

Siikalatvan kunta

Viestinnän raportti 2024

Minna-Marika Kumpulainen
15.1.2025

Sisällys

Johdanto.....	2
Ulkoinen viestintä.....	2
Nettisivut.....	2
Kuntatiedote	2
Palautekysely kuntatiedotteesta	2
Kuntatiedotteen muoto ja jakelu	2
Ulkoasu	3
Sisältö	3
Toiveita kuntatiedotteen sisältöön	3
Kuntamarkkinointi ja mainonta	3
Siikalatvan kunnan sosiaalisen median kanavat	5
Somemainonta	9
Yhteenveto sosiaalisen median kanavista	9
Sidosryhmäviestintä.....	10
Uutiskirjeet yrityksille ja yhdistyksille	10
Mediaosumat.....	11
Kriisiviestintä	11
Sisäinen viestintä	12

Johdanto

Vuonna 2024 Siikalatvan kunnan viestinnässä keskityttiin sisäisen viestinnän kehittämiseen, muutosviestintään, rekrymarkkinointiin ja uudistettiin sosiaalisen median kanavia. Muutosviestinnässä painotus oli kunnanjohtajan vaihtumisessa sekä TE- ja kotopalveluiden siirtymisessä kunnalle. TE-palveluiden osalta viestintää suunnattiin sisäisiin ja ulkoisiin kanaviin.

Tärkeitä viestinnän teemoja olivat myös esihenkilöiden sekä oman työn ohella viestivien viestinnällisten taitojen kehittäminen. Kunnan viestinnässä oli keväällä 2024 harjoittelija JEDUIta.

Ulkoinen viestintä

Ulkoisen viestinnän kohderyhmiä ovat nykyiset ja tulevat kunnan asukkaat, yritykset, kolmas sektori, sidosryhmät, yhteistyötahot.

Nettisivut

Kunnan verkkosivut ovat kunnan tärkein viestintäkanava. Sivuilla julkaistaan tiedot kokouksista ja kokousasiakirjoista, kuulutukset, tiedotteita, yleisiä uutisia kunnan toiminnasta, tiedot kunnan palveluista, yhteystiedot sekä kuntamarkkinointia.

Kunnan nettisivuille ohjataan liikennettä sähköpostitse, sosiaalisesta mediasta, kuntatiedotteesta, kuntarekrystä, mainoksista (printti & sähköiset), suullisesti.

Verkkosivujen yhdistykset-sivu remontoitiin kesällä 2024. Remontin myötä yhdistysnäköymä selkeytyi ja hakusuodattimia lisättiin parantamaan tietojen löytämistä.

Kunnan verkkosivuille asennettiin evästeetön analytiikkatyökalu marraskuun 2024 lopulla, jotta sivuston sisältöä on mahdollista analysoida ja räätälöidä paremmin kävijöitä palvelevaa sisältöä. Joulukuun analytiikka kertoo, että sivustolla on vierailtu 8566 kertaa. Eniten kävijöitä kiinnostivat etusivu, kokousasiakirjat, kunta ja hallinto -sivu sekä tapahtumakalenteri.

Nettisivuilla julkaistut tiedotteet, uutiset ja kuulutukset yhteensä: 195 kpl

Kuntatiedote

Kuntatiedote ilmestyi paikallislehti Siikajokilaakson välissä **10 kertaa**. Liitteessä julkaistaan tiedotusta kunnan palveluista, tapahtumista sekä kolmannen sektorin tapahtumista. Kuntatiedotteen sisältö palvelee eniten maatalousyrittäjiä, ei-aktiivisia internetin käyttäjiä (pääosin ikäihmisiä) sekä tasaisesti muita kuntalaisia.

Palautekysely kuntatiedotteesta

Vastausten määrä: 43 kpl.

Vastaajien ikäjakauma: Vastaajien ikäjakaumassa suurin ryhmä on 46–65-vuotiaat, joita on 16 vastaajaa. Seuraavaksi suurin ryhmä on 30–45-vuotiaat (12 vastaajaa), ja 66–80-vuotiaita on 11. Muita ryhmiä, kuten 18–29-vuotiaat, 7–17-vuotiaat ja 81–100-vuotiaat, on kutakin vain yksi vastaaja.

