

KaMu Kanta-Häme / Päijät-Häme

Kasvua ja menestystä uusiutumalla

Tekoäly töihin yritystoiminnassa

Päivi Nummenranta 26.2.2025



Tekoäly töihin



✓ Hyödyt:

- Säästää aikaa ja tehostaa työtä
- Parantaa asiakaskokemusta ja tukee liiketoiminnan kehitystä
- Vähentää paperinkulutusta ja matkustustarvetta → pienempi ympäristövaikutus
- Tehostaa resurssien käyttöä ja vähentää jätettä
- Voi auttaa ilmastonmuutoksen torjunnassa
- Vapauttaa aikaa luovaan ja inhimilliseen työhön

⚠ Haasteet:

- Suuri energiankulutus → tekoälyn hiilijalanjälki
- Riippuvuuden riski – inhimillinen vuorovaikutus säilytettävä
- Vastuulliset valinnat: energiatehokkaat ja eettiset tekoälyratkaisut
- Teknologian hallinta keskittyy harvoille
- Voi lisätä resurssien epätasaista jakautumista

Hyödyt ja haasteet



Tekoäly tarjoaa monia hyötyjä, kuten *tehokkuuden parantamista, resurssien säästöä ja innovaatioiden edistämistä*. Se voi esimerkiksi optimoida energiankulutusta, vähentää jätettä ja kehittää ympäristöystävällisiä ratkaisuja.

Tekoälyn avulla voidaan myös *automatisoida rutiinitehtäviä*, jolloin ihmisille jää enemmän aikaa luovaan ja inhimillistä harkintaa vaativaan työhön.

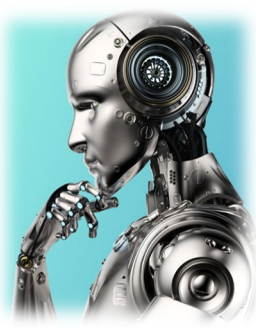
Lisäksi tekoäly *voi auttaa ratkaisemaan kestäväen kehityksen haasteita*, kuten ilmastonmuutoksen torjuntaa ja luonnonvarojen hallintaa.

Tekoälyllä on kuitenkin myös haittapuolia, erityisesti sen *suuri energiankulutus ja hiilijalanjälki*. Suuret kielimallit ja tekoälyn laskentatehoa vaativat sovellukset *kuluttavat paljon sähköä*, mikä voi lisätä kasvihuonekaasupäästöjä, jos energiantuotanto ei ole uusiutuvaa.

Lisäksi tekoälyn kehitys *voi lisätä resurssien epätasaista jakautumista*, kun suuryritykset hallitsevat teknologiaa ja sen hyötyjä.

Siksi on tärkeää kehittää energiatehokkaita tekoälyratkaisuja ja varmistaa, että niiden käyttö tukee kestäväen kehityksen tavoitteita.

Ratkaisuja



- Q Opetellaan käyttämään tekoälyä tehokkaammin ja vastuullisemmin
- Q Käytä tehokkaasti ja harkiten:
 - Q Vältä turhaa kokeilua:
Suunnittele kysymyksesi etukäteen, jotta saat tarvitsemasi vastauksen mahdollisimman vähillä pyynnöillä.
 - Q Hyödynnä aiemmat vastaukset:
Jos saat hyödyllisen vastauksen, tallenna se sen sijaan, että kysyisit samaa uudelleen.
 - Q Suosi ytimekkäitä pyyntöjä:
Täsmällisempiä kysymyksiä varten tarvitaan vähemmän laskentatehoa.
- Q Valitse vastuullinen palveluntarjoaja
 - Q Käytä palveluita, jotka hyödyntävät uusiutuvaa energiaa.

