



TE-TOIMISTOT KOHTI SOSIAALISTA MEDIAA
– CASE TYÖKKÄRIN TYTTI

TE-TOIMISTOT KOHTI SOSIAALISTA MEDIAA
– CASE TYÖKKÄRIN TYTTI

ANN-CHRISTINE WAHL
esipuhe EERO HAMMAIS

Satakunnan ammattikorkeakoulu
Pori
2013

JULKISEN SEKTORIN SOME-PÄHKINÄ

JULKISHALLINNON organisaatiot ovat suurien haasteiden edessä. Elinkeinoelämän mullistusten lisäksi palvelut ovat sähköistymässä yhä enemmän. Vanhoja konttoripalveluita on nopealla aikataululla muutettu digitaalisiksi. Siinä rytkäksä käytettävyys on jäänyt välillä jalkoihin, toisinaan taas digitaalisen brändin ajatteleminen. Jos kuitenkin kahdesta edellä mainitusta on selvitty vielä kunnialla, on edessä ollut vielä yksi iso haaste: sosiaalisen median (some) kummajainen.

Julkisten toimijoiden silmiin sosiaalinen media on saattanut näyttäytyä tyyliään viihteellisenä, rasavillinä ja kyseenalaisenakin. Tästä syystä sitä on arasteltu ja hieman pelättykin. Nyt kun tuosta vaiheesta ollaan pikku hiljaa ponnistettu eteenpäin, ovat julkisen sektorin tekijät alkaneet asteittain someistua. Sosiaalisessa mediassa hoidetaan nykyään osa asiakaspalvelusta, rekrytoinnista, ulkoisesta tiedottamisesta ja markkinoinnista. Somessa tehdään myös asiakaskyselyjä, ohjeistetaan ja välillä varoitetaan. Mikä parasta, siellä on vihdoinkin alettu luoda myös rennompaa ja inhimillisempää kuvaa ennen niin jäykiltä vaikuttaneista, harmaan tiilen sävyttämistä julkisen sektorin byrokratiapajoista.

Julkisten toimijoiden joukosta on vielä vaikea löytää monia sosiaalisen median menestymistarinoita. Yksi tuntuu silti olevan tällä hetkellä ylitse muiden. Suomen kirkkaimpana julkisena toimijana Facebookissa toimii Suomen poliisi hieman vajaalla 200 000:lla tykkääjällään. Kun ajattelee, että päivittäin suurimmalla osalla Facebookissa Suomen poliisin sivusta tykänneiden uutisvirrassa näkyy poliisin tuottamaa sisältöä, puhutaan viestintäkanavasta vailla vertaansa. Sosiaalisen median kautta poliisi pystyy tulemaan lähelle ihmisiä, tekemään tutuksi päivittäistä toimintaansa ja luomaan rennompaa kuvaa itsestään.

” Sosiaaliseen mediaan ei kannata mennä vain sen takia, että muutkin ovat siellä.

Pienen kaivamisen kautta myös muita julkisia toimijoita alkaa löytyä. Kela tiedottaa sosiaalisen median kautta palveluistaan etenkin lapsiperheille ja opiskelijoille. Viihteellisemmällä puolella sijaitsevat esimerkiksi Alko ja Yle Areena. Alko houkuttelee asiakkaitaan muun muassa ruokavinkeillä ja Yle Areena jakaa ja mainostaa ahkerasti uusia videosisältöjään. Vaikka somella onkin viihteellinen leima, on ratkaiseva asia menestykseen monesti sisällön vastaaminen some-käyttäjän aitoon tarpeeseen. Sosiaaliseen mediaan ei kannata mennä vain sen takia, että muutkin ovat siellä. On tärkeää tarjota ihmisille jotain aidosti hyödyllistä.

Sosiaalisen median kautta tapahtuvassa brändin luomisessa pätee hyvin paljon samoja lakeja kuin perinteisessä brändisuunnittelussa. On oltava selkeä kuva siitä, mitä tehdään ja miten se tehdään. Aivan kuten yrityksen viestintäpalvelut käyttävät graafista ohjeistoa, voi julkisen sektorin organisaation some-tiimi käyttää some-ohjeistusta. Tämä mahdollistaa yhtenäisenä pysyvän viestintälinjan eri kanavissa. Hallittu ja uskottava someistuminen vaatiikin strategian, jonka kautta luodaan yhtenäiset ja jämäkät some-kanavat. Sosiaalinen media on julkiselle organisaatiolle mahdollisuus ottaa askel lähemmäksi ihmistä. Tähän on panostettava tarpeeksi henkilöresursseja ja annettava henkilökunnalle mahdollisuus kouluttautua sosiaaliseen mediaan liittyvissä asioissa. Työpaikkojen Facebook- tai YouTube-kieltojen aika alkaa olla historiaa, sillä sosiaalisesta mediasta on tulluy tärkeä osa työmaailmaa.

