

Sosiaalinen media muuttaa johtamista, markkinointia ja viestintää

Christina Forsgård, Netprofile Finland Oy

MTL Viestintätoimistot, puheenjohtaja

Twitter: kittikatti




LinkedIn: <http://fi.linkedin.com/in/christinaforsgard>



Suhde – sosiaalinen media muuttaa johtamista, markkinointia ja viestintää

Forsgård Christina, Frey Juha



Christina Forsgård   

Senior PR Consultant, Tech PR Specialist, Chairman of MTL PR Consultancies, Member of the Board at ICCO

Finland | Public Relations and Communications




Christina Forsgård RT @Netprofile : Valkovenäläinen IT-palveluntarjoaja ScienceSoft laajentaa toimintaansa Suomessa, johtajaksi kokenut IT-alan vaik... <http://bit.ly/hdgHoL> via Twitter 

16 hours ago • Like • Comment • See all activity


Current	• Member of • Senior Co Communi Netprofile
Education	• Helsingin y
Recommendations	20 people ha
Connections	500+ connec
Websites	• Company V
Twitter	kittikatti
Public Profile	http://fi.linkedin.com

"Super lady with super attitude, commitment and results - and all that fun to work with. Superthanks Christina - you are just awesome." *January 23, 2010*


Top qualities: Great Results, Good Value, Creative

 Pekka Porkka,
hired Christina as a Business Consultant in 2002, and hired Christina more than once

"Christina is one of the most dynamic people I have had the pleasure of knowing. Her energy and insight are a bonus in any working environment. She has a healthy curiosity towards new tools and ideas. She has the talent of not just generating ideas but putting them into practice. Christina does not hesitate to speak her mind and give you an honest assesment of your input." *January 22, 2010*

 Otto Aalto, *Editor in Chief, Sanoma Magazines*
was with another company when working with Christina at Netprofile Finland

"Christina has a combination of excellent professionalism and social skills. I have learned a lot from her about innovation, new social media and new ways of working, all these are themes I have to follow closely in my profession." *January 18, 2010*

 Antti Joensuu, *Deputy Director General, Ministry of Employment and the Economy*
was with another company when working with Christina at Netprofile Finland

"There must be more than 24 hours in Christina's day. She is always online in a social media. At the same time she successfully runs her real life business Netprofile Finland with Juha Frey.

Christina is a recognized professional in public relations. She knows ICT and the Finnish technology media very well. Her social skills I respect most. Is there any journalist in Finland, who doesn't know her?" *January 11, 2010*

 Nora Elers, *Communications Director, FiCom*
worked directly with Christina at BNL Information Oy

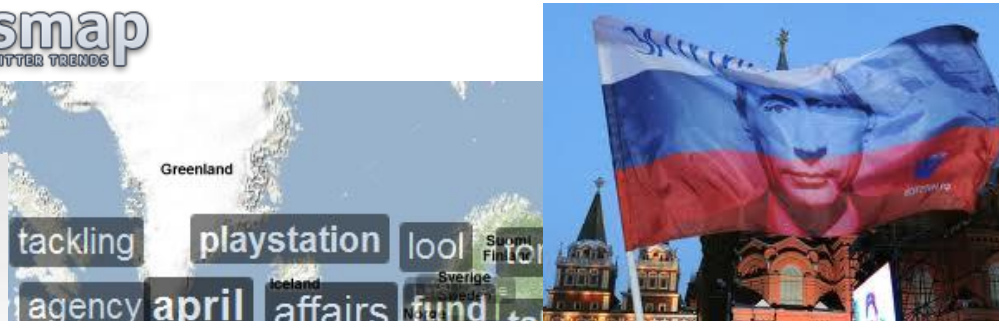
Who Am I?

Twitter: @kittikatti

LinkedIn:

Christina Forsgård

Globaali talous. Teknologian kehitys. Muuttunut mediamaailma.



Isossa kuvassa on useita lähtöjä.

PINNALLA: Jääkiekon SM-liigan pudotuspelit | Euroopan talous | Ranskan ampumiset | Pohjois-Korea | Keskusta | [Lisää aiheita](#)

Tee HS.fi:stä oman näköisesi.

Et ole vielä kirjautunut HS.fi:hin. Rekisteröidy tai kirjauudu HS.fi-tunnuksillasi ja ota uudet, uutisten seuraamista helpottavat ominaisuudet käyttöön »

Suomi valmistautuu kybersodankäyntiin

12.10.2011 5:50 | 30 | Suosittele



Jarmo Huhtanen
HELSINGIN SANOMAT

Suomi suunnittelee käyttävänsä verkkoviruksia, verkkomatoja ja muita haittaohjelmia osana tietoverkkopuolustustaan. Puolustusministeriön kansliapäällikkö [Arto Rätty](#) sanoo, ettei Suomi voi rakentaa tehokasta tietoverkkopuolustusta, jos ei samalla ole kykyä toimia verkkohyökkääjänä.

Puolustusministeriössä valmistellaan paraikaa kansallista kyberturvallisuusstrategiaa yhdessä muiden hallinnonalojen kanssa. Rätty mukaan siinä pitää määritellä, miten Suomi voi toimia hyökkääjänä.

Verkkohyökkäyksiin kykenevät jo useat valtiot. Esimerkiksi Yhdysvallat perusti viime vuonna verkkosotaa johtavan ja kehittävän osaston, Cyber Commandin.

Tunnetuin todennäköisesti jonkin valtion rakentama kyberase on Stuxnet-mato, joka tunkeutui Iranin ydinlaitokseen Natanzissa kaksi vuotta sitten. Sen tavoitteena lienee ollut hidastaa Iranin ydinohjelmaa.

Suomen tietoturvaviranomaisen CERT-FI:n päällikkö [Erka Koivunen](#) sanoo, että verkkohyökkäyksen rakentamista on sievistely turhaan: joissain tilanteissa hyökkäys on paras puolustus.

SANOMA OUTLET - MAINOKSET



Pääsiäinen Tahkolla

Esim. 2+2hlö, 4vrk huoneistohotellissa alk.486€.Varaa majoitus heti!
nettivaraamo.tahko.com



Kuressaaren oopperajuhlat

Lähde oopperajuhlille, 4 pv alk. 379 €/hlö + S-Etukortilla Bonusta.
www.s-matkat.fi



Mummolan tunnelmaa!

Ihania vanhoja ja uusvanhoja tavaroita
www.countrianne.fi

Luetuimmat juuri nyt

- James Cameron sukelsi maapallon syvimpään kohtaan 1:10
- Hupparista tuli poliittinen kannanotto Yhdysvalloissa 22:54
- Lehdet: Paatero tyrmää ulkomaalaisten sakkujen käteismaksut 8:00
- Puolet suomalaisista nopean 4g-verkon piirissä tänä vuonna 8:15

Sosiaalinen media marssii firmaan

[Tuomas Hämäläinen 3.3.2008, 11:22]



Tutkimusyhtiö Gartnerin mukaan sosiaalisesta mediasta ja sosiaalisista sovelluksista tulee pian välttämättömiä yhteistyön työkaluja yrityksille.

Gartner on selvittänyt, että yrityksillä on kuitenkin lukuisia ongelmia ratkottavinaan ennen kuin ne voivat hyödyntää sosiaalisia sovelluksia liiketoiminnassaan.

Ensimmäinen ongelma liittyy web 2.0:n ympärillä kuohuvan hypeen. Gartnerin mukaan lukuisien sosiaalisten verkkopalveluiden hehkutus on hämmentänyt monet yritykset, eivätkä ne osaa valita itselleen sopivia toimintamalleja.

Toinen ongelma on yritysten sisäisten kulttuurimuurien murtaminen. Tämä tarkoittaa Gartnerin mukaan sitä, että yrityksen kaikki työntekijät oppivat osallistumaan sosiaaliseen mediaan

Gartnerin mukaan yritysten on otettava huomioon myös sosiaalisten sovellusten mahdolliset tietoturvaongelmat. Esimerkiksi FaceBook, MySpace taikka YouTube eivät sovellu intiimien liiketoiminta-asioiden käsittelyyn, Gartner muistuttaa.

