



Kommunikationens årsöversikt 2025

Viestinnän vuosikatsaus 2025

Petra Fager, kommunikationsdirektör, 19.1.2025

Petra Fager, viestintäjohtaja 19.1.2025



Österbottens välfärdsområde
Pohjanmaan hyvinvointialue



Kommunikationens tyngdpunktsområden i kommunikationsprogrammet

Vår befolkning är den mest välmående och har den bästa funktionsförmågan i Finland



Kommunikationen
är en del av en
fungerande
servicekedja



Kommunikationen
uppmuntrar till
förebyggande,
egenvård och till
att vi ska ta hand
om våra
medmänniskor



Vi förbättrar
delaktigheten och
interaktionen
inom
arbetsgemenska-
pen samt
arbetsgivarmålbil-
den.



Viestinnän painopistealueet viestintäohjelmassa

Väestömme on Suomen hyvinvoivin ja toimintakykyisin

Viestintä on osa
toimivaa
palveluketjua

Viestintä
kannustaa
ennalta-
ehkäisyyn,
itsehoitoon ja
lähimmäisistä
huolehtimiseen.

Parannamme
työyhteisön
osallisuutta ja
vuorovaikutusta
sekä
työnantaja-
mielikuvaa.



Verksamhetsplanens mål 2025

- Kundupplevelsen på webbplatsen förbättras
- Räckvidden för kundkommunikationens sociala medier ökar
- Valfärdsområdets servicekommunikation syns i regionens medier, meddelandena tas in

Toimintasuunnitelman tavoitteet 2025

- Verkkosivujen asiakaskokemus parantuu
- Asiakasviestinnän sosiaalisen median kanavien tavoitavuus kasvaa
- Hyvinvointialueen palveluviestintä näkyy alueen mediassa, tiedotteiden läpimeno



Webbsidorna Verkkosivut



Mål: Kundupplevelsen på webbplatsen förbättras



Tavoite: Verkkosivujen asiakaskokemus parantuu

Fakta om webbsidorna

- 62 % besöker webbplatsen via telefon
- 83 % (sv) respektive 73 % (fi) av användarna kommer in på webbplatsen via en sökmaskin
- Webbsidorna uppföljs regelbundet, samtidigt som man förbättrar tillgängligheten och sökmotoroptimeringen
- År 2025 har man bland annat
 - Utvecklat handledningen till digitala tjänster
 - Förnyat kontaktuppgiftskorten för tjänsterna och förbättrat deras sökbarhet
 - Förnyat servicebrickan för barn, unga och familjer
 - Förnyat styrningen från ingångssidan till de mest använda tjänsterna
 - Påbörjat en förnyelse av sökfunktionen: ibruktagande i början av 2026

Faktaa verkkosivuilta

- 62 % käyttää sivustoa puhelimella
- 83 % (ruotsi) ja 73 % (suomi) käyttäjistä tulee sivustolle hakukoneen kautta
- Verkkosivuilla seurataan säännöllisesti ja parannetaan hakukonelöydettävyyttä ja saavutettavuutta
- Vuonna 2025 on muun muassa
 - Uudistettu ohjaus digitaalisiin palveluihin
 - Uudistettu palveluiden yhteystietokortit ja parannettu niiden hakukelpoisuutta
 - Uudistettu lasten, nuorten ja perheiden palvelutarjotin
 - Etusivun ohjaus käytetyimpiin palveluihin
 - Aloitettu hakutoiminnon uudistaminen: käyttöönotto alkuvuodesta 2026



Förnyelse av hemutskicken

- Ibruktagning av digital sjukvårdsmottagning, deltagare i testet
 - Maj 2025
 - Kostnad ca 41 000 e (brevutdelning)
- Serviceguiden för äldre uppdaterades och delades ut till hushåll där det bor personer över 75 år
 - Augusti 2025
 - Kostnad: ca 27 000 (brevutdelning)
- Tidningen Hembesöket, alla hushåll
 - Från artikeltidning till servicekommunikation
 - Tidpunkt: information om influensavaccinationer, oktober 2025
 - Kostnad ca 24 000 e (offentligt meddelande)



