

OPAS JÄRJESTÖJEN VIESTINTÄÄN

uutiskirje-, kysely- ja tapahtumatyökalut



CREAMAILER

Teksti: Eija Pietilä

Taitto: Kaisa Pasanen

Kuvat: Freepik

Julkaisija: Creamailer



CREMAILER

SISÄLLYSLUETTELO

Viestintää Creamailerin avulla	4
1. Järjestöjen uutiskirjeviestintä	5
1.1 Tarkoituksen määrittäminen	5
1.2 Viestisisältö	6
1.3 Aikataulun laatiminen	7
1.4 Lähetystiheys	7
1.5 Analytiikan seuraaminen	8
2. Viestinnän tehostaminen Creamailerilla	9
2.1 Tilaaajien kerääminen	9
2.2 Varainhankinta	10
2.3 Aktivointikampanja.....	11
2.4 Tekoäly viestinnän tukena	11
2.5 Viestinnän automaatio	11
2.6 Somejakaminen.....	12
3. Kyselyt ja tapahtuma.....	13
3.1 Kyselyt	13
3.2 Tapahtumat	14
4. Tietoturva ja hyvät käytänteet	15
4.1 Tietoturva ja GDPR	15
4.2 Laki ja hyvät käytänteet	15
5. Esimerkki viestipohjasta	16
6. Yhteystiedot ja lisätietoa	17

VIESTINTÄÄ CREAMAILERIN AVULLA



Pienissä järjestöissä yksi henkilö saattaa vastata sekä viestinnästä, varainhankinnasta että jäsenpalveluista. Suurissa järjestöissä viestintätiimit voivat olla erikoistuneet omiin osa-alueisiinsa, kuten kampanjoihin, jäsenviestintään tai mediayhteistyöhön.

Järjestöillä, niin pienillä kuin suurilla, on yhteinen tarve: viestiä tehokkaasti ja ammattimaisesti omille jäsenilleen, kumppaneilleen ja muille sidosryhmilleen. Arjen kiireisessä työssä tarvitaan viestinnän työkaluja, jotka ovat helppokäyttöisiä, monipuolisia ja tuottavat konkreettisia tuloksia. Creamailerin uutiskirje-, kysely- ja tapahtumatyökalut vastaavat tähän tarpeeseen.

Creamailerin etuna on selkeä käyttöliittymä, joka mukautuu joustavasti niin yksittäisen viestijän kuin myös laajojen viestintäorganisaatioiden tarpeisiin.

MIHIN VOIT HYÖDYNTÄÄ UUTISKIRJE-, KYSELY- JA TAPAHTUMATYÖKALUJA?

- ✓ **Jäsenviestintä ja tiedotus:** Pidät jäsenet ajan tasalla uusimmista tiedotteista, kouluksista, tapahtumista ja kyselyistä.
- ✓ **Varainhankinta:** Kannustat tukijoitasi lahjoittamaan toimintaanne, kampanjoihin tai keräyksiin.
- ✓ **Kausiluonteinen viestintä:** Lähetät joulutervehdyksiä tai tiedotat kausittaisista tapahtumista.
- ✓ **Jäsenhankinta:** Houkuttelet uusia jäseniä liittymään toimintaanne.
- ✓ **Kyselyt ja palautteen keruu:** Keräät jäsenten mielipiteitä ja kehitysehdotuksia.
- ✓ **Tapahtumakutsut ja -ilmoittautumiset:** Kutsut jäseniä tilaisuuksiin ja keräät osallistujatiedot.
- ✓ **Kiitosviestit ja muistutukset:** Kiität lahjoittajia tai muistutat tulevista tapahtumista automaattisesti.

1. JÄRJESTÖJEN UUTISKIRJEVIESTINTÄ

Uutiskirjeet ovat järjestöviestinnän kulmakivi, sillä ne mahdollistavat vaivattoman ja vaikuttavan yhteydenpidon jäseniin, yhteistyökumppaneihin ja muihin sidosryhmiin. Uutiskirjeviestinnässä on tärkeää määrittää viestien tarkoitus, muotoilla sisällöt houkutteleviksi, laatia selkeä aikataulu ja sopiva lähetystiheys sekä hyödyntää analytiikkaa viestinnän jatkuvassa kehittämisessä. tiheys sekä hyödyntää analytiikkaa viestinnän kehittämisessä.

1.1 TARKOITUKSEN MÄÄRITTÄMINEN

Jokaisen viestin taustalla tulisi olla selkeä tavoite, joka ohjaa sen sisältöä, kohderyhmää ja ajoitusta.

Ennen kuin laadit uutiskirjeen, kannattaa pysähtyä pohtimaan mitä haluat saavuttaa. Tavoitteena voi olla esimerkiksi jäsenten tiedottaminen, varojen kerääminen tai yhteisön sitouttaminen.

Uusien jäsenten rekrytointi: "Liity jäseneksemme ja vaikuta toimintaamme!"