Lisää aiheesta

[Kuluttajasovellus sopii työpaikalle](#)
[Asiaviestit hukuvat roskaan](#)

Välttämättömiä työkaluja.

Hype ja vastustus.

Kulttuuri-muutos.

Turvallisuus.



“Social media is important for brand building for our business”



“Social media is important for customer loyalty for our business”



“Companies can gain a competitive advantage by leveraging social media”



“Companies that don't fully embrace social media will not survive in the future”



“We have fully integrated social media throughout our company”*



“We have a long term strategy for becoming a social business”

*An additional 40% of CMO and marketing VPs said they'll begin integrating social soon.

Base: 101 VP- and C-level marketing professionals

Source: A commissioned study conducted by Forrester Consulting on behalf of Facebook, December 2011

Renessanssi. Uudelleensyntyminen.



Sandro Botticelli: Venuksen synty, 1485-86, tempera kankaalle

**WELCOME TO
YOUR
NEW CITY**



TOP 20 sites in FINLAND

- Google Suomi
- **Facebook**
- Google
- **YouTube**
- Ittalehti
- **Wikipedia**
- Ilta-Sanomat
- YLE – Yleisradio
- Windows Live
- **Blogspot**
- Helsingin Sanomat
- Yahoo!
- MTV3
- **Suomi24**
- Nordea
- **LinkedIn**
- Kauppalehti
- **Twitter**
- Huuto.Net
- OP

TOP 20 sites of the WORLD

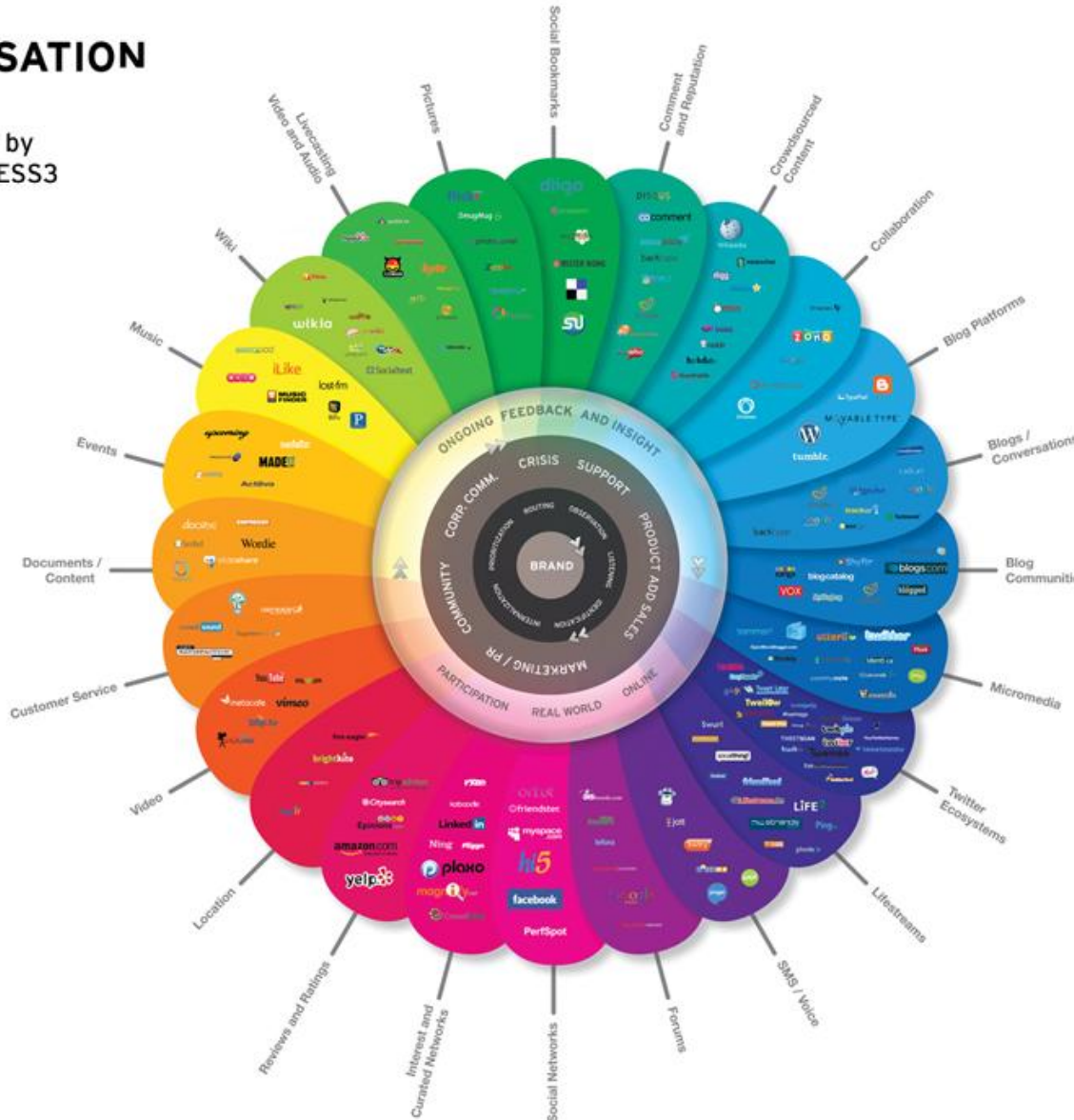
- Google
- **Facebook**
- **YouTube**
- Yahoo!
- Baidu.com
- **Wikipedia**
- Windows Live
- **Twitter**
- **Tencent (QQ)**
- Amazon
- **Blogspot**
- **LinkedIn**
- Google India
- Taobao
- Yahoo Japan
- Sina
- MSN
- **Wordpress**
- Google Saksa
- Google Hongkong

Source: www.alex.com

Työkalut muuttavat toimintaa ulkona ja sisällä.

THE CONVERSATION PRISM

Brought to you by
Brian Solis & JESS3



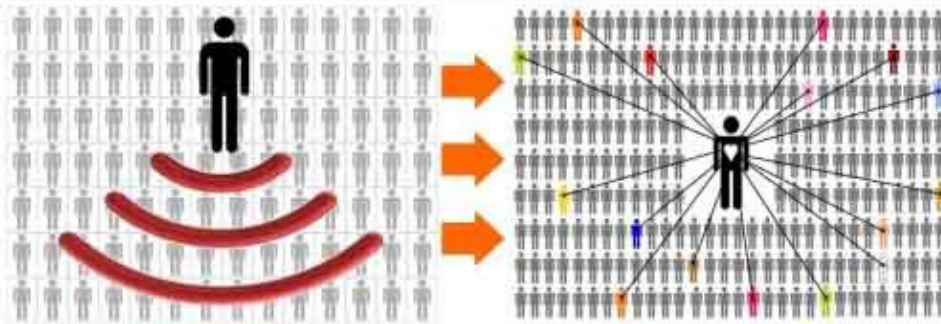
Blogit
Sisällönjakopalvelut
Sosiaaliset kirjanmerkit
Wikit
Sosiaaliset verkostopalvelut
Mikroblogit
Virtuaalimaailmat
Seurantapalvelut

Ympäristö muuttui – toiminnan on muututtava myös.

Social Media is Changing Business



From "Selling" to Connecting with Your Audience



From "Large Campaigns" to "Small Acts"



From "Controlling the Message" to Transparency



From "Hard to Reach" to "Available Everywhere"

Source: Mashable.com © Mark Smicklas, New Marketing & Social Media Strategist, IntersectionConsulting.com

Mieti miksi yhteys syntyisi.

Kerro asioita, joilla on arvoa.

Etene askel kerrallaan.

Ole mukana ihmisenä.

Pysy hereillä ja saatavilla.



WIKIPEDIA



*”Yhteisöllinen eli sosiaalinen media on **prosessi**, jossa yksilöt ja ryhmät rakentavat yhteisiä merkityksiä sisältöjen, yhteisöjen ja verkkoteknologioiden avulla.”*

Sosiaalisuus vaatii liikkumatilaa. Johtamista edestä.



Persoonallisuus – suhteiden ydin.



19 May 2011 LinkedIn rings the NYSE Opening Bell

nysetv1

934 videota



Tilaa



Source: Youtube





Pääoma on suhteissa.

