

MAINE: KOHTAAMISIA VERKOSSA

TAITE-SEMINAARI 22.10 KOUVOLA

Professori (vt.) Pekka Aula
Helsingin yliopiston viestinnän laitos
pekka.aula@helsinki.fi
www.aula.fi

tänään



nykyajan maineenrakennuksen olosuhteet

@-olosuhteet

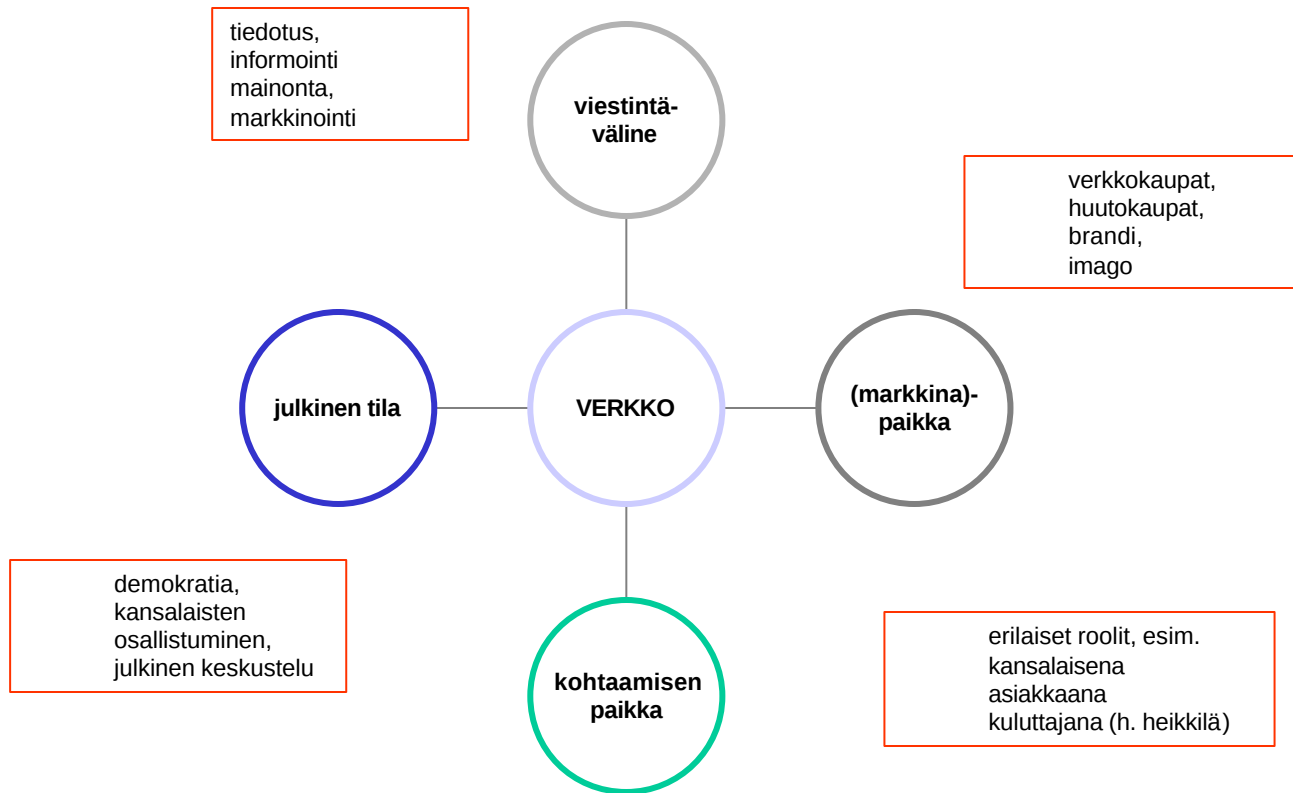
ICT-ympäristö

- informaatiota enemmän kuin koskaan
- informaatio paremmin saatavilla kuin koskaan
- informaatiotulva
- informaation inflaatio
- verkottuminen
- teknologian leviäminen
- "pääsyn" aikakausi

elämysvetoinen talous

- "ihmiskunnan viides aikakausi"
 - [Rolf Jensen, The Dream Society]
 - [Pine: The Experience Economy]
 - [Davenport/Beck: The Attention Economy]
 - [Wolf: The Entertainment Economy]
- ihminen: homo narrans, tarinankertoja [Walt Fisher]
- mielikuvatalous

verkon rooli



olosuhteiden 4 vaadetta verkkoviestinnälle ja maineenhallinnalle

uudet yhteisöt

läpinäkyvyys

muutosalttius

julkisuus

uudet yhteisöt ja läpinäkyvyys ...

