



## OPETTAJIEN TYÖTTÖMYYSKASSAN FACEBOOK-SIVUSTO SAA JÄSENILTÄ MYÖNTEISEN VASTAANOTON

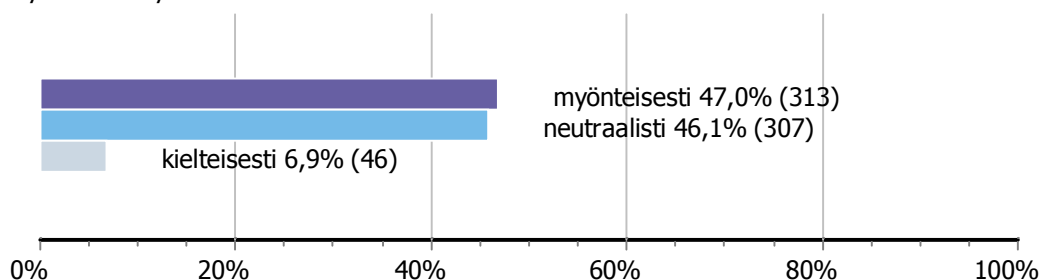
*Opettajien Työttömyyskassa avasi sivuston Facebookissa tämän vuoden keväällä aprillipäivänä. Avauspäivästä huolimatta kassa on vakavasti kehittämässä tiedottamistaan uudessa viestintäkanavassa. Jo nyt syksyllä kysyttiin jäsenistöltä ensimmäisen kerran kommentteja someavauksesta. Läsnäolo sai hyväksynnän ja kirvoitti kehittämistoiveita. Samalla kysyttiin vastaajien tyytyväisyyttä perinteiseen kotisivustoon.*

### SOSIAALINEN MEDIA ON LÄSNÄ JÄSENTEN ARKIPÄIVÄSSÄ

85 prosenttia vastanneista ilmoittaa käyttävänsä Facebookia tai vähintään olevansa siitä kiinnostunut. Toiseksi suosituin kanava on What's Up. Nuorten vastaajien joukossa asemiaan nostavat myös Instagram ja Pinterest.

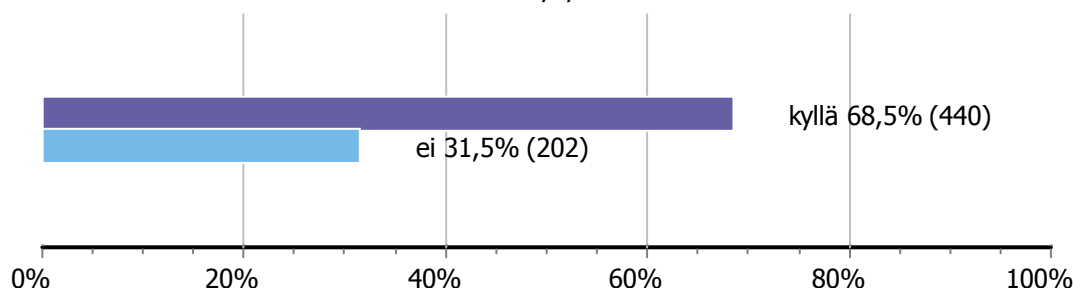
### TAUSTALLA SOMEMYÖNTEISET ASEENTEET

Vastaajista vain 7 prosenttia suhtautuu kielteisesti sosiaaliseen mediaan. Lähes puolet ilmoittaa myös tuottavansa itse sisältöä sosiaaliseen mediaan ja kolmannes vain seurailee sosiaalista mediaa. Kuusi prosenttia on kiinnostunut, mutta kynnys on vielä ylittämättä.



**Kuva 1.** Miten suhtaudut yleisesti sosiaaliseen mediaan?

Kassan läsnäolo somessa saa vahvan kannatuksen: 69 prosenttia pitää somettamista hyödyllisenä. Vastaajat kokevat, että sosiaalinen media antaa kassan viestinnästä nykyaikaisen kuvan.



**Kuva 2:** Onko kassan läsnäolo somessa mielestäsi hyödyllistä?

Facebook-sivustolta haetaan hyödyllistä tietoa, ajankohtaisia tiedotteita ja toimintaohjeita, joten tärkeintä käyttäjille on sisältöjen selkeys ja ymmärrettävyys. Päivityksien tyyli, sivuston nykyaikaisuus ja vuorovaikutteisuus vastaavat odotuksiin. Tuore sivusto saa kävijöiltä arvosanan 8,4. Sivustolle kaivataan entisestään lisää toimintaohjeita ja kyselyitä.

