

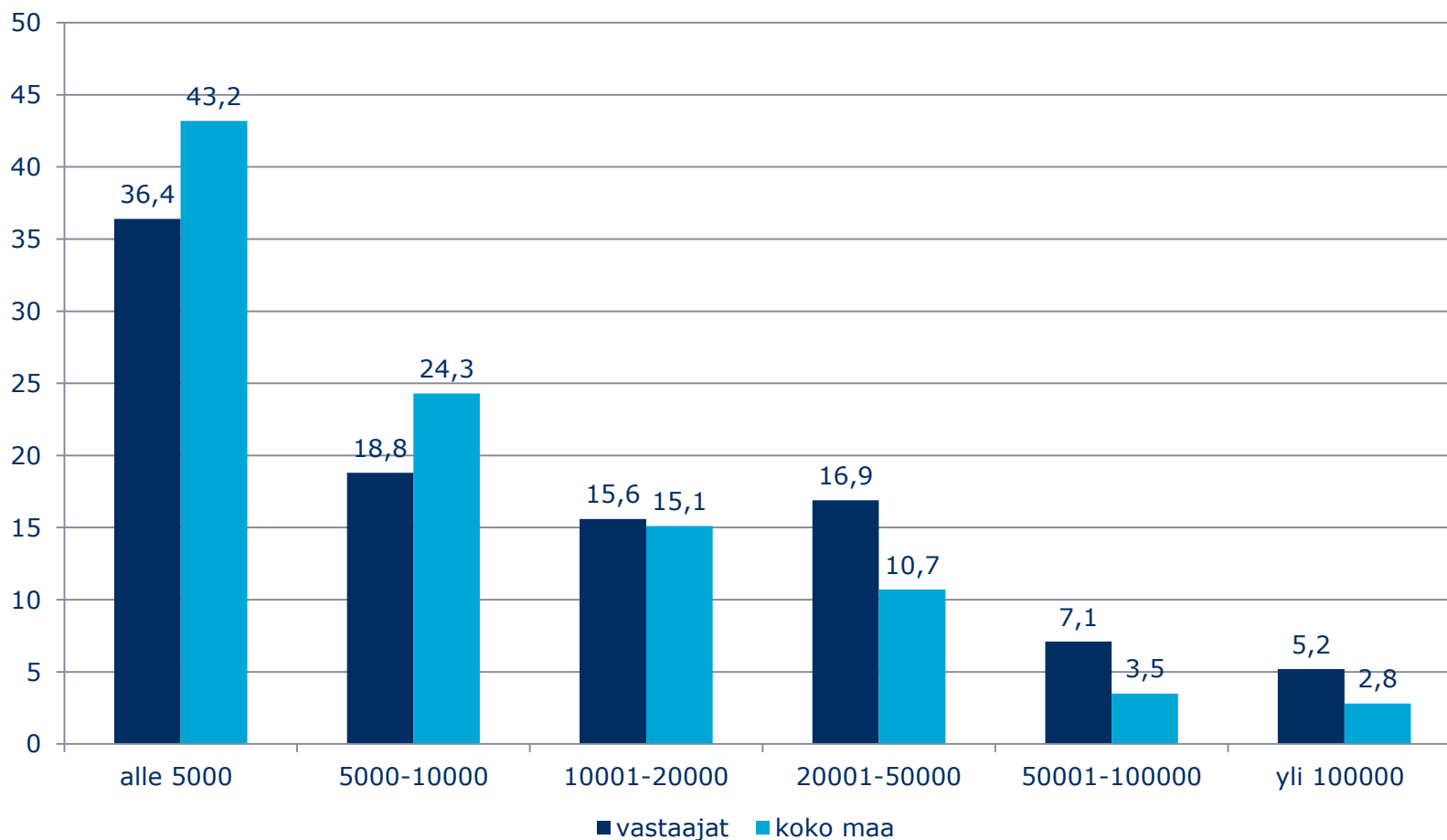
Kuntien verkkoviestintä ja sosiaalisen median käyttö –kysely 2016

Taustaa

- Kysely toteutettiin helmi-maaliskuussa 2016 (22.2.-15.3.)
- Kysely lähetettiin kirjaamojen kautta kuntien verkkoviestinnästä vastaaville
- Vastaajia 156, vastausprosentti oli 49,8 %
- Aiemmin on toteutettu kuntien verkkoviestintäkysely (viimeksi 2007) ja sosiaalisen median käytön kysely (2011), sekä yhdistetyt kyselyt 2013, 2014 ja 2015.
 - » Tuloksia verrataan aiempiin kyselyihin niissä kysymyksissä kuin se on mahdollista
 - » * merkitsee sitä, että kysymys on (hieman) muuttunut, mutta vertailukelpoinen
- Kysely toteutetaan vuosittain

Vastanneiden kuntien kuntakoko

(%, n=156, kuntia yhteensä 313)



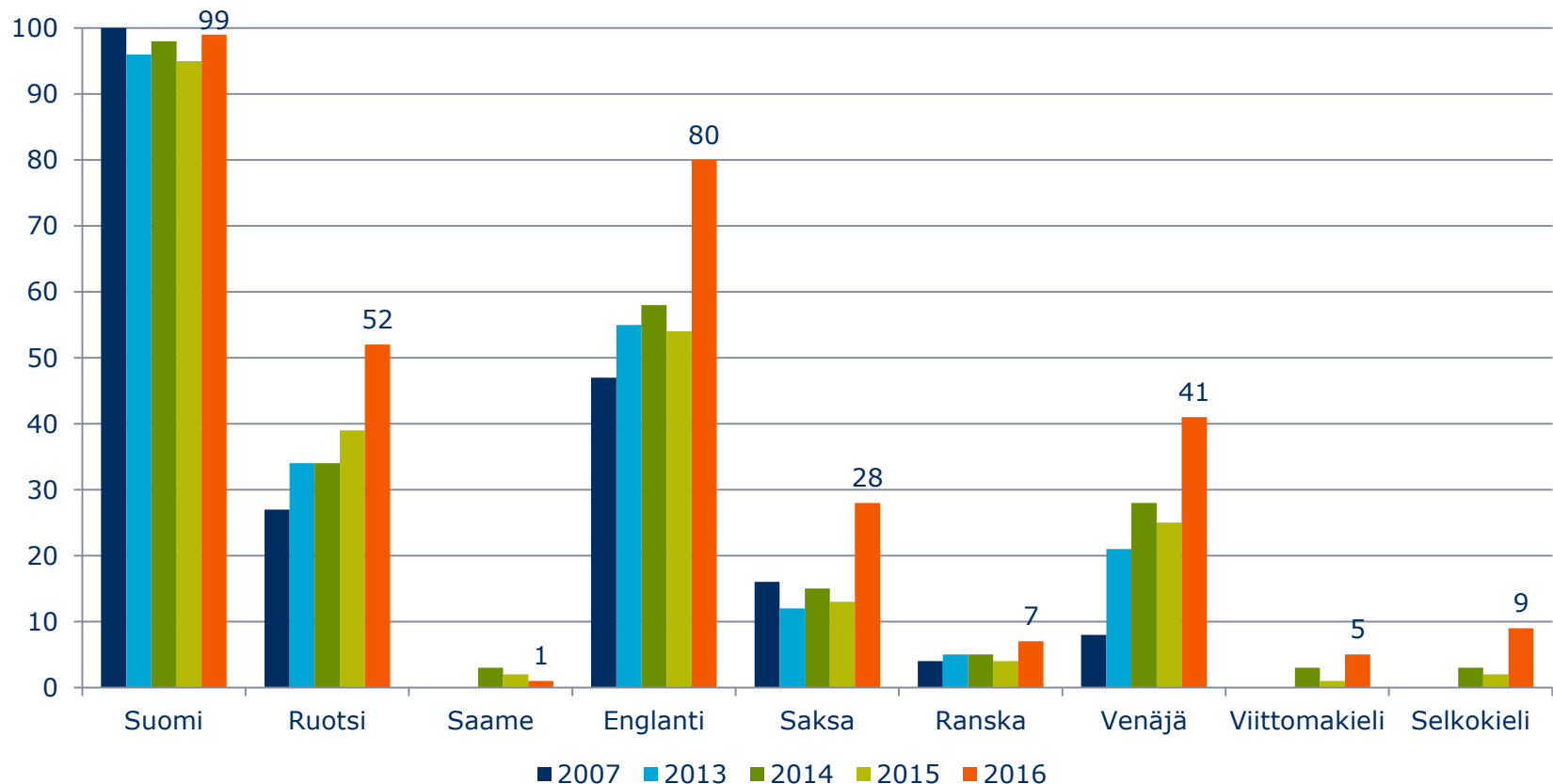


Verkkoviestintää koskevat kysymykset



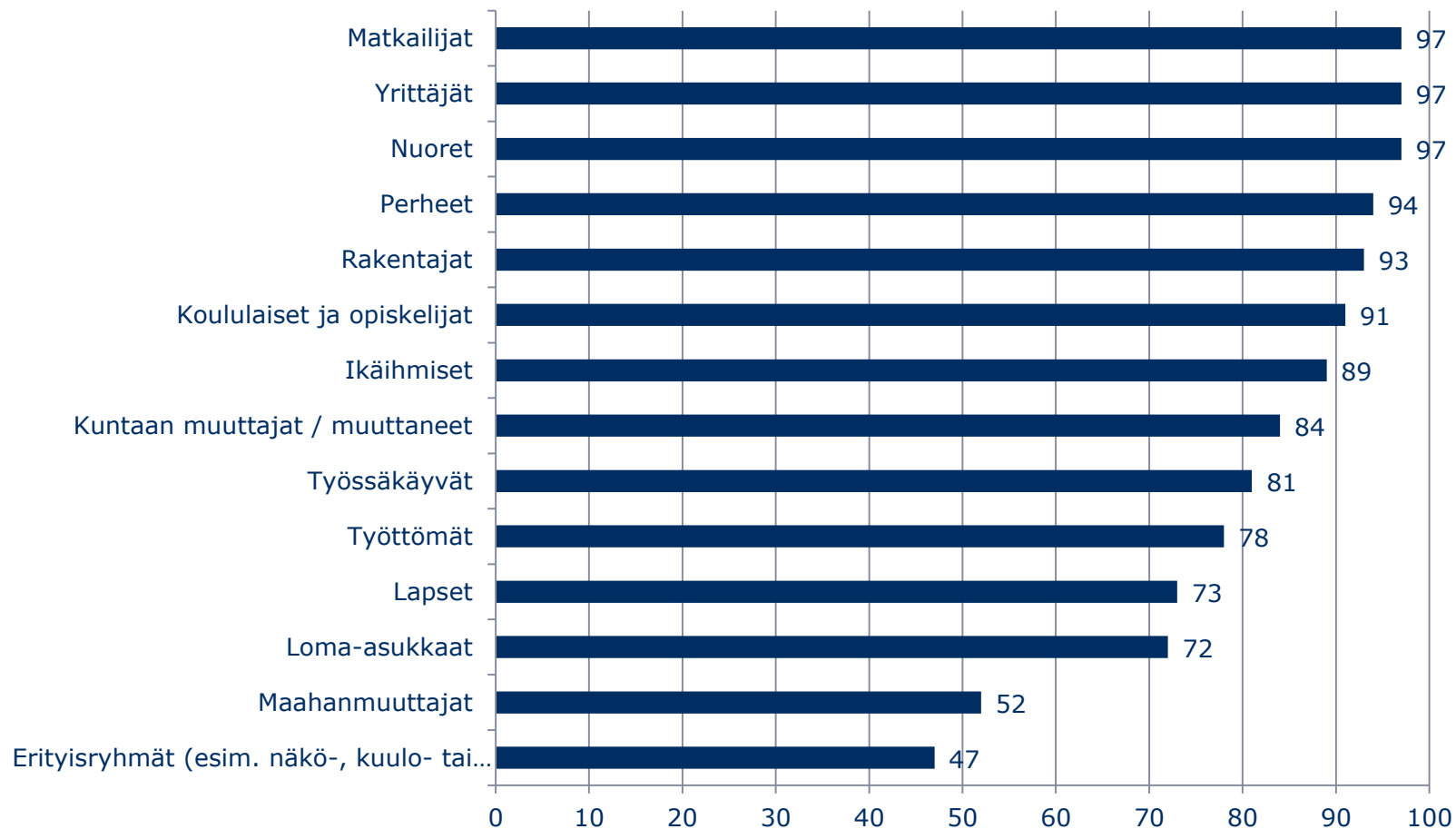
"Millä kielillä kuntanne tarjoaa verkkosisältöjä?" %

(2016 n=156, 2015 n=154, 2014 n=170, 2013 n=136, 2007 n=206)