Vastausten keräystapa: paperinen lomake kirjastoilla (4 vastausta) sekä sähköinen lomake kunnan nettisivuilla (39 vastausta).

Kuntatiedotteen muoto ja jakelu

Vastausten perusteella kuntatiedote halutaan pääosin lukea paperisena tiedotteena paikallislehden liitteenä. Muita vaihtoehtoja kannatettiin vähän, kuten postilaatikkoon jaettu tiedote

tai pelkästään nettisivuilta luettava tiedote. Tiedotteen ilmestymistahdiksi vastaajat esittivät pääosin 10–12 tiedotetta per vuosi. Myös 7–9 kertaa vuodessa keräsi muutaman äänen.

Ulkoasu

Kuntatiedotteen ulkoasu koettiin pääosin hyvänä. Kiitosta keräsi värit, logot ja kuvat. Vastauksissa kehitysehdotuksiksi toivottiin myyvämpää, houkuttelevampaa ja modernimpaa ulkoasua, raikkaampaa väritystä, ilmapuutusta, isompaa fonttia, kiinnostavampaa vinjettien otsikointia ja yhtenäisyyttä. Palautteissa mainittiin, että koska ohjeena on, ettei tiedotteeseen oteta valmiita ilmoituksia, siitä tulisi pitää kiinni eikä sallia valmiita ilmoituksia joiltain toimijoilta tai sitten valmiita ilmoituksia tulisi ottaa kaikilta.

Sisältö

Tapahtumista toivottiin ilmoittelua ajoissa. Nyt tiedotteessa on ollut tapahtumailmoituksia hyvin lähellä tiedotteen ilmestymistä, joskus jopa samana päivänä. Tapahtumille ja virastoille toivottiin tarkkoja osoitteita. Toisaalta palautetta tuli liian yksityiskohtaisista ilmoituksista. Yleisesti vastauksissa toistui tyytyväisyys siihen, että samasta tiedotteesta löytyy helposti silmäillen tietoa kunnasta, palveluista, liikunnasta, tapahtumista, kirjastosta, kulttuurista, kylien tapahtumista, kunnan virkahenkilöiden/puheenjohtajien tervehdys. Toisaalta kuntatiedotteen kolumni jakoi mielipiteitä. Osa vastaajien mielestä kolumni on hyvä, toisten mielestä siinä on turhaa höpinää ja sisällöstä puuttuu imu. Osa vastaajista esitti, että kolumni a) julkaistaisiin vain nettisivuilla blogina b) julkaistaisiin esimerkiksi puolivuositain talousteemalla c) jätettäisiin kokonaan pois, jotta tiedotteeseen tulisi tilaa ilmoituksille.

Toiveita kuntatiedotteen sisältöön

Tulevat valtuuston ja hallituksen ajankohdat toivottiin tiedotteeseen sekä referaatti, mitä valtuustossa on päätetty.

Muutama vastaaja toivoi terveyskeskuksien yhteystietoja ja Mehiläisen ilmoituksia kuntatiedotteeseen. Lisäksi toiveena oli, että koululaisten työpäivät ja bussikytytien reitit olisivat kuntatiedotteessa. Toiveena myös tuuli- ja aurinkovoimapuistoista tiedotusta.

Kuntatiedotteen työnjakoa puntaroitiin vuoden 2024 aikana. Kuntatiedotteen ohjeet päivitettiin kunnanhallituksessa joulukuussa 2024. Tiedotteesta vastaaminen päätettiin siirtää kunnan viestinnän tehtäväksi.

Kuntamarkkinointi ja mainonta

Kunnan järjestämistä tapahtumista mainostettiin Siikajokilaaksossa niin maksullisin mainosin kuin kuntatiedotteessa. Lisäksi tapahtumamarkkinointia ja -mainontaa tehtiin sosiaalisessa mediassa.