Kotijakeluiden uudistaminen

- Sairaanhoidajan digitaalisen vastaanoton käyttöönotto, kokeilun osallistujat
 - Toukokuu 2025
 - Kustannus n. 41 000 e (kirjekakelu)
- Ikäihmisten palveluopas päivitettiin ja jaettiin kotitalouksiin, joissa asuu yli 75-vuotias henkilö
 - elokuu 2025
 - Kustannus: n. 27 000 (kirjekakelu)
- Kotikäynti-lehti, kaikki kotitaloudet
 - Artikkelilehdestä palvelutiedotteeksi
 - Ajankohta: tiedottaminen influenssarokotuksista, lokakuu 2025
 - Kustannus n. 24 000 e (julkinen tiedote)





Sociala medier

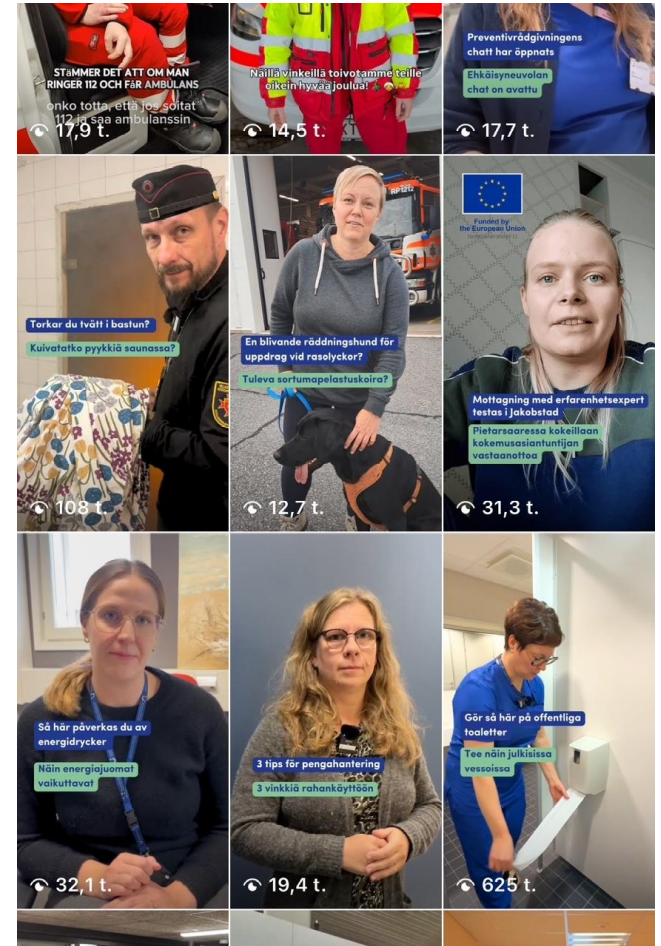
Sosiaalinen media



Räckvidden för de sociala medierna fortsätter att öka

Sosiaalisen median kanavien tavoittavuus jatkaa hyvää kasvua

- Kundkommunikation i sociala medier:
 - Aktuell kommunikation
 - Vägledning i hur man använder tjänsterna
 - Förebyggande teman
- Kanalprofilering:
 - Tiktok: personer under 25 år (Ny 02/2025)
 - Instagram: 25-45-åringar
 - Facebook: personer över 45 år
- Satsning på videor där sakkunniga berättar om olika teman
- En extern utvärdering av kanalerna har genomförts
- Riktlinjerna för enheternas och tjänsternas konton på sociala medier har förnyats.
 - Kontona utvärderas årligen från ett effektfullhetsperspektiv.
- De kanaler i sociala medier som vi använder för att nå invånarna i Österbotten är en del av beredskapen inför kris- och undantagssituationer.
- Asiakasviestintä sosiaalisessa mediassa:
 - Ajankohtaisviestintää
 - Opastusta palveluiden käyttöön
 - Ennaltaehkäiseviä teemoja
- Kanavaprofilointi:
 - Tiktok: alle 25-vuotiaat (Uusi 02/2025)
 - Instagram 25-45-vuotiaat
 - Facebook: yli 45-vuotiaat
- Satsaus videoihin, joilla asiantuntijat kertovat eri teemoista
- Toteutettu ulkoinen kanavien arviointi
- Yksiköiden ja palveluiden some-tilien linjaukset uudistettu.
 - Tilit arvioidaan vaikuttavuuden näkökulmasta vuosittain.
- Sosiaalisen median kanavat, joilla tavoitamme Pohjanmaan asukkaita, ovat osa varautumista kriisi- ja poikkeustilanteisiin.