- **uudet yhteisöt**

- organisoituminen
- verkko yhteisöllisyyden rakentajana
- sisäiset ja ulkoiset verkot
- vahvat vuorovaikutussuhteet
sidosryhmien kanssa
- aito businessyhteisö

- **läpinäkyvyys**

- yrityksillä ei ole yksityisyyttä
- kaikki toiminta on lähtökohtaisesti julkista
- mediat läpinäkyvyyden alustoina
- kontrollin menetys
- "kakumei"

... muutosalttius ja julkisuus

- **muutosalttius**

- kriisiliipaisin
- kriisien hallinta
- muutoksiin sopeutuja,
- vai muutosagentti?

- **julkisuus**

- netlore
- pahan kierre
- hyvän silmukka
- luotauksen merkitys

miten haasteisiin vastataan?

...mainonta, organisaatioviestintä, community relations, markkinointi, kriisiviestintä, suhdemarkkinointi, yhteisömainonta, asiakkuuden hallinta, issues management, tiedotus, imago, knowledge management, public relations, sponsorointi, brandi, lobbaus, markkinointiviestintä, sijoittajaviestintä, aineeton pääoma, intergroitu kokonaisviestintä, kulttuurien välinen viestintä, yhteisöilme, brand management, kampanja, yhteisökuva, mediasuhteet, viestintä, emotional branding, tarinat, storytelling, profiili, propaganda, intergrated marketing communications, maine, maineenhallinta, corporate affairs...

- luottamus
- uskottavuus
- **vetovoima**
- **ensimmäinen valinta**



maine

maine on lisäarvoa

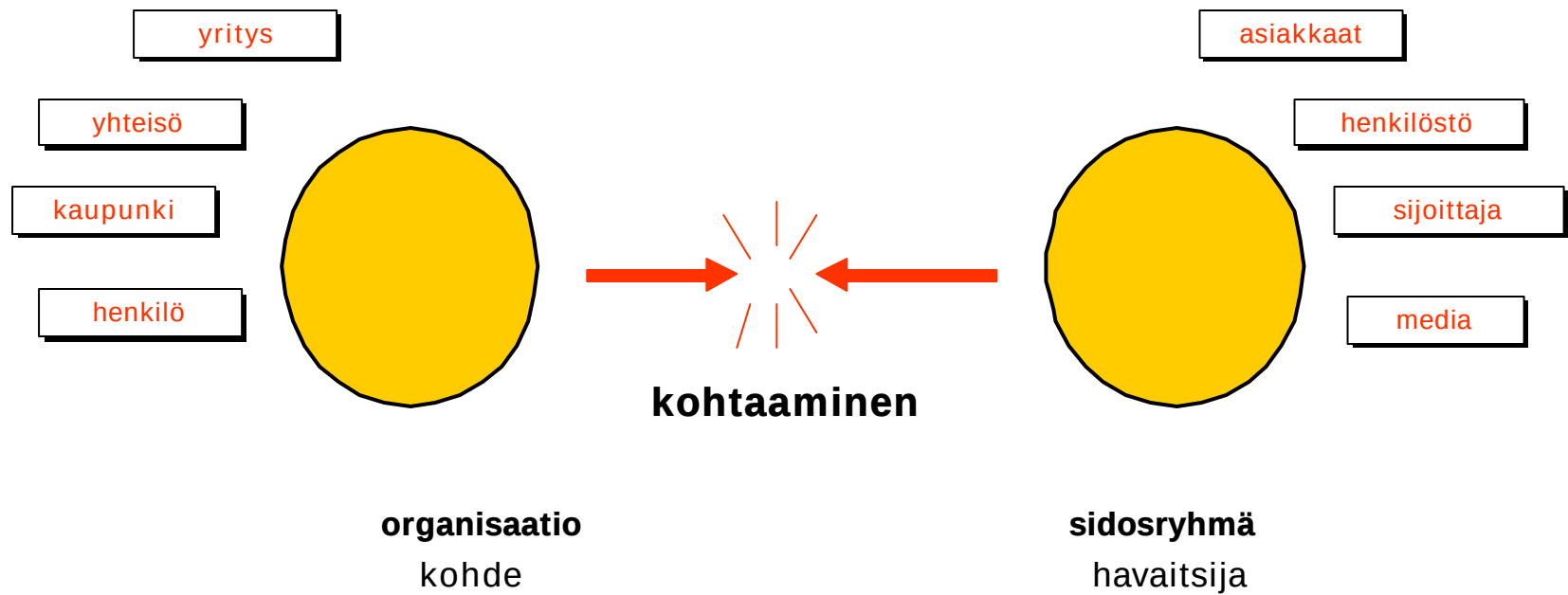
- kasvattaa markkinaosuutta
- alentaa markkinointikustannuksia
- alentaa jakelukustannuksia
- mahdollistaa "premium"-hinnoittelun
- estää liiallista säätelystä
- suojelee, kun ajat ovat huonot
- lisää henkilöstön sitoutumista ja tuottavuutta
- auttaa houkuttelemaan ja pitämään lahjakkuudet
- auttaa houkuttelemaan sijoittajia ja rahoittajia
- auttaa pääsyä uusille markkinoille
- auttaa positiivisen julkisuuden saamisessa
 - » Jeffries-Fox Associates
 - » Aula & Heinonen (2002)