Jäsentiedotus: "Vuosikokous pidetään 15.4. – merkitse kalenteriisi!"

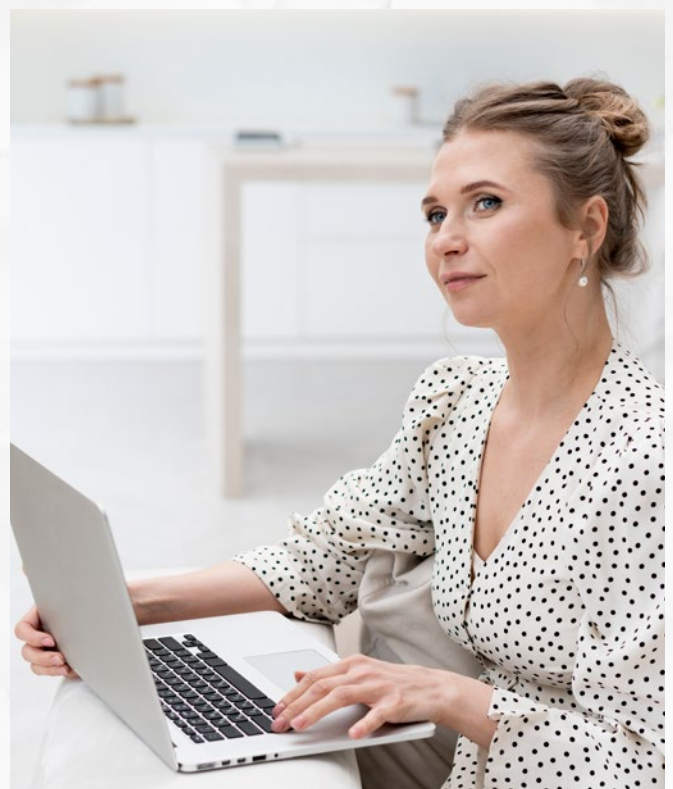
Varainkeruu: "Tue meitä 20 € lahjoituksella ja mahdollista tärkeän toiminnan jatkuminen!"

Tapahtumakutsu ja osallistujien rekisteröinti:

"Ajankohtaisia trendejä kevätseminaarissamme – ilmoittaudu nyt!"

Palautteen kerääminen kyselyillä: "Mitä mieltä olet toiminnastamme? Vastaa nopeasti parissa minuutissa!"

Yksi viesti voi palvella useita tarkoituksia, kunhan se on selkeä ja tavoitteet eivät kilpaile keskenään. Segmentointi tekee viestinnästä vaikuttavampaa: voit kohdentaa viestisi eri ryhmille ja varmistaa, että oikea sisältö tavoittaa oikeat ihmiset. Esimerkiksi tapahtumakutsu voi mennä aktiivisille jäsenille, kun taas lahjoituspyynnön voi lähettää satunnaisille tukijoille. Näin jokainen viesti puhuttelee vastaanottaansa henkilökohtaisesti ja vahvistaa viestinnän tehoa.



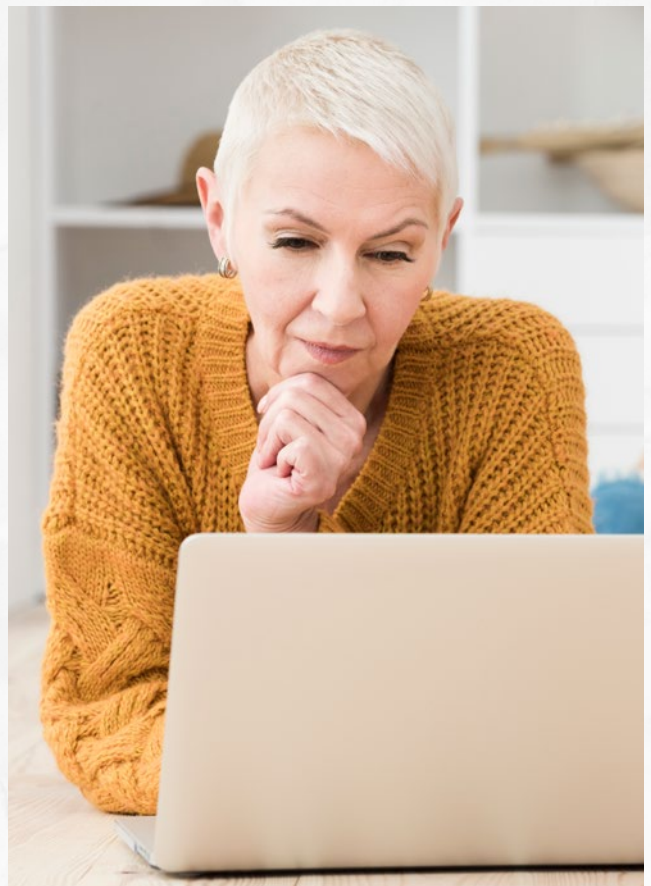
1.2 VIESTISISÄLTÖ

Hyvä uutiskirje tuo vastaanottajallesi lisäarvoa, on helppo ja selkeä lukea sekä tuntuu henkilökohtaiselta. Tänä päivänä viestinnältäsi odotetaan yhä räätälöidymppää ja visuaalisempaa otetta, joten panosta sisältöön. Hyvä viesti täyttää kolme kriteeriä:

- 1. Nopeasti luettavissa:** Kiireisessä arjessa viestejäsi selataan pikaisesti. Pitkät tekstilohkot jäävät lukematta, joten tiivistä olennainen. Kirjoita lyhyt johdanto, joka kiteyttää ytimen, ja lisää linkki lisätietoihin, esim. ”Kevätkampanjamme käynnistyi – tutustu ja osallistu!”
- 2. Kiinnostava:** Vastaanottajat tilasivat viestisi kiinnostustensa vuoksi. Pohdi, mikä heitä innostaa – ajankohtaiset tiedot, yhteisöllisyys vai edut? Tarjoa arvoa, kuten ennakkokutsuja tapahtumiin tai ”Vain tilaajille: 10 % alennus materiaaleista”.
- 3. Henkilökohtainen:** Personointi luo yhteyden. Käytä vastaanottajan nimeä ja puhuttele suoraan: ”Hei Mikko! Huomasitko uusimman projektimme?” Puhu järjestöstä me-muodossa: ”Me Järjestö Z:ssä olemme innoissamme – tule mukaan!”

Viestin peruselementit

- **Otsikko:** Herätä huomio ja tiivistä sisältö, kuten ”Lahjoita tänään – tue toimintaamme!”
- **Lähettäjä:** Käytä tunnistettavaa nimeä, esimerkiksi ”etunimi.sukunimi@jarjesto.fi”, ja vältä kasvottomia ”noreply”-osoitteita.
- **Yhteystiedot:** Lisää viestiin verkkosivut, sähköposti ja puhelinnumero, jotta yhteydenotto on helppoa.
- **Toimintakäskey:** Anna selkeä kehoitus, kuten ”Lahjoita nyt” tai ”Ilmoittaudu tapahtumaan”.
- **Kuvat:** Hyödynnä visuaalisuutta vahvistaaksesi viestiäsi. Esimerkiksi varainkeruukohteen kuva lisää viestin vaikuttavuutta.
- **Perumismahdollisuus:** Kaikissa uutiskirjeissä tulee olla ”Peru uutiskirjeen tilaus”-linkki, jotta vastaanottaja voi perua viestin helposti.



1.3 AIKATAULUN LAATIMINEN

Creamailerin avulla sulautat viestien suunnittelun ja lähettämisen osaksi työarkeasi. Ajastustoiminnoilla lähetät viestit juuri oikeaan aikaan – esimerkiksi tapahtumakutsun kuukautta ja muistutuksen muutamaa päivää ennen tapahtumaa.

Ajastus varmistaa, että viestisi tavoittavat vastaanottajat oikealla hetkellä.

Esimerkki aikataulusta:

Suunnittelu (päivä 1): Ideoi teemoja ja visuaalista ilmettä, esim. ”Varainkeruukampanja ympäristön puolesta, kuvina luontoa”.

Sisällön tuottaminen (päivä 2): Kirjoita tekstit ja valitse kuvat. Creamailerin tekoäly auttaa sinua sisällön suunnittelussa ja tekstien viimeistelyssä.

Toteutus ja tarkistus (päivä 3): Luo uutiskirje, tarkista tekstit ja testaa näkymä eri laitteilla.