Ratkaisuja



- Q Yhdistä tekoäly ja perinteiset menetelmät
 - Q Hyödynnä AI:ta vain silloin, kun se tuo aidosti lisäarvoa. Joskus perinteiset hakukoneet tai omat muistiinpanot voivat olla nopeampi ja energiatehokkaampi vaihtoehto.
- Q Vähennä digitaalista kuormitusta
 - Q Sulje tarpeettomat sovellukset ja välilehdet AI:n käytön ajaksi.
 - Q Käytä energiatehokasta laitetta ja vältä turhaa taustaprosessien pyörittämistä.
- Q Hyödynnä tekoälyä kestäväen kehityksen edistämiseen
 - Q Parempi resurssienhallinta – Käytä tekoälyä optimoimaan energiankulutusta liiketoiminnassasi.
 - Q Vihreä markkinointi – Luo tekoälyn avulla kampanjoita, jotka edistävät ekologisia arvoja.
 - Q Automaatio ja jätteen vähentäminen – Tekoäly voi auttaa vähentämään turhaa tuotantoa ja materiaalihukkaa.



Miten lähteä liikkeelle kielimallin kanssa?

Mieti ensin:



- 1. Tunne tarpeesi** – Mieti, mihin tarvitset tekoälyä.
Onko se kirjoittamiseen, ideointiin, kysymyksiin vastaamiseen vai johonkin muuhun?
- 2. Kysy selkeästi** – Muotoile kysymykset tai pyynnöt mahdollisimman selkeästi.
Mitä tarkempi ja yksinkertaisempi kysymys, sitä paremmin kielimalli pystyy auttamaan.
- 3. Käytä keskustelun muotoa** – Voit käydä keskustelua kielimallin kanssa, kuten keskustelisit ihmisen kanssa.
Vastausten lisäksi voit tarkentaa, muuttaa tai kysyä lisäkysymyksiä.
- 4. Kokeile erilaisia tehtäviä** – Testaa kielimallia eri tilanteissa.
Voit käyttää sitä esimerkiksi tekstin kirjoittamiseen, ideoiden kehittämiseen, käännöksiin tai oppimiseen.
- 5. Tarkista ja säädä** – Jos et ole tyytyväinen vastaukseen, pyydä tarkennuksia tai muokkausta. Kielimalli kehittyy vuorovaikutuksessa ja palautteessa.

Roolitus – kysyin kielimallilta itseltään



*Kumpi on tehokkaampi tapa toimia: kertoa, **mitä minä teen** - olen maaseutumatkailuyrittäjä - vai **roolittaa sinut** sanomalla, että olet maaseutumatkailuyrittäjä?*

”Jos haluat, että toimin esimerkiksi maaseutumatkailuyrittäjän näkökulmasta, on helpompaa, jos roolitat minut suoraan:

”Olet maaseutumatkailuyrittäjä, joka haluaa kehittää markkinointiaan. Miten lähtisit liikkeelle?” Tällöin hyppään heti oikeaan rooliin ja vastaan ikään kuin olisin siinä tilanteessa.

Jos taas kerrot vain omasta roolistasi (“Olen maaseutumatkailuyrittäjä. Miten lähtisin kehittämään markkinointiani?”), ymmärrän kyllä tilanteen, mutta saatan lähestyä sitä enemmän ulkopuolisen asiantuntijan näkökulmasta.

Eli jos haluat, että eläydyn tilanteeseen ja ajattelen kuin olisin sinä, roolita minut suoraan! Jos taas haluat ulkopuolista näkökulmaa, kerro vain oma tilanteesi. Molemmat toimivat, mutta eri tavalla.”

Brändi



Miten liikkeelle brändin suhteen?



Mieti ensin:

1. **Taustatiedot** – Kerro yrityksestäsi: toimiala, arvolupaus, kohderyhmä.
2. **Brändin nykytila** – Onko brändi uusi vai kehitettävä?
Mitä haasteita olet kohdannut?
3. **Toiveet ja tavoitteet** – Mitä haluat, että kielimalli luo sinulle?
Logon, sloganin, some-strategian, tarinankerronnan?
4. **Tyyli ja tunnelma** – Onko brändi rento, ylellinen, perinteinen, moderni?
5. **Esimerkit ja referenssit** – Jos sinulla on inspiroivia esimerkkejä,
mainitse ne.

