

Sosiaalisen median strategia



sekä ohjeita someviestintään

Miksi viestimme somessa?

Somessa viestiminen lisää näkyvyyttä, tunnettuutta, vuorovaikutusmahdollisuuksia sekä läsnäoloa.

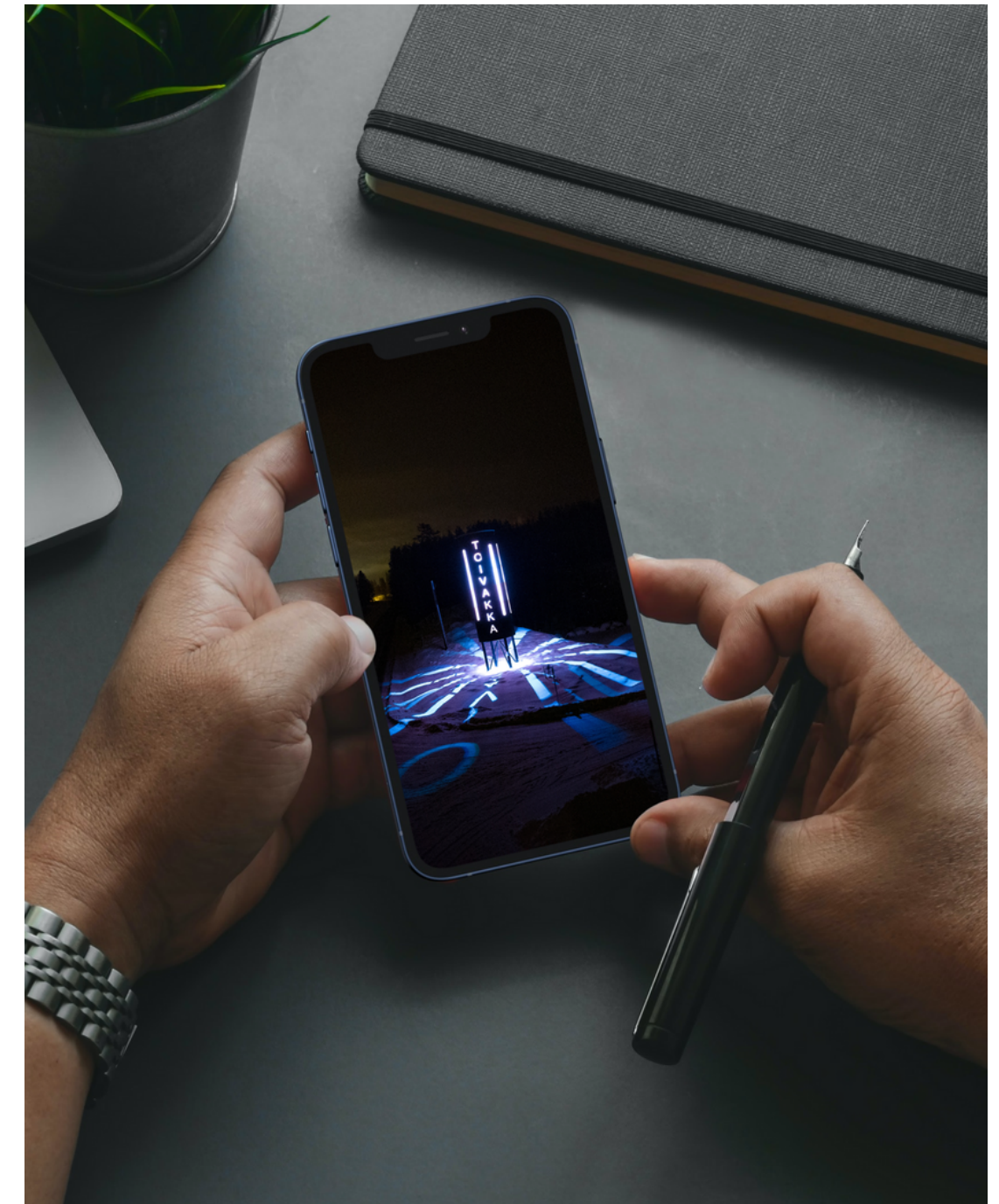
Tärkeimpänä kaikista on kuitenkin sidosryhmäviestintä kuntalaisille, kunnan alueen yrityksille sekä kunnan alueen yhdistyksille.