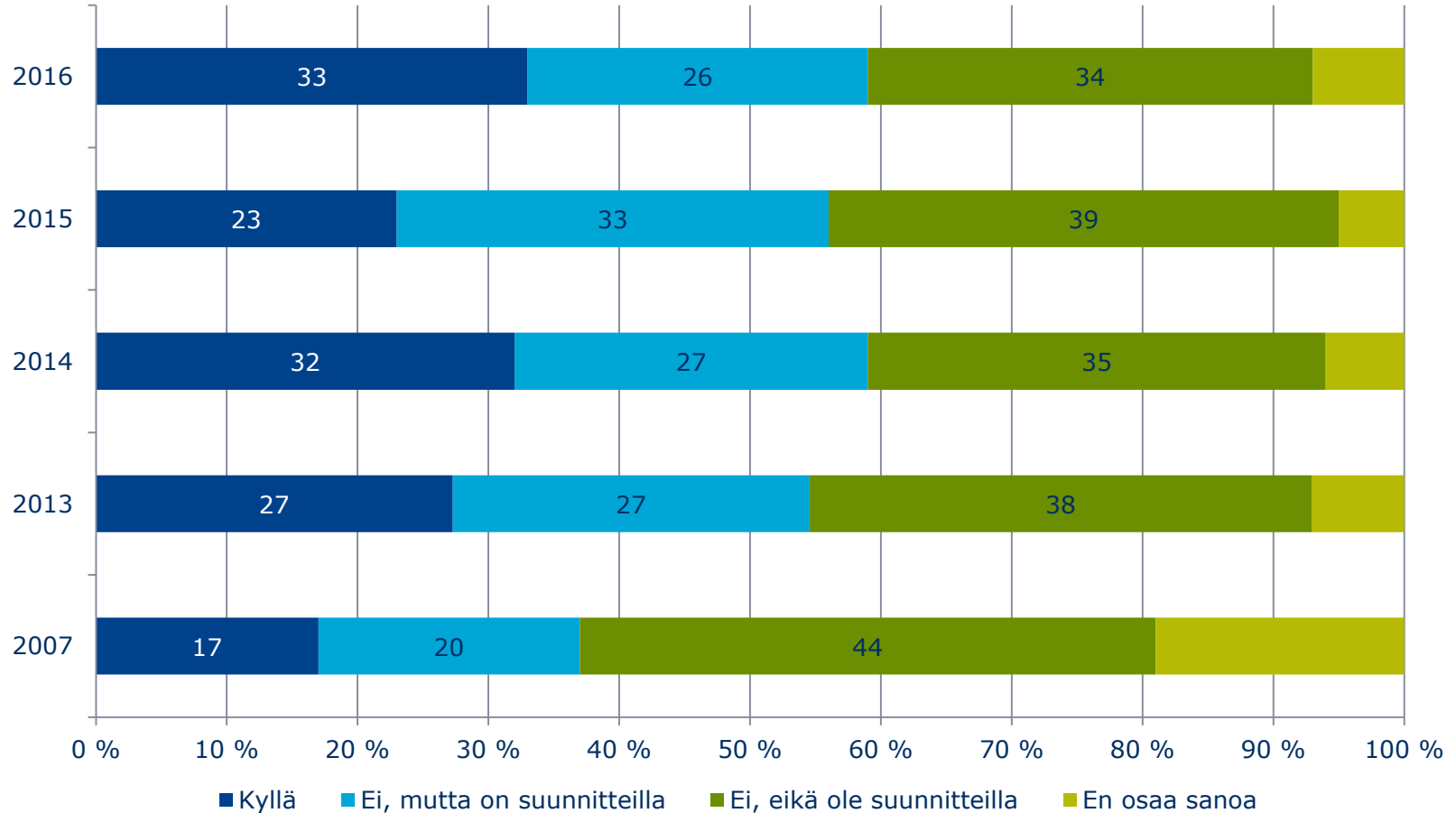
Vuoden 2016 luvut eivät suoraan verrattavissa aiempaan. Nyt kysyimme kyllä/ei, aiemmin vain onko tietyllä kielellä. Eli aiemmin "ei vastannut" yhdistyi ei ole -kohdan kanssa.

Mille seuraaville ryhmille suunniteltuja erillissivustoja tai -palveluita kuntanne verkkopalvelussa on? % (2016 n=154-130)



Onko kunnallanne käytössä mobiili- tai tablettisovelluksia? %

(2016 n=156, 2015 n=152, 2014 n=169, 2013 n=131, 2007 n=207)

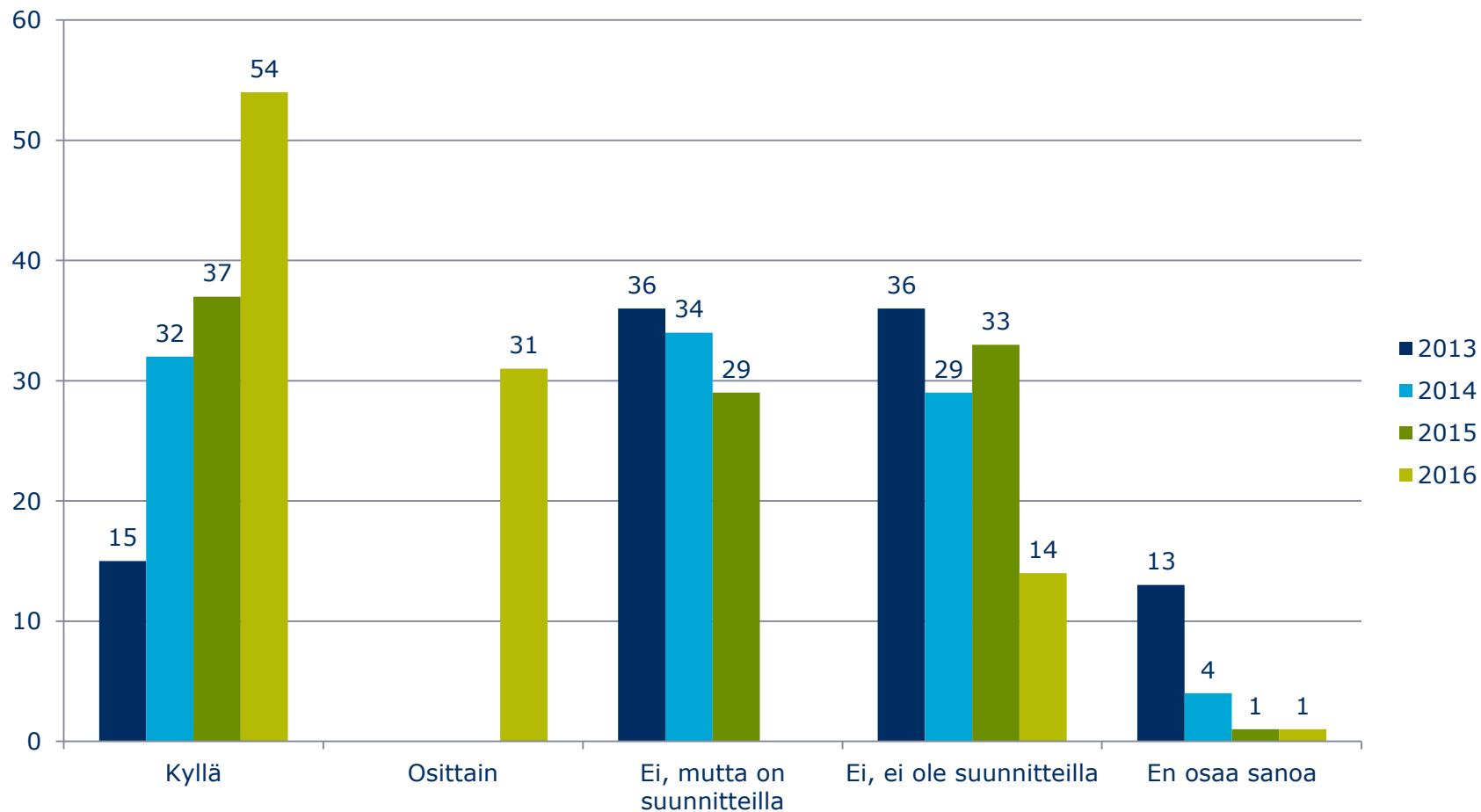


Kommentteja mobiili- ja tablettisovelluksiin

- Yli kolmanneksella (33 %) kunnista on mobiili- tai tablettisovellus käytössä ja noin neljännes (26 %) suunnittelee sellaista.
- Esimerkkejä:
 - » "Kunnan verkkosivut eivät ole responsiiviset mutta käytössä on mobiilikäyttöön tarkoitettuja sovelluksia."
 - » "Nettisivuista on mobiiliversio, mutta sivut eivät sinällään ole responsiiviset. Palautejärjestelmään on mobiilisovellus."
 - » "Suunnitteilla on mobiili matkailusovellus."

Onko responsiivisuus otettu huomioon suunnitteluvaiheessa?

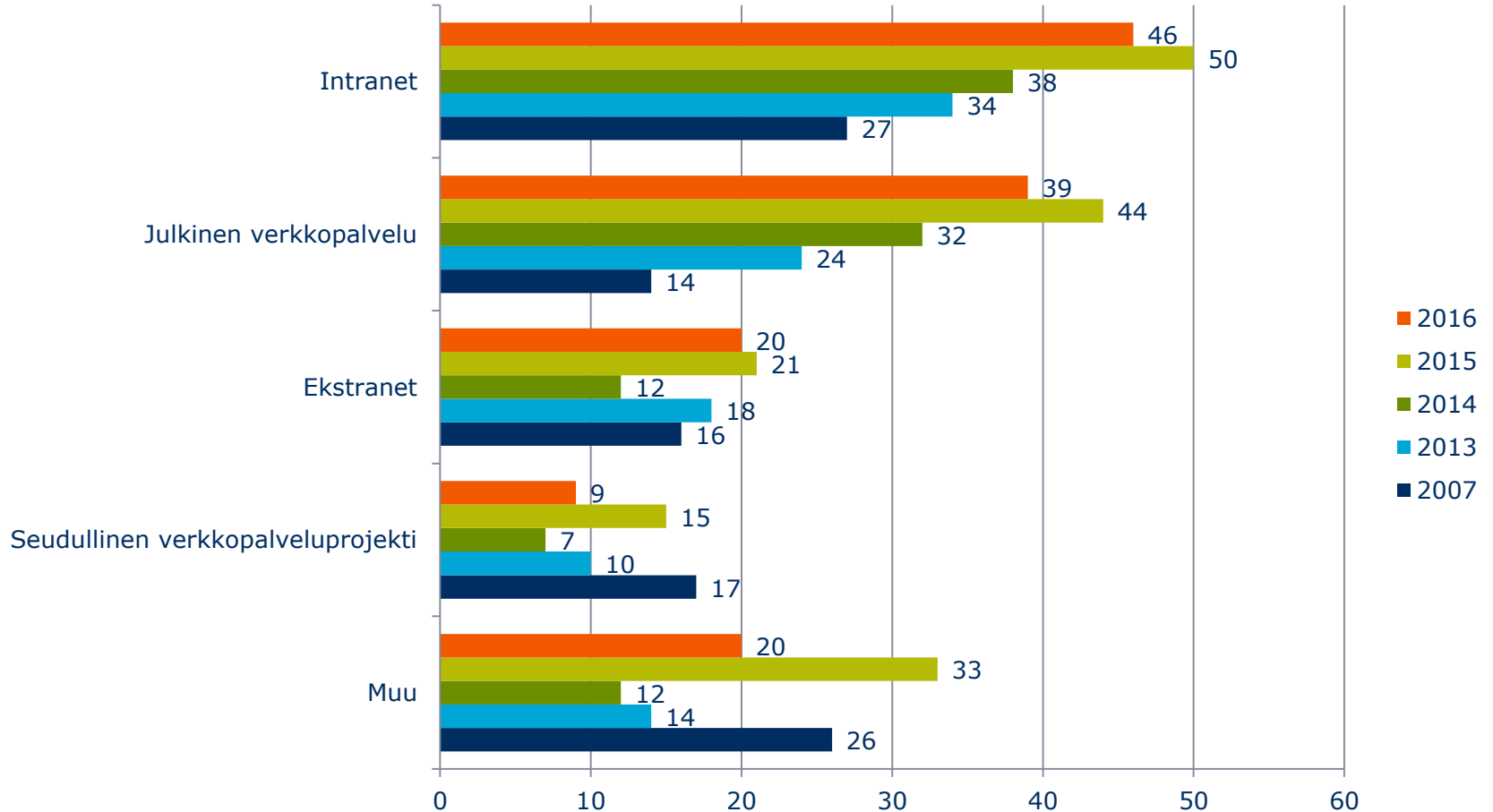
(%, 2016 n=157, 2015 n=153, 2014 n=169, 2013 n=131)