Miten liikkeelle brändin suhteen?



Muotoile kehote (komento, pyyntö, prompti) – esimerkiksi näin:

Olen perustanut maaseutumatkailuun keskittyvän yrityksen, joka tarjoaa vuokramökkejä luonnon rauhassa. Kohderyhmäni ovat ruotsinkieliset lapsiperheet Pohjois-Pohjanmaalla, jotka arvostavat aitoutta ja kiireetöntä lomailua.

Haluaisin kehittää brändiäni selkeämmäksi ja erottuvammaksi.

Tavoitteenani on:

- *Brändin tarinan ja arvolupauksen selkeyttäminen*
- *Visuaalinen ilme (värit, logo-idea, fontit)*
- *Some-strategia ja viestinnän sävy*

Haluan, että brändi tuntuu lämpimältä, perinteiseltä mutta modernilla otteella. Inspiraationa ovat Tove Janssonin kuvamaailma ja Bed&Breakfast:n maanläheinen brändäys tyyliin Peti&Puuro.

Voitko antaa konkreettisia esimerkkejä työkaluista, esittelypostauksista ja sisällöntuotannon ideoista?

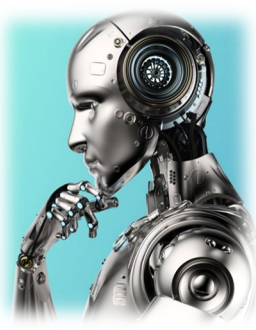
Miten liikkeelle brändin suhteen?

Mitä saat?

(kielimalli ei toista itseään sanasta sanaan - seuraavalla kerralla sama kehote antaa samantyyppisen vastauksen, mutta ei samaa)

- Bränditarina: ”...yrityksemme syntyi halusta tarjota perheille pakopaikka arjesta...”
- Arvolupaus: ...mökkimme ovat portti aitoon luontokokemukseen...”
- Visuaalinen ilme: väripaletti, logo-idea ja fontti
- Some-strategia ja viestinnän sävy
- Esittelypostaukset ja teemat: ensimmäinen Ig-esittely, brändin esittelyvideon käsikirjoitus, kampanjaideoita

Katso tästä esimerkkikehote ja koko vastaus: [kielimalli Clauden ehdotus](#)



Kehote-ehdotuksia brändiin liittyen



- *Miten voit auttaa minua yritykseni brändin luomisessa?*
- *Kirjoita minulle kuukauden ajalle **työkalendar**i, minkä avulla lähdän suunnittelemaan ja tarkentamaan yrityksen brändiä.*
- *Mitä kaikkea täytyy miettiä, kun lähdän vahvistamaan yritykseni brändiä. **Kerro selkeät, yksityiskohtaiset ohjeet.***
- *Tee **tarkistuslista** asioista, jotka täytyy huomioida brändin luomisessa. Tee lista **taulukkomuotoon**.*
- *Tee infograafiehdotus brändin luomisesta.*
- *Miten huomioin **kestävän kehityksen** brändin luomisessa?*
- *Tee **vuosikello**, miten ylläpidän yritykseni brändiä.*

Markkinointi



Kehote-ehdotuksia markkinointiin



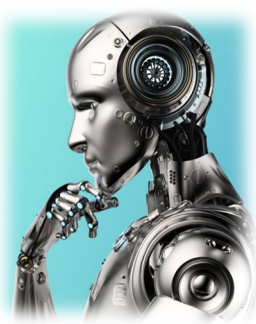
Miten voit auttaa minua yritykseni markkinointisuunnitelman luomisessa?

