

Lääkäriportaalin sisältömarkkinoinnin ohje

Asiakas tuottaa 1) **artikkelin** ja siitä 2) **noston**, joka on uutiskirjeissä julkaistava lyhyt, lukemaan houkutteleva sisältö.

Artikkeli voi käsitellä mitä tahansa aihetta, josta asiakas haluaa kertoa lääkärikohderyhmälle. Sisältö voi käsitellä yleisesti kiinnostavaa asiaa tai se voi olla ”täsmätietoisku”. Tekstisisältöä suunniteltaessa kannattaa miettiä, mitkä seikat artikkelissa ovat uutisia ja kiinnostavat erityisesti lääkäreitä – Lääketeollisuuden Eettisiä ohjeita noudattaen.

Artikkeli koostuu seuraavista osista

- Artikkelissa on uutismainen, lääkäriä kiinnostava otsikko (ytimekäs, informatiivinen ja lukemaan houkutteleva), otsikon pituus n. 60–70 merkkiä.
- Artikkelissa otsikon jälkeen on ingressi (n. 230–250 merkkiä tekstiä, joka toimii houkuttelevana johdantona artikkeliin).
- Artikkelin, jossa on teksti väliotsikoineen. Suositeltava merkkimäärä artikkeliin on 2 500–3 000 merkkiä, ilman välilyöntejä. Artikkelissa voi olla tekstiä, kuvia, videoita, infografikkua ja linkkejä.
- Artikkelissa tulee olla yksi aiheeseen liittyvä kuvituskuva (ei tuotemainos, ei tekstiä) koko: minimissään 690x360 px, jpg-formaatti.
- Tarvittaessa listaus artikkeliin halutuista lisätietolinkeistä, esimerkiksi valmisteyhteenvetoteksti.

Kuukauden mittaiseen sisältömarkkinointiyhteistyöhön kuuluu viikon ajan otsikkonäkyvyyttä Lääkäriportaalin uutisten yhteydessä ja viikon ajan nostonäkyvyyttä uutiskirjeissä.

Nosto koostuu seuraavista osista

Uutiskirjeen nosto on yhtä kuin artikkelin otsikko, ingressi ja kuva. Kuva 300x250 px, jpg-formaatti. Kuva ei saa olla tuotemainos eikä sisältää tekstiä.

Huom! Lukijat päätyvät lukemaan artikkelin uutiskirje- ja otsikkonoston kautta. Artikkelin nostossa ja otsikossa kannattaa tuoda esille lääkäriä kiinnostava uutisnäkökulma.

Noston huomioarvo vaikuttaa suoraan artikkelin lukukertoihin.

Terve Media lisää artikkelin alkuun tekstin: KAUPALLINEN YHTEIS-
TYÖ ja artikkelin loppuun tekstin: ”Kaupallinen kumppani: Yritys.
Tämä sisältö on kaupallisen kumppanin tuottamaa ja kumppani
vastaa toimituksellisesta sisällöstä.”

Ystävällisin terveisin
Laura Koskela
Tuotannon päällikkö,
sisältömarkkinointi
Terve Media Oy
laura.koskela@tervemedia.fi
puh. 040 717 6439



Esimerkki artikkelista

- KAUPALLINEN YHTEISTYÖ -teksti
- Houkutteleva, kohderyhmää puhutteleva otsikko
- Ingressi, joka johdattaa aiheeseen ja houkuttelee lukemaan artikkelin.
- Asiakkaan toimittama kuvituskuva (ei mainos) koko: minimissään 690x360 px, jpg-formaatti
- Artikkeliteksti (suositeltava merkkimäärä 2 500–3 000 merkkiä ilman välilyöntejä)
- Artikkelisiin voidaan liittää taulukoita, esitysgraafikkaa ja upottaa videoita (esim. YouTube, Vimeo)

Esimerkki nostosta



KAUPALLINEN YHTEISTYÖ

Endokrinologit etätystä – Kokemukset kyselyn mukaan positiivisia

Vastaanotto sujui nopeasti ja asiat saatiin käsitellyä hyvin. Sähköiset viestimet tuntuivat olevan potilaille hyvin hallussa. Muun muassa näin kertoivat endokrinologit Lääkäriportaalin etätystyössä. Kaikki kyselyyn vastanneet endokrinologit ilmoittivat, että etätystyö houkuttaa juuri nyt. Mitkä ovat sen hyödyt?