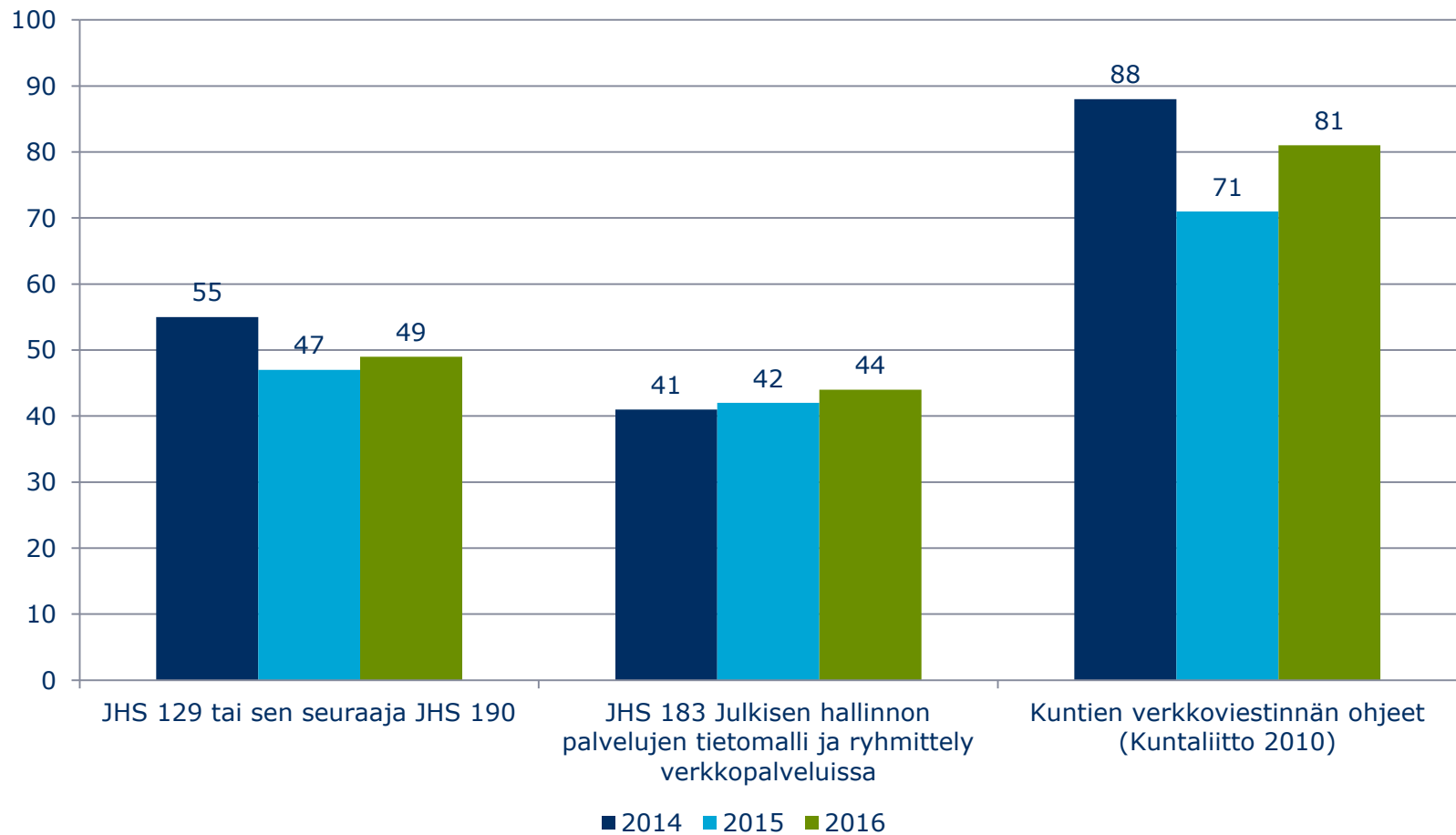
Kommentteja responsiivisuuteen

- Suurin osa kunnista (54 %) on huomionnut responsiivisuuden suunnitteluvaiheessa.
- Monessa kunnassa responsiivisuus on vielä toistaiseksi huomioitu vain osittain, mutta kehitystä on luvassa.
- Esimerkkejä:
 - » "Käynnistämme nyt verkkosivu-uudistuksen, joka tehdään ns. mobiilikäyttö edellä."
 - » "Verkkosivusto osittain responsiivinen, uudistetaan vuoden 2016 aikana kokonaisuudessaan."
 - » "Kotisivumme toimivat ja taipuvat hyvin kunkin mobiililaitteen mukaan."

Onko teillä käynnissä tai oletteko käynnistämässä joitain seuraavista verkkopalveluprojekteista kuluvan vuoden aikana? % (esitettyä korkein n arvo, 2016 n=147, 2015 n=146, 2014 n=117, 2013 n=115, 2007 n=125)

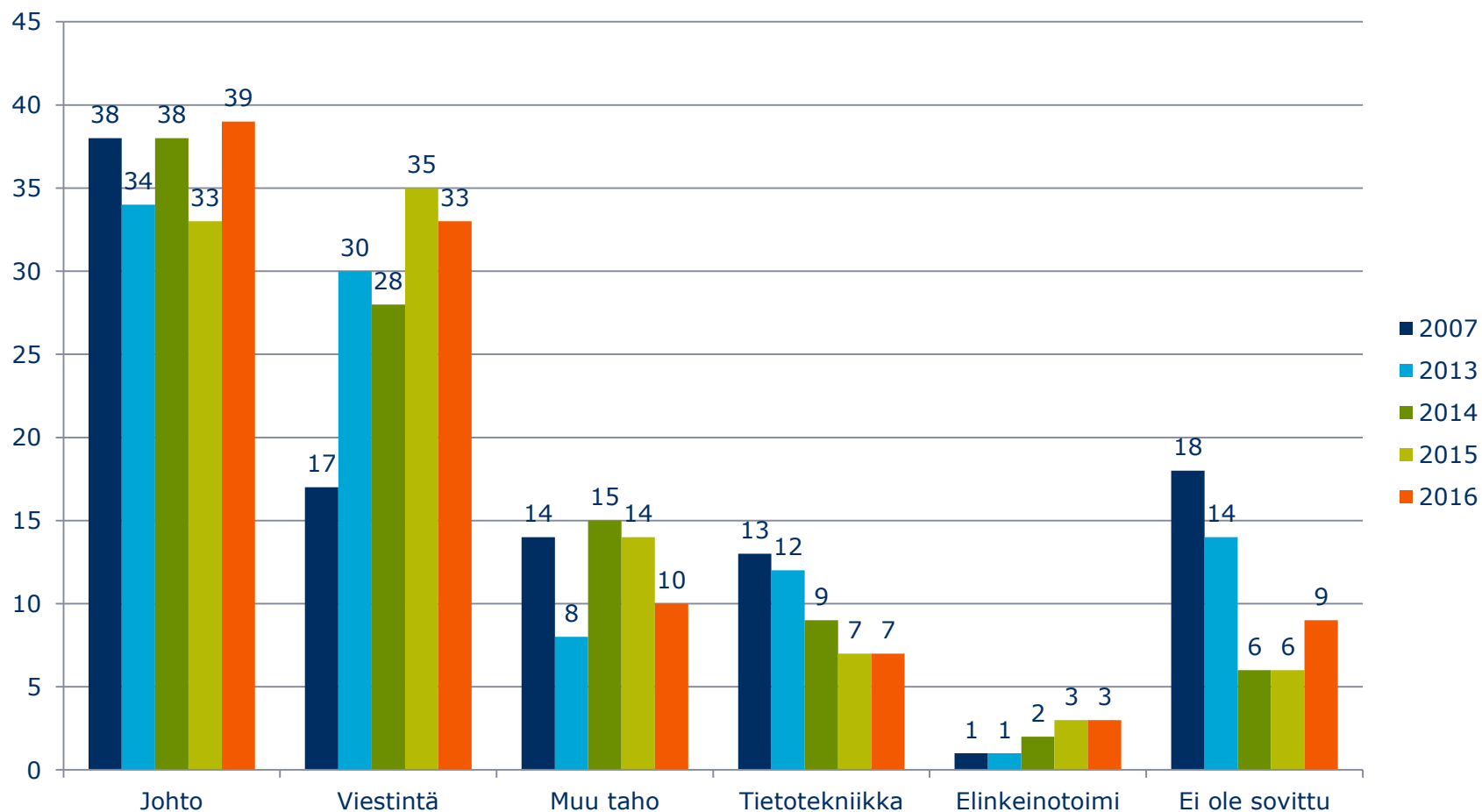


Oletteko hyödyntäneet oppaita tai julkisen hallinnon yhteisiä suosituksia – niiden osuus jotka vastasivat kyllä % (2016 n=145, 2015 n=146, 2014 n=111)

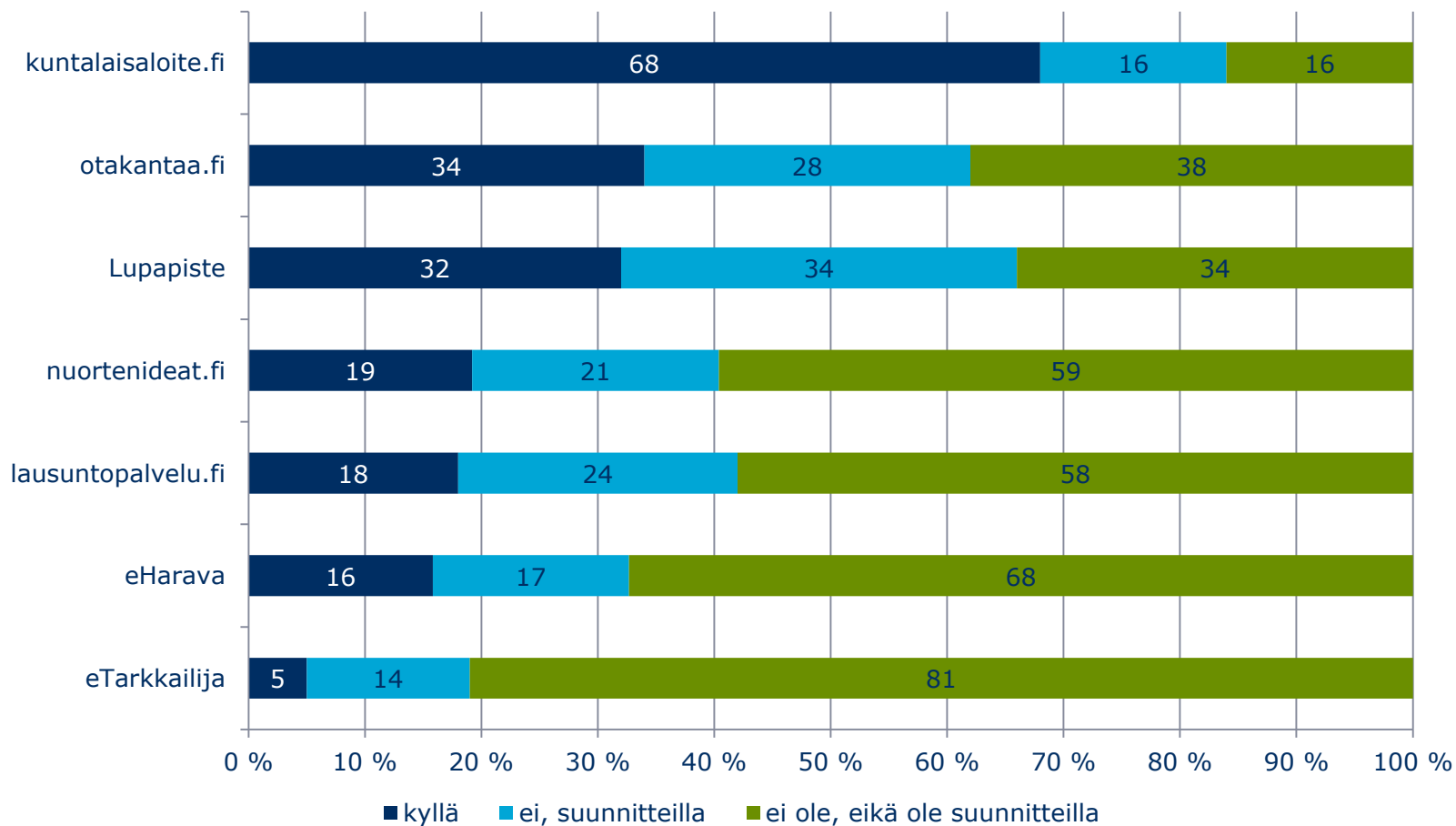


Mikä tahoo vastaa kuntanne verkkopalvelun sisällön kokonaisuudesta?

