



1 Generatiivinen AI järjestösektorin markkinointimateriaalien tuotannon tukena

RobotAI 2 - älykästä teknologiaa sotealalle - hankkeen tavoitteena on tuoda tekoälyä ja robotiikkaa sote-alan toimintoihin. Hankkeen toiminta pitää sisällään tki-toimintaa, kokeiluja ja yhteistyön kehittämistä. Hanke tukee digitaalisten työmenetelmien ja palveluprosessien käyttöönottoa sote-alalla. Lisäksi hankkeella edistetään sote-toimijoiden ja teknologiaratkaisuja tekevien yritysten välistä yhteistyötä.

Hankkeen yhtenä tuotoksena on kehitetty tämä ohjemateriaali siitä, miten tekoälyä voi hyödyntää järjestökentän markkinointimateriaalien tuottamisessa. Tekoälyohje on laadittu Laurea-ammattikorkeakoulun sosionomiopiskelijoiden pienryhmän projektityönä osana Palveluinnovaatiot opintojaksoa. Projektin tilaajana toimi tuettuja lomiva lapsille ja lapsiperheille järjestävä järjestö. Projektin aiheena oli tekoälyn hyödyntäminen järjestöjen leiritoiminnan markkinoinnissa. **Ohjetta voivat kuitenkin hyödyntää soveltuvin osin myös muut järjestöt markkinointinsa tukena. Ohjeet soveltuvat** järjestötyöntekijöille, joilla on vain vähän tai ei lainkaan kokemusta tekoälyn hyödyntämisestä Ohjeistuksen kehittäminen toteutettiin palvelumuotoilun prosessin neljän vaiheen kautta, joita olivat esiyymmärrys, ideointi, kehittäminen ja testaus.

Järjestöt käyttävät tällä hetkellä markkinointiin useita kanavia, mutta työntekijöillä on vaihteleva taitotaso visuaalisen viestinnässä ja tekoälyn käyttämisessä. Tekoälyn hyödyntäminen markkinoinnin tukena säästää aikaa, yhtenäistää viestintää, vähentää epävarmuutta ja vapauttaa työntekijöitä keskittymään ydintehtäviinsä kuten leirien toiminnalliseen suunnitteluun.

Projektin tuloksena syntynyt materiaali ohjeistaa vaiheittain työnkulkua mainosflyereiden suunnitteluun ja tuottamiseen. Sen avulla järjestö pystyy tuottamaan visuaalisesti yhtenäisiä ja informatiivisia mainoksia nopeammin ilman erillistä graafista osaamista. Konseptin keskeinen idea on pilkkoa flyerituotanto selkeisiin vaiheisiin: kuvan generointi ChatGPT:n kuvamallilla, tekstisisällön tuottaminen erillisellä promptilla sekä lopullisen materiaalin koostaminen Canvassa.

Ohjeistus sisältää sekä perustason termit että käytännön ohjeet koko prosessin ajalta:

- Kuinka tehdä kuvageneraattorilla inklusiivisia ja turvallisia leirikuvia
- Miten tuottaa kohderyhmälle sopiva, selkeä ja innostava mainosteksti
- Kuinka yhdistää kuvat ja tekstit Canvaan visuaaliseksi flyeriksi
- Miten julkaista sisältö oikeassa somekanavassa mahdollisimman vaikuttavasti
- Kuinka muokata tekstien kieltä, sävyä ja pituutta eri tarkoituksiin
- Lisäksi materiaali ohjeistaa yhteisen ChatGPT-tilin käytössä ja turvallisuusnäkökohdissa



2 Termisanastoa tekoälynkäytössä

Tämän termisanaston tarkoituksena on auttaa työntekijöitä ymmärtämään tekoälyn ja digitaalisten työkalujen peruskäsitteet, joita käytetään leiritoiminnan flyer-prosessissa. Sanasto on suunnattu erityisesti aloittelijoille, joille tekoälyn liittyvä sanasto ei ole vielä tuttua.

ChatGPT:

ChatGPT on tekoälyn perustuva keskustelutyökalu, joka pystyy tuottamaan tekstiä, kuvia, ideoita ja ohjeita käyttäjän pyynnöstä. Se toimii sekä tekstintuottajana että kysymysten vastaajana ja ohjeiden toteuttajana. Projektissamme ChatGPT:tä käytetään sekä mainoskuvien että mainostekstien luomiseen.

Prompti:

Prompti tarkoittaa tekstikomentoa tai ohjetta, jonka käyttäjä antaa tekoälylle. Prompti voi olla lyhyt tai hyvin yksityiskohtainen, ja sen laatu vaikuttaa suoraan siihen, millaisen kuvan, tekstin tai muun sisällön tekoäly tuottaa. Esimerkiksi: "Luo iloinen ja värikäs kesäleirikuvan ilman tekstiä."

