

Valtuustoaloite sosiaalisen median kehittäminen

Kunnanhallitus 11.01.2021 § 5
803/07.00.01/2020

Valmistelija	pormestari markku.koskinen@karkola.fi puh. 045 160 4164
	Valtuutettu Jaana Kaarti teki valtuuston kokouksessa 7.12.2020 liitteenä olevan valtuustoaloitteen koskien sosiaalisen median kehittämisestä.
Esittelijä	pormestari Markku Koskinen
Päätösehdotus	Kunnanhallitus päättää lähettää aloitteen viestintä- ja markkinointitoimikunnan käsiteltäväksi ja velvoittaa toimikunnan valmistelemaan kunnan vastauksen aloitteen lähettäjälle.
Päätös	Päätösehdotus hyväksyttiin yksimielisesti.
Muutoksenhaku	Muutoksenhakukielto

Viestintä- ja markkinointitoimikunta 27.01.2021 § 5
803/07.00.01/2020

Valmistelija	viestintäkoordinaattori tiina.karonen@karkola.fi puh. 044 770 2220
	Valtuutettu Jaana Kaarti esittää 7.12.2020 tekemässään valtuustoaloitteessa, että Kärkölen kunnan esiintymistä sosiaalisessa mediassa tulee parantaa ja kehittää.
	Kunta on toteuttanut viestinnässään ja tiedottamisessa kunnanvaltuuston vahvistamaan (KV 28.5.2018 § 25) viestintä- ja markkinointistrategiaa. Strategiassa on määritelty myös kunnan käyttämät sosiaalisen median viestintä- ja markkinointikanavat.
	Viestintäkoordinaattori esittelee kokouksessa kunnan sosiaalisen median kanavien käytön tilastot ja toteutetut kampanjat vuodelta 2020.
Päätösehdotus	Toimikunta keskustelee kunnan esiintymisestä sosiaalisessa mediassa ja sen kehittämisestä sekä muotoilee kunnan vastauksen valtuutettu Jaana Kaartin aloitteeseen esitettäväksi kunnanhallitukselle.
Päätös	Toimikunta keskusteli kunnan esiintymisestä sosiaalisessa mediassa ja päätti valmistella kunnan vastauksen aloitteeseen käsiteltäväksi toimikunnan helmikuussa pidettävään kokoukseen.

Viestintä- ja markkinointitoimikunta 24.02.2021 § 14
803/07.00.01/2020

Valmistelija	viestintäkoordinaattori tiina.karonen@karkola.fi puh. 044 770 2220
Esittelijä	kansliapäällikkö

Päätösehdotus Toimikunta päättää lähettää esityksen kunnanhallitukselle kunnan vastauksesta Jaana Kaartin aloitteeseen sosiaalisen median kehittämisestä.

Päätös Toimikunta keskusteli viestintäkoordinaattorin ja kansliapäällikön laatimasta esityksestä ja päätti lähettää keskustelun perusteella muokatun esityksen kunnanhallitukselle kunnan vastauksena Jaana Kaartin aloitteeseen sosiaalisen median kehittämisestä.

Toimikunta merkitsi tiedokseen Mari Niinistön lähettämän sähköpostin kunnan tiedottamisesta ja kunnan viranhaltijoiden sekä luottamus- henkilöiden esiintymisestä sosiaalisessa mediassa.

Kunnanhallitus 29.03.2021 § 59
803/07.00.01/2020

Valmistelija viestintäkoordinaattori tiina.karonen@karkola.fi puh. 044 770 2220
kansliapäällikkö jouni.nieminen@karkola.fi, puh. 044-770 2206

Viestintä- ja markkinointitoimikunta valmisteli kokouksessaan 24.2.2021 alla olevan esityksen kunnan vastaukseksi valtuustoaloitteeseen:

Kärkölen kunta käyttää kunnanvaltuuston 28.5.2018 (§ 25) hyväksymän viestintä- ja markkinointistrategian 2018-2021 mukaisia sosiaalisen median kanavia; Facebook, Instagram, Youtube ja Twitter.

Facebookissa on useita kuntaan liittyviä tilejä, näistä aktiivisimmat ovat Kärkölen kunta, Kärkölen liikunta ja Huovilan puisto. Instagramiin on tehty keväällä tili Kotiin Kärkölään asumisen markkinointia varten ja Kärkölen Yhtenäiskoululla on oma kesällä avattu Instagram-tili. Kansliapäällikkö twiittaa aktiivisesti työprofiilinsa kautta. Myös useat muut kunnan työntekijät esiintyvät sosiaalisessa mediassa työprofiileillaan.

Kunnan tontteja ja tonttihuutokauppoja on markkinoitu Facebookissa vuonna 2020 myös maksullisesti orgaanisen näkyvyyden lisäksi. Rajallisten resurssien takia asumisen maksullinen markkinointi on suunnattu pääsääntöisesti oman kunnan ulkopuolisille asiakkaille. Samat materiaalit ovat myös kuntalaisten nähtävillä kunnan sähköisissä kanavissa.

