Tilastokeskus sosiaalisessa mediassa

Jaana Majalahti, Tilastokeskus
Vapaan sivistystyön viestinnän koulutuspäivä
10.10.2019

Miksi olemme olemassa?

Tuomme luotettavan ja ajantasaisen tiedon asiakkaiden hyödyksi ja yhteiskunnalliseen keskusteluun.

Miksi tilastoja tehdään?

Tilastot

- Muodostavat luotettavan kuvan yhteiskunnasta
- Tukevat demokratiaa
- Luovat edellytyksiä yhteiskuntatutkimukselle
- Palvelevat kansalaisten, julkisen sektorin, yritystoiminnan ja Euroopan unionin päätöksentekoa
- Ovat käytössä kotimaisten ja kansainvälisten sopimusten seurannassa

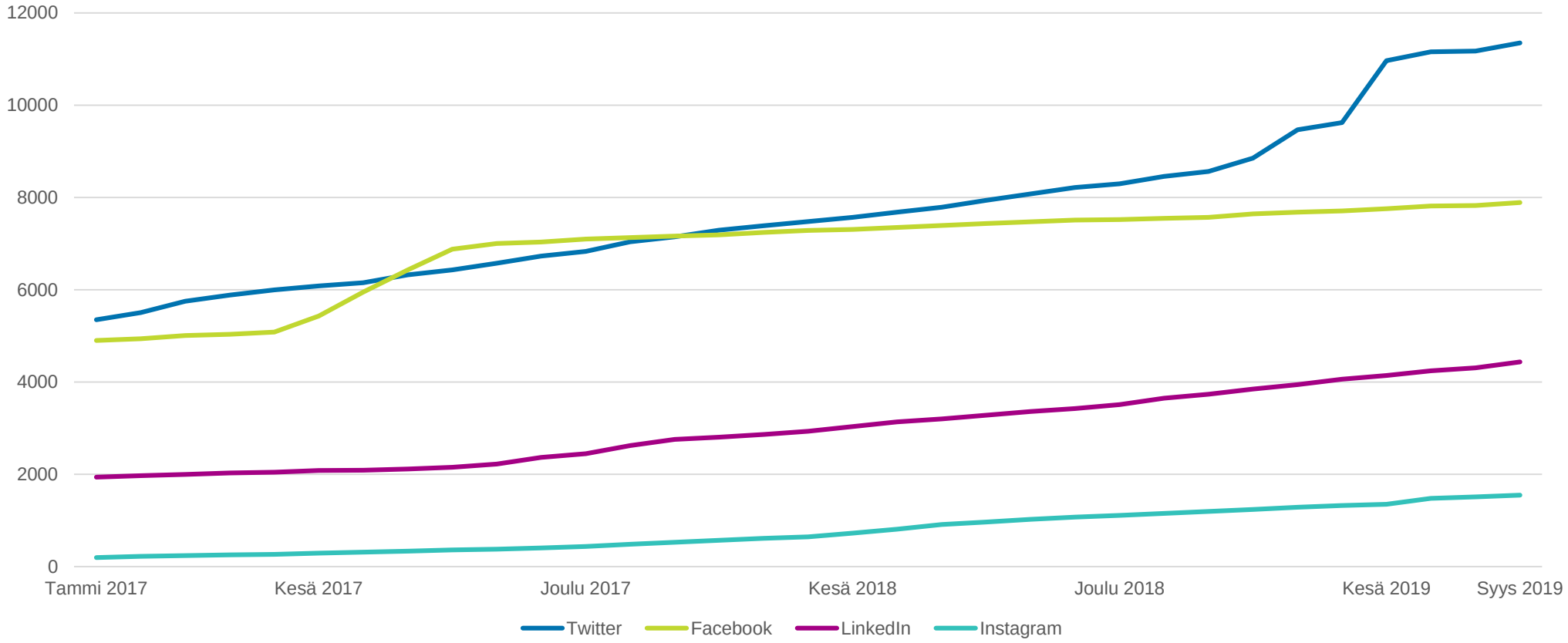
Tilastokeskus

- Itsenäisesti toimiva valtion virasto valtiovarainministeriön hallinnonalalla
- Noin 850 ihmisen työpaikka
- Henkilöstön keski-ikä 48 vuotta
- Vähintään alimman korkea-asteen tutkinto 78 prosentilla
- Naisten osuus 60 prosenttia, johdosta 40 prosenttia ja esimiehistä 59 prosenttia