(%, 2016 n=155, 2015 n=153, 2014 n=170, 2013 n=135, 2007 n=207)



Onko kunnassa ollut käytössä seuraavat oikeusministeriön osallisuuspalvelut % (2016 n=133-154)





Päätöksentekoa ja johtamista koskevat kysymykset

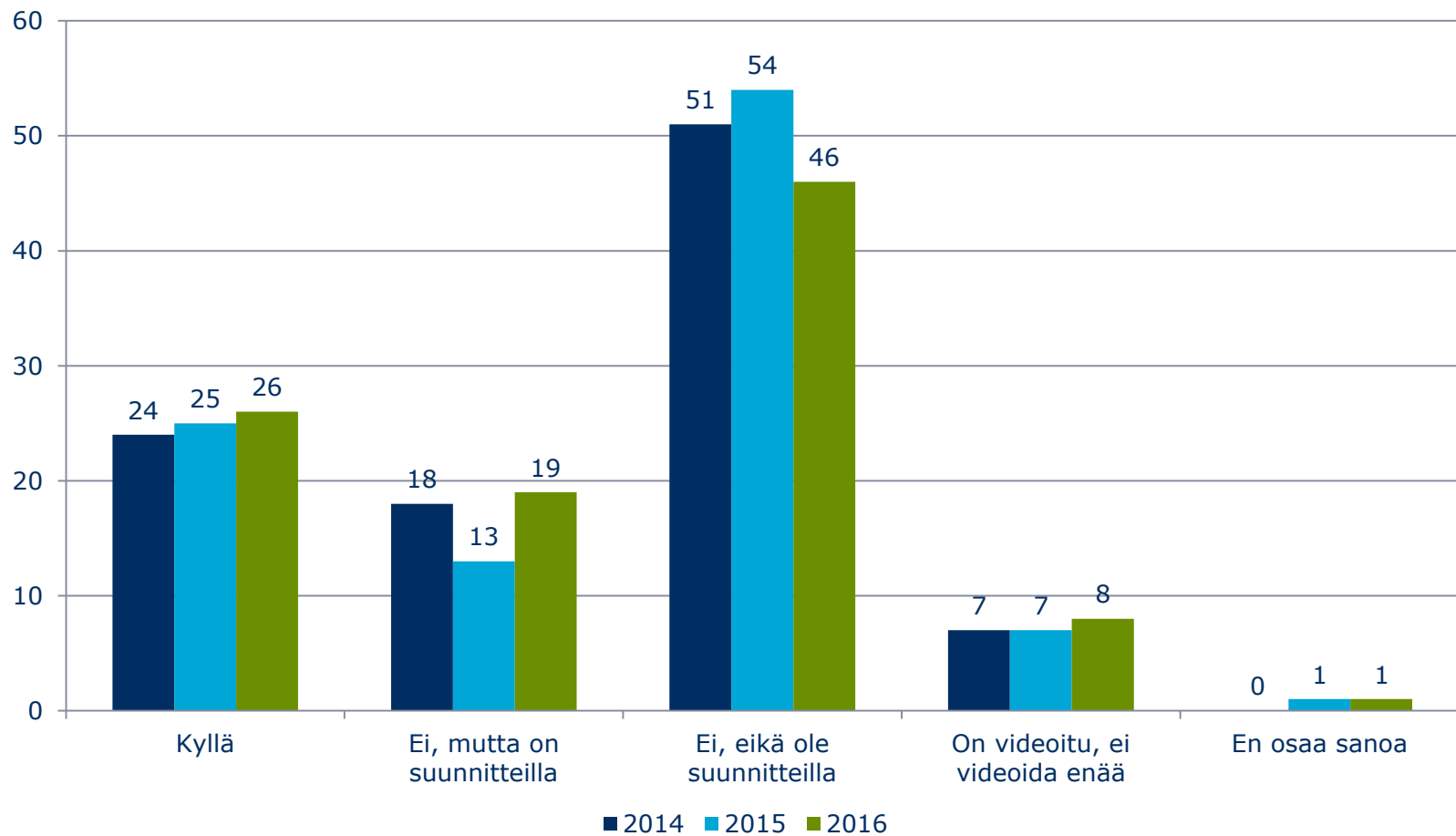


Viestittekö kunnassanne päätöksenteosta esittämällä seuraavia tietoja verkkosivuillanne? % (2016 n=135-157)



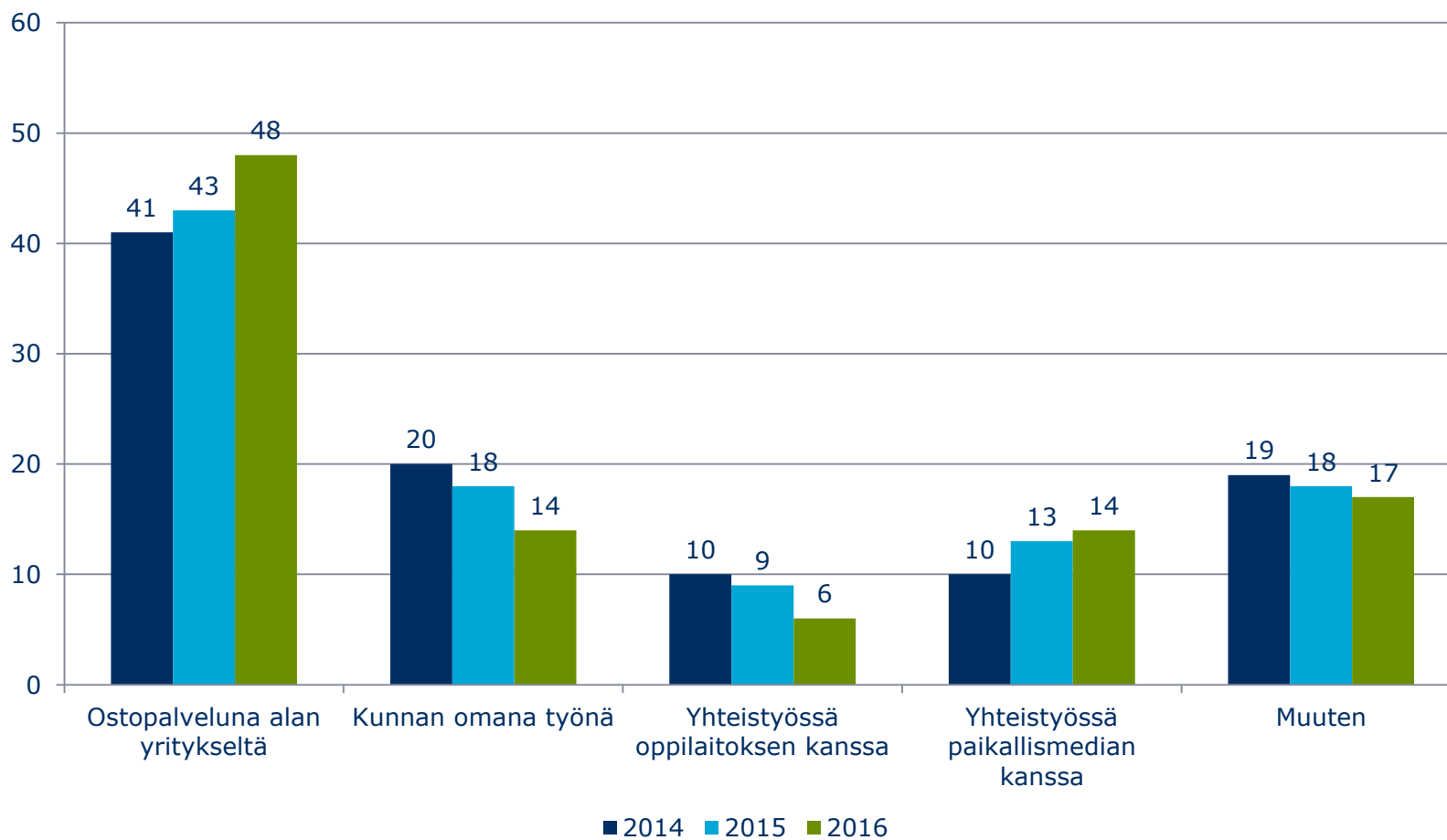
Onko kuntalaisilla mahdollisuutta seurata kunnanvaltuuston kokouksia verkon tai muun median välityksellä?

(%, 2016 n=155, 2015 n=153, 2014 n=169)

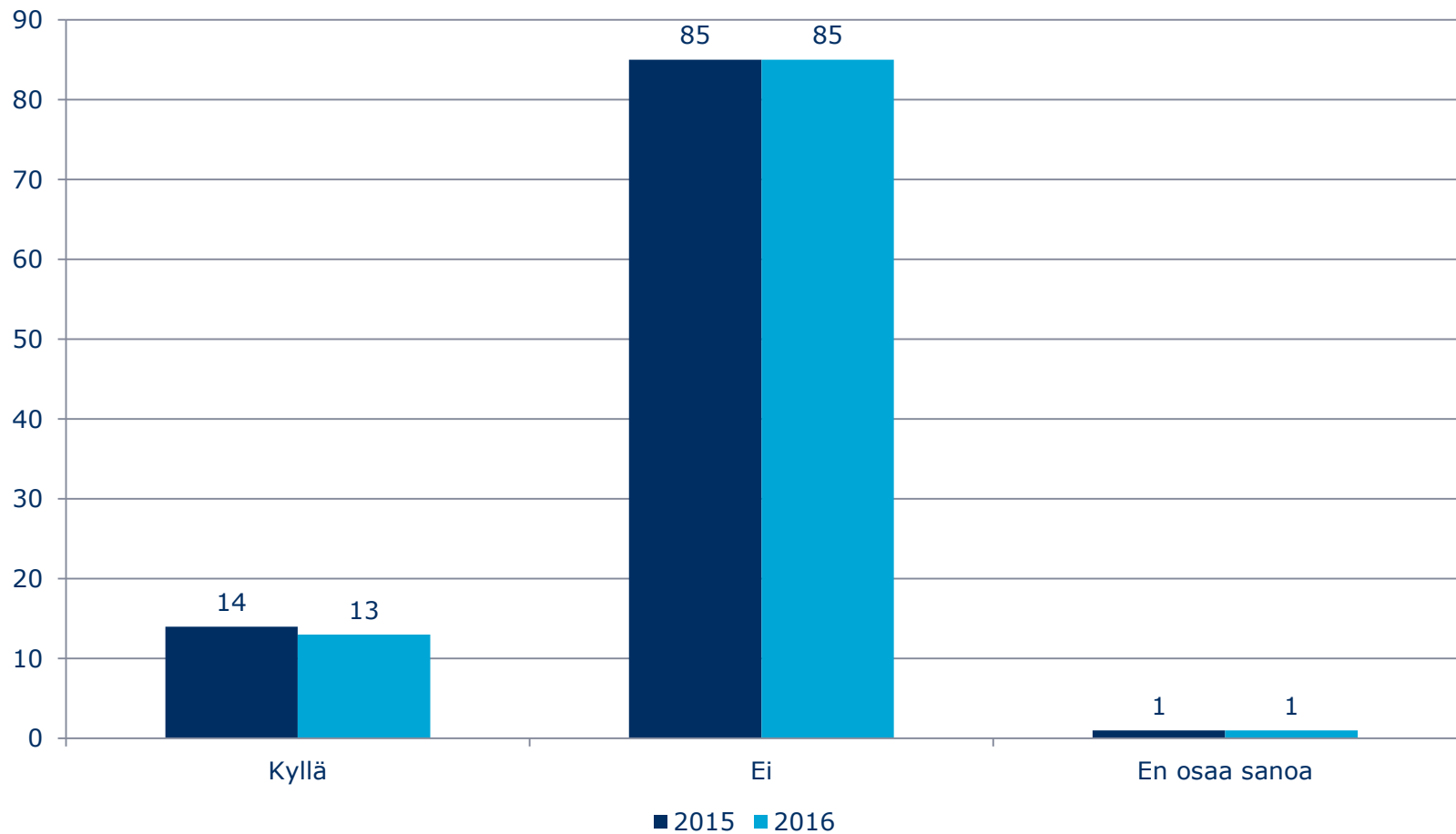


Miten videointi toteutettiin?

(%, 2016 n=64, 2015 n=56, 2014 n=59)

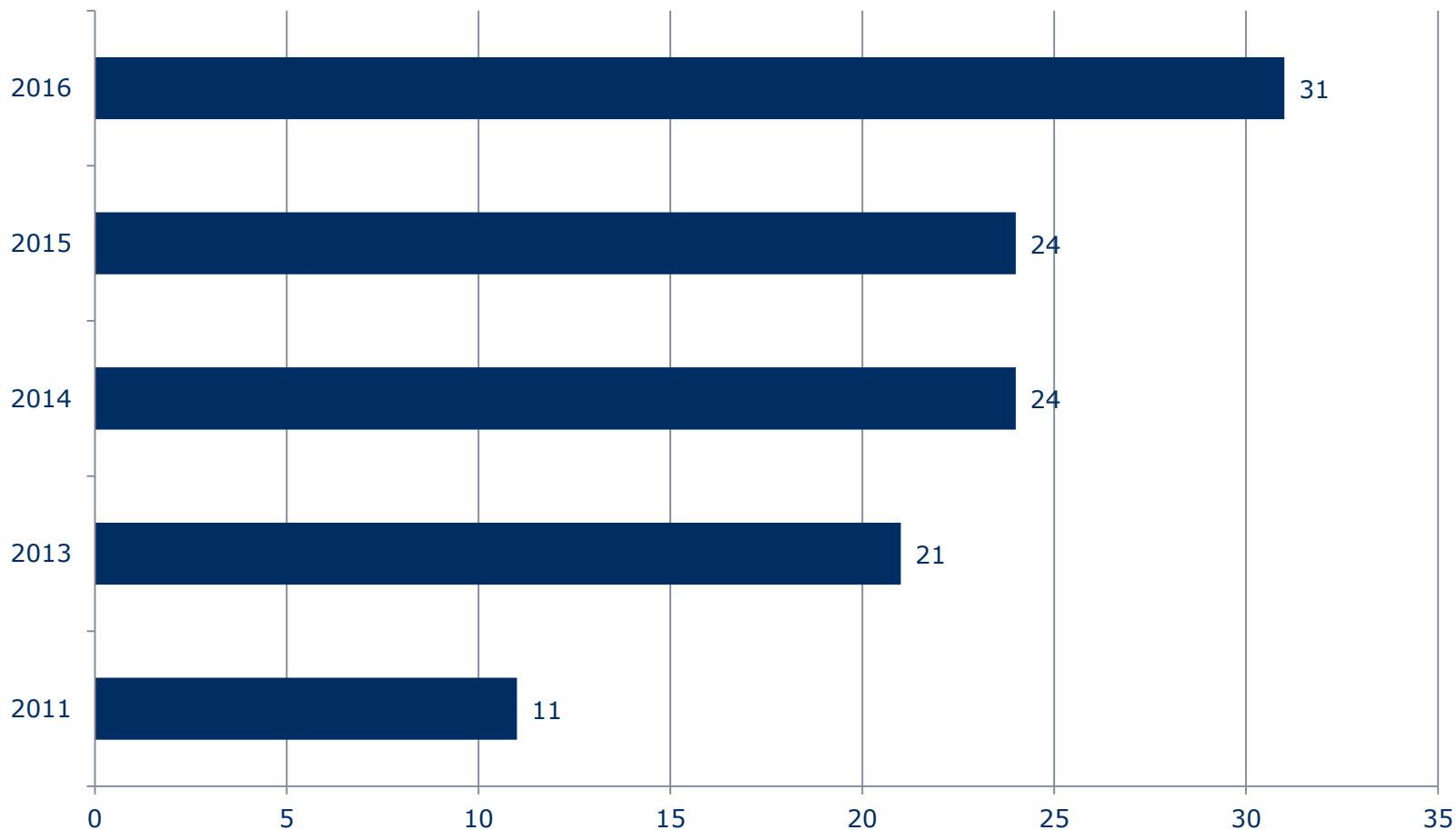


Twittaatteko virkatyönä valtuuston kokouksista? % (2016 n=156, 2015 n=154)