Somen avulla pyrimme lisäämään viestinnän tehokkuutta sidosryhmille. Tiedottamisen ja viestinnän monikanavaisuus ja vuorovaikutus lisää avoimuutta, luottamusta, lähestyttävyyttä sekä yleisesti näkyvyyttä.

Pyrimme saamaan seuraajiksi ja vuorovaikutuksen piiriin eritoten kuntalaisia, yrityksiä ja muita alueella toimivia organisaatioita. Seuraamme myös heidän toimintojaan, sillä voimme saada niistä hyviä vinkkejä alueen tapahtumista, toiminnoista ja mielipiteistä.

Jaamme somessa tietoa, jota kunnan verkkosivuillakin jaetaan. Lisäksi julkaisemme kanavien formaatteihin sopivia hyvän mielen julkaisuja, tietoiskuja, ajankohtaista kunnassa tapahtuvaa asiaa, muuta yhteistyö- ja viranomaistyönverkoston asiaa, joka kuntalaisia, yrityksiä tai yhdistyksiä jotenkin koskettaa.

Imagotyötä teemme avoimen, ihmislähtöisen ja vuorovaikutuksellisen somekäyttäjien kautta. Voimme esimerkiksi esitellä, mitä kunnan henkilöstö työarjessaan tekee.



TOIVAKKA

Edellisiin aihealueisiin viitaten, on somekanavakohtaista, mitä viestitään ja missä kanavassa.

Esimerkiksi **Instagramiin** eivät sovi pitkät tekstisisällöt.

Siellä suositaan kuvallisemmin painotettua, jokseenkin kevyempää viestintää, jossa painottuvat kuvat ihmisistä. Tuodaan näkyväksi kunnan henkilöstöä.

Facebookissa julkaisemme päätösviestinnän tiedotteita, muuta tiedotettavaa, kuten palveluihin ja tapahtumiin liittyvää ja yleisesti sisältöjä, joissa voi olla enemmän tekstisisällössä painotus.

Twitterissä esimerkiksi nostetaan myös merkkimäärä huomioiden päätösviestintää sekä muuta ajankohtaista ja yhteiskunnallista sisältöä. Repost-toimintoa käytetään harkinnan mukaan.

LinkedIn on käytössä rekrytointiin ja työhön liittyvässä viestinnässä sekä työllisyyteen liittyvässä viestinnässä. Voidaan nostaa myös esimerkiksi kunnanjohtajan päivityksiä kunnan tilin seinälle.

Nuoremmille kuntalaisille on kanavana tällä hetkellä nuorisovaltuuston viestintää tukeva ja **nuvan** ylläpitämä **Instagram-tili** ja **Facebook-sivu**.

YouTube-tiliä hyödynnetään videomateriaalin jakamisen käyttötarkoituksiin sekä valtuuston kokousten striimaamiseen.