Twitter on ykköskanavamme

- Twitter on pääkanavamme.
- Lisäksi Facebook, LinkedIn, Instagram ja Youtube.
- Twitterissä olemme saavuttamassa kuluvan vuoden tavoitteeksi asetetun 12 000 seuraajan rajan. Myös Facebookissa olemme lähestymässä 8 000 seuraajan tavoitetta. Facebook-seuraajien määrän kasvu on kuitenkin hidastunut koko ajan.
- LinkedInissä lähestymme hyvää vauhtia tavoitettamme, joka on kuluvalle vuodelle 4 500. Instagramissa vuositavoitteemme, 1500 seuraajaa, on ylittynyt jo elokuussa.

Somekanavien seuraajien kehitys



Tilastokeskus

Etusivu
Selaa
Ilmoitukset
Viestit
Kirjanmerkit
Listat
Profiili
Lisää
Twiittaa

Tilastokeskus
8 633 twiittiä

Muokkaa profiilia

Tilastokeskus
@Tilastokeskus

Tilastokeskus yhdistää tietoaineistot ja asiantuntemuksen tilastoiksi ja tietopalveluiksi.
tilastokeskus.fi/kysytilastoista

tilastokeskus.fi Liittyi helmikuu 2011

365 seurattua **11,4 t.** seuraajaa

Twiitit | Twiitit ja vastaukset | Media | Tykkäykset

Tilastokeskus @Tilastokeskus · 1t
Suomeen suuntautuneiden suorien sijoitusten kannan arvo laski vuonna 2018. Katsaus perehdyttää tarkemmin vuoden 2018 suoriin sijoituksiin ja viime vuoden kehitykseen
stat.fi/til/ssij/2018/... #suoratsijoitukset #sijoitukset #investoinnit #fdi #globalisaatio #talous

Hae Twitteristä

Saattaisit tykätä

Pauli Aalto-Setälä @PauliAS — Seuraa
Aki Savolainen @AkiSavol Seuraa sinua — Seuraa
Yle Teema @YleTeema — Seuraa

Näytä lisää

Suositut puheenaiheet

Ehdot Yksityisyyskäytäntö Evästeet
Tietoa mainoksista Lisää © 2019 Twitter, Inc.

Somekanavien tyylit

- Twitter: Asiakeskustelun kanava
  - asiantuntijat, poliitikot, vaikuttajat, media, tutkijat
  - ovat tärkein kohderyhmämme
- Facebook: ”On kiva tietää”, ”Piristystä arkeen”
  - On vieläkin isoin sosiaalisen median kanava eli siellä on eniten ihmisiä
  - Käyttäjämäärät laskussa
  - Postaamme arkeen ja ihmisten elämään liittyvistä aiheista
- LinkedIn: Ammatillisen verkostoitumisen kanava, rekrytointikanava
  - Sometamme ammatillisesti kiinnostavista asioita
- Instagram: Visuaalinen kanava, ”nuorille”
  - Visuaalisesti näyttävä tieto,
  - Kampanjoita nuorille
- Youtube: videoiden jakelupalvelu

Suosituin mediaa sisältävä twiitti

10 000 seuraajaa täynnä! Olemme kiitollisia teistä jokaisesta. Emme ehtineet tehdä uutta kuvaa, joten päätimme tuunata vanhaa. **#kierrätys #kiitos #10000seuraajaa #tiedo statulevaisuus** pic.twitter.com/gkLp79xeK3

1 5 118

Sometiimi on kaiken sydän

- Sometiimissä 5 henkilöä
- Lisäksi somekanaviin tuottavat suoraan sisältöä
  - kurssien markkinointi
  - Tieto&trendit-lehti
  - tietopalvelun historia-sarja
  - rekrytointi

Sometiimin toiminta ja tehtävät

- Viikoittaiset päivystysvuorot
  - Seuraa keskustelua sosiaalisessa mediassa eri kanavilla, Tweetdeck
  - Tviittaa ja postaa eri kanaville kaikkea sisältöä
  - Vastaa kysymyksiin ja viesteihin
- Uutispalaveri viestinnän kanssa viikoittain
  - Käymme läpi kaiken materiaalin, mitä viestimme viikon aikana eri kanavissa.
- Ideointipalaveri muun viestinnän kanssa viikoittain
  - Miten voimme vastaamme tiedollamme yhteiskunnalliseen keskusteluun?
  - Twiitti tietosisällöstä tai blogista, pyydämme asiantuntijaa kirjoittamaan blogin.

