Moduuli 5: Yhteisöllinen media ja ammatilliset verkostot

Olet Työelämän digitaidot jatkuvana oppimisena-kurssikokonaisuuden viidennessä moduulissa, jossa käydään läpi sosiaalisen median ammatillista hyödyntämistä. Moduulissa on kolme osaa ja ne suoritetaan järjestyksessä.

Ensimmäisessä osassa pureudutaan siihen, mitä kaikkea sosiaalinen media käsittää.

Moduulin toisessa osassa hahmotetaan, miten sosiaalisen median ammatillisia verkostoja voi hyödyntää työelämässä ja omassa työssä. Moduulin osana voi rakentaa sosiaaliseen mediaan oman ammattiprofiilin työelämälähtöisessä sosiaalisen median sovelluksessa (esimerkiksi LinkedIn).

Kolmannessa osassa tutustutaan Microsoft Teams-ohjelman monipuoliseen käyttöön. Moduulissa käydään myös läpi tietoturvaa sosiaalisen median näkökulmasta sekä tutustutaan Microsoft Authenticator-ohjelmaan.

Moduulin osat:

1. Osa: Sosiaalinen media

- yleisimmät kanavat
- sosiaalisen median tietoturva

2. Osa: Ammatillisten verkostojen hyödyntäminen

- LinkedIn – työelämän some
- Facebookin yritystili ja mainostaminen sekä erilaisten ryhmien luominen ja hyödyntäminen
- Muiden sosiaalisen median kanavien ammatillinen hyödyntäminen

3. Osa: Yhteisöllisten verkkotyökalujen käyttö ja tietoturva

- Teamsin tiimien hyödyntäminen, kanavien luominen, eri organisaatioiden yhteiset tiimit
- Googlen yhteisölliset työkalut
- Microsoft Authenticator – kaksivaiheinen tunnistus
- Opintojen laajuus on 2,5 opintopistettä.
- Aloita opinnot ylhäältä kohdasta Opinnot- Osa 1.
- Voit tehdä osia vähitellen ja jatkaa siitä, mihin jäit.

Osaamistavoitteet

Tämän moduulin suoritettuaan opiskelija osaa:

- Tunnistaa ammatillisia verkostoja sosiaalisesta mediasta
- Suunnitella ammatillista profiiliaan sosiaalisessa mediassa
- Eritellä sosiaalisen median hyödyntämismahdollisuuksia työelämässä
- Tunnistaa Microsoft Teamsin tiimien käyttömahdollisuuksia
- Tunnistaa tilinhallintaan liittyviä tietoturvatekijöitä

Arviointi

Hankkeen aikaisissa opinnoissa osaamistavoitteisiin pääsyä arvioitiin alla olevien kriteerien mukaisesti. Voit halutessasi tutustua myös niihin. Tästä materiaalista tehtäviä opintoja ei arvioida eikä opinnoista saa todistusta tai opintopisteitä.

Opiskelija:

- *Kuvaa kurssitehtävässä ainakin kaksi itselleen tai alalleen olennaista sosiaalisen median ammatillista verkostoa.*
- *Kuvaa kurssitehtävässä ainakin kaksi huomioitavaa asiaa ammatillisen profiilin luomisessa.*
- *Kuvaa ainakin kaksi mahdollisuutta hyödyntää sosiaalista mediaa työelämässään.*
- *Kuvaa kurssitehtävässä ainakin kaksi Microsoft Teamsin tiimien hyödyntämiskeinoa.*
- *Tunnistaa kurssitehtävässä erillisten turvallisuusohjelmien hyötyjä.*

Opiskelun iloa!

Sisällysluettelo

Moduuli 5: Yhteisöllinen media ja ammatilliset verkostot 1
Osaamistavoitteet 2
Moduulin osa 1: Sosiaalinen media 4
Facebook 5
X-viestipalvelu 8
Instagram 9
LinkedIn 11
YouTube 12
WhatsApp 12
Muita some-kanavia 13
Hashtagit- netin omat risuaidat 16
Sosiaalisen median vastuullinen käyttö 17
Moduulin osa 2: Ammatillisten verkostojen hyödyntäminen 27
LinkedIn- Työelämään keskittynyt sosiaalinen media 27
Facebookin hyödyntäminen työelämän tarkoituksiin 31
Moduulin osa 3: Yhteisöllisten verkkotyökalujen käyttö ja tietoturva 38
Teams-tiimin perustaminen 38
Googlen yhteisölliset palvelut 39
Kaksivaiheinen tunnistautuminen 40
Liitteet / Transkriptiot 42

Moduulin osa 1: Sosiaalinen media

Moduulin ensimmäisessä osassa tutustutaan sosiaalisen median kanaviin sekä niihin liittyvään tietoturvaan.

Mikä sosiaalinen media?

Sosiaalinen = ihmisten välinen kanssakäyminen

Media = viestintäkanavat ja niillä välitettävä informaatio

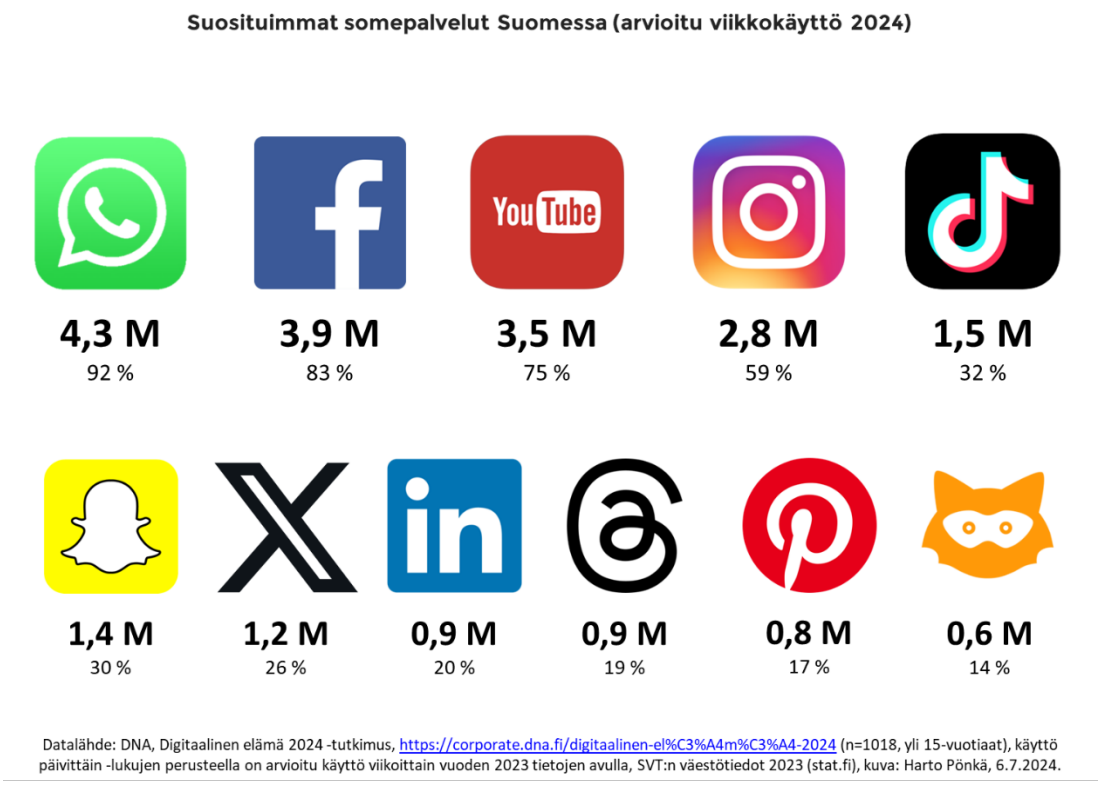
= sosiaalinen media eli “some”: verkon kanavia eli verkkoviestintäympäristöjä, joilla ihmiset vuorovaikuttavat ja jakavat sisältöjä.

Ero perinteiseen mediaan on käyttäjien oma sisällöntuotanto. Käyttäjät ovat siis sisällöntuottajia pelkän tiedon vastaanottamisen sijaan.

Kyse on paitsi tiedonvälityksestä, myös osallisuudesta ja vuorovaikutuksesta.

Sosiaalisen median palveluita on paljon. Sen sijaan, että pyrkisi olemaan aktiivinen niissä kaikissa, kannattaa valita henkilökohtaisen tai organisaation käytön kannalta tärkeimmät kanavat ja keskittyä niihin. Kokemuksen kartuttua voi halutessaan ottaa käyttöön myös uusia sosiaalisen median kanavia.

Lähteenä tässä sosiaalisen median osiossa on käytetty mm. Osaamiskirjaa digitaitojen opiskeluun, josta löytyy selkokielellä kattavasti perusdigitaitoihin liittyvää tietoa.



Tehtävä: Mitä sosiaalisen median kanavia käytät?

Valitse kaikki palvelut, joita käytät. Voit samalla tarkistaa, tunnistitko kaikki kuvakkeet. Palvelut on listattu alle samassa järjestyksessä kuin kuvassa. Valitse 1-13 vaihtoehtoa.

- WhatsApp
- Facebook
- YouTube
- Instagram
- TikTok
- Snapchat
- X (ent. Twitter)
- LinkedIn
- Threads
- Pinterest
- Jodel

Muita kanavia, jotka eivät ole kuvassa:

- Reddit-keskustelualusta
- Signal-viestimispalvelu (WhatsAppin kaltainen)
- Telegram-viestimispalvelu
- Jotain muuta, mitä?
- En mitään näistä

Seuraavassa käydään läpi tunnetuimpien sosiaalisen median kanavien erityispiirteitä.

Facebook

- Laaja käyttäjäpohja etenkin aikuisissa ikäryhmissä, ”aikuisten some”
- Ilmainen, mutta rahoitetaan mainostuloin
- Käytetään mielipiteiden, uutisten ja tiedon jakamiseen
- Mahdollistaa pidemmät kommentit kuin X ja Instagram

Facebookin logo

Facebookin profiili, sivu ja ryhmä:

- Profiili: henkilökohtainen, jokaisella vain yksi, julkisuus muokattavissa
- Sivu: lähtökohtaisesti julkinen, voi olla monta käyttäjää
- Ryhmä: erilaisia julkisuuden asteita (suljetut ryhmät, avoimet ryhmät)

Lisätietoa Facebookista:

- Facebook-sivut toimivat monen pienen yrityksen kotisivuina, sillä ne ovat ilmaiset ja helpot päivittää.
- Facebookissa voi luoda myös yksityisiä tai julkisia tapahtumia. Tapahtumien julkaiseminen voi olla hyvä tapa saada näkyvyyttä esim. oman yhdistyksen toiminnalle.
- Facebook-yhtiö on nykyisin nimeltään Meta. Metan palveluihin kuuluvat Facebook, Messenger sekä Instagram.

Monet tahot ovat nykyään aktiivisempia sosiaalisessa mediassa kuin perinteisillä verkkosivuillaan. Osana organisaation viestintäsuunnitelmaa kannattaakin pohtia, minkälaista tietoa julkaistaan verkkosivuilla ja minkälaista esimerkiksi yhdistyksen Facebook-sivulla.

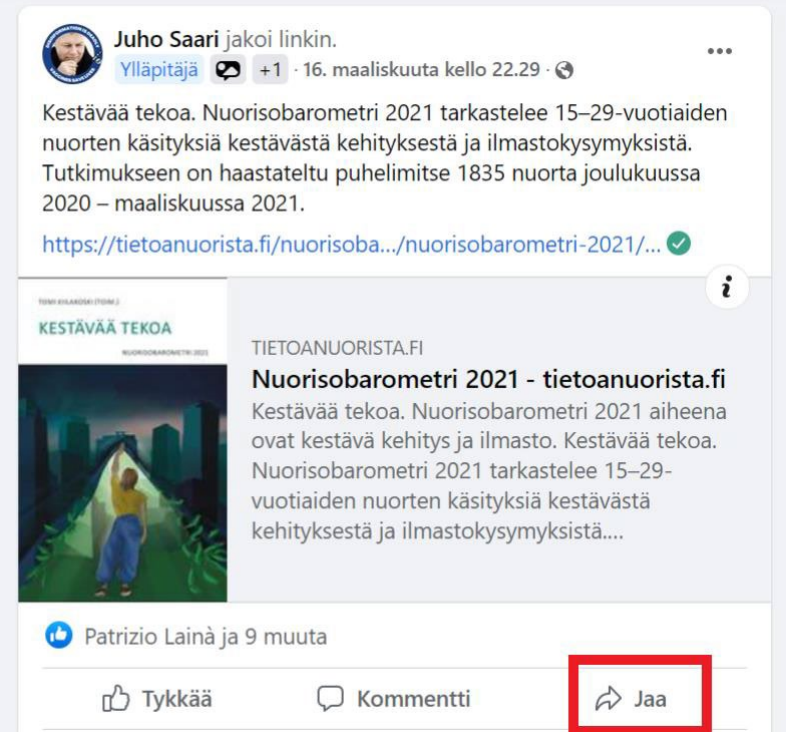
Julkisuus Facebookissa

Julkinen ryhmä

Esimerkkikuva julkisen ryhmän etusivusta:

Julkisten ryhmien sisällöt näkyvät kaikille ja niitä voi jakaa ryhmästä ulos.

Alla esimerkkikuva julkaisusta, jonka alapuolella olevasta punaisella ympyröidystä Jaa-kohdasta voi jakaa julkaisun eteenpäin.



Ei-julkiset asiat Facebookissa

Suljetusta ryhmästä ei voi jakaa ulos. Jos ryhmään on jaettu esimerkiksi linkki tai avoin postaus, avaa se toisaalla ja jaa sitä kautta. Kuvakaappaukset suljetuista sisällöistä (kuten ryhmistä tai profiileista) ovat huonoa käytöstä.

Kiinnitä myös huomiota julkisuuteen kommentoidessasi. Näkyykö vastauksesi koko maailmalle vai vain kavereille tai ryhmän jäsenille?

Moderaattori ja ylläpitäjä

“moderaattori, mode, moderoija”- tärkeällä roolilla on monta nimeä

Moderaattori on internetissä käytävän keskustelun asiallisuutta valvova henkilö, joka toimii ylläpitäjän apulaisena. (Wikipedia)

Ylläpitäjällä on hieman enemmän oikeuksia kuin moderaattorilla. Hän voi muokata ryhmän tärkeimpiä asetuksia (nimi, julkisuus jne.), poistaa ja lisätä moderaattoreita.

Moderaattorit voivat hallinnoida ryhmän jäseniä ja julkaisuja, kuten ylläpitäjätkin.

Tehtävä: Organisaation näkyvyys Facebookissa

Onko organisaatiollasi Facebook-sivuja? Mikäli on, mene sivuille, klikkaa profiilikuvan alta kohtaa "Tietoja" ja katso mitä sinne on kirjattu. Kuinka paljon seuraajia sivuilla on, kuinka moni tykkää sivusta?

Tarkastele sitten:

Kuinka usein uusia postauksia eli julkaisuja on laitettu viimeisen kuukauden aikana?
Pohdi, kuinka aktiivisen kuvan organisaatio antaa itsestään profiilin perusteella.

Sinulla ei tarvitse olla omaa Facebook-tiliä, jotta voit käydä tarkastelemassa muiden avoimia Facebook-sivuja. Mikäli et ole tällä hetkellä työelämässä tai työnantajasi ei ole Facebookissa, valitse jonkin itseäsi kiinnostavan työnantajan sivut.

Tehtävä: Oman Facebook-sivun tarkastelu

Mikäli sinulla on oma Facebook-tili, pohdi oman toimintasi julkisuutta.

1. Katso ensin läpi profiilikuvasi ja taustakuvasi ja tarkista, mitkä **näkymisasetukset** olet antanut niille. Eli näkeekö kuvasi kaikki (ilman että ovat ystäviäsi tai edes kirjautuneita Facebookin käyttäjiä), vai voivatko kuvan nähdä esim. vain Facebook-kaverisi. Klikkaa profiilikuvasi isoksi ja katso mikä symboli löytyy päivämäärän vierestä. Maapallo tarkoittaa, että kuva näkyy kaikille, ihmishahmon kuva tarkoittaa, että kuva näkyy vain kavereille. Klikkaamalla kuvaketta pääset hallinnoimaan kuvan julkisuutta.

2. Käy sitten katsomassa kaverimääräsi (profiilissasi nimesi alla). Voit yllättyä siitä, kuinka suureksi luku voikaan vuosien saatossa kasvaa. Haluatko todella julkaista juttuja ja kuvia koko tälle porukalle, vai tulisiko tehdä karsintaa? Suuressa ystävämäärässä ei ole mitään väärää, mutta omien julkaisujen (kuten omien kuvien) lukija- ja näkijäkunnan suuruus kannattaa tiedostaa.

Yllätyitkö jostain käydessäsi profiiliasi läpi? Mitä muita ajatuksia aihe herätti?

Jos sinulla ei ole Facebook-profiilia, pohdi tuleeko sinulla käytyä silti Facebookissa yritysten sivuilla tms. Voit myös tarkastella jonkin henkilön tai organisaation julkista profiilia yllä olevien kysymysten valossa.

X-viestipalvelu

X-viestipalvelu oli aikaisemmalta nimeltään Twitter. X:n on omistanut kesästä 2023 saakka Elon Musk ja hänen aikanaan ohjelmaan on tehty paljon muutoksia aikaisempaan Twitteriin nähden. X:llä on suppeampi käyttäjäpohja kuin monella muulla somekanavalla: käyttäjissä on paljon vaikuttajia, julkisuuden henkilöitä, toimittajia jne.

Toisin kuin Facebookissa, X:ssä kenenkään ei tarvitse hyväksyä toisen kaveripyyntöä, vaan kuka tahansa voi seurata kenen tahansa viestintää. X:ää käytetäänkin yleensä henkilökohtaisten

kontaktien luomisen sijaan muodollisempaan tiedottamiseen, viestintään ja vaikuttamiseen. Näin se on yhteiskunnalliseen keskusteluun hyvin sopiva alusta

X:n logo

Lisätietoa X-palvelusta

- Nopeatempoinen, vaatii aktiivisuutta
- Hashtagien eli aihetunnisteiden käyttö tärkeää
- Lyhyt ilmaisu hankaloittaa asioiden muotoilua- varo somekohua ja aseta sanasi tarkasti!

Pohdintaa X:stä - ”Omalla nimellä vai ei?”

X:ään voi kirjoittaa myös muulla kuin omalla nimellä. Miten salanimeä käyttäviin tileihin tulisi mielestäsi suhtautua? Milloin voi olla perusteltua kirjoittaa salanimellä?

Instagram (eli "insta")

Perustietoa Instagramista

- Kuvien ja videoiden jakamiseen tarkoitettu alusta: tekstiä mahtuu 2200 merkkiä
- Profiili voi olla julkinen tai yksityinen, jolloin vain hyväksytyt seuraajat näkevät julkaisuja.
- Kuvasyötteessä (=julkaisu) kuvat säilyvät, mutta tarinat (eli stoorit, eng. Stories) säilyvät vain vuorokauden. Huom. julkaisuihin kannattaa ottaa valmiiksi neliön muotoinen kuva. Useammat puhelimet antavat valita neliön muodon valokuvaa ottaessa.
- Seuraajien saaminen haastavampaa kuin muissa suosituissa some-kanavissa
- Hyvä ”portfolio” töihin, joissa tärkeässä osassa on visuaalinen sisältö: taiteilijat, graafikot, käsityöläiset, maskeeraajat, kokit, kondiittorit jne.
- Instagram Reels (suom. kelat) on Instagramin toiminnallisuus, joka mahdollistaa useammasta lyhyestä videopätkästä koostettujen videoiden julkaisemisen ja jakamisen. Videoissa voi olla mukana musiikkia ja erilaisia erikoistehosteita.
- Instagramin Live-toiminnolla voit pitää sananmukaisesti reaaliaikaisen tapaamisen muiden Instagramin käyttäjien kanssa. Liven voi myös nauhoittaa ja lisätä profiiliin katsottavaksi myöhemmin.

Instagramin logo

Tiesitkö, että Instagramia voit käyttää myös tietokoneella? Mene osoitteeseen https://www.instagram.com/?hl=fi ja kirjaudu sisään tunnuksillasi.

Mikä ihmeen Instagram bio?

Instagramin biolla tarkoitetaan oman profiilin alta löytyvää esittelytekstikohtaa eli profiilitekstiä. Siihen voi lyhyesti kirjoittaa tietoja itsestä tai tilin aihepiiristä, jotta seuraaja voi yhdellä vilkaisulla tutustua tilin pitäjään tai tilin käsittelemiin teemoihin. Bio on lyhenne sanasta “biography” eli elämäkerta.

Instagram "reelsit" yrityksen markkinointivälineenä

Reelsit (eli suom. kelat) ovat maksimissaan kolmen minuutin videoita, jotka voit joko kuvata Instagramissa tai ladata niihin sisältöä (videoita ja kuvia) puhelimestasi tai koneeltasi. Pääset editoimaan videoita Instagramissa ja lisäämään musiikkia yms.

Tekstittäminen kannattaa aina ja luo saavutettavuutta ja kiinnostavuutta. Kelan voit tekstittää suoraan Instagramissa.

Instagramin algoritmi suosii Reels-videoita, joten niillä saa helpoiten näkyvyyttä (näin on usein kanavien uusimpien ominaisuuksien kanssa).

Kaikki videot kannattaa ladata Instagramiin koossa 1080 x 1920 px eli koko näytön peittävässä koossa

Videon viihdyttävyys on tärkeää. Sen ei kannata olla liian mainosmainen, jotta siitä kiinnostutaan.

