



FACEBOOK ELÄKELIITTOSSA

OPAS FACEBOOKIN KÄYTTÖÖN
JÄRJESTÖTOIMINNAN TUKENA

Kirjoittaja: Marja Pakarinen
Ulkoasu ja taitto: Kati Rosenberg
Kannen kuva: Fotolia.com
Paino: Grano Oy, 2016

© Eläkeliitto ry
2. uudistettu painos

SISÄLLYS

1. Facebook pähkinänkuoressa	4
Mikä on Facebook?	4
Facebookin perustoiminnot	4
Facebookin käytön aloittaminen	6
2. Facebookin käyttö Eläkeliitossa	8
Facebook-sivun perustaminen	8
Sivujen päivittäminen	10
Sivujen näkyvyyden kasvattaminen	10
Kuvat Facebookissa	11
3. Vinkkejä Facebook-päivityksiin	12

1. FACEBOOK PÄHKINÄNKUORESSA

MIKÄ ON FACEBOOK?

Facebookilla (FB) on Suomessa lähes 2,5 miljoonaa käyttäjää (2015). Henkilökohtaisen käytön lisäksi palvelua käytetään ammatillisesti verkostoitumiseen, markkinointiin ja viestintään.

Facebookin käyttö järjestöjen viestintäkanavana on lisääntynyt. Joku on jopa väittänyt, että jos toimintaa ei löydy FB:sta, sitä ei ole olemassa. Tällä viitataan siihen, että ihmiset hakevat nykyään tietoa heitä kiinnostavasta toiminnasta juuri sosiaalisen median kautta.

Viime vuosina erityisesti yli 65-vuotiaiden osuus FB:n käyttäjinä on ollut kasvussa. Palvelu onkin tällä hetkellä paras sosiaalisen median kanava laajan eläkeikäisten joukon tavoittelemiseen. Palvelun käyttö on ilmaista. Rahoituksensa sivusto saa mainostuloista.

FACEBOOKIN PERUSTOIMINNOT

Facebookissa on muutamia erillisiä toimintoja, joiden erottaminen toisistaan helpottaa palvelun käyttämistä.

Henkilökohtainen profiili

Jokaisella Facebookin käyttäjällä on oma henkilökohtainen profiili, jossa muodostetaan kaveriverkosto tutuista FB:n käyttäjistä ja jaetaan julkaisuja tämän verkoston kesken. Profilissa voi julkaista tekstipäivityksiä, kuvia, videoita, linkkejä yms. asioita, joita haluaa jakaa kavereilleen. Omien julkaisujen tekeminen ei ole pakollista ja FB:ssa voi myös ainoastaan seurata kaveriverkoston julkaisuja ja kuulumisia.

Messenger-viestipalvelu

Messenger on FB:n pikaviestipalvelu. Sillä voi lähettää yksityisiä viestejä ja kuvia tutuille, jotka käyttävät samaa palvelua. Palvelussa voi myös soittaa ilmaisia kuvapuheluita. Viestit näkyvät välittömästi vastaanottajan FB:ssa tai älypuhelimessa, jos käytössä on Messenger-sovellus. Sovelluksen voi ladata puhelimeen ilmaiseksi sovelluskaupasta.

Facebook-sivu

Facebook-sivu on julkinen viestintäkanava, jonka voi luoda esim. organisaatiolle (www.facebook.fi/elakeliitto). Sivulla julkaistut uutiset, kuvat, videot yms. ovat kaikkien Internetin käyttäjien nähtävillä. FB:n käyttäjät voivat painaa ”tykkää”-painiketta itseään kiinnostavilla sivuilla, ja näin he saavat sivun julkaisemia uutisia henkilökohtaiseen profiliinsa.

Facebook-ryhmä

Facebookiin voi perustaa ryhmiä. Ryhmä on toiminnaltaan erilainen kuin sivu. Facebook-ryhmät on tarkoitettu yksityisten ihmisten väliseen vuorovaikutukseen ja viestintään. Ryhmiä ei yleensä käytetä organisaatioiden julkisina viestintäkanavina. Facebook-ryhmässä julkaistaan ja kommentoidaan aina omalla nimellä.