Onko kunnanjohtajanne työroolissaan esillä sosiaalisen median palveluissa? %

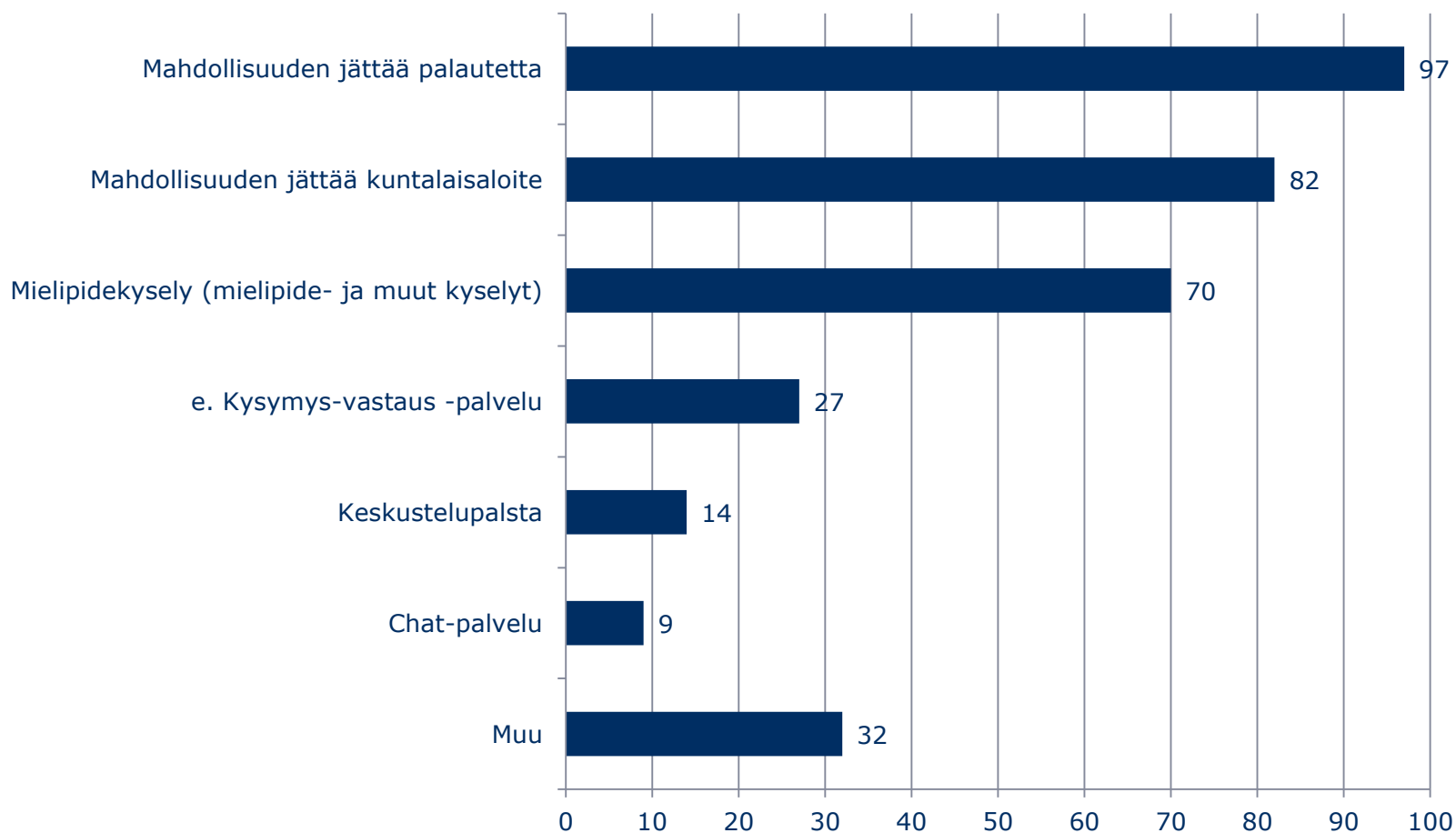
(2016 n=156, 2014 n=162, 2013 n=131, n=130)



Miten kunnan- tai kaupunginjohtaja on työroolissaan esillä somessa?

- Facebook ja Twitter ovat etabloituneet. Viime vuoden aikana erityisesti Twitter kasvattanut suosiotaan merkittävästi.
- Suluissa vuoden 2015 luvut (= mainintojen määrä, ei prosentteja)
- Twitter 29 (12)
- Facebook 18 (14)
- Blogi 6 (8)
- Instagram 3 (3)
- LinkedIn 2 (4)
- YouTube 2 (1)

Onko kunnassanne käytössä seuraavia (geneerisiä) osallisuus- ja vuorovaikutusvälineitä tai sähköisiä palveluita? (% 2016 n=135-154)



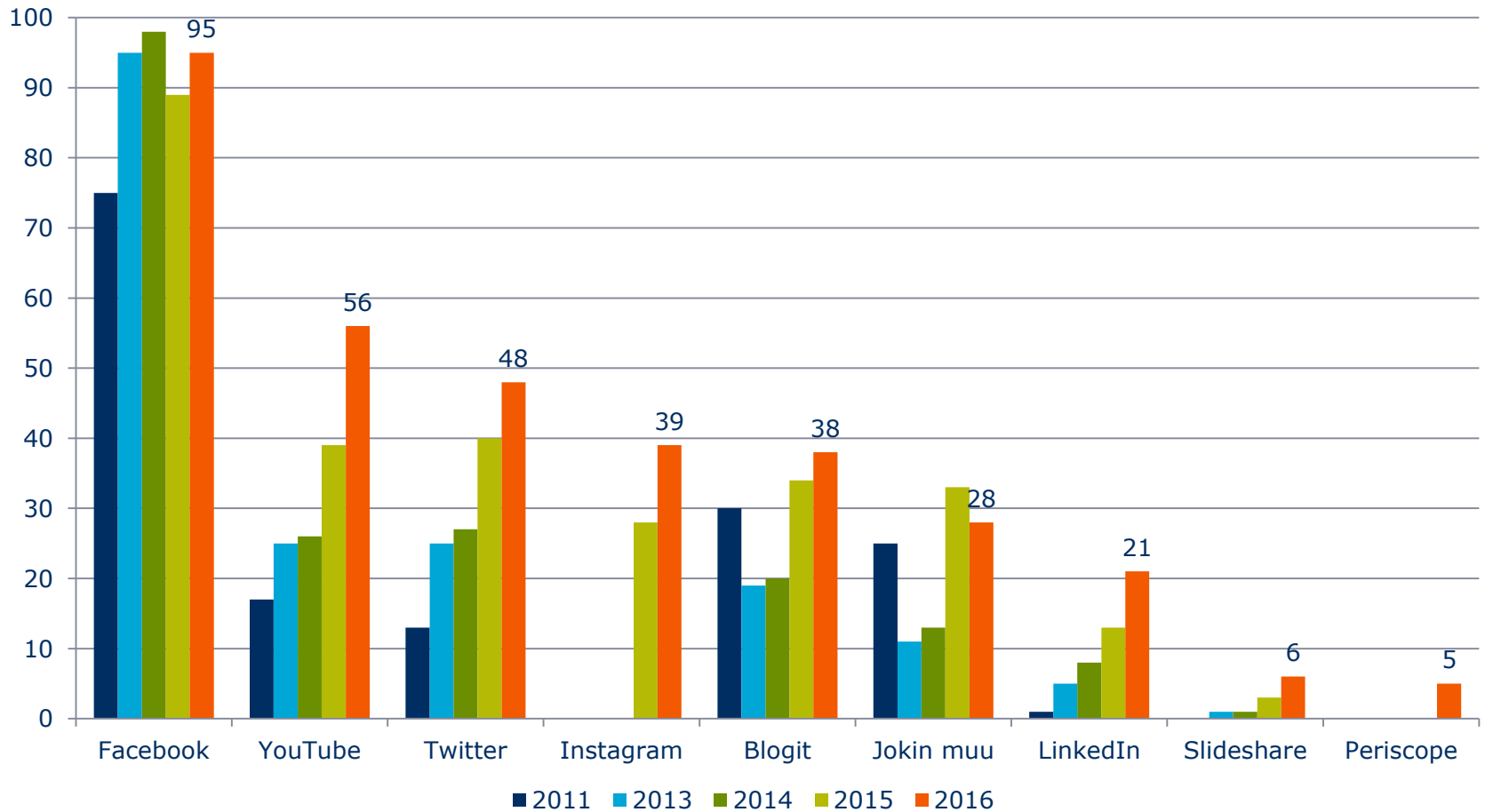


Sosiaalista mediaa koskevat kysymykset

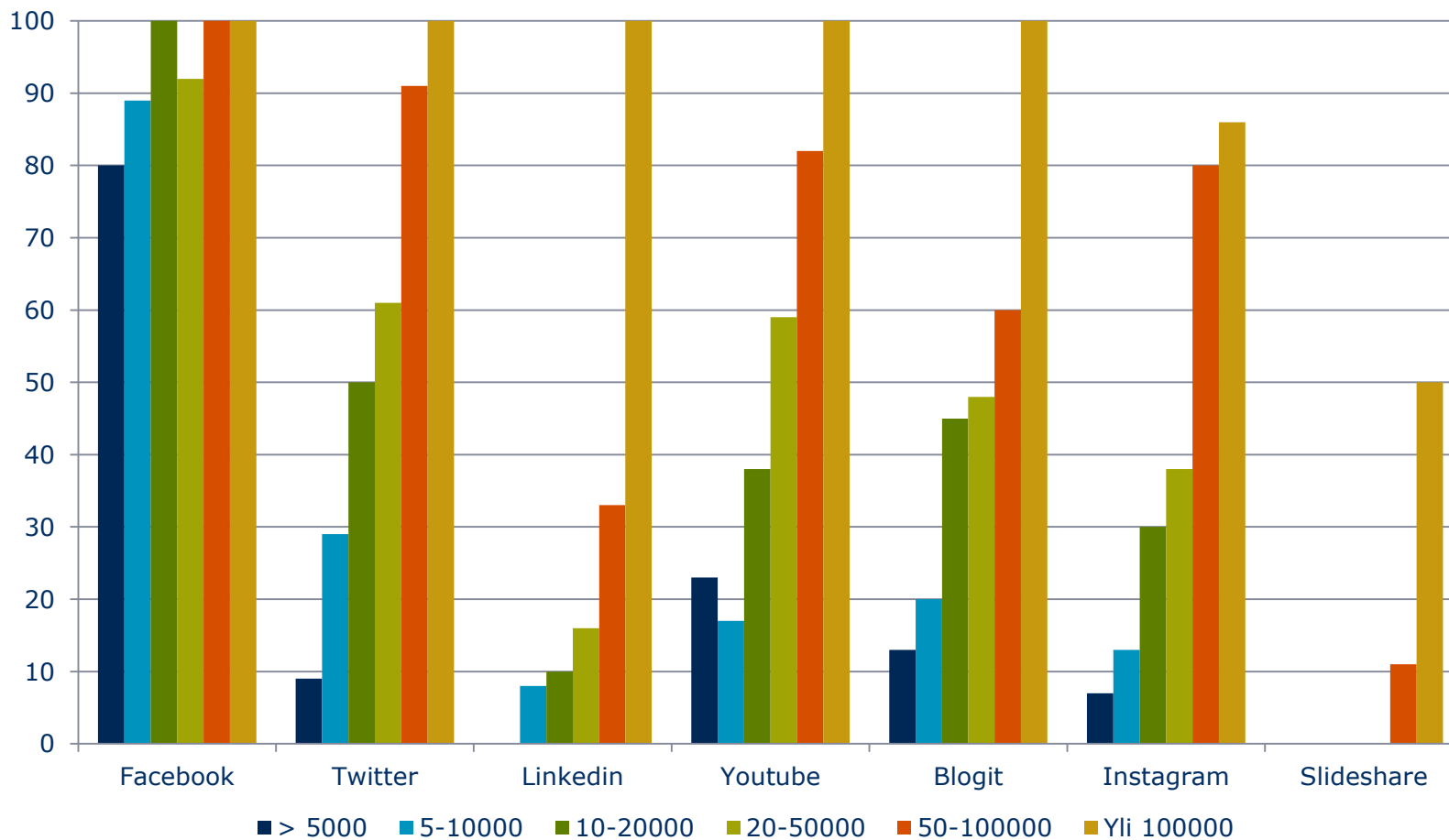


Mitä sosiaalisen median kanavia kuntanne virallisesti käyttää?* %

(2016 n=155, 2015 n=152, 2014 n= 148, 2013 n=105, 2011 n=77)

