

Keskustan valtuustoryhmän aloite Vihdin kunnan näkyvyyden parantamiseksi sosiaalisessa mediassa

Elinvoimalautakunta 23.08.2022 § 57
191/00.01.03.00/2022

Kunnanvaltuustossa 9.5.2022 on tehty valtuustoaloite Vihdin kunnan näkyvyyden parantamiseksi sosiaalisessa mediassa.

Aloitteen on tehnyt keskustan valtuustoryhmä, ja sen on esitellyt kunnanvaltuutettu, kunnanvaltuuston puheenjohtaja Eerikki Viljanen.

Valtuustoaloitteessa esitetään, että kunnan somenäkyvyyden parantamiseksi selvitettäisiin mahdollisuutta, esimerkiksi yhdessä paikallisten yrittäjien ja yhteisöjen kanssa, kilpailun lanseeraamiseksi kesän 2022 ajaksi. Kilpailu voisi esimerkiksi olla sellainen, että osallistua voisi kuka tahansa millä tahansa somen pääalustalla. Osallistumiseksi laskettaisiin positiivinen kesäjulkaisu Vihdistä ennakkoon sovitulla aihetunnisteella. Tehokkainta olisi käyttää yhtä aihetunnistetta, esimerkiksi #visitvihti tai #vihtimainittu tai #vihtitutuksi.

Lisäksi aloitteessa ehdotetaan, että kaikkien postaajien kesken voitaisiin syyskuun alussa esimerkiksi arpoa paikallisten yritysten tuotteita tai palveluita postaajien kesken. Toteutuksesta todetaan, että kilpailun yksityiskohtaisessa suunnittelussa on hyvä tutkia myös mahdollisuutta kilpailun järjestämisestä kunnan tukemana, mutta jonkin toisen tahon toimiessa varsinaisena järjestäjänä. Lopuksi valtuustoaloitteessa todetaan, ettei oleellisinta ole minkä muotoinen kilpailu olisi tai kuka sen järjestäisi, vaan että mainiolle kunnallemme on saatava nykyistä enemmän myönteistä somenäkyvyyttä.

Aloite lyhentämättömänä oheismateriaalina.

Valmistelija	Anne Virtanen, etunimi.sukunimi(at)vihti.fi, p. 044 0421 612 Petra Ståhl etunimi.sukunimi(at)vihti.fi, p. 050 5766 256
Esittelijä	Elinvoimajohtaja Petra Ståhl
Ehdotus	Elinvoimalautakunta päättää esittää kunnanhallitukselle ja edelleen valtuustolle, että se hyväksyy vastauksena valtuustoaloitteeseen seuraavaa ja toteaa aloitteen loppuunkäsittelyksi:

Valtuustoaloite oli sisällöltään hyvä ja ajankohtainen. Valtuustoaloitteen johdosta suunniteltiin ja käynnistettiin Koti Vihdissä-kampanja, joka oli käynnissä heinäkuun ajan.

Kampanjassa haluttiin herättää kiinnostusta Vihtiä kohtaan kunnan uuden strategian mukaisesti erityisesti asumis- ja sijoittumispaikkana – kotina ihmisille, yritykselle ja aktiiviselle elämälle. Kampanjapostausten aiheeksi toivottiin arkisia hyvää mieltä tuovia asioita, jotka liittyvät asumiseen ja Vihdissä viihtymiseen: mikä tekee Vihdistä juuri sinulle kodin?

Kampanjan pääalustaksi valikoitui suunnitteluvaiheessa käytännön syistä kunnan juuri avattu Instagram-tili, jolloin kampanja tuki myös tilin lanseerausta. Osallistumaan pystyi käytännössä millä tahansa some-alustalla, mutta esimerkiksi facebookissa käyttäjätilien yksityisyysasetusten johdosta tehdyt päivitykset eivät kaikilla ole julkisia. Instagramissa olevien yksityistilien puolesta kunta tarjoutui tekemään postaukset. Twitterin käyttäjät eivät olleet käyttäneet hashtagia.

Postauksia tuli yksityishenkilöiltä sekä vihtiläisiltä yrityksiltä. Instagramissa tehtiin yhteensä 64 julkaisua kampanja-ajan puitteissa 1.7.-1.8. Julkaisuista 6 kpl oli kunnan omia. Kunnalle avattu tili sai 322 seuraajaa. Julkaisuilla oli yhteensä 13 773 näyttökertaa, ja niillä tavoitettiin kaikkiaan 1637 käyttäjätiliä. Kunnan profiilissa vierailtiin 647 kertaa.

Facebookissa kampanja sai näkyvyyttä kunnan omissa päivityksissä seuraavasti: näyttökertoja oli yhteensä 20 140 kpl, ja niihin sitouduttiin yhteensä 1 171 kertaa.

Koko sivun lehti-ilmoitukset julkaistiin Luoteis-Uusimaassa ja Vihdin Uutisissa. Lisäksi kampanja näkyi myös digissä. Luoteis-Uusimaa julkaisi kampanjasta myös toimituksellisen jutun laaditun tiedotteen pohjalta.

Kampanjaan osallistuneet julkaisut olivat positiivisia ja levittivät Vihdistä onnistuneesti myönteistä kuvaa valtuustoaloitteen tavoitteen mukaisesti. Kampanja toteutettiin nopealla aikataululla, ja siihen nähden sitä voidaan pitää onnistuneena. Kunnan uusi instagram-tili startattiin sen tuella, ja tili sai hetkessä satoja seuraajia kampanjan ansiosta.

Palkintoina kampanjaan osallistuneille arvottiin Pahantorjuja-elokuvajuhlien lippuja, Nummela Art Nightin lippuja, uimahallin ja kuntosalin 10x kortteja sekä kunnan brändituotteita.

Pohdittavaksi tulee vastaavantyyppisten, vuosittain uusiutuvien kesäkampanjoiden suunnittelu ja toteutus myös tulevina vuosina, jolloin kampanja saa jatkoa ja sitä voidaan toteutukseltaan laajentaa tämänvuotisesta, esimerkiksi ottamalla mukaan yhteistyökumppaneita.

Päätös

Lautakunta hyväksyi ehdotuksen yksimielisesti.

Tiedoksi