Kunnan suurin mainoskampanja oli opettajien rekrytointikampanja. Kampanjaa varten luotiin kunnan verkkosivuille laskeutumissivu, jossa kerrottiin opettajan työstä Siikalatvan kunnassa. Sivua varten haastateltiin ja kuvattiin opettajia. Sisällön tarkisti ja muokausehdotuksia antoivat opettajat. Mainostila ostettiin Kaleva Median verkkosivuilta sekä kunnan sosiaalisen median kanavista. Kampanja tavoitti hyvin ja miltei kaikki avoinna olleet paikat saatiin täytettyä päteillä henkilöillä. Lisäksi jälkimarkkinointiin ja työnantajamielikuvamarkkinointiin hyödynnettiin Kaleva Median asiakasreferenssiyhteistyötä mainosartikkelin muodossa. Mainosartikkeli sai runsaasti näkyvyyttä Kaleva Median printissä, verkossa ja sosiaalisessa mediassa.

Ostettua näkyvyyttä kokeiltiin myös Helsingin Sanomien digilehden välissä ilmestyneellä mainosartikkelilla. Artikkelia varten luotiin laskeutumissivu ”Tusina syytä asua Siikalatvalla”.

Artikkelin sisältö oli suunnattu lapsiperheille. Artikkelin oli osa Tulevaisuuden tekijät -teemaliitettä. Artikkelin ei tavoittanut kovinkaan kummoisesti lukijoita.

Maksullisen artikkelin tukena lapsiperheille suunnattua palvelumarkkinointia julkaistiin mm. kunnan sosiaalisen median joulukalenterissa nostoina vauvaseteleistä ja varhaiskasvatuksen terveisiä sekä julkaistiin kunnan verkkosivuilla perhepäivähoitajan työstä kertova artikkeli.

Lapsiperheteemoilla jatkettiin, kun osana kunnan markkinointia julkaistiin kaksi muuttajatarinaa. Molemmissa painotettiin Siikalatvan sijaintia motiivina Siikalatvalle muuttamisessa.

Kunpa voisi päästä Piippolan rehtorin kouluun

Piippolan kylässä rakennetaan uusi alakoulu vain 50 oppilaalle. Siikalatvalla siinä ei ole mitään kummallista: lapsiperheiden hyvinvointiin on panostettu harvinaisen kattavasti.

Jos kulkisi etelästä valtatie nelosta ylöspäin, tulisi puolivälissä Suomea vastaan koskemattomia erämaita ja viljelejä vesiä. Niiden keskellä on Siikalatvan kunta ja Piippolan kylä. Siellä voi nähdä suomalaisen klassikkokirjailija **Pentti Haanpään** mukaan nimetyn peruskoulun, jonne kulkee päivisin noin 50 pientä pipopäätä. Henkilökuntaa riittää, opettajat tunnustavat kaikki ja elämä on turvallista.

modernit, hienot puukoulut. Niissä on rauhallisia oppimisympäristöjä ja tarkkaan mietittyjä pedagogisia ratkaisuja. Suomessa siirrytään yleisesti suurempiin kouluyksiköihin, mutta Siikalatvalla on tehty rohkeita linjauksia perheiden ja lasten hyvinvoinnin puolesta", sivistysjohtaja **Pauliina Kanervo** sanoo.

ILMAISIA PALVELUJA PÄIVÄKODISTA KUNTOSALIIN

Siikalatvan suurin alakoulu sijaitsee Rantsilassa, mutta ei sielläkään käy kuin 104 oppilasta. Sivistyslautakunta halusi turvata opiskelun ja päätti vuosi sitten, että 1.-2. luokilla voi olla enintään 20 oppilasta, 3.-9. luokilla 24.

"Tätä vanhemmat usein toivovat ympäri Suomen. Myös lukiossa on

pienet opetusryhmät. Kansallisessa vertailussa lukiomme on pärjännyt hyvin: olemme Pohjois-Pohjanmaan toiseksi paras ja matemaattisissa aineissa äärimmäisen hyviä", Kanervo kertoo.

Siikalatvalla hemmotellaan muutoinkin lapsiperheitä. Seuraavat asiat ovat maksuttomia: varhaiskasvatus päiväkotineen, ajokortti lukiossa, kunnan kuntosalit ja sisäliikuntapaikat. Joka kylässä on kirjasto. Lisäksi Siikalatvan perheneuvoja auttaa arjen haasteissa, hoitaa vaikka hätätilanteessa lapsia, jos vanhemman on päästävä lääkäriin.