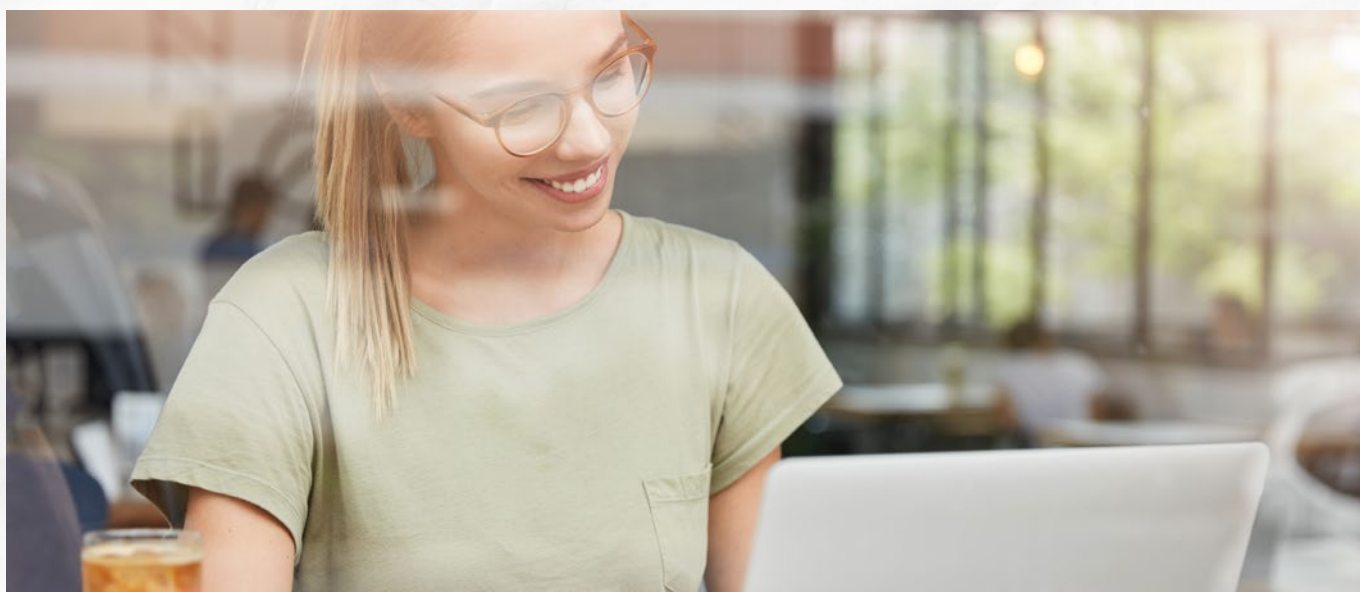
Lähetys (päivä 4): Ajasta viesti esimerkiksi maanantaiaamuksi klo 8, kun vastaanottajasi ovat sähköpostin äärellä.

Muistutus: Ajasta lisäkutsut tarpeen mukaan – ”Viimeinen muistutus: tapahtuma huomenna!”

1.4 LÄHETYSTIHEYD

Lähetystiheys kannattaa suunnitella tarkasti: liian usein lähetetyt viestit voivat häiritä vastaanottajia, mutta liian harvoin viestittäessä riskinä on, että sinut unohdetaan. Jäsenesi arvostavat säännöllistä mutta harkittua yhteyttä. Pohdi, kuinka usein on merkittävää kerrottavaa ja milloin jäsenesi haluavat kuulla sinusta. Hiljaisina aikoina muista, että laatu korvaa määrän.

Järjestöillä tyypillinen uutiskirjetahti on 1–2 viestiä kuussa: esimerkiksi kuukauden alussa ajankohtaisia-kooste ja puolivälissä varainkeruupyynnö. Täydennä viestintää kausiviesteillä, kuten joulutervehdyksillä tai muistutuksilla. Ilmoita lähetystahti jo tilauslomakkeessa: ”Saat uutiskirjeemme kerran kuussa ja tarpeen mukaan jäsentiedotteita.” Näin vastaanottajien odotukset ovat selvät ja luottamus säilyy.



1.5 ANALYTIIKAN SEURAAMINEN

Uutiskirjeviestinnän vahvuus piilee sen mitattavuudessa. Creamailerin analytiikka näyttää reaaliajassa, mikä toimii ja mikä kaipaa kehitystä, ohjaten viestintästrategiaasi oikeaan ja tehokkaampaan suuntaan. Näin varmistat, että viestisi tuottavat lisäarvoa ja tavoittavat oikeat ihmiset.



Avattujen viestien määrä:

Näet kuinka moni ja ketkä avasivat viestisi



Virheelliset osoitteet:

Päivittää listasi ajan tasalle automaattisesti.



Klikkaukset: Tiedät mitkä artikkelit tai linkit kiinnostivat eniten.



Mobiiliavaukset: Näet mobiililaitteilla avattujen viestien määrän.



Jakaminen: Kerro kaverille -toiminto kertoo, ketkä jakoivat viestisi eteenpäin.



Kyselytulokset ja tapahtumat: Saat vastaukset ja ilmoittautumiset Excel- tai CSV-muodossa.



Peruutukset ja roskaposti:

Tunnistat, ketkä eivät enää ole kiinnostuneita uutiskirjeistäsi.

Raportit päivittyvät reaaliajassa, tarjoten arvokasta tietoa viestinnän ja toiminnan kehittämiseen sekä strategian suunnitteluun. Lisäksi voit hyödyntää tekoälyä analytiikan analysoimiseen – näin voit tehdä entistä parempia päätöksiä ja tehostaa viestintääsi.



2. VIESTINNÄN TEHOSTAMINEN CREAMAILERILLA

2.1 TILAAJIEN KERÄÄMINEN

Tilaaajamäärän kasvattaminen on luonteva osa järjestön päivittäistä viestintää, jossa yhdistyvät sekä verkossa että kasvokkain tapahtuvat kohtaamiset.

Monikanavaisuus on avain onnistumiseen – tee tilaamisesta mahdollisimman helppoa ja viesti selkeästi, miksi uutiskirjeen tilaaminen on tilaajalle hyödyllistä.