Miten kirjoitan hyvän artikkelin?

Hyvä artikkeli tuottaa selkeästi lisäarvoa tai hyötyä lääkärikohderyhmälle. Artikkelin ei keskity tuotteen tai valmisteen, vaan tuo selvän vastineen käytetyille ajalle esimerkiksi kertomalla uutta tietoa tai lääkärin työhön ja potilaiden hoitoon vaikuttavia näkökulmia. Kliinikon olisi hyvä kokea saavansa arvokasta tietoa tai kollegoiden kokemuksia viestin vastaanottajana – puhdas kaupallinen viesti ei saa yhtä hyvää vastaanottoa.

Huomioi kohderyhmän näkökulma

Artikkelilla kilpaillaan kiireisen ammattilaisen ajasta, joten tehokkainta on rakentaa viesti lääkärin näkökulmasta ja hänen ongelmiansa ratkaisemisen ympärille. Tehokas informaation välittäminen vaatii aina myös valintoja sen lähettäjältä: valitse selkeä pääviesti ja tavoite sille, mitä haluat sanoa. Yhteen artikkeliin ei kannata mahdollistaa kaikkea mahdollista. Jos aiheesta on useita hyviä näkökulmia, kannattaa miettiä useamman artikkelin hyödyntämistä. Muista kuvata lääkärin ja potilaan hyödyt ratkaisullasi, älä tyydy luettelemaan tuoteargumentteja. Perustele viestisi lähteineen. Kuvavälinoilla tuet viestisi vaikuttavuutta: aiheen kannalta olennainen ja ajankohtainen kuva lisää kiinnostavuutta. Houkuttelevuutta lisää myös henkilön kuva, jos artikkelissa on haastateltu esimerkiksi asiantuntijaa tai lääkärä. Ole rehellinen, ja kunnioita myös kilpailijoiden ratkaisuja lääkemarkkinoinnin ammatillisena.

Selkeä rakenne takaa luettavuuden

Jäsentele viestisi loogiseksi ja helposti ymmärrettäväksi kokonaisuudeksi. Muista hyvä kielioppi ja oikeinkirjoitus. Otsikoinnilla esittelet viestisi vastaanottajalle, ja sen tulisikin olla kohderyhmää kiinnostava ja selkeä. Muista väliotsikointi tekstin rytmittämiseksi ja lukemisen helpottamiseksi. Liian pitkät kappaleet vaikeuttavat lukemista. Sopiva määrä virkeitä yhteen kappaleeseen on 3–5. Tyyllillisesti tekstin tulisi olla helposti ymmärrettävää ammattikieltä.

Muistathan Lääketeollisuuden Eettiset ohjeet

Huomioi tuotteesi valmisteyhteenveto ja sen sallimat käyttötarkoitukset. Todennäköisesti sisältösi syvenyvät oman talosi ja kilpailijoiden ammatilliset sekä alaa valvovat viranomaiset. Perusta väitteesi faktoihin, joita voit perustella artikkelissa viittein. Pyri perustelemaan viestisi klinisiin perusteisiin. Voit käyttää näiden rajojen sisällä luovuuksia kertoessasi tuotettasi koskevista hyödyistä tai uutisista.

The screenshot shows the Lääkäriportaali website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like Endokrinologia, Potilastyö, Koulutus, Työ ja ura, Tilauspalvelut, and Oita. Below that, a search bar and a main content area. The article title is "Endokrinologit etätystä – Kokemukset kyselyn mukaan positiivisia". The article text discusses the positive experiences of endocrinologists with telemedicine, mentioning that the service is convenient and that many patients are using it. It also lists several key findings from the survey, such as the ease of use, the effectiveness of the service, and the positive feedback from both doctors and patients. The article is dated 08.01.2021 at 12:30. At the bottom, there's a photo of Heidi Lintunen, the author, and her contact information: heidi.lintunen@coronaria.fi.

Lääkäriportaali, Terve Media Oy
Saaristonkatu 22, 90100 Oulu
Mannerheimintie 113, 00280 Helsinki
Puh. 040 717 6439
toimisto@laakariportaali.fi
www.tervemedia.fi