

Viestintäkysely 2024

Viestintäkyselyyn kerättiin vastauksia 27.5.–5.8.2024. Kysely toteutettiin verkossa Weprobol-kyselynä ja paperisena versiona.

Paperiversio oli täytettävissä seuraavissa pisteissä:

- Palvelupiste Serveri (Valtatie 26 D)
- Matkailuneuvonta (Huhdintie 10-12, linja-autoasema)
- Suomen Valimomuseo (Bremerintie 10)
- Karkkila-Högforsin työläismuseo (Vanha Fagerkullantie)

Vastauksia saatiin yhteensä 142 henkilöltä.

Viestintäkyselyyn vastanneiden kesken arvottiin 8 kpl Karkkila-aiheisia tuotepaketteja.

12.9.2024



Viestintäkyselyn vastaukset tiivistetysti

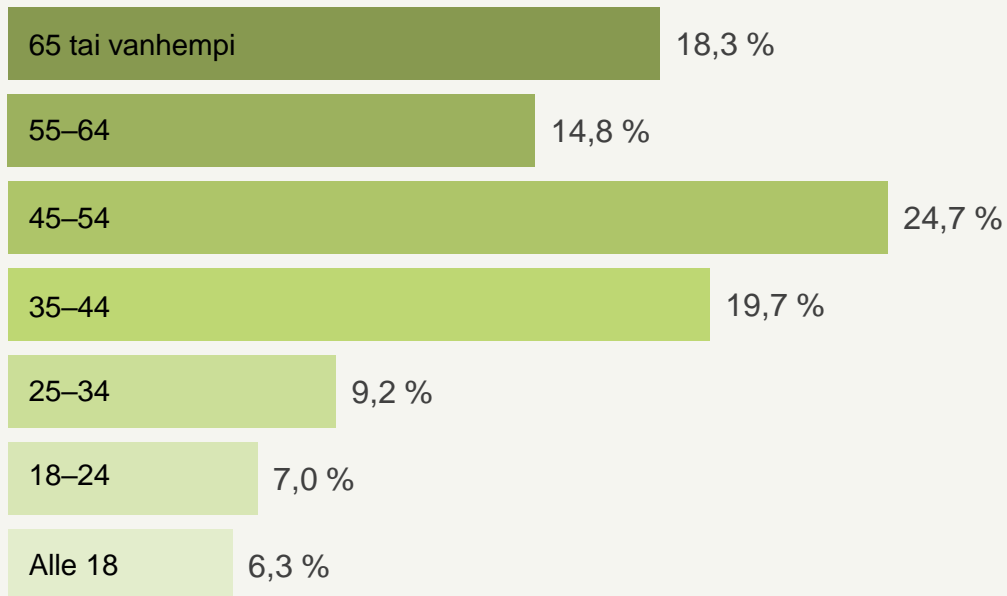
- Valtaosa viestintäkyselyyn vastanneista, 87,3 %, asuu Karkkilassa. Vastaaajia oli kaikista ikäryhmistä, mutta nuorilta saatiin vähemmän vastauksia
- Suurin osa vastaajista kokee kaupungin viestinnän tavoittaneen heidät hyvin. Vain pieni osa (6,5 %) koki jääneensä viestinnän ulkopuolelle.
- Parhaiksi tietolähteiksi kaupunkia koskevissa asioissa koettiin Me Karkkilalaiset - Karkkilan kaupunki Facebook-sivut, painettu Karkkilalainen-lehti ja kaupungin verkkosivut www.karkkila.fi. Monikanavaisuus on vastaajien keskuudessa tärkeää. Erityyppiset kanavat täydentävät toisiaan.
- Valtaosa vastaajista saa viestejä asukkaan roolissa. Merkittäviä kohderyhmiä ovat myös vapaa-aikapalveluiden käyttäjät, Karkkilassa työskentelevät, yhdistystoimijat sekä perusopetusikäisten lasten huoltajat. Kohderyhmäviestinnän tärkeimmiksi kanaviksi koettiin sähköposti, Wilma, Facebook, WhatsApp ja tekstiviesti.
- Vastaaajat pitävät tärkeimpänä viestiä ajankohtaisista asioista, tapahtumista ja palveluista. Myös vapaa-ajan aktiviteeteista, harrastuksista sekä kaupungin päätöksenteosta halutaan tietoa.

Viestintäkyselyn vastaukset tiivistetysti

- Kyselyssä kerättiin palautetta kaupungin viestinnästä verkkosivulla www.karkkila.fi sekä viestinnästä, joka tapahtuu sähköpostitse, puhelimitse, asiakas- ja palvelupisteissä sekä sosiaalisessa mediassa.
 - **Verkkosivu:** Vastaajat toivoivat kaupungin verkkosivulle selkeämpää sivurakennetta. Lisäksi halutaan parempaa mobiilikäytettävyyttä. Verkkosivujen nykyaikaistaminen ja saavutettavuus nousivat myös esille.
 - **Sähköposti, puhelin- sekä palvelu- ja asiointipisteet:** Vastaajat pitivät sähköpostitse ja puhelimitse saatua palvelua pääosin hyvänä, vaikka 15,2 % ei ollut saanut vastausta sähköpostitse. Reilu viidennes ei ollut tavoittanut kaupungin työntekijää, mutta pieni osa näistä työntekijöistä oli soittanut myöhemmin takaisin. Palvelu- asiointipisteiden palvelu arvioitiin erittäin positiivisesti, eikä kukaan vastaajista pitänyt sitä huonona.
 - **Sosiaalinen media:** Suurin osa vastaajista (83,8 %) seuraa Karkkilan kaupunkia sosiaalisessa mediassa. Kaupungin sosiaalisen median tilejä seurataan aktiivisesti ja viestintää sosiaalisessa mediassa arvioitiin hyväksi.
- Avoimessa palautteessa vastaajat toivoivat viestinnän monikanavaisuutta, selkeyttä ja ajantasaisuutta, jotta tieto ei hajaantuisi ja saapuisi myöhässä.

Vastaajien ikäryhmä ja asuinkunta

Ikäryhmä



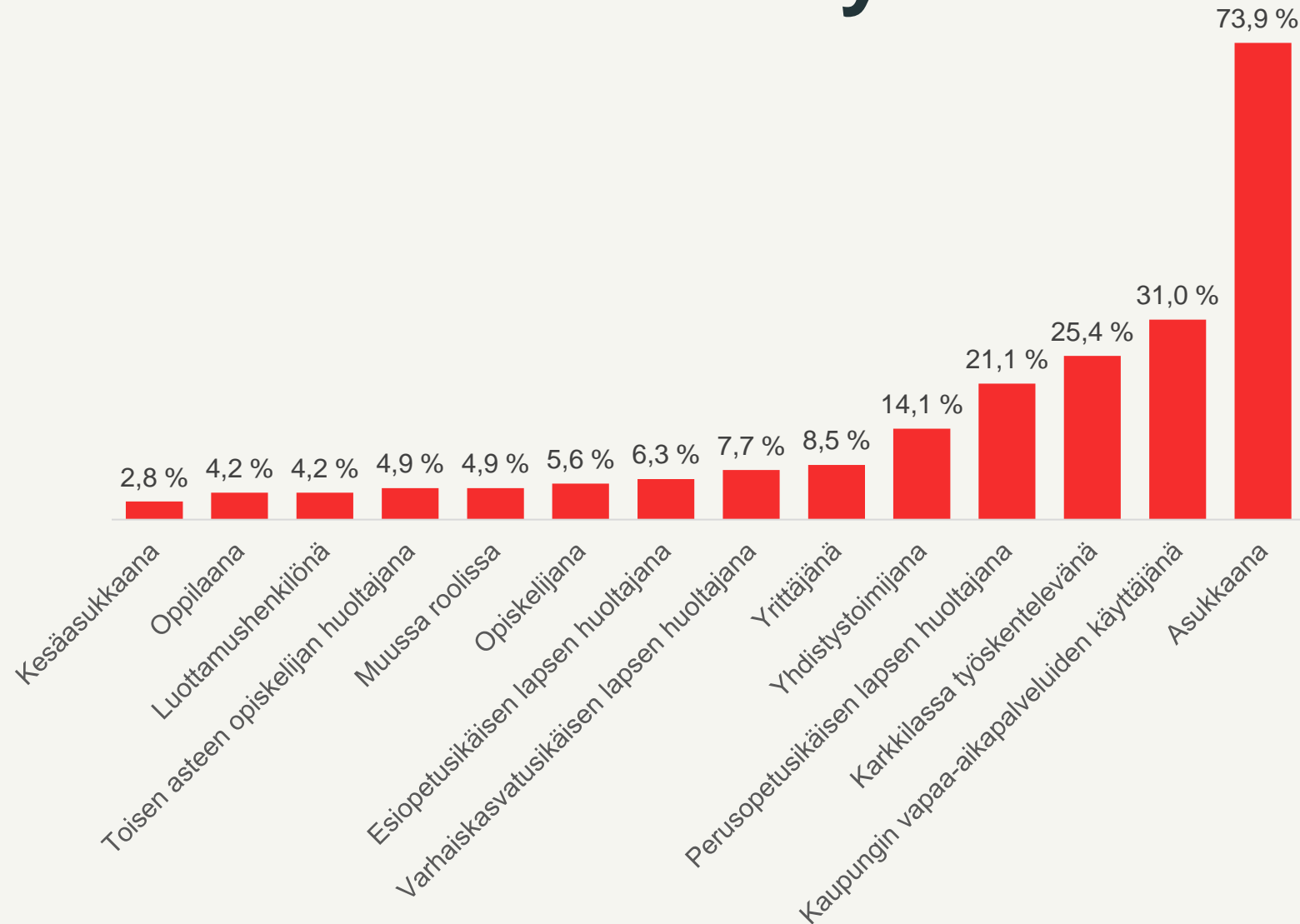
- Suurin vastaajaryhmä oli 45-54-vuotiaat (24,7%).
- Joka ikäryhmässä oli vastaajia.

Asuinkunta



- Suurin osa vastaajista asuu Karkkilassa (87,3%).
- 9,9% vastaajista ilmoitti asuinpaikakseen jonkin muun paikkakunnan, joista mainittiin esimerkiksi Karkkilan lähialueita, kuten Pusula, Nummi, Vihti ja Lohja.
- Vain muutama vastaaja (2,8%) oli Karkkilan kesäasukkaita.