Tech | Gadgets | Mobile | Enterprise | GreenTech | CrunchBase | **TechCrunch TV** | Disrupt NYC | More ▾

Google™ Custom Search [Search]

TechCrunch




4G fast and **Google™ to the core.** | nexus | Google | SAMSUNG |  | **Sprint** | Learn more | 

What's Hot: [Android](#) | [Apple](#) | [Facebook](#) | [Google](#) | [Groupon](#) | [Microsoft](#) | [Twitter](#) | [Zynga](#) | Subscribe:      

[TechCrunch Disrupt New York: The Full Agenda >>](#)


LinkedIn Closes At \$94 Per Share, With \$8.9 Billion Market Cap

Leena Rao | May 19, 2011

 Tykkää  1  Send  Tweet  1,103
 20 Comments

After opening to \$83 per share and a market cap of \$7.8 billion, LinkedIn closed at \$93.86 per share, giving the company a valuation of \$8.9 billion. Although the professional social network priced at **\$45 per share**, trading started at \$83 (up 84 percent) and reached as high as \$122.70 and as low as \$80.

In total, LinkedIn raised \$352.8 million in gross proceeds from the offering of 7,840,000 shares, with 94.5 million shares of stock outstanding. As CEO Jeff Weiner **told Bloomberg TV** this morning,



Got a tip? Building a startup? **Tell us**

Chromebook




Nothing but the web.

[Take a look](#)

Most Popular

New | Commented | Facebook


Kuka johtaa? Missä?



Future Social Media

Discussions Members Promotions Jobs Search More... Share

NEW Groups in the LinkedIn app for [iPhone](#) and [Android](#).




Start a discussion or share something with the group...

Maximum length is 200 characters.

[Attach a link](#) Share

[Your Activity](#)

Choose Your View **NEW** Show all RSS discussions




[What are your thoughts on Nokia's vision for social media?](#) • 7 hours ago

Good video of the Nokia presentation at SoCon 2011 where they discuss...

[Nokia's new vision for monetising social media](#)

[Like](#) [Comment](#) [Flag](#) [More](#)

Most Popular Discussions



[Many social marketing 'experts' say you can't measure social marketing ROI? What do you say?](#)


We've been involved for over 6 years in measuring the impact of social media on revenue and the brand. We've used a number of different ...

[Webinars & Workshops](#) [marketingcalculator.wordpress.com](#)

Marketing and Social Media ROI Can you wait any longer !?! Sign-up now for workshops Marketing effectiveness is critical for any organization and now more than ever as social media becomes a larger...

[Follow Guy](#)


Manager's Choice



[Facebook. Google Mobile. PayPal eBay. Attend free exclusive brief with market pioneers to transform your digital strategy...](#) 11 - 12 October.

[Emily Nicols](#) S


Latest Updates



[Jennifer Cordz](#) likes this [comment](#) by [Jason Barrett](#)

[Many social marketing 'experts' you can't measure social marketing ROI? What do you say?: Social marketing is different, but doesn't mean it can't be measured. You just need to think about how your customer takes their social journey...](#)

[Like \(1\)](#) • 2 hours ago



[Jennifer Cordz](#) likes this [comment](#) by [Matt Lebo](#)

[Many social marketing 'experts' you can't measure social marketing ROI? What do you say?: I don't](#)

NETPROFILE
PUBLIC RELATIONS CONSULTING

Information Information Security Community

Security

Join the Information Security Community on LinkedIn - the largest community of infosec professionals in the industry. Let's build a network that connects people, opportunities, and ideas. If you are involved in purchasing, selling, designing, deploying... or using information security solutions - this group is for you. Covered topics include compliance, encryption, anti-virus, malware, cloud security, data protection, hacking, network security, virtualization, and more.

~ "In line with its Mission, Vision, and Objectives, the Information Security Community is influencing and nurturing the present and next generation of Information Security Professionals for today's unrelenting demands@"

~ Virginia Benedict, Managing Curator/Media & Vendor Alliance Program Director

Join Group Share group Report as...

Group Members in Your Network

- Sami Ahvenniemi Founding Partner at Conor Venture Partners
Harri "scofield" Hursti CTO at SafelyLocked, LLC
Timo Kotilainen CEO of Nixu Oy
Janno Saarikko

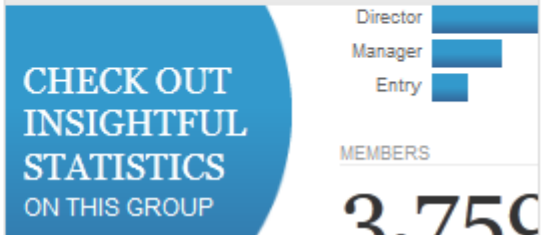
About this Group

Created: October 22, 2007
Type: Professional Group
Members: 121,553
Subgroups: 5

Owner: Holger Schulze
Managers: Virginia Benedict, Ryan Crum, Betsy Roberts, Peter B. Broad, CISA CIA GSNA CRISC, Charles Scruggs, William Mabon, Mike Pomraning, Juan Garcia,

Website: http://www.linkedin.com/e/gis/38412/3808...

Group Statistics





Uskottavuus ja suhteet alkavat profiilista.

LinkedIn Account Type: Business Christina Forsgård Add Connections

Home Profile Contacts Groups Jobs Inbox 85 Companies News More People Search... Advanced

[Fill Your Funnel - Generate leads from LinkedIn with HubSpot's free guide.](#) From: HubSpot


Profile: English


Christina Forsgård  

PR and Social Media Consultant, Co-Founder of Netprofile, Chairman of MTL PR Consultancies, Member of the Board of ICCO
Finland | Public Relations and Communications

Improve your Profile Edit profile

Ask for recommendations
Create your profile in another language

Christina Forsgård via Twitter 
kittikatti New York Times: Helsinki on vuoden toiseksi kiinnostavin matkakohde | YLE Uutiset <http://fi.co/vNaZU5Z>
Favorite Retweet Reply See all activity 10 hours ago

Current **Coach at Startup Sauna** 
Chairman of PR Consultancies at Finnish Association of Marketing Communications Agencies
Member of the Board at ICCO
[see all](#)

Education **Etu-Töölön lukio**
Helsingin yliopisto

Recommendations **24 people have recommended Christina**

Connections **500+ connections**


Websites **Company Website**

Twitter **kittikatti**


Public Profile <http://fi.linkedin.com/in/christinaforsgard>


Share PDF Print

Ads by LinkedIn Members

 **Social Media Tools**
Engage, Track, Optimize & Grow. Social Media Tools for Business.

Sprout Social, Inc. has 319 followers on LinkedIn

 **Social Media Done Easy.**
Free guide on how you can monitor social media in just 10 minutes a day.

3 hours ago
Christina Forsgård via Twitter 
kittikatti New York Times: Helsinki on vuoden toiseksi

“Christina is one of the few people in PR who gets the big picture of tech with all the 2.0 and social media stuff as well. And by getting it I mean not just knowing the latest buzz words, but actually using the services herself. If you want to get your message out, you should work with Christina and her team.” January 5, 2010
1st Peter Vesterbacka, founder, Some Bazaar
was with another company when working with Christina at Netprofile Finland

LÖYDY - Brändää itsesi verkossa



Tuija Aalto ja Marylka Yoe Uusisaari kirjoittivat vaikuttavan verkkoläsnäöln oppaan. [Lataa näyte \(pdf\)](#)

Jotta voisi löytää sen, mitä etsii, saati sen, mitä ei edes osaa etsiä, pitää ensin itse olla löydettävissä. Verkostoituminen tarkoittaa nykyään myös verkostoja sosiaalisessa mediassa.

ISBN on 978-951-692-807-7

Löydy - Brändää itsesi verkossa antaa eväät omaan

facebook

Haku

Etusivu Profili K

Löydy - Brändää itsesi verkossa

Kirja

Seinä

Tiedot

Löydy - Brändää itsesi verkossa

Tietoja

Kirja nille, jotka pohtivat henkilökohtaista ammatillista sosiaalisen medi...

Lisää

511 henkilöä tykkää tästä

Sinä ja Löydy - Brändää itsesi ve...

55 kaveria tykkää tästä.