Lisätietoa Instagram Reelsien luonnista ja vinkkejä onnistuneisiin keloihin: Instagram Reels eli Instagram Kelat yrityksen markkinoinnissa – ideasta toteutukseen https://www.jabella.fi/l/instagram-reels-eli-instagram-kelat-yrityksen-markkinoinnissa/

Mainonta Metan kanavissa

Niin Facebookissa kuin Instagramissakin voi organisaatio ostaa maksettua mainontaa. Mainontaa saa ostettua jo parilla kympillä, mutta mitä enemmän rahaa laittaa, sitä tarkemmin kohdistettua viestintää saa vastineeksi. Mainosta voi ostaa kohdennetusti esimerkiksi tietyllä alueella asuville ja/tai tietylle kieliryhmälle.

Meta-tilien yhdistäminen

Instagramin ollessa Metan palvelu kuten Facebook, on kumpaankin palveluun mahdollista kirjautua samoilla tunnuksilla. Kummankin palvelun tilit voi halutessaan yhdistää siten, että samat julkaisut tulevat sekä Instagramiin että Facebookiin automaattisesti. Tilit voi kuitenkin pitää myös täysin erillisinä toisistaan, mikäli haluaa esimerkiksi julkaista toisessa kanavassa erilaista sisältöä tai eri katsojakunnalle kuin toisessa.

Tehtävä: Mitä tulisi ottaa huomioon, kun organisaatio tekee sisältöä Instagramiin?

Mitä tulee ensimmäisenä mieleesi, kun pohdit yllä olevaa kysymystä? Voit pohtia sitä esimerkiksi sisällöntuoton, tietoturvan ja näkyvyyden kautta.

LinkedIn

LinkedIn on varsinainen työelämän some. Se on verkkoyhteisöpalvelu ja verkostoitumisväline. Käyttäjät voivat lisätä profiiliinsa ansioluettelonsa ja ammatilliset kiinnostuksen kohteensa. Käyttäjät voivat myös lisätä suosituksia työkavereilleen ja saada vastavuoroisesti suosituksia muilta.

Vaikka LinkedIn ei varsinaisesti olekaan työnhakupalvelu, sitä voidaan pitää keinona laajentaa omaa verkostoa ja saada sitä kautta mahdollisia työtarjouksia. Yritykset voivat vastaavasti etsiä uusia työntekijöitä LinkedInin kautta.

Lähde: https://drive.google.com/file/d/1wgtz5rg3mcWF_dkNRLov9NVAzpPhacF8/view

LinkedIn lyhyesti:

- Voi luoda oman profiilin ja ”virtuaalisen ansioluettelon”
- Erinomainen työelämän verkostoitumiseen: toki alakohtaisia eroja paljon. Älä arastele kaveripyyntöjä!
- Myös ryhmiä Facebookin tapaan
- Profiilissa erilaisia osa-alueita: lyhyt kuvaus, koulutus, työkokemus, kielitaito
- Endorsements (=suositukset): muut voivat ”kannattaa” osaamistasi
- Pidä profiili ajan tasalla
- Monella työnhakusivustolla ja-lomakkeissa on mahdollista lisätä linkki omaan LinkedIn-profiiliisi (Huom. käy muuttamassa oman LinkedIn-sivusi osoite omasta LinkedIn-profiilistasi kohdasta: sivun oikea yläreuna (Public profile & URL)-> muokkaa kynän kuvasta-> Edit your custom URL-> kirjoita esim. muotoon etunimi-sukunimi)

LinkedInistä lisää opintojen osassa 2.

YouTube

YouTube on Googlen omistama videopalvelu, johon käyttäjät voivat lisätä omia videoitaan. Videoita voi katsoa ilmankin rekisteröitymistäkin, mutta Google-tunnuksillasi (eli esim. Gmail-tunnuksillasi) pääset kirjautumaan sisään. Tällöin pääset kommentoimaan videoita.

YouTubesta löytyy todella paljon myös suomenkielisiä opetus- ja ohjevideoita. Monet yhteisöt ja yksityishenkilöt julkaisevat kanavalleen videoita säännöllisesti ja pitävät palvelun kautta videoblogia eli vlogia.

YouTubeen säännöllisesti sisältöä tekeviä henkilöitä kutsutaan tubettajiksi tai vloggaajiksi (vrt. bloggaaja).

YouTube-tilin perustaminen yhdistykselle kannattaa, jos yhdistys julkaisee videoita säännöllisesti. Tilin seuraajat saavat tiedon uusista julkaistuista videoista välittömästi, mikäli ovat "tilanneet kanavan".

YouTubeen saa myös piilotettuja videoita, jolloin ne näkee vain jos tietää videon linkin. Organisaatio voi esimerkiksi tallentaa videoita tililleen, mutta laittaa osan piilotetuiksi, niin että niihin pääsee käsiksi vain tietyt henkilöt, esimerkiksi jonkin kurssin opiskelijat.

YouTube-tilit

Oma YouTube-tili löytyy hieman yllättäen myös Verohallinnolta ja monelta pankilta.

Käy katsomassa, millaista sisältöä esim. juuri Verohallinto julkaisee tilillään. Käy sitten etsimässä jonkin sinun työhösi tai alaasi liittyvän toimijan YouTube-tili ja katso millaista sisältöä, miten paljon ja milloin viimeksi sinne on julkaistu.

WhatsApp

WhatsApp on pikaviestipalvelu, joka monesti kuitenkin luokitellaan myös sosiaaliseksi mediaksi.

Palvelua käytetään yleensä mobiililaitteelle ladattavalla WhatsApp-sovelluksella, mutta sitä voi käyttää myös tietokoneen nettiselaimella (WhatsApp.com, https://web.whatsapp.com/). Tällöin pidempien viestien kirjoittaminen on helpompaa. Huomioithan, että WhatsAppia ei kannata käyttää yhteiskäyttökoneella tietoturvasyistä. Tili voi jäädä aukinaiseksi tai tallentua koneelle.

Sovelluksella pystyy tekstin lisäksi lähettämään kuvia, videoita, GIF-animaatioita ja ääni- ja videoviestejä. Voit soittaa WhatsAppilla myös ilmaisia puheluita ja videopuheluita (myös ryhmäpuheluita). WhatsApp on oiva yhteydenpitoväline eri maissa olevien ihmisten välillä. Kannattaa kuitenkin ottaa huomioon liittymätyyppi. Mikäli liittymässä ei ole rajatonta netinkäyttöoikeutta, vaan laskutus perustuu käytettyyn nettiaikaan, ei puhelut ole lopulta täysin maksuttomina.

Voit myös jakaa muille oman reaaliaikaisen sijaintisi (huom. muista tarkistaa jakaessasi, miten pitkäksi aikaa jaat sijainnin). Tämä on hyvä keino vaikkapa kertoaksesi, koska olet perillä tai missä olet odottamassa kaveriasi.

Muita some-kanavia

On toki hyvä tietää hieman niistäkin kanavista, jotka eivät ole yhtä suosittuja aikuisen väestön keskuudessa kuin edellä läpikäydyt. Etenkin nuoret käyttävät paljon Snapchattia, TikTokia sekä Jodelia. Seuraavassa lyhyet katsaukset niihin. Näiden lisäksi some-kanavia ovat mm. Pinterest, Tumblr, Reddit ja BeReal. Maailmalla on myös monia sellaisia some-kanavia, jotka ovat Suomessa hyvin tuntemattomia, kuten Baidu tai VK.

Jodel-viestittelysovellus

- Palvelua on joskus verrattu "virtuaaliseen vessanseinään". Sinne kirjoitetaan täysin anonyymisti ja aiheesta kuin aiheesta- julkkisjuoruista jauhelihan kilohintaan. Kuka tahansa voi kirjoittaa kenelle tahansa.
- Käyttäjät moderoivat toisiaan ja voivat äänestää, ovatko julkaisut ja kommentit hyviä vai eivät. Paljon miinuksia eli negatiivisia ääniä saanut kommentti katoaa ja puolestaan paljon positiivisia ääniä saaneen jodlauksen eli jodel-viestin kirjoittaja voi ylentyä keskustelujen moderoijaksi.
- Ei tarvitse luoda tiliä, mutta ei myöskään saa paljastaa omia tietojaan tai muita some-tilejään.
- Toimii paikallisesti: Käyttäjä voi nähdä vain ne keskustelut, jotka käydään muutamien kilometrien päässä hänen omasta sijainnistaan.
- Ei pelkkä huvittelupaikka; syystäkin kielletty alle 16-vuotiailta, sillä anonyymit keskustelut voivat helposti pyöriä myös vain aikuisille tarkoitettujen aiheiden ympärillä.

Lisää Jodelista voit lukea Kotilieden artikkelista: Jodel – mikä se on ja miten se toimii? Käyttöohje kaikenikäisille

Jodelin logo

Tehtävä: Omakohtaisia kokemuksia Jodelista

Oletko käyttänyt Jodelia? Pohdi, mikä siinä sinua kiinnostaa. Mitä huonoa, mitä hyvää siinä on? Jos et ole käyttänyt sovellusta, haastattele jota kuta, jolle sovellus on tuttu. Saat tästä hyvän keskustelunavauksen esimerkiksi suvun nuorison kanssa.

Voit myös etsiä netistä sivuston/artikkelin/uutisen, joka koskee Jodelia.

TikTok

TikTok-älypuhelinsovelluksessa käyttäjät jakavat lyhyitä videoita, joihin voi lisätä efektejä, musiikkia ja tekstejä. Kuulostaako tutulta? Instagram sai idean reelseihin juurikin TikTokilta, minkä vuoksi nämä toiminnallisuudet ovat hyvin samankaltaisia.

Alunperin TikTokissa pystyi julkaisemaan vain minuutin mittaisia videoita, jonka jälkeen aikaa pidennettiin kolmeen minuuttiin. Nykyään sinne voi lisätä maksimissaan 10 minuutin mittaisia videoita. Onkin sanottu, että Tiktok lisäsi nuorten halua keskittyä julkaisuihin vain hyvin lyhyeksi aikaa. Toisaalta ihan viime aikoina on kirjoitettu myös siitä, että pidemmät videot alkavat jälleen nostaa suosiotaan. Myös nuoret pitävät siitä, että videoihin mahtuu enemmän asiaa.

TikTokin alkusuosio johtui paljolti lyhyiden tanssikoreografioiden kuvaamisesta suosittuihin kappaleisiin. Usein tietty musiikki ja tanssikuviot tulivat viraaleiksi ilmiöiksi. Nykyään TikTok on myös paljon muuta ja toimii mm. informointi- ja vaikuttamiskanavana. TikTokin voima on nähty jopa nuorten äänestystuloksissa. Ei siis ole yhdentekevää, onko organisaatiolla näkyvyyttä TikTokissa muiden viestintäkanavien ohella, mikäli tarkoitus on tavoittaa juuri nuoria! TikTokissa myös mainostetaan tuotteita, mikä näkyy jo konkreettisesti "Tuttu TikTokista"-kyltteinä kaupoissa.

TikTokin logo

Jos kiinnostuit TikTokista, tässä ohjeita alkuun pääsemiseksi:

- Lataa sovellus ja luo itsellesi profiili. Kirjoita hieman tietoja itsestäsi Bioon (oman profiilisi esittelytekstikohta) niin muut voivat tutustua sinuun paremmin. Tämän jälkeen olet valmis aloittamaan sovelluksen käytön ja luomaan ensimmäisen videosi.
- Jos tarvitset hieman inspiraatiota omille sivuillesi, haluat seurata jotakin käyttäjää tai nauttia kevyestä viihteestä, voit tutkia "For you"-sivua. Vaihtoehtoisesti voit valita "Discover" ja hakea videoita hashtageilla ja hakusanoilla.

Oletko valmis kuvaamaan ensimmäisen videosi? Tässä ohjeet siihen:

- Napauta «+» näytön alareunassa
- Valitse «Sounds» näkymän yläreunasta ja löydä suosikkisi
- Tutki tehosteita «Effects». Monien suosikki on «Squad»- kokeile itse, niin ymmärrät!
- Voit aloittaa kuvaamisen. Katso kameraan ja valmistaudu kokemaan 15 seconds of fame
- Jos olet tyytyväinen lopputulokseen, paina «Next» ja «Post»
- Onnittelut! Ensimmäinen TikTokisi on nyt ulkona!

Lähde https://www.gigantti.fi/magazine/valokuvaus/opas-tiktok-mika-se-on-ja-miten-se-toimii

Tehtävä: TikTokin huvit ja huonot puolet

Käytätkö TikTokia? Minkälainen sisältö on mieleesi?
Missä asioissa TikTok on hyvä, entä huono?

Jos et ole koskaan käyttänyt TikTokia, pohdi, mikä mielikuva sinulla on kyseisestä kanavasta ja mistä tämä mielikuva juontaa juurensa.

Viraali

Selvennä vielä itsellesi, mitä tarkoittaa *viraali*. Esim. "tanssista tuli viraali ilmiö" tai "video meni nopeasti viraaliksi".

Snapchat-sovellus eli "snäppi"

Snapchat on 2011 perustettu pikaviestipalvelu, joka tunnetaan siitä, että siellä lähetetyt kuvat, videot ja viestit katoavat joko välittömästi niiden lukemisen jälkeen tai viimeistään 24 tunnin kuluessa. Julkaisuihin ei tämän vuoksi yleensä panosteta samoin kuin pysyviin julkaisuihin muissa kanavissa.

Snapchatiin kirjoittamista kutsutaan snäppäilyksi, kuvia ja videoita ”snäpeiksi” ja viestejä ”chateiksi”. Snapchatin ideana on jakaa snäppejä eli viestejä, kuvia ja lyhyitä videoita ja kerätä siten "Snap-pisteitä" (engl. Snap Score), joihin vaikuttaa vuorovaikutustiheys.

Snapchatia on helppo käyttää myös kiireessä. Se on nopea ja välitön tapa viestiä, ja muistuttaakin moniin muihin sovelluksiin verrattuna eniten kasvokkain käytyä keskustelua.

Snapchatia käyttää enimmäkseen nuoret ja nuoret aikuiset. Vuonna 2022 jopa 65 prosenttia 18–24-vuotiaista suomalaisista kertoi käyttävänsä Snapchatia viikoittain (Helsingin Sanomat https://www.hs.fi/kaupunki/helsinki/art-2000009464250.html).

Myös Snapchatissa markkinointiviestintä on mahdollista. Mikäli kohderyhmänä on nuoret, voi snäppi olla perusteltu viestintäkanava. Snäpissä kaikki tapahtuu nopeasti ja videotkin ovat usein vain parin sekunnin mittaisia, myös mainosvideot. Lue lisää markkinoinnista snäpissä: Mikä on Snapchat ja miten se toimii?- Markkinoinnin TRENDIT https://markkinoinnintrendit.fi/snapchat/

Snapchatin logo

Tehtävä: Pohdi, opitko jotain uutta Snapchatista. Tai onko sinulla esimerkiksi tuttujen lasten tai nuorten kautta jotain sellaista tietoa ko. palvelusta, jota tässä ei tullut esille?

Threads

Threads on Metan lanseeraama kilpailija X-viestikanavalle. Instagram Threads on sovellus, jossa pääset keskustelemaan esimerkiksi ajankohtaisista aiheista muiden käyttäjien kanssa. Alusta toimii vastaavanlaisesti kuin X eli siellä voi julkaista maksimissaan 500 merkin mittaisia tekstejä, kuvia ja videoita. Threadsin syöte näyttää sisältöjä henkilöiltä, joita käyttäjä seuraa, minkä lisäksi algoritmit tarjoavat muuta mahdollisesti kiinnostavaa sisältöä muilta käyttäjiltä.

Threadsin logo

Hashtagit - netin omat risuaidat

Oli kyseessä mikä tahansa somekanava, lisäävät hyvät hashtagit eli aihetunnisteet videon, tekstin tai kuvan löydettävyyttä ja sitä kautta katsoja- tai lukijakuntaa.

Aihetunnisteet eli hashtagit ovat risuaitasymbolilla (#) varustettuja sanoja, joilla voi merkitä julkaisun aiheen.

Käyttäjät voivat aihetunnistetta painamalla tai hakukenttään kirjoittamalla löytää juuri tietynlaista sisältöä. Esim. jos lisäät postauksesi eli julkaisusi yhteyteen hashtagin #puutarhanhoito, voivat puutarhanhoidosta kiinnostuneet helpommin löytää sinut. Tällöin he esimerkiksi kirjoittavat palvelun hakukenttään puutarhanhoito ja julkaisusi tulee sitä kautta hakutuloksiin esille.

Hashtageja kannattaa toki laittaa useampia, koska eri ihmiset hakevat samanlaista sisältöä hyvin eri hakusanoin. Pakollista aihetunnisteiden käyttö ei toki ole, eli ilmankin niitä voi julkaisut jättää. Julkisissa tileissä kannattaa kuitenkin pohtia löydettävyyttä, jota hashtagit tukevat.

Hashtageilla löydät helposti julkaisun myös esimerkiksi Facebook-ryhmästä. Niitä siis kannattaa käyttää jo senkin vuoksi, että julkaisuihin on helpompi palata myöhemmin.

Vinkki: Hashtagien käytön lisäksi voit merkitä julkaisuun toisia käyttäjiä. Käyttäjien merkitseminen tapahtuu @-merkinnällä. Kun merkitset käyttäjän julkaisuun, käyttäjä saa siitä erillisen ilmoituksen. Näin käyttäjä voi esimerkiksi jakaa julkaisun omalla tilillään tai osallistua siihen liittyvään keskusteluun. Merkitse kuitenkin toisia käyttäjiä aina harkitusti muihin kuin suoranaisesti heitä koskeviin julkaisuihin.

Tehtävä: Hassutellaan hashtageilla

Keksi omaa elämääsi tai persoonaasi (vaikkapa humoristisesti) kuvaava hashtag. Kirjoita se ylös. Muista käyttää #-merkkiä.

Hasgtag-merkki

Tehtävä: Työtehtävääsi liittyvä hashtag

Kuvitellaan tilanne, jossa olet kirjoittanut julkaisun koskien tämän päivän työpäivääsi tai päivääsi normaalissa arjessasi. Keksi ainakin kaksi hashtagia, jotka voisit laittaa julkaisusi alle.
Pohdi esimerkiksi:

- Mikä hashtag kuvaisi alaasi yleisemmin, mikä taas työtehtävääsi tarkemmin?
- Mikä aihetunniste kertoisi jo itsessään työstäsi?

Huom. vältä kuitenkin pitkiä yhteen liitettyjä sanarimpsuja, kuten #elämäävarhaiskasvatuksenytimessä. Mieluummin käytä #varhaiskasvatus #varhaiskasvatuksenarkijne.

Jossain vaiheessa oli muotia tehdä hassuja pitkiä hashtageja, mutta niillä ei ole samaa löydettävyysarvoa, kuin perusmuodossa olevilla ilmaisuilla, joilla käyttäjät voivat etsiä saman aihepiirin julkaisuja. #vaioletkoerimieltäasiasta

Sosiaalisen median vastuullinen käyttö

Sosiaalisen median hyödyntäminen työkontekstissa

Sosiaalinen media tarjoaa ympäristöjä, joissa ihmiset kohtaavat, tutustuvat ja toimivat yhdessä. Suuri osa verkostoista liittyy harrastuksiin ja vapaa-aikaan, mutta enenevissä määrin myös työelämään.

Sosiaalista mediaa voi siis hyvin käyttää työelämäverkostoitumiseen ja ammatillisten vinkkien saamiseen. Tässä muutamia vinkkejä, miten voit käyttää somea hyödyksi työelämässä:

- Ota käyttöösi ammatilliset tai muut ryhmät, etenkin Facebookissa
- Seuraa kiinnostavia työnantajia ja ihmisiä
- Kommentoi ja jaa alaasi liittyviä artikkeleita ja muita kirjoituksia LinkedInissä
- Työpaikkailmoitukset: käy läpi hashtageja kuten #rekry #työpaikat eri some-kanavissa
- Laita työnhakusi näkyviin profiiliisi tai kerro siitä julkaisussa. Valjasta myös kaverit levittämään tietoa!

Vinkki: Miten saada seuraajia sosiaalisessa mediassa

- Julkaise säännöllisesti ja pitkäjänteisesti. Tee viestintäsuunnitelma.

- Tärkeintä ei välttämättä ole seuraajien määrä vaan laatu. Rakenna asiantuntijuutta omalla/yhdistyksesi ydinosaamisalueella.
- Kirjoita ajankohtaisista aiheista. Voit reagoida esim. uutisiin ja muihin verkkoartikkeleihin.
- Personoi verkostoitumispyyntösi esimerkiksi LinkedInissä (eli kun lähetät "kaverikutsun", kirjoita oheen pieni viesti)

Lähde: https://drive.google.com/file/d/1wgtz5rg3mcWF_dkNRLov9NVAzpPhacF8/view

Tehtävä:
Miten olet hyötynyt tai voisit hyötyä sosiaalisesta mediasta työelämää ajatellen?
Mieti ainakin kaksi asiaa.

Sosiaalinen media ja maineenhallinta

Mitä on “maine”?

- Kuva ihmisestä. Nimi, ulkonäkö, teot, puheet, missio, visio jne.
  - Sama pätee yrityksiin!

On tärkeää pohtia asioita, joiden perusteella oma ja työpaikan maine rakentuu sosiaalisessa mediassa. Kaikki mitä teemme ja sanomme, rakentaa meidän ja meihin liittyvien asioiden mainetta (positiivisesti tai negatiivisesti). Oman tai työpaikan maineenhallintaa voi myös suunnitella ja yrityskuvan rakentamiseen some-ympäristössä onkin usein omat ammattilaisensa.

Yritys voi tehdä jopa maineenhallintasuunnitelman. Tällöin pohditaan mm. itse sisällöntuottamisen lisäksi näitä tekijöitä: mitä sisältöä/kiinnostuksenkohteita näytetään, mille kohderyhmälle, miten heidät parhaiten tavoittaa, mitä mediaa käytetään ja missä aikataulussa, entä miten taataan jatkuvuus.