Kuvageneraattori:

Kuvageneraattori on ChatGPT:n sisäinen toiminto, joka tuottaa kuvia käyttäjän antaman promptin perusteella. Käytämme sitä tekemään flyer-kuvia ilman tekstiä, jotta kuvat voidaan sijoittaa suoraan Canvan pohjiin.

Canva:

Canva on helppokäyttöinen visuaalisen suunnittelun ohjelma, jossa voi tehdä julisteita, esitteitä, somepostauksia ja flyereita. Projektissa Canvaa käytetään yhdistämään tekoälyn tuottamat kuvat ja tekstit valmiiksi ja julkaistavaksi mainosflyeriksi.

CTA (Call to Action):

CTA tarkoittaa toimintakehotusta, esimerkiksi "Hae mukaan", "Ilmoittaudu tästä" tai "Katso lisätiedot". Hyvä flyer sisältää aina selkeän toimintakehotuksen, joka ohjaa vanhempia seuraavaan vaiheeseen.

Kohderyhmä:

Kohderyhmä tarkoittaa niitä ihmisiä, joille flyer tai viesti on tarkoitettu. Esimerkiksi: leiriläisten vanhemmat, nuoret, vapaaehtoiset tai yhteistyökumppanit. Kohderyhmä vaikuttaa sekä tekstin sävyyn että kuvien valintaan.



Inklusiivinen kuva:

Inklusiivinen kuva tarkoittaa kuvaa, jossa näkyy monimuotoisuus turvallisella ja luonnollisella tavalla. Kuvissa voi olla eri kulttuuritaustoja, erilaisia perheitä ja eri-ikäisiä lapsia ilman stereotyyppöitä.

Yhteinen Google-tili:

Yhteinen tili tarkoittaa organisaation yhteiskäyttöistä kirjautumista ChatGPT:hen ja Canvaan. Tämä auttaa varmistamaan, että tekoäly oppii organisaation viestintätavan eikä sisällöt jää yksittäisten työntekijöiden profiileihin.

3 Miksi käyttää yhteistä Google-tiliä ChatGPT-kirjautumiseen?

Yhtenäinen oppiminen:

ChatGPT oppii organisaation tyylistä ja tuottaa ajan myötä yhä paremmin linjassa olevia sisältöjä.

Viestinnän yhtenäisyys:

Kaikki työntekijät saavat samantyyllisiä kuvia ja tekstejä → organisaatiomielikuva vahvistuu.

Turvallisuus ja hallinta:

Sisällöt eivät jää yksittäisten työntekijöiden tileille.

Nopeampi työskentely:

ChatGPT muistaa aiemmat flyerit ja pystyy jatkamaan niiden pohjalta.

4 Some-suositukset eri kohderyhmille

Leiritoiminnan markkinointia kannattaa kohdentaa oikeisiin somekanaviin, jotta viesti tavoittaa mahdollisimman hyvin kohderyhmänsä. Eri kanavissa kannattaa painottaa kanavalle sopivaa sisältöä, mutta yhtenäisen visuaalisen ilmeen ja selkeän toimintakehotuksen (CTA) tulee näkyä kaikissa julkaisuissa. Somesisältöjen tehtävä on herättää kiinnostus ja ohjata vanhemmat tarkempien tietojen äärelle, kuten verkkosivuille tai ilmoittautumislomakkeeseen.

Facebook - vanhemmat & yhteisö:

- Tavoittaa parhaiten perheet
- Pidemmät infotekstit ja tapahtumailmoitukset
- Puskaradiot toimivat hyvin
- Lisää selkeä kuva + linkki ilmoittautumiseen

Instagram - nuoret ja nuoret aikuiset:

- Visuaalinen sisältö toimii parhaiten
- Lyhyet tekstit ja tarinat
- Käytä yksi vahva kuva + lyhyt toimintakehoitus (CTA)