Voi vain toivoa, että Siikalatvan arki voisi tulevaisuudessa olla arkea kaikkialla. Tai sitten kannattaa harkita Siikalatvalle muuttoa. Siellä on muuten tarjolla edullisia asuntoja ja tontteja.

www.siikalatva.fi/siikalatvalle/

Siikalatva
Suomen keskipisteessä

5

kuva 1. Mainosartikkeli Helsingin Sanomien digilehden liitteessä.

Siikalatvan kunnan sosiaalisen median kanavat

Kunnan sosiaalisessa mediassa toteutettiin osallistavia kampanjoita 3 kpl: Valon kuukausi -valotaidehaaste, Pulahda parin kanssa -talviuintikampanja sekä tusina syytä asua Siikalatvalla. Kampanjoiden tavoitteena oli aktivoida kuntalaisia sekä tekemään yhdessä että levittämään positiivista sanomaa. Eniten vuorovaikutusta herätti talviuintikampanja, kenties sen kilpailullisen teeman vuoksi. Myös somejoulukalenterin kuntakonvehtiäänestys herätti runsaasti kommentteja ja tykkäyksiä.

Facebook, Siikalatvan kunta

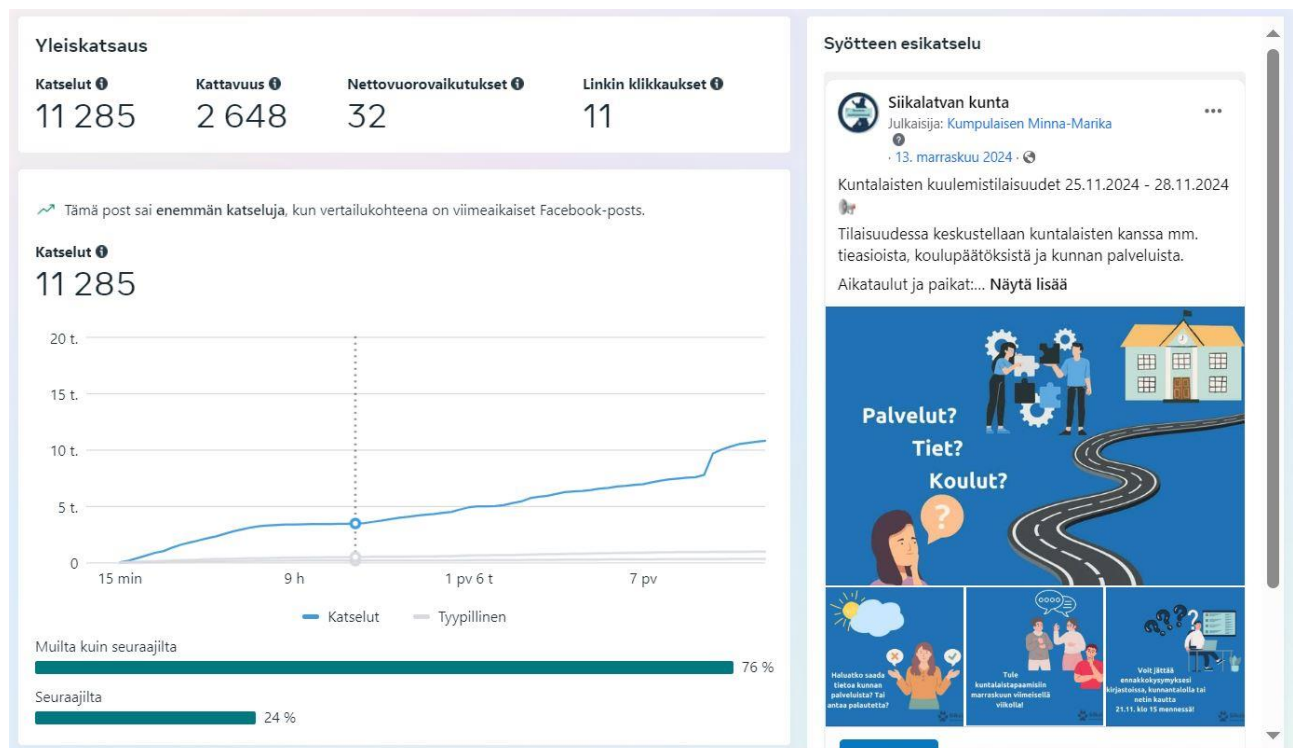
Kunnan Facebook-sivu päädyttiin luomaan uudelleen huhtikuussa 2024. Vanhalla sivulla haasteina olivat käyttöoikeuksien katoaminen entisten työntekijöiden mukana sekä business managerin päivittyminen vuosien varrella. Uuden sivun myötä mainostaminen ja integraatiot Metan eri sovellusten välillä toimivat, mutta sivun seuraajien hankkiminen täytyi aloittaa alusta.