Räckvidden för de sociala medierna fortsätter att öka

Sosiaalisen median kanavien tavoittavuus jatkaa hyvää kasvua



4,6 milj.	Publikationernas visningar
	Julkaisujen katsomiskertaa
17 %	Följare över 65 år
	Seuraajista yli 65-vuotiaita
+ 36 %	Ökning av antalet följare 2025
	Seuraajamäärän kasvu 2025
X 2	Den genomsnittliga synligheten för publikationen fördubblades jämfört med 2024
	Julkaisun keskimääräinen näkyvyys kaksinkertaistui verrattuna vuoteen 2024
n. 20 000	Visningar per styrelse-live
	Näyttökertaa per hallitus-live
April	Vi passerade räckvidden år 2024
Huhtikuu	Ylitimme vuoden 2024 tavoittavuuden



3,5 milj.	Publikationernas visningar
	Julkaisujen katsomiskertaa
49 %	25-44-åringar av de som tittar
	Katsojista 25–44-vuotiaita
+ 27 %	Ökning av antalet följare 2025
	Seuraajamäärän kasvu 2025
+ 369 %	Antal personer som nåtts under året
	Vuoden aikana tavoitettujen henkilöiden määrä
65	Videoinnehåll, mängden mer än fördubblats jämfört med 2024
	Videosisältöä, määrä yli kaksinkertaistunut vuoteen 2024 verrattuna



NYHET!
UUTUUS!

Februari	Ibruktagning
Helmikuu	Käyttöönotto
3,6 milj.	Publikationernas visningar
	Julkaisujen katsomiskertaa
30 %	Personer under 25 år
	Alle 25-vuotiaita
70 %	Personer under 30 år
	Alle 30-vuotiaita
25 %	Män, vilket är mer än i andra kanaler
	Miehiä, mikä on enemmän kuin muissa kanavissa
22 994	Genomsnittligt antal visningar per video
	Katselukertaa keskimäärin per video
7375	Medianvärde för videovisningarna
	Videoiden katselukertojen mediaani



Mediesynlighet

Medianäkyvyys



Välfärdsområdets mediesynlighet

Hyvinvointialueen medianäkyvyys

158 (+18 %)	Webbartiklar och mediemeddelanden Verkkoartikkelia ja mediatiedotetta
2900 (+13 %)	Medieträffar Mediaosumaa
441	Medieträffar på basis av meddelanden Mediaosumaa tiedotteiden perusteella
Top 5	Vasabladet, Österbottens tidning, Svenska Yle, Ilkka-Pohjalainen, Yle (finska) Vasabladet, Österbottens tidning, Svenska Yle, Ilkka-Pohjalainen, Yle (suomi)

