



## Viestinnän vuosikatsaus 2023

Aluehallitus 11.12.2023 § 314  
1494/00.01.02/2023

Valmistelija Fager Petra  
Lisätietoja: puhelinnumero: 040 183 9961, etunimi.sukunimi@ovph.fi

Viestinnän vuoden 2023 toimintasuunnitelman tavoitteet ovat sosiaalisen median tilien seuraajamäärien kasvattaminen, kunkin toimialan vähintään 6 % osuus ulkoisessa viestinnässä sekä positiivisen, negatiivisen ja neutraalin medianäkyvyyden suhde. Tämän hetken tilanteen mukaan toimintasuunnitelman toimenpiteet on tehty ja tavoitteet ovat täytymässä muilta osin, paitsi sosiaalisen median kanavista Facebookin seuraajamäärän kasvun tavoite on vielä täyttymättä.

Ulkoisessa viestinnässä korostuu luonnollisesti esimerkiksi sosiaali- ja terveyskeskuksen toimialan palvelut, sillä kooltaan suurella ja palvelukentältään laajalla toimialalla tuotetaan monia sellaisia palveluja, jotka koskettavat hyvin suurta joukkoa ihmisiä, kun taas toisilla toimialoilla oikea viestintäkanava on usein jokin muu kuin yleinen tiedottaminen. Jokaisen toimialan kanssa tehtiin vuoden tärkeimmistä teemoista viestintäsuunnitelmat alkuvuodesta 2023 ja niitä noudattamalla on toimialojen tärkeimpiä asioita tuettu viestintätoimenpitein. Viestinnän suunnittelua on haastanut tulevaisuus- ja sopeuttamisohjelman mukanaan tuomat muutokset.

Vuoden 2023 luvut osoittavat, että hyvinvointialueen omalla, aktiivisella viestinnällä on merkitystä esimerkiksi medianäkyvyyden laatuun. Merkittävässä osassa (48 %) positiivisesta medianäkyvyydestä aloitteena on ollut hyvinvointialueen oma tiedottaminen. Kaikkiaan median voidaan, muutamista negatiivisista kohuista huolimatta, julkaisevan toiminnastamme erilaisia juttuja tasapuolisesti, mikä näkyy neutraalien, positiivisten ja negatiivisten uutisten suhteessa.

Vuoden 2023 aikana valtakunnallisen median huomio on lisääntynyt. Erityisesti kaikille hyvinvointialueille suunnattujen tietopyyntöjen ja kommenttipyyntöjen määrä on kasvanut. Pyyntöjä ovat koskettaneet yleisimmin muutosohjelmia ja taloutta.

Hyvinvointialueen palveluviestinnän kotipesä on verkkopalvelu pohjanmaanhyvinvointi.fi. Alkuvuodesta verkkopalvelun suurin kehittämistyö oli kohderyhmäkohtaiset sivut, joiden suunnitteluun osallistettiin asiakasraateja. Niiden tavoitteena on tarjota uusi tapa löytää omaan elämäntilanteeseen sopivia palveluita. Kesän jälkeen kehittämistyössä on keskitytty digitaalisten palveluiden esittelyn suunnitteluun, jotta ne saadaan verkossa integroitumaan osaksi palvelukokonaisuuksia sitä mukaa, kun palveluita otetaan käyttöön. Verkkopalveluissa tehdään jatkuvasti sisällön kehittämistyötä. Se sitoo aina verkkopalvelukoordinaattorin lisäksi henkilöstöä palveluista, jolloin verkkosivukehittämistä ei aina ole mahdollisuus priorisoida palvelutehtäviltä.

Verkkosivuille toteutettiin touko-kesäkuussa käyttäjäauditointi. Verkkosivut saivat käyttäjäauditoinnissa erittäin hyvää palautetta, mutta myös selkeitä parannusehdotuksia. Esimerkiksi psykososiaalisten palveluiden osalta on palautteen perusteella käynnistetty työ yhteistyössä viestinnän ja toimialan kesken.

Vuoden 2023 aikana sosiaalisen median kanaville on tehty vuosisuunnitelma ja tehty erilaisia sisältö- ja julkaisukonsepteja. Tällaisia sisältökonsepteja ovat esimerkiksi Valokeilassa, jossa hyvinvointialueen työyhteisö kertoo arjestaan kahden päivän ajan sosiaalisessa mediassa ja Hyvinvointivinkit-sarja, jossa henkilöstöön kuuluva henkilö jakaa vinkkinsä lyhyenä videona (reels). Näissä, ja muissa sosiaalisen median sisällöissä noudatetaan arvoa ihmiseltä ihmiselle, ja samalla palvelutiedon ohessa luodaan positiivista ja moniäänistä kuvaa Pohjanmaan hyvinvointialueesta.