Sitra, Tuuja Aalto, Sula Pinta

Tapahtumakutsut

DQ-jengin Musiikkitalon koestujaiset

8. kesäkuuta 2011

Vastaa kutsuun Kyllä · Ei · Ehkä

Tuujaa Aalto

Harrastatko töissä moitteetonta oleskelua vai tähtäätkö tuloksiin? Miten päivittäiset oheisia Tuijan listaamia projektin osallistujan ohjeita? <http://bit.ly/projektitaioja>

bit.ly
tuhatsanaa.net

twitter

Search

Home Profile Messages Who To Follow

kitkatti

Löydy kirja

@loydykirja Helsinki-Okinawa

Löydy, Brändää itsesi verkossa. Kirja tavoitteelliselle verkkoviestijälle.

<http://www.loydy.fi>

Following

Message

Tweets Favorites Following Followers Lists

loydykirja Löydy kirja

Ominvoimin selvittää Sitralle yhteistyön onnistumisen elementit...

<http://fb.me/11i1TasrA>

9 May

loydykirja Löydy kirja

videolla Suomen business-somen kirjoja: seuranta, tiedonhankinta, rekryä - mutta vähemmän vielä asiakaspalvelua...

<http://fb.me/MmgQ13Ad>

6 May

loydykirja Löydy kirja

About @loydykirja

198 Tweets 172 Following 236 Followers 26 Listed

Following 172

Connections

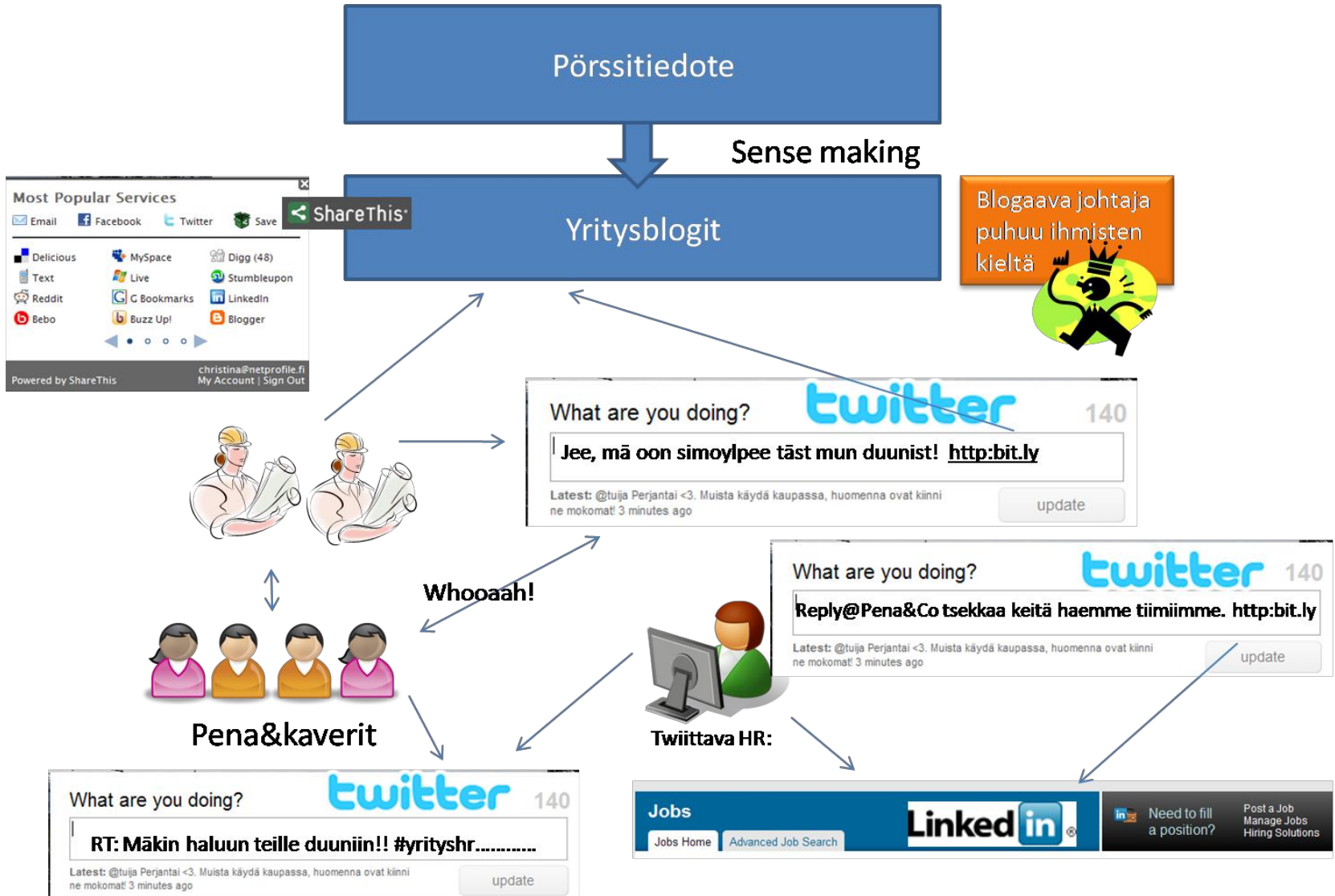
Also followed by @katjak, @KokoSoMe, @sundetoiminta, and more.

You both follow @sundetoiminta, @Viestintaolta, @ristopietia, and more.

About Help Blog Mobile Status Jobs Terms Privacy Shortcuts Advertisers Businesses Media Developers Resources

© 2011 Twitter

Johtamisen joukkuepeli.



Blogi on kotipesä. Luodaan sisältöä, joka leviää ja vaikuttaa.



del.icio.us



facebook



SUOMI24.FI



StumbleUpon

NETPROFILE
PUBLIC RELATIONS CONSULTING

Vaikuttamisen kenttä.

How important are the following contributing factors that make a person or brand influential? (Rate each 1 through 5, with 5 being the best.)



N = 739



2/3.

Capacity to cause measurable actions

Level of every day participation

Following vs. follower ratio

Number of sites with active profiles

Type of social media sites used

Online reputation

2/3.

Quality of content written/shared

Ability to drive traffic or clicks

Propensity to have content re-shared (Retweets)

Frequency of content written/shared

Depth of relationship with network

1.

Quality (vs. quantity) of network

Size of network



TRUE REACH

Your True Reach is the **number of people you influence**. We filter out spam and bots and focus on the people who are acting on your content. When you post a message, these people tend to respond or share it.