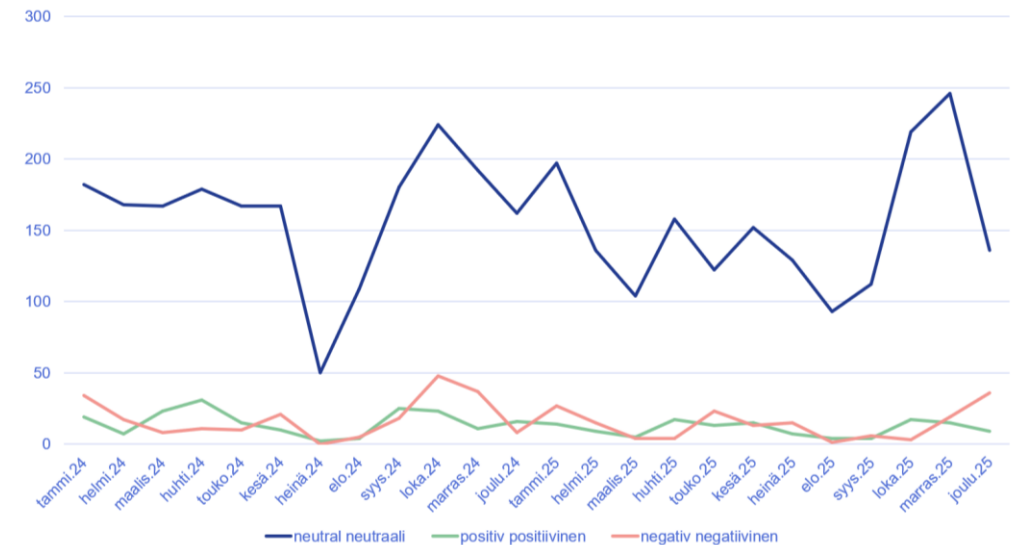
Sisällöt mediassa

- Päättöksentekoon liittyvä uutisointi, talous ja säästöt, aluevaalit, paikkakuntakohtaiset muutokset. Loppuvuodesta myös rahoitusmalli
- Positiivisia uutisia uusista palvelumuodoista ja toimintamalleista, investoinneista ja kehittämisestä
- Negatiivisia uutisia hoitoon pääsyn vaikeudesta, palveluverkosta ja säästöistä.

Innehåll i medierna

- Nyhetsrapportering i anknytning till beslutsfattandet, ekonomi och besparingar, välfärdsområdesvalet, lokala förändringar. I slutet av året också finansieringsmodellen
- Positiva nyheter om nya serviceformer och verksamhetsmodeller, investeringar och utveckling
- Negativa nyheter om svårigheten att få vård, servicenätet och besparingarna.

Neutral, positiv och negativ synlighet i media 2024 – 2025
Neutraali, positiivinen ja negatiivinen näkyvyys mediassa 2024–2025





Utdrag ur den interna kommunikationen

Nostoja sisäisestä viestinnästä





Utdrag ur den interna kommunikationen

- Vi förnyade personalinfon:
 - Regelbundet en gång i månaden
 - ytterligare infon vid behov (t.ex. vid samarbetsförhandlingar)
 - Från och med hösten 2025 videoinfon om ledningsgruppens möten
- Vi förnyade HR-innehållet på intranätet. Principerna och både arbetstagarens och förmannens anvisningar i samma helhet.
- Man har arbetat med att utveckla t.ex. intranätets sökfunktion och materialbanken för de interna anvisningarna.
- Man håller på att förnya modellen för hantering av intranätet.

Nostoja sisäisestä viestinnästä

- Uudistimme henkilöstöinfot:
 - Säännöllisesti kerran kuussa
 - lisäinfot tarpeen mukaan (esim. yt)
 - syksystä 2025 lähtien johtoryhmän kokousten videoinfot
- Uudistimme HR:n sisällöt intrassa. Samassa kokonaisuudessa periaatteet ja sekä työntekijän että esihenkilön toimintaohje.
- Kehittämistyötä esim. intranetin hakutoimintoon ja sisäisten ohjeiden aineistopankkiin.
- Käynnissä intranetin hallintamallin uudistus.



Beredning av kommunikationsprogrammet **Viestintäohjelman valmistelu**





Ny strategi, nytt kommunikationsprogram

- En del av strategihelheten
- Beslut fattas av styrelsen i mars
- Både personal- och invånarenkäter har genomförts
- Kommunikationsprogrammet är ett verktyg för att genomföra strategin, så tyngdpunktsområdena styrs av strategin.

Uusi strategia, uusi viestintäohjelma

- Osa strategi kokonaisuutta
- Tulossa hallituksen päätettäväksi maaliskuussa
- Järjestetty sekä henkilöstö- että asukaskyselyitä
- Viestintäohjelma on yksi strategian toteuttamisen työkalu, joten painopistealueet johdetaan strategiasta.



Sammanfattning av invånarenkätens svar

Yhteenveto asukaskyselyn vastauksista



De viktigaste kommunikationskanalerna, topp 3

Alla åldersgrupper:

1. Kallelser, beslut, brev
2. Webbsidorna
3. Personalen

Andra svarsalternativ
(medelvärde under 3):

Evenemang

Broschyrer

Välståndeguiden

Kanaler vars betydelse är över 3 på skalan 1-5, per åldersgrupp

Under 30

Kallelser, brev, beslut
Instagram
Tiktok

Webbsidorna
Nära och bekanta
Medier
Infoskärmar
Personalen
Medier

31–50

Kallelser, brev, beslut
Webbsidorna
Personalen

Instagram
Nära och bekanta

51–65

Kallelser, brev, beslut
Webbsidorna
Personalen

Medier
Mobilapplikationer
Facebook
Hemutskick,
Hembesöket
Nära och bekanta

66 +

Kallelser, brev, beslut
Webbsidorna
Personalen

Hemutskick, Hembesöket
Facebook
Medier
Nära och bekanta
Mobilapplikationer
Infoskärmar
Broschyrer
Tidningsannonser