Ryhmät muodostuvat tai niitä muodostetaan usein jonkun ihmisiä yhdistävän kiinnostuksen ympärille (mm. kirpputoriryhmä, käsityöryhmä, yhdistyksen hallituksen ryhmä). Ryhmää perustettaessa sille annetaan nimi ja määritellään sen julkisuus. **Julkisessa** ryhmässä kaikki voivat nähdä ryhmän julkaisut ja sen jäsenet. **Suljetussa** ryhmässä kaikki voivat löytää ryhmän ja nähdä jäsenet, mutta julkaisut näkevät vain jäsenet. **Salaisessa** ryhmässä vain jäsenet löytävät ja näkevät ryhmän. Ryhmät sopivat parhaiten yhdistysten sisäiseen, esim. jäsenten tai hallituksen jäsenten väliseen viestintään. Ryhmiä voi perustaa myös mm. vertaistuelliseen toimintaan.

FACEBOOKIN KÄYTÖN ALOITTAMINEN

Facebookin käyttäminen edellyttää rekisteröitymistä henkilökohtaisesti palvelun käyttäjäksi. Rekisteröityessä on palvelun sääntöjen mukaan annettava oikea nimi (etu- ja sukunimi), sähköpostiosoite ja syntymäaika. Samalla muodostuu henkilökohtainen FB-profiili.

Facebookia käytetään joko kirjautumalla Internet-selaimen kautta www.facebook.fi tai ilmaisella FB-sovelluksella, joka ladataan älypuhelimien tai tablettiin sovelluskaupasta.


Jokainen päättää itse, millaisia tietoja laittaa itsestään palveluun ja kenelle tiedot näkyvät. Omia tietoja täydentäessään kannattaa miettiä, mitä haluaa muille kertoa. Ainoat tiedot, joita ei voi piilottaa muilta

FB:n käyttäjiltä, ovat nimi, sukupuoli, profiilikuva ja kansikuva. Kuvien lisääminen profiiliin on vapaaehtoista.

Oman profiilin täydentämisen jälkeen voi alkaa etsiä tuttuja FB:n käyttäjiä kirjoittamalla heidän nimensä hakukenttään. Haluamilleen henkilöille voi lähettää kaverikutsun. Kutsun saanut henkilö päättää, hyväksyykö kaverikutsun. Saatat myös saada itse kaveripyyntöjä, jotka voit hylätä tai hyväksyä.

Myös kaveriverkoston sisällä voi säädellä julkaisujen yksityisyyttä. Voit halutessasi tehdä oman listan esimerkiksi perheenjäsenistä. Tällöin voit tehdä julkaisuja ainoastaan heille eikä koko kaveriverkostolle.

TIETOTURVA- VINKKI



ÄLÄ KOSKAAN
TALLENNA PALVELUJEN
SALASANOJA YLEISÖ-
KONEIDEN MUISTIIN. KEKSI
RIITTÄVÄN MONIMUTKAINEN
SALASANA. SE VOI MUO-
DOSTUA ESIM. HELPOSTI
MUISTETTAVAN LAUSEEN
ENSIMMÄISISTÄ KIRJAIMISTA
JA NUMEROISTA.

MUISTA KIRJAUTUA ULOS
PALVELUSTA, KUN LOPETAT
KÄYTÖN.

Tietojen, kuvien ja julkaisujen yksityisyyttä voi säädellä jo tietoja lisätessään tai päivitystä kirjoittaessaan. Kattavammat yksityisyyden asetukset aukeavat napsauttamalla yläreunassa olevaa munalukon kuvaa.

Kohdasta ”Kuka voi nähdä asiani?” on kätevä tarkastaa, miltä oma profiili näyttää muiden FB:n käyttäjien silmin ja mitä tietoja he sinusta näkevät. Hyvä perussääntö on kuitenkin se, että julkaise vain sellaista, mitä voisit kertoa tai näyttää kenelle tahansa kadulla vastaan tulevalle tuntemattomalle. Vaikka julkaisujen yksityisyyttä on itse rajoittanut, ei voi koskaan olla varma, kenen nähtäville julkaisut saattavat FB:n kautta kulkeutua.

Facebookilla on erittäin hyvät suomenkieliset ohjesivut, joilta löytyy vastauksia erilaisiin palvelua koskeviin kysymyksiin.

