



JuomaInfo Academy

Juoma-alan ammattivaikuttajan käsikirja

Käytännön opas vastuulliseen vaikuttamiseen,
asiantuntijabrändin rakentamiseen ja kansainväliseen yhteistyöhön

Heinäkuu 2026

Sisällys

Esipuhe	5
---------------	---

OSA I – Ammattivaikuttajuuden perusteet

1. Voiko sinusta tulla alkoholialan vaikuttaja?.....	10
2. Löydä oma aiheesi – asiantuntijuus syntyy keskittymällä...	14
3. Rakenna digitaalinen kotipesäsi.....	17
4. Vaikuttamisesta liiketoimintaa	21
5. JuomaInfo-vaikuttajapartneri	25
6. Alkoholimarkkinoinnin pelisäännöt.....	29

Tietolaatikko: Suomen alkoholimarkkinoinnin keskeiset periaatteet

OSA II – Yhteistyö yritysten kanssa

7. Kaupallinen yhteistyö – onnistunut kumppanuus syntyy valmistautumisesta.....	33
---	----

Työkalu: Kaupallisen yhteistyön eteneminen vaihe vaiheelta

8. Yhteistyösopimus – selkeät pelisäännöt suojaavat kaikkia.....	38
9. Minkä arvoista työsi on? – Vaikuttajan hinnoittelu.....	43

OSA III – Oman asiantuntijabrändin rakentaminen

10. Pitkäaikainen yhteistyö – kuinka rakennat kumppanuuksia, jotka kestävät vuosia.....	47
11. Onnistunut yhteistyöprojekti vaihe vaiheelta.....	52

Prosessikaavio: Ammattivaikuttajan yhteistyöprosessi

12. Asiantuntijabrändi – mistä sinut muistetaan?.....	60
---	----

Työkalu: Asiantuntijabrändin kompassi

13. Sisältöstrategia – suunnitelmallisuus tuo vapautta.....	67
---	----

OSA IV – Käytännön työkalut

14. Kirjoita sisältöä, joka kestää aikaa..... 71

Työkalu: JuomaInfo Academy – Sisältöpankki

15. Tekoäly vaikuttajan työkaluna 75

Liite: 50 parasta tekoälykehotetta juoma-alan vaikuttajalle

16. Jokainen kanava on erilainen – mutta periaatteet ovat samat..... 80

17. Verkkosivusto – vaikuttajan tärkein pääoma..... 84

Työkalu: Rakenna asiantuntijasivustosi ensimmäisen vuoden aikana

18. LinkedIn – asiantuntijan tärkein yrityskanava..... 93

Liite: LinkedIn-mestarikurssi juoma-alan vaikuttajalle

19. Instagram – asiantuntijuus kohtaa visuaalisuuden..... 97

Työkalu: Instagram-sisältömatriisi

20. Uutiskirje – vaikuttajan arvokkain yleisö..... 102

21. Verkostoituminen – parhaat mahdollisuudet syntyvät ihmisten välillä.....106

22. Kansainvälinen vaikuttaja – mahdollisuudet eivät pääty Suomen rajalle..... 110

23. Ammattitaito ei valmistu koskaan – jatkuva oppiminen vaikuttajan kilpailuetuna..... 113

24. Luottamus on tärkein pääomasi 117

25. Ensimmäinen vuotesi ammattivaikuttajana..... 121

Loppusanat 126

Liitteet

Liite 1 Esimerkkisopimus kaupallisesta yhteistyöstä 130

Liite 2 Esimerkki yhteistyöbriefistä 132

Liite 3 Kampanjan tarkistuslista ennen julkaisua 134

Liite 4 Esimerkkipohja kaupallisen yhteistyön tarjoukselle 135

Liite 5 JuomaInfo Academy – Sisältöpankki 138

Liite 6 50 parasta tekoälykehotetta juoma-alan vaikuttajalle 141

Liite 7 LinkedIn-mestarikurssi juoma-alan vaikuttajalle 144

Liite 8 Instagram-sisältömatriisi 149

OSA II

Ammattimaisen alkoholialan vaikuttajan toimintatavat

Tässä osassa opit

Tämän osan jälkeen ymmärrät

- ✓ miksi alkoholialan markkinointi eroaa muista toimialoista
- ✓ kuinka kaupallinen yhteistyö toteutetaan vastuullisesti
- ✓ mitä hyvä yhteistyösopimus sisältää
- ✓ kuinka oma työ kannattaa hinnoitella
- ✓ kuinka rakennat pitkäaikaisia yhteistyösuhteita.

Tämä osa muodostaa koko käsikirjan käytännön perustan.

Jos ensimmäisessä osassa rakensimme asiantuntijaidentiteettiäsi, tässä osassa opit toimimaan ammattimaisesti erilaisissa yhteistyötilanteissa.

LUKU 6

Alkoholimarkkinoinnin pelisäännöt

Vastuullisuus on kilpailuetu

Alkoholiala kuuluu niihin toimialoihin, joilla markkinointia säännellään muita aloja yksityiskohtaisemmin. Tämä on hyvä tiedostaa jo ennen ensimmäistä kaupallista yhteistyötä.

Moni aloitteleva vaikuttaja kokee sääntelyn aluksi vaikeaksi.

Todellisuudessa sääntöjen tunteminen tekee työstä helpompaa.

Kun tiedät, missä rajat kulkevat, voit keskittyä luovaan sisällöntuotantoon ilman jatkuvaa epävarmuutta.

Vastuullinen vaikuttaminen ei tarkoita varovaista tai tylsää sisältöä.

Se tarkoittaa sitä, että ymmärrät oman vastuusi suhteessa seuraajiin, yhteistyökumppaneihin ja yhteiskuntaan.

Alkoholialalla vaikuttaja kantaa erityistä vastuuta

Kaikessa markkinoinnissa pyritään herättämään kiinnostusta tuotteita tai palveluja kohtaan.

Alkoholituotteiden kohdalla tähän liittyy kuitenkin erityinen vastuu.

LIITE 3

Kampanjan tarkistuslista ennen julkaisua

Ennen kuin julkaiset kaupallisen sisällön, varmista ainakin seuraavat asiat:

- ☐ Olen tutustunut yrityksen briefiin.
- ☐ Julkaisu vastaa sovittua sisältöä.
- ☐ Kaupallinen yhteistyö on merkitty selkeästi.
- ☐ Sisältö on suunnattu vain täysi-ikäisille.
- ☐ Sisältö ei kannusta vastuuttomaan alkoholin käyttöön.
- ☐ Sisältö ei sisällä virheellisiä tai harhaanjohtavia tietoja.
- ☐ Tuotetta koskevat tiedot ovat oikein.
- ☐ Tarvittavat linkit ja tunnisteet toimivat.
- ☐ Olen tarvittaessa tarkistanut ajantasaisen lainsäädännön ja viranomaisohjeet.
- ☐ Yritys on hyväksynyt sisällön, mikäli näin on sovittu.
- ☐ Julkaisun ajankohta vastaa sovittua aikataulua.