

# Sosiaalisen median hallinta kiusaamisen estämiseksi



A Training By



**Jasmin Roy  
Sophie Desmarais**  
FOUNDATION

POWERED BY



## Miten tunnistat erityyppiset kommentit

- **Kiusaaminen:** Pidä silmällä vihamielisiä kommentteja, joiden tarkoitus on vahingoittaa brändiäsi ja sen asiakkaita, ja joissa joskus käytetään loukkaavia sanoja. Tällaiset kommentit muuttuvat herjauksiksi, kun niillä vaikutetaan haitallisesti henkilön tai brändin integriteettiin. Vastaa muistuttamalla kommentoijaa brändisi menettelyohjeista ja raportoi kaikki herjaavat kommentit asianmukaisille viranomaisille.
- **Trollaaminen:** Trollit jättävät usein kommentteja, joilla ei ole mitään yhteyttä julkaisuun tai brändiin, ja ovat tarkoitettu vain provosoimaan. Älä ole tekemisissä trollien kanssa, vaan tee niistä ilmoitus ja estä ne.
- **Ulkopuolelle jättäminen:** Kun kohteena oleva henkilö jätetään huomiotta kommenteissa. Vastaa olemalla tekemisissä kohteena olevan henkilön kanssa ja rohkaisemalla positiivista keskustelua brändistäsi.
- **Kohdennettu, epärakentava ja toistuva kriittinen kommentointi:** Kun joku jakaa perusteettoman ja epäsuotuisan mielipiteen brändistäsi, tuotteestasi tai henkilöstä. Vastaa ottamalla mielipide huomioon ja antamalla kommentoijalle rakentavia tietoja, joka auttaa vastaamaan hänen huolenaiheisiinsa.
- **Kiusoittelu:** Kun asiakas luo hauskan julkaisun tai kommentin, jonka tarkoitus on pitää hauskaa brändisi kustannuksella. Vastaa käyttämällä huumoria tilanteen keventämiseksi ja näytä, että brändilläsi on inhimillinen puoli.
- **Passiivis-aggressiivisuus:** Kun joku julkaisee samassa viestissä vihamielisiä ja ystävällisiä elementtejä, joka voi olla julkaisun näkeville hämmentävää. Vastaa korjaamalla kaikki harhaanjohtavat kommentit ja jaa oikeaa tietoa. Käytä emojiä ja GIF-animaatioita keventämään vastauksesi sävyä ja vältä kuulostamasta tekopyhältä.

**Muista, kaikkein tärkein asia on vastata asianmukaisesti ja ajoissa. Vastaamalla empaattisesti, huumorilla ja ammattimaisesti varjelet pitkälle brändisi hyvää mainetta sosiaalisessa mediassa.**

## Parhaat käytännöt vastaamiseen sosiaalisen median ylläpitäjän tehtävässä

- Muistuta hyvän menettelyn säännöistä, kun vastaat kiusaamiseen.
- Rohkaise brändiä puolustavien käyttäjien positiivisia kommentteja.
- Korjaa vääriä tietoja ja jaa oikeat tiedot vastatessasi harhaanjohtaviin kommentteihin.
- Piilota tai estä kommentit tietyiltä ihmisiltä, jos nämä rikkovat yhteisön ohjeita.
- Käytä emojiä ja GIF-animaatioita keventämään vastausten sävyä.

**Huolimatta siitä millaisen lähestymistavan valitset, on välttämätöntä käsitellä negatiivisia kommentteja asiallisesti ja empaattisesti positiivisen brändi-imagon ylläpitämiseksi.**

### Lisäresursseja

Hassan, M., & Casaló Ariño, L. V. (2016). Consumer devotion to a different height: How consumers are defending the brand within Facebook brand communities. *Internet Research*, 26(4), pp. 963-981

Breitsohl, J., Roschk, H., & Feyertag, C. (2018). Consumer Brand Bullying Behaviour in Online Communities of Service Firms. *Service Business Development*, pp. 289-312

Dineva, D. P., Breitsohl, J. C., & Garrod, B. (2017). Corporate conflict management on social media. *Journal of Marketing Management*, 33(9-10), pp. 679-698.

Jang, H., Olfman, L., Ko, I., Koh, J., & Kim, K. (2014). The Influence of On-Line Brand Community Characteristics on Community Commitment and Brand Loyalty. *International Journal of Electronic Commerce*, 12(3), pp. 57-80.