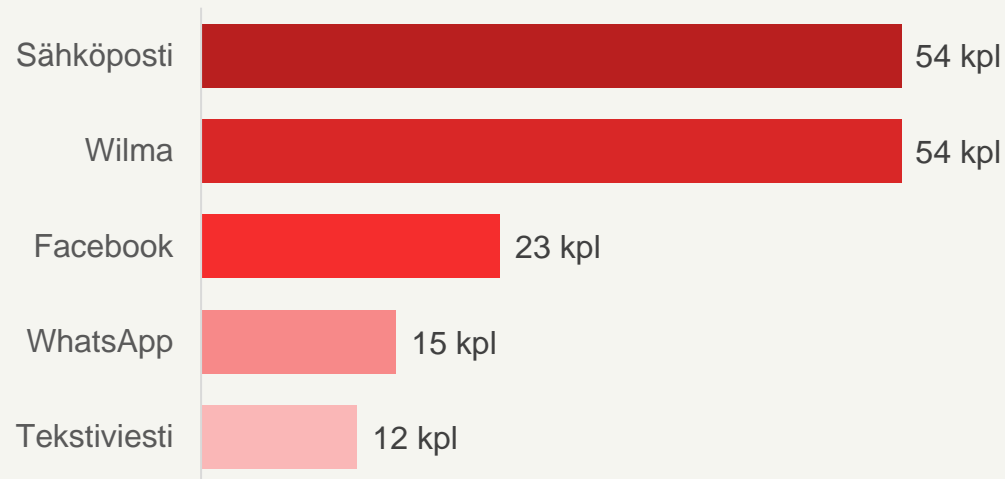
Viestinnän kohderyhmät



- Suurin osa vastaajista saa viestejä **asukkaan roolissa** (73,9% vastaajista).
- **Kaupungin vapaa-aikapalveluiden käyttäjät ja Karkkilassa työskentelevät** ovat myös merkittäviä ryhmiä.
- **Yhdistystoimijat ja perusopetusikäisten lasten huoltajat** edustavat myös huomattavaa osuutta.
- Muiksi rooleiksi mainittiin mm. eläkeläinen, kesävieras, kiinnostunut Karkkilan asioista, entinen asukas.

Kohderyhmäviestinnän kanavat

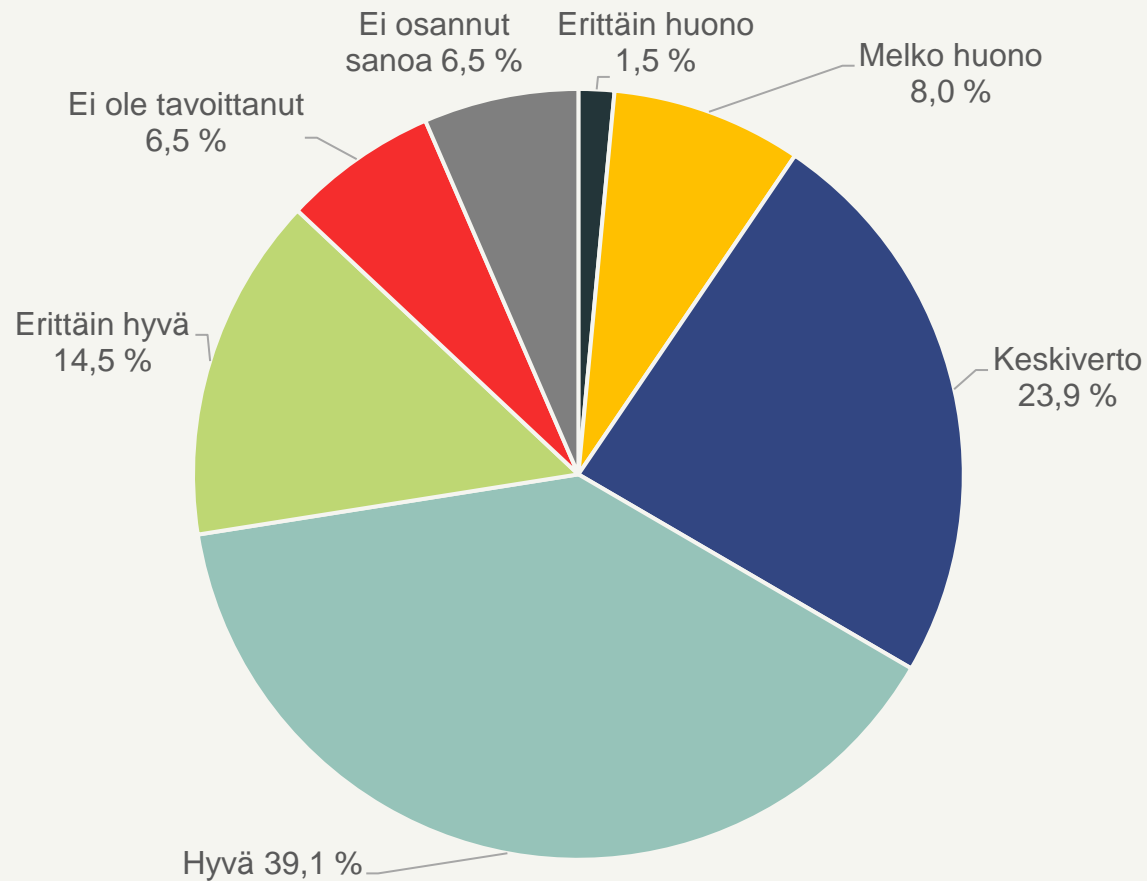
TOP5 kohderyhmäviestinnän kanavaa



Avoimessa tekstikentässä pyydettiin kertomaan, mitä kautta vastaajat saavat kohderyhmäviestintää.

- Vastaajat kertoivat, että **Wilma-järjestelmää** ja **WhatsApp**ia käytetään esikoululaisten ja koululaisten asioiden tiedottamiseen.
- Osa vastaajista koki, että he eivät saa suoraa viestintää kaupungilta, vaan seuraavat viestintää sosiaalisessa mediassa.
- Vastaajat kertoivat törmäävänsä viestintään sattumalta, esimerkiksi somen kautta ja muiden jakamana. Tietoa haetaan myös itse **Karkkilan verkkosivuilta**, kun jokin asia kiinnostaa.
- Osa vastaajista on yrittänyt tilata uutiskirjeitä, mutta eivät ole löytäneet tätä mahdollisuutta kaupungin sivuilta.
- Vastaajat kokevat, että paikallislehti **Karkkilainen** ja Facebookin erilaiset ryhmät, kuten **Karkkilan Puskaradio** ovat myös tärkeä tietolähde kaupungin asioista kiinnostuneille.

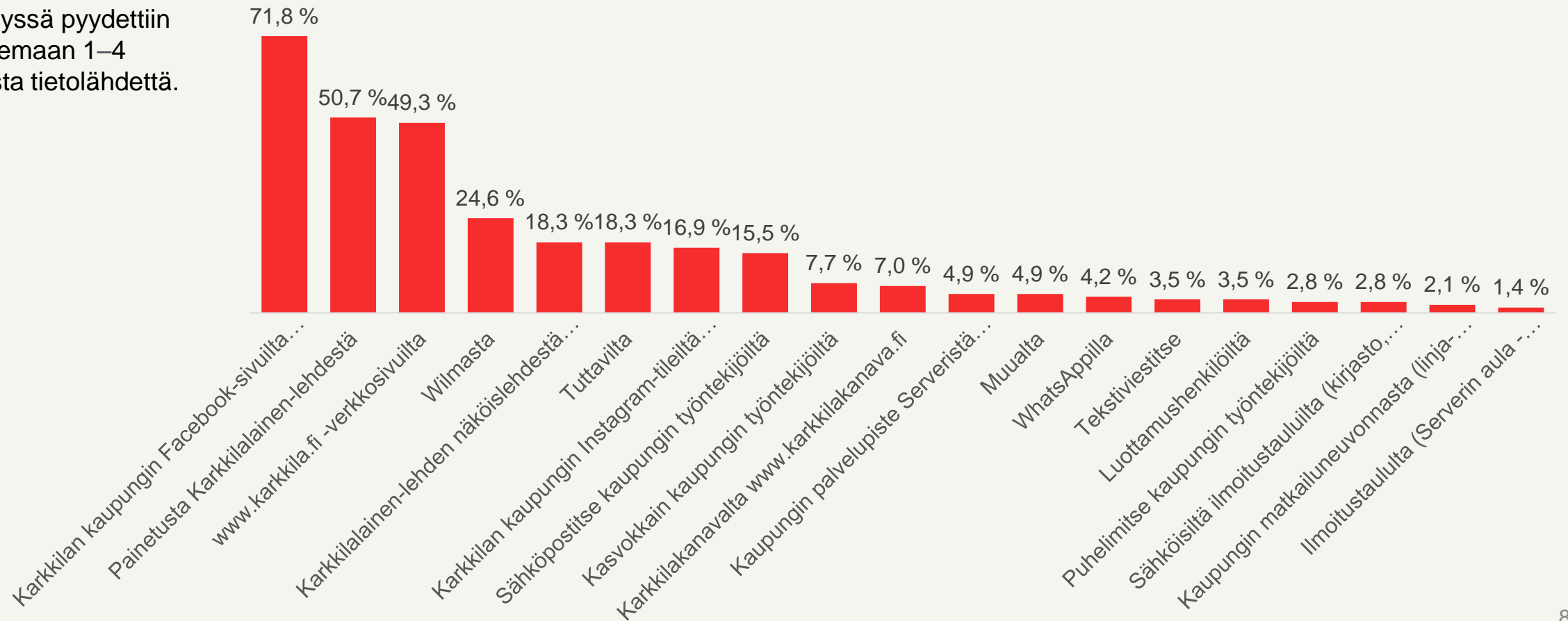
Viestinnän laatu ja tavoittavuus



- Enemmistö vastaajista pitää viestintää hyvänä.
- Hyvät ja erittäin hyvät arviot kattavat yli puolet vastauksista.
- Vain pieni osa vastaajista (6,5%) koki, että kaupungin viestintä ei ollut tavoittanut heitä.

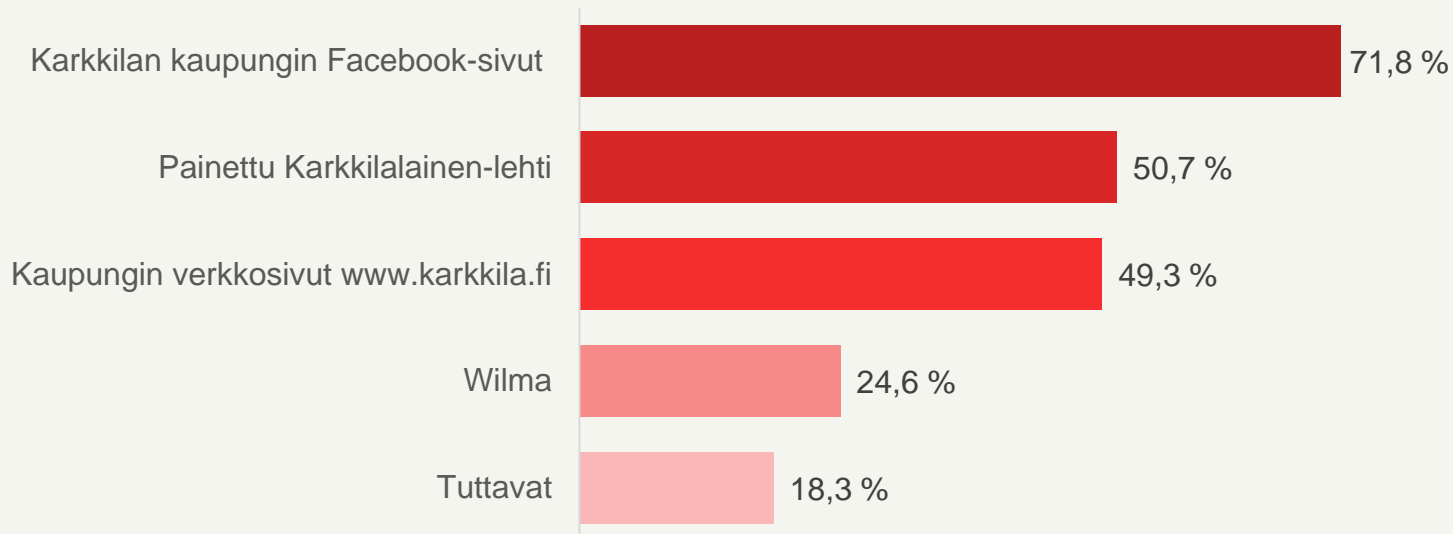
Paras tietolähde Karkkilan kaupunkia koskevissa asioissa

Kyselyssä pyydettiin valitsemaan 1–4 parasta tietolähdettä.