AMPLIFICATION

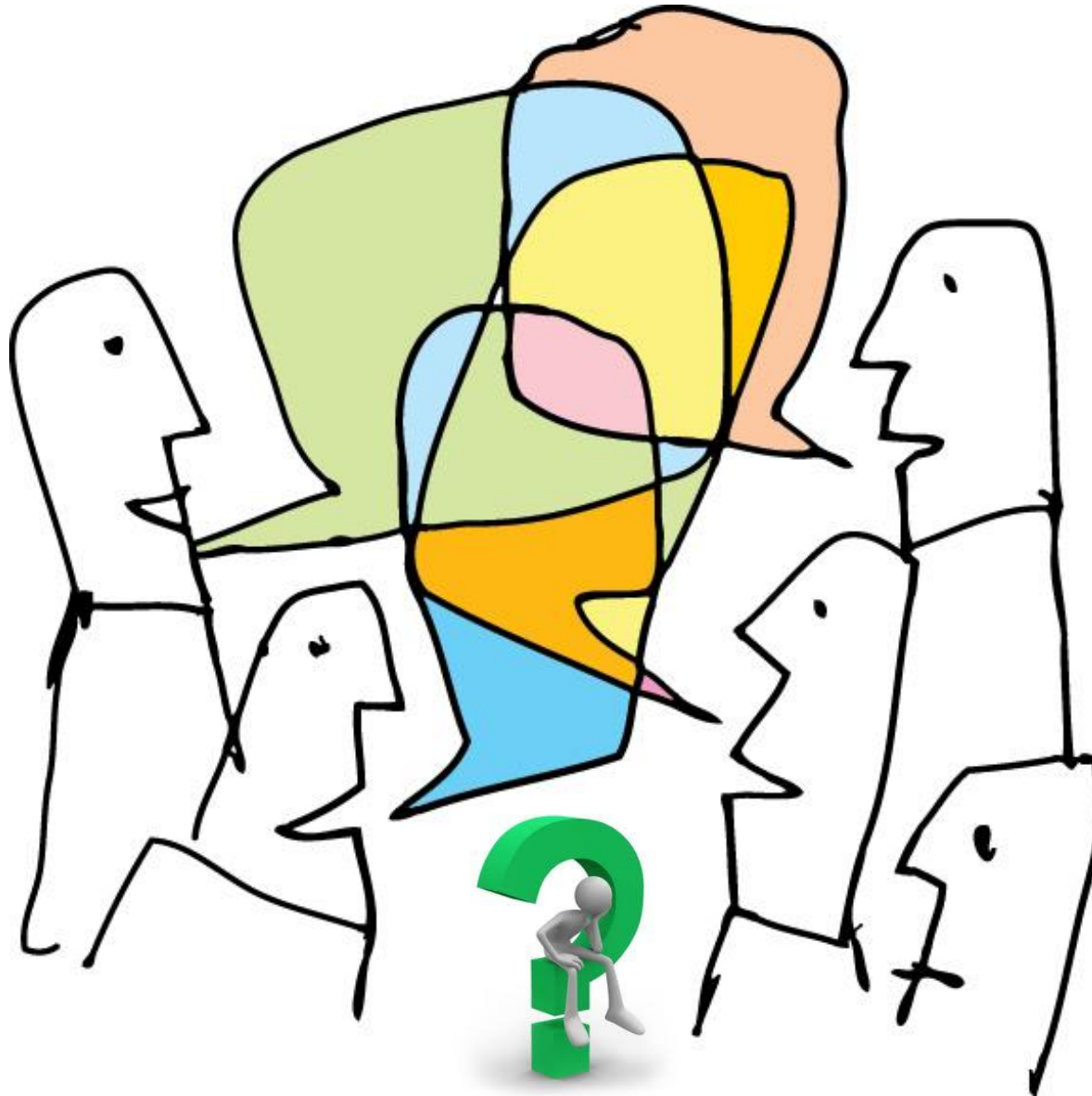
Your Amplification is **how much you influence people**. When you post a message, how many people respond to it or spread it further? If people often act upon your content you have a high Amplification score.

NETWORK

Your Network indicates **the influence of the people in your True Reach**. How often do top Influencers share and respond to your content? When they do so, they are increasing your Network score.



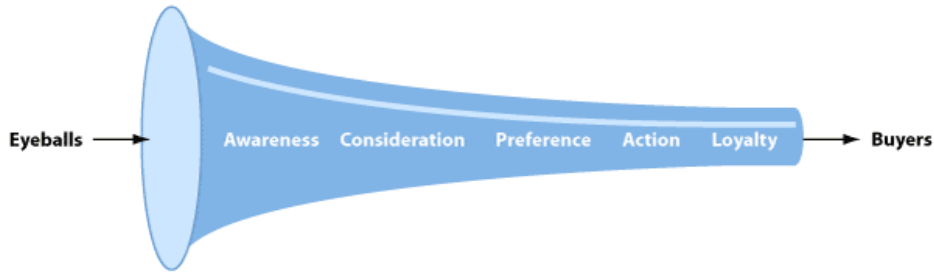
Julkinen keskustelu - hybridiä.



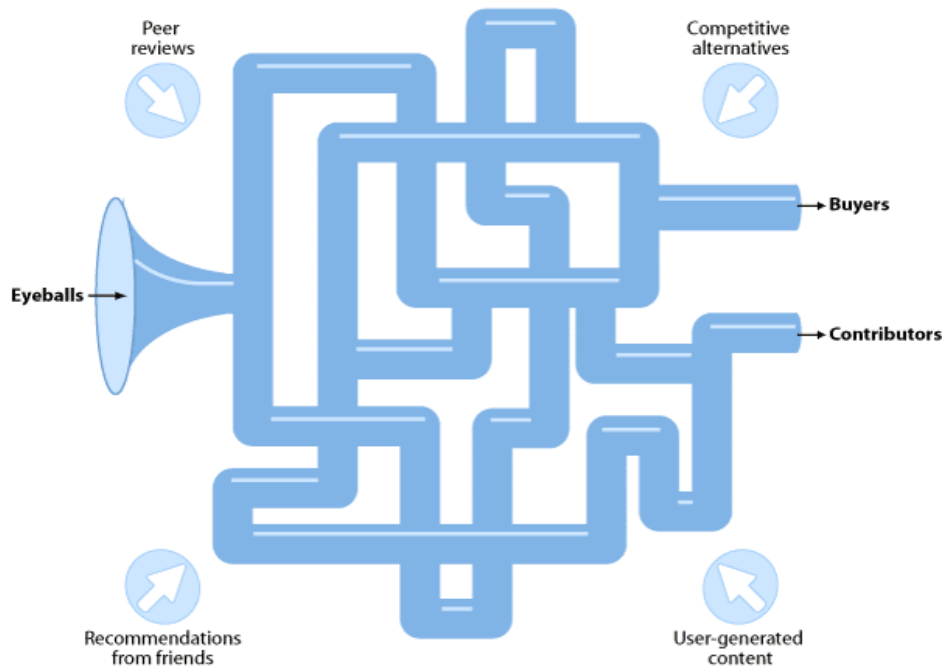
*“Conversational PR is becoming a hybrid of communications, customer service, evangelism, and Web marketing.”
Brian Solis*

Who broke the system?

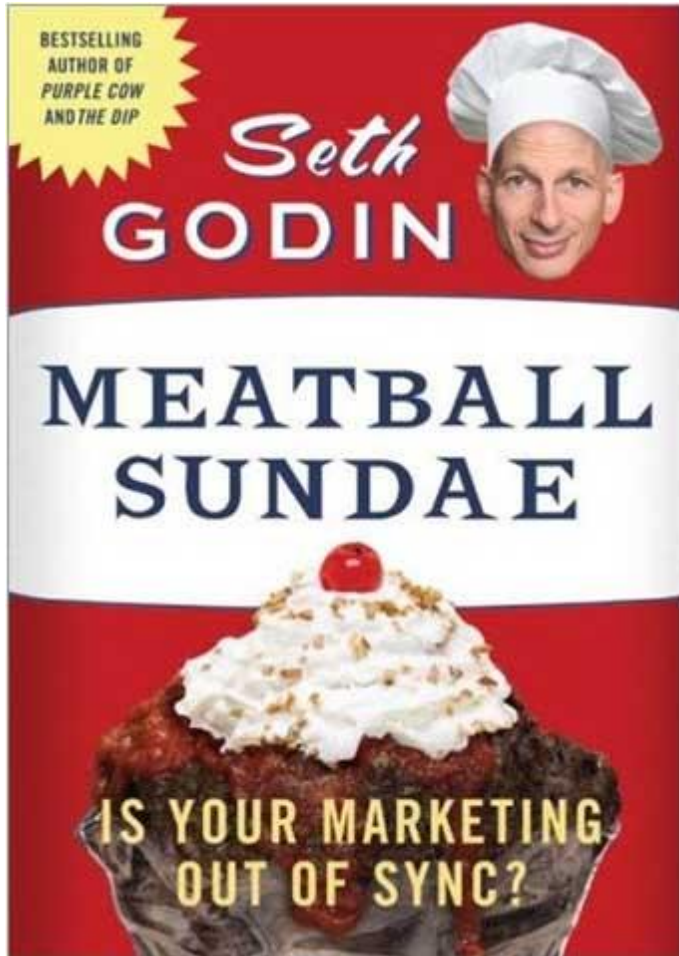
1-1 The traditional marketing funnel



1-2 Complexity lies at the center of the marketing funnel



Lupa lähestyä: kuluttajat haluavat keskustella brändien kanssa.