2. FACEBOOKIN KÄYTTÖ ELÄKELIITOSSA

Facebook sopii piirien ja yhdistyksen julkiseen viestintään muiden viestintäkanavien, kuten kotisivun, ilmoitusten ja sähköpostien, lisänä. Julkaisut voivat parhaimmillaan tavoittaa suuren joukon ihmisiä.

Eläkeliiton piirien ja yhdistysten julkisena viestintäkanavana Facebookissa käytetään ensisijaisesti **Facebook-sivua**. Sivun luomiseen ja käyttämiseen tässä oppaassa annetaan suosituksia ja vinkkejä.

Eläkeliittolaiset voivat perustaa **lisäksi ryhmiä** Facebookiin esimerkiksi jäsenistön, hallituksen tai muun joukon viestintäkanavaksi. Suljettuja ja salaisia ryhmiä varten ei ole erityisiä ohjeita, mutta julkisen (kaikille Facebookin käyttäjille) näkyvän ja Eläkeliittoa edustavan ryhmän perustamisessa pätevät samat periaatteet kuin sivuihin. **Henkilöprofiilin tekemistä** piirin tai yhdistyksen nimissä ei suositella, koska se rikkoo Facebookin sääntöjä.

FACEBOOK-SIVUN PERUSTAMINEN

Sivua perustettaessa on hyvä huomioida sivun **nimeämiseen, luokiteluun ja profiilikuvaan** liittyvä suositukset sivujen yhtenäisen ilmeen ja Eläkeliiton parhaan mahdollisen näkyvyyden turvaamiseksi.

Facebookin sivujen suomenkieliset lyhyet käyttöehdot löytyvät tästä osoitteesta: https://www.facebook.com/page_guidelines.php#promotionsguidelines.

Sivujen perustamiseen liittyvät seuraavat vaiheet:

1. Sivun perustaminen aloitetaan valitsemalla ylhäällä oikealla olevasta valikosta kohta ”*Luo sivu*”.
2. Seuraavaksi sivulle valitaan luokka. Eläkeliiton piirien ja yhdistysten sivun luokaksi valitaan *Aate tai yhteisö*.

3. Sivulle annetaan nimi, joka on piirin/yhdistyksen virallinen nimi ilman ry-päätettä
esimerkki: Eläkeliiton Tähtäkukkulan piiri
esimerkki: Eläkeliiton Jyvämäen yhdistys
4. Sivulle kannattaa antaa oma Internet-osoite eli suora linkki sivuille (kohdasta asetukset). Esimerkiksi Eläkeliiton viralliselle sivulle on linkki www.facebook.fi/elakeliitto. Oma linkki helpottaa sivun markkinointia, ja sen voi liittää esim. tiedotteisiin ja mainoksiin. Facebook-sivu kannattaakin mainita yhdistyksen muissa viestintäkanavissa, jotta ihmiset löytävät sen paremmin.
esimerkki: www.facebook.fi/elakeliitonjyvamaenyhdistys
5. Profiilikuvassa (koko 180 x 180 pikseliä) käytetään EL-lyhenne-logoa. Huomaa, että oikean kokoisessa profiilikuvassa tunnus (merkki ja EL-teksti) näkyy kokonaan eikä leikkaudu sivusta pois. Oikean kokoinen ja värinen tunnus profiilikuvaan löytyy Eläkeliiton Internet-sivulta: www.elakeliitto.fi/toiminta/viestinta/tunnus/.
6. Sivulle kannattaa jo heti aluksi laittaa kutsuva kansikuva. Sivujen kansikuvat ovat julkisia ja kaikkien Internetin käyttäjien nähtävillä. Siksi kansikuvaa on hyvä ajatella piirin tai yhdistyksen käyntikorttina ja mainospaikkana.

Kansikuvana (koko 851 x 315 pikseliä) voi olla esim. kuva yhdistyksen tapahtumasta, oman paikkakunnan maisema tai kaunis luontokuva. Varmista, että kansikuva on riittävän laadukas ja tarkka isommallakin ruudulla katsottaessa. Muista tekijänoikeudet ja tarvittaessa lupa julkaisuun kuvassa esiintyviltä ihmisiltä.

VINKKI

FACEBOOK-SIVUN NIMEÄ JA MUITAKIN TIETOJA VOI MUUTTA TARVITTAESSA JÄLKEENPÄIN, JOS SIVU ON ESIMERKIKSI JO AIKAISEMMIN LUOTU JA SEN NIMI HALUTAAN MUUTTA VASTAAMAAN SUOSITUSTA.