Paras tietolähde Karkkilan kaupunkia koskevissa asioissa

TOP5 parhaat tietolähteet



- Parhaimmaksi koetuissa tietolähteissä korostuvat hyvin erityyppiset kanavat, kuten Facebook-sivut, painettu Karkkilalainen-lehti, verkkosivut, Wilma-järjestelmä ja tuttavilta saatu tieto.
- Monikanavaisuus koetaan vastaajien keskuudessa tärkeäksi.

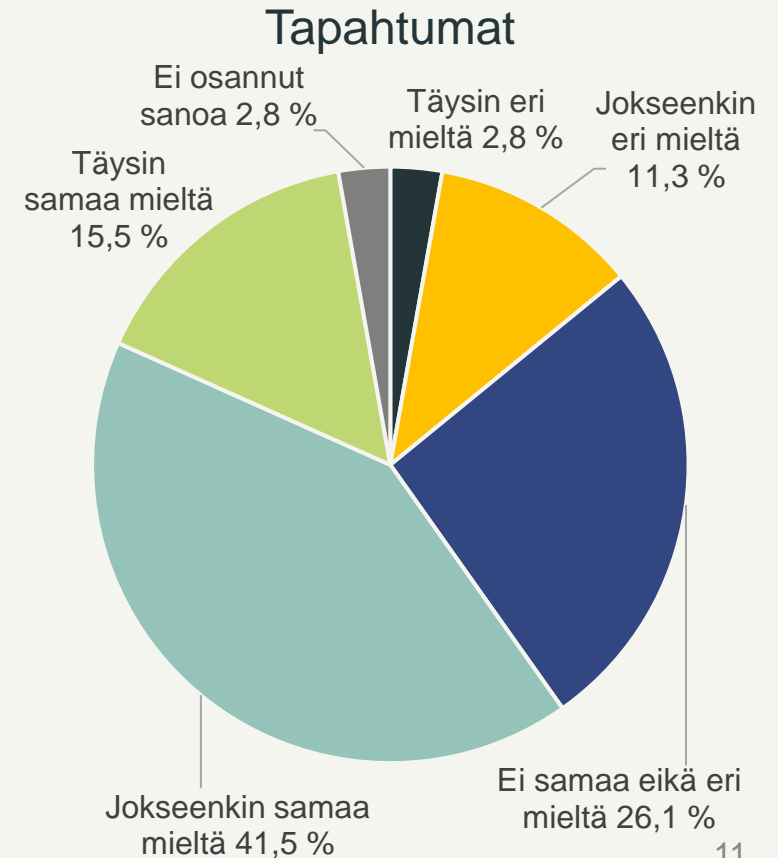
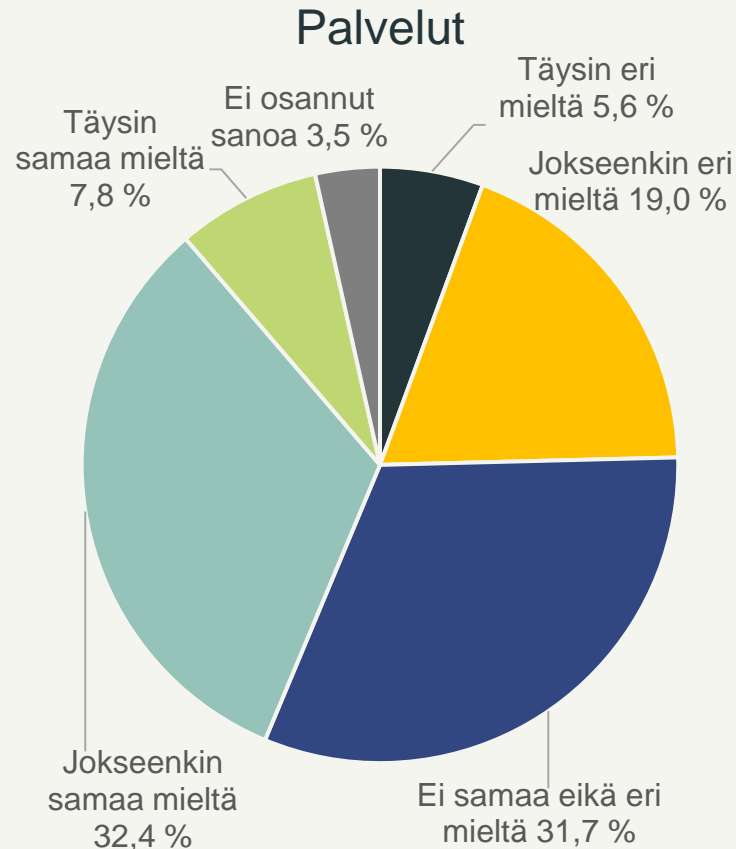
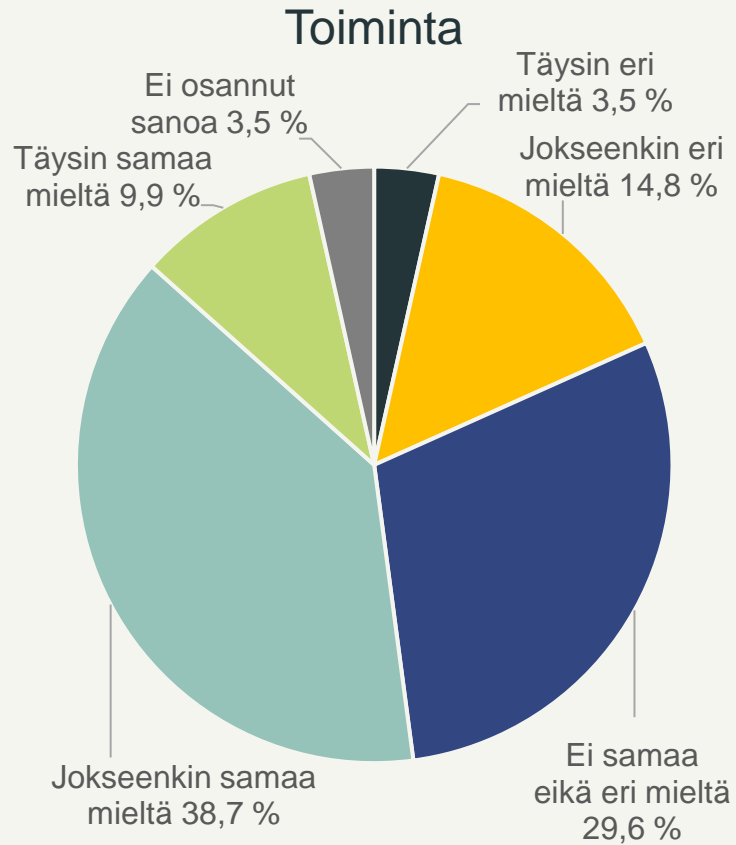
Miten kaupungin viestintä tavoittaisi paremmin?

Avoimeen tekstikenttään saatiin runsaasti vastauksia, 73 kpl. Nämä asiat nousivat esille:

- **Selkeämmät ja ajantasaisemmat verkkosivut:** Parannukset www.karkkila.fi-verkkosivuilla toistuivat monissa vastauksissa.
- **Monikanavainen tiedotus:** Tiedon jakaminen monessa kanavassa, kuten sosiaalinen media, lehdet ja sähköpostit, jotta tavoitetaan mahdollisimman moni.
- **Sähköiset ja painetut uutiskirjeet:** Monet toivoivat sähköisen uutiskirjeen käyttöönottoa tai painetun uutiskirjeen jakamista kaikkiin talouksiin.
- **Henkilökohtaisempi viestintä ja suorat yhteydenotot:** Ehdotuksia tuli myös henkilökohtaisemmasta viestinnästä, esimerkiksi WhatsAppin kautta viestiminen.
- **Tiedon parempi ennakointi ja ajoitus:** Monet vastaajat korostivat tiedon parempaa ennakointia ja ajoitusta, jotta tieto ei tule liian myöhään.
- **Karkkilakanavan mainostaminen:** Toivottiin lisää näkyvyyttä, sillä jotkut eivät olleet tietoisia kanavasta.

Onko viestintä riittävää?

Viestinnän riittävyyttä kysyttiin kaupungin toiminnan, palveluiden ja tapahtumien osalta.



Onko viestintä riittävää?

Toiminta: Suurin osa vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä (38,7 %) toimintojen viestinnän riittävydestä. Jokseenkin samaa mieltä ja täysin samaa mieltä vastaukset kattavat lähes puolet vastauksista. Tämä viittaa siihen, että toimintojen viestintä koetaan yleisesti ottaen riittäväksi.

