

Please note! This is a self-archived version of the original article.

Huom! Tämä on rinnakkaistalenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Kivelä, M. (2021) Hankeviestinnän vaikuttavuudesta: ROBINS-tutkimushanke levittää somessa vinkkejä pk-yrityksien kansainväliseen kasvuun. TAMK-blogi.

URL: <https://blogs.tuni.fi/tamkblogi/vaikuttavuus/hankeviestinnan-vaikuttavuudesta-robins-tutkimushanke-levittaa-somessa-vinkkeja-pk-yrityksien-kansainvaliseen-kasvuun/>

## Hankeviestinnän vaikuttavuudesta: ROBINS-tutkimushanke levittää somessa vinkkejä pk-yrityksien kansainväliseen kasvuun

7.12.2021

Miten suomalaiset pk-yritykset voivat kasvaa ja kansainvälistyä? Miten teknologiat, työkalut tai sosiaalinen myynti ja oma henkilöbrändi voivat edesauttaa kasvua? Miten yrityksen myyntiprosessista voidaan tehdä älykäs? Näihin ja moniin muihin kysymyksiin vastataan ROBINS-hankkeen viestinnän sisältöjen avulla.

ROBINS-hankkeessa on liki kolmen vuoden ajan tutkittu älykästä myyntiä ja sitä, miten suomalaiset pk-yritykset voivat kasvaa ja kansainvälistyä. Oma tehtäväni hankkeessa on ollut sosiaalisen median sisältöjen sekä muun viestinnän suunnittelu ja tuottaminen osana viestintätiimiä sekä uusimpana työtehtävänä myös [podcast-jaksojen tekeminen](#).

Hankeviestinnässä haasteena on usein se, että kanavat luodaan alussa tyhjästä ja oma yleisö on rakennettava kovalla työllä. ROBINSissa digiviestintä on ollut mukana vahvana alusta lähtien. Tällä hetkellä ROBINS-hankkeen LinkedIn-sivulla on 300 seuraajaa, ja parhaat yksittäiset julkaisut siellä tavoittavat jopa toista tuhatta henkilöä orgaanisesti. [SalesDay-tapahtuman](#) läheisyydessä, lokakuun 2021 aikana julkaistut päivitykset saivat yhteensä yli 6 500 näyttökertaa LinkedInissä. Podcast-jaksoitakaan eivät ole olleet turha panostus: hankkeen aikana julkaistuja jaksoja on marraskuun 2021 loppuun mennessä kuunneltu liki tuhat kertaa. Se on aika hyvin pienelle tutkimushankkeelle.

Aiemmista viestinnällisistä onnistumisista voisi myös nostaa esiin infograafien käyttämisen keskeisten tutkimustuloksien jalkauttamisessa sekä ROBINS goes Teams -webinaarisarjan. ROBINS-tutkimushankkeessa mukana olevat tutkijat, sidosryhmien edustajat sekä muut hanketoimijat ovat myös olleet aktiivisesti mukana somekeskusteluissa. Se on auttanut merkittävästi hankkeen somenäkyvyyden rakentamisessa.

Syksyn 2021 viestinnälliset toimenpiteet on kaikki rakennettu tukemaan hankkeen timantin, [Älykkäällä myynnillä kansainväliseen kasvuun -kokoomateoksen](#) sisältöjä. Artikkelin kirjoittajista julkaistaan ROBINS-digialustoissa sähköpostihaastattelun pohjalta muotoiltu [kirjoittajaesittely](#), joka kertoo kirjoittajan tarinaa ja samalla avaa artikkelin aihepiiriä. Kuusi kokoomateoksen kirjoittajista innostui lisäksi lähtemään vieraaksi [podcast-jaksoon](#) kertomaan omasta artikkelistaan. Lisäksi jaksoihin saatiin mukaan yritysmaailmasta asiantuntijoita, jotka tuovat keskusteluun käytännönläheistä näkökulmaa sekä viestinnällisesti ajatellen myös uutta kuuntelijakuntaa. Tehtyjä sisältöjä ja kokoomateosta markkinoidaan lisäksi maksullisesti LinkedInissä, Facebookissa ja Instagramissa.

ROBINS-hankkeen someviestintää sekä kokoomateoksen ilmestymistä voit seurata [ROBINS LinkedIn-sivulta](#) tai [hankkeen omilta verkkosivuilta](#). *Älykkäällä myynnillä kansainväliseen kasvuun* ilmestyy 17.12.2021.

### **Kirjoittaja:**

**Miina Kivelä** toimii Tampereen ammattikorkeakoulussa digimarkkinoinnin lehtorina. Hän ylläpitää omaa substanssiosaamistaan esimerkiksi tekemällä ROBINS-tutkimushankkeen someviestintää. Hän on myös yksi kokoomateoksen artikkeleiden kirjoittajista.