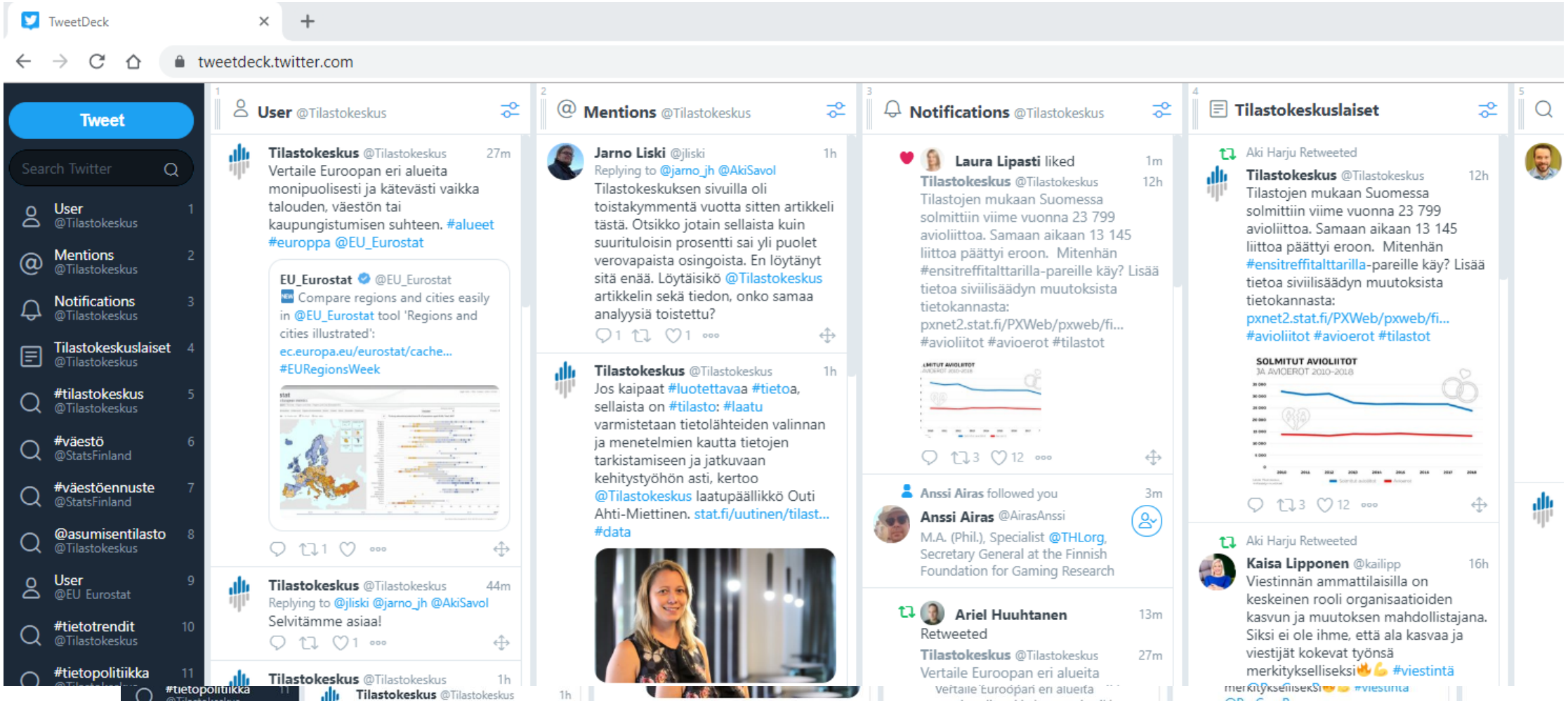
Sometiimin toiminta ja tehtävät

- Koulutamme ja avustamme asiantuntijoita ja johtoa tviittaamaan.
- Seuraamme ja analysoimme somekanavien kehitystä ja sisältöä.
- Raportoimme osana seurantaa kehityksestä johtoryhmälle.