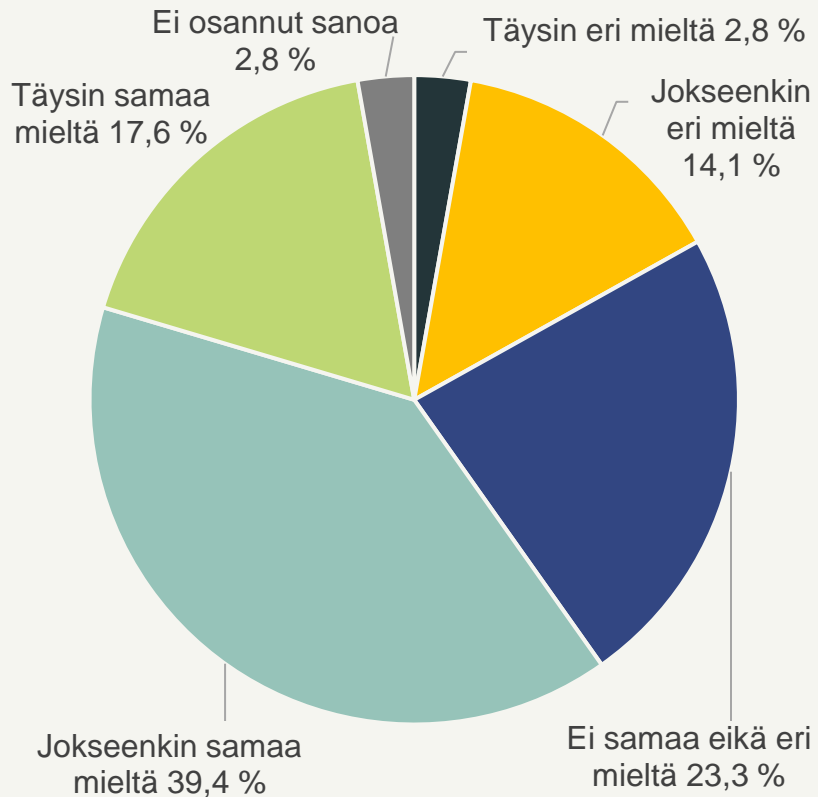
Palvelut: Noin kolmannes vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä (32,4 %) palvelujen viestinnän riittävydestä. Palveluiden viestinnän riittävydestä noin viidesosa (19,4%) oli jokseenkin eri mieltä, mikä viittaa siihen, että osa vastaajista kokee palveluiden viestinnän riittävydessä kehitettävää.

Tapahtumat: Tapahtumien viestinnän riittävyys on onnistunut parhaiten. Jokseenkin samaa mieltä ja täysin samaa mieltä vastaukset kattavat reilusti yli puolet vastauksista. Tämä viittaa siihen, että tapahtumien viestinnän riittävyys koetaan yleisesti onnistuneeksi.

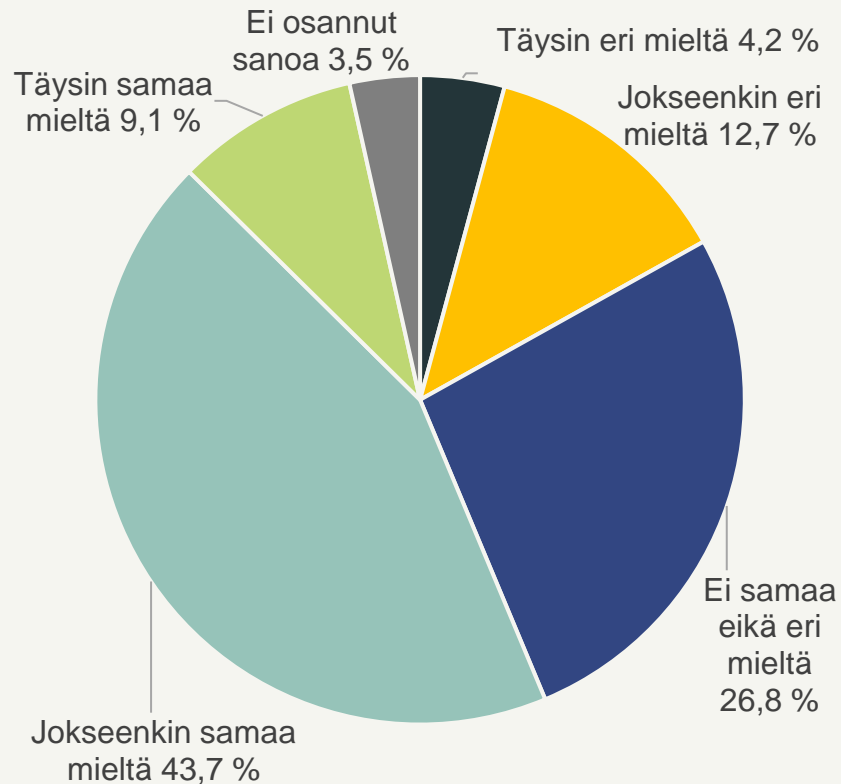
Kyselyssä ei avattu esimerkein, mitä kaupungin toiminta ja palvelut sisältävät. Tätä kohtaa voisi jatkossa kehittää.

Viestinnän selkeys ja ajantasaisuus

Selkeä

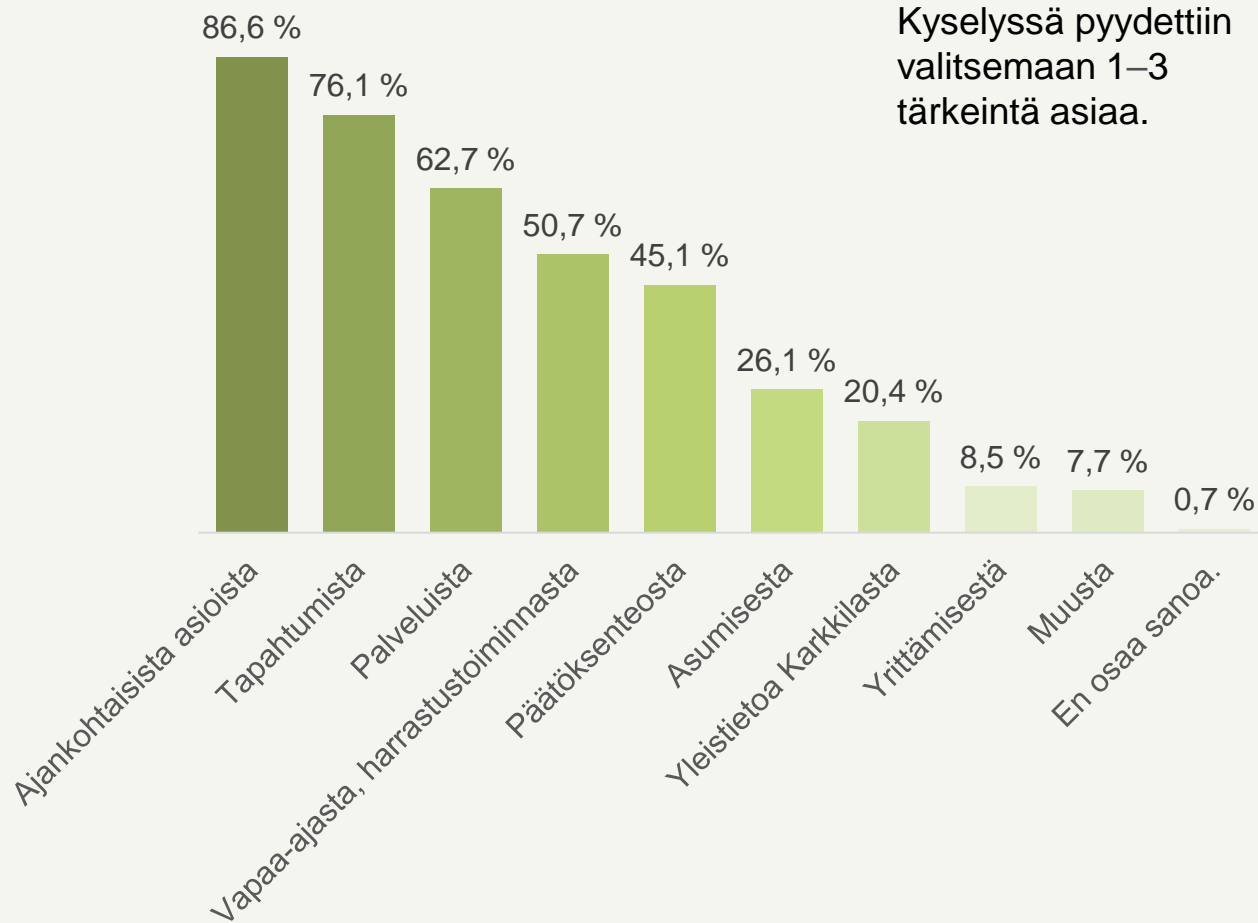


Ajantasainen



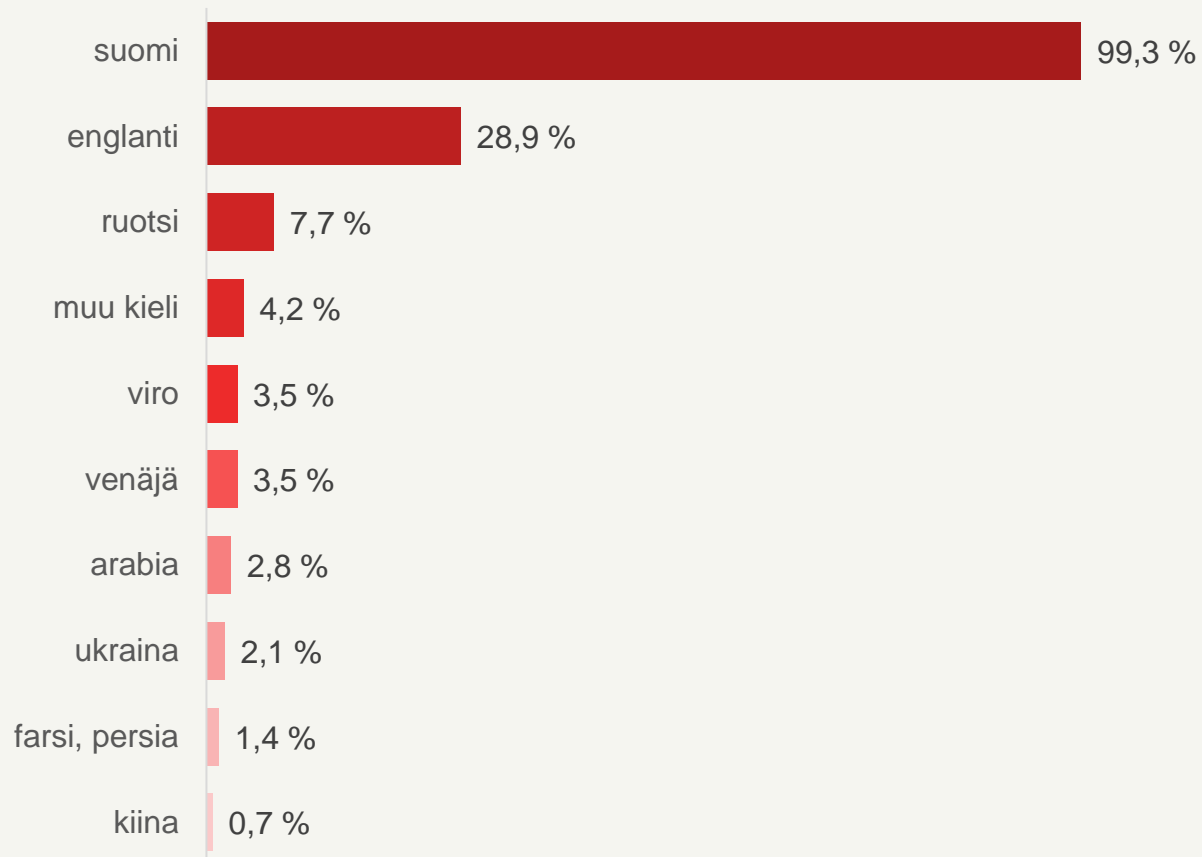
- Viestinnän selkeys ja ajantasaisuus arvioidaan melko samankaltaisesti. Jokseenkin samaa mieltä ja täysin samaa mieltä vastaukset kattavat yli puolet vastauksista.
- Viestintä koetaan pääasiassa selkeänä ja ajantasaisena, vaikka pientä kehitettävää on.