Omat verkkosivut

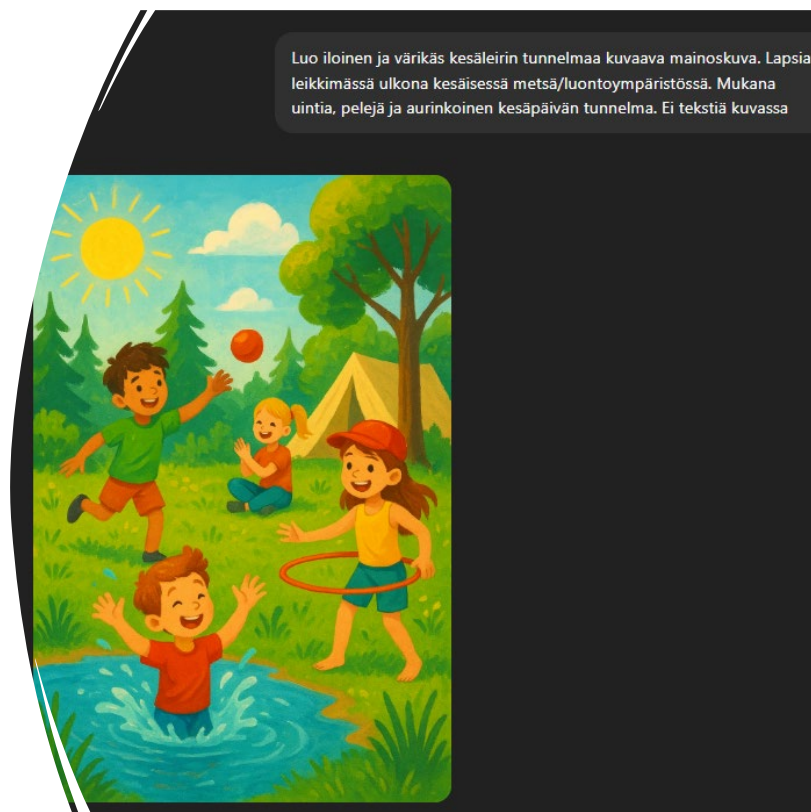
- Virallinen tieto leireistä
- Sisältää aikataulut, ohjeet, hinnat
- Somepostaukset aina linkitetään tänne

5 Vaihe 1: Mainoksen tekemisen aloittaminen

Tässä vaiheessa tuotetaan flyerille kuva tekoälyn avulla. Kuvat tehdään aina ilman tekstiä, jotta ne soveltuvat hyvin Canvaan.

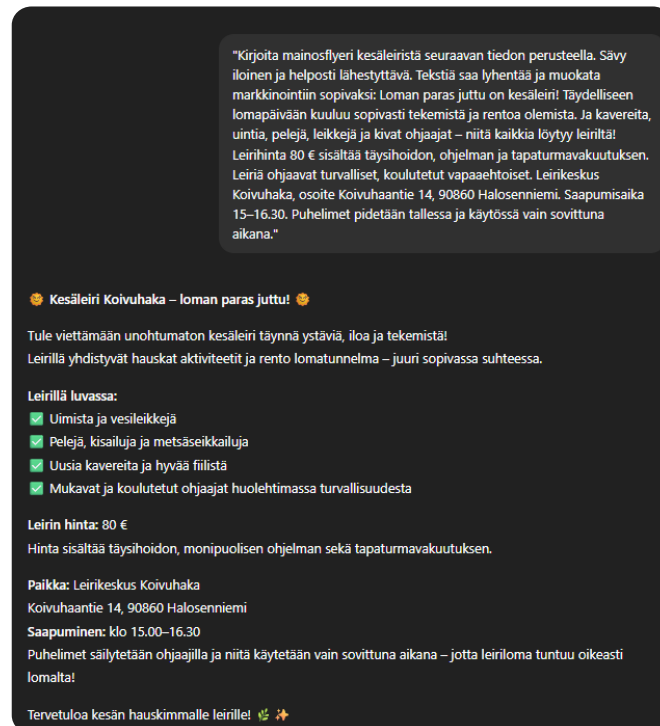
Miten tuotan kuvan?

Kirjoita ChatGPT:lle selkeä ja yksityiskohtainen kuvaus pohja mallikuvan mukaisesti:



6 Vaihe 2: Mainostekstin tuottaminen ChatGPT:llä

Kun kuva on valmis, tuotetaan mainostekstit erillisellä promptilla. Tekstin voi perustella leirimateriaaliin ja vanhempien yleisimpiin kysymyksiin liittyen. Promptissa kannattaa tarkentaa kohderyhmä, leirin perustiedot ja toivottu sävy. Tekstiä tuottava prompti on hyvä pyytää samassa keskustelussa, jossa leiriä varten generoitu kuva tuotettiin.