Puhuttaessa maineesta some-maailmassa, puhutaan myös brändistä ja imagosta. Sinullakin on oma brändi, henkilöbrändi, jota sosiaalinen media tukee. Otathan huomioon, että oman henkilöbrändin kehittymiseen voi vaikuttaa myös lähipiirimme tekemiset verkossa, sekä se, mitä seuraamme, mitä harrastamme jne.

Sosiaalisessa mediassa voi hallita sitä, kuinka moni tai ketkä näkevät tekomme ja sanamme, mutta se vaatii kunkin sosiaalisen verkoston ja niiden asetusten ymmärtämistä. Tarkista jaatko kirjoituksesi vain ystävillesi vai kaikille netin käyttäjille. Jos kirjoitat ryhmään, tarkista, voiko ryhmästä jakaa ulkopuolelle, eli onko se julkinen. Muista, että vaikka poistaisit myöhemmin kirjoituksesi, on siitä voitu ottaa jo näyttökuva. Sekunnin näytöllä, ikuisesti netissä!

Kannattaa myös huomioida, että mitä lähempänä tekosi tai sanasi sosiaalisessa mediassa on sitä, mistä sinut tunnetaan (esim. mitä teet työksesi), sitä suurempi merkitys toiminnallasi on. Henkilön tunnettuus ja arvovaltaisuus luovat toki vielä oman painoarvonsa.

Esimerkki: Jos henkilö on johtotehtävissä rakennusalan yrityksessä ja jakaa rakennusalaan liittyvää sisältöä, on huomioitava, että julkaisu voi herättää paljonkin kiinnostusta työpaikan sisällä ja jopa työpaikan sidosryhmissä. Tämän tilaisuuden voi käyttää hyväkseen hyvin tai huonosti.

Maine mielessä tai ei, on aina syytä pohtia, mitä työssä ja arjessa tapahtuvia asioita on rakentavaa jakaa sosiaalisessa mediassa ja mitä asioita on hyvä käsitellä yksityisesti.

Tehtävä: Maineen hallinnasta somessa

Mitä ajatuksia heräsi yllä kirjoitetusta? Mistä olet samaa mieltä, mistä eri?

Muista ainakin nämä asiat sosiaalista mediaa käyttäessäsi, niin et riko ihmissuhteita tai työsuhteita:

1. Jos mainitset työnantajasi sosiaalisen median henkilöprofiilissasi, esiinnyt tällöin vähintäänkin organisaatiosi epävirallisena edustajana. Muista käyttäytyä sen mukaisesti!

2. Älä keskustele työasioista muissa kuin työtehtäviin tarkoitetuissa ja hyväksytyissä sosiaalisissa medioissa. Ole huolellinen salassa pidettävän tiedon suhteen. Muista, että palvelun ylläpitäjät pääsevät teknisesti käsiksi kaikkeen palveluun talletettuun, myös keskustelun osapuolten väliseksi rajoitettuun materiaaliin.

3. Kunnioita perheesi, ystäviesi ja työkaveriesi suhtautumista sosiaalisiin medioihin. Vaikka itse olisit niistä innostunut, kaikki eivät ole. Jos kanssaihmisesi eivät halua sinun laittavan kuvia tai tietoa heistä sosiaaliseen mediaan, noudata heidän toiveitaan.

   Ota huomioon: Vaikka itse et edustaisi mitään taustaorganisaatiota, voi ystäväsi tilanne olla toinen. Jätä siis pikkujoulukuvat vain teidän keskeisiksi!

Vinkkejä napattu täältä: Sosiaalisen median 10 ohjetta — Digipalvelut (jyu.fi)
https://www.jyu.fi/digipalvelut/fi/ohjeet/tietoturva/some

Pohdintatehtävä:

- Mitkä asiat saattavat vahingoittaa mainetta (omaa tai työpaikan)?
  Anna esimerkkejä negatiivisesta maineen rakentumisesta.

- Kuinka rakentaa positiivista mainetta itselleen ja/tai työpaikalle?
  Anna esimerkkejä positiivisesta maineen rakentumisesta.

Somen kultainen sääntö

Pohdi sosiaaliseen mediaan kirjoittaessasi:

- Onko asia sellainen, jonka olisit valmis kertomaan kaikille maailman ihmisille kasvotusten?

    - Jos “kyllä” -> se on mahdollisesti julkisesti jaettavaa sisältöä
    - Jos “ei” -> harkitse kannattaako se jakaa yksityisesti.
    - Jos olet edelleen epävarma, jaa se kasvotusten asiaan liittyvien henkilöiden kanssa.

- Onko asia sellainen, joka saattaa loukata toista henkilöä tai yritystä?
- Haluaisitko, että sinuun liittyvä vastaava asia jaettaisiin julkisesti/yksityisesti/kasvotusten?
- Sosiaalisen median kultainen sääntö: “Jaa sellaisia asioita toisista ihmisistä tai yrityksistä, joita toivoisit heidät jakavan itsestäsi/yrityksestäsi”

”Netiketistä” on puhuttu jo pitkään, mutta sosiaalisen median myötä hyvien käytöstapojen merkitys on korostunut entisestään. Sosiaalisessa mediassa tulee muistaa, että vastuu laadukkaasta keskustelusta on meillä kaikilla.
Lähde: https://drive.google.com/file/d/1wgtz5rg3mcWF_dkNRLov9NVAzpPhacF8/view

Pohdi: Oletko samaa mieltä yllä olevan kanssa? Miten tätä kultaista sääntöä mielestäsi noudatetaan?

Video: Empatia verkossa

Vuorovaikutus nettiympäristössä on monimutkainen asia. Katri Saarikivi puhuu videolla empatiakyvyn tärkeydestä verkkoympäristössä, sekä siitä, kuinka se on nähtävä ihmisten supervoimana verrattuna esim. tekoälyyn ja robotiikkaan.

Katso video ja vastaa alla olevaan kysymykseen.

https://youtu.be/whlk0zAQyRY

Tehtävä: Onko sinulla tullut joskus kirjoitettua someen, jotain mitä et olisi sanonut kasvotusten?

1. kyllä, usein
2. kyllä, toisinaan
3. ei muistaakseni

Somekohu

Somekohu syntyy, kun viestintä syystä tai toisesta epäonnistuu. Ota huomioon:

- On tehokkainta pyrkiä välttämään somekohu ennalta!
- Usein somekohun taustalla se, ettei ole ymmärretty käsitellyn ilmiön koko kuvaa tai mahdollisia kytkentöjä ja taustoja
- Huumori voi olla haastava laji :)
- Kun alkaa tapahtua, pyri reagoimaan nopeasti: Korjaa virheet ja väärinymmärrykset, pyydä anteeksi ja ota opiksi (pätee yksityishenkilöihin ja organisaatioihin)
- Somea saa siivota ja kuratoida: Älä arastele blokata tai bannata (eli esimerkiksi poistaa seuraaja listoilta tai estää hänen kommentointinsa)

Tehtävä: Anna esimerkki organisaation joutumisesta somekohuun. Miten se hoidettiin?

Voit pohtia joko itseaiheutettua kohua tai ulkopuolelta organisaatioon kohdistunutta. Mikäli mieleesi ei tule mitään esimerkkiä yritysmaailmasta, keksit varmasti jonkin yksityishenkilön somekohun. Tarkoitus tässä tehtävässä ei ole pohtia itse kohua tai sen syitä, vaan sitä, kuinka henkilö tai organisaatio kohuun reagoi ja oliko reagointitapa perusteltu ja toimiva.

Maalittaminen

"Maalittaminen on ilmiö, jossa yksi tai useampi toimija kehottaa ja yllyttää suurta joukkoa hyökkäämään yhden ihmisen kimppuun eri tavoin, esimerkiksi lähettämällä vihaviestejä sähköpostilla tai sosiaalisessa mediassa."

Maalittaminen voi ilmetä esimerkiksi suorana tai epäsuorana uhkailuna, tai yksityiselämän tietojen esiin kaivamisena ja niiden vääristelemisenä. Vaikka maalittaminen kohdistuukin usein yksittäiseen ihmiseen, pyritään sillä vaikuttamaan koko organisaation toimintaan tai päätöksentekoon.”

Lähde: Sisäministeriö https://intermin.fi/poliisiasiat/viharikollisuus/maalittaminen

Miten toimia kun sinä tulet tai yritys tulee maalitetuksi:

- Pyri hahmottamaan tilannekuva
- Ota kuvakaappaukset maalitustilanteista
- Suojaudu somessa
- Ilmianna viesti, poista kommentointimahdollisuus, estä maalittajat
- Älä jää yksin
- Maalitus on koko yhteisön asia. Etsi vertaistukea ja tarvittaessa ammattiapua
- Pyydä jotakuta luotettavaa vastaamaan viesteihisi ja siivoamaan kanavia
- Tee tarvittaessa vastine
- Tarvittaessa ota yhteyttä viranomaisiin ja/tai tee rikosilmoitus
- Usein kyseessä kunnianloukkaus tai laiton uhkaus

Kun kyseessä on aiheellinen kritiikki:

- Pahoittele tapahtunutta ja lupaa korjata tilanne.
- Korjaa tilanne luvatusti ja luvatussa aikataulussa.
- Ilmoita, kun tilanne on korjattu.
- Muista koko prosessin ajan avoin ja rehellinen viestintä.

Lue lisää aiheesta Kauppalehden artikkelista: Mitä tehdä, jos yritys joutuu somessa nettivihan kohteeksi?

Tehtävä: Oma esimerkki maalittamisesta

Onko mielessäsi esimerkkiä maalittamisesta? Tai mitä muuta tulee mieleen aiheeseen liittyen? Pohdi, oliko maalittaminen sinulle uusi asia, joko käsitteenä tai ilmiönä.

Turvallisuus sosiaalisessa mediassa eli miten turvaat tietosi ja toimintasi

Miten estää sometilin kaappaaminen:

- Älä käytä samoja salasanoja eri palveluissa
- Älä käytä liian pitkään samoja salasanoja
- Älä käytä liian yksinkertaisia salasanoja.
- Älä käytä samoja käyttäjätunnuksia ja salasanoja työ- ja vapaa-ajan palveluissa.
- Käytä kaksivaiheista tunnistusta kaikkialla, missä se on mahdollista (tämän liian moni on ymmärtänyt vasta kun vahinko on jo tapahtunut)
- Päivitä laitteesi säännöllisesti.
- Huolehdi, että tietokoneesi käyttöjärjestelmäpäivitykset ja työvälineohjelmistot on päivitetty ajan tasalle.
- Huolehdi, että tietokoneella on tarvittavat palomuuri ja haittaohjelmien torjuntaohjelmistot käytössä ja että ne päivittyvät automaattisesti.

Huom. Tämän moduulin kolmannessa osassa puhutaan kaksivaiheisen tunnistautumisen hyödyistä. Se on varmimpia keinoja suojata omat kirjautumistiedot.

Tehtävä: Pohdi, miten itse suojaudut somesi kaappaukselta.
Mitkä edellä mainitut kohdat täyttyvät sinulla?

Entä jos niin kuitenkin käy eli tilisi kaapataan?

Toimi näin:

- Vaihda salasanat välittömästi ja ota käyttöön kaksivaiheinen tunnistautuminen
- Jos et pääse kirjautumaan, tutustu palveluntarjoajan ohjeisiin ja ota tarvittaessa yhteys palvelun ylläpitoon
- Poista kaappaajan tekemät julkaisut (voit ottaa niistä näyttökuvan ensin itsellesi talteen, mikäli koet, että tarvitset niitä asiasta eteenpäin raportoidessasi)
- Ilmoita palveluntarjoajalle tapahtuneesta
- Kerro kavereillesi / kontakteillesi, että sinun nimissä tulleita viestejä ei tule avata.

Tietojen urkinta

Monen huijarin motiivi on päästä urkkimaan salassa pidettäviä tietoja koneeltasi. Näitä ovat mm. salasanat ja käyttäjätunnukset. Usein keinona käytetään haittaohjelmaa, joka pyritään lataamaan koneellesi esim. saamalla sinut avaamaan heidän lähettämänsä linkin tai liitetiedoston. Ja mikä olisikaan helpompi keino ottaa sinuun yhteyttä kuin somen kautta. Siellä kun yleensä ajatellaan viestien tulevan kavereilta ja tutuilta.

Ota siis huomioon seuraavat seikat:

- Älä avaa epäilyttävän oloisia linkkejä / liitetiedostoja ja poista epäilyttävän oloiset viestit (esim. erilaiset huijausmainokset, lupaukset voitoista arpajaisissa, etukäteismaksupyynnöt,

kolmannen osapuolen ottaminen mukaan kaupankäyntiin jne.). Voit suoraan estää ja ilmiantaa sovelluksen ylläpidolle ihmisen, joka lähetti sinulle epäilyttävän viestin.

- Voit saada ilmoituksen turvallisuusuhasta, jonka torjumiseksi sinun on toimittava nopeasti ja ladattava jokin ohjelma. Tunnista tällainenkin huijausyritys, äläkä lataa mitään tai täytä esimerkiksi lomaketta, jonka tarkoituksesta et ole täysin varma.

- Älä IKINÄ lähetä luottokorttitietoja, ellet ole 100% varma vastaanottajan luotettavuudesta.

- Huijausviesti voi olla niinkin yksinkertainen, kuin Facebookin marketplacen eli kirpputorin kautta tullut viesti: "Haluaisin ostaa sinulta tämän tuotteen" + linkki "tuotteeseen". Tällaisessa tapauksessa voi linkkiä klikatessa alkaakin koneellesi latautua haittatiedosto. Jos näin käy, poista tiedosto avaamatta sitä!

- Myös kaverisi nimellä voi tulla huijausviestejä, jos hänen tilinsä on kaapattu. Eli älä myöskään klikkaa linkkejä, jotka ovat epäilyttäviä tai ala keskusteluun, mikäli epäilet, ettei kyseessä ole oikeasti ystäväsi. Luota vaistoosi tällaisissa tapauksissa! Ilmoita epäilyttävistä viesteistä ystävällesi jotain muuta kautta.

- On turvallisempaa käyttää some-kanavia omalla koneella tai puhelimella työkoneen sijaan. Jos työkoneesi hakkeroidaan, voi tietomurto saada suuremmat mittakaavat.

Huom. Syntymäpäivätieto voi myös olla arvokasta dataa. Syötä siis syntymäaikasi harkiten sivustoille!

Tehtävä: Tärkein neuvo

Mikä yllä olevista on mielestäni tärkein neuvo / muistettava asia? Mikä oli neuvo, joka ei heti olisi tullut mieleesi?

Tehtävä: Oma esimerkki huijausyrityksestä

Pohdi omakohtainen kokemus siitä, miten sinun tietojasi on koetettu urkkia.

Syötä tietosi aina harkiten

Suhtaudu siis aina varauksella uusiin yhteydenottopyyntöihin vierailta ihmisiltä. Jos erehdyksissä klikkasit epäilyttävän viestin linkkiä, kiinnitä huomiota selaimen osoiterivillä näkyvään osoitteeseen. Onko siinä ylimääräisiä kirjaimia tai numeroita, vieraskielisiä sanoja tms. Jos on, on sivusto hyvin todennäköisesti huijaus!

Ole erityisen varovainen, mikäli sinua pyydetään syöttämään käyttäjätunnuksia ja salasanoja! Etenkin jos ne liittyvät pankkikirjautumiseen. Aina kun syötät pankkitietojasi, on sinun oltava 100 % varma, että olet pankin sivustolla. Pankin nettivisun osoitteessa ei koskaan ole ylimääräisiä kirjaimia tai muita merkkejä! Älä mene koskaan pankin sivustolle sähköpostin linkin tai Googlen kautta, vaan joko itse tekemälläsi kirjanmerkillä tai kirjoittamalla pankin osoite huolellisesti osoiteriville.

Kun applikaatio eli sovellus pyytää **käyttämään sijaintiasi**, kuviasi tai yhteystietojasi, ole aina varovainen ja tietoinen salliessasi ne. Useinkaan sijaintitietojen salliminen ei ole tarpeen, mikäli kyseessä ei ole matkustamiseen liittyvä sovellus. Jos olet antanut sovellukselle lupia, joita haluat myöhemmin muuttaa, mene omiin asetuksiisi ja hae sieltä kyseinen applikaatio. Muuta applikaation asetuksia.

Huom. Jos epäilet, että olet joutunut huijatuksi tai hyökkäyksen kohteeksi, älä epäröi pyytää apua. Älä jätä tekemättä asiasta rikosilmoitusta, vaikka taloudellinen menetys saattaa osaltasi jäädä vähäiseksi.

Alla esimerkki Metropolia-ammattikorkeakoulun nimissä lähetetystä sähköpostista, jossa oli mukana linkki. Linkin tarkoituksena oli johtaa käyttäjä sivulle, joka kalastelee käyttäjätietoja.

Kiinnitä huomiota linkkiin eli osoitekenttään, joka kuvassa on suurennettu siniseen laatikkoon.

Kuvan lähde: Näin tunnistat tietojenkalastelun eli verkkourkinnan (phishing)- Tietohallinto- Metropolia Confluence https://wiki.metropolia.fi/pages/viewpage.action?pageId=62195969

Tehtävä:

Mitä luulet, olisitko itse huomannut, että kyseessä ei ole oikea Metropolian sivusto, vaan huijaus?

Tunnista rakkaushuijaus

Sitten on vielä tunteisiin vetoavat, usein pitkällä aikavälillä tehdyt ns. rakkaushuijaukset.

Rakkaushuijaukset etenevät usein samoin askelmerkein. Ensin sinuun ihastutaan ja sinä ihastut. Viestittely tihenee. Tapaaminen ei meinaa kuitenkaan onnistua millään. Videopuhelutkin voivat olla vaikeita. Kohta jo tarvitaan hieman rahaa, ehkä postilähetykseen tai lentolippuihin. Ihastus saattaa myös olla ”vaarassa” ja hänen tulee maksaa (sinun avustuksellasi) häntä uhkaaville henkilöille.

Rakastunut ihminen näkee rakkauden kohteessaan usein vain positiiviset puolet. Älä siis nolostu jos olet tullut huijatuksi. Huijarit ovat ammattilaisia ja tietävät, mistä naruista vetää. Usein "yksi henkilö" onkin monen henkilön ryhmä, johon on voitu ottaa mukaan vaikka psykologi tehtailemaan tunteisiin vetoavia viestejä.

Jos epäilet viestittelijän rehellisyyttä, tee ainakin seuraavia selvityksiä:

1. Googleta henkilö

   Selvitä, onko hänestä löydettävissä tietoja ja jos on, vastaavatko ne hänen antamiaan tietoja.

2. Käytä Googlen käänteistä kuvahakua.

   Tallenna viestittelijän lähettämä kuva itsestään koneellesi ja tee Googlen kuvahaku. Saat linkit sivustoille, joissa kuvaa on käytetty. Tarkastele sivustoja: ovatko ne jotenkin linkittyneitä viestittelijään? Jos ei, annetaanko niissä kuvassa esiintyvälle henkilölle jokin toinen henkilöllisyys? On hyvä muistaa, ettei pelkän kuvahaun perusteella voi olla varma henkilön luotettavuudesta, koska uskottavan näköisen kuvan voi luoda tekoälyn avulla.

3. Jos sinua pyydetään lähettämään rahaa, tarkastele kriittisesti pankkiyhteystietoja.

   Selvitä saamasi tilinumeron tosiasiallinen maa pankin maakoodilla. On epäilyttävää, jos sinua pyydetään lähettämään rahaa esimerkiksi Isoon-Britanniaan, jos henkilö on itse Dubaissa. Jos et ole varma kenelle tai mihin maahan olet siirtämässä rahaa, voit aina kääntyä pankkisi puoleen.

4. Tarkastele yhteystietoja.

   Vastaavatko puhelinnumeroiden maakoodit viestittelijän tarinaa? Lista puhelinnumeroiden maakoodeista löytyy Wikipediassa. Tutki sähköpostin kirjoitusasua. Yritysten ja virastojen sähköpostit ovat yleensä maailmanlaajuisesti muotoa tai lähellä muotoa etunimi.sukunimi@yritys.com.

5. Pyydä jonkun toisen mielipidettä.

   Jos viestittely herättää epäilyksiä, juttele rohkeasti jonkun ulkopuolisen kanssa ja pyydä häntä katsomaan viestejä.

Lähteet ja apua huijauksen uhreille:

Rikosuhripäivystys: riku.fi. https://www.riku.fi/
Huom. Sivustolla voit myös testata, tunnistatko rakkauspetoksen!

Jos tulet huijatuksi, voit hakea tukea ja apua osoitteesta nettideittiturva.fi. https://nettideittiturva.fi/

Tietoa löytyy paljon myös Poliisilta: poliisi.fi/petosrikokset. https://poliisi.fi/petosrikokset

(Listan koonnut hs.fi)

Tehtävä:

Mikä vinkki "some-suojautumisesta" jäi antamatta, tai mikä vinkki oli mielestäsi tärkein?

Pohdi vielä viimeiseksi, kuinka tärkeänä koet seuraavat asiat koskien omaa some-profiiliasi tai some-käyttäytymistäsi. Arvioi tärkeyttä asteikolla 1-4.

1=ei lainkaan tärkeä, 2=vähän tärkeä, 3=tärkeä, 4=hyvin tärkeä

- Omalla nimellä ja kuvalla esiintyminen
- Mahdollisimman monesta mediasta löydettävyys
- Henkilöbrändin luominen ja ylläpitäminen
- Asiallinen keskustelu (kirjoitan mitä voisin sanoa kasvotustenkin)
- Aktiivisuus, eli se, että päivitän/kommentoin/jaan toisen julkaisuja usein
- Salasanan vaihtaminen tarpeeksi usein

Hienoa, olet nyt ahkeroinut ensimmäisen osan tästä moduulista!