Mistä asioista viestiminen on tärkeää?



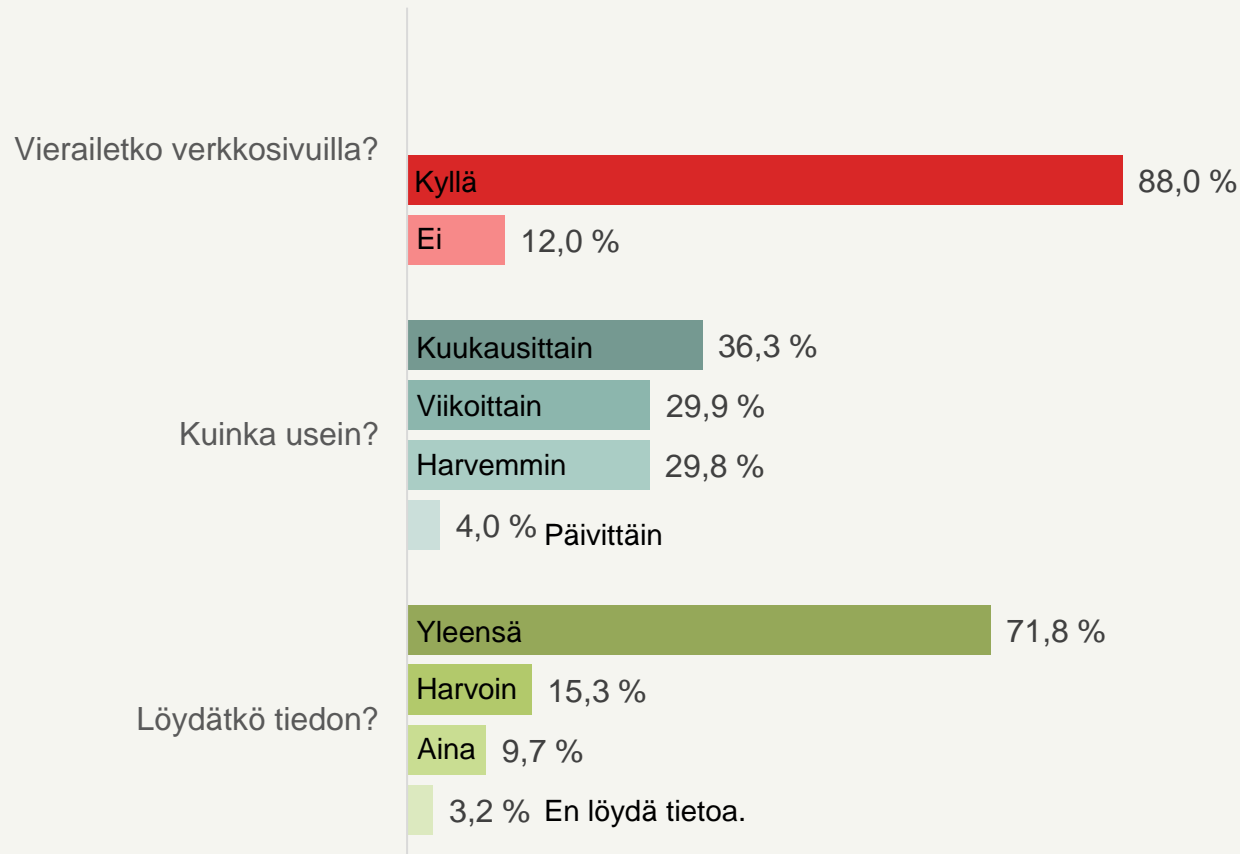
- Vastaajat pitävät tärkeimpänä viestiä ajankohtaisista kaupungin asioista. Vastaajille toiseksi tärkeintä on saada tietoa paikallisista tapahtumista. Viestintä palveluista on kolmanneksi tärkeintä.
- Vastaajat kokevat tärkeäksi myös viestinnän vapaa-ajan aktiviteeteista ja osallistumismahdollisuuksista erilaisiin harrastuksiin.
- Vastaajat ovat myös hyvin kiinnostuneita kaupungin päätöksistä ja niiden vaikutuksista.
- Vastaajat nostivat esille muita tärkeitä viestinnän aiheita tekstikentässä, kuten viestintä työpaikoista, kulttuurista, ruukkimiljööstä ja turistikohdeista.

Millä kielillä tulisi viestiä?



- Suomi on tärkein viestintäkieli.
- Englanti nousee toiseksi tärkeimmäksi kieleksi. Vieraskielisten asukkaiden määrä Karkkilassa on viime vuosina kasvanut, joka voisi osaltaan selittää englannin kielen kokemista tärkeäksi viestintäkieleksi. Tämä voisi myös viitata siihen, että toivotaan turisteille suunnattua viestintää.
- Eri kieliä toivottiin käytettävän viestinnässä silloin, kun suomea tai englantia ei ymmärretä.
- Avoimessa tekstikentässä nostettiin lisäksi kielistä japani ja ranska.

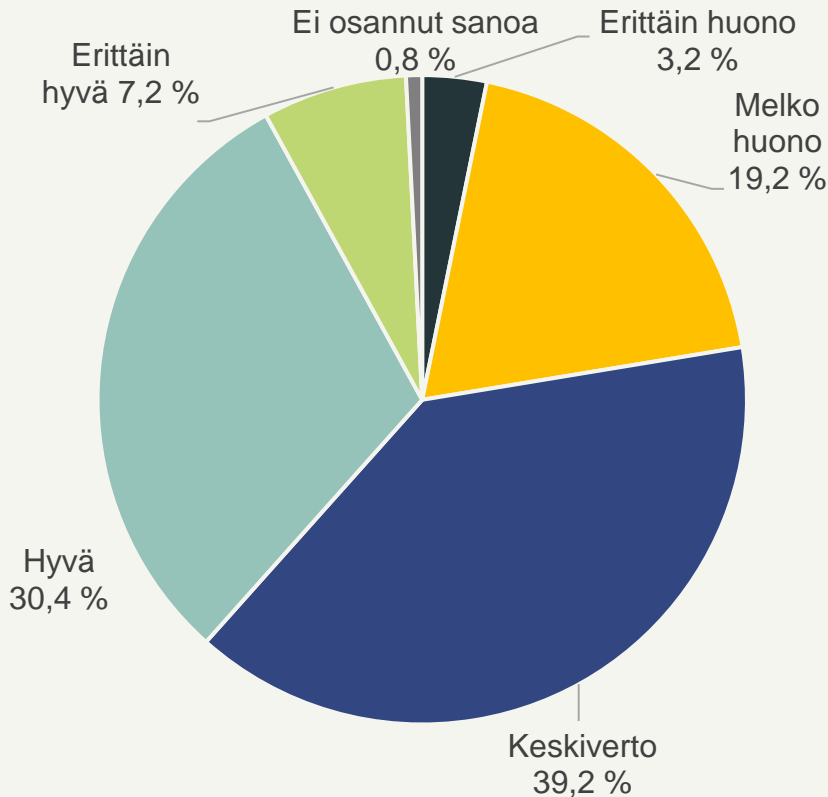
Kaupungin verkkosivu viestintäkanavana



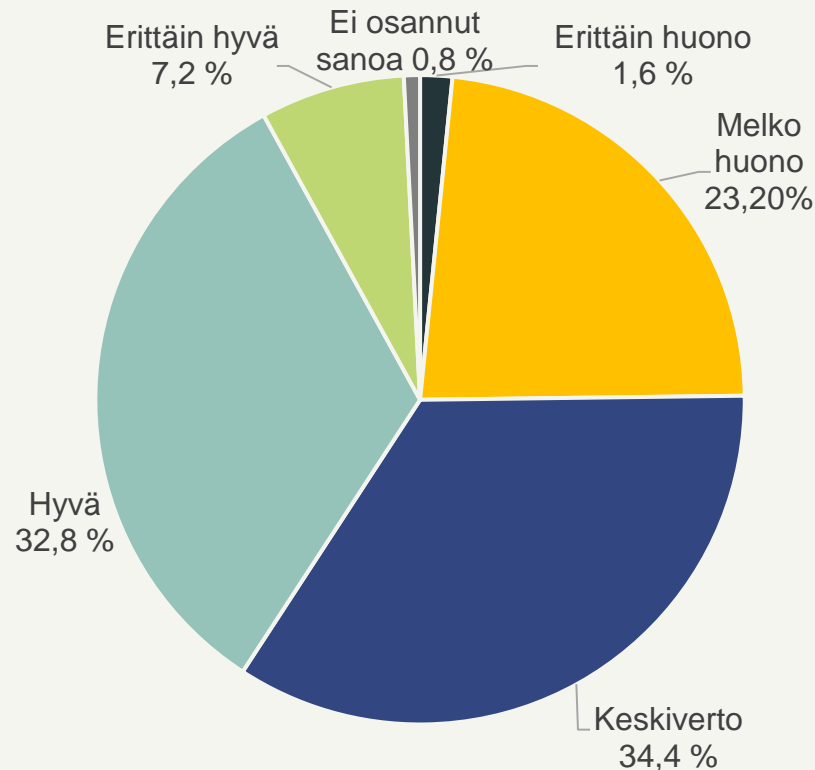
- Suurin osa vastaajista (88 %) vierailee Karkkilan kaupungin verkkosivulla www.karkkila.fi, mikä osoittaa, että kaupungin verkkosivu on tärkeä viestintäkanava.
- Enemmistö vastaajista (66,2 %) vierailee verkkosivuilla vähintään kuukausittain, ja noin kolmannes tekee sen viikoittain. Tämä kertoo verkkosivujen säännöllisestä käytöstä.
- Valtaosa vastaajista (71,8 %) löytää yleensä etsimänsä tiedon kaupungin verkkosivuilta. Vain pieni osuus (3,2 %) ilmoitti, etteivät löydä tarvittavaa tietoa. Tämä viittaa siihen, että sivusto vastaa pääosin käyttäjien tarpeita, mutta parantamisen varaa on yhä olemassa.

