

# Asukkaiden tavoittaminen viestinnällä

Viestintäjohtaja Leena-Mari Tanskanen

Lähidemokratia- ja osallisuuslautakunta 26.5.2026





# Taustalla yleiset viestinnän linjaukset

- [Yleiset viestinnän linjaukset aluehallitukselle 2025-2029.pdf \(1\).pdf](#)
- Vahvistamme luottamusta avoimella, ihmisläheisellä ja vastuullisella viestinnällä.
- Toimimme asiakaslähtöisesti, ja haluamme tavoittaa asukkaat eri tavoin.
- Kehitämme viestintää jatkuvasti palautteiden ja analytiikan perusteella.
- Panostamme selkeyteen ja saavutettavuuteen sekä huomioimme kielelliset oikeudet.





# Moninainen ja tärkeä asukasjoukkomme ansaitsee saada tietoa, esim.

Ikäihmiset

Työikäiset

Lapsiperheet

Nuoret ja nuoret  
aikuiset

Kaksikieliset

Monikieliset ja -  
kulttuuriset

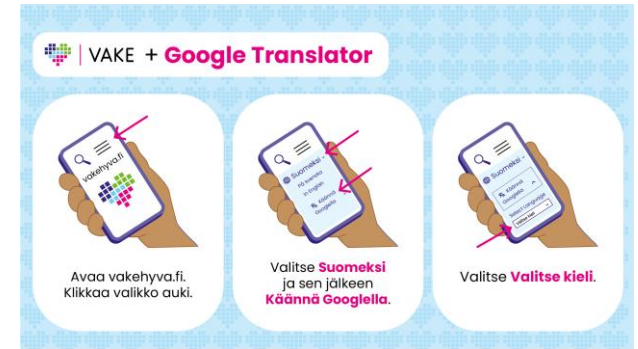
Näkövammaiset

Palveluita  
tarvitsevien  
omaiset ja läheiset



# Tärkein kanavamme on verkkosivut

- Ensimmäisten vuosien aikana panostimme:
  - **Perustietojen** kokoaminen
  - Tiedon **löydettävyys** ja **hakutoiminto**
  - **Kieliversiot** (prioriteettina ruotsi ja englanti), tekoäly kääntää lisäksi lähes 200 kieltä
    - Käännösmahdollisuutta markkinoidaan myös toimipisteissä ja kotitalousjakeluissa
  - **Chatbot-apuri**, joka harjoittelee parhaillaan sote-palveluihin liittyviin kysymyksiin vastaamista
  - **Saavutettavuus** huomioitu
  - **Selkeäkielisyys** pyritään aina tarkistamaan
- Sivuston toimittaja on juuri kilpailutettu. Jatkossa panostuksina mm.:
  - **Selkokieli** tulossa uutena kielenä (palvelee lukuisia sidosryhmiä, myös monikielisiä)
  - **Palvelumuotoiluun** eli tiedon parempaan löydettävyyteen





# Somekanavat ja keskeiset kohderyhmät

Sosiaalisen median kanavamme toimivat hieman erilaisilla sisältöpainotuksilla ja tavoittelemme niissä eri kohderyhmiä (VAKella ja Pelalla omat kanavat). VAKella:

- **Facebook:** seuraajia noin 2 900 (kohderyhmä: työkäiset, ikääntyneet ja yhteistyökumppanit)
- **Instagram:** seuraajia noin 2 200 (kohderyhmä: nuoret, työkäiset ja työnhakijat)
- **LinkedIn:** seuraajia noin 10 200 (kohderyhmä: työkäiset, yhteistyökumppanit ja asiantuntijat)
- **Bluesky:** seuraajia reilu 300 (kohderyhmä: työkäiset ja yhteistyökumppanit)
- Uutena kanavana perustamme kesällä 2026 **TikTok-tilin** tarkoilla reunaehdoilla. Kanavan tarkoituksena on tavoittaa entistä tehokkaammin nuoret ja nuoret aikuiset.
- Huomioimme kaikissa somekanavissa aina saavutettavuuden: esimerkiksi kuvien vaihtoehtoiset tekstit/alt-tekstit, tekstitykset, sisältöjen rakenteen ja kontrastit. Koulutamme viestijöitä saavutettavuuteen säännöllisesti.
- Joillain VAKEn palveluilla ja toimipisteillä on omia Facebook- ja Instagram-tiliä. Tilien sisällöntuottajien tulee käydä somekoulutus, ja VAKelta löytyy yhteiset sosiaalisen median pelisäännöt.