Pohdi: Mikä uusi ajatus sinulla heräsi koskien sosiaalista mediaa?

Moduulin osa 2: Ammatillisten verkostojen hyödyntäminen

Tervetuloa aloittamaan moduulin toista osaa. Tässä osassa käsitellään tarkemmin Facebookin sekä LinkedInin hyödyntämistä työelämässä sekä muiden sosiaalisten medioiden ammatillista käyttöä. Sinulla ei tarvitse olla omia profiileja eli tilejä luotuna kyseisiin palveluihin, mutta voit toki tämän moduulin rohkaisemana luoda esimerkiksi LinkedIn-tilin. Voit sulkea tilin myöhemmin, jos et koe siitä hyötyväsi.

LinkedIn - Työelämään keskittynyt sosiaalinen media

LinkedIn eli "Linkkari" on väline verkostojen luomiseen, oman alan keskustelun seuraamiseen ja siihen osallistumiseen, työ- ja koulutushakuun sekä ns. henkilöbrändäykseen. Organisaatiot käyttävät sitä viestintä- ja markkinointikanavana.

Pyydä LinkedInissä rohkeasti "kavereiksi" myös puolituttuja, anna suosituksia ja pyydä suositteluja itsestäsi. Näin mahdollisen rekrytoijankin on helpompi tutustua tapaasi työskennellä sekä osaamisalueisiisi. Kerro avoimesti, mikäli olet avoin uusille tehtäville, etsit yhteistyökumppaneita tai esimerkiksi samankaltaista työtä tekeviä yhteiseen keskusteluun.

Myös LinkedInissä voit seurata yksittäisten henkilöiden lisäksi yrityksiä tai muita toimijoita. Moni yritys haluaa saada LinkedInissä näkyvyyttä seuraajien ja julkaisujensa kautta, ja näin ollen tarjoavat mielenkiintoista sisältöä ja katsauksia oman alansa toimintaan. LinkedInistä voi myös bongata koulutuksia, webinaareja ja vaikkapa osaamismerkkien suorittamismahdollisuuksia, joten on kannattavaakin seurata oman alan toimijoita tai muita kiinnostavia tahoja ja henkilöitä.

LinkedInissä harrastetaan myös suorarekrytointia eli rekrytoijat ("head hunterit") käyvät läpi henkilöprofiileita ja voivat ottaa yhteyttä heille sopivilta tuntuviin henkilöihin. Yksi LinkedInin tarkoitus onkin tuoda toisiaan hyödyttävät työnantajat ja-tekijät yhteen.

LinkedInissäkin aktiivisuus palkitaan. Mitä aktiivisempi kommentoija, julkaisujen jakaja tai uusien "postauksien" eli julkaisujen tekijä olet, sitä helpompi sinun on verkostoitua ja saada näkyvyyttä.

LinkedIn logo

Oma LinkedIn-profiili

LinkedIn-profiilin hyödyllisyys ja käytön yleisyys perustuu jokseenkin siihen millä alalla tai työtehtävissä työskentelee, mutta LinkedInin suosion on myös nähty kasvavan ja käytön yleistyvän alasta riippumatta. LinkedIn ei siis ole pelkästään "korkeakoulutettujen toimistotyötä tekevien kanava", vaan siitä voivat hyötyä monenlaisissa työtehtävissä ja aloilla työskentelevät. Hyötyä sivustosta kuitenkin saa eniten, mikäli jaksaa olla itse aktiivinen ja osaa tuoda omaa osaamistaan ja kiinnostuksen kohteitaan esille mielenkiintoisesti. LinkedInissä kannattaa tarttua päivän polttaviin aiheisiin, mutta myös rohkeasti kirjoittaa mistä vaan omasta työstä kimpoavasta aihepiiristä, johon kokee mielenkiintoa. Lukijalle kiinnostavista on, kun julkaisusta paistaa intohimo ja asiantuntijuus asiaa kohtaan.

Työnhaussa LinkedIn ei ole välttämättömyys, mutta tietyillä aloilla verkostoituminen ja erottuminen voivat olla hyvinkin paljon kiinni aktiivisuudesta ja näkyvyydestä LinkedInissä. Rekrytoijat käyvät usein läpi LinkedIn-profiileja ajatuksenaan yhdistää osaamistarpeet ja osaajat. Jotkin työpaikkailmoitukset voidaan myös julkaista ainoastaan LinkedInissä!

Mikäli olet aina pohtinut LinkedIn-profiilin luomista tai jo pitkään halunnut päivittää olemassa olevan profiilisi, ota se nyt tehtäväksesi!

Tehtävä: LinkedIn-vinkit

Lue alla olevasta linkistä 10 helppoa vinkkiä hyvään LinkedIn-profiiliin (atalent.fi) ja nosta esille kaksi mielestäsi tärkeintä vinkkiä. https://atalent.fi/fi/blog/10-vinkkia-huippuprofiiliin-nain-loistat-linkedinissa

Tehtävä: Lisävinkkejä

Käy sitten lukemassa lisää LinkedIn-ohjeita täältä alla olevalta sivustolta. Mieti ainakin yksi uusi asia, joka tuli Duunitorin vinkeistä esille.
https://duunitori.fi/tyoelama/linkedinin-perusteet-aloittelijalle

Feed ja Jobs-välilehdet

LinkedInissä kuten muissakin sosiaalisen median kanavissa ja sovelluksissa puhutaan Feed-sivusta eli "fiidistä". Sillä tarkoitetaan Home-sivua eli pääsivua, johon tullaan avattaessa LinkedIn (osoiterivillä: https://www.linkedin.com/feed/). Sanan mukaisesti ohjelma syöttää siihen sinua mahdollisesti kiinnostavia asioita ja kontaktiehdotuksia.

Vinkkejä:

- Fiidistä voit bongata sinua hyödyttäviä koulutuksia!
- Jobs-välilehdeltä voit selata työpaikkoja. Myös niissä ohjelman algoritmit ovat tehneet etukäteissuodatusta sopimaan profiiliisi.

Ota huomioon tehdessäsi LinkedIn-profiilia:

- Kirjoita osaamisalueesi perusmuodossa, esim. markkinointiviestintä (ei "markkinointiviestinnällisessä osaamisessani keskeisintä..."). Näin tulet helpommin löydetyksi.

- Tarkista, että yhteystietosi ovat ajan tasalla, etenkin jos haet töitä.

- Herätäthän positiivisella tavalla huomion profiilikuvallasi (mielellään valoisa kasvokuva) sekä yhteenvetotekstillä. Muista selkeys. Turha kikkailu ei kannata. Harkittu, napakka ja mieleenpainuva teksti on plussaa.

- Käy katsomassa samalla alalla työskentelevän henkilön tai kollegasi profiilia ja ota tarvittaessa mallia mm. avainsanoista, nimikkeistä tai englanninkielisistä käännöksistä.

- Taito-osuudessa kerro taitoja, jotka eivät ole liian geneerisiä kuten "toimisto-ohjelmat".

Lue lisää täältä: Valjasta LinkedIn-profiili avuksesi – näin otat perusteet haltuun ja hyödyt palvelusta työnhaussa (Duunitori) https://duunitori.fi/tyoelama/linkedinin-perusteet-aloittelijalle

LinkedIn-videoita

Videon pyöriessä pääset alareunan rattaan kuvasta asetuksiin ja sieltä nopeuttamaan tai hidastamaan halutessasi videon toistonopeutta.

Hyödyllisiä lisävinkkejä: Klikkaa tästä videoon

LinkedIn, perustietoa: Klikkaa tästä videoon

LinkedIn-profiilin luonti: Klikkaa tästä videoon

Tehtävä: LinkedIn-videon etsintä

Nyt on sinun vuorosi etsiä jokin LinkedInin käyttöä käsittelevä video ja lisätä linkki siihen alle. Video voi myös olla muu kuin suomenkielinen.

Tehtävä: LinkedIn omassa käytössä

Käytyäsi läpi yllä olevat tekstit, sivustot ja videot (siltä osin kuin ne on sinulle hyödyllisiä) ja pohdittuasi LinkedInin käyttöä omasta näkökulmastasi, mitkä ovat ensimmäiset mietteesi LinkedIniin liittyen? Valitse kohta, joka on **lähinnä** omaa ajatustasi.

1= Hyödynnän jo LinkedIniä

2 = LinkedIn on tuttu, mutta en ole käyttänyt sitä aktiivisesti

3 = Olen käyttänyt, mutta en koe itselleni hyödylliseksi

4 = En ole käyttänyt, enkä näe tarvetta käytölle

5 = En vielä osaa sanoa, olisiko minulla tarvetta

6 = Käyttäisin / ottaisin haltuun jos olisi aikaa

7 = Huh, liikaa sosiaalisen median kanavia!

8 = Loistoväline, suosittelen!

Tehtävä: LinkedInin hyödyntäminen

- Riippumatta siitä, käytätkö LinkedIniä tai et, minkä koet siihen liittyen kaikista epäselvimmäksi tai mieltä askarruttavimmaksi asiaksi?

- Miten voisit itse hyödyntää LinkedIniä tai miten olet jo siitä hyötynyt omassa työ- tai elämäntilanteessasi?

Video: LinkedIn-profiilin muokkaaminen

Alla olevassa videossa pääset näkemään kurssisuunnittelija Pinjan jo olemassa olevan Linkedin-profiilin päivittämistä.

Pääset nopeuttamaan tarvittaessa puhenopeutta klikkaamalla videon auki ja muuttamalla alareunasta 1x-> esim. 1,25x.

Tässä videossa otetaan esille seuraavat asiat:

- nimikkeen muuttaminen
- profiilikuvan ja taustakuvan lisääminen
- kontaktitietojen tarkistus
- työnhaun ilmaiseminen
- profiilin esittelytekstin luominen
- osaamisalueiden merkitseminen
- suomen- ja englanninkieliset profiilit
- ihmisten kontaktoiminen
- LinkedIn Premium

Klikkaa tästä videoon

Transkriptio

Tehtävä: Mitä jäi puuttumaan?

- Mitä vielä olisit halunnut saada tietoosi LinkedIniä koskien?
- Minkä asian korjaisit tai minkä lisäneuvon antaisit videoissa esitettyjen perusasioiden lisäksi?

LinkedIn-linkki Teamsissä

Oletko huomannut, että Teams-ohjelmassakin on suora linkitys käyttäjien LinkedIn-profiileihin? Mene henkilön profiilikuvan tai nimikirjainten päälle ja odota hetki. Esiin ilmestyy inforuutu, josta löytyy mm. henkilön puhelinnumero, mutta myös linkki henkilön LinkedIn-tiliin. Tässä voi olla organisaatiokohtaisia eroja, mutta kannattaa tarkistaa ja huomioida tämäkin ominaisuus. LinkedIn-tili kannattaa siis pitää ajan tasalla työtilanteen osalta, vaikkei muuten siellä aktiivinen olisikaan.

Tehtävä: Mitä uutta tuli esille? Olitko tietoinen LinkedIn-tilin näkymisestä Teamsissä?

Facebookin hyödyntäminen työelämän tarkoituksiin

Nuorten siirryttyä lähinnä muille some-alustoille, on Facebookin käyttäjäkunnan keski-ikä noussut. Facebookista on myös tullut monien yritysten ja organisaatioiden viestintä- ja mainoskanava. Pohdi, minkälainen Facebookin käyttäjä sinä olet:

1. en käytä lainkaan
2. käytän lähinnä vain kavereiden bongailuun
3. ylläpidän työni / harrastukseni sivua
4. käytän lähinnä vain kirppis- tms. ryhmiä
5. käytän vain tarkistaakseni palveluiden aukioloaikoja ja yhteystietoja
6. jotain muuta, mitä?

Yritystilin hyödyntäminen

Facebookissa voit luoda henkilökohtaisen tilin lisäksi yritystilin. Kysyimme Chat GPT:ltä yritystilin hyödyistä ja se vastasi alla olevan mukaisesti.

Facebookin yritystilin perusperiaatteet ja hyödyt ovat seuraavat:

- Laaja kohdeyleisö: Facebook tarjoaa valtavan käyttäjäkunnan, mikä antaa yrityksellesi mahdollisuuden tavoittaa laajan ja monipuolisen kohdeyleisön. Voit kohdentaa mainoksiasi tarkasti demografisten tietojen, kiinnostusten ja käyttäytymisen perusteella.

- Brändin näkyvyys: Yritystilin avulla voit luoda ja ylläpitää ammattimaista läsnäoloa Facebookissa, joka auttaa lisäämään brändisi näkyvyyttä ja tunnettuutta verkossa.

- Vuorovaikutus asiakkaiden kanssa: Voit helposti ottaa yhteyttä asiakkaisiin ja potentiaalisiin asiakkaisiin Facebookin kautta. Voit vastata kysymyksiin, käsitellä palautetta ja tarjota asiakkaillesi tärkeää tietoa.

- Mainosmahdollisuudet: Yritystili mahdollistaa Facebook-mainosten luomisen ja hallinnan. Voit kohdentaa mainoksesi tarkasti haluamallesi kohdeyleisölle ja seurata mainoskampanjasi tehokkuutta.

- Analytiikka: Facebook tarjoaa laajan valikoiman analyyttisiä työkaluja, joiden avulla voit seurata sivusi suorituskykyä. Näin voit saada tietoa siitä, miten seuraajasi reagoivat sisältöösi ja mainoksiisi.

- Sosiaalinen vuorovaikutus: Voit rakentaa yhteisöä ja uskollisia seuraajia jakamalla arvokasta sisältöä, kuten uutisia, vinkkejä ja tarinoita. Sosiaalinen vuorovaikutus auttaa luomaan asiakassuhteita ja pitämään yllä sitoutuneita seuraajia.

- Markkinointikampanjat: Voit käyttää Facebookia markkinointikampanjoiden järjestämiseen ja promootioihin. Voit esimerkiksi luoda tapahtumia, tarjouksia ja kilpailuja, jotka houkuttelevat asiakkaita ja lisäävät sitoutumista.

- Asiakaspalautteen keruu: Voit käyttää Facebookia asiakaspalautteen keräämiseen ja asiakkaiden mielipiteiden kuuntelemiseen. Tämä auttaa parantamaan tuotteitasi ja palveluitasi.

- Verkkoliikenteen ohjaaminen: Voit ohjata liikennettä Facebookista yrityksesi verkkosivustolle tai verkkokauppaan. Näin voit lisätä myyntiä ja konversioita.

- Kilpailuetu: Useimmat kilpailijat ovat jo Facebookissa, ja yritystilin luominen antaa sinulle mahdollisuuden kilpailla verkossa ja pitää yhteyttä asiakkaisiisi siellä, missä he ovat.

Yhteenvetona voidaan todeta, että Facebookin yritystili tarjoaa monia etuja, kun kyseessä on brändin näkyvyyden lisääminen, asiakkaiden kanssa vuorovaikuttaminen, mainostaminen ja markkinoinnin seuranta. Se on tehokas työkalu liiketoiminnan kasvattamiseen ja asiakassuhteiden vahvistamiseen sosiaalisessa mediassa.

Tehtävä: Mitä olet mieltä, suoriutuiko tekoäly tehtävästään? Oliko lista kattava? Tuliko sinulle mieleen joitain muita työelämään, viestintään tai muuhun liittyvää asiaa, jota voisi kysyä tekoälyltä? Moduulissa 9 tutustut tarkemmin tekoälyn käyttämiseen.

Arvioi Chat GPT:n suoriutuminen. Valitse jokin alla olevista vaihtoehtoista.

1 = Huomaa, että robotti kirjoittanut, en tykkää.

2 = Vierastan hieman ajatusta tekoälyn luomasta tekstistä.

3 = Osasihan tuo ihan ok tiivistää asian.

4 = Yllättävän hyvin, voisin itsekin käyttää.

5 = Jes, huomenna Chat GPT voikin tehdä työni...

Video: Oman Facebook-profiilin luominen

Mikäli sinulla ei vielä ole Facebook-tiliä ja haluat ohjeita sellaisen luomiseksi, katso video.

Klikkaa tästä videoon

Transkriptio

Video: Facebook-tilin asetukset

Klikkaa tästä videoon

Transkriptio

Video: Facebook-yritystilin luominen

Katso videolta ohjeet FB-yritystilin luomiseen.

Klikkaa tästä videoon

Transkriptio

Video: Facebook-yritystilin asetukset ja julkaisun tekeminen

Ryhmän asetukset on aina syytä tarkistaa huolellisesti. Kenelle ryhmä näkyy, voiko sen löytää kuka vaan hakua käyttäen, ketkä hyväksyn ylläpitäjiksi jne.

Klikkaa tästä videoon

Transkriptio

Pohdintatehtävä: Yritystilin tarkoitus

Minkä itse nostaisit tärkeimmäksi Facebook-yritystilin hyödyksi?

Facebookin ryhmien hyödyntäminen

Facebookin ryhmät ovat eri asia kuin yritystili. Ryhmä luodaan usein pienemmän porukan yhteiselle toiminnalle ja viestinnälle. Ryhmät liittyvätkin usein harrastuksiin.

Toki on olemassa myös suuria ryhmiä, kuten alueelliset kirppisryhmät (esim. Kallio kierrättää) tai muut viestintäryhmät (esim. Puskaradio Oulu). Tällöinkin ryhmän tarkoitus on koota samoista asioista kiinnostuneita ihmisiä yhteen, mutta ei liiketoiminnallinen tekeminen tai markkinointi.

Ryhmän tarkoitus voi myös olla yhteydenpito jäseniin (ay-toiminta, alueellinen tiedotus), tai tiedonvaihto/työpaikoista ilmoittaminen (esim. Suomenopettajat) tai ihan vain yleinen keskustelu

yhteiskunnallisista asioista (esim. Ompeluseura) tai alueellisista asioista (esim. alueelliset puskaradioryhmät).

Ryhmiä on sekä suljettuja että julkisia. Suljettuun ryhmään täytyy lähettää aina erikseen liittymispyyntö.

Esimerkki suljetusta FB-ryhmästä: Puhetta työstä, työttömyydestä & toimeentulosta

Esimerkki avoimesta FB-ryhmästä: Ei mennyt niinku Strömsössä

(Ryhmään voi liittyä halutessaan "omalla ilmoituksella", mutta sitä voi myös seurata ilman liittymistä)

Tehtävä: Oman alan Facebook-ryhmä

Etsi itseäsi kiinnostava ja ammatillisesti hyödyttävä FB-ryhmä ja nimeä se alle.
(Huom. etsi jokin muu kuin missä olet jo jäsenenä / mitä jo seuraat).

Jos sinulla ei ole tiliä Facebookissa, ei hätää. Mene Googleen ja kirjoita sinne esimerkiksi "Facebook kuljetusalan ryhmä" tai "Facebook opettajien ryhmä". Katso mitä saat tulokseksi.
Moni ryhmä on julkinen, jolloin voit nähdä niiden sisällön myös kirjautumatta Facebookiin.

Mikäli et löydä mitään oman alasi ryhmää, lisää alle edes jollain tavoin alaasi sivuava ryhmä. Voit myös kokeilla yllä olevia annettuja hakutermejä ja kertoa, minkä ryhmän niillä löysit.

Tehtävä:

Arvioi ryhmän hyötyä itsellesi asteikolla 1-5

1= ei lainkaan hyötyä minulle

2= vain vähän hyötyä

3= jonkin verran hyötyä

4= melko paljon hyötyä

5= voisin hyötyä ryhmästä paljonkin!

Arvioi, kuinka osuva löydöksesi oli ajatellen omaa ammattiasi. Voisiko ryhmän keskustelusta olla sinulle hyötyä?

Tehtävä: Facebookin omakohtainen työelämähyöty

Pohdi vielä, minkälaista hyötyä Facebookista voisi olla sinulle työelämässä, tai miten jo hyödynnät sitä.

Muiden sosiaalisten medioiden kanavien ammatillinen hyödyntäminen

Sosiaalisen median hyödyntämistä tai painoarvoa ei nykyaikana voi aliarvioida.
Viestintä somessa vaikuttaa jo äänestystuloksiin, uutisnostoihin ja mielikuviin.

Tässä muutama esimerkki henkilöistä, jotka ovat saaneet huomiota työlleen sosiaalisen median kautta.

1. Psykoterapeutti Ville Merinen eli "TikTok-terapeutti Ville" on nykyään kansanedustaja, mutta tunnettuuttaan ja suosiotaan hän kasvatti ennen nykyistä pestiään TikTok-julkaisuillaan, jotka käsittelivät mielenterveys- ja ihmissuhdeasioita. Ne olivat suunnattu etenkin nuorille ja nuorille aikuisille. Nykyään hän kertoo somessa rehelliseen tapaansa myös työstään eduskunnassa. Villen löydät Instagramista ja Tiktokista nimimerkillä terapeuttiville.

2. Seuraavassa esimerkki mielikuvamainonnasta, johon sosiaalisessa mediassa paljon tukeudutaan: "TikTokia käyttävistä, huhtikuun eduskuntavaaleissa äänestäneistä nuorista yli puolet kertoo TikTok-sisällön vaikuttaneen siihen, mitä puoluetta he äänestivät. Nuorten suosikkipuolueeksi nousseet perussuomalaiset onnistuivat puhuttelemaan äänestäjiä mieleenpainuvalla ja samaistuttavalla sisällöllä", kirjoittaa viestintätoimista Miltton tehtyään tutkimuksen asian tiimoilta keväällä 2023. Lähde: https://miltton.com/fi/tiktokilla-vaikutus-suomalaisnuorten-aanestamiseen

3. Pikajuoksija Samuli Samuelsson- urheilija, joka ei saanut sponsoreita, koska hänellä ei ollut tarpeeksi seuraajia Instagramissa. Hän toi asian julkisuuteen, sillä halusi nostaa esiin sosiaalisen median merkityksen jopa urheilijan elämään. Samuelssonilla oli some-seuraajia tuolloin reilu 2700, mutta sponsori edellytti 10 000 seuraajaa.