TOIVAKKA 

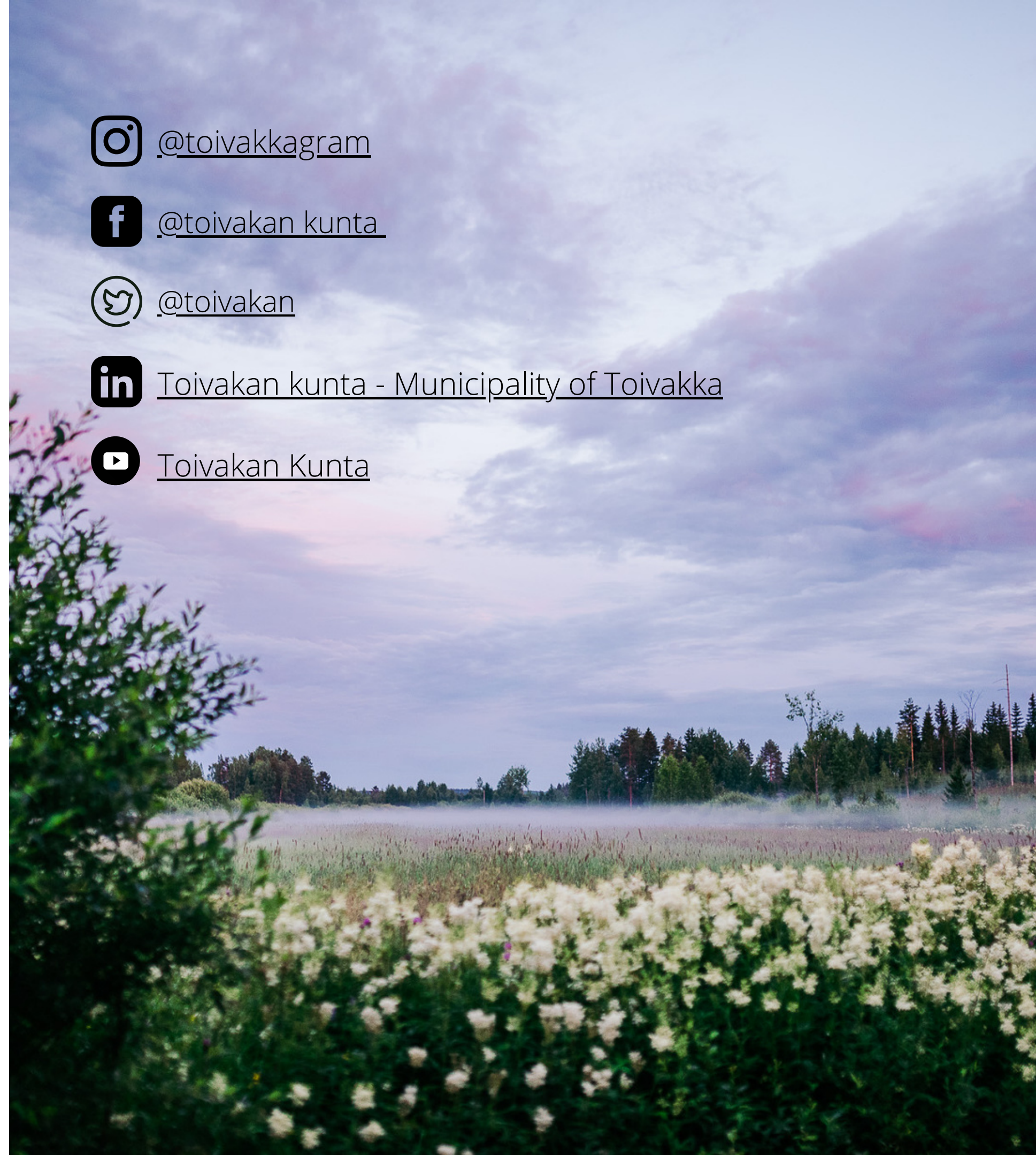
 [@toivakkagram](https://www.instagram.com/toivakkagram)

 [@toivakan kunta](https://www.facebook.com/toivakan.kunta)

 [@toivakan](https://twitter.com/toivakan)

 [Toivakan kunta - Municipality of Toivakka](https://www.linkedin.com/company/toivakan-kunta)

 [Toivakan Kunta](https://www.youtube.com/channel/UC...)





Miksi:

- Sosiaalisen median käytön ansiosta voimme tavoittaa sellaisia kuntalaisia ja muita sidosryhmiä, jotka käyttävät somekanavia. Lisäksi voimme tavoittaa uusia kunnasta kiinnostuneita yksityishenkilöitä ja yrityksiä.
- Muutostyönä haluamme tehdä kunnan toimintoja ja palveluja näkyvämmiksi ja helpommin saavutettaviksi, tiedottaa, tehdä tunnettuustyötä ja tavoittaa potentiaalisia kunnasta kiinnostuvia yrityksiä ja yksityishenkilöitä.
- Tavoitteiden saavuttamista on mahdollista seurata seuraajamäärien, tykkäysten määrien ja julkaisujen jakojen kasvun myötä.
- Käytämme tarvittaessa myös tunnettuustyöhön maksettua, kohdennettua mainontaa.