Mitä tarkempi kehote, sen parempi vastaus:

Yritykseni toimiala on maaseutumatkailu. Meillä on kaksi lomamökkiä ja yksi talviasuttava mökki. Lisäksi meillä on vuokrattava asuntoauto. Toimimme Pohjois-Pohjanmaalla. Haluaisin tavoittaa seudun ruotsinkielisiä lapsiperheitä. Tee minulle käytännöllinen ja selkeä markkinointisuunnitelma. Suunnitelmaan pitää sisältyä vuosikello ja radiomainontaa.

Katso tästä esimerkkikehote ja koko vastaus: [kielimalli ChatGPT:n ehdotus](#)

Kehote-ehdotuksia markkinointiin



Kysy tekoälyltä, miten kysyä:

Minkälaisella promptilla saan sinulta parhaan vastauksen, kun kyseessä on pk-yrityksen markkinointi ja sen suunnittelu?

"Minulla on pieni maaseutumatkailuyritys, joka tarjoaa vuokramökkejä luonnon rauhassa Pohjois-Pohjanmaalla. Kohderyhmäni ovat ruotsinkieliset lapsiperheet, jotka arvostavat kiireetöntä lomailua ja aitoa mökkitunnelmaa.

Tällä hetkellä meillä on verkkosivut, mutta some (Instagram ja Facebook) on ollut vähällä käytöllä. Haasteena on se, että kilpailijoita on paljon, ja haluaisin erottua joukosta.

Tavoitteenani on:

- Lisää näkyvyyttä ja varauksia some- ja sisältömarkkinoinnilla*
- Selkeä ja yhtenäinen brändimielikuva (lämpö, aitous, perinteet)*
- Hyvin toimiva strategia orgaaniseen kasvuun, koska budjetti on rajallinen*

Miten voisın rakentaa toimivan markkinointisuunnitelman tekoälyn avulla? Voitko antaa konkreettisia esimerkkejä strategioista, somepostausten ideoista ja tekoälytyökaluista, jotka tukisivat tätä?"

Kehote-ehdotuksia: markkinoinnin vuosikello



Kerro kolme erilaista esimerkkiä markkinoinnin vuosikellosta. Tee myös graafinen esitys.

”Alla on kolme erilaista esimerkkiä markkinoinnin vuosikellosta pk-yrityksellesi, joissa painopisteet ovat eri asioissa. Esimerkeissä huomioidaan mm. sesonkien vaihtelu, paikalliset tapahtumat sekä digitaalinen sisältömarkkinointi. Seuraavassa on myös graafiset esitykset taulukkomuodossa, jotka auttavat hahmottamaan kuukausittaiset toimenpiteet.”

- **Sesonkipohjainen vuosikello (Maaseutumatkailuyritys)**
 - Sopii yritykselle, jonka myynti on sidottu lomakausiin ja vuodenaikoihin.
- **Somekeskeinen vuosikello (Pieni brändiyritys)**
 - Tämä vuosikello keskittyy orgaaniseen näkyvyyteen somessa ja yhteisön rakentamiseen.
- **B2B-yrityksen vuosikello (esim. konsultti- tai koulutuspalvelut)**
 - Tämä vuosikello hyödyntää sisältömarkkinointia ja tapahtumia.

Tekoäly somepostausten tukena



Mitä ja miten?



- **Ideoiden kehittäminen:**
 - Keksi sisältöideoita esimerkiksi kampanjoihin, ajankohtaisiin aiheisiin tai asiakastarpeisiin liittyen.
- **Tekstien kirjoittaminen:**
 - Luo somepostauksen runko tai valmiita tekstejä eri tyylisille kanaville.
- **Hashtag-ideat:**
 - Pyydä ehdotuksia aiheeseen liittyvistä hashtagista.
- **Kuvien luominen:**
 - Käytä tekoälyä visuaalisten sisältöjen, kuten somemainosten tai taustakuvien, luomiseen.
- **Julkaisusuunnitelmat:**
 - Kysy apua somekalenterin rakentamiseen ja postausten aikatauluttamiseen.
- **Käännökset ja oikoluku:**
 - Hyödynnä tekoälyä käännöksissä tai tekstien viimeistelyssä.