4. Esimerkki koulumaailmasta ja omaan työhön liittyvästä tilistä:

   Pienemmällä seuraajamäärällä, mutta aktiivisesti pitää tiliään Instagramissa myös kouluvalmentaja Paula Mäkelä nimimerkillä vaisaarenyhteisopedagogi. Tässä esimerkki tilistä, joka on luotu oman työnkuvan ympärille, tuomaan näkyväksi oman työn merkityksellisyyttä ja kiinnostavuutta. Tällaisen tilin kautta on helppo tuoda myös esille itselle tärkeitä aiheita, joista haluaisi ehkä nostaa tietoutta ja keskustelua myös muiden parissa.

5. Monet pienyrittäjät hyödyntävät sosiaalisen median kanavia kauppapaikkana tuotteilleen / palveluilleen. Tämä on toki myös mitä suurinta ammatillista some-hyödyntämistä. Tuotteiden myyminen voi myös tulla siinä sivussa, kun tuo muulla tavalla esille omaa tietotaitoaan aiheeseen liittyen, esim. kiinnostavin blogikirjoituksin.

Kuinka verkostoitua somessa

Vuoropuhelua toisten käyttäjien (etenkin vähän vieraampien) kanssa voi edesauttaa mm. näillä keinoin:

- ottamalla yhteyttä toisiin käyttäjiin pyytämällä heitä ystäviksi
- jatkamalla eli kommentoimalla asianmukaisesti toisten aloittamia keskusteluja
- Mikäli olet jo tuttu jonkun käyttäjän kanssa, voit harkitusti "tägätä" eli lisätä hänen nimensä omaan julkaisuusi. Näin toimitaan usein mm. leikkimielisissä haasteissa tai mielipiteen kysymisessä
- Laittamalla yksityisviestiä, mikäli asia vaatii sen
- Muista, että somessakin aitous ja kaunistelemattomuus on ihailtavaa, kiinnostavaa ja edelleen jokseenkin harvinaista!

Tehtävä: Instagram-tilin etsintä

Viitaten edelliseen kohtaan, käy katsomassa, kuinka suureksi Samuli Samuelssonin Instagram-tilin seuraajajoukko on kasvanut tähän päivään mennessä. Sinulla ei tarvitse olla tiliä Instagramissa. Mene Googleen ja kirjoita "instagram samuli samuelsson", niin näet seuraajamäärän joko suoraan Googlesta tai avatessasi linkin.

Tehtävä: Oma esimerkki somen työelämähyödyistä

Tuleeko sinulle mieleen jokin muu julkisuuden henkilö tai sellaiseksi noussut, joka olisi hyötynyt juurikin sosiaalisen median kautta tehdystä viestinnästä positiivisessa mielessä?

Tehtävä: Muiden some-kanavien henkilökohtainen hyödyntäminen

Miten voisit itse hyötyä työelämässäsi some-kanavista (pois lukien LinkedIn ja Facebook)? Voisitko hyödyntää esimerkiksi Instagramia ammatillisessa mielessä?

Tehtävä: Ammatilliset verkostot sosiaalisessa mediassa

Etsi jostain tässä käsitellystä sosiaalisen median kanavasta ainakin kaksi sinua tai alaasi hyödyttävää verkostoa ja nimeä tai linkkaa ne alle.

Verkostolla tässä tarkoitetaan esimerkiksi tietyn asian ympärille tehtyä ryhmää/sivustoa tai keskustelua, johon on kutsuttu tiettyjä henkilöitä.

Voit myös kuvailla, minkälaisia verkostoja olet itse luonut, eli oletko avannut keskusteluja/kutsunut mukaan ihmisiä/luonut kontakteja/ryhmiä jne.

Tehtävä: Ammatillinen some-profiili

Kerro ainakin kaksi huomioitavaa asiaa luodessasi ammatillista sosiaalisen median profiilia. Mitä tulisi ottaa huomioon, kun profiilia tehdään ammatilliseen käyttöön?

Tehtävä: Kuvitteellinen oma some-tilisi

Kuvitellaan, että perustaisit mihin tahansa sosiaalisen median kanavaan oman henkilökohtaisen tilisi lisäksi johonkin aiheeseen keskittyneen tilin. Tilisi koskisi jollain tavalla sitä, mitä teet tai olet tehnyt työksesi. Mikä tili olisi kyseessä?

Mikäli et millään keksi työelämään liittyvää tiliä, pohdi kiinnostuksen kohteitasi. Olisiko tilisi keskittynyt puutarhanhoitoon tai kauniiden asioiden bongaamiseen kaupunkikuvasta, kirja-arvosteluihin tms.?

Tärkeintä on, että sinulla on intohimoa kertoa juuri tästä aiheesta sekä jaksamista tehdä pitkäjänteisesti töitä tilin parissa. Muussa tapauksessa into ylläpitää tiliä laantuu heti alun jälkeen ja seuraajat kaikkoavat. Harva havittelee suurta seuraajajoukkoa, mutta mikäli näin olisi, on hyvä pitää mielessä, että suosio harvoin tulee yhdessä yössä somemaailmassakaan. Siihen tarvitaan tasaisesti jatkuvaa julkaisemista ja seuraajien määrän kasvattamista pikkuhiljaa.

Tehtävä: Oman tilin markkinointi

Pohdi nyt, miten saisit tilillesi seuraajia. Valitse kaksi mielestäsi parasta vaihtoehtoa.

- Kutsun kavereitani tykkäämään tilistäni
- Jaan tilini julkaisuja muissa omissa some-kanavissani
- Jaan eteenpäin muiden julkaisuja ja olen aktiivinen kommentoija
- Kerron tilistäni ryhmissä, joissa voisi olla aiheesta kiinnostuneita ihmisiä
- Julkaisen harkitun säännöllisesti tililläni (esim. postaus per päivä)
- Kirjoitan esim. blogikirjoituksen LinkedIniin ja kerron siellä ko. tilistä
- Ostan kohdennettua mainontaa (jos kyseessä yritystili)

Melkein maalissa!

Olet nyt suorittanut toisen osan moduulista, hienoa!

Moduulin osa 3: Yhteisöllisten verkkotyökalujen käyttö ja tietoturva

Tervetuloa moduulin viimeiseen osaan. Tässä osassa keskitytään Teamsin tiimien käyttöön, Googlen yhteisöllisiin palveluihin sekä tutustutaan Microsoft Authenticator-ohjelmaan.

Hienoa, että olet tehnyt opintoja jo tänne asti!

Teams-tiimin perustaminen

Microsoft Teams on muutakin kuin etäkokousväline. Sen avulla voit luoda ryhmiä eli tiimejä, joita voi käyttää monipuolisesti tiedon jakamiseen ja säilyttämiseen. Tiimit toimivat myös organisaatiorajojen yli.

Video: Teams-tiimin perustaminen

Klikkaa tästä videoon

Transkriptio

Video: Tiimin hallinta ja kanavien lisäys

Teamsin tiimin sisälle voit luoda alaryhmiä eli kanavia. Kanaville voi antaa erilaisia käyttöoikeuksia, esim. siten, että kanava näkyy vain osalle tiimin jäsenistä.

Klikkaa tästä videoon

Transkriptio

Video: Kanavan hallinta

Klikkaa tästä videoon

Transkriptio

Video: Kanavien hallinta ja sovellukset

Klikkaa tästä videoon

Transkriptio

Tehtävä: Tiimin luominen

Mikäli sinulla on Microsoft-tunnukset ja pääset kokeilemaan videoilla näytettyjä asioita, nyt on sen aika. Käy luomassa ryhmä, jonka nimi on Testiryhmä. Ota kuvakaappaus ja lisää se alle. Mikäli et pääse toteuttamaan kyseistä tehtävää, kirjoita alle mitä opit koskien Teamsin tiimejä.

Vinkki: Lisää linkkejä verkkosivuille suoraan Teamsin kansioihin

Voit ladata linkin suoraan Teamsin kansioon. Sinun ei tarvitse liittää linkkejä vaikkapa Word-dokumenttiin, jonka lataat kansioon, vaan voit kansiossa valita Uusi (violetti painike ylhäällä) ja Linkki. Lisää yläkenttään sivun osoite, esim. www.hs.fi. Kohtaan tiedostonimi voit antaa sivustoa kuvaavan nimen esimerkiksi Helsingin Sanomat.

Tiimien hyödyntäminen omassa työssäsi

Listaa ainakin kaksi Teamsin tiimien hyödyntämismahdollisuutta. Voit pohtia tiimien hyötyä oman työsi kannalta.

Googlen yhteisölliset palvelut

Alla olevassa videossa esitellään pääpiirteissään Googlen yhteisöllisiä työkaluja ja sitä, kuinka ne mahdollistavat ohjelmien yhteiskäyttöä saman- ja eriaikaisesti.

Videossa otetaan esille mm. seuraavat Googlen ohjelmat:

- Drive
- Gmail
- Keep
- Docs
- Forms

Näitä kaikkia ohjelmia voit käyttää maksutta, mikäli sinulla on Google-tili eli Gmail-sähköpostiosoite. Löydät ohjelmat yhdeksän pisteen takaa oikeasta yläkulmasta ollessasi kirjautuneena Google-tilillesi.

Video: Googlen yhteisölliset työkalut

Klikkaa tästä videoon

Transkriptio

Video: Gmailin yhteystietojen älykäs linkitys ja jakaminen

Klikkaa tästä videoon

Transkriptio

Video: Esitys, kysely ja muistiinpanotyökalut

Klikkaa tästä videoon

Transkriptio

Kaksivaiheinen tunnistautuminen

Microsoft Authenticator

Kaksivaiheinen tunnistautuminen (KVT) on tietoturvamenetelmä, joka lisää merkittävästi tilin turvallisuutta vaatimalla käyttäjältä kahden eri tekijän antamista ennen kuin hän saa pääsyn tililleen. Tämä menetelmä auttaa suojaamaan tilejä hakkereilta ja muilta ulkopuolisilta, jotka yrittävät saada pääsyn henkilökohtaisiin tietoihin.

Kaksivaiheinen tunnistautuminen koostuu yleensä seuraavista tekijöistä:

- Salasana: Ensimmäinen tekijä on perinteinen salasana tai PIN-koodi, jonka käyttäjä syöttää kirjautuessaan tililleen. Tämä on jotain, jonka käyttäjä tietää.
- Toinen tekijä: Toiseen tekijään voi sisältyä useita eri vaihtoehtoja, joista käyttäjä valitsee yleensä yhden:

1. Yksinkertainen tekstiviesti (SMS): Käyttäjä saa tekstiviestin matkapuhelimeensa, jossa on yhden kerran käyttöön tarkoitettu koodi, joka on syötettävä kirjautumisen yhteydessä.

2. Sähköpostiviesti: Käyttäjä saa sähköpostiviestin, jossa on kertakäyttöinen koodi, jonka hän syöttää.

3. Sovellusgeneroitu koodi: Käyttäjä käyttää älypuhelinsovellusta, kuten Google Authenticator tai Authy, joka generoi dynaamisen koodin, joka vaihtuu säännöllisesti.

4. Fyysinen avain: Joissakin tapauksissa käyttäjät voivat käyttää fyysistä laitetta tai avainta, kuten USB-tunnistetta, joka on liitetty tietokoneeseen kirjautumisen yhteydessä.

Vaikka joku saisi haltuunsa käyttäjän salasanan, kaksivaiheisen tunnistautumisen avulla hän ei voi saada pääsyä tilille ilman toista tekijää. Tämä tekee tilin hakkeroinnista huomattavasti vaikeampaa.

Kaksivaiheista tunnistautumista suositellaan erityisesti arkaluonteisten tietojen ja tärkeiden tilien suojaamiseksi, kuten sähköpostitileille, sosiaalisen median tileille ja pankkitileille. Se on yksi tehokkaista tietoturvatoimenpiteistä, joita voit ottaa käyttöön omassa digitaalisessa elämässäsi. (Lähde Chat GPT)

Video: Kaksivaiheinen tunnistus Microsoft Authenticator-ohjelmalla

Klikkaa tästä videoon

Transkriptio

Video: Kaksivaiheisen tunnistamisen tarkistaminen

Klikkaa tästä videoon

Transkriptio

Pohdi: Saitko uutta tietoa kyseisestä ohjelmasta? Mikä oli sinulle uutta?

Erillisen turvallisuusohjelman hyödyt

Microsoft Authenticatorin lisäksi on olemassa muitakin erillisiä turvallisuusohjelmia kuten salasanojen hallintaan liittyviä ohjelmia (lisätietoa mm. täältä: 10 parasta salasanojen hallintaa- Miten valita oikea?- LeCloud.info) sekä lukuisia tapoja, joilla suojata yrityksen tietoja (mm. ohjelmien päivittäminen, henkilöstön tietoturvaohjeistaminen jne.).

Pohdi: Minkä näet suurimpana hyötynä erillisessä turvallisuusohjelmassa?

Mahtavaa! Olet nyt suorittanut 5. moduulin kaikki osat ja voit halutessasi jatkaa opintoja muissa moduuleissa.

Liitteet / Transkriptiot

Video: LinkedIn-profiilin muokkaaminen

00:00

Tervetuloa päivittämään minun LinkedIn-profiilini kanssa. En ole viime vuosina juurikaan kirjoittanut tänne mitään tai päivittänyt muuta kuin ehkä nykyisen työpaikkani.

00:13

En ole kauheasti tarvinnut LinkedInia, en ole kokenut, että saisin sitä hirveästi lisäarvoa työhön, kun siellä kontaktoin ihmisiä tai luen siitä, mitä minun tutut ovat täällä tehneet ja tykänneet.

00:28

Mutta kyllä koen, että jos LinkedIn-profiili kerran on, niin kyllä sitä kannattaa pitää ajan tasalla, jotta ei ainakaan väärää infoa anna itsestään.

00:39

Käydään katsomassa, mitä kaikkea voitaisiin laittaa minun profiiliin ajan tasalle. Olen aivan täysin perus LinkedIn-käyttäjä, joten en tiedä täällä mitään hienouksia, mutta ehkäpä sen takia tästä videosta tulee hyvin tämmöinen.

00:58

Yksinkertainen ja perustietoa niille, ketkä myös ovat vaikka just tehneet LinkedInin profiilin. Eli nyt olen tässä LinkedInin pääsivulla, mihin tulee muun muassa näiden kontaktien tykkäämät ja ehdottamat sivut.

01:17

Eli täältä vähän niin kuin Facebookissa näkee sen, että mitä minun seuraavat yritykset tai henkilöt ovat tehneet viime aikoina. Tämähän on englanniksi. Suomeksi ei LinkedInia vielä saa, mutta täällä voi tehdä niin sanotun suomenkielisen sivun ja englanninkielisen sivun.

01:40

Eli täältä pääsee nyt tähän niin kuin minun profiiliin, joko tuolta mii kautta ylälle reunasta tai sitten tästä niin kuin minun omaa nimeä klikkaamalla. Ja täällä on nyt tämä kielikohta, mistä puhuin.

01:54

Eli aina kun tuommoinen kynänkuva, niin siitä pääsee muokkaamaan siinä boksissa, siinä laatikossa olevia tietoja. Ja niin kun huomaatte, täällä on aika monessa kohtaa tuo kynänkuva, nyt kun olen tässä omassa profiilissani.

02:09

Ja täältä olen nyt tehnyt tuosta kynänkuvasta. Add language. Minulla oli ennen vain tuo English, mutta nyt laitoin sinne myös suomen kielen.

02:20

Jolloin kun painan suomen kieltä, niin minulla on tässä muun muassa minun nimike suomeksi. Mutta kun painan englannin kieltä, niin sitten täällä on englanniksi tämä näin.

02:31

Senkin voisi ehkä nyt päivittää, mutta näin voi tehdä vähän niin kuin erilaiset profiilit. Mennään nyt tuohon Finnish.

02:40

Ja niin kuin huomataan vähän niin kuin Facebookissa, niin täälläkin on tämmöinen taustakuva, minkä voi muokata. Ja sitten myös tuon profiilikuvan voi muokata.

02:51

Tämä minun taustakuva on nytten viime vuoden hankkeesta tämmöinen yksi tuotos, minkä voisin ehkä vaihtaa. Mutta mennään ihan eka vaihtamaan tämä minun profiilikuvaa.

03:00

Eli minä tuosta klikkaan ja Add Photo, Upload Photo. En käytä nyt kameraa.

03:09

Ja otetaan taas täältä tuota minun kuvakansiosta. Nyt minä näytän mitä tarkoittaa tämä Open To heti tässä oman kuvan alla.

03:25

Eli sillä tarkoittaa sitä, että voidaan kertoa, että ollaan joko itse etsimässä työtä tai työntekijää. Eli kun sitä klikkaa, niin täällä on sitten vaihtoehdot, että joko itse olet hakemassa työntekijää johonkin avoimien työpaikkaan, tai sitten haluat kertoa, että olet itse etsimässä töitä.

03:46

Eli nyt minä klikkaan The Finding a New Job. Täällä onkin minun edelliset valinnat jo muistissa. Minä olen joskus laittanut tänne tällaisen kuin Education Coordinator.

03:56

Ennen tätä nykyistä pestiä, niin etsin juurikin tällaisia töitä. Ja sitten minä olen laittanut, että voin työskennellä sekä toimistolla että hybridinä myös etänä.

04:10

Sen voisi itse asiassa tuohon klikata vielä, että etätyöskentelykin käy. No niin, sitten Suomessa. Tähän voisi laittaa vielä tarkemmin toki, että koska heti vai jonkin ajan päästä.

04:26

Oikeastaan tässä on sillä tavalla, että onko nyt koko ajan etsimässä vai vähän sillä tavalla katsomassa, että mitä voisi olla tarjolla. Ja sitten kokoaikaista vai osa-aikaista työtä.

04:42

Vai kenties harjoittelua etsimässä, työharjoittelua. Ja sitten ketkä pystyvät näkemään tämän.

04:52

Ainoastaan ne, ketkä ovat rekrytoimassa tällä hetkellä. Vai aivan kaikki LinkedInin käyttäjät. Minä laitan nyt, että vain nuo, ketkä ovat rekrytoimassa.

05:06

Ja sitten Save. Nyt huomaatte, että tänne tuli tämmöinen Open to Work. Eli on avoinna uusille työpaikoilleen mahdollisuuksille.

05:17

Ja tuosta pääsisin sitä sitten editoimaan. Eli nyt kun minä painan sitä. Ja Delete from profile.

05:28

Eli se deletoi, poistaa tämä minun profiilistani. Nyt huomaatte, että se lähti pois sieltä.

05:36

En ole tällä hetkellä juuri etsimässä töitä, niin otin nyt sen pois. Mutta tuolta sen helposti saisit takaisin. Sitten tässä heti ensimmäisessä laatikossa on myös nämä tärkeät asiat.

05:49

Eli missä on tällä hetkellä töissä ja viimeisin koulutus. Niitä voi tuosta muokata.

06:00

Nyt minä voisin tästä helposti näyttää sen, mihin tämä LinkedIn on luotu. Eli hyvin pitkälti siihen, että täältä löytää kiinnostavia ihmisiä.

06:14

Ihmiset voi suositella toisiaan erilaisiin töihin. Ja kertoa minkälaista on työskennellä jonkun henkilön kanssa. Mitä yhteistyötä on tehty.

06:24

Pääsee tosiaan kontaktoimaan ihmisiä. Tässä on esimerkiksi minun kollega täältä TSL-lästä, Jaakko Suni.

06:33

Painetaanpas tuosta Connect, jolloin hänelle tuli sitten siitä kutsu, että Pinja haluaa kontaktoida sinua. Ja nyt kun menen tänne ylös, täällä on My Network.

06:47

Täällä näkyy, että onko minulle tullut kutsuja. Että joku haluaa täällä kontaktoida minua. Täällä on Marja Koskelan muun muassa kollega jälleen kerran TSL-lästä.

06:59

Laitetaanpas tuolta tämän. Näin. Ja nyt täällä näkyy Connections. Eli näiden kaikkien kanssa olenkin täällä sitten klikkaillut, että olemme niin sanotusti Linkedin kavereita.

07:16

Mennään sitten takaisin vielä tänne minun profiiliin. Mitä voisin näyttää vielä täältä, niin on tämä jäämän aika paljonkin alaspäin Skills. Täällä voi kertoa siitä, että minkälaisia kykyjä, taitoja onkaan.

07:38

Nyt huomaan, että kun olen aikaisemmin tehnyt enemmän toimintaterapia-painotteisempaa työtä, niin minulla on täällä sitten siihen liittyen hyvin paljon näitä osaamisalueita.

07:50

Mutta koen, että haluaisin nyt tämän päivän osaamista enemmän tänne laittaa. Joten tuosta plussosta pääsee laittamaan ihan uuden.

08:00

Nyt voisin laittaa tänne vaikka, että e-learning. Tässä kun tätä oppimisympäristöasiaa hyvinkin paljon tehdään.

08:10

Ja sitten tässä on, että mihin työhön se liittyy, niin se liittyy tähän viimeisimpään. Noin. Hyvä. Add skill. Eli minä laitan vielä uuden.

08:23

Nyt voisi laittaa vaikka, että adult education. Aikuiskoulutus. Ja edelleenkin tähän viimeisimpään työhön liittyy. Siinä olisi nyt kaksi tämmöistä, mitkä minä koen, että on tämän päivän juttuja enemmän.