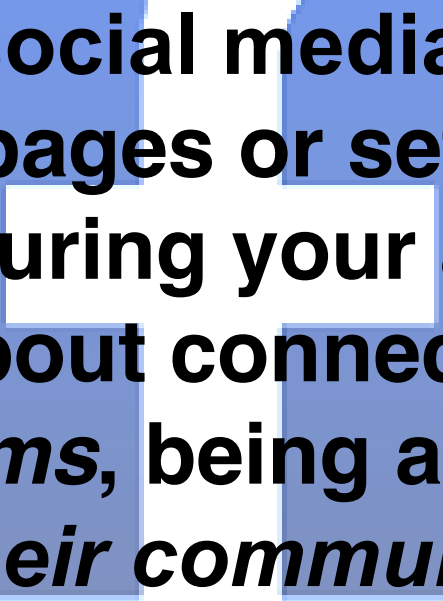


Lähde: Ote kirjasta Meatball Sundae: Is Your Marketing Out of Sync? (Seth Godin 2007)

“When mass marketing dies, the future of the companies that embrace this approach dies too.”

“Every organization now has the ability to deal directly with the world. The asset (the only asset, pretty much) that can be built online is **permission**. The privilege of marketing to people who want to be marketed to.”

- Seth Godin in Meatball Sundae

A large, semi-transparent Facebook logo is centered in the background of the slide. It consists of a white lowercase 'f' on a blue square background.

“Marketing in social media is not about branded pages or setting up your own camp, luring your audience in. It should be about connecting with them on *their terms*, being a valuable member of *their community*.”

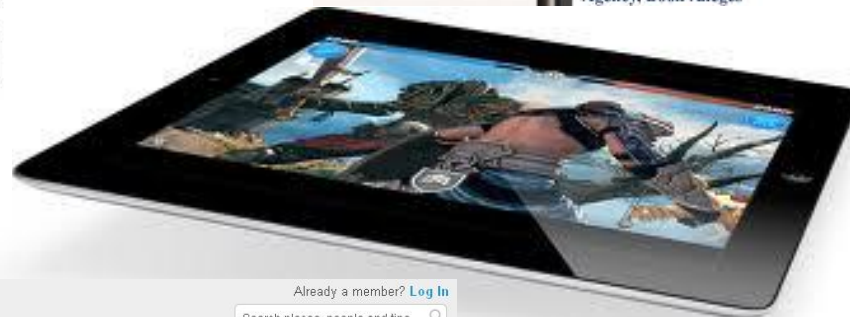
Maria Reyes-McDavis, Digitalpeasandcarrots.com

Asiakaspalvelu on markkinointia.



Lokaatiopohjaiset palvelut.

- Sovellukset
- Verkostot
- Paikkatieto
- Sisältö



foursquare Already a member? [Log In](#)

Search places, people and tips

**CHECK IN
FIND YOUR FRIENDS
UNLOCK YOUR CITY**

Foursquare gives you & your friends new ways to explore your city. Earn points & unlock badges for discovering new things. [LEARN MORE](#)

JOIN NOW

Paikkatietopalvelut osa markkinointia

The image shows a screenshot of the Tässä.fi website, which is a location-based service. The main header features the Tässä.fi logo with the tagline "Mitä kaikkea lähelläsi" and navigation options like "Olet tässä", "Missä lähin?", "Kohteet kartalla", "Hae reitti", "Tiedot ja palaute", and "Kirjautu".

The main content area is divided into several sections:

- Olet tässä:** Shows the current location as Helsinki, Kasarmikatu 44, with a "Siirry" button.
- Paikallissää - Helsinki:** A weather forecast for the current week, showing temperatures ranging from 0 to -4 degrees Celsius.
- Omat suosikit:** A list of favorite locations, starting with "YLE Pääuutiset" at 4.3 km.
- Ruokakauppa lähelläsi tarjoaa:** A list of nearby grocery stores, including "M Gourmet Korkeavuorenkatu" at 430 m, which is open from 8:00-22:00.
- Uutisia sinulle:** A news section featuring a headline from Yle Helsinki: "Kaupunginhallitus hyväksyi hissit arvotaloihin".

At the bottom, there is a Facebook widget for Tässä.fi with 293 likes. A secondary screenshot of the website is overlaid on the bottom right, showing a "Merkitse" (Mark) menu with various categories like "Suosikit", "Kokoelmat alueella", "Kohteet toimialoittain", and "Kaikki kohteet". The "Kohteet toimialoittain" menu is expanded, showing categories such as "Kaupat", "Ruokakaupat", "Huoltoasemat", "Alkot", "Terveys ja hyvinvointi", "Pukeutuminen", "Rakentaminen ja puutarha", "Muut kaupat", "Ravintolat", "Palvelut", and "Nähtävyydet ja muut kohteet". The main content area of this secondary screenshot shows a list of "Alkot" (bars) near Kasarmikatu 44, including "Alko Helsinki Erottaja" at 190 m, "Alko Helsinki Kasarmitori" at 260 m, "Alko Helsinki Wanha kauppahalli" at 310 m, "Alko Helsinki Stockmann" at 350 m, and "Alko Helsinki Forum" at 600 m.

Luotettavuuden määrittelevät verkon käyttäjät.



Community-powered tools
that boost trust on the web.

My WOT: Kittikatti

example.com

* Check a website's reputation

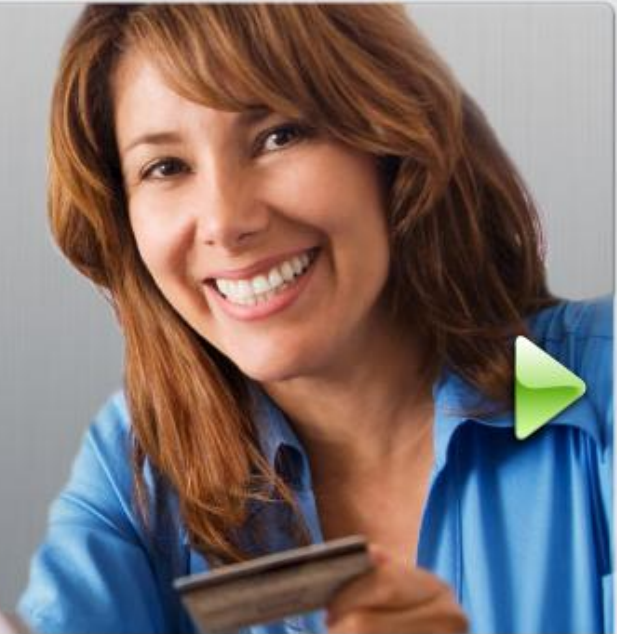


[Home](#) [Download](#) [Trust Tools](#) [Blog](#) [Forum](#) [Community](#) [Support](#)

Do visitors trust your
site enough to click the
"Buy now" button?

The WOT Trust Seal shows visitors
that your site is trusted and gives them
confidence to buy, click and sign-in.
Benefit from increased sales, stand
out from the competition and manage
your reputation.

[Buy a WOT Trust Seal now](#)



Kaikesta sisällöstä tulee kauppapaikkoja.

The image shows a screenshot of the Kiosk Web Wide Shop website. At the top left is the Kiosk logo (a blue 'K' in a circle) and the text 'KIOSKED / BETA WEB WIDE SHOP'. At the top right are social media icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn, along with 'BLOG' and 'SIGN IN' buttons. The main heading reads 'KIOSKED TURNS ALL ONLINE CONTENT INTO A MARKETPLACE'. Below this is a diagram comparing 'KIOSKED WEB WIDE SHOP' to 'BANNER ADS', 'TRADITIONAL DISPLAY ADS', and 'TEXT BASED ADS'. The diagram shows a vertical stack of colorful icons for the Kiosk shop, a play button, and three mobile devices representing the other ad types. A vertical arrow on the left indicates that the Kiosk shop has a higher CTR. To the right of the diagram, text states: 'THE WEB WIDE SHOP IS THE MOST EFFICIENT WAY TO MONETIZE YOUR ONLINE CONTENT. ITS CTR'S ARE 5-25X BETTER THAN FOR ANY COMPARABLE SOLUTION. IT'S FREE TO USE.' At the bottom right is an orange 'GET STARTED' button.

KIOSKED / BETA
WEB WIDE SHOP

f t in BLOG SIGN IN

KIOSKED TURNS ALL ONLINE CONTENT INTO A MARKETPLACE

CTR

KIOSKED WEB WIDE SHOP

BANNER ADS
TRADITIONAL DISPLAY ADS
TEXT BASED ADS

THE WEB WIDE SHOP IS THE MOST EFFICIENT WAY TO MONETIZE YOUR ONLINE CONTENT.
ITS CTR'S ARE **5-25X** BETTER THAN FOR ANY COMPARABLE SOLUTION.
IT'S FREE TO USE.

