkiset hankinnat
- Julkisen puolen viestinnällä pyritään edesauttamaan keskustelua organisaation edustamien asioiden parissa
- Viestintä päätöksentekijöille korostuu





# Miten mediaviestintää tehdään?

- Tiedotustilaisuudet
- Haastattelut
- Blogit ja artikkelit
- Sosiaalinen media
- Lehdistötiedotteet
  - Sähköpostia omille kontakteille
  - Tiedotejakelupalvelu
    - Valmis palveluntarjoajan rakentama mediakanta
      - Viestien kohdentaminen toimialoittain tai alueittain
  - Avaus- ja klikkausprosentit
  - Laaja jakelu suuriin valtakunnallisiin medioihin kuin pieniin paikallismedioihin
  - Hakukonenäkyvyys
  - Mahdollisuus seurata tiedotteiden läpimenoa
  - Lähetys luotettavasta osoitteesta
  - Asiantuntija apuna

## Miten ympäristönäkökohdat voitaisiin ottaa nykyistä paremmin huomioon Väyläviraston hankinnoissa?

 Väylävirasto 29.03.2023, 12:24

Väylävirasto on julkaissut esiselvityksen, jossa tarkastellaan virastossamme käytössä tai kehitteillä olevia hankintojen ympäristökriteereitä sekä potentiaalisia uusia ympäristökriteereitä. Selvityksen mukaan Väylävirastolla on hankinnoissaan käytössä paljon ympäristöä huomioivia vaatimuksia jo nyt, mutta kehitettävää löytyy esimerkiksi kiertotalouden edistämisessä. Väylävirasto on infra-alan...

[Logistiikka ja liikenne](#)



Väylävirasto  
Trafikledsverket

## Yhden syöpälääkkeen hintakilpailu säästi kymmeniä miljoonia – lääkkeiden patenttisuoja päättyisessä on lähivuosina suuri säästöpotentiaali

 Kela 21.03.2023, 06:00

Kun syöpälääke lenalidomidin patenttisuoja päättyi ja se siirtyi viitehintajärjestelmään, sen kustannukset laskivat 30 miljoonaa euroa. Monen muunkin kalliin syöpälääkkeen patenttisuoja on raukeamassa ja hintakilpailu voisi tuoda merkittäviä säästöjä, arvioivat Kelan lääketutkijat. Syöpälääkkeistä maksetaan Suomessa satoja miljoonia euroja lääkekorvauksia vuodessa. Yksi korvausmenoiltaan...



## Säännöt hallussa lennätät dronea turvallisesti ja välttyt rikkeiltä

 Traficom 03.05.2023, 08:33

Auringon pysyessä taivaalla pidempään myös dronejen vilkkain lennätyskausi alkaa. Liikenne- ja viestintävirasto Traficom ja poliisi haluavat muistuttaa yhteisten sääntöjen noudattamisen tärkeydestä: vastuullinen lennättäjä tietää, missä ja miten dronea saa lennättää. Sääntöjen rikkomisesta voi seurata sakot – onnettomuuden seuraukset voivat olla vieläkin kalliimmat. Dronejen lennätyskauteen...

[Ilmailu](#) [Valokuvaus](#) [Vapaa-aika](#)

TRAFICOM  
Liikenne- ja viestintävirasto

## Teitkö viime vuonna etätöitä? Varmista, että työhuonevähennys on ajan tasalla

 Verohallinto 03.05.2023, 07:10

Yli 5 miljoonalla suomalaisella on esitetyt veroilmoituksen määräpäivä toukokuussa. Korona-aikana työhuonevähennystä hyödyntäneiden määrä moninkertaistui, ja Verohallinto uskoo, että moni hakee työhuonevähennystä myös viime vuodelta.

[Kotimaa](#) [Talous](#)

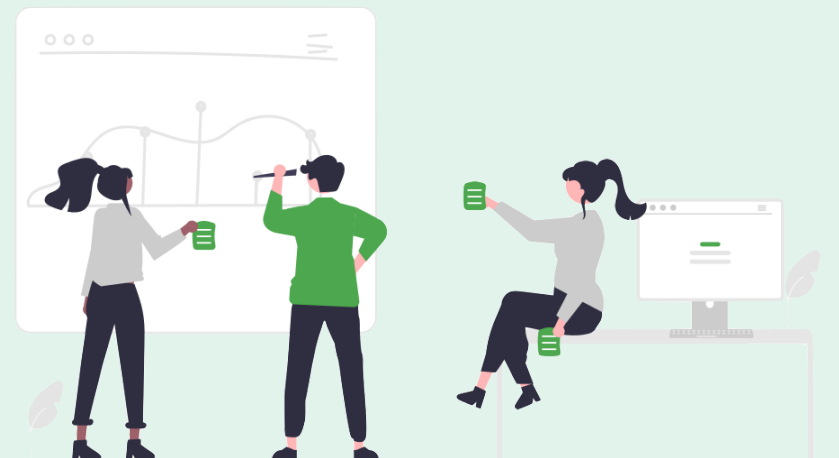




# Mediaseuranta

# Miksi mediaseurantaa tehdään?

- Viestinnällä vaikutetaan keskusteluun, seurannalla monitoroidaan keskustelua
- Mediaseurannalla saadaan tieto:
  - Miten organisaation päätöksiä, toimintaa ja palveluita käsitellään mediassa
  - Miten organisaation edustamista asioista keskustellaan, mitkä aiheet ovat pinnalla ja missä asiayhteyksissä
  - Oman näkyvyyden tilasta
    - Onko näkyvyys halutulla tasolla
  - Viestinnän tehokkuudesta: mitkä viestit toimivat, mitkä eivät
    - Viestinnän kehitys
  - Mahdollisista tai jo päällä olevista kriiseistä
  - Verrokkiorganisaatioiden maineesta, näkyvyydestä ja viestinnän kulmista