SOME-KLINIKKA PÄIVYSTÄÄ!

Jokaisella on oma tapansa käyttää sosiaalista mediaa. Löydä sinäkin oma tapasi. Sekä aloittelijat että konkarit ovat tervetulleita. Tule kysymään ja keskustelemaan.

https://tweetdeck.twitter.com/



Seuranta, analysointi ja kehittäminen

- Kuukausittaiset sometiimin palaverit
- Laskemme mm. seuraajamäärien kehityksen, näyttökerrat, aktiivisuuden
- Teemme analyysin eniten huomiota herättäneistä postauksista

Twitterissä seuraajamäärä hyvässä kasvussa

Suosituin maininta

- Twitterissä seuraajamäärämme kasvoi touko–elokuun aikana yli 1600 seuraajalla.
- Kesäkuussa Akin aloittama ”Auta Akia” -kampanja toi tilillemme 1 350 uutta seuraajaa, mikä on kaikkien aikojen ennätys.
- Tämä on myös hyvä esimerkki siitä, miten asiantuntijan henkilökohtainen tviitti voi kasvattaa koko organisaation näkyvyyttä ja vaikuttavuutta.

Millaista sisältöä someen?

- Tilastojulkistukset n. 550 vuodessa, myös automaattitviitit
- Uutiset
- Tieto&trendit-lehden sisällöt
- Infograafit
- Erityispäivät esim. isänpäivä, joulutilastot
- Erityisaiheet, vaalit
- Asiantuntijoiden uudelleentviittaus
  - Asiantuntijan keskustelutunti

Millaista sisältöä someen?

- Rekrytointiviestintää
- Tapahtumatviittaukset
  - Omat tilaisuudet
  - Tapahtumat, joissa ollaan mukana #suomiareena
- Videot
  - Asiantuntijoiden haastatteluja
  - Koulutusmarkkinointia
  - Haastattelututkimusten viestintää
- Kurssien markkinointimateriaalia

Millaista sisältöä someen?

- Somekampanjat #tiedostatulevaisuuteen, chatfiction
- Työn tekemisen esilletuominen #statspeople

Ajan hermoilla – vaalitviittaus #vaalit2019

Suosituin twiitti

Tviittitiimi valmiina illan koitokseen! Seuraamme tänään Ylen suurta vaalikeskustelua ja tviittaamme tilastotietoja keskustelussa puhuttavista aiheista. Keskustelu klo 21–23.
#vaalit2019 #tilastot #tiedostatulevaisuus
pic.twitter.com/KuBNmtNMu1

17 62 370

Laura Sauli ja 17 muuta tykkäsivät

Pekka Sauri @pekkasauri · 16. huhtik.
@Tilastokeskus puolestaan ansaitsi #**rakentavatwiittaaja**-tunnustuksen erityisesti television vaalikeskustelujen live-faktantarkistuksesta ja taustoituksesta. Erinomaista ja kekseliästä työtä - onnittelut, ja tätä lisää eurovaalien alla! Onnittelut! 3/

4 111

Näytä tämä ketju

Minna Holopainen @Holopain... 10h
Tod vahva suositus nyt tälle 👍

Vai ymmärsittekö jo kaikki muut seurata @Tilastokeskus|ta vaalitentin taustafiidinä? Olenko ainoa joka heräsi vasta nyt tähän viranomaisviestinnän huippuesimerkkiin..?! En ehkä kestä jos olin 😕

twitter.com/Tilastokeskus/... #faktat #vaalit2019

Tilastokeskus @Tilastokeskus
75 prosentin #työllisyysaste vaatisi, että joka kolmas 25–54-vuotias työtön tai työvoiman ulkopuolella oleva työllistyisi (150 000 henkilöä). #vaalit2019 #eduskuntavaalit2019 #työllisyys #työllisyysaste