GET STARTED

Crowdsourcing - gamification

TERVETULOA DIGITALKOISIIN!  KIRJAUDU FACEBOOKILLA.

 Share  Twitter  StumbleUpon  Email  Tykkää 1

DIGITALKOOT

TÄMÄNHETKINEN URAKKA: AAMULEHTIÄ 1800-LUVUN LOPULTA

Sähköistetään kulttuuriperintö

Digitalkoot on [Kansalliskirjaston](#) ja [Microtaskin](#) yhteisprojekti, jossa suomalaista kulttuuriperintöä jalostetaan helposti haettavaan muotoon.

Voit auttaa pelaamalla erilaisia pelejä.

Peleissä korjaat sanoja Kansalliskirjaston sanomalehtikirjastoon tallennetuista suomalaisista sanomalehdistä. Korjattuun aineistoon voidaan tehdä kokotekstihakuja sen sijaan, että miljoonia sivuja joutuisi selaamaan käsin.

 Kirjaudu Facebookilla ja pelaa!

[Mikä on Facebook?](#) | [Kirjaudu sähköpostiosoitteella.](#)



Tämänhetkinen urakka

Nykyinen urakka koostuu Kansalliskirjaston kokoelmasta 1800-luvun lopun [Aamulehtiä](#).

Tähän mennessä 52941 kävijää on vierailut Digitalkoiden sivuilla. Vapaaehtoiset ovat lahjoittaneet 199517 minuuttia työtä (4211866 mikrotehtävää) Digitalkoille.

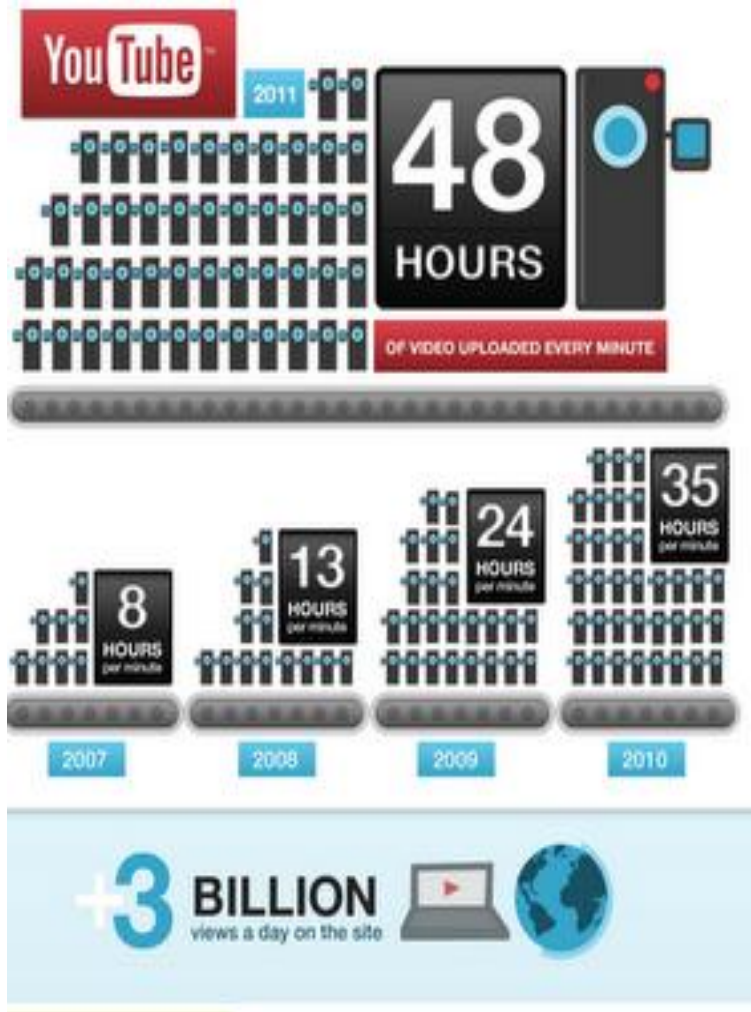
DIGITALKOOT **Digitalkoot** Facebookissa  Tykkää Sinä tykkäät tästä.

Digitalkoot Finland's leading daily newspaper Helsingin Sanomat mentioning Digitalkoot in its article about virtual economies.

HS.fi Virtuaalitalous luo uusia työpaikkoja kehitysmaihin  www.hs.fi

DIGITALKOOT TAUSTAA MEDIA LÄHETÄ PALAUTETTA KÄYTTÖEHDOT YHTEYDENOTTO  

Uploads per every minute!



2012
72
hours

4 billion views a day on
the site

Themes	TED Conferences	TED Community	About TED
Speakers	TEDx Events		TED Blog
Talks	TED Prize		
Translations	TED Fellows		

Speakers Chris Anderson (TED): TED Curator



After a long career in publishing, Chris Anderson is the curator of the TED Conferences and has developed it as a platform for identifying and disseminating ideas worth spreading.

Why you should listen to him:

TED's Chris Anderson was born in a remote village in Pakistan, and spent his childhood in India, Pakistan and Afghanistan, where his father worked as a missionary. He graduated from Oxford University with a degree in philosophy, and then became a journalist. After several years at newspapers and radio stations, he got hooked on the new "home computers" which had just started appearing. He became an editor of the UK's early computer magazines, and a year later, in 1985, formed a tiny startup magazine. Its unlikely success led to more launches, and his company

Talks	TED Conferences	TED Conversations	About TED
Speakers	TEDx Events	TED Community	TED Blog
Themes	TED Prize	TED-Ed new	TED Initiatives
Translations	TED Fellows		

TALKS

Mikko Hyppönen: Fighting viruses, defending the net

TEDGlobal 2011, Filmed Jul 2011; Posted Jul 2011



562,404 Views

Tykkää 2

It's been 25 years since the first PC virus (Brain A) hit the net, and what was once an annoyance has become a sophisticated tool for crime and espionage. Computer security expert Mikko Hyppönen tells us how we can stop these new viruses from threatening the internet as we know it.

As computer access expands, Mikko Hyppönen asks: What's the next killer virus, and will the world be able to cope with it? [Full bio »](#)

“The Internet is as if someone would have given free plane tickets to all the online criminals of the world.”
(Mikko Hyppönen)

[▶ Play \(from 09:46\)](#) [Share quote](#) [More quotes »](#)

Mikko Hyppönen



Alustoja vaikuttaa ja inspiroida.

TWITTERVÄITTELY ■ Niko Rinta, 4.5.2012, 16:29

Erikoinen Twitter-näytelmä: Nokia vaati ex-johtajaltaan anteeksipyyntöä

Perjantai-iltapäivänä nähtiin mikroblogipalvelu **Twitterissä** mielenkiintoinen väittely, kun entinen **Nokia**-johtaja, mobiilikonsultti **Tommi Ahonen** kävi kiivasta keskustelua Nokian viestinnän edustajien kanssa.

Väittely sai alkunsa Ahosen kirjoitettua blogissaan toimitusjohtaja **Stephen Elopin** myöntäneen Nokian torstaisessa yhtiökokouksessa, että Lumian myynti maissa, joissa laite on tullut myyntiin, on ollut pettymys.

Nokian viestinnästä **James Etheridge** tarttui väitteeseen, kiisti sen Twitterissä ja vaati Ahosta perumaan puheensa tai todistamaan ne todeksi.



tomiahonen @tomiahonen

4 May 12

#Nokia CEO admits to shareholder meeting, that in 13 out of 15 #Lumia #Windows Phone countries, sales are weak bit.ly/lKsecv



James Etheridge

@JEatNokia

Follow

@tomiahonen to set the record straight, Elop never said that.

4 May 12

Reply Retweet Favorite

Etheridge vahvistaa *Tietoviikolle* olevansa viestien takana.

Väittely
somessa
nostaa asian
perinteiseen
mediaan.

Case: Nestlé



Entä jos kaikki fanit vaihtavat kuvaksi hate-logon?



