

Oma lugude rääkimine

Rose Hayden-Smith, PhD
Emerita



Pamela Kan-Rice, MBA
Assistant Director, News and Information Outreach



UNIVERSITY OF CALIFORNIA
Agriculture and Natural Resources

Miks on oma loo rääkimine oluline?

- Maine kujundamise ning vahetu ja usaldusväärse suhtlemise vahend tööalases ja ärisuhtluses
- Lisaväärtuse loomine
- Teadmiste jagamine
- Kaasatuse toetamine
- Suhete ja võrgustike loomine

Missuguseid lugusid sa tahad rääkida????

Sotsiaalmeedia eesmärkide seadmine: sisustrateegia

**Sotsiaalmeedia kasutamisel on
äärmiselt oluline seada eesmärgid**

Mis on sinu eesmärgid?

Mis sinu puhul toimib?

***Millest tahaksid täna rohkem teada
saada?***



Sihtgrupp

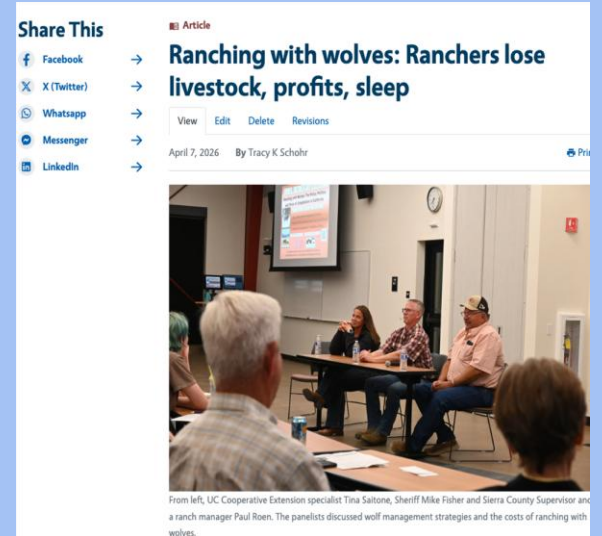
Võta arvesse...

- Vanus
- Asukoht
- Huvid
- Valdkond
- Grupid
- Muu



Kus ja kuidas lugu jagada

- Veebilehed
- Blogid
- Sotsiaalmeedia
- Artiklite avaldamine uudistekanalites
- Külalissisu uudiskirjas
- Muu



Populaarsed sotsiaalmeediaplatformid

- Substack
- Instagram
- Facebook
- Threads
- Bluesky
- LinkedIn
- TikTok
- YouTube

Meie põhimõtted

Oma sotsiaalmeediatöös lähtume John Stepperi raamatus [Working Out Loud](#) kirjeldatud põhimõtetest

Kokkuvõte: suhetepõhine lähenemine eesmärgipärase võrgustiku loomiseks ja sihtide saavutamiseks nähtavuse ja hoolivuse abil, mitte tehingupõhise võrgustumise kaudu.

(CH)

Ole hooliv ja lahke!

Märka ja tunnusta teiste panust!

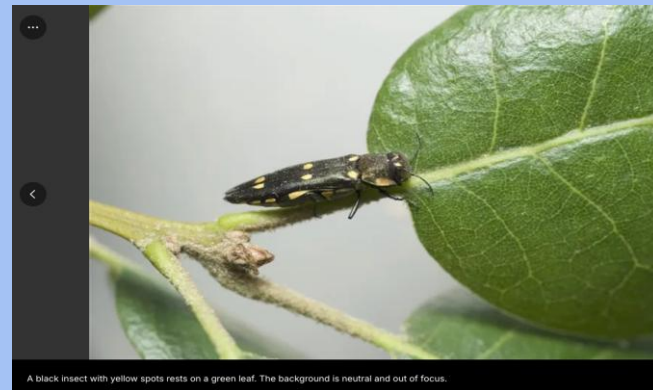
Strateegiad

- Sinu tegevus sotsiaalmeedias peaks toetama sinu eesmärke
- Vali mõned platvormid, kus oled aktiivne ja kasuta neid teadlikult ja tulemuslikult
- Kasuta integreerimise võimalusi (tõhusus!)
- Ole järjepidev.
- Mõõda tulemusi ja kohanda tegevusi
- Käi ajaga kaasas (nt ÜRO põllumajanduses tegutsevate naiste aasta – kasuta hashtage, osale aruteludes.
- Lihvi ja täiusta oma profiili



Soovitusi

- Lisa piltidele kirjeldav tekst
- Kasuta platvormi analüütikavahendeid
- Pane kirja eesmärgid ja koosta lihtne sotsiaalmeedia sisukalender
- Ajatu sisu



Substack



Platvorm, kus sisuloojad jagavad vahetult mõtteid ja sisu (tekst, video, audio) oma jälgijatele nii e-posti kui veebivoogude kaudu. Sageli toimib veebilehena.