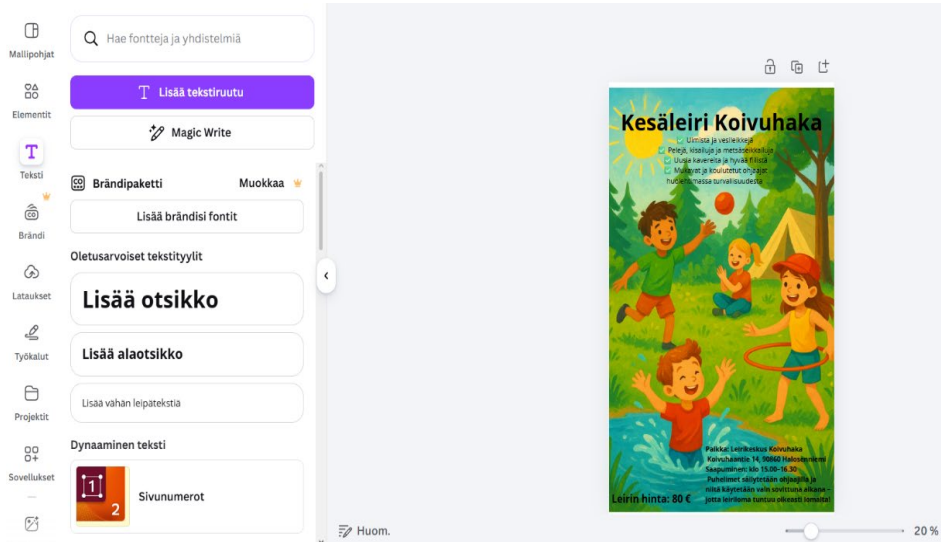


7 Vaihe 3: Kuvan ja tekstin yhdistäminen Canvaan

Kun kuva ja tekstit ovat valmiit, ne siirretään Canvassa olevaan flyer-pohjaan. Suosiseltu malli on **Mainostaulu (Pystysuuntainen) 1512 x 2592 px.** Voit aloittaa uuden pohjan canva sivun vasemmasta yläreunasta kohdasta **± Luo.** Tavoitteena on selkeä, helppolukuinen ja vanhempia puhutteleva kokonaisuus.

Canvassa voit:

- lisätä kuvan taustalle
- sijoittaa tekstilaatikot selkeästi
- käyttää organisaation värejä ja fontteja
- tallentaa flyerin someen tai tulostamiseen



8 Vaihe 4: Kuvan julkaiseminen someen

Kun mainoskuva ja teksti ovat valmiit, julkaise sisältö valitsemassasi somikanavassa (esim. Instagram, Facebook tai). Lisää kuvaan lyhyt ja innostava kuvateksti, joka kertoo kesäleirin pääkohdat ja ohjaa ilmoittautumaan. Hyödynnä tarvittaessa aihetunnisteita, kuten #kesäleiri #leiriohjelma #nuorisotoiminta, jotta julkaisu tavoittaa laajemman yleisön. Varmista lopuksi, että kuva ja teksti näkyvät oikein sekä mobiili- että tietokoneversiossa.

9 Mainostekstin sävyn ja kielen muuttaminen

ChatGPT voi muokata tekstiä tilanteen ja kohderyhmän mukaan. Esimerkkejä pyynnöistä:

- “Kirjoita teksti vanhemmille suunnatuksi.”
- “Tee tästä nuorille innostavampi ja lyhyempi versio.”
- “Kirjoita selkokielellä.”
- “Tiivistä 30 % lyhyemmäksi.”

Kieliversiot:

Voit pyytää tekstin englanniksi, ruotsiksi, arabiaksi jne. Muista tarkistaa käännökset. Esimerkkejä:

- “Kirjoita sama teksti ruotsiksi nuorille sopivalla tyyllillä.”
- “Muokkaa tämä mainosteksti arabiaksi ja pidä sävy ystävällisenä.”
- “Kirjoita tämä ohjeistus selkeällä ja helpolla englannilla.”



10 Huomioita mainoskuvien muokkaamisesta Inklusiivisiksi ja monimuotoisiksi

Miksi tämä on tärkeää?

Leirit ovat kaikille lapsille, joten kuvien tulee heijastaa moninaisuutta turvallisella tavalla.

Prompt-esimerkkejä kuvien muokkaamiseen:

- “Muokkaa kuvan lapset olevan eri kulttuuritaustoista leikkimässä yhdessä.”
- “Muokkaa kuvaa niin että se sisältää Inklusiivisen ryhmän neutraalissa luonnonympäristössä.”
- “Luo realistinen, lämminhenkinen kuva.”

Tarkista aina:

- Ei stereotyyppisiä
- Ei anatomisia virheitä (Tekoäly voi välillä tehdä ihmiskuvissa ylimääräisiä sormia)
- Ei epämääräistä “tekoälyfiilistä”
- Tunnelma on positiivinen ja turvallinen

i Tietoa hankkeesta

RobotAI2- hanke tuo kokeilujen avulla älykästä teknologiaa, kuten robotiikkaa ja tekoälyä sote-alalle ja luomme alan verkostoa. Hanketta koordinoi Laurea Ammattikorkeakoulu ja rahoittaa Euroopan unionin aluekehitysrahoitus ja Uudenmaan liitto 1.1.2025-31.12.2026 Lisätiedot: Reija Arnberg reija.arnberg@laurea.fi

[#RobotAI](#) [#Robotiikka](#) [#Sote](#) [#AI](#)

[#EUUnTuella](#) [#UudistuvaJaOsaavaSuomi](#) [#EUrahastot](#) [#rakennerahastot](#) [#EAKR](#)