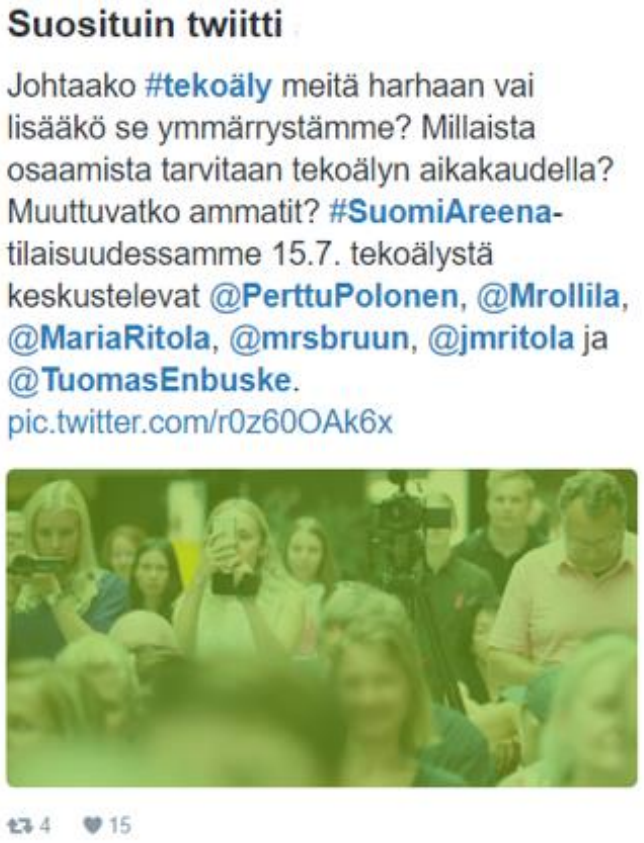
5 4 23

Show this thread

Loppukevään ja kesän kohokohtia Twitterissä

- Toukokuussa kuukauden suosituin tviitti oli äitienpäivää juhlistava infograafi.
- Toiseksi suosituin tviittiaihe oli Pasi Pielan kirjoittama Tieto&trendit-blogi Suomen väestöllisestä keskipisteestä.

Kesäkuussa mainostettiin Suomi Areenaa



- Kesäkuun suosituin tviitti oli SuomiAreenan tekoälykeskustelumme mainos. Tviittiin oli tägätty ansiokkaasti kaikki keskustelijat, joilla on paljon seuraajia Twitterissä.
- Kovan suosion sai myös kiitos-tviitti kymmenelle tuhannelle seuraajallemme.

Heinäkuussa Suomi Areena takoi ennätyksiä

- Heinäkuun suosituin tviittimme syntyi SuomiAreenan livetviittauksen tuoksinassa. Kyseessä oli sitaatti keskustelua luotsanneelta Tuomas Enbuskelta.
- Toiseksi suosituin tviitti oli SuomiAreena-keskustelumme mainos, jossa oli niin ikään mainittu Tuomas Enbuske.

Elokuussa katsottiin videoita

- Elokuussa eniten kiinnostivat videot. Suosituin tviitti oli Suomen tilastollisen vuosikirjan esittelyvideo.
- Kakkoseksi kipusi YK:n kansainvälisenä nuorison päivänä tehty vuosipäivätviitti. Tviitin suosio osoittaa jälleen, että vuosipäivinä kannattaa olla hereillä ja hyödyntää aihetunnisteen tuoma huomio.
- Lisäksi hyvää näkyvyyttä saivat korkkareiden tekemä luetteloralli, joka esitteli muutamassa minuutissa kaikki Tilastokeskuksen tilastot sekä korkkareiden tekemä chatfiction-sarja.