Kenelle:

- Kohderyhmämme vuorovaikutuksen sekä päätösviestinnän, palvelujen, tapahtumien ja toimintojen tiedottamisen osalta kuntalaiset, alueen yritykset ja yhdistykset sekä media.
- Kohderyhmämme tonttimarkkinoinnin ja tunnettuustyön sekä mielikuvamarkkinoinnin osalta ovat pääasiassa uudet potentiaaliset kuntalaiset sekä uudet potentiaaliset yritykset.
- Ikähaarukkaa rajataan tarvittaessa, kohdennettua somemarkkinointia käytettäessä. Muutoin kohteenamme someviestinnässä ovat laajasti eri ikähaarukoihin sijoittuvat kuntalaiset, jotka somea käyttävät.
- Teemme tunnettuustyötä aluerajauksia hyödyntäen sekä esimerkiksi tonttimarkkinointia tai muuta kampanjamarkkinointia PK-seudulle, mahdollisesti muihin isoihin kasvukeskuksiin, lähimaakuntiin ja mahdollisesti maakunnan sisäisesti.





"Tavoitteet määrittävät
kohderyhmät, ihmiset
määrittävät
kanavavalinnat."

Missä:

- Tavoittelemamme kohderyhmät liikkuvat laajalti eri somekanavissa.
- Facebookin kautta todennäköisin ikäryhmä saavuttaa on noin 44-54-vuotiaat, Instagramin kautta noin 35-44 -vuotiaat. 25-34 -vuotiaat rakentavat pääosin Twitterin käyttäjäkunnan.
- Esimerkiksi nuorempien kuntalaisten tavoittaminen nuorten suosimien somekanavien kautta on toistaiseksi nuorisovaltuuston sekä vapaa-ajan toimen someviestinnän kautta tapahtuvaa. Instagram on kunnan yleisistä kanavista tehokkain someväylä siihen toistaiseksi.
- Mahdollisuudet maksulliseen markkinointiin eri somekanavia hyödyntämällä on luontevaa tavoitellessa uusia kohderyhmiä. Uusien kanavien käyttöönottoa voidaan harkita yhdessä esimerkiksi nuorisovaltuuston kanssa nuoria ajatellen.
- Myös esimerkiksi tiettyjä yhteisöjä voidaan tavoittaa Whatsapp-ryhmien kautta.

TOIVAKKA 

Mitä:

- Kuntalaiset ja yritykset haluavat saada ajankohtaista tietoa kunnan toiminnasta niin päätöselimenä kuin ratkaisujen, palveluiden ja tapahtumien tuottajana. Yritykset myös yhteistyömahdollisuuksista.
- Sisältöjen on oltava saavutettavuusdirektiivin mukaista, selkeää viestintää.
- Sisältöjen tulee vastata valitsemiemme somekanavien toimintamalleja, jotta viestintä on vaikuttavampaa ja tukee kunnan viestinnän tavoitteita.
- Viestinnän vuorovaikutteisuus korostuu somessa, jolloin kommentointiin reagoiminen täytyy ottaa julkaisujen yhteydessä huomioon.
- Jakamamme sisältö tukee strategian mukaisia tavoitteita ja parhaimmillaan osallistaa kuntalaisia yhteisön kehittämiseen.



Hyödynnämme strategian painopisteitä somessa

Strategian painopisteet 2022-2030



Yhdessä toimiva Toivakka

Hyvinvointi rakennetaan arjessa yhdessä.



Uuden ajan maalaisidylli

Luomme edellytykset hyvälle arjelle.



Toivakka tuntuu ja tunnetaan

Viestintämme on vaikuttavaa ja meidät tunnetaan myös muualla.





Milloin:

•Facebook-julkaisu tavoittaa parhaiten viikolla noin klo 13-16.

•Instagram-julkaisu tavoittaa parhaiten viikolla klo 9-15 tai 17-21.

•Viikonloppuisin voi julkaista ajastettuna, jolloin ei kannata kovin aikaiseen aamuun eikä kovin myöhäiseen iltaan ajastaa julkaisua.

•Twitter-julkaisut toimivat parhaiten lounasajan tienoilla ja muutoinkin työajan puitteissa.

•LinkedIn-julkaisujen ajankohtana toimii parhaiten viikolla klo 10-13.