# Mediaseuranta julkisella puolella

- Karrikoiden voidaan sanoa, että yksityisellä puolella seuranta painottuu enemmän oman näkyvyyden seurantaan
- Julkisella puolella on tärkeämpää seurata teemoja ja keskustelua toimijan keskittymien asioiden ympärillä
  - Ei poissulje oman näkyvyyden seurannan tarvetta
- Yksityisellä puolella seurataan kilpailijoita, kun julkisella puolella tehdään samankaltaisten toimijoiden vertailevaa analyysiä ja seurantaa
- Näkyvyyden mittaaminen haasteellista, sillä organisaation edustamat asiat voivat olla vaikeasti hahmotettavia
  - Tarvitaan spesifiä tietoa laajoista kokonaisuuksista
    - Palveluntarjoajan valinta korostuu





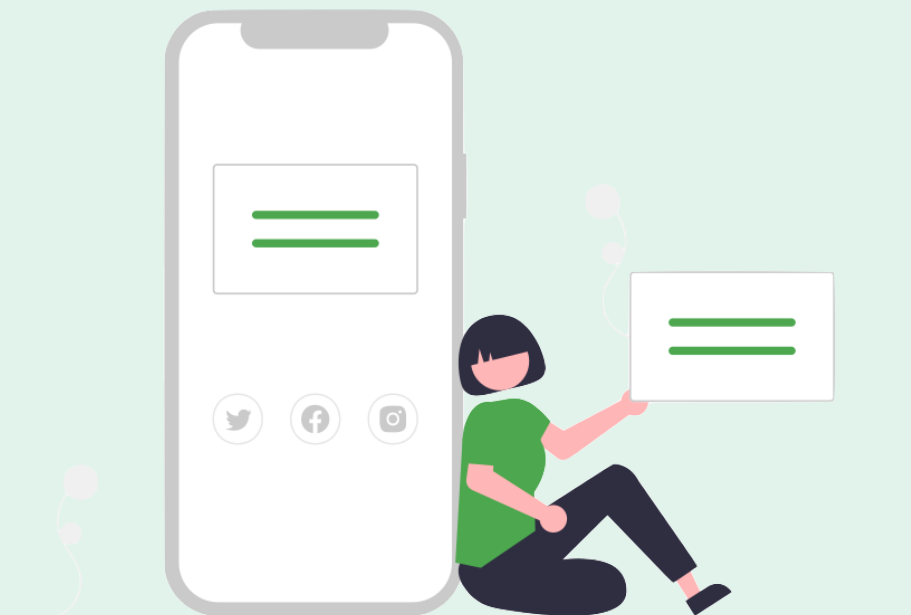
# Mediaseurannan toteutus

- Mediaseurannan työkalu, jolla saadaan seurattua muun muassa verkkomediaa, näköislehtiä, sosiaalista mediaa, blogeja ja foorumeita, julkishallinnon asiakirjoja
- Osumaraportit sähköpostiin koko organisaatiolle
- Kerää statistiikkaa ja analyysiä
- Raportoi näkyvyyden kehityksestä
- Jaa relevantteja sisältöjä organisaatiosi sisällä
- Luo dashboardeja ja analysoi viestinnän tuloksia
- Varsinkin mediaseurannan kanssa palvelun helppokäyttöisyys ja palveluntarjoajan asiantuntijuus nostavat merkitystään!



# Media-analyysi

# Mitä media-analyysillä voidaan toteuttaa?



- Voidaan tarkastella lyhyen tai pidemmän aikavälin medianäkyvyyttä määrällisin ja laadullisin mittarein
  - Määrällisesti tarkastelussa esimerkiksi osumamäärät ja niiden kehitys, top-lähteet, tavoittavuus
  - Laadullisesti voidaan tarkastella teemoja ja tavoiteviestejä, julkisuuden sävyä tai toimijuutta
- Media-analyysi koskee usein organisaation omaa näkyvyyttä, hanketta tai kampanjaa
- Analyysi voi sisältää kilpailijavertailun
- Asiantuntija tuottaa toivotun aikavälin osumista raportin
- Erinomainen raportti johdolle ja koko organisaation käyttöön
  - Konkreettinen osoittaja viestinnän tilasta



# Kilpailutukset

- Hankintalakiin tai EU-direktiiveihin perustuvat hankinnat tulee kilpailuttaa
- Julkisten hankkeiden kilpailuttamisesta ollut mediassa vaalien alla puhetta useassa eri mediassa ja usealta eri henkilöltä
- Kilpailutusten toteuttaminen Suomessa voidaan todeta epätehokkaaksi

Me olemme tuottaneet kilpailuttajan oppaan verkkosivuillemme, josta saa kaiken tarvittavan mediaseurantapalvelun kilpailutukseen:





**Liana on ollut vuodesta 2005 asti  
datavastuullinen kumppani julkisille  
organisaatioille.**







## **Sakari Siika-aho**

Account Manager  
PR & Media Solutions

**LinkedIn:**