08:38

Ja no thanks, eli ei laitta enempää sinne. Tännekin on jäänyt vuodelta 2021 viimeisin kurssi, minkä olen käynyt.

08:48

Ehdottomasti voisin sinnekin lisätä nyt, että viimeisin ehkä tämmöinen pitkä, tai pitkä, mutta isompi kurssi, minkä olen käynyt, niin oli tämmöinen projektien hallinta ja johtaminen.

08:59

Projektien hallinta ja johtaminen. Ja tämä oli semmoisen kuin brick.

09:10

Noin. Ja taas laitan, että se on tämä viimeisin työ, missä olen, niin siihen liittyen. Ja save.

09:20

Niin se tuli sitten tuonne. Täällä on sitten tuota, mun kielitaito. Ja tosiaan aina kynän kuvasta pääsee muokkaamaan plussosta lisäämään.

09:37

Siis täällä oli vielä muuten näiden taitojen kohdalla tämmöinen demonstrate skills, eli pääsee osoittamaan sitä taitoa sillä tietyllä osa-alueella kirjoittamaan, tai siellä varmaan on joku videomahdollisuuskin, että voi sitten lisätä sinne.

10:00

Sitten mä voisin vielä täältä kertoa tämän Try Premium for Free. Eli LinkedInistähän on myös tämmöinen premium-versio, josta nyt tulee ihan ekana mieleen se, että voi esimerkiksi tuota nähdä, ketkä on käynyt sinun sivuilla, ja käydä muittenkin sivuilla myös sillä tavalla, että siitä ei jää niin sanotusti jälkeä.

10:24

Eli tää on aika avointa, mitä täällä LinkedInissa tehdään. Muun muassa tässä etusivulla, kun mennään katsomaan Who has viewed your profile, eli kuka on nähnyt profiilisi, niin täältä mä voin katsoa, että jaha, siellä on joku meiltä muun muassa käynyt, ja jostain muualtakin, ketä en sitten tiedäkään.

10:48

Mutta jos mulla olisi nyt premium-tili, niin sitten tuota voisin nähdä nämä. Ja premiumissa totta kai paljon muitakin etuja sitten.

10:59

Se on aika kallis kuukaudessa sitten tuon kokeilujakson jälkeen, mutta usein on tämmönen kuukauden kokeilujakso, niin kuin muistaakseni tässäkin, kun klikkaa tuolta yläkulmasta, että Try Premium for Free, niin sitten se tarjoaa tämmöistä yhden kuukauden koeaikaa, jonka jälkeen toki pitää muistaa sitten peruuttaa, jos ei halua maksaa jatkossa.

11:27

Mitäs tuolta messaging, kun painaa ylhäältä, niin pääsee katsomaan, mitä viestejä on saanut ja kirjoittamaan myös näille kontakteille viestejä, myös tuolta alareunasta.

11:43

Tuosta kun klikkaisin, niin pääsisin nyt kirjoittamaan uutta. Moikka, tämä on Tess. Nyt mä vielä näytän sen, että jos mulla on mielessä joku henkilö, mut mä tiedän, että mä en vielä ole hänen kaverinsa täällä LinkedInissä, niin mä voin laittaa hänen nimensä tonne Search.

12:01

Laitetaan sinne nyt mun esihenkilön nimi. Huomaa, että en ole kovin aktiivinen ollut täällä, kun en ole hänenkään kontakti vielä, mutta laitetaan tuota hänen nimeensä ja Search ja sitten tuolta Connect.

12:18

Sitten tähän voi kirjoittaa jonkun viestin. Eli nyt jos tämä henkilö olisi vaikka joku, kenet mä tapasin jossain messuilla ja voisi olla, että hän ei välttämättä heti muista, että kukas tämä pinjä nyt olikaan, niin tähän voisi sitten kirjoittaa, että hei, tapasimme, ja niin edespäin.

12:43

Nyt mä laitan vaan, että Send. Tuosta pääsisin katsomaan Inorin profiilia.

12:52

Mikä on myös tosi tärkeä, on tämä Add profile section. Eli mä klikkaan sitä, ja täällä on tämmöinen kuin Add about.

13:03

Eli tämä on se teksti, mikä monella ihmisellä on heti siinä kuvan ja nimikkeen ja työpaikan jälkeen, millä saa ihmiset kiinnostumaan sinusta, mutta myös tietämään nopeassa ajassa, että mitä teitä pitää olla tehnyt, mitä ehkä haluat tehdä.

13:26

Täällä on mulla taas tämä, että mä voisin tähän suomeksi kirjoittaa, vaikka sitten tuohon englanniksi. Niin katsotaan, mitäs mä tähän runoilisin.

13:39

Sitten täällä on tämmöinen kuin More-painike. Eli sieltä löytyy mun mielestä tuommoinen Send profile in a message. Nyt täällä näkyy, että tämä minun profiilini lähtisi nyt jollekin ihmiselle suoraan viestillä.

13:57

Tähän mä voisin laittaa saatesanat, että käypäs katsomassa, mitä olen tehnyt, että sopisinko teille vaikka johonkin avoimeen työpaikkaan.

14:09

Sitten mä voisin näyttää, jos mä vaikka menen Jannen profiiliin. Täällä se ehdottaakin sitä suoraan.

14:19

Niin Jannellakin on täällä tämä More. Nyt tästä ylimmästä nuolesta mä pystyisin lähettää Jannen profiilin vaikka sitten tälle esihenkilölle. Sanotaan vaikka, että Janne ei olisi meillä töissä, niin mä voisin Inarille vinkata, että hei tässä olisi hyvä tyyppi meille.

14:39

Myös täällä voisi kirjoittaa tämmöisen Recommendationin, eli mä voisin suosittelun kirjoittaa Jannesta. Eka pitää tähän valita, että onko mä ollut hänen työkaverinsa vai esimiehensä vai alaisensa vai mitä.

14:58

Varmaan nyt olisi lähimpänä toi Janne work with you in the same group. Ja sitten, että missä työpaikassa, niin se on nyt tämä työpaikka.

15:11

Ja tähän mä kirjoittaisin, että Jannen kanssa on ollut miellyttävää tehdä töitä ja yhteistyö on sujunut tästä ja tästä syystä ja niin edespäin. Hyvin konkreettisesti kannattaa kirjoittaa ja esimerkkein.

15:25

Välttää tietenkin semmoista liian kliseistä tekstiä, joka ei oikeasti tuo semmoista lisäarvoa. Ja sit vaan send.

15:34

Tai sitten, laitetaan täältä discard, niin pääsee pois. Sitten täällä more, täällä on myös tämmöinen kuin request a recommendation, eli sitä kun painan, mä voisin taas täyttää nämä jutut.

15:52

Ja tästä lähettää Jannelle viestin, että voisitko kirjoittaa minusta suositteluun. Ja tuosta taas lähettäisin viestin Jannelle.

16:07

Tällä tavalla tää LinkedIn toimii ja tosiaan täällä ihmiset puhuu keskenään ja myös asiat puhuu keskenään niin sanotusti. Eli täällä voi jakaa itselleen tärkeitä uutisia, nostoja, ihmisten mielipiteitä vaikka eteenpäin. Tää on vähän niinku Facebook, mutta tälleen työrintamalla työasioissa.

Palaa tekstiin

Oman Facebook-profiilin luominen

00:00

No niin, tervetuloa. Nyt katsotaan Facebookin tilin luominen. Eli mennään nettisivuille, kirjoitetaan facebook.com.

00:13

Tullaan tällaiselle sivulle, jossa siis kirjaudutaan sisään tai sitten voi luoda uuden tilin. Tästä klikataan, luo uusi tili.

00:24

Sitten tämä kysyy, että mikä on nimi ja sukunimi ja etunimi. Laitan tässä nyt, tehdään siis tähän tämä työelämän digitaitojen, eli tydi- ja jatkuvan oppimisen palveluiden hankeen nimi nyt.

00:47

Ja sitten keksitään tähän joku salasana. Näiden salasanojen kannattaa aina olla vaikeita.

01:03

Ja leikitään nyt, että tämä olisi syntynyt vaikka tällaisina päivinä. Pistetään nyt, että sukupuoli on mukautettu.

01:18

Ilmeisesti tänne täytyy valita. Sitten klikataan rekistereidy.

01:41

Voi valita sukupuoli, mutta se ei näköjään ole pakollinen. Hetken aikaa nyt kestää.

01:59

Sitten tulee, että tarvitaan täällä lisätietoja. Ohjelmaisin nyt Facebook-tilisen vahvistamisen vaiheiden läpi.

02:11

Viimeistellä nämä vaiheet 180 päivän kulussa. Varmistaaksi sitten voit käyttää tätä tilia. Painetaan jatka.

02:18

Auta meitä vahvistamaan henkilöllisyytesi. Valitaan missä on polkupyöriä. Nyt uskoi, että en ole robotti.

02:53

Eli se pyytää nyt puhelinnumeroa. Voisi laittaa vaikka tänne itse asiassa sähköpostin.

03:17

Nyt se lähettää sisäinkirjautumiskoodin. Täytyy nyt hakea.

03:27

Sähköpostiin tuli siis tällainen erillinen koodi. Sen nyt hain täältä viisinumeroinen koodi.

03:37

Laitan tuohon ja laitan seuraava. Äsken tuli ilmoitus, että tili oli jäydytetty, koska se ei täyttänyt yhteisnormeja.

04:03

Varmaan nämä nimet ja sähköpostit ja siinä ei ollut puhelinnumeroa. Piti laittaa, mutta sitten puhelinnumeron kautta sain sen laitettua. Täällä nyt sitten kysytään näistä evästeistä.

04:14

Pystyttää laittamaan erilaisia näitä valintoja, mitä evästeitä käytetään. Kuten tässä sanotaan, että evästeitä käytetään metateknoloiteja, käytetään yritysten omistamissa sovelluksissa ja sivustoissa.

04:29

Nämä evästeet auttavat muita yrityksiä jakamaan meille tietoa. Pystytään vaikka hylkään valinnaiset evästeet. Näin tili on luotu.

04:42

Nyt sitten seuraavaksi katsotaan hieman, että miten saadaan luottua Facebookin like-sivut ja miten tämä Facebook yleisesti toimii.

Palaa tekstiin

Video: Facebook-tilin asetukset

00:00

Eli katsotaan hieman näitä Facebookin yleisiä toimintoja. Eli nyt olemme luoneet tällaisen tilin, josta sitten tätä klikkaamalla tätä tydijotpaa, mikä tämän tilin nimi on, niin tätä klikkaamalla pystyy menemään tänne muokkaamaan sitten tätä profiilia. Ja täältä löytyy sitten profiilikuvat ja kansikuvat ja avatarit ja kaiken näköistä muuta tietoa,

00:28

mitä tänne voi sitten lisätä. Ja täältä löytyy erilaiset toiminnot, mutta kun tätä selailee täältä, niin täältä pitäisi löytyä asetukset.

00:42

Eli täältä oikeasta yläkulmasta tästä, normaalisti täällä on sitten joku valokuva, mutta oman tilin kohdalta löytyy siis asetukset ja yksityisyys.

01:00

Täältä klikkaamalla voi katsoa sitten asetukset, tietosuojat, tarkistukset, tietosuojakeskukset ja toimintalogiit. Jos nyt klikataan tuolta asetuksiin, täältä näkyy tili ja profiili, henkilökohtaiset tiedot, salasena, turvallisuus ja niin päin pois.

01:16

Ja täältä pystyy myös sen katsomaan, että yksityisyys esimerkiksi, että miten oma toimintasi näkyy, kuinka julkista se on esimerkiksi, että kuka voi nähdä seuraamasi ihmiset, siis sivut ja listat. Se on julkinen, eli tästäkin tämä voi muokata, että se tulee vaikka, että vain kaverit voi nähdä seuraamasi ihmiset tai ketkä voit lähettää sinua kaveripyyntöä ja kuka voi nähdä kaverilistasi.

01:47

Tännekin voi laittaa, että vain kaverit voi nähdä kaverilistat, eli jos haluaa olla vähän enemmän yksityinen.

01:59

Mutta sitten täältä yleisesti asetuksien kautta löytyy siis paljon muutakin tietoa, mutta tästä kun klikkaa, niin pääsee tavallaan tähän omaan sivuun, missä tähän voi lisätä taustakuvan, eli kun

olemme tässä pääsivulla, voimme siis laittaa tänne ladata taustakuvat ja profiilikuvan, ja se tapahtuu niin yksinkertaisesti, että tässä on lisää kansikuva,

02:28

ja täällä on valitse kuva tai lataa kuva. Jos valitsee valitse kuva, niin se pitäisi olla jo Facebookiin ladattu kuva, mutta tästä kautta se tapahtuu niin, että ladataan siihen kuvaan, jolloin se hakee tiedostoista, ja otetaan vaikka tuosta meidän tuommoinen esite, ja ladataan se sinne.

02:48

Kestää hetken aikaa, ja sitten voidaan tästä, pistetään täältä nyt, sitten tätä pystyy siis säätämään, missä kohtaa haluaa, että se kuva on näin.

03:04

Laitetaan vaikka tuohon tausta, tallennetaan muutokset, niin nyt tulee oikea kohta. Tänne voi lisätä myös profiilikuvan, lataa kuva, luo avatarin profiilikuva, lisää kehys, ja täältä voidaan nyt sitten hakea vaikka Pinjan ja minun kuva tuohon profiilikuvaksi.

03:27

Noin. Näin, nytten on hieman visuaalisempi, eli nyt kun mennään katsomaan, niin täällä oikeassa kulmassa näkyy tämä TILin profiilikuva, on se valokuva, minkä me laitettiin, ja sitten kansikuva, jos klikkaa tänne, niin näkyy sitten täällä kaikille kansikuvana on tämä työelämän digitaitojen verkkokoulutus.

03:58

Sitten yleisesti täällä on esittelyosuus, eli tänne voi lisätä elämän kertaa, muokkaa, lisätä harrastuksia ja kertoa itsestään enemmän ja niin päin pois.

04:10

Mutta yleisesti jos ajatellaan, että tämä Facebook lähtee siitä, että täällä on niin sanotusti kaverikirja, tai täällä ollaan kavereiden kesken, tai seurataan niitä kavereiden touhuja, niin täällä ei nyt sitten meillä näy mitään, koska täällä ei ole yhtään kaveria, niin tässä on esimerkiksi Etsit kavereita, niin sitten täältä kautta voi hakea Facebookista ihan suoraan nimellä.

04:35

Ja vaikka esimerkiksi haen täältä Pinja Kuusenaho, niin se löytää täältä Pinja, ja nyt sitten klikkaan täältä, että lisää kaveriksi, ja sitten voin hakea vaikka tuosta vielä Janne laulumaan, ja tuosta näkee sitten, niin sitten näitä pystyy hiukan katsomaan, että jos on montaa saman nimistä henkilöä, että on oikea.

Palaa tekstiin

Video: Facebook-yritystilin luominen

00:00

No niin, tervetuloa. Nyt olisi tarkoitus käydä Facebookin sivustoa läpi, tai oikeastaan tarkemmin Facebookin Likesivua.

00:12

Ja nyt meillä on tämä tydi.jotpa-tili täällä, jonka on siis normaali tämmöinen niin sanottu kaveritili.

00:20

Ja nytten täältä kun klikataan tätä omaa profiliaan, niin päästään tähän tydi.jotpan sivulle, missä näkyy nämä, mitä olemme jo tänne luoneet.

00:33

Mutta kun täältä vasemmasta yläkulmasta klikkaa tätä Facebookin logoa, niin tulee nämä etsikkavereita, syötteet, tervetulot ja tässä on tämä sivu.

00:44

Ja täältä voi esimerkiksi klikata nyt sitten, näkyy mitä kaikkia sivuja täältä löytyy, mutta täältä vasemmasta yläkulmasta löytyy, että luo uusi sivu.

00:56

Klikataan sitä. Täältä tulee nimi, ja pistetään siihen vaikka työelämän digitaidot. Sitten pitää olla joku luokka, pistetään siihen vaikka koulu.

01:13

Eli laitetaan tähän vaikka luokaksi koulu. Klikataan sitä.

01:30

Tähän voi kirjoittaa myös elämän kerran, kertoo ihmiselle vähän sitä, mitä teet, mutta se ei ole pakollinen.

01:39

Sitten klikataan täältä vasemmalta alhaalta Luo sivu. Näin. Sitten täällä on sivusto.

01:51

Tähän tulee sitten se kysyy puhelinnumeroa. Sähköpypostia.

02:25

Eli tähän tulee siis puhelinnumero, ja tähän täytyy hakea vielä toi etuliite. Tuo sivusto on siis tällainen nettisivusto, minkä siihen voi laittaa.

02:37

Olen nyt kopioinut tuon meidän nettisivuston, mikä on tämän koulutustyöelämän digitaidot jatkuvana oppimisena hankkeen sivusto. Ja pistetään vaikka, että aina auki.

02:52

Sitten täällä on tämmöinen palkki, että sivun kunto kohtalainen. Täällä on myös sitten osoite. En laita niitä nyt erikseen, kun ei täällä tarkkaa osoitetta ole.

03:01

Sitten pystyy laittamaan profiilikuvan. Ja pistetään vielä tuosta sitten seuraava. Ne voi katsoa toista kautta.

03:13

Sitten tämän pystyy yhdistämään WhatsAppiin. Ja tähän tulee WhatsAppin numero. Eli jos esimerkiksi teillä olisi erillinen WhatsApp-numero, jota joku pitää yllä, niin sen voisi liittää tähän.

03:25

Voidaan ohittaa se nyt. Ja sitten voidaan täältä kutsua kavereita. Niitä on sitten tykkäämään tästä sivusta. Lähetä kutsuja.

03:35

Näin. Nyt tämä on lähtökohtaisesti luotu tämä sivusto. Täällä on vielä pysy ajan tasalla sivusi tapahtumista.

03:48

Sivun ilmoitukset profiilistasi käyttöön. Ja sitten sivuasi koskevat markkinointi, sähköpostikin. Näin.

03:58

Pistetään siihen valmis. Nyt tämä sivusto on varsinaisesti luotu.

04:10

Täällä on käynnistä esittely. Olet siirtynyt profiilistasi sivulle. Digitaalit voit helpommin jakaa tykätä ja kommentoida sivuna. Katsotaan mitä esittely pitää.

04:21

Täältä siis voidaan vaihtaa helposti sivusi ja profiilisi välillä. Eli täällä voidaan klikata näitä eri. Eli nyt kun meillä on työelämän digitaalit tai tydin erillinen sivu, niin tämän pystyy vaihtamaan suoraan täällä.

04:43

Tuolla pystyy mainostamaan. Eli nyt olemme sivun luoneet, mutta se ohjesivusto tai se esittely nyt hävisi. Katsomme hetken päästä lisää sitä.

Palaa tekstiin

Video: Facebook-yritystilin asetukset ja julkaisun tekeminen

00:00

Ja nyt kun sivu on luotu, voimme tarkastella vähän enemmän sitä, että mitä kaikkea täältä löytyy. Eli vasemmalta löytyy mainostenhallinnat, mainoskeskus.

00:09

Ja tämä Facebook nykyään on siis, tätä kutsutaan metabisneksuitiksi. Eli meta on tämä nykyinen oikea nimi.

00:18

Mutta täältä voimme sitten klikata tätä meidän sivua katsomaan vähän tarkemmin. Ja täällä vasemmalla on myös nämä ammattilaisen hallintapaneelit, kävijätiedot, mainoskeskukset.

00:30

Eli pystyy katsomaan vaikka sitten, että kuinka monta kävijää täällä on ja erikseen tarkemmin noita kävijätietoja. Mutta katsotaan näitä perusasioita.

00:39

Eli tässä on tämä mainostapalkki. Täällä on hallinnoin muokkaa. Ja nyt niin kuin näkyy, että tässä ei ole muuta kuin etukirjamesta tullut tällainen profiilikuva. Ja sitten taustakuva on tyhjä.

00:51

Täältä hallinnoin sivun kautta pystyy myös näitäkin katsomaan. Eli tämä kertoo nyt, että täällä ei ole yhtään seuraajia, ei ole mitään julkaisuja. Mutta näyttäisi julkaisujen kattavuudet, sitoutumiset, julkaisuudet ja uudet sivutykkeykset.

01:06

Ja sitten tästä pääsee tällainen EUO myös samalla. Eli täällä kertoo, miten pääset kasvattamaan sitä yleisöä. Nämä laiksivut ovat siis luonteeltaan sellaiset, että ideana niissä on markkinoida jotain tuotetta tai asiaa.

01:23

Ja jos nyt ajatellaan vaikka, että meillä on tämä koulutus, niin ideana olisi vaikka sitten tälle koulutukselle löytää katsojia ja seuraajia. Ja täältä sitten pystyy parantamaan sivun näkyvyyttä.

01:37

Ja tässä nyt esimerkiksi sanotaan, että on 6 kautta 13 vaihetta tehty. Ja tässä on kolme vaihetta jäljellä. Luo sivusi identiteetti.

01:46

Eli täällä pitäisi lisätä profiilikuva. Klikataan lisää profiilikuva. Täältä voidaan ladata kuva.

01:57

Katsotaan, jos täällä olisi joku meidän Jotpan kuva. Otetaanpa tuosta nyt sitten vaikka tämä sama kuva, mitä käytettiin tuossa Facebookin normaalisissa sivuissa.

02:20

Sitten klikataan tallenna. Ja näin se tuli valmiiksi.

02:30

Tänne sitten profiilikuvaksi tämä valokuva. Nyt jos mennään uudestaan täältä hallinnoin katso, niin se näyttää, että 7 kautta 13 vaihetta tehty. Eli yksi vaihe tässä nyt oli se, että pistettiin profiilikuva.