Tärkeimmät viestintäkanavat, top 3

Kaikki ikäryhmät:

1. Kutsut, päätökset, kirjeet
2. Verkkosivut
3. Henkilökunta

Muut vastausvaihtoehdot
(keskiarvo alle 3):

Tapahtumat

Esitteet

Hyvinvointiopus

Ikäryhmittäin kanavat, joiden tärkeys yli 3 asteikolla 1–5

Alle 30

Kutsut, kirjeet, päätökset
Instagram
Tiktok

Verkkosivut
Läheiset ja tuttavat
Media
Infonäytöt
Henkilökunta
Media

31–50

Kutsut, kirjeet, päätökset
Verkkosivut
Henkilökunta

Instagram
Läheiset ja tuttavat

51–65

Kutsut, kirjeet, päätökset
Verkkosivut
Henkilökunta

Media
Mobiilisovellukset
Facebook
Kotijakelut, Kotikäynti
Läheiset ja tuttavat

66 +

Kutsut, kirjeet, päätökset
Verkkosivut
Henkilökunta

Kotijakelut, Kotikäynti
Facebook
Media
Läheiset ja tuttavat
Mobiilisovellukset
Infonäytöt
Esitteet
Lehti-ilmoitukset



Hur viktigt är det för dig att få information om följande ärenden? (skala 1–5)

Miten tärkeää sinulle on saada tietoa seuraavista asioista? (asteikko 1–5)

Prioriteringsordning, svar på kundenkäten

Information om ändringar i servicen

Information om innehållet i servicen och målgrupperna för servicen

Handledning i hur man använder våra tjänster

Tips om egenvård och hur jag kan förbättra mitt välmående och min säkerhet

Information om välfärdsområdets beslutsfattande

Information om sjukdomar och deras behandling

Inblickar i våra yrkesutbildade personers arbete och vardag

Tärkeysjärjestys, asiakaskyselyn vastaajat

Tieto palveluiden muutoksista

Tieto palveluiden sisällöstä ja kohderyhmistä

Näin käytät palveluitamme –opastus

Vinkit itsehoitoon ja oman hyvinvoinnin ja turvallisuuden parantamiseen

Tieto päätöksenteosta

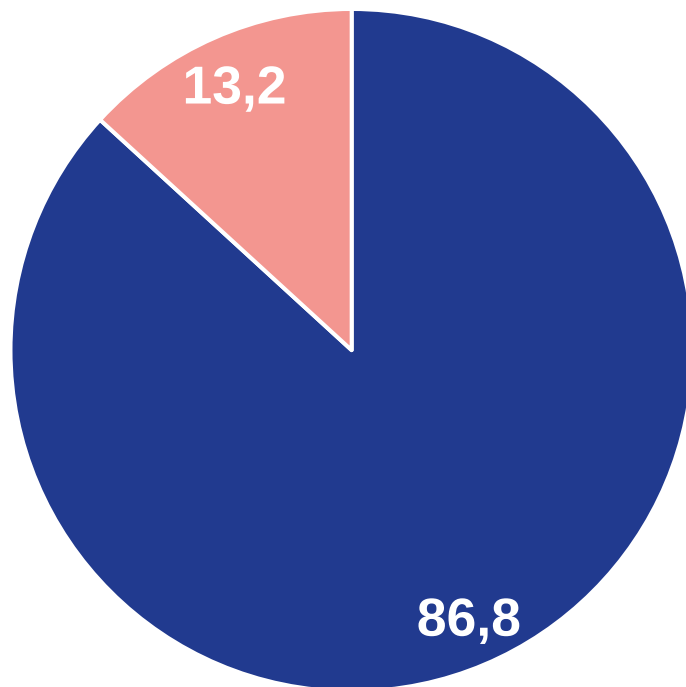
Tieto sairauksista ja niiden hoitomuodoista

Kurkistukset ammattilaistemme työhön ja arkeen



Jag har fått information om välfärdsområdets tjänster på det språk jag valt, antingen finska och/eller svenska.