Julkaisujen määrä 5/2024–12/2024: 203

Julkaisujen katselukerrat: 124 183

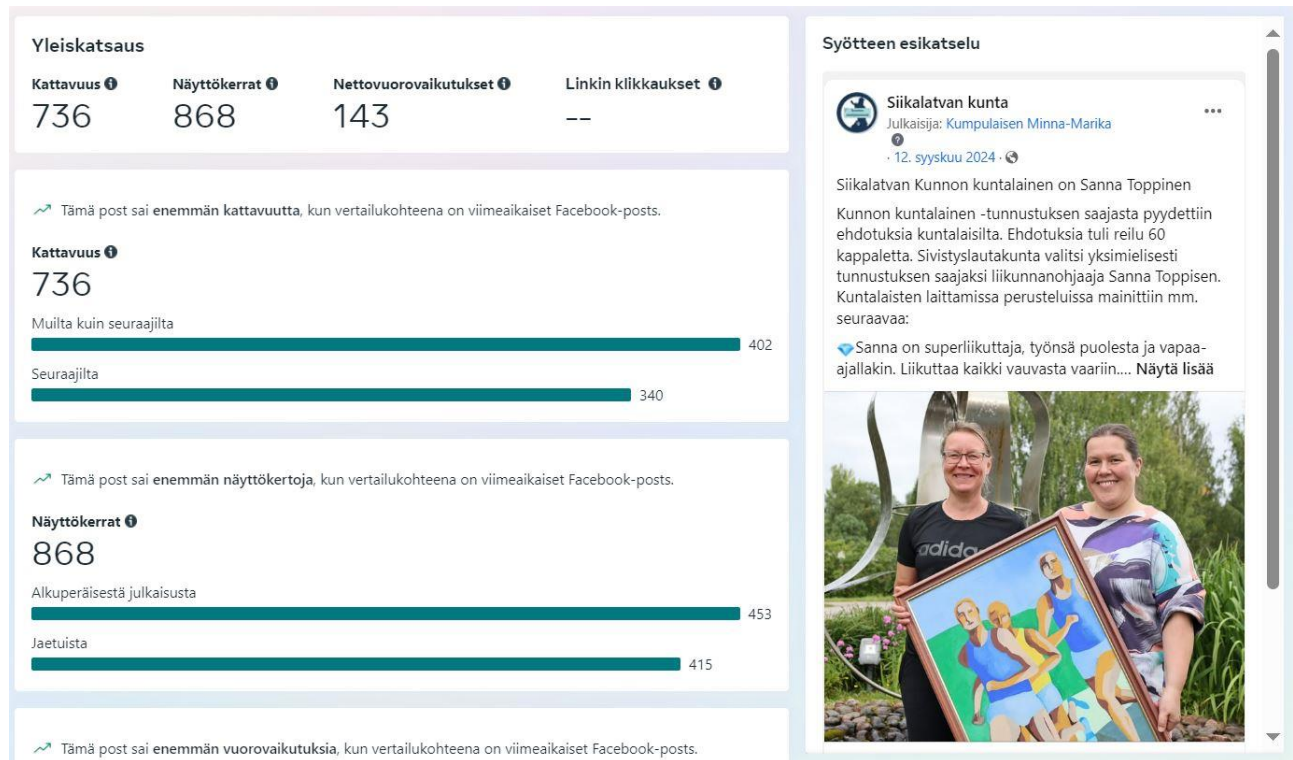
Seuraajien määrä: 475

Eniten katselukertoja kerännyt orgaaninen julkaisu:



kuva 2. Kuntalaiskuulemisten Facebook-julkaisu keräsi katselukertoja.

Eniten vuorovaikutusta (tykkäykset, kommentit, jaot, kommentit ja tykkäykset jaetuissa postauksissa) kerännyt (orgaaninen):



kuva 3. Hyvän mielen sisältö kiinnostaa kunnan somen seuraajia.