Verkkosivun käytettävyys ja ulkoasu

Käytettävyys



Ulkoasu



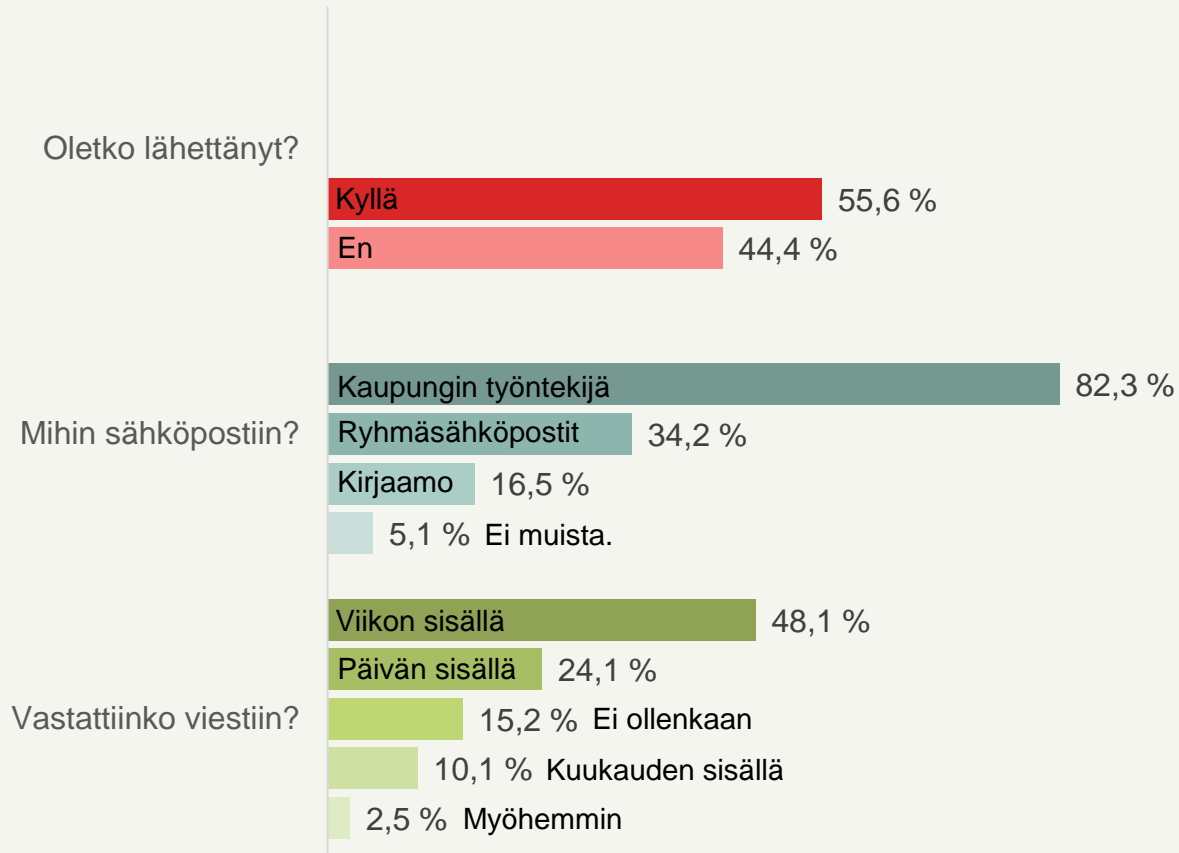
- Käytettävyys koetaan keskiverroksi tai hyväksi. Yleisimmät arvosanat olivat 3 (39,2 %) ja 4 (30,4 %). Vajaa viidesosa (19,2 %) koki käytettävyyden melko huonona.
- Ulkoasu arvioidaan pääosin keskitasoiseksi tai hyväksi, sillä yleisimmin annetut arvosanat olivat 3 (34,4 %) ja 4 (32,8 %). Reilu viidesosa (23,2 %) arvioi ulkoasun melko huonoksi.

Parannusehdotuksia verkkosivusta

Avoimeen tekstikenttään saatiin 54 kpl vastauksia. Seuraavat parannusehdotukset korostuivat:

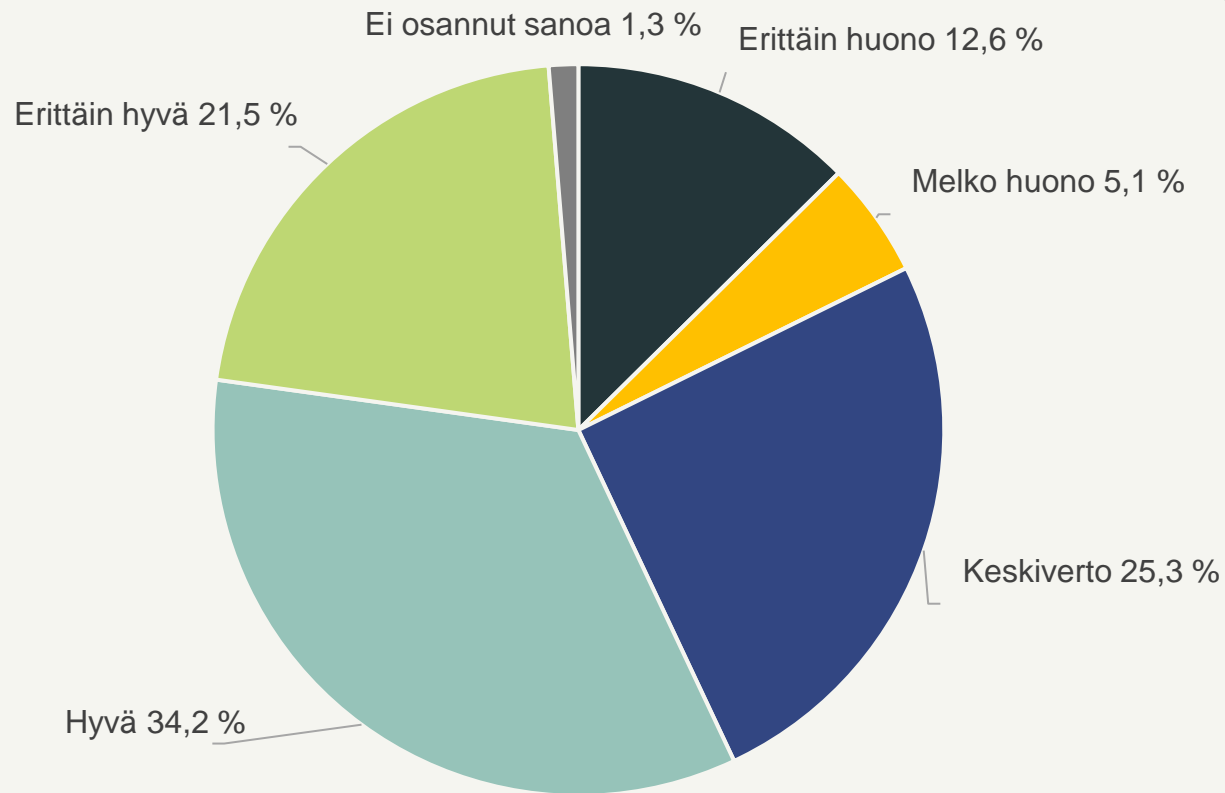
- **Sivurakenteen kehittäminen:** Monet käyttäjät kokivat tiedon löytämisen vaikeaksi, ja navigointi sivustolla koettiin haastavaksi. Menurakenteen epäselvyys nousi esille. Käyttäjät toivoivat selkeämpää ja loogisempaa rakennetta sivustolle.
- **Mobiiliversion kehittäminen:** Sivustoa ei pidetty sujuvana käyttää kännykällä, ja monet toivoivat mobiiliversion parantamista.
- **Nykyaikaisuus ja saavutettavuus:** Vastaajat toivoivat verkkosivujen nykyaikaistamista sekä paremmin saavutettavuusvaatimukset täyttävää sivustoa.
- **Selkeämpi ulkoasu:** Useat palautteet koskivat sivuston ulkoasua. Toivottiin selkeämpiä alaotsikoita, vähemmän tekstiä etusivulle.
- **Päivitykset ja ajantasaisuus:** Vastaajat kaipaavat ajankohtaisempaa tietoa. Palautteet toivat esille, että sivulta löytyy vanhentunutta tietoa. Sivua toivottiin päivitettävän useammin.
- **Yhteystiedot ja päätöksenteko:** Käyttäjät toivoivat, että yhteystiedot ja päätöksentekoon liittyvä tieto olisi helpommin löydettävissä.

Sähköpostiviestintä



- Yli puolet vastanneista on lähettänyt sähköpostia kaupungille ja yleisimmin vastaukset on saatu viikon sisällä.
- Kuitenkin huomattava osa (15,2%) ei ole saanut vastausta lainkaan.
- Vajaa neljäsosa puolestaan oli saanut vastauksen jo päivän sisällä.

Sähköpostitse saadun palvelun laatu



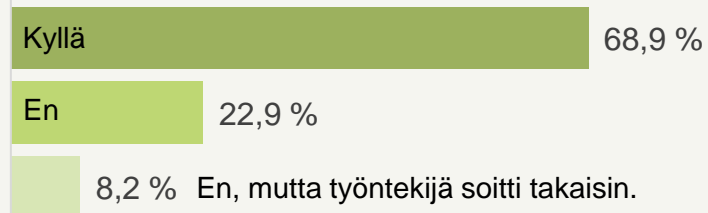
- Sähköpostitse saadun palvelun laatu arvioitiin keskimäärin melko positiiviseksi, sillä hyvä ja erittäin hyvä arviot kattavat yli puolet vastauksista.

Puhelinviestintä

Oletko ottanut yhteyttä puhelimitse?