Kehote-ehdotuksia erilaisiin somepostauksiin



1. Tarinallinen somepostaus

"Kirjoita lämminhenkinen Instagram-postaus, jossa kerron kevään ensimmäisestä päivästä maatilallamme. Kohderyhmänä lapsiperheet, jotka kaipaavat rauhallista lomaa luonnon keskellä."

2. Myyntiä edistävä postaus

"Laadi Facebook-julkaisu, jossa mainostan kevään viikonloppulomia kahden yön pakettina. Korosta kiireetöntä maaseutuelämystä ja lähellä tuotettuja herkkuja."

Muista lisätä toimintakehote: Varaa nyt! tai Kysy lisää!

3. Asiakaspalautetta hyödyntävä postaus

"Kirjoita Instagram-postaus, jossa käytän asiakkaan palautetta kesän mökkilomasta. Nostan esiin rauhallisen ympäristön ja perheen yhdessäolon merkityksen."

Kehote-ehdotuksia erilaisiin somepostauksiin



4. Behind the Scenes -postaus

*"Tee ystävällinen ja humoristinen somepostaus, jossa näytän, kuinka valmistelen mökit kevätsezonkiin.
Kerro pieni tarina siitä, miten talven jäljiltä luonto herää."*

5. Arvontapostaus

"Kirjoita Instagram-arvontapostaus, jossa palkintona on yhden yön majoitus ja saunavuoro. Kohderyhmänä lapsiperheet, ja tavoitteena saada uusia seuraajia."
Muista ohjeistaa osallistuminen: Tykkää, kommentoi ja tää kaveri!

Ostopolku



Kehote-ehdotuksia ostopolusta



Miten voin parantaa asiakkaideni ostopolkua sekä digitaalisessa että ei-digitaalisessa ympäristössä.

Voitko kertoa, miten tekoälyä voi hyödyntää asiakassegmentoinnissa, kysynnän ennustamisessa ja asiakaspalvelussa?

Lisäksi, miten voin yhdistää nämä strategiat parantaakseni kokonaisvaltaista asiakaskokemusta?

Voitko kertoa jokaiseen kohtaan kaksi konkreettista esimerkkiä tai toimintoa, mitä teen.

Kehote-ehdotuksia asiakaspolun eri vaiheisiin



Miten minun kannattaa kysyä sinulta neuvoa, kun haluan mieltä ja suunnitella ei-digitaalisen asiakaspolun ja digitaalisen ostopolun?

Esimerkki 1: "Voisitko auttaa minua suunnittelemaan ei-digitaalisen asiakaspolun yritykselleni, joka toimii fyysisessä liikkeessä? Haluaisin ymmärtää, miten voin optimoida asiakaskokemuksen myymälässä, kuten esillepanot, henkilökohtainen palvelu ja myymälätilojen layout. Mitä asioita minun tulisi ottaa huomioon?"

Esimerkki 2: "Tarvitsen neuvoja digitaalisen ostopolun suunnitteluun verkkokaupassani. Miten varmistan, että asiakkaat löytävät helposti tuotteeni, saavat riittävästi tietoa ja tekevät turvallisia ostopäätöksiä? Voisitko antaa vinkkejä muun muassa verkkosivun käytettävyydestä, maksutavoista ja asiakastuesta?"

Esimerkki 3: "Haluaisin yhdistää ei-digitaalisen ja digitaalisen asiakaspolun saumattomaksi kokonaisuudeksi. Voisitko ehdottaa, miten voin integroida fyysisen myymäläkokemuksen (esim. tapahtumat, henkilökohtainen palvelu) ja digitaalisen ostoprosessin (verkkokauppa, varausjärjestelmä) niin, että asiakas kokee yhtenäisen palvelukokemuksen? Mitä elementtejä ja kosketuspisteitä tulisi painottaa?"