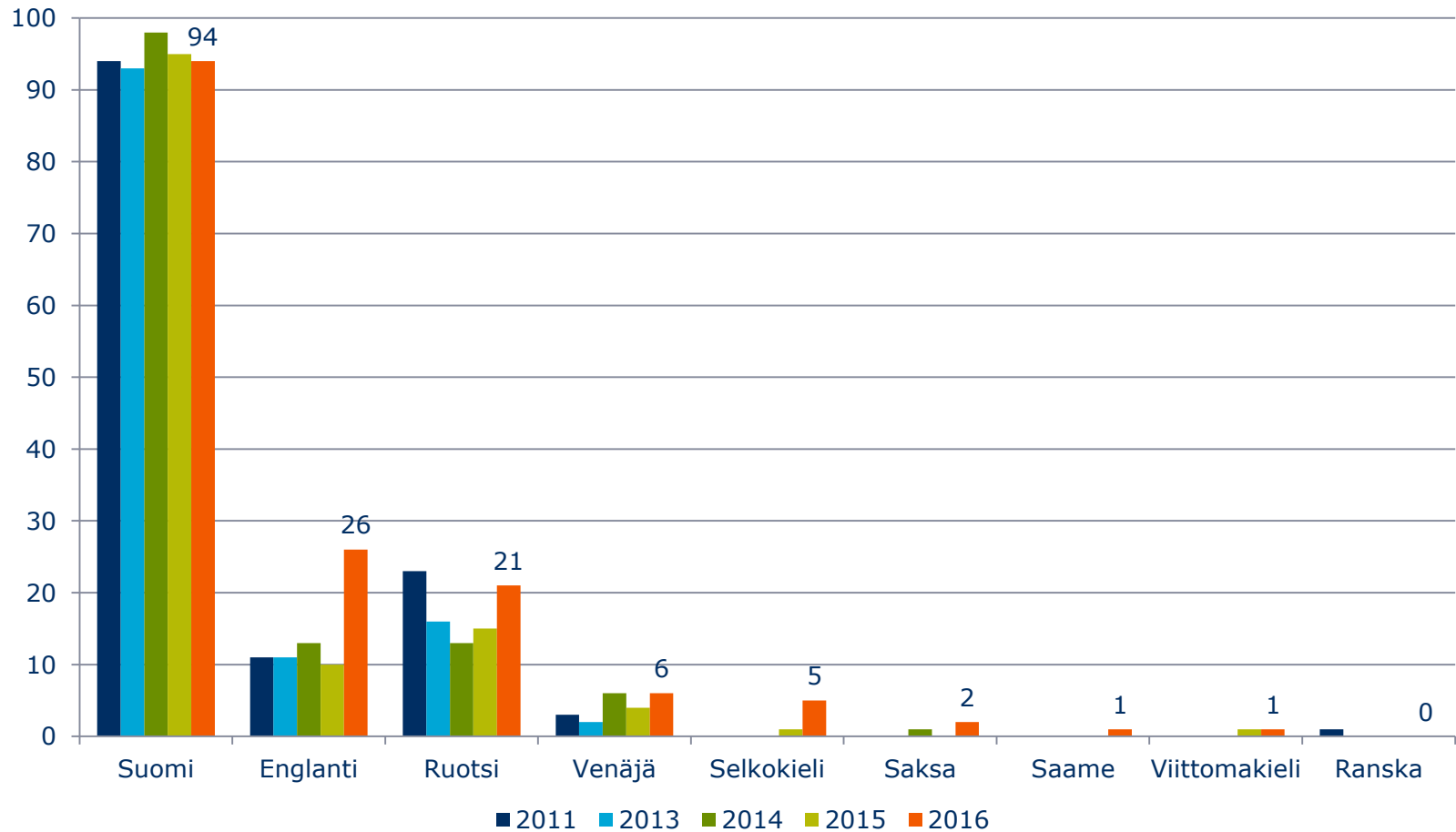


Mitä sosiaalisen median kanavia kuntanne virallisesti käyttää – kuntakokoluokittainen tarkastelu % (2016 n=155)



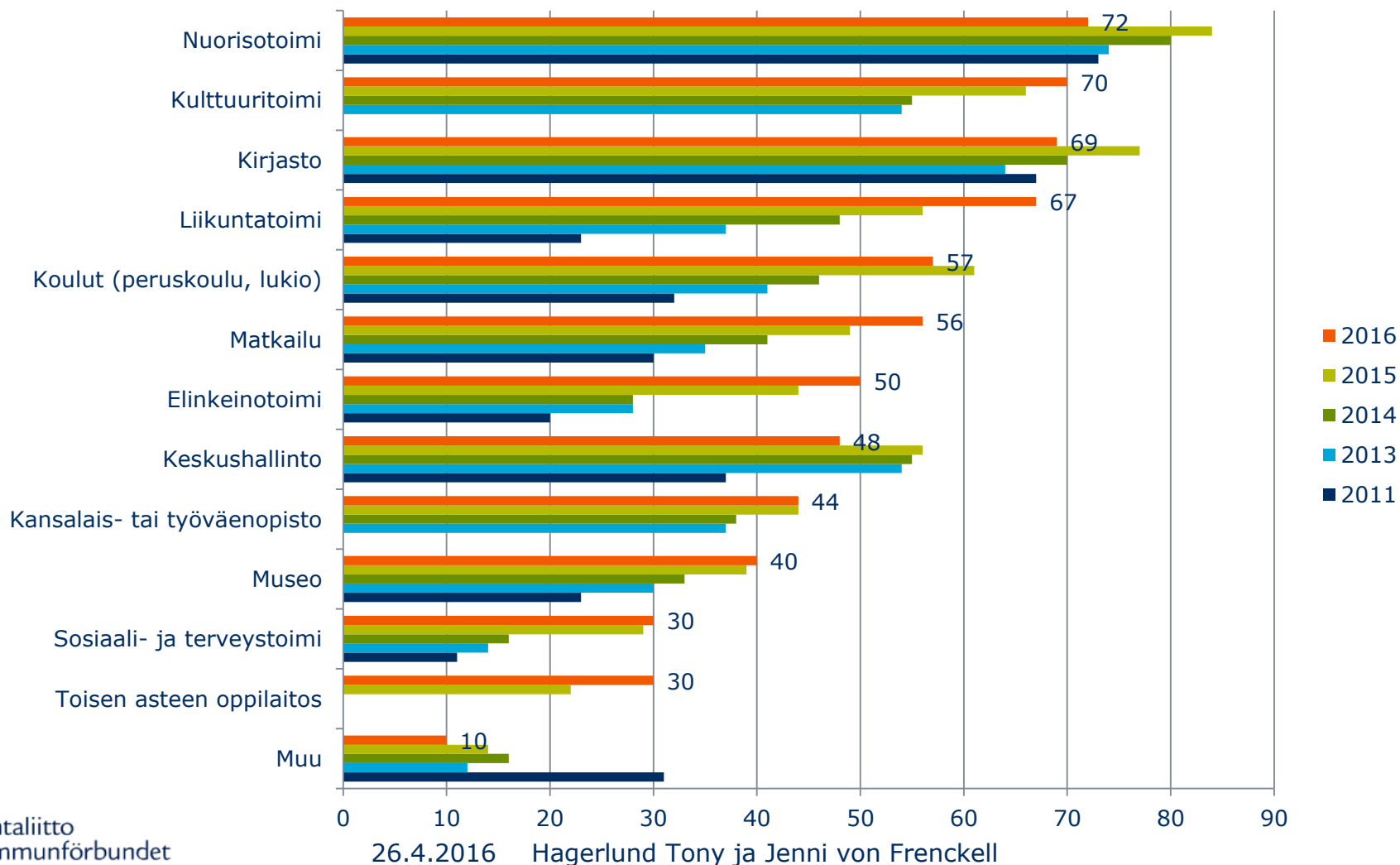
Millä kielillä kuntanne toimii sosiaalisessa mediassa? %

(2016 n=140, 2015 n=119, 2014 n=151, 2013 n=114, 2011 n=100)



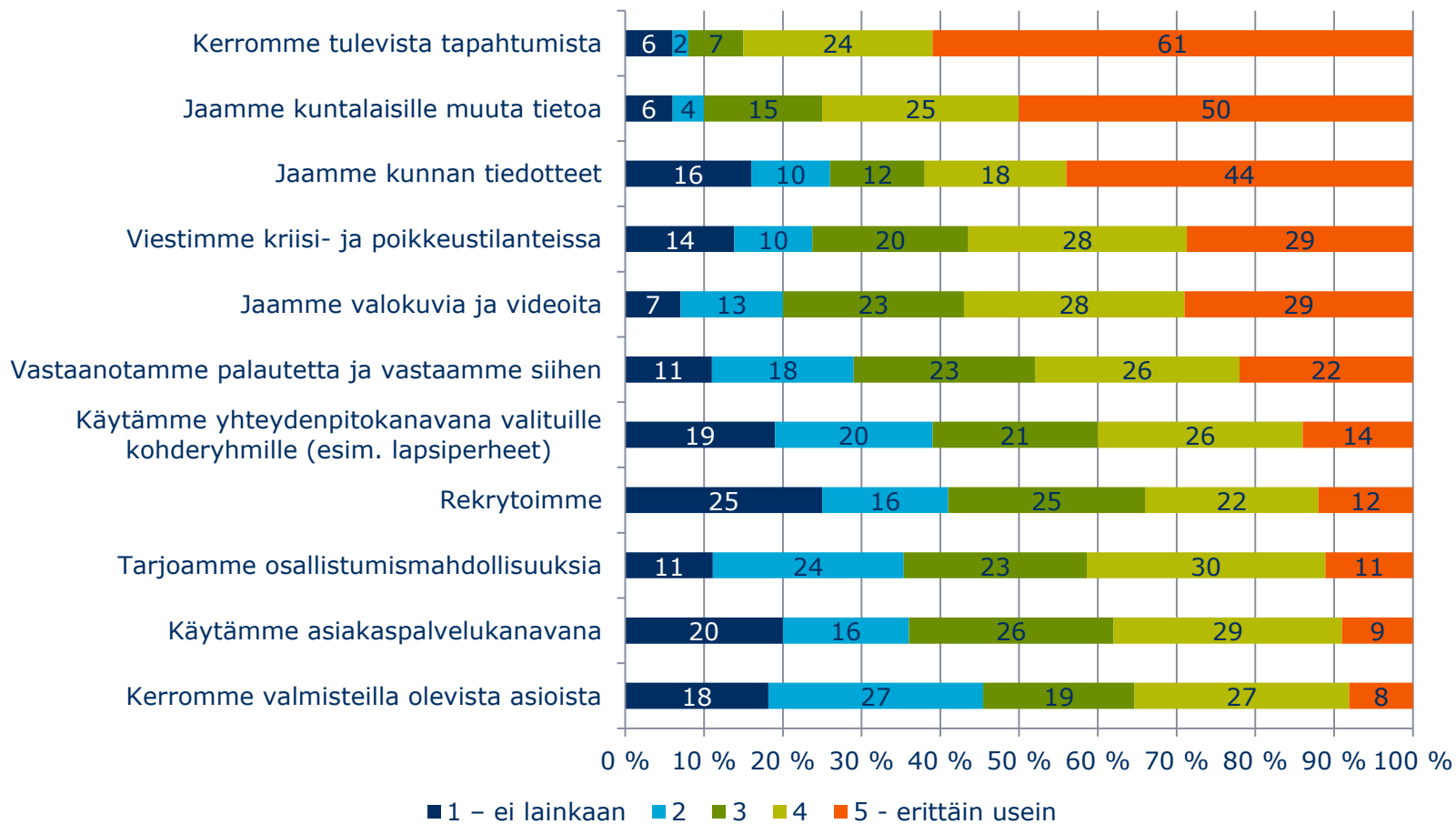
Millä kuntanne toimialoilla käytetään sosiaalisen median kanavia?* %

(2016 n=153, 2015 n=147, 2014 n=157, 2013 n=119, 2011 n=106)