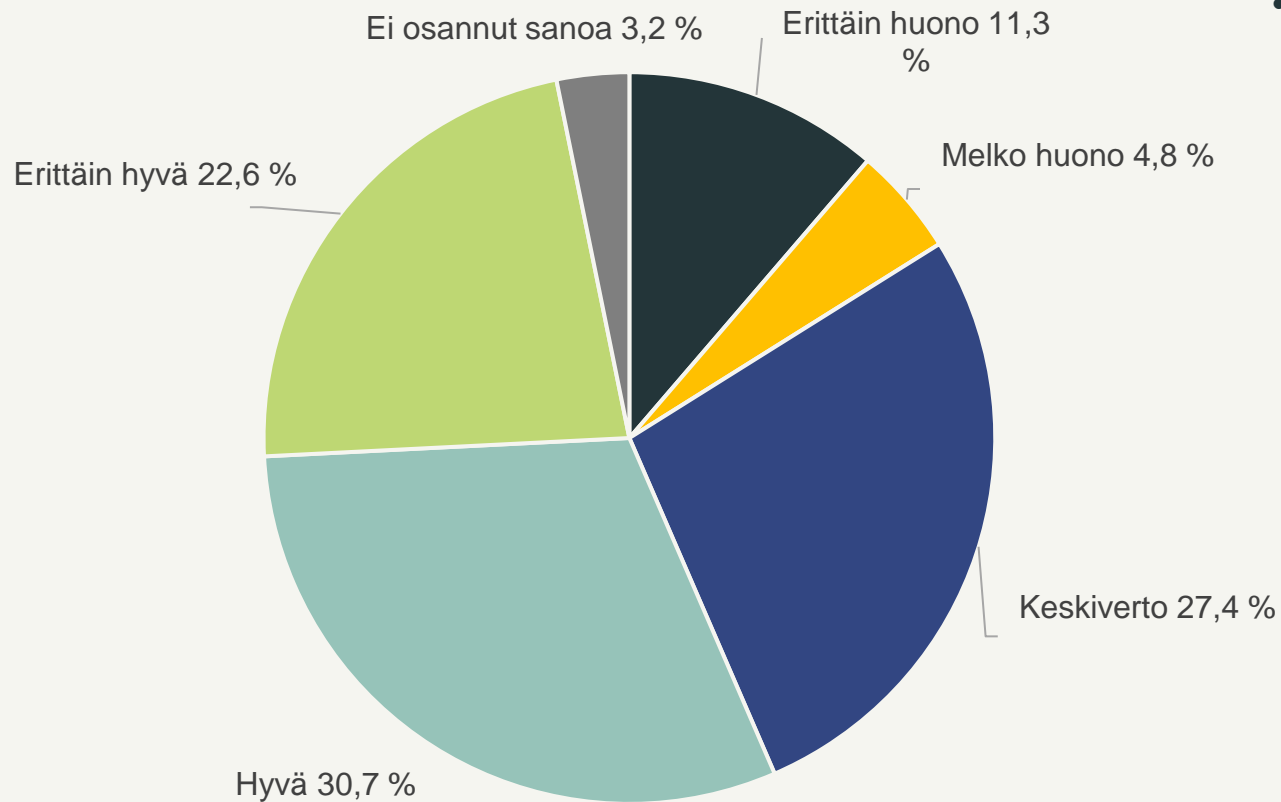


Tavoititko työntekijän?



- Vajaa puolet vastanneista on ottanut yhteyttä kaupungin työntekijöihin puhelimitse.
- Suurin osa vastaajista (68,9%) onnistui tavoittamaan kaupungin työntekijän puhelimitse. Noin 23% ei saanut työntekijää kiinni, mutta 8,2% ilmoitti, että työntekijä soitti takaisin myöhemmin.

Puhelimitse saadun palvelun laatu



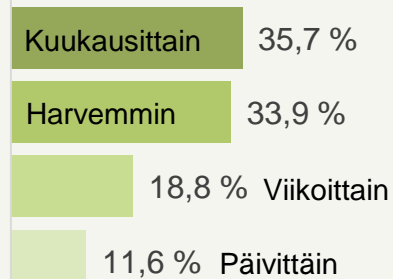
- Puhelimitse saadun palvelun laatu arvioitiin keskimäärin positiivisesti. Hyvä ja erittäin hyvä arviot kattavat yli puolet vastauksista.

Palvelu- ja asiointipisteissä tapahtuva viestintä

Oletko asioinut kaupungin palvelu- tai asiointipisteissä?

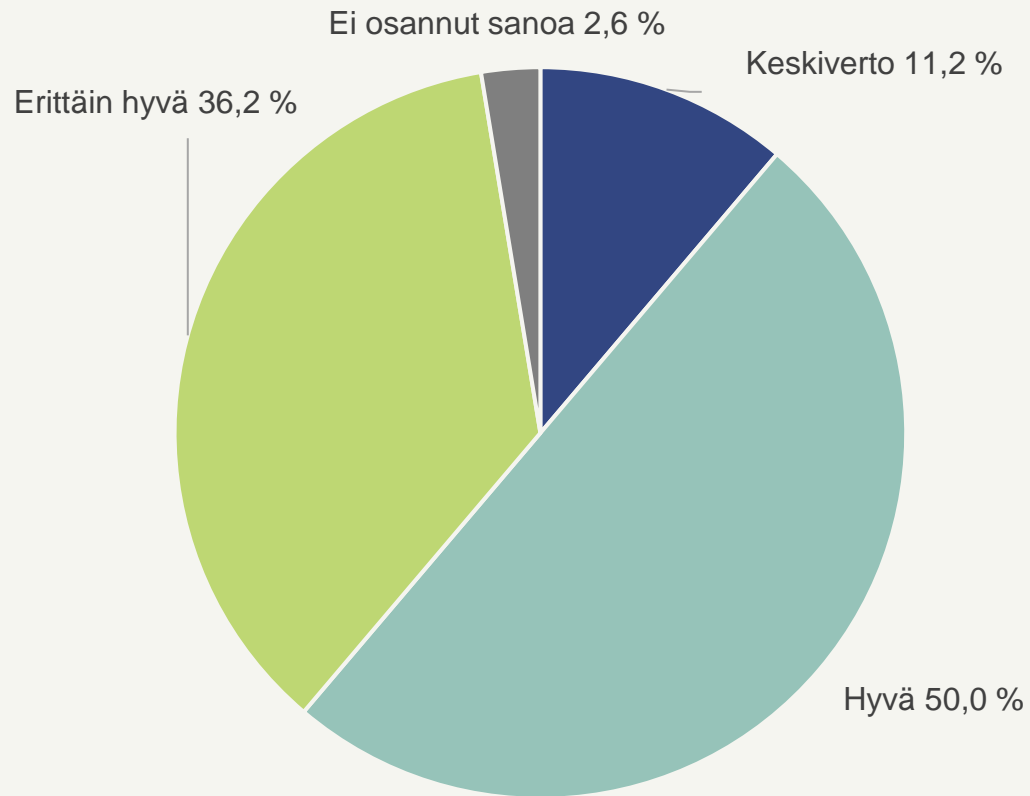


Kuinka usein vieraillet palvelu- tai asiointipisteissä?



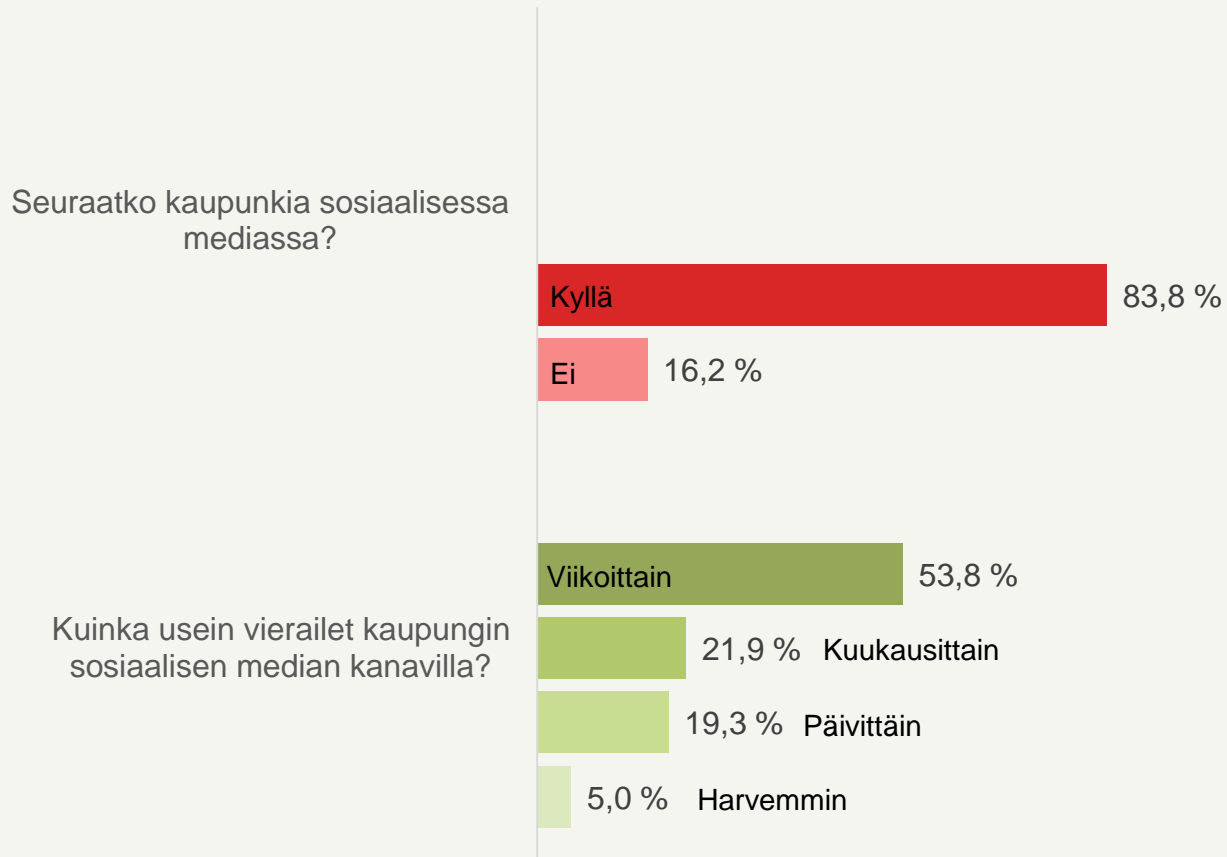
- Suurin osa vastaajista (81,7%) on asioinut kaupungin palvelu- tai asiointipisteissä.
- Käyntitiheys vaihtelee: eniten vastaajia käy palvelu- tai asiointipisteissä kuukausittain (35,7%) tai harvemmin (33,9%). Päivittäin palvelupisteitä käyttää 11,6% vastaajista, ja viikoittain kävijöitä on 18,8%.
- Vastaajilta kysyttiin avoimessa tekstikentässä, missä he vierailevat. Vastauksia saatiin 108 kpl. Vastauksissa mainittiin seuraavat paikat: kirjasto, Serveri, Matkailuneuvonta, museot, koulut, päiväkodit, Nyhkälän Kaari, eskari, kaupungintalo, työväenopisto.