SIVUJEN PÄIVITTÄMINEN

Facebook-sivuja voivat päivittää sellaiset FB:a käyttävät henkilöt, joille sivun perustaja on antanut päivittämisoikeudet (kohdasta ”asetukset” ja ”sivun roolit”). Jotta Facebookin käytöstä olisi hyötyä, eikä se kuormittaisi liikaa, kannattaa miettiä sivujen ylläpidon resursseja jo ennen kuin sivu päätetään julkaista.

Sivuilla olisi hyvä olla vähintään kaksi ylläpitäjää, jotka pystyvät tekemään sivuille säännöllisesti julkaisuja, mielellään viikoittain. Ylläpitäjien olisi myös hyvä olla itse melko aktiivisia FB:n käyttäjiä, jotta he voivat tarvittaessa vastata tai reagoida sivuille tulleisiin kommentteihin.

Sivulle tehdyssä julkaisussa ei näy julkaisijan omaa nimeä vaan ainoastaan sivun nimi. Ylläpitäjät voivat muokata sivun asetuksia, julkaista uutisia sekä hallinnoida (piilottaa ja poistaa) sivulla julkaistuja viestejä ja kommentteja.

SIVUJEN NÄKYVYYDEN KASVATTAMINEN

Kun sivut on julkaistu, niitä täytyy ryhtyä markkinoimaan, jotta sivuille saadaan kävijöitä. FB-sivun näkyvyys perustuu sivujen tykkääjämäärään. Mitä enemmän tykkääjiä sivuilla on, sitä suuremman joukon ihmisiä sivun julkaisut tavoittavat.

Suurikaan tykkääjämäärä ei kuitenkaan riitä, jos sivuilla julkaistaan uutisia vain harvoin. On arvioitu, että aktiivistenkin sivujen tykkääjistä vain noin 10 % näkee sivujen uutiset.

VINKKI



JOS HUOMAAT, ETTÄ SEURAAMASI SIVUN TAI IHMISEN PÄIVITYKSET OVAT KADONNEET UUTISVIRRASTASI, KANNATTAA KÄYDÄ KADONNEEN SIVUN PROFIILISSA MUUTAMIA KERTOJA JA TYKÄTÄ TAI KOMMENTOIDA JULKAISUJA. TÄMÄN JÄLKEEN PÄIVITYKSET ALKAVAT TAAS NÄKYÄ UUTISVIRRASSASI.

Mitä vähemmän sivulla julkaistaan uutisia, sitä vähemmän Facebook näyttää julkaisuja tykkääjille. Harvoin päivittyvät sivut painuvat helposti kokonaan näkymättömiin.

Kun uusi sivu perustetaan, voi sivulle hankkia tykkääjiä lähettämällä kutsun kavereilleen sivun tykkääjiksi. Tietoa sivusta voi pyytää myös jakamaan FB:ssa eteenpäin. Yksi keino lisätä näkyvyyttä on käydä sivun profiilin kautta tykkäämässä ja kommentoimassa muiden järjestöjen ja yhteisöjen julkaisuja, jolloin tieto sivustasi leviää tätäkin kautta.

KUVAT FACEBOOKISSA

Facebookissa kuvat ovat tärkeitä. Kuvalliset julkaisut saavat enemmän näkyvyyttä kuin pelkkä teksti. Kuvien avulla on myös helpompi välittää tunnelmia ja tuoda mielenkiintoisia tapahtumia elävästi ihmisten nähtäville. Eläkeliiton sivuilla julkaistut kuvat luovat julkista mielikuvaa toiminnastamme. Arkiset tapahtumat, iloiset ihmiset ja hetket, paikalliset ylpeydenaiheet ja kauniit asiat ovat monen mielestä kiinnostavia ja houkuttelevat tutustumaan toimintaan.

Ennen kuvan julkaisua kannattaa tarkastella sen laatua. Onko kuva tarkka ja valoisa? Ovatko kuvassa esiintyvät ihmiset sellaisessa kuvakulmassa, asennossa ja vaatetuksessa, että kuva voidaan laittaa julkisesti näkyviin? Ovatko kuvassa esiintyvät ihmiset antaneet luvan kuvan julkaisuun? Turvallisinta on julkaista itse otettuja kuvia. Jos julkaisee toisen ottaman kuvan, on lupa julkaisuun pyydettävä kuvaajalta. Tämä koskee myös Internetistä löytyneitä kuvia, joita saa käyttää omissa julkaisuissaan vain, jos siihen on saatu lupa. Kuvien tekijänoikeuksista ja julkaisemisesta löytyy lisätietoa mm. www.mediakasvatus.fi/materiaali/kuvauslupa.