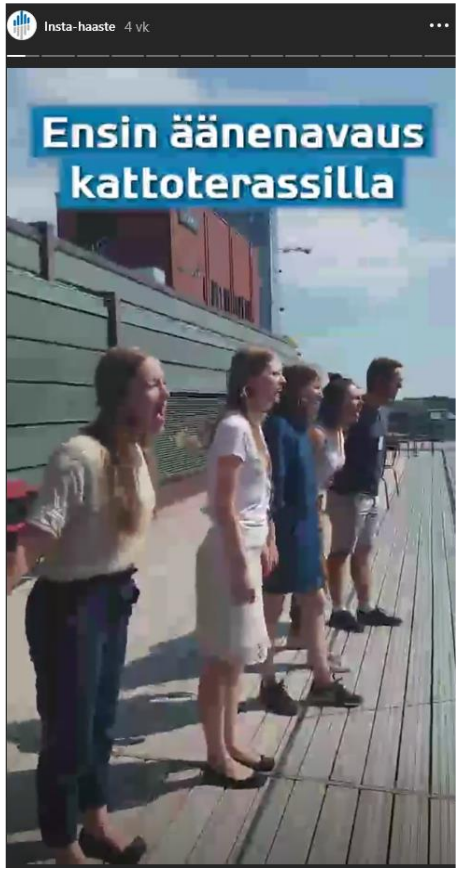
Tiedosta tulevaisuus -sarja ja videot toivat hyvää tulosta Instagramissa

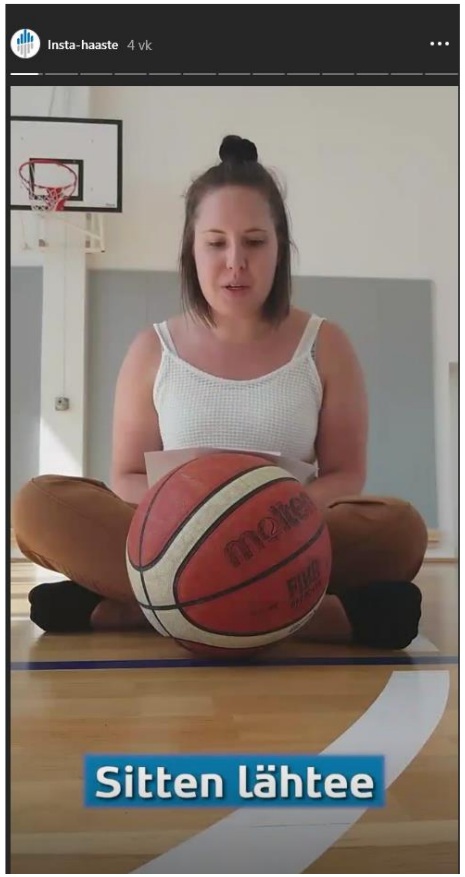
- Kevään ja kesän aikana viestintä teki ensisijaisesti Instagramiin Tiedosta tulevaisuus -sarjaa, jossa esiteltiin Tilastokeskuksen asiantuntijoita uuden strategian painopisteiden valossa.
- Elokuun loppuun mennessä sarjassa oli julkaistu 23 kuvallista tarinaa.
- Tiedosta tulevaisuus -tarinat ovat olleet monin paikoin vuoden suosituinta sisältöä Instagramissa.
- Sarjan kautta Tilastokeskuksen missiota, visiota ja huippuosaajia on tehty myönteisessä hengessä tunnetuksi.

Chatfiction-sarja esitteli Tilastokeskusta nuorten silmin

- Kesällä viestintä ja korkkarit toteuttivat Tilastokeskuksen historian ensimmäisen chatfiction-sarjan, joka esitteli korkeakouluharjoittelijoiden arkea Tilastokeskuksessa WhatsApp-keskustelujen kautta.
- Kolmiosainen sarja toi Tilastokeskusta esiin aivan uudella tavalla ja uskoaksemme hälvensi virastoon liitettyjä ennakkoluuloja.

Korkkareiden luetteloralli esitteli kaikki tilastot ja hauskuutti monia





- Korkeakouluharjoittelijat tekivät elokuussa viestinnän korkkarin johdolla luetteloralin, jossa esiteltiin kaikki Tilastokeskuksen tilastot muutamassa minuutissa.
- Hengästyttävä suoritus toi esiin jälleen uuden, aiempaa kepeämmän puolen Tilastokeskuksesta ja sen viestinnästä.
- Korkkareiden hieno heittäytyminen palkittiin hyvällä näkyvyydellä ja monilla reaktioilla some-kanavissamme.