Ja lopuksi...



Kaikki lähtee asiakkaasta

- ✓ Brändi ja asiakasymmärrys ovat edelleen markkinoinnin perusta
- ✓ Tekoäly tukee matkaa tietoisuudesta ostoon sekä digitaalisessa että ei-digitaalisessa ostopolussa
- ✓ Asiakassegmentointi, kysynnän ennustaminen ja asiakaspalvelu tehostuvat ai:n avulla

Käytännön työkalu

- ✓ Markkinointisuunnitelma ja vuosikello
- tekoäly apuna suunnittelussa
- ✓ Personoitu viestintä ja sisällöntuotanto
- tehokkaammat somepostaukset
- ✓ Ennakoiva asiakaspalvelu ja kysynnän ennustaminen

Vastuullinen tekoälyn käyttö

- ✓ Käytä harkiten ja tehokkaasti
- suunnittele kysymykset etukäteen
- ✓ Yhdistä tekoäly ja perinteiset menetelmät
- käytä vain kun tuo aidosti lisäarvoa
- ✓ Suosi energiatehokkaita ratkaisuja
- pienennä hiilijalanjälkeä

Seuraavat askeleet

- ✓ Varaa aikaa markkinoinnin suunnittelulle
- ✓ Opettele tekoälyn tehokas käyttö
- blogit, podit, valmennukset
- ✓ Kokeile rohkeasti mutta vastuullisesti
- jatkuva oppiminen

"Tekoäly ei korvaa markkinoijaa, vaan se markkinoija joka käyttää tekoälyä korvaa markkinoijan joka ei käytä."

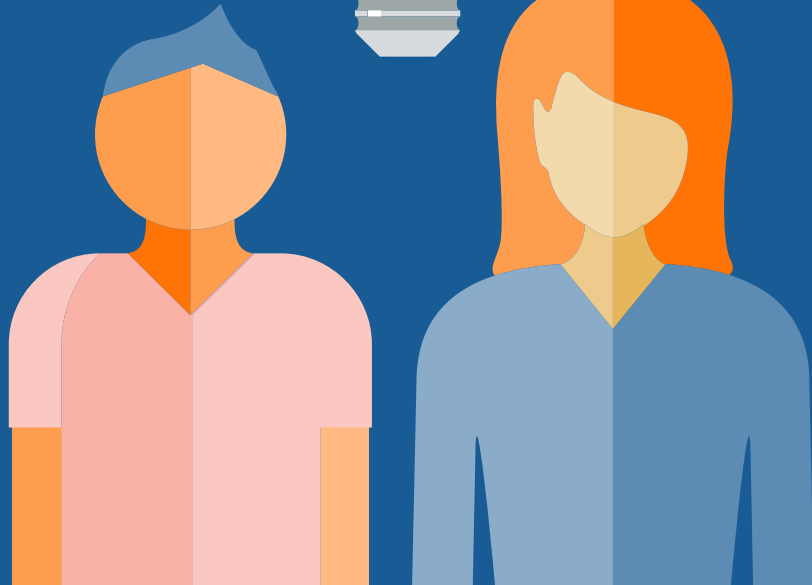
“Tekoäly markkinoinnin apuna - mikä on totta 2025?”

[Antti Merilehdon webinaari](#)

- Mikä on hyvä kattaus tekoälytyökaluja, joilla markkinoinnin kannattaa työtä tehdä?
- Miten tekoälyagentit vaikuttavat arkeen?
- Kuinka tekoäly mullistaa videoiden tuotannon?
- Miten pystyn perustelevaan tekoälyn käytön omassa organisaatiossa?



**Kiitos,
hyvää
alkavaa
kevättä!**



maaseutu.fi



Euroopan unionin
osarahoittama