3. VINKKEJÄ FACEBOOK-PÄIVITYKSIIN

Julkaisujen aiheet

Facebook-julkaisut kertovat usein arkisista asioista, tapahtumista, toiminnasta, tunnelmista ja uutisista. Parhaat julkaisut ovat sellaisia, jotka herättävät ihmisissä positiivisen tunteen, uteliaisuutta tai yhteenkuuluvuutta. Kuvia kannattaa käyttää päivityksissä, koska ne saavat enemmän julkaisuutta, kuin pelkkä teksti. Facebook-julkaisuissa kannattaa hyödyntää samoja uutisia, ilmoituksia ja juttuja, joita julkaisee muualla, esim. internet-sivuilla tai lehti-ilmoituksissa. Tämä helpottaa päivittäjien tehtävää ja lisää tiedotuksen näkyvyyttä.

Negatiiviset kommentit

Julkaisuissa on hyvä pitää yllä positiivista tunnelmaa. Kiistanalaisia aiheita tai negatiivisia tunteita herättäviä julkaisuja ei kannata ottaa esiin sosiaalisessa mediassa. Nykypäivänä keskustelut saattavat muodostua hyvinkin kiihkeiksi ja kriittisiksi sosiaalisen median kanavissa. Tällaisiin keskusteluihin ei kannata organisaation nimissä lähteä mukaan.

Jos joku lähettää sivulle negatiivisen kommentin, joka on ylläpitäjien mielestä asiaton, kannattaa kommentti piilottaa mieluummin kuin poistaa. Piilottamisen jälkeen kommenttiin voi halutessaan vastata asiallisesti ja neutraalisti, esim. kiittää kommentista ja kehottaa jatkaamaan keskustelua toisella foorumilla. Asiattoman kommentin esittäjä ei tiedä, että hänen kommenttinsa on piilotettu sivulta, koska kommentti näkyy hänelle ja hänen Facebook-kavereilleen normaalisti. Muut sivujen seuraajat eivät kuitenkaan enää näe kommenttia ja siihen liittyvää keskustelua.

Videot

Videot ovat kaikkein parhaiten näkyvyyttä saavia julkaisuja Facebookissa. Videoita voi hyvin kuvata nykyisillä tablet-tietokoneilla tai älypuhelimilla, eikä lyhyiden videoiden tekemiseen tarvita kallista laitteistoa tai ohjelmistoa. Video kannattaa ladata suoraan FB-päivityksen liitteeksi eikä jakaa linkkinä esim. YouTube-palvelusta. FB:iin suoraan ladatut videot näkyvät helposti sadoille, jopa tuhansille ihmisille. Videoiden ei kannata olla kovin pitkiä, 30 sekuntia voi olla täysin riittävä pituus. Videon alkuun, ensimmäiseen 5 sekuntiin kannattaa kiinnittää erityistä huomiota. Hyvä alku herättää kiinnostuksen ja saa katsojan jatkamaan katsomista.

Live

Yksi FB-päivityksen tyyppi on suora lähetys (ns. live). Voit lähettää suoraan lähetystä älypuhelimien avulla esimerkiksi jostain mielenkiintoisesta tapahtumasta. Lähetysten jälkeen video jää halutessasi ajanallesi tavallisena videona.

Kilpailut ja arvonnat

Toisinaan voi omaa asiaansa markkinoida pienellä kampanjalla. Kampanjoita näkee nykyään usein. Niissä saatetaan esim. kehottaa tykkäämään julkaisusta ja näin osallistumaan arvontaan. Mikäli sivulla haluaa käynnistää arvonnän tai kilpailun, kannattaa huomioida FB:n kampanjasäännöt sekä aiheeseen liittyvä lainsäädäntö (esim. arpajaislaki).

