



Kommunikationens årsöversikt 2024

Välfärdsområdesstyrelse 16.12.2024 § 281

8062/00.01.02.01/2024

Beredare

Fager Petra

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

I kommunikationens verksamhetsplan för år 2024 har man följt upp hur stor procent av meddelandena som fått genomslag i media, mängden neutral, positiv och negativ synlighet i media samt räckvidden för de sociala medierna. Enligt kommunikationsprogrammet som utgår ifrån välfärdsområdets strategi ska kommunikationen arbeta för att uppnå målet om att befolkningen ska vara den mest välmående och ha den bästa funktionsförmågan i Finland. Vår kommunikation fokuserar på tre tyngdpunkter för att uppnå målet: Den första är att kommunikationen är en del av en fungerande servicekedja, den andra är att kommunikationen uppmuntrar till förebyggande, egenvård och till att vi ska ta hand om våra medmänniskor och den tredje är att vi förbättrar delaktigheten och interaktionen inom arbetsgemenskapen samt arbetsgivarmålbilden.

Webbplatsen är välfärdsområdets viktigaste kommunikationskanal, där finns uppdaterad information om våra tjänster och hur man utträtt ärenden i välfärdsområdet. Våren 2024 planerades och lanserades en ny sida för digitala tjänster på webbplatsen, den har nu blivit en av de mest besökta sidorna på båda språken. Utvecklandet av den här helheten fortsätter år 2025 när kanalerna för att utträtta ärenden digitalt utökas och förenhetligas i vårt område. I år har man också arbetat mycket med att göra det lättare att hitta kontaktuppgifter. För tillfället testas en sökfunktion som lanserades i oktober för kontaktuppgifterna, via den kan användaren söka kontaktuppgifter till både personal och serviceställen. Sommaren 2024 togs en ny modell för webbplatsshantering i bruk och redan nu syns en förbättring i kvalitetshanteringen av webbplatsen.

De viktigaste kommunikationskanalerna som vi kan nå våra kunder via utan mellanhänder är sociala medier. Under året har vi utvecklat och testat nya innehållstyper. Som ett resultat av det arbetet har räckvidden för våra kanaler i sociala medier ökat med 50 procent. I den här siffran ingår inte en video som blev viral hösten 2024. Om den också tas med i beräkningarna har räckvidden ökat med 249 procent. Målet för år 2025 är att utveckla innehållet i våra sociala medier så att det blir ännu mer riktat till målgrupperna och därmed också når fler unga. Årets framgång är att vi är det fjärde största välfärdsområdet på Instagram sett till antalet följare.

Media är en viktig kanal för välfärdsområdets informationsförmedling. Under årets gång har vårt välfärdsområde nämnts i över tvåtusen artiklar och andra texter. Något som är anmärkningsvärt är att svenskspråkiga medier skriver klart mer om Österbottens välfärdsområde än finskspråkiga medier, vilket i sin tur kan leda till att personer som talar olika språk har olika uppgifter om och attityder till välfärdsområdet. Välfärdsområdet har publicerat ungefär 120 meddelanden i år och de meddelanden vi skickat ut har lett till över fyrahundra träffar i media. Pressmeddelanden är viktiga för att informera om vår service och vårt beslutsfattande. Pressmeddelanden syns också i den positiva synligheten, 45 procent av den positiva synligheten i media har kommit från ett meddelande vi skickat ut. Merparten av synligheten i media är neutral.

Nationella mediers intresse för välfärdsområdena har fortsättningsvis varit stort år 2024. Samtliga välfärdsområden har fått fler begäranden om i synnerhet information och kommentarer. Begäranden har vanligen handlat om ekonomin, förändringarna i servicenätet och tillgången till tjänster.

En av de största förändringarna som sker i välfärdsområdets kommunikation år 2025 är att kundtidningen Hembesöket avslutas vid utgången av år 2024. När tidningen lagts ner kan vi planera mer riktad kommunikation till målgrupperna än tidigare. Bland annat så kan vi



producera riktat material till äldre (till exempel broschyrer) och innehållet på våra sociala medier kan riktas bättre än tidigare.

Välfärdsområdesdirektör Kinnunen Marina
föreslår, att översikten antecknas för kännedom.

Beslut:

Årsöversikten antecknades för kännedom.

Välfärdsområdesstyrelsen önskade dock att en del av det statsunderstöd som beviljats för etablering och utveckling av verksamheten används för att säkerställa en tillräcklig kommunikation till välfärdsområdets olika kundgrupper, såväl som tryckt information som via olika digitala kanaler.

Antecknades till protokollet att kommunikationsdirektör Petra Fager deltog under ärendets behandling via Teams.

Distribution