•Pyrimme olemaan läsnä ja viestimään keskenämme, kuka vastaa päivityksiin minkäkin asian tiimoilta. Pääasiallisesti julkaisija vastaa oman julkaisunsa seurannasta ja vastaa kommentteihin ja kysymyksiin tarvittaessa.

•Julkaisukalenteriin ja ajastamiseen tutustetaan kaikki, jotka päivittävät somekanavia. Se helpottaa sisällöntuotantoa helpottaa viikkotasolla. Tällöin välttyään myös siltä, että Facebookiin tulee esimerkiksi kaksi julkaisua samoihin kellonaikoihin, jotka saattavat algoritmien vuoksi syödä toistensa näkyvyyttä.

•Koulutetaan julkaisutyökalun ajastusominaisuuksiin henkilöstöä tarvittaessa.

TOIVAKKA

Kuka:

- Ylläpitovastuuta jakaantuu organisaation sisällä eri toimijoille.
- Johdossa kunnanjohtaja, koordinointi-, ylläpito- ja kehittämisvastuu vastuu viestintä- ja markkinointisuunnittelijalla.
- Sisällöntuottajina ja ylläpitäjinä eri toimialojen asiantuntijoita.
- Some-keskustelujen seuranta- ja reagointivastuu viestintä- ja markkinointisuunnittelijalla, joka tarvittaessa ottaa yhteyttä julkaisun tehneeseen asiantuntijaan. Julkaisun tehneellä asiantuntijalla tai vaihtoehtoisesti kunnanjohtajalla vastuu kommentointiin.
- Työajan ulkopuolinen virkavastuuta kantavilla johtajilla.





Seuranta:

•Yleensä se, kenen toimialaa kysymys tai kommentti koskee, vastaa. Viestintä- ja markkinointisuunnittelija seuraa aktiivisesti ja välittää kysymykset / kommentit tarvittaessa asianosaisille.

•Pyrimme vastaamaan arkisin muutaman tunnin sisällä kommentteihin ja kysymyksiin. (suositus alle 24 tunnin kuluessa)

•Vastaamme reilusti kysymyksiin. Vastaamme asiallisiin kommentteihin tarvittaessa. Voimme reagoida positiiviseen kommentointiin tykkäämällä kommentista.

•Epäasiallisiin kommentteihin ja kysymyksiin emme vastaa. Häirinnän ollessa kyseessä, sellainen kommentointi poistetaan ja tarvittaessa, jos häirintä jatkuu, kommentoija estetään.

•Seuraamme maakunnallisia ja valtakunnallisia medioita, viranomaisia, yhteistyökumppaneita, alueen toimijoita ja jaamme tarvittaessa omalla sivullamme julkaisuja, jotka voivat olla sidosryhmiemme kannalta tärkeitä viestinnän tehostamiseksi.

•Tykkäämme julkaisuista, joihin kunta on tэгätty positiivisessa hengessä. Voimme tarvittaessa myös kommentoida sellaisia julkaisuja.

TOIVAKKA 

Analysointi & mittaaminen:

- Seuraamme viestinnän onnistumista eri somekanavilla: Millaisia kattavuuslukuja, tykkäysmääriä ja jakoja julkaisu on onnistunut saamaan.
- Seuraamme someseuraajien määriä ja asetamme vuositavoitteita seuraajamäärien nostamiseksi.
- Sisältöjen onnistumista voi arvioida esimerkiksi kattavuuslukujen, tykkäysmäärien ja klikkausten osalta: nämä asiat kertovat, ovatko jakamamme sisällöt herättäneet tavoiteltujen ihmisten kiinnostuksen ja ollaanko tässä onnistuttu niin hyvin, että ihmiset ovat tehneet haluamianne asioita, esimerkiksi klikanneet linkkiä saapuaksensa verkkosivuille lukemaan lisää jostakin aiheesta.
- Päätellään, miksi toiset asiat ovat keränneet enemmän huomiota kuin toiset ja kehitä sisältöjä enemmän onnistuneiden sisältöjen suuntaan.
- Tarkastelemme asettamiemme tavoitteiden toteutumista pari kertaa vuodessa. Markkinointikampanjoiden kohdalla tarkastellaan jokaisen kampanjan päätyttyä.