02:44

Sitten lisätään kansikuva. Valitse kuva. Täällä ei itse asiassa ole nytten kuvaa, joten pitää ladata kuva.

02:56

Otetaan täältä nytten vaikka tuo sama, mikä me ollaan käytetty tuolla toisessakin. Näin. Ja sitten voi vielä asettaa kuvan paikalleen.

03:14

Näin. Ja painetaan tallenna. Näin on tullut sitten kansikuvat ja nämä ladattua. Sitten se kysyy vielä, että annat tiedot ja valitse asetukset.

03:29

Täällä on linkitä WhatsApp-pitiin, eli lisää toimintapainike. Eli pystyy sellaisen painikkeen vaikka laittamaan tuota yhteyttä. Tässä on eri tavallaan, jos lisätään painiket, niin täältä tulee...

03:42

Voi rekiströityä johonkin tiettyyn sivustoon tai varata ajan. Aloittaa tilauksen, näyttää kauppaa, hankkia lippua, lähettää viestiä.

03:54

Ja jos vaikka laitetaan tuo lähetä viesti. Ja sitten painetaan tallenna, niin se näyttää sen sitten... Mitäs vielä se kysyy?

04:07

WhatsApp ja sitten tuossa sijaintitiedot. Nyt jos mennään uudestaan tänne meidän tähän työelämän digitaidot-sivuun. Nyt se alkaa näyttää sitten jo siltä, että siellä on taustakuva ja sitten on profiilikuva.

04:22

Ja tämän jälkeen olisimme niin sanotusti valmiita sitten luomaan jonkinlaisen julkaisun. Ja katsotaan sitä vaikka hetken päästä.

04:37

Eli voisimme nyt tehdä tästä ensimmäisen julkaisun ja tähän kohtaan tulee julkaisu. Ja tästä kun klikkaa, voimme esimerkiksi laittaa tähän nyt tämän julkaisun.

04:49

Kopioisin tuosta meidän nettisivun osoitteen ja julkaisen sen. Klikkaan julkaise.

04:58

Ja nytten julkaisu näkyy tällaisena. Kiitos kun katsoit videon!

Palaa tekstiin

Video: Teams-tiimin perustaminen

Terve! Nyt katsotaan hieman Teams-ohjelman kanavien ja tiimien luomista hieman tarkemmin. Lähdetään liikkeelle, eli avataan tämä työpöytäsovellus. Nyt on tullut uusi Teamsin versio, joten tässä jatketaan uuden Teamsin käyttöä, mutta sen voi myös kätevästi vaihtaa nopeasti tähän vanhempaan versioon. Eli Teamsissa on täällä vasemmalla reunassa löytyy nämä palkit, missä on kaikki toiminnot. Eli täältä löytyy puhelut, kalenterit, tiimit, ihan vastaavallaisesti kuin kalenteri, kun löytyy Outlookin kanssa. Ja nämähän synkronoituu siihen samaan Outlookin tiliin, mitä käytätte niillä tunnuksilla. Täältä kun klikkaa tiimit, niin täällä on tiimien sisällä erikseen näitä, voi luoda tiimejä. Ja kun teillä on pääkäyttäjätason tasoinen Teamsin sovellus käytössä, niin te pystytte itse luomaan tiimejä. Office 365 ilmaispalvelussa tiimejä ei pysty luomaan, mutta tässä pystyy. Ja se tapahtuu ihan suoraan niin, että täällä on plus-nappi. Tässä kohtaa se voi olla hieman eri versiossa hieman eri paikassa, mutta tästä klikataan siis plus ja klikataan luo tiimi. Niitä pystyy myös hakemaan näitä tiimejä, jos on joku sellainen tiimi esimerkiksi, että on teidän työpaikalla, niin siihen voi olla koodi tai pystyy hakemaan täällä. Tää voi erikseen koodilla hakea tai sitten on joku tämmöinen tiimi, mitä täältä löytyy julkisena. Täältä voi myös hakea. Akkusanalla ei löydy, mutta jos joku teidän työkaverinne luo tiimin ja sen nimellä, niin sitä voi laittaa hakea sitten. Sitten tietenkin pitää asettaa, että onko se julkinen vai ei. Tästä painetaan siis plus ja klikataan luo tiimi. Nyt täällä on tavallaan tämmöinen alusta tai sitten on erilaisia näitä malleja. Projektinhallinta, tapahtumahallinta, työntekijöiden perehdytys, Office 365-käyttöönotto, tukipalvelut, lastetapaukseen, kriisiviestintään, kaupanhallintaan, pankkikonttori, potilaanhoitoa, sairaala ym. Ja vaikka hallitsevapaa, että tosiaan jos nyt laitetaan ihan vaikka, olisi vaikka projektinhallinta tai alusta vaan ihan yleisesti. Klikataan tästä. Nyt se kysyy, että millainen tiimi tämä on, yksityinen vai julkinen. Eli kaikki organisaation käyttäjät voivat liittyä tai sitten ihmiset tarvitsevat oikeuden liittyäkseen. Klikataan nyt vaikka tämä yksityinen. Ja annetaan sille nimi, jotpa testitiimi. Ja tähän voi kuvaukseen kirjoittaa vielä, että mistä on kysymys. Klikataan täältä luo. Näin tiimi on luotu. Ja sitten tätä kautta voi lisätä jäseni ja tiimin. Ja lisätään nyt tänne vaikka pinja.kuusenaho. Ja se löytää täältä. Ja täältä voi valita sitten, että onko hän jäseni vai omistaja. Ja nyt vaan laitetaan vaikka pinjan tähän omistajaksi myös. Lisään sen sitten tänne. Näin. Valmis. Nyt tiimi on luotu. Ja pystymme sen jälkeen katsomaan. Täällä on jotpa testitiimi. Se näkyy tällaisenaan. Ja nyt katsomme seuraavaksi sitten lisää tiimin ja kanavan tuonteja.

Palaa tekstiin

Video: Tiimin hallinta ja kanavien lisäys

00:00

No niin, jatketaan Teamsin kanavien katselemista ja luomista. Eli äsken loimme Teamsiin tämän testitiimin.

00:12

Ja sellainen varoituksen sana, että minulla oli käytössä tämä uusi Teamsin sovellus, mutta en löytänyt sieltä ollenkaan kanavien luontia.

00:21

Joten tällä hetkellä ilmeisesti se on kokeilussa tämä Teamsin uusi versio, mutta jos luette tiimejä ja hallinnoitte tiimejä, niin sitä ei kannata käyttää.

00:33

Eli tämä vanha Teams toimii siinä sitten paremmin. Luodaan täältä nyt esimerkiksi vielä uusi tiimi. Ja tehdään se niin, että otetaan täällä vaikka projektin hallinta, jolloin se luo tänne valmiiksi näitä erilaisia sovelluksia ja sitten näitä kanavia.

00:51

Painetaan seuraava. Ja tästä otetaan nyt vaikka seuraavaksi julkinen, jolloin silloin kaikki organisaation henkilöt voivat siihen liittyä suoraan. Näin. Se luo tiimiä.

01:13

Ja tässä voi kestää ehkä jopa hieman kauemmin kuin äskeisen Teamsin luomiseen. Tämän voi sulkea, mutta se näkyy sitten ja siitä tulee ilmoitus.

01:24

Ja tässä näkyy nyt tämä Jotpan testitiimi. Nyt kun haluamme tähän luotuun tiimiin luoda erillisen kanavan, eli tänne voi luoda erillisiä kanavia, joissa siis pystyy luomaan yksityisiä kanavia ja sellaisia, että näkyy kaikille.

01:44

Mutta esimerkiksi halutaan, että tiimin sisällä on erilaisia, että jotkut näkee vaikka talousasiat ja nämä muut, niin sitten niitä pystyy luomaan tänne erikseen. Eli tästä kolmesta pisteestä lisätään.

01:57

Täällä löytyy lisäjäsen, lisäkanava, tiimin hallinta, hae linkki tiimiin, poistu tiimistä, muokkaa tiimiä. Tämä muokkaa tiimin kautta pystyy hallitsemaan esimerkiksi muokkaamaan sitä tiimin asetukset, onko tämä yksityinen vai julkinen.

02:21

Eli sitä pystyy, nimeä pystyy muokkaamaan tämän kautta. Mutta sitten kun olemme täällä tiimissä ja klikkaamme tätä yleistä, tänne tulee nämä välilehdet, missä lukee tiedostot ja noutsit ja nämä on yleisesti asetuksena täällä.

02:42

Kun katsoo tästä, että jos me haluamme hallinnoida tätä tiimiä, klikkaamme kolmesta pisteestä ja täältä löytyy tiimin hallinta, jolloin täältä tulee lisää asetuksia ja asioita esille. Esimerkiksi täältä pystyy asetusten kautta muokkaamaan vaikka tätä profiilikuvaa, niin tänne pystyy lataamaan jonkun kuvan, minkä haluaa.

03:09

Ei tehdä nyt sinne mitään muutoksia, mutta täältä kautta pystyy muokkaamaan esimerkiksi vaikka profiilin kuvaa ja jotain muuta asetusten kautta. Täällä on kanavat, sitten löytyy eri kanavat ja täältä pystyy hallinnoimaan sitä, että mitä näissä kanavissa tapahtuu.

03:24

Mutta nyt kun olemme tässä yleisessä ja klikkaamme tätä kolmea pistettä, niin täällä on kanavan hallinnat. Tästä jos klikkaamme Jotpan testitiimin, niin täältä pystyy lisäämään kanavan ja luodaan testikanava.

03:49

Ja täällä on nyt vakio, kaikilla tiimin jäsenillä on käyttöoikeus, lisätään yksi sellainen. Ja sitten voidaan täältä vielä kolmen pisteen kautta lisätä kanava, joka on nyt sitten niin, että yksityinen, tietyllä tiimin jäsenillä on käyttöoikeus.

04:10

Jaettu valitsemallaisille henkilöille joku organisaatioista tai muista organisaatioista on mahdollisuus, mutta laitetaan tähän nyt, että tietyllä tiimin jäsenillä on käyttöoikeus. Ja testitiimi 2, testikanava 2, vaikka nyt sitten luodaan se.

04:42

Ja nyt voidaan lisätä vaikka tänne PIN ja klikataan tästä sitten lisää, näin se on valmis. Voi valita vielä, että mikä on oikeus, onko jäsen vai omistaja.

Palaa tekstiin

Video: Kanavan hallinta

00:00

Luodaan vielä yksi testitiimi, eli lisätään vielä yksi, anteeksi, testikanava. Ja tehdään tästä nyt sitten sellainen, että siihen on täältä vaihtoehdosta jaettu valitsemallisi henkilölle joku organisaatio tai muista organisaatioista on mahdollisuus tulla, klikataan sitä.

00:22

Jaa tämä kanava kaikkien tiimijäsenten kanssa, otetaan siitä pois, rasti ja lisätään luo. Klikataan luo.

00:33

Ja nytten tänne voidaan lisätä vaikka pinia. Ja sitten, nyt sitä ei löydy, esimerkiksi yritin lisätä oman gmail-tilin, eli näihin kanaviin pitää aina olla lisätty tähän yleiseen kanavaan se henkilö, jotta pystyy sitten lisäämään näihin eri kanaviin, jos on organisaation ulkopuolinen.

01:03

Ja jos mennään tähän yleiseen, ja täältä lisätään jäsen, ja lisätään tänne nytten luottamusta, että gmail.com, eli tämä on minun vieras gmail-tili. Ja nytten se näkyy täällä, että se on ulkopuolinen, eli vieras.

01:26

Ja nyt jos menemme tänne testikanavalle kaksi, ja lisätään jäseniä ja haetaan täältä, niin nyt se löytää sen ulkopuolisenkin. Näin. Sitten pystytään lisäämään tähän eri kanavia eri ihmisiä.

01:48

Ja nyt sitten näissä kanavissa ja tiimeissä, näissä on siis se ero, että täällä on siis yleinen, ja tämä näkyy tämä yleinen kaikille. Eli täällä on sitten tänne, jos laitetaan tiedostohallintaa, ja näitä tiedostohallintoja voi myös siis käyttää niin, että kun synkronoidaan Teamsin tietokoneeseen, niin se näkyy niin, että täältä tiedostonhallinnasta näkyy esimerkiksi minun työväensivistysliiton kansiorakenne, täällä näkyy näitä eri kanavia.

02:28

Ja niitä silloin pystyy myös sitten tietokoneelta lisäämään samankaltaisesti, kun ne ovat siellä tiedostonhallinnassa, tai sitten, että lisää niitä tänne Teamsiin. Ja nyt tämä yleinen, niin kuin sanoin, niin tämä näkyy siis kaikille. Nämä kanavat näkyy vain niille ryhmille, kenelle se on, ketä ovat lisätty näihin kanaviin jäseniksi.

02:56

Ja nyt jos tänne esimerkiksi lisää tiedostoja, niin täältä voi lisätä, täältä kautta klikkaa plussaa, jolloin voi luoda suoraan Wördi-asiakirjan, tai sitten kansion, ja kirjoittaa vaikka tänne, että Wörd. Ja nyt voi luoda uuden sitten, mennä tähän kansioon, ja lisätä tänne sitten vaikka Wördi-asiakirjan ja testikansion, tai pistetään sen Wördi-asiakirjan, jolloin se aukaisee myös sen tekstidokumentin suoraan tähän Teamsiin.

03:36

Ja tämä on tämän koko kanavan tai tiimin yhteismuokattava, eli tätä pystyy samanaikaisesti täällä myös muokkaamaan. Nyt jos mennään takaisin tänne Teamsiin ja menemme tänne yleiseen, niin nyt se näkyy täällä yleisessä tiedostona.

03:59

Täältä löytyy Wördi ja täältä löytyy se dokumentti, minkä äsken loimme. Ja nyt tämän pystyy myös, jos teillä on Wördin varsinainen ohjelma, niin tämän kolmen pisteen kautta pystyy klikkaamaan koneen vähän näköjään takkoa.

04:19

Eli täältä pystyy nyt sitten tästä kolmesta pisteestä klikkaamalla avaamaan tämän vaikka sovelluksessa ja pystyy kopioimaan linkkiä ja pystyy sitten siirtämään niitä eri kohteisiin ja niin päin pois. Eli tämä pystyy avaamaan tässä Teamsin ohjelmassa, mutta myös erillikseen sitten Wördin sovelluksessa. Kiitos!

Palaa tekstiin

Video: Kanavien hallinta ja sovellukset

00:00

Eli katsotaan sitten vielä näitä tiimien kanavien erilaisia sisällönhallintatyökaluja. Eli kerrotaan vielä se, että tämä yleinen kanava siis näkyy aina kaikille.

00:16

Sitten kun tässä, missä on tämmöinen lukonkuva, niin se näkyy vain niille, ketkä on lisätty. Ja sitten tässä, kun on tämmöinen jakonapin tai yhteenliittymän kuvake, niin se näkyy niille henkilöille, kenelle se on erikseen jaettu.

00:31

Ja siinä voidaan jakaa myös organisaation ulkopuolisille. Eli kanavien tasoja voi olla erilaisia, mutta hyvä on muistaa se, että yleinen kanava näkyy aina kaikille, ketkä ovat tässä tiimissä lisättynä. Ja yleisesti pitää aina lisätä tähän yleiseen tiimin, jotta voi lisätä erillisiin kanaviin.

00:52

Eli silloin pitää miettiä se, että yleisen kanavan ei voi laittaa näkyville sellaista tietoa, mikä ei saisi näkyä kaikille. Jos katsomme nyt tätä kanavan hallintaa täältä, niin erikseen vielä täältä pystyy lisäämään, eli Teamsissa on näitä sovelluksia sisällä.

01:11

Ja tänne voi lisätä siis erillisen, vaikka sivustovälilehden, johon pystyy siis suoraan laittamaan vaikka nettisivun. Laitetaan nyt siihen vaikka esimerkiksi, että is.fi.

01:24

Ja tuohon nyt tämät iltasanomat. Ja tuohon tulee se linkki, mikä on se url-osoite.

01:35

Voi olla, että tämä suoraan etäyttäytyy olla tuo. Okei, eli siihen pitää olla tämä https. Ja näin, nyt se pitäisi toimia.

01:50

Ja tallennetaan tuosta, niin silloin se lataa sen sivun aina tänne välilehteen suoraan. Se voi olla myös joku vaikka hankesivu tai joku muu vastaava, mitä käytätte.

02:00

Kun tästä klikkaa, niin se avaa sitten tähän suoraan tähän sivustoon tämän sivun. Nyt kun täältä laitetaan, klikataan tätä plussaa, niin täältä voi myös lisätä tänne siis vaikka Excelin, Wordin tai sitten Forms-kyselykaavakkeen.

02:17

Ja tänne pystyy sitten siis tekemään kyselylomakkeita. Ja niitä pystyy sitten käyttämään täällä suoraan ohjelmassa.

02:29

Eli siitä tämä Teams on todella kätevä, että tänne välilehtiin pystyy laittamaan niitä erilaisia sovelluksia suoraan, joita voi sitten käyttää sen tiimin kautta, mitä sitten tarviikin. Ja näihin kannattaa sitten tutustua enemmän, että mitä kaikkia sovelluksia on täällä käytettänyt.

02:47

Mutta esimerkiksi Adobe Acrobat Reader voi laittaa, että jos on joku semmoinen dokumentti, mitä aina käytetään. Tai Whiteboard, jota käyttää sitten esimerkiksi, jos on semmoinen luova porukka, ketä haluaa piirillä erilaisia.

03:02

Näitä tiimiä sitten erikseen vielä hallinnoidaan täältä kolmen pisteen kautta. Täältä pystyy erikseen klikkaamaan, siis lisäämään jäseniä, lisäämään kanavia ja vuokkaamaan sitä tiimiä.

03:14

Mutta jos klikkaa tätä tiimin hallintaa, niin tänne tulee enemmän sitten, täältä näkee, että ketä on jäseniä. Sitten pystyy erikseen katsomaan nyt näitä kanavia, että mitä näitä on.

03:25

Ja täällä on esimerkiksi nyt tämä testikanava, pystyy se sitten klikkamaan yhdellä klikkauksella, että näytä jäsenille. Tästä näkee sen, että minkä tyyppinen se on, että onko se julkinen, onko se yksityinen vai jaettu kanava.

03:42

Ja jos tämä tiimi yleisesti on julkinen, niin sitten täällä näkyy esimerkiksi odottavat pyynnöt. Ja tällä hetkellä nyt ei ole odottavia pyynnöjä, eli jos on organisaation sisällä, niin pystyy sitten erikseen vielä hakemaan niitä kanavia.

03:58

Ja täältä löytyy sitten erilaisia, pystyy lyömään tiimin koodeja, erilaisia oikeuksia, jäsenten oikeudet. Pystyy, että mitä jäsenet saa tehdä, mitä vieraat saa tehdä.

04:12

Esimerkiksi, että sallivierainen luoda ja päivittää kanavia, sallivierainen poistaa kanavia. Niin näitä eri jäsenoikeuksia pystyy sitten hallinnoimaan tämän tiimin hallinnon kautta.

04:24

Näin. Tässä tämä pähkilänkuoressa nyt tiimien hallinta ja kanavien luomiset. Elikkä täältä kolmen pisteen kautta pystyy lisäämään jäseniä, lisäämään kanavia ja hallinnoimaan sitten myös tätä tiimiä.

04:42

Samalla tavalla voi mennä tänne kanavan kolmen pisteen kautta ja katsomaan. Täällä pystyy hallinnoimaan tätä kanavaa, hakee sähköpostiosoitteita, linkkiä kanavalla ynnä muuta. Hyvä. Kiitos aktiivisuudesta.

Palaa tekstiin

Video: Googlen yhteisölliset työkalut

00:00

No niin, tervetuloa katsomaan näitä Googlen yhteisöllisiä palveluita. Ne ovat sellaisia verkkopalveluita, joissa käyttäjät voivat jakaa siis tietoa, keskustella ja luoda sisältöä yhdessä.

00:12

Ja näihin palveluihin kuuluu esimerkiksi Googlen Drive, Docsit, Keep, Kalenterit, Formsit, Jamboardit.

00:22

Ja näiden palveluiden kautta käyttäjällä on siis mahdollisuus tehdä yhteistyötä ja jakaa tietoa ja kommunikoida tehokkaasti verkossa.

00:30

Lähdetään katsomaan hiukan näitä palveluita. Eli esimerkiksi tässä moneen otteeseen, kun olette eri moduuleissa mahdollisesti katsoneet Googlen palveluita, niin edelleen tämä Drive on se ydin.

00:48

Ja Drive on siis tavallaan kansiorakenne, johon siis tallentuu kaikki nämä, mitä tavallaan täällä verkossa tai pirvipalveluissa tehdään.

00:59

Ja nyt tässä yleisesti vain kuvaan tästä Drivestä, mikä on aika tyhjä. Täältä näkyy kaikki tiedostot, mitkä on jaettu minulle.

01:07

Ja jos katsotaan oman Driveä, niin tässä yleisnäkymässä siis näkyy ne omat. Tänne on tehty erilaisia testikansioita.

01:15

Mutta jos nyt esimerkiksi luodaan, mennään katsomaan näitä muita palveluita. Vaikka nytten Googlen Docsia.

01:24

Ja kun tänne tehdään dokumentti, niin... Ja sitten se on yleensä aina niin, että täällä Driven puolella täältä luodaan uusia dokumentteja tai kansioita.

01:37

Tai voi ladata kansion Driveen. Eli voitte omalta koneelta sitten ladata esimerkiksi yhteisölliseen käyttöön jotain tiettyjä kansioita. Ja täältä pystyy myös suoraan luomaan näitä tiedostoja.