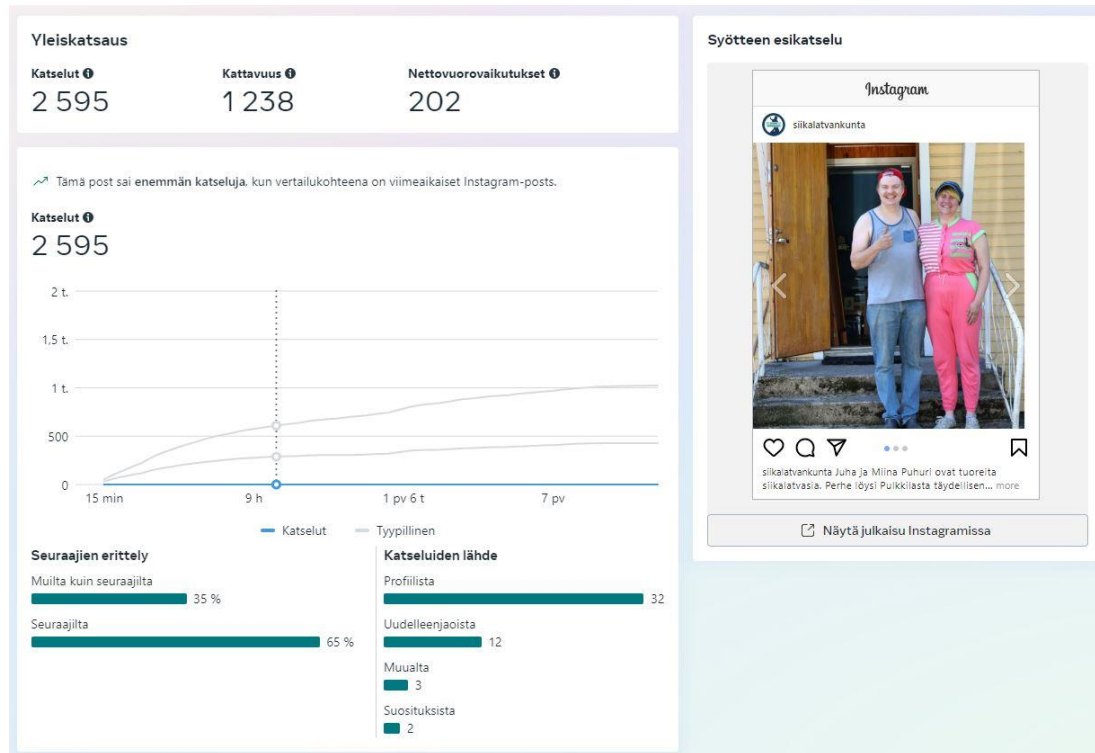
Instagram, Siikalatvan kunta

Seuraajia: 1086

Julkaisuja syötteessä: 148

Storyt: 357

Eniten vuorovaikutusta herättänyt orgaaninen julkaisu:



kuva 4. Muuttajatarina herätti reaktioita Instagramissa.

WhatsApp

Kunnan viestintätiimissä sovittiin, että kunnassa otetaan pilottikäyttöön WhatsApp-kanava nuorille suunnatun viestinnän parantamiseen. Seuraajia vuoden lopulla oli 64. Kanavalle tarvitaan lisää päivittäjiä, jotta se saadaan toimimaan täydellä teholla.

Myös kunnan latutiedotuksessa päädyttiin WhatsApp-kanavan käyttöön toistaiseksi. WhatsApp on urakoitsijalle helpoin kanava käyttää ja kanava on tietoturvallisempi vaihtoehto kuin aiempi ryhmä. Latukanavalla seuraajia oli vuoden lopulla n. 140 käyttäjää.

YouTube

YouTubessa julkaistiin kaksi Keskipisteessä-yritysvideota valtuuston kokoustallenteiden lisäksi.

Valtuuston kokouksia on katsottu 200–600 kertaa per kokous. Eniten katsontakertoja keräsi 28.2.2024 valtuuston kokous, jossa valittiin Siikalatvalle uusi kunnanjohtaja. Kokousta ja sen tallennetta katsoi 696 katsojaa.