Reaktioiden merkitys

Facebook-päivityksissä on oleellista saada ihmiset reagoimaan. Reagointi tarkoittaa ”tykkäämis-painikkeiden” painamista, kommentointia, jakamista ja julkaisussa olevien linkkien klikkaamista. Sellaiset julkaisut ja sivut, jotka saavat paljon reaktioita, näkyvät suuremmalle joukolle ihmisiä.

Julkaisujen ajastaminen

Jos ylläpitäjät tarvitsevat taukoa sivujen päivittämisestä, yksi mahdollisuus on julkaisujen ajastaminen. Esimerkiksi kesäajalle voi ajastaa etukäteen joitakin julkaisuja, jotka julkaistaan tiettyinä ennalta määrättyinä ajankohtana. Ajastamisen voi ottaa käyttöön ylävalikon kohdasta ”julkaisutyökalut”.

Mainonta

Jos haluaa tehdä tehokkaamman kampanjan ja on valmis maksamaan hiukan, voi FB:ssa ostaa näkyvyyttä julkaisuille. Jo pienikin mainosnäkyvyyden ostaminen voi tuoda yksittäiselle julkaisulle useita satoja näyttökertoja. FB-mainonnalle voi määritellä budjetin, joka voi olla esimerkiksi vain muutama euro.

Kävijätietojen seuraaminen

Facebookin käyttöä oppii vain kokeilemalla ja seuraamalla kävijätietoja julkaisuista ja niiden näkyvyydestä. FB-sivun yläreunan valikosta löytyy kohta ”kävijätiedot”, josta tilastot löytyvät. Täältä näkee, mitkä ovat olleet suosituimpia julkaisuja. Parhaita julkaisuja (eniten reaktioita ja näyttöjä) kannattaa hyödyntää. Samoja julkaisuja voi julkaista myöhemmin uudelleen hiukan muokattuna tai tehdä uusista julkaisuista samantyyllisiä.

Maalaisjärjellä pärjää

Hyvä perussääntö kaikessa sosiaalisen median viestinnässä on se, että kaikkeen sisältöön kannattaa suhtautua lähtökohtaisesti julkisena, vaikka sen julkaisisi omassa suljetussa profiilissaan. Julkaise vain sellaista, mitä voisit kertoa kadulla vastaantulijalle tai kiinnittää kaupan ilmoitustaululle nimelläsi varustettuna.

Uskalla olla sosiaalisessa mediassa aktiivinen ja persoonallinen, oma itsesi. Muista olla ystävällinen, asiallinen ja rehellinen. Maalaisjärjellä pärjää pitkälle.

Menestystä Facebookin käyttöön!

Tämän oppaan ovat suunnitelleet Eläkeliiton keskus-
toimiston ja LähiVerkko-projektin työntekijät.

LähiVerkko-projekti (2013–2017) on Eläkeliiton ja
EHYT ry:n yhteisprojekti.

Projektin Internet-sivuilta löytyy koulutustilaisuuksia,
materiaalia ja vinkkejä sosiaalisen median ja tieto-
tekniikan käyttöön.

www.lahiverkko.fi

www.netikas.fi (Netikäs-mediasivistysmateriaali)

lahiverkko@elakeliitto.fi

TÄMÄ OPAS ON TARKOITETTU ELÄKELIITON
PIIRIEN JA YHDISTYSTEN TUEKSI HYÖDYNNET-
TÄESSÄ FACEBOOKIA YHTENÄ TIEDOTTAMISEN
JA VIESTINNÄN VÄLINEENÄ.

OPPAASSA KUVATAAN FACEBOOKIN PERUS-
TOIMINNOT JA ANNETAAN VINKKEJÄ PALVELUN
KÄYTTÖÖN. OPPAASTA LÖYTYVÄT MYÖS KAIKILLE
ELÄKELIITON PIIREILLE JA YHDISTYKSILLE YHTEI-
SET SUOSITUKSET FACEBOOK-SIVUN LUOKITTE-
LUUN, NIMEÄMISEEN JA PROFIILIKUVAN KÄYTTÖÖN.
SUOSITUSTEN TAVOITTEENA ON YHTENÄISTÄÄ
JA VAHVISTAA JÄRJESTÖMME NÄKYVYYTTÄ
FACEBOOKISSA.

Eläkeliitto ry

Kalevankatu 61, 00180 Helsinki

puh. 09 7257 1100, s-posti: info@elakeliitto.fi

www.elakeliitto.fi, www.facebook.fi/elakeliitto