- Üle 35 miljoni aktiivse kasutaja koos; 8,4 miljonit tasulist tellimust
- Populaarne sõltumatute ajakirjanike, arvamuslugude autorite, teadlaste ja valdkonnaekspertide seas
- Kasutajateks peamiselt haritud spetsialistid vanuses 25–54
- Üks kiiremini kasvavaid platvorme sisuloomega tulu teenimiseks

Instagram



Fotode ja videote jagamise rakendus, mis keskendub visuaalsele lugude jutustamisele postituste, lugude (stories), lühivideote (reels) ja otsevestluste kaudu.

- Üle 3 miljardi aktiivse kasutaja kuus
- Kõige populaarsem vanuserühmas 18–34; eriti populaarne Y- ja Z- põlvkonna hulgas
- Oluline platvorm mõjutusturunduses, moe-, toidu-, reisimise ja elustiili valdkonnas
- Lühivideod toetavad enim kaasatust ja levikut
- Kuulub Meta toodete hulka (nt Facebook, Threads)

Facebook



Sotsiaalmeediaplatform, kus inimesed suhtlevad, jagavad uudiseid ja fotosid ning liituvad huvipõhiste kogukondadega.

- Üle 3 miljardi aktiivse kasutaja koos – maailma suurim sotsiaalvõrgustik
- Kõige populaarsem 25–54-aastaste täiskasvanute seas, kuid laialdaselt kasutusel kõigi põlvkondade hulgas
- Kasutajaiks pere/sõbrad, kohalikud grupid, üritused, ettevõtted



Threads




Tekstipõhine sotsiaalne vestlusrakendus, mis on loodud Instagrami kontodega seotud avalikeks aruteludeks.

- 150 miljonit igapäevast aktiivset kasutajat, 400–450 miljonit igakuist aktiivset kasutajat
- Populaarne vanuserühmas 18–35
- Keskendub vabale tekstipostitustele, vastustele ja kogukonna vestlustele
- Kasvutrend ületab X-i (endine Twitter)
- Toetub Instagrami olemasolevale kasutajaskonnale

Bluesky

Detsentraliseeritud mikroblogimise ja tekstipõhine platvorm.

- 43 miljonit registreeritud kasutajat
- Kiire kasv pärast X-iga seotud poleemikat
- Populaarne ajakirjanike, tehnoloogia-ekspertide, teadlaste ja progressiivsete kogukondade hulgas
- Ülemaailmne kasutajaskond, paljud kasutajad vanuses 18–45
- Meenutab paljudele varajast Twitterit

 Prof Alison Van Eenennaam (@BioBeef) @BioBeef · 19m
New member joined the lab today 🥳 @ucdavis 🌱





LinkedIn

LinkedIn on professionaalne võrgustikuplatvorm karjääri arendamiseks, töö otsimiseks, valdkonna uudiste jälgimiseks ning ettevõtetevahelisteks (B2B) kontaktideks.

- 1,3 miljardit liiget, 310 miljonit aktiivset kasutajat kuus
- Peamiselt erialaspetsialistid ja kontoritöötajad vanuses 25–55
- Kasutatakse värbamiseks, B2B-turunduseks, mõjukuse suurendamiseks ja erialaseks õppimiseks (LinkedIn Learning)
- Kõige kiiremini kasvav platvorm teadmiste jagamiseks spetsialistide hulgas



TikTok



Lühivideo platvorm, mis töötab tehisintellekti soovitusalgoritmi abil ja pakub populaarset, meelelahutuslikku ja isikupärastatud sisu.

- 1,9 miljardit aktiivset kasutajat kuus
- Peamiselt Z- ja Y-põlvkond
- 60% kasutajatest on alla 30-aastased
- Kasutajad veedavad sellel platvormil iga päev VÄGA PALJU aega
- Ülikiiresti populaarseks muutuvad trendid, muusika, huumor, sisuloojate kultuur, turundus
- Kümneni kõige kiiremini kasvav sotsiaalmeediarakendus

YouTube



Videote jagamise platvorm, kuhu sisuoojad laadivad üles sisu alates õppevideotest ja vlogidest kuni otseülekannete ja lühivideoteni.

- 2,74 miljardit aktiivset kasutajat kuus – maailma suurim videoplatvorm
- Kasutajad kõigist vanuserühmadest; peamine sihtrühm 18–49-aastased
- Kasutatakse meelelahutuseks, õppimiseks, uudiste jälgimiseks, muusika kuulamiseks ja enesetäiendamiseks
- Küllastatavuselt teisel kohal maailmas pärast Google'i



Arutelu

Kuidas saame üksteist toetada?