Kerro avoimesti, millaista sisältöä uutiskirjeesi tarjoaa ja kuinka usein viestejä lähetetään. Läpinäkyvyys vahvistaa luottamusta ja madaltaa kynnystä liittyä tilaajaksi. Hyödynnä myös

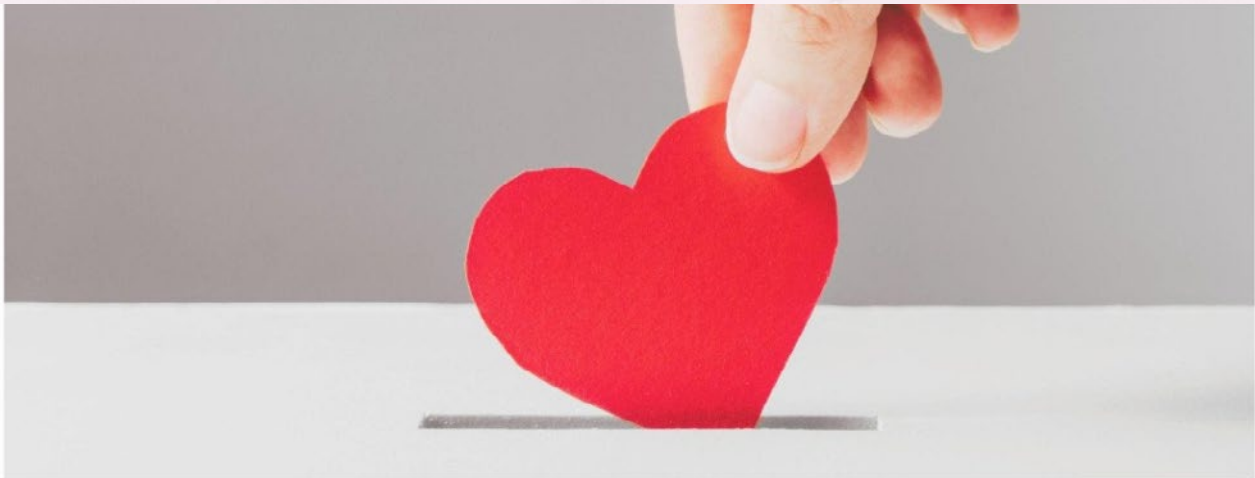
QR-koodia uutiskirjeen tilauslomakkeeseen – se nopeuttaa ja helpottaa tilaamista etenkin tapahtumissa ja kohtaamisissa.

Keinoja:

- **Verkossa:** Lisää uutiskirjeen tilauslomake kotisivuille, someen ja sähköpostiviesteihin.
- **Tapahtumat:** Kerää osoitteita messuilla, koulutuksissa ja jäsenilloissa.
- **Kilpailut:** ”Tilaa uutiskirjeemme – voita lahjakortti!”
- **Materiaalit:** Mainitse uutiskirjeen tilausmahdollisuus flyereissä, lehdissä ja käyntikorteissa.
- **Kohtaamiset:** Lisää QR-koodi odotusaulaan ja kysy viestintälupaa tapaamisissa.



2.2 VARAINHANKINTA



Lahjoita 10 euroa ja tue työtämme

Pienelläkin lahjoituksella on suuri merkitys. Kun lahjoitat 10 euroa, autat meitä jatkamaan arvokasta työtämme. Jokainen lahjoitus tukee konkreettisia tekoja ja mahdollistaa sen, että voimme tarjota apua, tukea ja toimintaa sitä tarvitseville. Kiitos, että olet mukana tekemässä hyvää!

Lahjoita tästä

Uutiskirje on tehokas varainhankintaväline, joka tavoittaa lukijasi nopeasti ja laajasti sekä halutessasi segmentoidusti ja personoidusti.

Creamailerilla luot kampanjoita, jotka innostavat toimintaan – selkeä viesti ja helppo lahjoituspolku ovat avainasemassa.

Esimerkkejä:

Kohdentaminen: ”Kiitos viime vuodesta – autatko jälleen?”

Personointi: ”Hei Sara! Kiitos viime vuoden lahjoituksestasi – tukisitko meitä tänä vuonna 20 eurolla?”

Maksulinkit: Lisää suora linkki MobilePayhin tai korttimaksuun.

Visuaalisuus: Lisää kuva varainhankintakohteesta tai infografiikka varojen käytöstä.

Kiitos: ”Kiitos, Pekka! Lahjoituksesi auttaa pelastamaan metsiä.”

Kampanjat: Joulukampanja – ”Lahjoita 20 € ja saat digitaalisen joulukortin!”

2.3 AKTIVOINTIKAMPANJA

Creamailer auttaa sinua herättelemään passiivisia tilaajia ja pitämään viestintäsi tehokkaana.

