

Kommunikationens årsöversikt 2023

Välfärdsområdesstyrelse 11.12.2023 § 314
1494/00.01.02/2023

Beredare Fager Petra
Tilläggsuppgifter: telefonnummer: 040 183 9961, fornamn.efternamn@ovph.fi

Enligt kommunikationens verksamhetsplan för år 2023 bör antalet personer som följer oss på de sociala medierna växa, medan förhållandet mellan respektive verksamhetsområdets andel av den externa kommunikationen och den positiva, negativa och neutrala synligheten i medierna bör utgöra minst 6 procent. I nuläget kan man konstatera att åtgärderna i verksamhetsplanen är vidtagna och att målen till övriga delar ser ut att kunna uppfyllas förutom i fråga om ökningen av antalet följare på vår Facebook-sida.

I den externa kommunikationen framhävs självfallet de tjänster som tillhandahålls av verksamhetsområdet för social- och hälsocentralen i och med att detta verksamhetsområde – som till omfattningen är ansenligt och till servicefältet är vittomfattande – tillhandahåller ett flertal tjänster som berör synnerligen många människor, medan den information som de andra verksamhetsområdena behöver kommunicera sällan är något allmänt informationsärendet. I början av år 2023 utarbetade kommunikationen en kommunikationsplan över årets viktigaste teman tillsammans med respektive verksamhetsområde, och har därefter bistått verksamhetsområdenas viktigaste teman med varierande kommunikationsåtgärder. De förändringar som framtids- och anpassningsprogrammet har fört med sig har ställt till utmaningar för planeringen av kommunikationen.

Sifferuppgifterna över år 2023 påvisar att välfärdsområdet genom sin egen, aktiva kommunikation kvalitetsmässigt har lyckats påverka exempelvis synligheten i medierna. Välfärdsområdets egen kommunikation har spelat en signifikant roll (48 %) när det gäller initierandet av den positiva synligheten i medierna. Allt som allt har medierna, trots några negativa uppståndelser, på ett likvärdigt sätt publicerat varierande artiklar om vår verksamhet, vilket igen kommer till uttryck i förhållandet mellan neutrala, positiva och negativa nyheter.

Under år 2023 har intresset i de riksomfattande medierna ökat. Samtliga välfärdsområden har fått fler begäranden om i synnerhet information och kommentarer. Oftast har dessa begäranden varit förknippade med förändringsprogrammen och ekonomin.

Webbtjänsten osterbottensvalfard.fi utgör basen för välfärdsområdets servicekommunikation. I början av året riktades de största utvecklingsinsatserna på de målgruppspecifika webbsidorna, och även klientråden engagerades i detta planeringsarbete. Målet är att dessa webbsidor på ett nytt sätt ska erbjuda service som lämpar sig för respektive invånares egen livssituation. Efter sommaren fokuserades utvecklingsarbetet på planeringen av presentationen av de digitala tjänsterna i syfte att integrera dem med de övriga servicehelheterna på webben i takt med lanseringen av dessa tjänster. Webbinnehållet utvecklas ändå hela tiden. Detta arbete engagerar alltid förutom webbtjänstkoordinatören även andra anställda, varför webbutvecklingsinsatserna inte alltid kan prioriteras framför serviceuppgifterna.

I maj-juni genomförde man en användarauditering av webbplatsen. Auditeringen resulterade i synnerligen positiva kommentarer, men även tydliga förbättringsförslag, och exempelvis den psykosociala servicen har utgående från den inkomna responsen påbörjat ett utvecklingsarbete i samarbete med kommunikationen.

Under år 2023 utarbetade man en årsplan för de sociala mediekanalerna samt olika innehålls- och publiceringskoncept. Ett exempel på ett sådant innehållskoncept är "I



blickfånget”, där välfärdsområdets olika arbetsgemenskaper får berätta om sin vardag på de sociala medierna i två dagar och ett annat exempel är serien Värmåendetips där någon i personalen ger sitt tips i form av en kort video (reels). I dessa innehållskoncept men även i annat innehåll som publiceras på de sociala medierna hörsammas värdet från människa till människa, samtidigt som man vid sidan av innehållet förmedlar en positiv och mångstämmig bild av Österbottens välfärdsområde.