Palvelu- ja asiointipisteissä saadun palvelun laatu



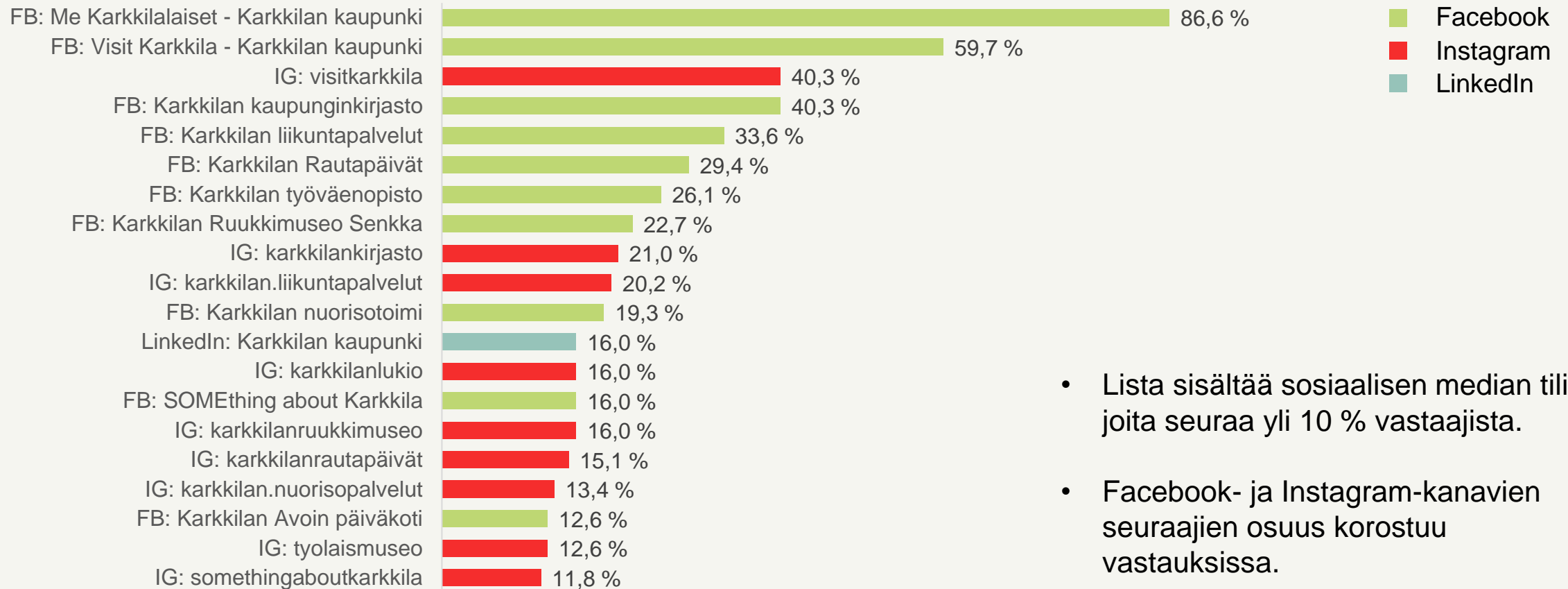
- Suurin osa vastaajista arvioi palvelun laadun melko hyväksi (50%) tai erittäin hyväksi (36,2%).
- Yksikään vastaajista ei arvioinut palvelua erittäin huonoksi tai melko huonoksi.

Sosiaalisessa mediassa tapahtuva viestintä



- Suurin osa vastaajista (83,8%) seuraa kaupunkia sosiaalisessa mediassa, kun taas 16,2% ei seuraa. Sosiaalisen median kanavat koetaan tärkeänä viestintäkanavana. Kyselyä jaettiin paljon kaupungin sosiaalisen median kanavissa, mikä osaltaan vaikuttaa tulokseen.
- Yli puolet vastaajista (53,8%) vierailee kaupungin sosiaalisen median kanavilla viikoittain. Noin viidennes (19,3%) käy päivittäin, ja 21,9% kuukausittain. Vain pieni osa, 5%, vierailee harvemmin. Tämä osoittaa, että kaupungin sosiaalisen median kanavat ovat melko aktiivisesti seurattuja.

Kaupungin sosiaalisen median seuratuimmat kanavat

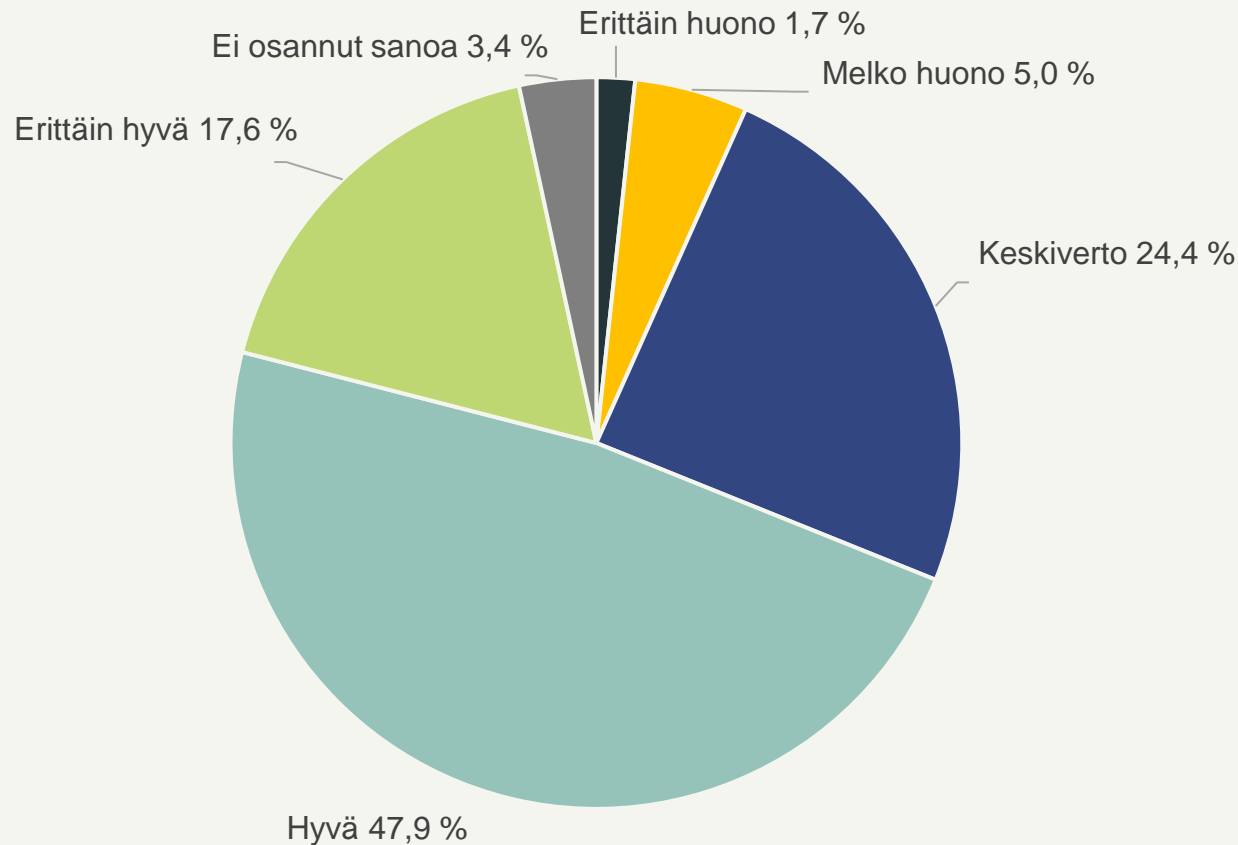


- Lista sisältää sosiaalisen median tilit, joita seuraa yli 10 % vastaajista.
- Facebook- ja Instagram-kanavien seuraajien osuus korostuu vastauksissa.

Kaupungin sosiaalisen median kanavat

- **Me Karkkilalaiset - Karkkilan kaupunki** (Facebook) on seuratuin tili 86,6 %. Tämä osoittaa, että kanava on todella tärkeä Karkkilan kaupungin viestinnässä.
- **Visit Karkkila - Karkkilan kaupunki** (Facebook) seuraa toisena 59,7 %. Matkailuaiheiset sisällöt kiinnostavat suurta osaa vastaajista.
- **Karkkilan kaupunginkirjaston ja Karkkilan Ruukkimuseo Senkan** kanavat ovat myös hyvin suosittuja, kuten myös **Karkkilan liikuntapalvelut -kanava**. **Karkkilan Rautapäivien ja Karkkilan työväenopiston** kanavat ovat myös suosittuja. Tämä kertoo siitä, että kulttuuri- ja kirjastopalvelut sekä vapaa-ajan palvelut koetaan tärkeiksi.
- Vastaajat seuraavat nuorisotoimen ja sen työntekijöiden sosiaalisen median tilejä, kuten **Karkkilan nuorisotoimen** tiliä, mutta näitä tilejä seurataan vastaajien keskuudessa vähemmän verrattuna muihin. Kyselyyn saatiin nuorilta vähemmän vastauksia, mikä selittää tätä.
- Kokonaisuutena Karkkilan kaupungin viestintä sosiaalisessa mediassa on monipuolista ja monia tilejä seurataan aktiivisesti.

Sosiaalisessa mediassa tapahtuva viestinnän laatu



- Suurin osa vastaajista arvioi kaupungin sosiaalisessa mediassa tapahtuvan viestinnän laadun melko hyväksi (47,9%). Hyvä ja erittäin hyvä arviot kattavat lähes kaksi kolmasosaa vastauksista.
- Vain pieni osa vastaajista piti sosiaalisen median viestintää erittäin huonona tai melko huonona.

Miten viestintää voisi kehittää?

Avoin palaute: Viestinnän kehityskohteet

- **Monikanavaiseen viestintään panostaminen:** Ne, jotka eivät käytä sosiaalista mediaa, kokevat olevansa ulkopuolisia tiedotuksessa. Tämä korostaa tarvetta monipuoliselle viestinnälle.
- **Viestinnän sekavuus ja kanavien määrä:** Osa kokee, että monissa kanavissa on erilaista sisältöä, ja tärkeän tiedon löytäminen voi olla vaikeaa.
- **Tiedottamisen ajantasaisuus:** Osa toteaa, että asioista kuullaan vasta jälkikäteen. Myös häiriötilanteista tiedottamisessa voisi olla parannettavaa.
- **Tapahtumien markkinointi:** Koetaan, että kaikkia tapahtumia ei markkinoida riittävästi.
- **Asiakaspalvelun parantaminen:** Vastaajat toivovat, että kaupungin työntekijöiden tulisi olla helpommin tavoitettavissa ja heidän kanssaan kohtaaminen pitäisi olla ystävällisempää ja avoimempaa. Yhden luukun periaatetta toivottiin.
- **Karkkilan brändiin panostaminen:** Kaupungin erityispiirteet ja palvelut tulisi tuoda paremmin esille viestinnässä. Myös videokampanjoita voitaisiin käyttää enemmän, kuten muissa kunnissa.
- **Viestinnän laajentaminen:** Viestintää tulisi lisätä ja levittää enemmän, jotta myös nuoret ja lapset saataisiin mukaan.
- **Informaation tiivistäminen:** Esimerkiksi tapahtumat on jo niputettu yhteen, ja samaa tiivistämistä voitaisiin tehdä myös virallisemmissa asioissa.

Miten viestintää voisi kehittää?

Avoim palaute: Viestinnän onnistumiset

- **Hyvä nykyinen taso:** Viestintä toimii jo hyvin ja on kehittynyt paljon. Esimerkiksi tapahtumatiedotteet ja vesikatkoihin liittyvä viestintä ovat saaneet kiitosta.
- **Viestinnän parantuminen:** Viestintä on parantunut huomattavasti, ja kaupunki on alkanut toimia aktiivisemmin Facebookissa ja muissa sosiaalisen median kanavissa.
- **Viestinnän nopea vastaaminen:** Viestinnän väki saa kiitosta siitä, että he usein vastaavat nopeasti ja asiallisesti.

Avoimeen palautteeseen saatiin 58 kpl vastauksia.