Kunnan Facebook-tilillä on pääasiassa keskitytty jakamaan ajankohtaista tietoa tapahtumista, kunnan palveluista, liikuntaryhmistä sekä erilaisista kampanjoista. Jaettu sisältö on tilastojen mukaan tavoittanut kohderyhmät erittäin hyvin. Esimerkiksi joulukuussa 2020 julkaistu kunnan joulukalenteri esitteli 24 paikallista yritystä, tavoitti lähes 22 000 ihmistä, sai tuhansia tykkäyksiä ja satoja kommentteja.

Aikavälillä elokuu 2020 – tammikuu 2021 on Kärkölen kunnan FB-sivu tavoittanut yli 160 000 henkilöä ja julkaisuja on ollut lähes 300.

Suosituimmat julkaisut tavoittavat 2500-3000 henkilöä. Kärkölen liikunta on tavoittanut 37 500 henkilöä 59 julkaisulla. Koronakevät ja -kesä näkyivät valitettavalla tavalla Huovilan puiston markkinoinnin kohdalla, koska suurin osa palveluista ei ollut käytettävissä ja tapahtumia jouduttiin peruuttamaan. Kaudella 2020 Huovilan puisto tavoitti 13 julkaisulla yli 22000 henkilöä. Vuonna 2019 vastaavat luvut olivat 30 ja 35500.

Koronapandemian takia on kunnan Facebook-sivulla kuluneen vuoden aikana ollut merkittävässä roolissa Covid-19 ja Päijät-Sote -julkaisut.

Toisinaan joudumme jakamaan FB-tilillä myös ikäviä asioita, mutta pääpaino on positiivisissa, ajankohtaisissa ja ihmisläheisissä niin kuntalaisia kuin ulkopaikkakuntalaisiakin kiinnostavissa julkaisuissa.

Viime kesänä Carunan kanssa yhteistyössä palkattu Kärkölen kesäassari teki some-sisältöjä useisiin kanaviin kunnan nimissä. Sama yhteistyömalli toteutetaan Carunan kanssa myös tulevana kesänä.

Kunnan Facebook-sivun seuraajat ovat enimmäkseen kärköläisiä. Eniten ulkopaikkakuntalaisia seuraajia on Lahdesta ja pääkaupunkiseudulta.

Huovilan puiston seuraajissa kärkisijaa pitävät lahtelaiset ja seuraavina ovat kärköläiset ja hollolalaiset. Uusimaa ja pääkaupunkiseutu seuraavat kannoilla hyvin tasaväkisesti.

Kotiin Kärkölään Instagram-tilillä on 147 seuraajaa ja jokainen julkaisu tavoittaa orgaanisesti 150-200 henkilöä.

Kunnan Youtube-kanava on aktivoitu käyttöön koronakevään liikunta-palveluiden Facebook-videoiden ja valtuuston etäkokousten alkuun saattamana. Kanavalla on nähtävillä myös asumisen ja tonttimarkkinoinnin videoita, Nalle Naavatassun kuntaesittelyjä ja uusimpana kunnan kesäpestien hakuvideo.

Parhaita kunnan somelähetteläitä ovat aina kuntalaiset itse aktiivisella ja positiivisella somekäytöksellä. Kuntalaisten julkaisujen aitous, orgaanisuus ja volyyymi päihittävät aina työn puolesta maksullisesti tehtävän aluemarkkinoinnin.

Tutkimuksen mukaan lähes 75 prosenttia aikuisista suomalaisista kokee negatiivisia tunteita tai merkityksettömyyttä asuinkuntansa valtuuston toimintaa kohtaan. Tulokset käyvät ilmi NayaDayan, YouGovin ja Statistan yhteistyöllä alkuvuodesta 2021 toteutetusta empatiatutkimuksesta.

Kärkölen kunnassa asiaa ei ole tutkittu, joten laajasta tutkimuksesta voidaan nostaa esille vain yleisenä huomiona valtuustojen vaikuttamisroolin merkitys myös sosiaalisen median kanavissa.

Viestintä- ja markkinointitoimikunta kiittää aloitteen tekijää sosiaalisessa mediassa tapahtuvan viestinnän nostamisesta kunnanvaltuuston arviointiin ja lausuntonaan toteaa, että kunnan sosiaalisen median näkyvyyttä on toteutettu ja kehitetty kunnanvaltuuston osoittamilla resursseilla viestintä- ja markkinointistrategian mukaisissa kanavissa.

Kunnan tiedottaminen on jatkuvan sisäisen keskustelun ja kehittämisen kohteena ja kehitystyötä tehdään käytössä olevien resurssien perusteella.

Toimikunta kannustaa kuntalaisia ja luottamushenkilöitä vaikuttamaan kunnan positiivisen julkisuuskuvan kehittämiseen tekemällä ja jakamalla julkaisuja omissa sosiaalisen median kanavissaan.

Esittelijä	pormestari Markku Koskinen
Päätösehdotus	Kunnanhallitus päättää antaa esittelyosassa kuvatun viestintä- ja markkinointitoimikunnan laatiman vastauksen aloitteen tekijälle.
Päätös	Päätösehdotus hyväksyttiin yksimielisesti.
Muutoksenhaku	Muutoksenhakukielto