Raporteista löydät passiiviset vastaanottajat, eli heidät, jotka eivät ole reagoineet viestintääsi vähään aikaan. Lähetä heille kohdennettu viesti: ”Hei Anna! Olemme kaivanneet sinua – klikkaa jatkaaksesi tai peru uutiskirjeen tilaus tästä.” Tämä lähestymistapa pitää postituslistasi ajan tasalla ja varmistaa, että viestintäsi palvelee aktiivisia vastaanottajia.

2.4 TEKÖÄLY VIESTINNÄN TUKENA

Tekoäly on viestintäsi tehokas apuri, jota kannattaa hyödyntää. Creamaileriin integroitu tekoäly säästää aikaa ja auttaa sinua muun muassa sisällön luomisessa, tekstien kääntämisessä ja kuvien laadinnassa. Se ei korvaa inhimillistä otettasi, vaan täydentää sitä.

Mihin voit käyttää tekoälyä?

Sisällön luomiseen: Tekoäly keksii erilaisia otsikoita, nostoja ja tekstejä nopeasti. Esimerkiksi: ”Lahjoita nyt – jokainen euro vie meitä lähemmäs luonnon pelastamista!” – näin viestisi herättävät huomiota ja innostavat toimintaan.

Kohdentamiseen: Tekoäly ehdottaa personointikeinoja, jotka tekevät viesteistäsi henkilökohtaisempia. Näin vastaanottajasi tuntevat itsensä nähdyksi ja tärkeiksi.

Optimointiin: Tarkastele tekoälyn avulla

avaus- ja klikkausprosentteja ja pyydä siltä konkreettisia parannusideoita, kuten ”Lyhennä otsikkoa” tai ”Kirjoita tekstistä houkuttelevampi”.

Ajoittamiseen: Kysy tekoälyltä parhaat viestien lähetysajat. Tämä maksimoi viestiesi tavoittavuuden.

Kielen tarkistamiseen ja kääntämiseen: Tekoäly huoltaa kieliasun ja kääntää tekstit, varmistaen, että viestisi ovat virheettömiä ja saavuttavat myös monikielisen yleisön.

Esimerkki: Tekoäly luo sinulle varainkeruuviestin otsikon ja tekstin: ”Hei Matti! Tue kevätprojektiamme – 10 € riittää uuteen alkuun!”

2.5 VIESTINNÄN AUTOMAATIO

Automaatiot ovat viestinnän oiva apu. Sen avulla säästät aikaa, vähennät työmäärää ja varmistat, että viestisi tavoittavat oikeat ihmiset oikeaan aikaan. Automaatio ei ole pelkkää teknologiaa – se on tapa tehdä viestinnästä johdonmukaista ja henkilökohtaista ilman jatkuvaa manuaalista työtä.

Automaation mahdollisuudet:

Tervetuloa: ”Hei Kaisa! Tässä tietoa toiminnastamme.”

Muistutukset: ”Huomenna on seminaari – nähdäänkö siellä?”

Sarjat: Esimerkiksi varainkeruu: pyyntö, muistutus ja kiitosviesti.

Segmentointi: Lähetä aktiivisille vastaanottajille lisätietoa ja herättele passiivisia.

Liittyminen: Uusi jäsen saa liittyessään tervetuloaviestin, kyselyn ja tapahtumakutsun – kaikki automaattisesti.

2.6 SOMEJAKAMINEN

Sosiaalinen media on keskeinen osa järjestöjen viestintää, ja Creamailerin avulla hyödynnät sitä helposti.

Somejakaminen lisää viestien, kyselyiden ja tapahtumien näkyvyyttä, tavoittaa uusia potentiaalisia jäseniä tai tukijoita sekä vahvistaa järjestön brändiä.

Kun jäsenet jakavat viestejäs, ne leviävät orgaanisesti, mikä moninkertaistaa vaikutuksen - ilman lisäkustannuksia!

Somejakamisen toteutus Creamailerilla:

Nostoteksti: Lisää Creamailerissa uutiskirjeeseen nostoteksti, joka näkyy, kun uutiskirjeliinkki jaetaan somessa.

Jakopainikkeet: Lisää viestiisi painikkeet suosituihin somekanaviin, kuten Facebookiin.

Valmiit tekstit: Tarjoa valmiita jakotekstejä, joita vastaanottajasi voivat muokata: "Tukeamalla Järjestöämme autat metsiä – lue lisää ja osallistu!" Tämä madaltaa jakamisen kynnystä.

Visuaalisuus: Varmista, että viestissäsi on someystävällinen kuva tai grafiikka, joka näkyy automaattisesti jaetussa postauksessa, esimerkiksi kampanjan logo tai tapahtumakuva.

Kannustimet: Rohkaise jakamiseen pienillä palkinnoilla: "Jaa viesti somessa ja osallistu arvontaan – voit voittaa lipun tapahtumaamme!"