# Ansaittu medianäkyvyys täydentää omien kanaviemme viestintää

Median kautta tavoitetaan alueemme asukkaita, ja **mediapuhelimemme** palvelee jokaisena arkipäivänä. Lisäksi:

- Tuotamme medialle aktiivisesti **tiedotteita** esim. palveluista, aluehallituksen ja -valtuuston kokouksista sekä taloustilanteesta.
- Laajemmista aiheista teemme **juttuvinkkejä** ja **taustoituksia**.
- Tarjoamme ja etsimme medialle **haastateltavia**.

Huom. Ansaittu medianäkyvyys on lopulta aina toimittajien oma päätös, ylittyykö **uutiskynnys** heidän kohdallaan.





# Ostettu näkyvyys

- Ostamme jonkun verran **näkyvyyttä mediassa**, esim. Selkovantaalaiseen.
- Teemme **ilmoituksia** kaupunkien omissa lehdissä.
- Somessa tehdään paljon **maksettua mainontaa** esim. hyvinvointitarjottimelle. Tällä saadaan kustannustehokkaasti tavoitettua enemmän ihmisiä.
- **Rekrytointimarkkinointia** tehdään paljon maksettuna, mutta se painottuu digitaalisiin kanaviin ja tapahtumiin. Tällä varmistetaan osaajien saavuttaminen.



# Kotitalousjakelu Sydämellä

- Kotitalousjakeluun halutaan panostaa kerran vuodessa, jotta tavoitamme **asukkaat laajasti** – esimerkiksi asukkaat, jotka
  - eivät osaa etsiä verkkosivuilta tietoa tai käytä digitaalisia palveluita
  - eivät puhu äidinkielenään suomea tai ruotsia (kannessa käännösmainos)
- Sisällössä pyritään painottamaan **palveluista kertomista** ja turvallisuusaiheita.
- Koko lehti on verkkosivuilla luettavissa ruotsiksi ja englanniksi, lisäksi tekoälyllä voi kääntää sisällön lähes 200 kielelle.
  - Lehdessä on olennainen sisältö käännettynä ruotsiksi ja englanniksi.
- Takakannessa on **koontisivu tärkeimmistä palveluista** kolmella kielellä, joka on helppo ottaa talteen.
- Keskeisimmät tavoitteet on lisätä **luottamusta** hyvinvointialuetta kohtaan ja tuoda VAKEn **palveluita tutuksi**.



# Muu viestintä



- **Toimipisteissä** voidaan tavoittaa ne asukkaat, jotka ovat jo palveluidemme piirissä. Tiloissa on esimerkiksi
  - mainosjulisteita (esim. palautteen antamisesta, verkkosivujen tekoälykäännösmahdollisuudesta)
  - jaossa esitteitä (VAKEn palvelut sekä täydentävät kolmannen sektorin ja kaupunkien palvelut, joista he vastaavat itse)
- **Kaupunkien info-pisteissä** jaetaan myös VAKEn tietoa.
- Kaupunkien ja muiden tahojen kanssa järjestetään vuorovaikutteisia **asukastilaisuuksia**, joissa on mahdollisuus keskustella ja kysyä palveluistamme.
- Kaupunkien kautta voidaan saada tietoa lapsille, nuorille ja perheille **Wilmassa**. Teemme esimerkiksi yhteistä turvallisuusviestintää.
- Erityisesti monikielisille asukkaille viestimme myös erilaisten **järjestöjen kautta**.
- **Päätöksenteon avoimuus**. Verkkosivuilla on etukäteen tieto tulevista kokouksista sekä päätösaineisto. Aluehallituksen ja -valtuuston kokouksista tiedotetaan ja viestitään laajemmin. Aluevaaleista viestitään aktiivisesti ja näkyvästi.
- Olemme säännöllisesti mukana **erilaisissa tapahtumissa**.