mitäs jos?

- **kasvattaa markkinaosuutta**
- alentaa markkinointikustannuksia
- **alentaa jakelukustannuksia**
- mahdollistaa "premium"-hinnoittelun
- estää liiallista säätelystä
- **suojelee, kun ajat ovat huonot**
- lisää henkilöstön sitoutumista ja tuottavuutta
- auttaa houkuttelemaan ja pitämään lahjakkuudet
- auttaa houkuttelemaan sijoittajia ja rahoittajia
- **auttaa pääsyä uusille markkinoille**
- auttaa positiivisen julkisuuden saamisessa
 - » Jeffries-Fox Associates
 - » Aula & Heinonen (2002)

mistä maine **syntyy**?

maineen rakentuminen



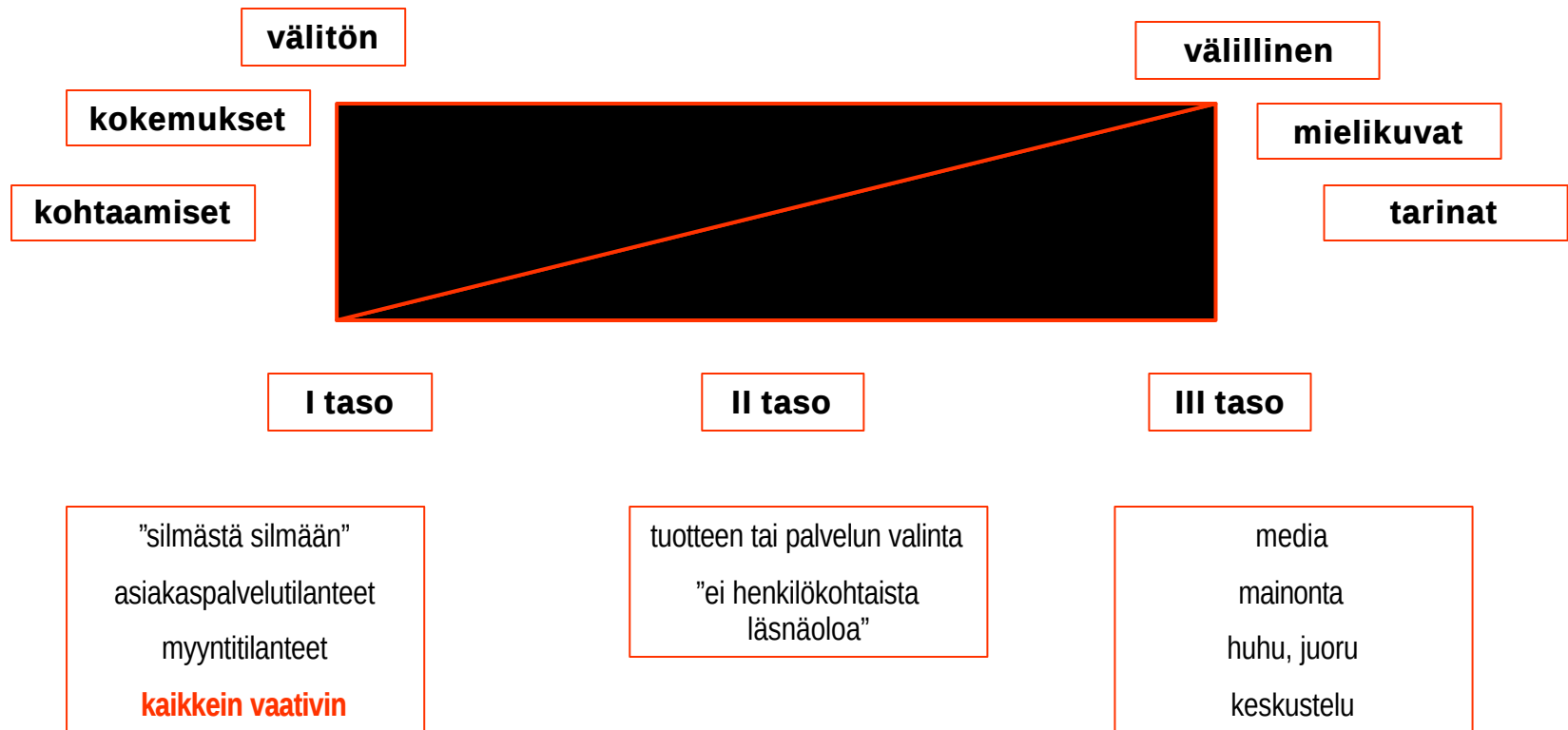
kuva: Karvonen (1999)
soveltaen

”järvi syntyy kohtaamisessa”

- järven **merkitys** vaihtelee tulkitsijasta riippuen
 - järvi merkitsee:
 - kalastajalle **elinehtoa**
 - maanviljelijälle peltoalaa turhaan rajoittavaa **haittatekijää**
 - metsäyhtiölle kätevää **uittoreittiä**
 - voimainsinöörille **säätelyallasta**
 - biologille **ekosysteemiä**
 - taiteilijalle kaunista **maisemaa**
 - veneettömälle **estettä**
 - veneelliselle **oikotietä**
- » Karvonen (1999)
- ”organisaatio on järvi”
 - kohtaamisten kamppailu, kohtaamisten hallinta

kohtaamisen kolme tasoa

Aula & Heinonen 2002



kohtaamisia verkossa

- verkko on kohtaamispaikka
 - kokemukset
 - mielikuvat