LinkedIn

Seuraajia: 125

Näyttökertoja: 12 830

Julkaisuja: 33

Eniten LinkedInissä näkyvyyttä saanut julkaisu:



kuva 5. Grafiitti-hankkeen somepostaus kiinnosti LinkedInissä.

Somemainonta

Sosiaalisessa mediassa mainostaminen on kustannustehokas tapa mainostaa kunnan palveluita sekä esimerkiksi rekrytointeja. Sosiaalisessa mediassa tehtiin maksullista mainontaa Metan kanavissa ja LinkedInissä.

Sosiaalisen median mainoskampanjoita toteutettiin 9 kpl. Niistä 7 koski rekrytointeja, 1 Siikalatvan kunnan Facebook-sivun seuraajamäärän kasvattamista ja yksi Siikalatvan pitäjäpäivä.

Eniten näkyvyyttä keräsi pitäjäpäivien mainos, 21 516 näyttökertaa ja 516 klikkausta. Myös sivistysjohtajan viran rekryilmoitus keräsi klikkauksia 774 kappaletta.

Mainosrahaa somemainoksiin käytettiin n. 114 euroa ja mainokset tavoittivat 57 809 silmäparia.

Yhteenveto sosiaalisen median kanavista

Siikalatvan kunnan sosiaalisen median pääkanavat ovat tärkeä osa kunnan viestintää. Palveluiden omat kanavat ovat hyvä täydennys. Kanavat tavoittavat pääosin työikäiset ja sitä vanhemmat.

Metan kanavista WhatsApp ja Instagram ovat sellaisia, joiden kautta voi tavoittaa ainakin osan nuorista. Nuorten osalta sosiaalisen median viestintää tulee kehittää ennen kaikkea sisällön muotoilun osalta, jotta nuoret löytävät tietoa helposti ja kiinnostuvat sisällöstä.

Sidosryhmäviestintä

Sidosryhmäviestintä käsittää viestinnän yrityksille, naapurikuntiin, yhdistyksille, hyvinvointialueelle, yhteistyökumppaneille ja kuntalaisille.

Vuonna 2024 paikallisten yrittäjien palveluita on esitelty kahdella Keskipisteessä-videolla. Vuoden 2023 alussa oli tavoitteena julkaista yksi yritysesittely joka kuukausi. Yrittäjät ovat voineet itse ilmoittaa halukkuutensa Keskipisteessä-sarjaan. Kutsuja on lähetetty mm. uutiskirjeissä ja nostoina sosiaalisessa mediassa sekä suoraan kontaktoimalla. Halukkaita ei ole ilmoittautunut eivätkä suoraan kontaktoidut ole olleet innokkaita kameran eteen. Videoiden sisällöissä on täytynyt olla hyvin tarkka, ettei kunta tule vääristäneeksi markkinaa. Videoihin pistetty aika ja energia on päädytty suuntaamaan muualle.

Uutiskirjeet yrityksille ja yhdistyksille

Siikalatvan kunta lähettää uutiskirjeitä yrittäjille ja yhdistyksille. Kirjeitä on tyypiltään kolme: yleinen, minkä tahansa alan yrittäjille suunnattu kirje, maatalousyrittäjille suunnattu sekä yhdistysuutiskirje.

Yrityskirjeen sisällöt tuotetaan yhteistyössä kunnan elinkeinokehittäjän kanssa.

Maatalousyrittäjien kirjeen hoitaa maaseutupalvelut itsenäisesti. Maaseutupalveluiden henkilöstölle on pidetty muutama viestinnän sparraus ja koulutettu uutiskirjeohjelman käyttöön. Kirjeessä maaseutupalvelut tiedottavat maatalousyrittäjiä mm. ajankohtaisista tukihauista.

Yhdistyskirjeen sisällöt tuotetaan yhdessä kulttuurin, liikunnan ja viestinnän kanssa. Kirjettä on lähetetty tarpeen mukaan esimerkiksi ajankohtaisten avustushakujen aikaan ja Oulu2026-teemoissa.

Yrityskirjeitä 5 kpl

Maaseutupalveluiden kirjeitä 16 kpl

Yhdistyskirjeitä 6 kpl

Viestit tavoittaneet kaikkiaan 9011 kertaa. Viestit on avattu 5550 kertaa. Viestien avaussuhde keskimäärin 38,74 %. Klikkaussuhde 14,82 %.