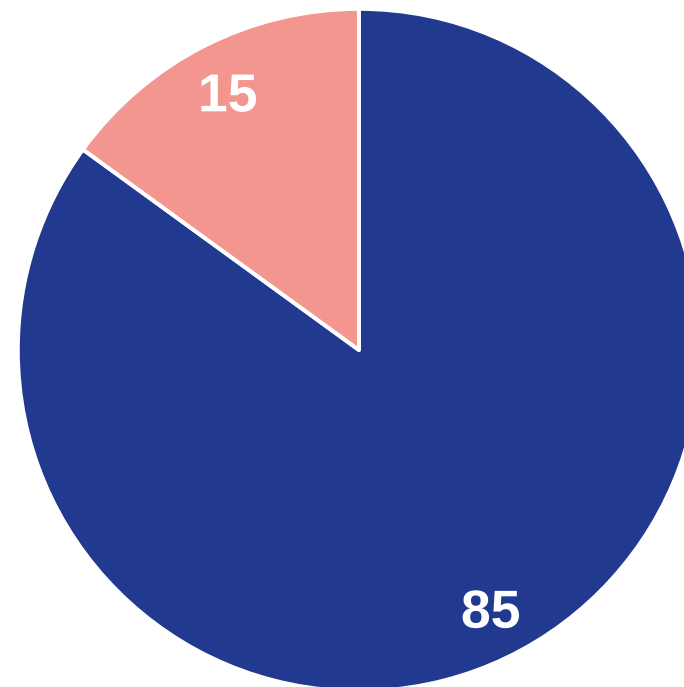
Olen saanut hyvinvointialueen palveluista tietoa valintani mukaan suomeksi ja/tai ruotsiksi?



■ Ja, Kyllä ■ Nej, Ei

Jag känner igen välfärdsområdets kommunikation utifrån det visuella uttrycket, såsom färger, logon, bilder och stilar.

Tunnistan hyvinvointialueen viestinnän sen visuaalisen ilmeen perusteella, kuten väreistä, logosta, kuvista ja tyyleistä?



■ Ja, Kyllä ■ Nej, Ei



Webbsidorna

Rosor

- Tydlig startsida och kategorisering
- Öppettider, adresser och telefonnummer är lätta att hitta (förbättringar noterade)
- Tvåspråkighet
- Beslutsfattandet är lätt att hitta
- Utseendet är tydligt och professionellt
- Digitala tjänster

Ris

- Sökfunktionen
- Långa stigar till tjänsten (antalet tjänster)
- Användning av fackterminologi
- Den digitala tidsbokningens tillgänglighet
- Mycket information (för mycket)
- Vissa tjänster upplevs som röriga

Verkkosivut

Ruusuja

- Selkeä aloitussivu ja kategorisointi
- Aukioloajat, osoitteet ja puhelinnumerot löytyvät hyvin (parannukset huomattu)
- Kaksikielisyys
- Päätöksenteko löytyy hyvin
- Ulkoasu selkeä ja ammattimainen
- Digitaaliset palvelut

Risuja

- Hakutoiminto
- Pitkät polut palveluun (palveluiden määrä)
- Ammattiterminologian käyttö
- Digitaalisen ajanvarauksen käytettävyys
- Tietoa paljon (liikaa)
- Tiettyjen palveluiden kokonaisuudet koetaan sekaviksi



Öppen respons

Positiv respons (topp 5)

- Genuin tvåspråkighet
- Kommunikationen i sociala medier
- Tydligt och enhetligt visuellt uttryck
- Tacksamhet för olika tjänster
- Villigheten att utveckla och samarbeta med användarna

Kritisk respons (topp 5)

- Telefonkontakt och köer
- Fördröjd överföring av uppgifter till MittKanta
- Tidsbokningens utmaningar
- Webbsidornas sökfunktion
- Tillgång till tjänster

Avoim palaute

Positiiviset palautteet (top 5)

- Aito kaksikielisyys
- Viestintä sosiaalisessa mediassa
- Selkeä ja yhtenäinen visuaalinen ilme
- Kiitokset eri palveluille
- Halukkuus kehittää ja yhteistyö käyttäjien kanssa

Kriittiset palautteet (top 5)

- Puhelinyhteys ja jonot
- Tietojen siirtymisen viive Omakantaan
- Ajanvarauksen haasteet
- Verkkosivujen hakutoiminto
- Palveluiden saatavuus



Välmående genom livet. Hyvinvointia läpi elämän.



Österbottens välfärdsområde
Pohjanmaan hyvinvointialue