Historialliset tilastot ja kevyet sisällöt puhuttivat Facebookissa

- Facebookissa parhaita tuloksia on saatu jo pitkään kevyillä sisällöillä, historiallisilla tilastoilla ja vuosi- ja teemapäivistä kertovilla infograafeilla ja aikasarjoilla.
- Kanavan käyttäjäryhmä on hyvin erilainen kuin Twitterissä, minkä vuoksi kova tilastodata ei synnytä juuri keskustelua.
- Kesä–elokuun kohokohtia Facebookissa olivat tupakoivien määrän kehityksestä ja syntyneiden ja kuolleiden määrästä kertovat aikasarjat.

Samastuttavuus Facebookin menestysreseptinä

- Tunteita herättivät ja siten näkyvyyttä saivat myös monet samastuttavat ja arkielämää lähellä olevat postaukset.
- SuomiAreenalla keskustelua synnyttänyt ja mediankin kiinnostuksen herättänyt Hauva vai vauva -infograafi sai valtavasti näkyvyyttä myös Facebookissa.
- Pride-viikon infograafit ovat menestyneet poikkeuksetta hyvin – niin myös tänä vuonna.

Asiantuntijamme tviittaavat

- Kannustamme asiantuntijoitamme aktiivisuuteen Twitterissä
- Tilastokeskuslaiset-listalla 78 asiantuntijaa
- Tviittaamme uudelleen asiantuntijoidemme tviittejä Tilastokeskuksen tilillä
- Asiantuntijat tviittaavat itse, välittävät meidän tviittejämme ja osallistuvat keskusteluun
- Viestintä voi tukea tässä kaikessa

TILASTOASIANTUNTIJAN KESKUSTELUTUNNILLA TWITTERISSÄ MA 30.9. KLO 14–15

MARKUS RAPO
@tilastokeskus

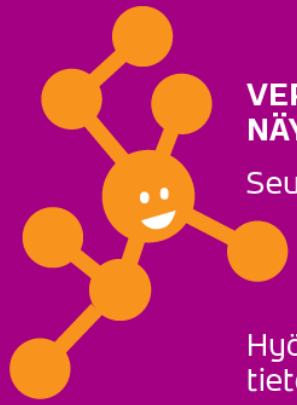
KYSY ALUEELLISESTA VÄESTÖENNUSTEESTA!

Asiantuntijan some-tasot

- **Seuraaja:** seuraa sinua kiinnostavia twiittaajia, aiheita ja listoja Twitterissä
- **Tiedon välittäjä:** jaa eteenpäin löytämääsi tietoa uudelleentwiittaamalla
- **Tiedonjakaja:** tee omia julkaisuja organisaation sisällöistä ja alaasi liittyvistä uutisista.
- **Kommentoija:** vastaa, kun kysytään ja etsi aktiivisesti keskusteluja alaltasi ja osallistu niihin
- **Vaikuttaja:** toteuta kaikkea yllä olevaa

Lähde: Vaikuttavan twiittaamisen ABC 2017 / Piritta Seppälä

TILASTOKESKUSLAINEN SOMESSA



VERKOSTOIDU JA NÄY ASIANTUNTIJANA

Seuraa kiinnostavia asiantuntijoita, organisaatioita, blogeja ja mediaa.

Hyödynnä muiden jakama tieto, opi uutta ja kehity.

OLE OMA PERSOONALLINEN ITSESI

Käytä puhekieltä. Sano omin sanoin.

Päätät itse, kuinka paljon kerrot elämästäsi.

OLE ASIALLINEN, PITÄYDY FAKTOISSA

Tee selväksi, milloin puheenvuorosi on yksityisajattelua.

Muista hyvät käytöstavat.

Korjaa virheet asiallisesti.

ÄLÄ PROVOSOIDU, VAIKKA PROVOSOITAISIIN

Kaikkea ei kannata noteerata - jätä ”trollit” omaan arvoonsa.

Kerran verkkoon kirjoitettu aineisto jää sinne.

Suojele vapaa-aikaasi, työt eivät tekemällä lopu netissäkään.

JAA JA TUOTA KIINNOSTAVAA SISÄLTÖÄ

Seuraa, jaa, tykkää ja kommentoi - some on vuorovaikutusta.