- verkko on paikka, jossa tarinat rakentuvat ja leviävät,
- ”verkko on elämysvetoisen mielikuvayhteiskunnan, tarinatalouden teknologinen infrastruktuuri”
- **maine online**
- **online maine**

mainetta rakentava verkkoviestintä

- yrityksen viestinnän tärkeimpiä tehtäviä on yhteisöllisyyden rakentaminen, yhteisten merkitysten ja tulkintojen muodostaminen.
- myös verkkoviestinnässä korostuu varsinaisen sisällön lisäksi viestinnän muoto ja viestijä itse
- viestintä verkossa: verkkoyhteisöjen rakentaminen, yhteisten merkitysten ja tulkintojen luominen, dialogi, aito interaktiivisuus.
- verkko viestinnässä: osa kokonaisstrategiaa, verkon näköinen viestintäväline, itsenäisyys, oma luonne.

Kysy, etsitäänkö verkon
viestinnässä jatkuvasti
uusia keinoja
luottamuksen
rakentamiseksi ja
laajentamiseksi.

kiitos!

- Aula, P. (2003) The @-conditions for Organizational Communications and PR. European PRnews 1/03.
- Aula, P. & Heinonen, J. (2002) Maine: menestystekijä. WSOY.
- Aula, P. (2000) Johtamisen kaaos vai kaaoksen johtaminen. WSOY.
- Aula, P. & Oksanen, A. (2000) Eepos: suomalainen internet-unelma. WSOY.
- Aula, P. (1999) Organisaation kaaos vai kaaoksen organisaatio: Dynaamisen organisaatioviestinnän teoria. Loki-kirjat.
- pekka.aula@helsinki.fi
- **www.aula.fi**