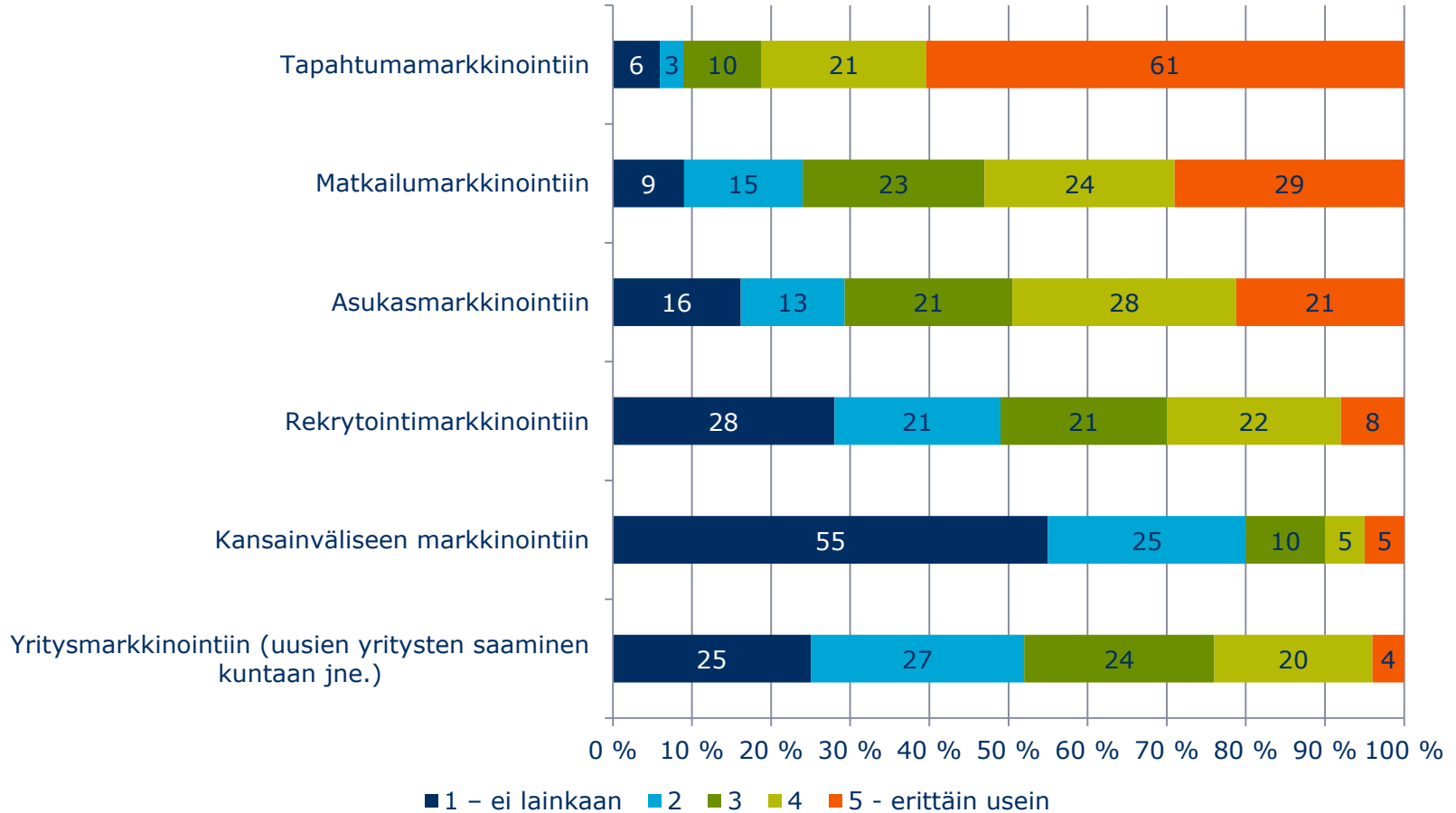
Minkälaisissa asiayhteyksissä ja kuinka usein käytätte sosiaalisen median kanavia?

% (2016 n=146-155)



Käytättekö sosiaalisen median kanavia kuntanne markkinointiin? %

(2016 n=143-154)



Muut yhteydet, joissa kunnat käyttävät sosiaalisen median kanavia?

- Markkinoinnissa, erityisesti tapahtumissa ja matkailussa
- Yrityselämän/kaupallisuuden kannustamisessa
- Reaaliaikaiseen tiedottamiseen
- Tunnelman luomiseen, menestystarinoiden jakamiseen
- Kuvaamaan työntekijöiden arkea
- Videoblogien hyödyntämiseen
- Kuvapankkina (Flickr)
- Keskusteluun, kommentointiin
- Sisäisessä viestinnässä

Tavoitellut kohderyhmät

Kohderyhmistä kuusi erottui muiden joukosta:

- Ylivoimaisesti tavallisin mainittu kohderyhmä oli kuntalaiset/kunnan asukkaat
- Matkailijat oli toiseksi suurin ryhmä, jota tavoiteltiin sosiaalisen median avulla
- Myös nuoria tavoiteltiin muita enemmän somen avulla
- Lisäksi mahdolliset uudet kuntalaiset, lapsiperheet ja yritykset/yrittäjät olivat tärkeitä kohderyhmiä, joita kunnat tavoittelevat sosiaalisen median avulla

Miten olette houkutelleet käyttäjiä kuntanne sosiaalisen median sivustoille tai ryhmiin?

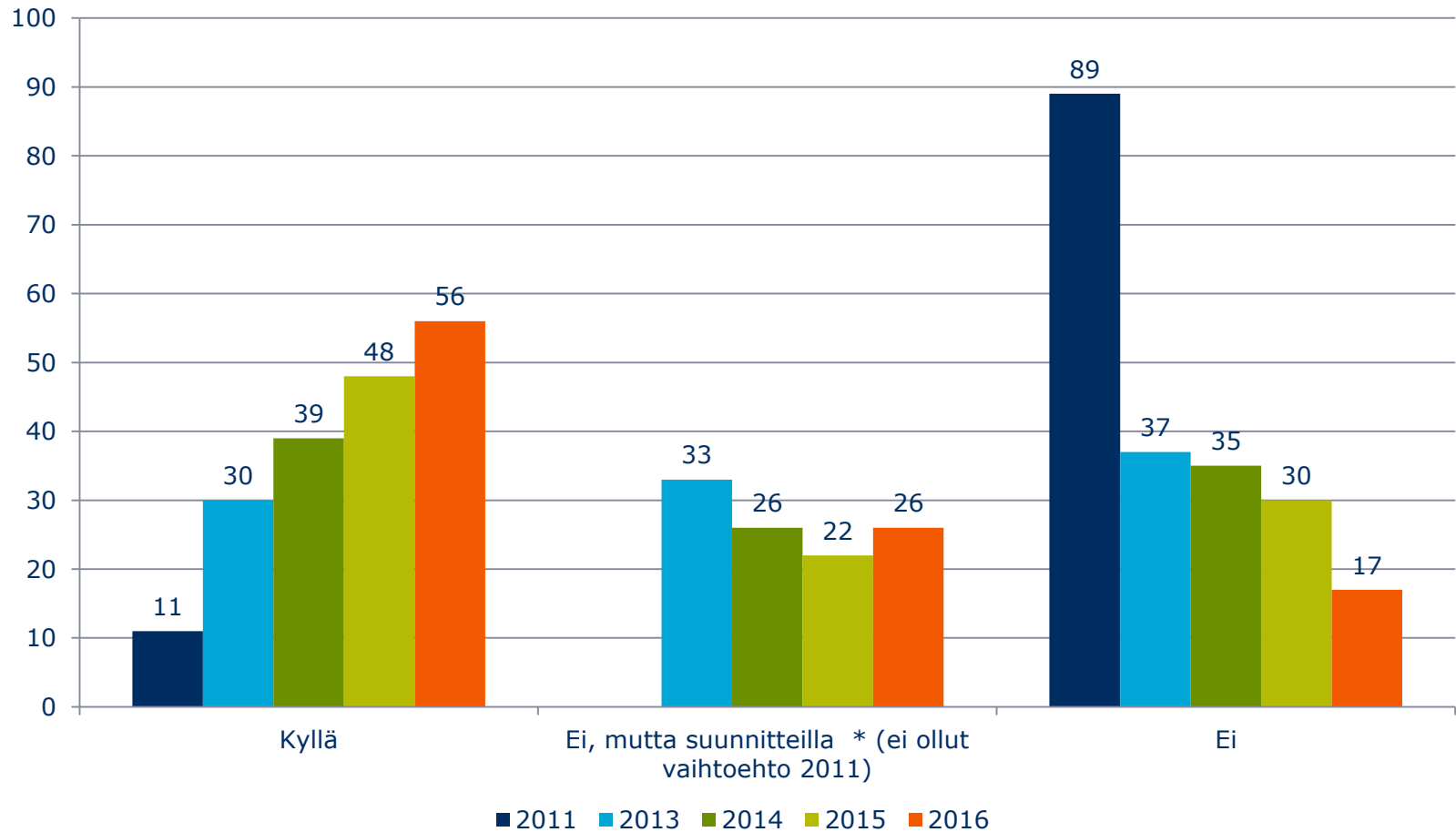
Kuntien tavallisimmat tavat houkutella käyttäjiä ovat seuraavat:

- Jakamalla tietoa some-kanavista, esim. esitteissä, tapahtumissa, sähköpostiallekirjoituksissa, tiedotteissa
- Sosiaalinen media esillä kunnan verkkosivuilla
- Markkinoinnin/mainonnan avulla
 - » Erityisesti Facebook-mainonta merkittävässä roolissa
 - » Kilpailut ja kampanjat usein käytettyjä
- Aktiivisen päivittämisen ja jakamisen kautta

- Avoimissa vastauksissa korostettiin sisällön laatua ja rennompaa otetta:
 - » "Sosiaalisen median viestintä on vapaamuotoisempaa, iloisempaa ja yllättävämpää kuin virallinen internet-sivuilla tapahtuva tiedottaminen."
- Myös aktiivinen päivittäminen, keskustelu ja jakaminen koettiin tärkeinä:
 - » "Viestimällä aktiivisesti ja mielenkiintoisesti ajankohtaisista asioista. Vastaamalla kommentteihin ja kysymyksiin mahdollisimman pikaisesti ja kattavasti. Jakamalla kolmannen sektorin julkaisuja kunnan seinällä."

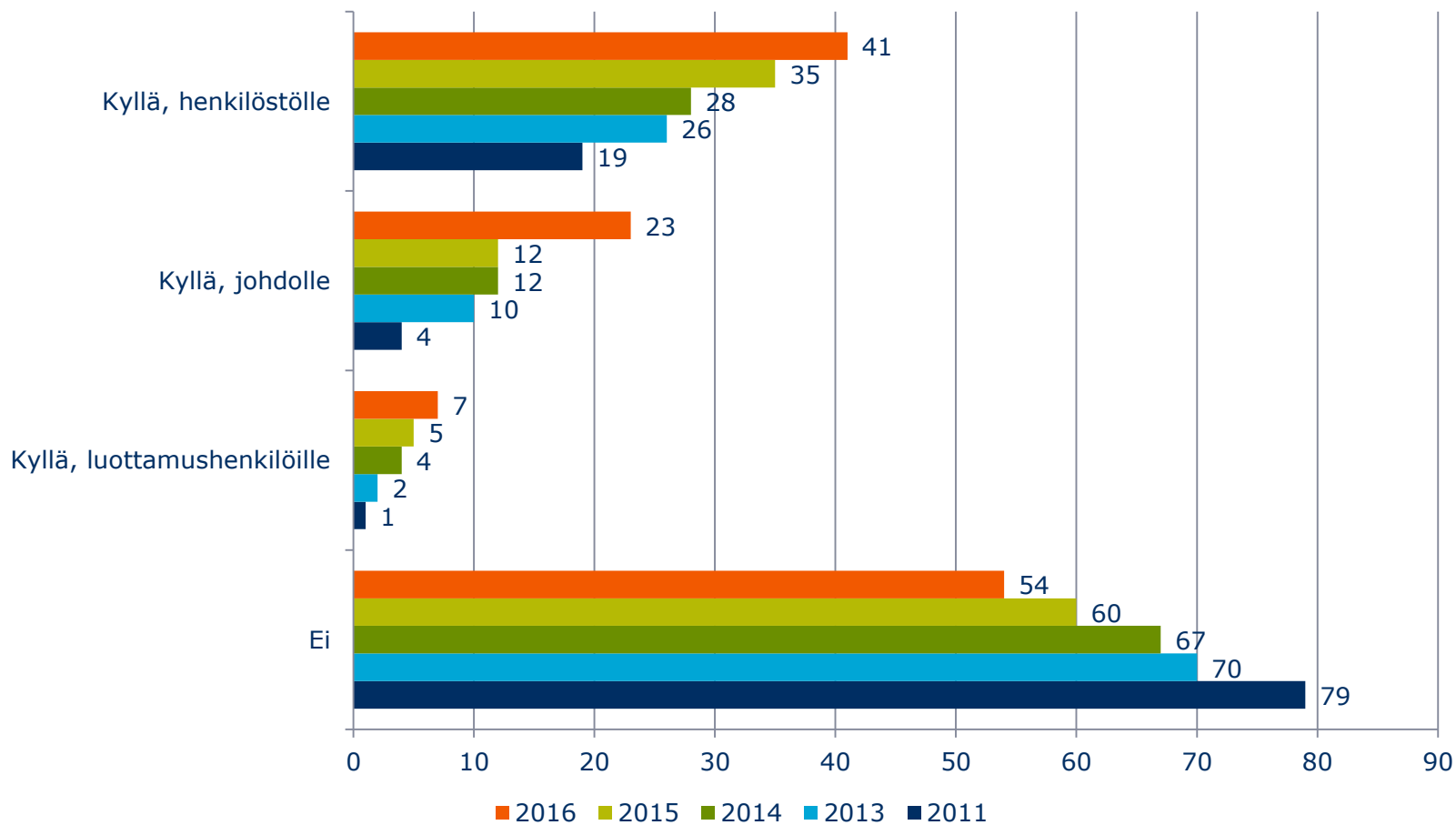
Onko kuntanne laatinut työntekijöille kirjalliset ohjeet sosiaalisen median käytöstä ja sosiaalisessa mediassa toimimisesta? %