Esimerkki: Varainkeruuviesti, joka sisältää tekstin "Tue toimintaamme – jokainen lahjoitus on tärkeä!" ja painikkeet "Jaa LinkedInissä" ja "Jaa Facebookissa".



3. KYSELYT JA TAPAHTUMAT

3.1 KYSELYT

Jäsenet arvostavat mahdollisuutta vaikuttaa ja osallistua toimintaan. Kyselyt ovat erinomainen tapa vahvistaa yhteisöllisyyttä ja kerätä arvokasta tietoa toimintasi kehittämiseen. Kyselyiden vastaukset auttavat sinua suuntaamaan toimintaa jäsenten toiveiden mukaisesti.

Mihin voit käyttää kyselyitä?

- **Palautteen keräämiseen:** Kysy jäseniltä mielipiteitä toiminnasta, esimerkiksi "Mitä toivot meiltä vuonna 2026? Vastaa 3 kysy-

mykseen!" Näin saat suoraa tietoa kehitystarpeista.

- **Tapahtumasuunnitteluun:** Selvitä, millaiset tilaisuudet kiinnostavat, kuten "Mistä aiheista haluaisit koulutusta?" Vastaukset ohjaavat toimintasi suunnittelussa.
- **Jäsenten sitouttamiseen:** Tarjoa osallistumismahdollisuus, esimerkiksi "Vaikuta seuraavaan tapahtumaamme – vastaa nyt!" Tämä vahvistaa yhteisöllisyyttä.
- **Viestiin yhdistämiseen:** Lisää kysely suoraan uutiskirjeeseesi toimintakäskyllä, kuten "Klikkaa ja kerro mielipiteesi!" Näin vastaaminen on helppoa ja nopeaa.

Esimerkki: Lähetä kysely toimintavuoden päätteeksi – "Kerro mielipiteesi, vain 2 minuuttia auttaa meitä kehittämään toimintaamme!"

[Katso esimerkkikysely eri kysymystyypeistä ja toiminnoista.](#)



Mitä toivot toiminnaltamme?

Haluamme kehittää toimintaamme toiveidesi pohjalta. Vastaa lyhyeen kyselyymme ja kerro, millaista tietoa, toimintaa ja tapahtumia kaipaavat. Vastaaminen vie vain muutaman minuutin, mutta sillä on suuri merkitys – näin voimme rakentaa järjestöstämme juuri sinulle merkityksellisen paikan.

Vastaa kyselyyn

3.2 TAPAHTUMAT

Tapahtumat, kuten koulutukset ja seminaarit, ovat usein järjestöjen toiminnan ydin. Ne tarjoavat jäsenille mahdollisuuden oppia uutta, verkostoitua ja osallistua aktiivisesti toimintaan. Monille jäsenille nämä tilaisuudet ovat arvokkaita kohtaamisia, joita he odottavat innolla. Siksi on tärkeää varmistaa, että tapahtumiin ilmoittautuminen on helppoa ja viestintä sujuvaa, jotta osallistujat saavat tarvittavat tiedot oikeaan aikaan.

Mihin voit käyttää tapahtumailmoittautumisia?

Osallistujien rekisteröintiin: Sisällytä uutiskirjeeseen lomakelinkki, esimerkiksi ”Tule syyspäivillemme 15.5. – ilmoittaudu nyt!”

Tapahtumien markkinointiin: Lähetä kutsu,

esim. ”Osallistu koulutukseemme – paikkoja on rajoitetusti!” Visuaalisuus, kuten tapahtumakuva, lisää houkuttelevuutta.

Muistutusten lähettämiseen: Ajasta muistutus, esimerkiksi ”Nähdään huomenna syyspäivillä!” Tämä muistuttaa osallistujia tapahtumapäivästä.

Tietojen hallintaan: Creamailer kerää ja tallentaa osallistujatiedot, jolloin sinun ei tarvitse kerätä listoja manuaalisesti.

Jälkiviestintään: Lähetä kiitosviesti tapahtuman jälkeen, ”Kiitos osallistumisestasi – katso kuvat täältä!” Näin pidät osallistujat sitoutuneina.

***Esimerkki: Kutsu otsikolla
”Paikkasi tapahtumassamme
X odottaa – tule mukaan!”
Lisää kutsuun selkeä
ilmoittautumispainike ja kuva
edellisestä tapahtumasta,
luoden innostusta osallistua.***



Tehdään hyvää yhdessä - ilmoittaudu heti!

Kevättapahtumamme kutsuu sinut viettämään iloisia hetkiä! Ohjelmassa on mukavaa yhdessäoloa, rentoa tekemistä ja mahdollisuus tutustua uusiin ihmisiin. Tapahtuma järjestetään 20.4., ja mukaan mahtuvat niin uudet kuin vanhat tuttavuudet. Ilmoittaudu mukaan – yhdessä olemme enemmän!