Det systematiska arbetet på de sociala medierna har resulterat i att den totala verkningsskretsen ökat med 7 procent (i jämförelse med det läge som rådde i januari–oktober år 2022 i samkommunen för Österbottens välfärdsområde). Antalet följare har ökat på välfärdsområdets huvudkonton på Instagram med 56 procent och på Facebook med 32 procent. Målet var att följarna skulle öka med 50 procent på båda kontona under år 2023.

Utöver de externa kommunikationskanalerna har även serviceenheterna aktivare dryftat sin egen kommunikation under år 2023, och kommunikationsenheten har bistått enheterna i planeringen och implementeringen av kommunikationen. Förutom konsultation, sparring och handledning omfattar detta arbete även olika kommunikationsprodukter, såsom broschyrer samt regelbundna möten och verkstäder med bland annat dem som ansvarar för webbsidor och uppdaterar webbsidor samt dem som uppdaterar de servicespecifika sociala mediekontona.

Den viktigaste interna kommunikationskanalen, intranätet, har utvecklats på basis av den enkät som genomfördes bland personalen. 10/2023 kunde Vasa centralsjukhus gamla intranät tryggat – med beaktande av riskerna – tas ur bruk. Räddningsverket använder ännu vid sidan av det gemensamma intranätet ett eget extranät.

I välfärdsområdets kommunikationsprogram fastställde styrelsen tre tyngdpunktsområden för kommunikationen med vilka man ska sträva efter att uppnå huvudmålet: Vår befolkning är den mest välmående och har den bästa funktionsförmågan i Finland. Dessa tyngdpunktsområden är följande

1. Kommunikationen är en del av en fungerande servicekedja.
2. Kommunikationen uppmuntrar till förebyggande, egenvård och till att vi ska ta hand om våra medmänniskor.
3. Vi förbättrar delaktigheten och interaktionen inom arbetsgemenskapen samt arbetsgivarmålbilden.

Dessa tyngdpunktsområden tas i mån av möjlighet i beaktande i all kommunikation – från valet av innehåll till formgivningen av innehållet, från valet av sakkunniga till det visuella uttrycket, vilket innebär att dessa områden inte kan kopplas till endast enskilda kommunikationsåtgärder. För att främja dessa tyngdpunktsområden har man i kommunikationen lanserat exempelvis följande, nya helheter:

- Innehållet i kundtidningen Hembesöket har förnyats så att det bättre ska bemöta de tyngdpunkter som uppmuntrar till förebyggande, egenvård och till att vi ska ta hand om våra medmänniskor, samtidigt som tidningen även innehåller information om viktiga tjänster. Tidningen utdelas till hushållen två gånger per år.
- Ett informationsblad om säsongsvaccinerna (influensa-, corona-, pneumokockvaccin) och tidsbokningen till vaccinationerna samt seniorernas egen telefontjänst, seniorlinjen, skickades till varje hem, för att informationen skulle nå hela målgruppen med så stor sannolikhet som möjligt.
- Under året lanserades den digitala kampanjen Sköt om dig som genomfördes på välfärdsområdets webbplats och sociala mediekkanaler samt på reklamskyltar vid vägar. I enlighet med de teman som nämndes i punkt två har man även lyft fram



vikten av munhälsan, en bra kost, tillräcklig motion, en rimlig alkoholkonsumtion och ett tryggt hem. Dessutom kommer man ännu att framhäva förebyggandet av ensamhet.

- För att stärka arbetsgivaransendet började man i oktober 2023 publicera innehåll i kampanjen 8 000 berättelser. I den här kampanjen berättar våra anställda i olika format på både webbplatsen och de sociala mediekanalerna om sin karriär och vad arbetet betyder för dem och hur de trivs i sitt arbete. Dessutom har man arrangerat olika kommunikationsrelaterade utbildningar för personalen och en för alla öppen kommunikationstemavecka i maj 2023.

Välfärdsområdesdirektör Kinnunen Marina

föreslår, att översikten antecknas för kännedom.

Beslut:

Områdesstyrelsen antecknade årsöversikten 2023 för kännedom.

Distribution