(2016 n=155, 2015 n=152, 2014 n=168, 2013 n=128, 2011 n=130)



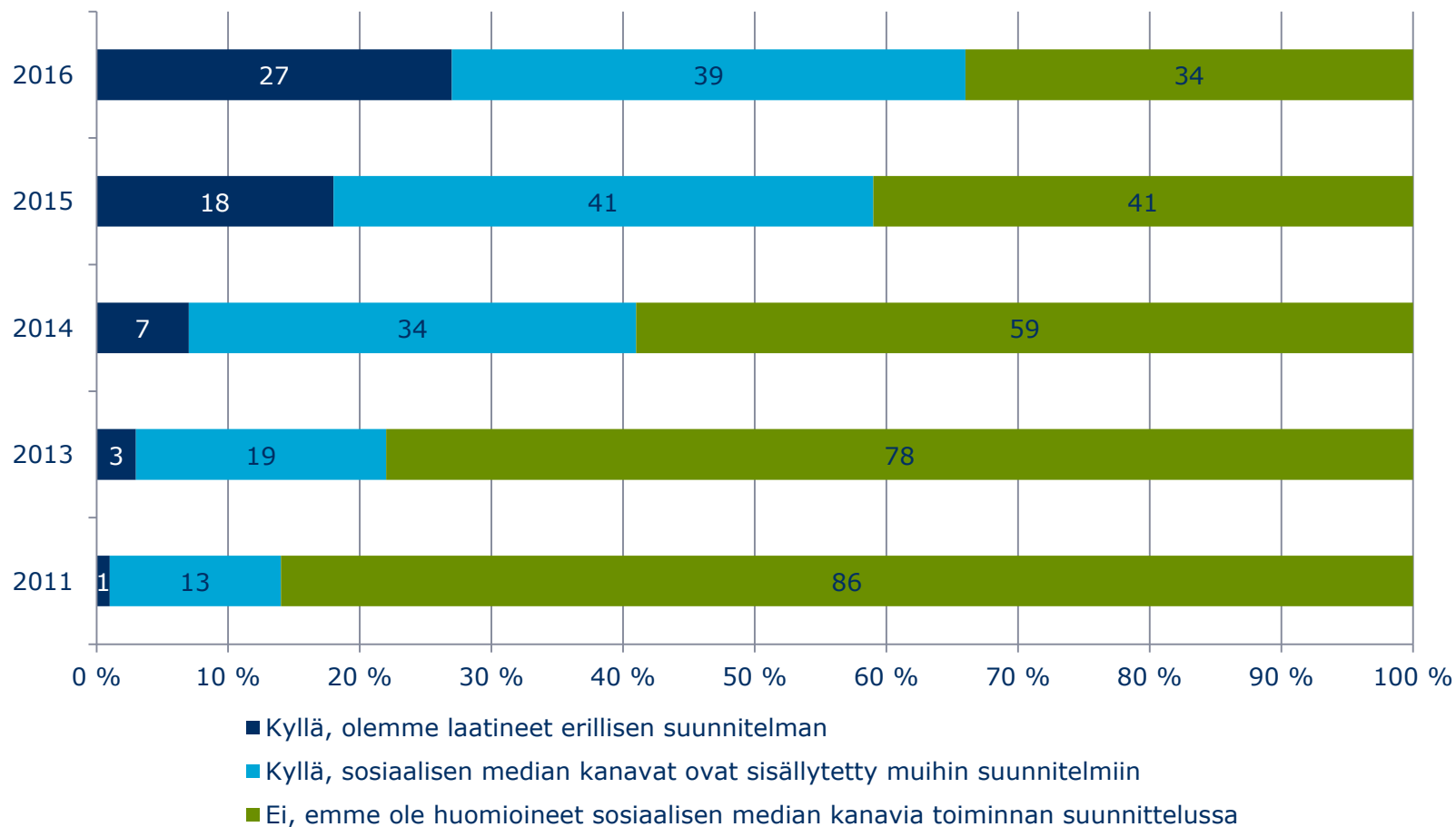
Onko kuntanne järjestänyt koulutusta sosiaalisen median palvelujen käytöstä? %

(2016 n=153, 2015 n=154, 2014 n=166, 2013 n=131, 2011 n=130)



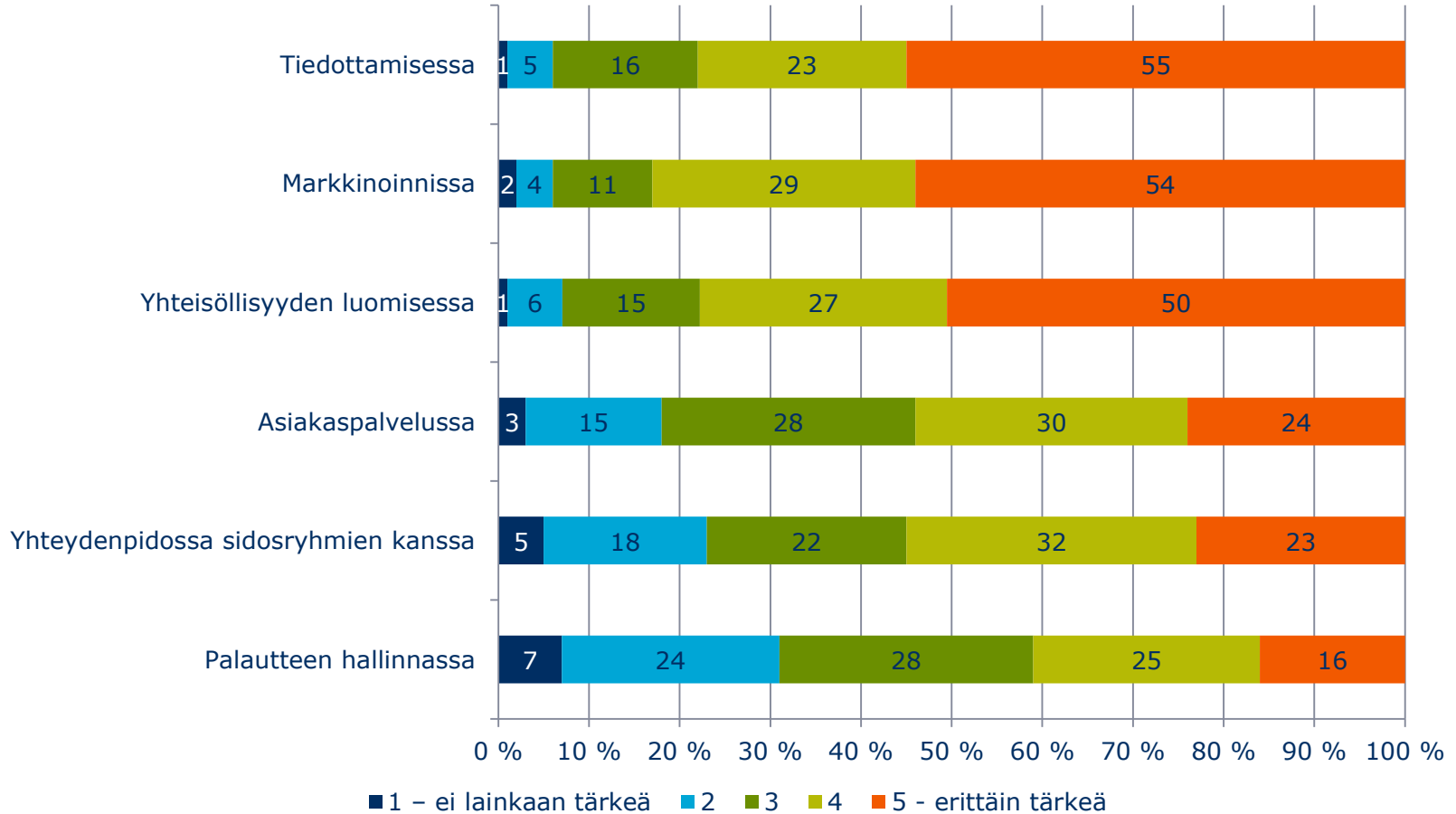
Onko kuntanne laatinut sosiaalisen median strategian tai toimintasuunnitelman? %

(2016 n=152, 2015 n=150, 2014 n=163, 2013 n=125, 2011 n=131)



Kuinka tärkeäksi koette sosiaalisen median käytön? %

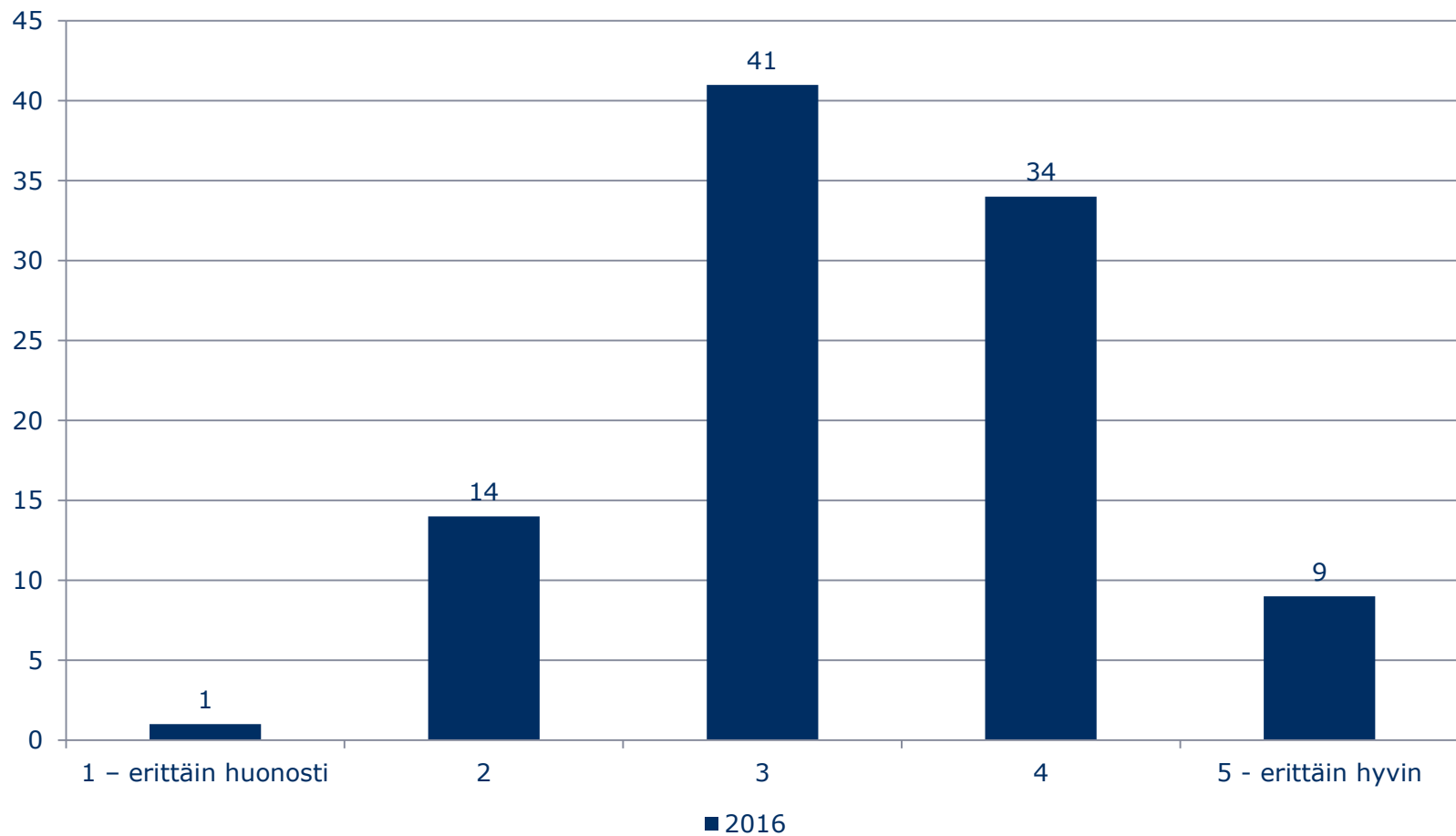
(2016 n=146-155)



Kuinka kuntanne on mielestäsi onnistunut sosiaalisen median parissa toimissaan?

2016 %

(2016 n=146)



Lisää tietoa Kunnat.netissä

- Lisätietoja
 - » Tony Hagerlund, verkkoviestintäpäällikkö, p. 050 526 2158
 - » Jenni von Frenckell, tiedottaja, p. 050 564 5914
 - » etunimi.sukunimi@kuntaliitto.fi
- Tietoa kuntien viestinnästä
 - » www.kunnat.net/viestinta
- Tilaa Kuntaliiton viestinnän ja markkinoinnin uutiskirje
 - » www.kunnat.net/uutiskirjeet
- Tutustu tilastovisualisointeihin
 - » www.kunnat.net/tilastot