The image shows a screenshot of a Facebook page for Nestlé. The page features the Nestlé logo, which is a stylized bird's nest with three birds. Below the logo is the word "Nestlé" in its characteristic font. To the right of the logo is a "Become a Fan" button. Below the logo and name are navigation tabs for "Wall", "Info", "Photos", "Boxes", "Notes", and "Events".

Below the navigation tabs, there are three posts from users:

- Joanne Jackson** sign up for a nestle free easter
<http://www.facebook.com/?ref=home#!/event.php?eid=101445529895756>
11 minutes ago · Report
- Vickie Knox** I'm such a big fan I made this artwork for you
<http://www.facebook.com/#!/photo.php?pid=5477698&id=740766969> I hope you like it. It is a rights & royalty free image - it can be used by anyone in any context. I am Nice, Nasty
13 minutes ago · Report
- Joe Begley** I Have now sworn never to eat anything you have produced ever again you are SICK, you should stop what you are doing and change If other companies can use different oils why can't you ? i really hope everyone realizes how bad what you are doing is, would you like it if someone destroyed your home for something there are al...

On the left side of the page, there is an "Information" section with the following text:

Founded:
Vevey, Switzerland (1866)

Below the information section is a "Fans" section.



“It takes 20 years to build a *reputation* and five minutes to ruin it.”
- Warren Buffett

“Risk comes from not knowing what you're doing.” – Warren Buffett

Ydin. Ihminen paikalla. Onnistumisen edellytys.



HENKILÖVERKOSTOT



**ASEMAAN
LIITTYVÄT
VERKOSTOT**

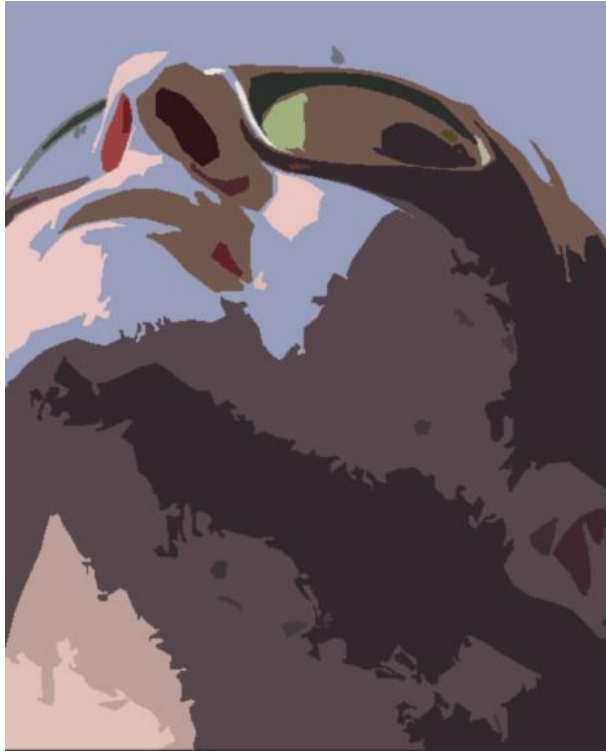


oppiminen, käytännöt, evoluutio

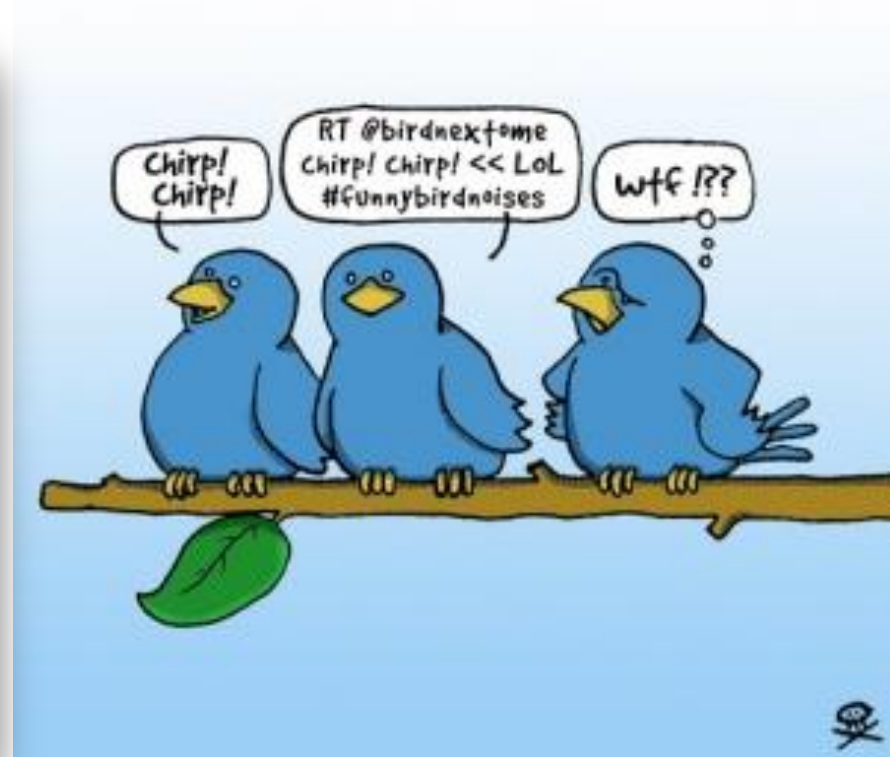
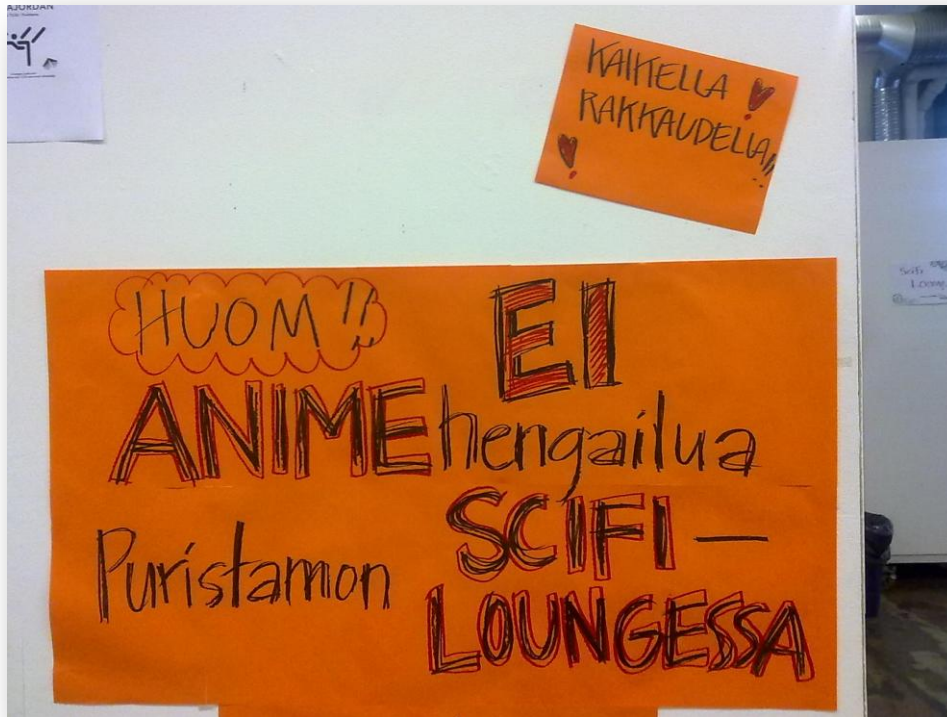
Ammatilliset yhdistykset
Yhdistys- ja yhteisötoiminta
Movements

Yhteistyöfoorumit
Toimialayhdistykset
Sidosryhmät

Your face is your logo.



WOOOOT? Uudet kulttuurit, kielet, syntaksit ja tavat.



Haltuunoton askeleet:

Kuuntele: käytä reaaliaikaisia seurantatyökaluja.

Valitse oikeat sosiaaliset objektit.

Olen aidosti läsnä keskeisillä alustoilla.

Reagoi. Vastaa. Keskustele. Kiinnostu.

Analysoi.

Ennakoi.

Seuraa trendejä.

Siirrä kuulemasi liiketoiminnan kehittämiseen.