Sosiaalisen median systemaattinen työ on johtanut kokonaistavoittavuuden 7 % nousuun (tammi – lokakuu, vertailukohtana vuosi 2022 Pohjanmaan hyvinvointialueen kuntayhtymässä) Seuraajamäärät ovat nousseet hyvinvointialueen päätileillä Instagramissa 56 % ja Facebookissa 32 %. Molemmissa kanavissa vuoden 2023 tavoite on 50 % kasvu.

Ulkoisten viestintäkanavien lisäksi palveluyksiköt ovat aktivoituneet vuoden 2023 aikana miettimään omaa viestintäänsä ja viestintäyksikkö on tukenut yksiköitä viestinnän suunnittelussa ja toteutuksissa monin tavoin. Viestinnän konsultoinnin, sparrauksen ja opastuksen lisäksi tähän kuuluvat erilaiset viestintätuotteet, kuten esitteet sekä säännölliset tapaamiset ja työpajat muun muassa verkkosivujen vastuuhenkilöiden ja päivittäjien kanssa sekä sosiaalisen median palvelukohtaisten tilien päivittäjien kanssa.

Sisäisen viestinnän kanavista tärkeintä, intranetiä, on kehitetty vuoden aikana henkilöstölle toteutetun kyselyn perusteella. 10/2023 saatiin turvallisesti, riskit huomioiden poistettua käytöstä Vaasan keskussairaalan vanha intranet. Pelastuslaitos käyttää vielä yhteisen intranetin rinnalla omaa extranetiä.

Hyvinvointialueen viestintäohjelmassa hallitus vahvisti viestinnälle kolme painopistealuetta, joilla pyritään päätavoitteeseen: Väestömme on Suomen hyvinvoivin ja toimintakykyisin. Nämä painopistealueet ovat

1. viestintä osana toimivaa palveluketjua
2. Viestintä kannustaa ennaltaehkäisyyn, itsehoitoon ja lähimmäisistä huolehtimiseen
3. Parannamme työyhteisön osallisuutta ja vuorovaikutusta sekä työnantajamielikuvaa.

Nämä painopistealueen pyritään huomiomaan kaikessa viestinnässä viestittävien sisältöjen valinnasta sisällön muotoiluun, asiantuntijoiden valintaan ja kuvalliseen ilmaisuun, joten niitä ei voi kytkeä vain yksittäisiin viestintätoimiin. Näiden painopistealueiden edistämiseksi viestinnässä toteutettu esimerkiksi seuraavia uusia kokonaisuuksia:

- Asiakaslehti Kotikäynnin sisältökonsepti on uudistettu siten, että se vastaa aiempaa paremmin ennaltaehkäisyyn, itsehoidon ja lähimmäisistä huolehtimisen painopisteisiin samalla kun siinä esitellään tärkeitä palveluita. Lehti jaetaan kotitalouksiin kahdesti vuodessa.
- Kausirokotteiden (influenssa, korona, pneumokokki) antamisesta ja ajanvarauksesta sekä ikäihmisten omasta puhelinpalvelusta, seniorilinjasta, lähetettiin jokaiseen kotiin infolehtinen, jotta tieto tavoittaisi mahdollisimman suurella todennäköisyydellä koko kohderyhmän.
- Vuoden aikana on toteutettu digitaalinen Pidä huolta –kampanja, joka on julkaistu verkkosivuilla, sosiaalisessa mediassa ja digitaalisilla tienvarsinäytöillä. Sen teemoja ovat olleet kohdan kaksi mukaisesti suun terveys, hyvä ravinto, riittävä liikunta, kohtuullinen alkoholinkäyttö, turvallinen koti ja vielä tulossa oleva yksinäisyyden ehkäisy.
- Työnantajamielikuvan vahvistamiseksi on lokakuussa 2023 aloitettu 8000 tarinaa –kampanjan sisältöjen julkaisut. Tässä kampanjassa henkilöstömme kertoo uratarinansa ja työn merkityksestä sekä työssä viihtymisestä sekä verkkosivuilla että sosiaalisessa mediassa eri formaateissa. Lisäksi on järjestetty erilaisia viestintäaiheisia koulutuksia henkilöstölle ja kaikille avoin viestinnän teemaviikko toukokuussa 2023.



**Hyvinvointialuejohtaja Kinnunen Marina**

ehdottaa, että hallitus merkitsee katsauksen tiedoksi.

**Päätös:**

Hallitus merkitsi vuosikatsauksen 2023 tiedoksi.

Jakelu