Ohjeita someen

Kunnan henkilöstö edustaa myös kuntaa, työnantajaa.
Tällöin on odotetaan hyvän etiketin mukaista
käytöstä myös somessa.

Kun työntekijä tai viranhaltija esiintyy oman organisaationsa
nimissä, hän on työnantajansa laatimien ohjeiden piirissä.
Toisaalta hänen sananvapautensa ei ole rajoittamaton vapaa-
ajallakaan tai muuten yksityishenkilönä: muun muassa lojaalisuus-
ja vaitiolovelvollisuudet ovat silloinkin voimassa.

Julkaiseminen ja jakaminen kunnan tileiltä vaatii
suunnitelmallisuutta. Someen aikataulutetaan julkaisuja, joten
niistä olisi sovitaan yhdessä muiden ylläpitäjien kanssa.

Somea on tehokasta hoitaa tiiminä!

Kun toimitaan Toivakan kunnan nimissä, tulee nämä asiat huomioida:

- On tärkeä noudattaa kunkin sosiaalisen median palvelun käyttöehtoja ja someyhteisön pelisääntöjä.
- Somessa noudatetaan samoja lakeja ja ohjeita kuin muussakin kunnan toiminnassa.
- Somekanavien tulee olla aktiivisessa käytössä.
- Työsopimuslaki ja lojaliteettivelvoite työnantajaa kohtaan pätevät myös vapaa-ajalla, myös somessa ja verkossa.
- Keskustellaan uusien somekanavien perustamistarpeista esimerkiksi sometiimin tai viestintä- ja markkinointisuunnittelijan kanssa.

- Julkaisu on saavutettavuusdirektiivin mukainen (videotallenteissa tekstitys / tekstiosiossa kerrottu puhuttu sisältö, kuvissa oleva teksti kirjoitettu myös tekstimuotoon.)
- Sisällön julkaisijalla on oltava käyttöoikeus julkaisemaansa materiaaliin (tekstit, valokuvat, videot, piirroksot, kaaviot, ym.). Valo- ja videokuvattavailta on syytä pyytää lupa julkaisemiseen, mikäli henkilöt ovat tunnistettavissa.
- Lasten kanssa toimittaessa tarvitaan lupa vanhemmilta, mikäli lapsi on tunnistettavissa kuvamateriaalista.
- Somesovelluksia käytettäessä on huomioitava aina käyttöympäristö, ettei ympäristössä ole sellaisia
- asioita, jotka eivät ole tarkoitettu julkisiksi.
- Vastataan asiallisesti ja neutraalisti kysymyksiin. Kommentteihin tarvittaessa. Muistetaan myös asiakaslähtöisyys somessa. Poistetaan häiritsevä tai uhkaileva kommentointi.

TOIVAKKA 

Tietoturva:

- Somen kautta jaeltavia ohjelmia tai sovelluksia ei tule suorittaa. Haittaohjelmien riski on todella suuri ja varomaton toiminta saattaa vaarantaa koko kunnan tietoturvallisuuden ja toiminnan.
- Kunnissa tulee aina noudattaa tietosuojan ja tietoturvan vaatimuksia: sosiaalisen median välineissä ei tule käsitellä, tallentaa tai jakaa salassa pidettäviä tietoja. Myös henkilötietojen julkaisemista koskevat määräykset on syytä huomioida (ei jaeta esim. Whatsapp- tai muissa keskustelusovelluksissa). Somessa tulee huolehtia omasta sekä muiden yksityisyydestä.
- Sosiaalisen median kautta levitettäviä linkkejä tulee välttää käyttämästä, vaikka ne olisi lähetetty tuttavalta.
- Käytetään eri salasanoja eri kanavissa ja päivitetään niitä tarvittaessa.
- Jos huomaa tai edes epäilee joutuneensa väärinkäytöksen kohteeksi sosiaalisen median palveluissa, tulee ilmoittaa asiasta viipymättä esimiehelle tai suoraan tietosuojavastaavalle. Tällaisia voivat olla esim. identiteettivarkaus / -väärennös, kalastelu, huijaus, haittaohjelma ja uhkailu.



TOIVAKKA

Elämisen elementit.