01:50

Mutta silloin, jos ollaan Googleen vaikka Docsin puolella. Eli tämän yhdeksän pisteen takaa löytyy siis nämä kaikki Googlen palvelut, kun olemme kirjautuneet tähän Googletiliin. Kun ollaan täällä Docsissa, niin täältä oikeasta alakulmasta pääsee siis klikkaamaan plussaa.

02:08

Ja silloin se luo uuden nimettömän dokumentin. Ja me voidaan tehdä tästä vaikka testidokumentti. Näin.

02:23

Ja se pitää aina muistaa tänne sitten, kun tämä tavalla tallentaa koko aika kaikkia, mitä teillä on käytössä. Niin täältä nimetään nimenomaan se dokumentin nimi.

02:35

Eli Microsoftin maailmassa tai muualla, kun yleensä dokumentti tallennettiin omalla nimellä omalle koneelle. Niin täältä näkee aina tavallaan, että tämä on pilvipalveluissa.

02:46

Tästä näkee dokumentin tilan. Tästä pystyy siirtämään sen ja pystyy vaikka sitten merkitsemään tähdellä tämän dokumentin. Jos kirjoitetaan tänne vaikka, että tämä on testidokumentti, jota voidaan jakaa muille käyttäjille.

03:18

Näin. Ja sitten täällä ja näissä kaikin Googlen palveluissa on aina täällä oikeassa yläkulmassa. Eli täällä oikeassa yläkulmassa on aina nämä Googlen dokumenteissa on tämä jaa-nappi.

03:37

Ja täältä pystyy sitten laittamaan jakoa päälle. Tämän voi jakaa sitten ryhmille tai yksittäisille henkilöille. Jos vaikka tänne laitettaisiin nyt vaikka oma tuo toinen sähköposti.

03:51

Ja se, että näissä Googlen palveluissa on hyvä, että yleensä se löytää sen tilin. Ja jos siellä tilissä on vaikka valokuva taustalla, niin sitten silloin näkyy aina oikea tili, mitä ollaan jakamassa.

04:06

Ja tästä pystyy valitsemaan sitten, onko katsoja, kommentoja vai muukaan. Ja täällä on tarkempia vielä asetuksia ja niitä voi sitten muokkailla.

04:18

Tässä voi sanoa, että hei, tässä linkki dokumenttiin. Lisätään vielä sinne piniä.

04:38

Siis lisätään tänne vielä piniä ja laitan tähän nyt ton TSL sähköpostin. Eli se voi myös jakaa ulkopuoliselle. Näin. Sitten lähetetään jako-oikeudet. Kiitos.

Palaa tekstiin

Video: Gmailin yhteystietojen älykäs linkitys ja jakaminen

00:00

Ja nyt tämä ilmoittaa, siis nyt se jaettiin, niin klikkasin siitä, niin se ilmoittaa, jaetanko mulle kun Google-tilille, olet lähettämässä kutsu osoitteeseen pinne.kuusena.htsl.fi, koska tähän sähköpositteen ei ole liitetty Google-tilille ja kuka tahansa kutsun saanut henkilö voi käydä sisältä ja kirjautumatta sisään.

00:18

Ja silti. Ja jälkeenpäin myös näitä jako-oikeuksia pystyy sitten hallinnoimaan tämän saman jaa-napin kautta täältä. Ja täältä pystyy katsomaan, että voi yksittäisiä käyttäjiä vaikka muokata ton katsoja tai kommentoja.

00:39

Ja sitten täällä pystyy vaihtamaan muutenkin, että kaikki, joilla on linkki, tai sitten tämä on rajoitettu, eli pystyy tästä myös kopioimaan linkin sitten, jos haluaa sitä linkillä jakaa.

00:49

Näin. Ja nyt kun menemme tänne takaisin Driveen, niin nyt näemme täältä, että tänne on ilmestynyt tämä meidän testidokumentti. Ja myös se näkyy tällaisena, että jos teillä on vaikka jotenkin visuaalisesti muokattuja dokumentteja, tai slaideja tai jotain muuta, niin nämä pystyy sitten täältä löytämään myös sen kuvan.

01:12

Että tämmöinen pieni pikakuvakkeet tulee tähän aina. Sitten jos katsotaan täältä Gmailin yhteisölliset ominaisuudet. Eli Gmailissa yleisesti siis on paljon ominaisuuksia jakojuttuihin ja ryhmien luomiseen.

01:32

Eli täällä on tunnisteet, ja tunnisteet on se, millä pystyy esimerkiksi luomaan ryhmiä. Jos tämä olisi vaikka tydi-ryhmä, ja sitten täällä kysyy, että lisää tunniste kohtaan.

01:50

Valitse ylätason tunniste. Täällä ei nyt... Pistetään nyt luo.

02:00

Tänne tuli tydi. Nyt esimerkiksi jos katsotaan täältä sitten yhteystiedoista tänne. Täällä oikealla kulmassa on tämmöinen palkki, missä näkyy kalenteri, kiippi ja täsk, ja sitten tämä yhteystiedot.

02:16

Mä luulen, että tässä ei ole nyt yhteystietoja. Voin lisätä niitä vaikka myöhemmin. Eli katsotaan sitä sitten jälkeenpäin.

02:28

Ja voidaan tässä nyt tehdä nopeasti yksi yhteystieto. Eli voidaan tänne vaikka laittaa Pinjan yhteystieto. Ja nämä on siitä käteviä, että sitten kun teillä on tämä sama järjestelmä teidän puhelimessa, niin silloin se tulee sitten sinne myös.

02:53

Eli samalla G-mailillakin. Ja tallennetaan. Nyt kun täällä on tämä henkilön yhteystieto.

03:04

Nyt kun olemme lisänneet Pinjan tänne yhteystietoon, niin jos me menemme täältä yhdeksän pisteen kautta jälleen katsomaan täältä Googlen yhteystietoja. Se avaa tällaisen erillisen sivun.

03:16

Ja klikataan tätä Pinjan yhteystietoa, niin tässä lukee nyt tämä tunniste. Ja kun me siellä aikaisemmassa kohdassa lisäsimme sähköpostiin tunnisteen.

03:26

Ahaa, täällä lukee, että ei tunnisteita. Luo tunniste. Pistään tänne sitten se tydi. Tallennetaan.

03:36

Niin jolloin tämä tydi on täällä sitten tallennettu. Ja nyt se näkyy täällä, että täällä on tunniste tässä Pinjan sähköpostissa.

03:46

Luodaan nyt vaikka yksi uusi vielä erikseen tänne. Vaikka että Janne laulumaan. Pistään sekin tuonne TSL ja laitetaan siihen sähköpostiksi luottamusta.

04:02

Gmail.com Ja tännekin voi laittaa nyt sitten. Ahaa, tuossa on tuo tunniste.

04:10

Näin ja tallennetaan se. Ja nyt tämä automaattisesti meni tänne tydiin.

04:25

Eli nyt jos täältä sähköpostista kirjoitetaan uusi viesti ja tänne aletaan kirjoittamaan tydi. Niin silloin voimme lähettää ryhmälle niin sanotusti sähköposti, jolloin kaikki ketkä ovat sen tunnisteeseen merkattu saavat sähköpostin.

04:41

Näin. Ja samoin näihin sähköposteihin pystyy helposti luomaan sitten liitteitä tähän Drivesta. Eli täällä on Driven kuvake tässä kohtaa.

04:53

Kun tätä klikkaa niin se hakee omasta Drivesta tiedosta. Ja jos laitetaan vaikka tämä tekstidokumentti nyt liitteeksi tähän niin se löytää sen.

Palaa tekstiin

Video: Esitys, kysely ja muistiinpanotyökalut

00:00

Näin joku tarvitsee pääsykohtaisen testidokumenttisalli katseluun, jos kaikille ei ole linkki. Eli tässä se nyt viksusti kysyy sitä, että jos jollekin lähetyslistassa olleilla ei ollut vielä käyttöoikeutta siihen dokumenttiin, niin voi sen tällä kätevästi antaa suoraan.

00:15

Laitetaan lähetä. Sitten katsotaan vielä täällä erikseen näitä Googlen slideja. Slidit on siis tämmöinen Powerpointin kaltainen esitystyökalu.

00:28

Täältä taas oikeasta alakulmasta voi luoda esityksen, jolloin se aukaisee tämmöisen esitystyökaluun. Tästä nyt laitetaan vaikka testidokumentti.

00:42

Täältä pystyy oikeasta alakulmasta sitten valitsemaan tämän mallin, että miltä se esitys näyttää. Täältä oikealta pystyy lisäämään dioja.

00:53

Täällä on teemat, eli miltä se näyttää, ja pystyy sitten luomaan. Käytännössä tämä toimii aika pitkälti samalla tavalla kuin Microsoftinkin Powerpoint, mutta tämä nimi on vain slide. Tänne vaan muistaa aina laittaa sitten tämän nimen, mikä tämä on, tämän dokumentin nimen, eli tänne aina se nimi klikataan.

01:14

Se ottaa sen itse asiassa automaattisesti tästä ensimmäisestä tekstistä, jolloin se lisää sen tuonne. Mutta jos ei tänne muista lisätä nimeä, niin se helposti menee sitten niin, että se on nimeämätön dokumentti, ja niitä on sitten paljon.

01:27

Täältä löytyy taas se sama jakonappi, jolloin esimerkiksi jos tehdään ryhmässä vaikka esityksiä, niin pystyy sitten jakamaan näitä yhteiskäyttötoimintoja. Tässä oli siis tämä Google slide, jolla tehdään sitten näitä erilaisia esityksiä.

01:51

Ja Forms on sellainen työkalu, että sillä tehdään kyselyitä, eli jos haluatte ryhmälle lähettää vaikka, haluatte suunnitella jonkun tapahtuman ja haluatte kysellä erilaisia asioita, vaikka mistä olette tulossa, kuinka moni on tulossa ynnä muuta, niin täältä voi sitten Google taas plussasta laittaa kyselyn.

02:10

Jos tähän klikkaa nyt sitten nimen, tehdään tästäkin testi, ei nyt tutustuta, ahaa se kysyy nyt, testi, näin, ja se silloin kun täältä klikkaa, niin se ottaa tämän Formsin kyselyn. Eli tähän voisi kysyä vaikka nimetön kysymys, että mihin aikaan olet tulossa, ja sitten vaihtohto vaikka tähän, että klo 8, lisätään toinen vaihtohto, klo 9, lisätään tuohon kolmas vaihto vaikka, että klo 10.

03:00

Näin, jolloin täältä kun lähettää tämän kyselyn, niin se kysyy sitten henkilöltä, että mitä sitten kysymyksiä erilaisia haluatkin, ja tätä Formsia tässä nyt ei ruveta sen tarkemmin käymään, mutta on todella hyödyllinen, eli siis tällainen kyselykaavake ohjelma, mitä pystyy helposti jakamaan niin mobiilissa kuin myös tuota tietokoneella ja sähköpostilla. Ja sitten Googlen kiippi on siis tällainen samanlainen kuin on OneNote, mutta tämä on siis muistiinpano toiminto, mikä toimii todella kätevästi tietokoneella ja myös mobiilisti.

03:39

Ja tuohon pitää laittaa tämä testimuistiinpano, ja tänne voi lisätä sitten tekstiä, tänne voi lisätä kuvia, vaikka nyt sitten täältä lisätään joku valokuva vaikka tuosta. Tuolta kuvat, niin eiköhän sieltä joku löydy.

04:02

Tämä on vaikka tuommoinen kuva, niin se tulee nyt sitten tänne, ja täällä on ihan samalla tavalla, tässä dokumentissaan täällä on yhteiskäyttäjä, jos täällä nyt esimerkiksi laittaa tuohon, lisätään tänne sitten, että luottamusta, niin se löytää sen helposti ja tallennetaan, niin silloin tänne on tullut toinen testikäyttäjä. Ja tänne voi sitten muistiinpanot jakaa myös tätä kautta, ja toimii mobiililla ja tietokoneella yhtä näppärää.

04:31

Sitten katsotaan vielä nopeasti Jamboardi. Jamboardi on tällainen yhteistyökalu, millä pystyy siis tekemään vaikka ideointipalavereita, erilaisia muistiinpanoja esimerkiksi täällä pystyy piirtämään, pystyy luomaan erilaisia ympyröitä vaikka, ja ideointipalavereita.

HUOM. Videossa puhutaan Jamboardista, joka ei ole enää käytössä vuoden 2024 lopusta lähtien.

Palaa tekstiin

Video: Kaksivaiheinen tunnistus Microsoft Authenticator-ohjelmalla

00:00

Terve vaan ja tervetuloa Microsoft Authenticatorin ja kaksivaiheisen tunnistuksen videon katsomiseen. Eli tarkoitus on Microsoft 365-tilillä ottaa kaksivaiheinen tunnistus käyttöön, ja se tehdään erillisillä Microsoft Authenticator-sovelluksilla.

00:28

Eli kun olette kirjautuneet Microsoft-tiliin, 365-tiliin, täältä löydätte oikeasta yläkulmasta omien nimikirjaimien taustaa, oma Microsoft-tili, klikataan sitä, ja sitten täältä löytyy tilin niin sanotusti tarkemmat tiedot.

00:53

Kun täällä on yläpalkissa löytyy tietoturva, mutta täältä löytyy myös ihan sama tietoturva-asetus. Voi ottaa suojaa tietoturvan koontinäyttöä ja kirjautumistoimintasi, tarkasti, mitä muuta.

01:06

Mutta mennään täältä yläpalkin kautta, pitäisi olla ihan sama. Ja täältä aukeaa suojauksen perusteet.

01:21

Täällä on edistyneet, täällä on kirjaustoiminnot, että voidaan katsoa omat toiminnat, sitten on salasanan suojauksia, voi vaihtaa oman salasanan, ja sitten on edistyneet suojausasetukset ja käytön aloittaminen, klikataan sitä.

01:39

Ja täällä on kaksivaiheinen tarkistaminen, ei käytössä. Otetaan käyttöön, klikataan siitä.

01:50

Ja sitten tässä tulee, että määritä kaksivaiheinen tarkistaminen. Ja varmistaa, että suojauskoodin vastaanottaminen tarvitsee turvatietoon ajantasalla. Määritä todentajasovellus, jos käytössä on älypuhelin tointaisovelluksen avulla, saat suojauskoodit vaikka puhelimisen olisikin matkapuhelinverkon ulkopuolella.

02:08

Eli tässä on tarkoitus siis asentaa puhelimeen erillinen sovellus. Katsotaan, miten se tapahtuu, eli klikataan tästä.

02:18

Seuraava. Ja tästä valitaan sovellus.

02:28

Eli tässä on myös vaihtoehto, sähköposti tai puhelinnumero, mutta otetaan tämä sovellus. Tässä on hankki Microsoft Authenticator-sovellus, jotta voit kirjata sisään oman puhelimensa hankissa. Nyt klikataan sitä.

02:40

Ja tässä tulee ohjeet. Nyt näytän täältä puhelimesta. Siinä oli puhelimessa ohje, että menee puhelimen selaimeen.

03:01

Kirjoitan tänne selaimen kenttään tänne ylös ms.aka.ms.autapp. Ja klikataan sitä, jolloin tästä tulee, tässä on joku sponsoroitu, mutta olkaa tarkkana, että tulee oikea, eli Google Playstä Authenticator App ja sitten tässä on Google Plays Microsoft Authenticator.

03:32

Klikataan sitä, jolloin tämä menee siihen, että tästä pitäisi asentaa. Minulla se on puhelimessa asennettu, joten avaan sen nytten. Asennuksen jälkeen se tehdään näin, että se avataan.

03:44

Puhelin kysyy PIN-koodia tai sitten sormenjälkeä näytön avaamiseksi. Ja nytten tänne, täältä itseasiassa nyt sitten se ilmeisesti ehkä tietosuoja-asetuksista johtuen ei jaa tätä näyttöä, koska on tämmöinen tietoturvasovellus.

04:12

Ja nytten täältä valitaan plus-nappi ja pistetään työ- tai koulutili. Ja nyt tähän tulee skannaa QR-koodi ja tämän jälkeen nyt meidän pitää mennä sitten takaisin tänne.

04:35

Tästä, eli tässä oli tämä ohje, että siirry puhelimisi-selaimeen, kirjoita aka.ms.auttap ja lataa sovellus. Ja kun olet tehnyt näin, palat takaisin.

04:50

Painetaan seuraava ja luetaan QR-koodi. Eli QR-koodin lukemisen jälkeen on vielä muutamia vaiheita.

05:03

Ja kuten tässä aikaisemmin huomattiin, niin tietoturvasovelluksia ei pysty edes tallentamaan puhelimen näytöllä. Joten siksi sitä on vaikea näyttää.

05:13

Joten katsotaan täältä ohjeita Microsoftin support-osiosta. Eli sen jälkeen tulee vaihe kolme.

05:21

Eli se pitää lisätä työpaikan tai oppilaitoksen tili. Ja sen jälkeen klikataan seuraava. Ja vaiheessa neljä siirrytään takaisin tietokoneelle.

05:34

Ja odotetaan, että tarkistetaan sitä aktivointitilaa. Ja sitten täällä on tavallaan tämmöiset yhteydenotto. Suojauksen lisätarkitus, eli suojaa tilisi lisäämällä puhelinvahvistussalasanasi.

05:48

Ja vaihe yksi, miten tulee ottaa meihin yhteyttä. Niin täällä voi valita eri vaihtoehdot, että onko mobiilisovellus, tekstiviesti tai vaikka sähköposti.

05:59

Ja klikataan sitä, että mikä otetaan käyttöön, mikä on itselle paras. Ja klikataan ottakaa minun yhteyttä.

06:08

Ja sitten vaiheessa viisi, sisäänkirjoitumisen hyväksyminen puhelimessa. Eli se pitää siirtyä takaisin puhelimeen, jossa näkyy ilmoitus uudesta sisäänkirjoitumisesta Authenticator-ohjelmassa.

06:22

Ja sitten sieltä valitsetaan hyväksy. Ja sen jälkeen voidaan noudattaa tietokoneella näkyviä kehotteita ja miltä se näyttää sitten, kun tulee ilmoitukset siitä. Kun kirjaudutaan Microsoftin tiliin, niin se pyytää Authenticatorilla sitten vahvistuksia puhelimen kautta.

06:47

Eli katsotaan nyt vielä uudestaan. Eli täällä olemme nyt Microsoftin tietoturva-osiossa menneet täältä kautta ja sitten tänne suojaukseen. Ja täällä on se kaksivaiheinen tarkistaminen.

07:01

On nyt tässä ei-käytössä, otetaan se käyttöön. Ja tässä tulee määrätä kaksivaiheisen tarkistaminen. Varmista, että suojauskoodin vastannetta tarvitsee turvatietoon ajantasalla.

07:17

Sitten klikataan seuraava, jolloin se luo puhelimessa. Eli nyt puhelimeen tuli ilmoitus Authenticator-ohjelmaan, että kaksivaiheinen tarkistaminen edellyttää toimenpiteitä.

07:38

Eli tässä on siis erilliset ohjeet siitä, että onko kyseessä Androidin Outlook-ohjelma tai iPhonein Outlook-ohjelma tai sitten BlackBerry-puhelimen ohjeita. Ne saa täältä kaikki klikkaamalla auki.

07:55

Eli siitä avataan sähköpostisovellus puhelimesta ja mennään menuvalikkoon. Napautetaan sen jälkeen Settings ja napauta Microsoft-tiliäsi ja napauta Incoming Settings, eli saapuvan postin asetukset.

08:08

Ja sieltä Server Settings ja palveluasetukset kohdassa korvaa salasanan sillä seuraavalla salasanalla. Ja napauta Valmis.

08:19

Nyt vaan sitten tästä painetaan seuraava, ja tämä ilmoittaa vielä, että muutkin käytössäsi olevat voivat tarvita tämän kaksiosaisen tunnistuksen. Klikataan Valmis, ja näin meillä on kaksivaihden tarkistaminen käytössä.

Palaa tekstiin

Video: Kaksivaiheisen tunnistamisen tarkistaminen

00:00

Katsotaan vielä, miten kirjautuminen tapahtuu, kun kaksivaiheinen kirjautumistapa on käytössä. Olen kirjautunut siis ulos tästä Microsoftin seläimestä, ja nyt olen klikannut sieltä, että kirjaudu sisään.

00:15

Eli täältä, jos olette Microsoftin sivulla, niin täältä oikeasta yläkulmasta, että kirjaudu menee tähän sivuun. Kun se kysyy sähköpostia, kirjoitan tähän tämä tydi.jotpa at outlook.com.

00:32

Ja klikataan seuraava, jolloin se kysyy, että lähetämme puhelimeeseen sisäänkirjoitumispyynnön. Ja lähetä ilmoitus, jolloin puhelimeen tulee Authenticator-sovelluksen pyynti.

00:51

Ja nyt täältä klikkaan Authenticatoria, eli painan täältä hyväksy, jolloin se sovelluksessa päästää sisään. Ja pyytää vielä puhelimesta salasanaa joko PIN-koodia tai sitten tuota sormenjälkeä.

01:17

Ja nyt tämä kysyy, että haluatko pysyä sisäänkirjoituna. Pysy kirjoituneen sisään, jotta sinun ei tarvitse kirjoitua sisään uudelleen ensi kerralla. Tästä voi myös laittaa, että älä näytä tätä kyllä tai ei.

01:30

Ja näin se päästää meidät tähän tilin taas jälleen kiinni. Mutta tämä varmistaa siis sen, että kukaan ei voi kirjautua teidän tilinne ilman, että tästä hyväksytään erikseen. Eli se tulee puhelimeen aina se kaksivaiheinen tunnistustapa, kun se on käytössä.

01:47

Jos jollain on teidän salasanat käytössä, niin siitä huolimatta ei pääse, koska tätä salasanan tarkistusta tai Authenticator-sovelluksen tarkistusta ei pysty tekemään. Näin.

Palaa tekstiin