Ilmoittaudu tapahtumaan

4. TIETOTURVA JA HYVÄT KÄYTÄNTEET

4.1 TIETOTURVA JA GDPR

Tietoturva ja EU:n yleinen tietosuoja-asetus, General Data Protection Regulation (GDPR), on tärkeä huomioida kaikessa digitaalisessa viestinnässä. Creamailer noudattaa tarkkoja tietoturvasäännöksiä sekä GDPR:a, jotta voit keskittyä viestintään ilman huolta.

Creamailerin tietoturvan ja GDPR:n keskeiset periaatteet:

- **Tietojen turvallisuus:** Creamailer käyttää vahvaa salausta viestien ja tietojen siirrossa sekä säilytyksessä. Postituslistasi tallentuvat suojatuille palvelimille, ja pääsy on rajoitettu vain valtuutetuille henkilöille.
- **Lainmukainen käsittely:** Kerää vain tarpeellisia tietoja (esim. nimi, sähköposti) ja kerro, miksi keräät niitä: ”Käytämme osoitettasi uutiskirjeiden lähettämiseen.”
- **Suostumus:** Pyydä selkeä suostumus tietojen käyttöön, esimerkiksi tilauslomakkeessa rastilla: ”Kyllä, tilaan uutiskirjeen.” Creamailer tallentaa viestintäluvut automaattisesti.
- **Oikeudet:** Tarjoa vastaanottajillesi helppo tapa tarkistaa, muokata tai poistaa tietonsa – Creamailerilla tämä onnistuu yhdellä klikkauksella.
- **Dokumentaatio:** Ilmoita, miten käsittelet jäsentietoja, esim. ”Säilytämme tietoja jäsenyyden ajan”.

Vinkki: Tuplavarmistus varmistaa, että uutiskirjeen tilaajan sähköposti on hänen omansa. Liittymisen jälkeen hän saa vahvistusviestin, ja osoite aktivoituu napauttamalla linkkiä. Mahdolliset automaattiviestit lähtevät varmistuksen jälkeen.

4.2 LAKI JA HYVÄT KÄYTÄNTEET

Sähköpostiviestintää ja -markkinointia ohjaavat Suomessa EU:n yleinen tietosuoja-asetus (GDPR), sähköisen viestinnän palveluista annettu laki (917/2014) sekä kansallinen tietosuoja laki (1050/2018). Tietosuojavaltuutetun toimisto valvoo lainsäädäntöä, joka asettaa selkeät raamit vastaanottajien oikeuksille ja lähettäjän velvollisuuksille. Creamailer toimii lain ja vaatimusten mukaisesti, joten viestintäsi kunnioittaa aina vastaanottajien oikeuksia. Lisäksi Creamailer seuraa ja noudattaa Asiakkuusmarkkinointiliiton (ASML) ja Kilpailu- ja kuluttajaviraston (KKV) asettamia hyviä käytänteitä.

Noudattamalla lakia ja hyviä käytäntöjä rakennat pitkäjänteisesti luottamusta ja vahvistat järjestösi mainetta vastuullisena toimijana.

5. ESIMERKKI VIESTIPOHJASTA

Logo

JÄSENKIRJE

Helmikuu 2025



Hyvä jäsenemme!

Kesä on täällä – ja sen mukana tulevat pitkät, valoisat illat, lämpimät kohtaamiset sekä uudet mahdollisuudet yhdessä olemiseen ja toimimiseen. Vuodenaika tarjoaa hetkiä hengähtää, mutta myös tilaisuuksia osallistua, vaikuttaa ja innostua uudesta.

Tässä jäsentiedotteessa kerromme sinulle ajankohtaisista tapahtumista, tulevista koulutuksista ja muista tärkeistä päivämääristä, joita kannattaa merkitä kalenteriin jo nyt. Kerromme myös, miten voit olla mukana järjestömme kesäkauden toiminnassa – joko paikan päällä tai etänä.

Lämpimästi tervetuloa mukaan kesän yhteisiin hetkiin!

6. YHTEYSTIEDOT JA LISÄTIETOA

CREMAILERIN KÄYTÖN ALOITAMINEN ON HELPPOA!

1. Mene osoitteeseen www.creamailer.fi.
2. Luo tili nopeasti - alle minuutissa.
3. Tuo yhteystiedot vaivattomasti esimerkiksi Excel- tai CSV-tiedostona.
4. Valitse valmis viestipohja.
5. Muokkaa pohja brändisi mukaiseksi.
6. Hae kuppi kahvia ja anna tekoälyn kirjoittaa sisältö puolestasi.
7. Lähetä ensimmäinen uutiskirjeesi ja tavoita yleisösi!

CREMAILER OY

Sähköposti: info@creamailer.fi

Verkkosivut: www.creamailer.fi

Tutustu Creamaileriin maksutta:
creamailer.fi/demo

Tilaa uutiskirje:
creamailer.fi/uutiskirje

Tutustu oppaisiin:
creamailer.fi/ohjeet