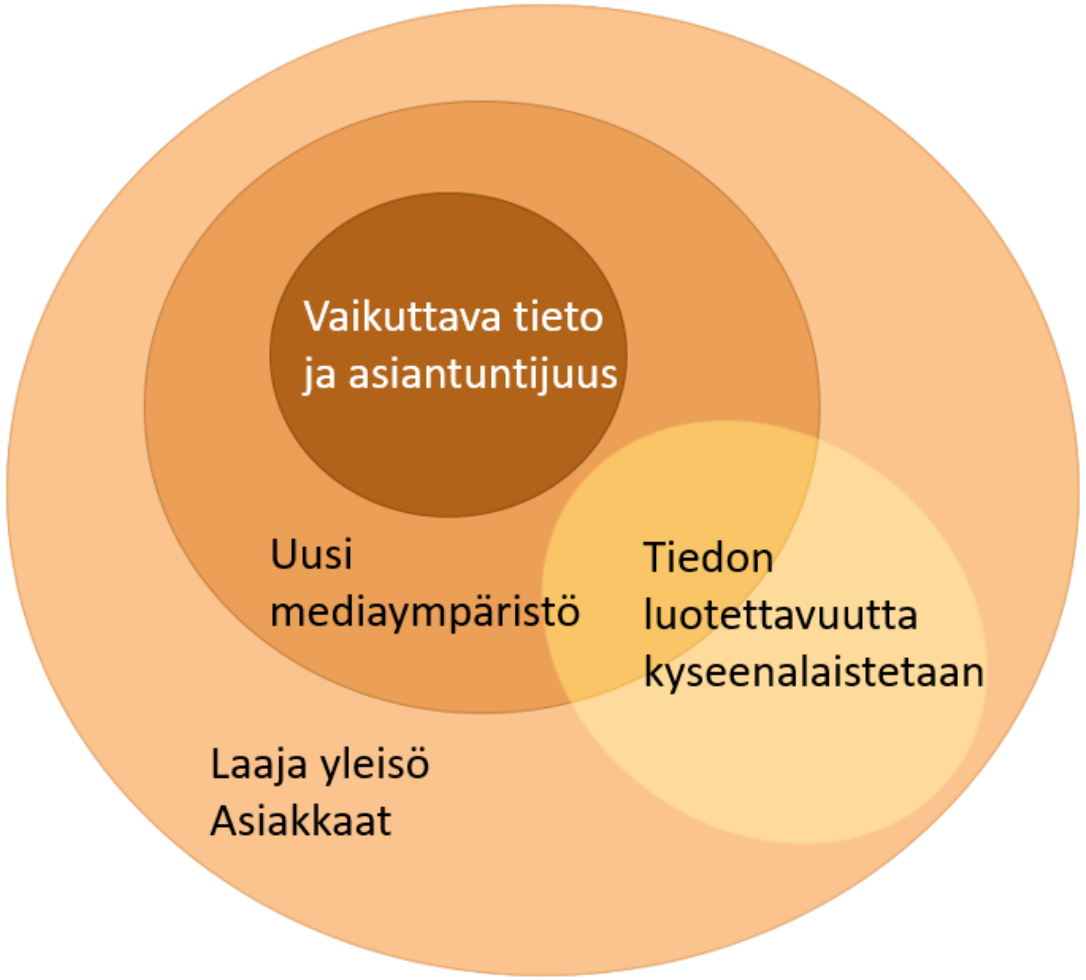
Etsi oma näkökulma. Tiivistä.

Osallistu keskusteluihin.

NÄITÄ KANNATTAA JAKAA: ● TILASTOJULKISTUKSET ● TUTKIMUKSET ● BLOGIT ● REKRY-ILMOITUKSET

keskus

Uusi strategia yhä viestinnällisempi



Tilastokeskus

Vinkit sosiaalisen median sisällöntuotantoon

- Organisointi, suunnittelu, ideointi ja seuranta
- Keskittyä tärkeimpiin kanaviin
- Mielenkiintoinen ja monipuolinen sisältö, joka suunnitellaan etukäteen
- Visuaalisuus
- Hashtagit
- Asiantuntijat mukaan tekemään sisältöjä
- Hullutuksia ja huumoria
- Tärkeintä on laadukas ja osuva sisältö, mutta myös määrällä on vaikutusta

Tiedosta tulevaisuus

Tilastokeskus