Avoimissa palautteissa toivottiin esimerkiksi, että kassa tiedottaa Facebook-sivustollaan hakemuksien käsittelyajoista etenkin ruuhka-aikoina. Vastaajat toivoivat myös opettajiin liittyvää ajankohtaista uutisointia, kantaaottavia aiheita sekä tietoa avoimista työpaikoista.

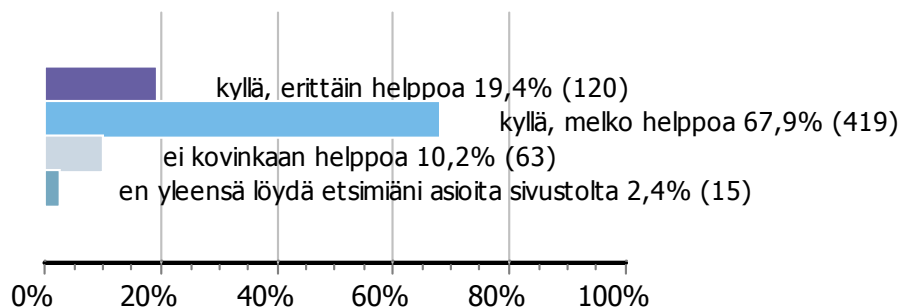


## TUTKIMUSTIEDOTE 3.11.2016

– Kehitämme FB:tämme toiveiden perusteella. Erityisesti hakemusten käsittelytilanteesta uutisointiin kiinnitetään huomiota, ja ajankohtaisuutisointiin tartutaan aivan varmasti, kertoo työttömyyskassan johtaja Marjaana Maisonlahti.

### KOTISIVUILTA TIETO LÖYTYY HYVIN

Kassan kotisivuja on myös uusittu, ja vastaajilta kysyttiin, löytävätkö he sivustolta etsimänsä tiedon. Vain 2 prosenttia ilmoittaa, ettei haettu tieto yleensä löydy.



**Kuva 3.** Onko kotisivuilta helppo löytää etsimäsi asia?

– Tulos on erittäin hyvä huomioiden, että käsiteltävät asiat eivät ole yksinkertaisia. Nyt 87 prosenttia ilmoittaa tiedon löytymisen vähintään melko helpoksi, arvioi viestintä- ja tutkimuspäällikkö Etta Partanen Innolink Research Oy:stä.

Kotisivustolle tullaan tavallisimmin hakukoneiden kautta tai kirjoittamalla tuttu osoite. Sivustolle tullaan hakemaan etuutta Openetin kautta tai hakemaan ohjeita ja tietoa.

### KOTISIVUJEN KEHITTÄMINEN

Avoimissa palautteissa kotisivujen visuaalisen ilmeen toivottiin virkistävän. Sivuston rakenteeseen liittyviä toiveita tuli runsaasti liittyen esimerkiksi Openetin kirjautumisen sijaintiin, yhteystietoihin ja linkkien määrään. Ehdotitte myös Facebook-sivuston tuomista selkeästi esiin myös kotisivuille. Nämä ovat kaikki hyviä kommentteja ja kehittämisohjeita.

### KIITOKSET VASTAAJILLE

– Kiitämme jäseniämme vastauksista. Kun vastaajilta kysyttiin ensimmäisenä mieleen tulevaa asiaa Opettajien Työttömyyskassasta, kärkisijan sai sana ”turva”. Olen tästä valtavan iloinen. Sekä kotisivujen että Facebook-sivuston kehittämisysty jatkuu, Maisonlahti kiittää.

– Viestintä ei ole koskaan valmista. On kuitenkin ollut selkeästi strategisesti oikea ja tulevaan päin katsova valinta ottaa some käyttöön viestintämuodoksi. Jatkossa kannattaa pohtia sivustojen profiloitua eli selkeyttää, millaista tietoa löytyy kotisivuilta ja mitä taas sosiaalisesta mediasta. Lisäksi kiinnittäisin kotisivujen osalta huomiota siihen, että sivustolle tullaan tavallisimmin hakukoneiden kautta. Tällöin osa jäsenten palvelua on se, että hakukoneoptimointi on kunnossa, Partanen painottaa.

Vastanneiden kesken arvottiin kaksi Suomalaisen kirjakaupan lahjakorttia, jotka ovat jo matkanneet Tampereelle ja Jyväskylään onnellisille voittajille.

**Marjaana Maisonlahti**  
työttömyyskassan johtaja  
Opettajien Työttömyyskassa

**Etta Partanen**  
viestintä- ja tutkimuspäällikkö  
Innolink Research Oy