Sidosryhmäviestintää on toteutettu myös live-tapaamisin. Kunta on järjestänyt yleisötapauksia yhdistysten, kuntalaisten ja yrittäjien kanssa. Tapaamisissa on muun muassa tiedotettu ajankohtaisista asioista, ideoitu toimintaa sekä kerätty palautetta palveluiden kehittämistä varten.

Mediaosumat

Kuntaorganisaationa lähetettiin mediatiedotteita 7 eri aiheesta. Mediatiedotteiden läpimenoista ei ole tarkkoja analyysitietoja, sillä kunnassa ei ole käytössä mediaseurantatyökalua. Yleisesti arvioiden Siikalatva näkyi eniten paikallislehti Siikajokilaaksossa.

Kunnanjohtajan valinta kiinnosti mediaa. Aiheesta uutisoi Yle, Kaleva, Kuntalehti, Lapin Kansa, Koti-Lappi, Siikajokilaakso ja Pyhäjokiseutu.

Siikalatva oli esillä mm. Ylen Puoli Seitsemän -ohjelmassa. Ohjelmaa varten toimittaja oli yhteydessä kuntaan ja halusi tietoja Terskanperän nimen historiasta.

Kriisiviestintä

Siikalatvan kunnassa ei tarvinnut siirtyä kriisiviestintään kertaakaan vuoden 2024 aikana.

Kriisiviestintää harjoiteltiin mm. Säde- ja Taisto-harjoituksissa. Todettiin, että kriisiviestintään on syytä laatia toimintakortit, jotka selkeyttävät toimintaa kriisiviestintätilanteissa, jotka saattavat erota toisistaan merkittävästi. Tarpeen ovat myös erilaiset tiedotepohjat ja loki kriisiviestinnän toimenpiteiden kirjaamiseen.

Sisäinen viestintä

Sisäinen viestintä oli yksi keskeisimpiä viestinnän kehittämiskohteita vuonna 2024.

Työhyvinvointikyselyssä nousi toive avoimemmasta ja selkeämmästä viestinnästä, erityisesti koskien muutoksia ja päätöksiä. Henkilöstölle viestimiseen toivottiin myös tasapuolisuutta. Jälkimmäiseen on tartuttu lisäämällä mm. ohjeita koskien sähköpostilaatikoiden käyttöä sekä tarkentamalla perehdytystä.

Käytännön tekoja olivat viestintävarit johtajien kanssa, tiimipalaverit sekä viestintätiimin toiminnan kehittäminen. Loppuvuodesta tiimiin lisättiin myös opettajia, jotta palveluiden keskinäinen viestintä paranisi. Viestintätiimi kokoontui yhdeksän kertaa. Tiimille vedettiin tietoisuuksia aiheista:

- Canvan perusteet
- Canvan jatko: videot
- Hyvän tiedotteen resepti

Lisäksi järjestettiin tiimikohtaisia sparrauksia tiimien toiveiden mukaan.

Siikaintrassa julkaistiin vuoden 2023 aikana 41 tiedotetta. Intraan on päivitetty työsuhteeseen ja työskentelyyn tarvittavia dokumentteja ja tiedotteita. Intrassa on julkaistu työntekijöiden esittelyitä ja erilaisia kyselyitä koskien esim. jakotavaraa, henkilöstöjuhlaa, henkilöstön palkitsemista. Analytiikan perusteella intrassa oli joulukuussa 2024 noin 1360 käyntiä.

Henkilöstöinfoja ajankohtaisista aiheista järjestettiin neljä.

Sähköpostitse viestinnän yleisen sähköpostin kautta koko henkilökuntaa koskevia asioita tiedotettiin 18 viestillä. Lisäksi sisäisiä viestejä koko henkilökunnalle on tullut suoraan esim. IT-tuesta, kunnanjohtajalta, henkilöstösihteeriltä, hallintojohtajalta ja työhyvinvointihankkeen yhteistyökumppaneilta. Lisäksi sähköpostitse, Teamsilla, kasvokkain ja puhelimitse viestitään päivittäin eri kokoisilla ryhmillä.

Sisäisen viestinnän kehittämistyötä jatketaan.