Eero Hammis
projektisuunnittelija

Saatesanat.....	7
1. Sidosryhmät.....	9
2. Esiselvitys	13
3. Projektisuunnitelma	15
4. Toteutus.....	21
5. Hankkeen arviointi	33
6. Palvelun jatkokehitys.....	37
LIITTEET	39



SAATESANAT

KÄSISSÄSI on TE-toimistot kohti sosiaalista mediaa -kirjanen, joka sijoittuu jonnekin perinteisen julkaisun ja raportin välimaastoon. Tarkoituksena on ollut koota yleishyödyllinen opus, jossa konkreettisen esimerkin kautta seurataan, miten sosiaalisen media sulautetaan osaksi julkisorganisaation palvelutoimintaa.

Satakunnan TE-toimiston sosiaalisen median palvelu Työkkärin Tytti toteutettiin vuoden 2013 aikana Satakunnan ammattikorkeakoulun koordinoiman ja Satakunnan ELY-keskuksen rahoittaman Työtä Meille Nyt ja Heti! -hankkeen avustamana. Poikkeuksellista tästä teki se, että yllättävän harvoin EU-hankkeiden tuloksia päästään levittämään ja soveltamaan hankkeiden ulkopuolelle.

Itse prosessi ei eronnut paljoakaan normaalista projektityöskentelystä. Erot julkisorganisaation kanssa työskentelyssä tulivat selvimmän esiin aikataulutusta suunniteltaessa. Julkisorganisaatioiden rakenteet ovat yksityisiä monimutkaisempia, joten muutosten läpisaaminen ja jalkauttaminen vie enemmän aikaa. Julkisorganisaatiot käsittelevät lisäksi usein asiakkaisiin liittyviä arkoja tietoja, mikä pitää ottaa erityisesti huomioon sosiaalisen median palvelua suunniteltaessa. Tämä rajoittaa osaltaan myös sitä, mitä asioita julkishallinnon organisaatioiden asiakaspalvelut pystyvät käsittelemään sosiaalisessa mediassa.

” Alkupohjustus yhteistyölle tehtiin jo siis kauan ennen itse yhteistyöprojektin alkamista.

Tärkeintä muutosprosessin onnistumiselle oli kuitenkin se, että vastaanottajaorganisaatio oli valmis muutokseen. Jos muutokseen ei olla valmiita niin johdon kuin henkilöstön tasolla, on uudistus jo valmiiksi tuhoon tuomittu. Satakunnan TE-toimiston henkilöstön tietotason nostaminen sosiaalisesta mediasta katsottiin yhtä tärkeäksi, jos ei jopa edellytykseksi sosiaalisen median palvelukokonaisuuden rakentamiselle.

Yhteistyöhanke olisi tuskin toteutunut, jos Satakunnan TE-toimisto ei olisi seurannut Työtä Meille Nyt ja Heti -hankkeen kehitystä alkumetreiltä saakka. Alkupohjustus yhteistyölle tehtiin jo siis kauan ennen itse yhteistyöprojektin alkamista. Tästä syystä on tärkeää, että julkisorganisaatiot pitäisivät aikaisempaa enemmän tuntosarvensa ylhäällä, kun puhutaan alueellisista tutkimus- ja kehittämishankkeista.

Pori 12.12.2013

Ann-Christine Wahl
Projektipäällikkö

SIDOSRYHMÄT

1.1 TYÖTÄ MEILLE NYT JA HETI! -HANKE

Työtä Meille Nyt ja Heti! -hanke sai alkunsa vuonna 2010 tutkija Harri Ketamon ja silloisen projektipäällikön Marika Pöyrin ideoimasta Facebook-rekrysovelluksesta. Ideana oli tehostaa nuorten työllistymistä heille tutussa ympäristössä. Sosiaalisen median käyttäminen rekrytoinnissa oli myös niin uusi aluevaltaus, että siihen liittyvää innovatiivista kehittämistoimintaa ei Suomessa ollut juuri ollut.

Satakunnan ELY-keskus myönsi hankkeelle ESR-rahoituksen (SAMK 20 %, ELY-keskus 80 %) 1.9.2010 lähtien. Projektisuunnitelmassa hankkeen päätavoitteiksi määriteltiin:

- Lisätä nuorten työnhakuvalmiuksia ja aktivoida työnhakuun liittyvissä keskusteluissa
- Kasvattaa työnantajien ymmärrystä ja osaamista sosiaalisessa mediassa tapahtuvasta rekrytoinnista
- Kehittää yrityksille työvälineitä sosiaalisessa mediassa tapahtuvaan rekrytointiin
- Tuottaa työvoimaviranomaisille hyviä sosiaalisen median käytänteitä työpaikkojen ja työnhakijoiden kohtauttamiseen.

Hanke alkoi rakentaa sosiaalisessa mediassa toimivaa palvelukokonaisuutta nimeltä JobiJobi! Palvelun tarkoituksena oli toimia koeympäristönä, mutta myös tietoisuutta lisäävänä informaatiokanavana some-työnhausta ja -rekrytoinnista. Palvelu koostui kahdeksasta eri sosiaalisen median kanavasta, jotka kotisivu (www.jobijobi.fi) kokosi. Tärkeimpinä kanavina toimivat Facebook (JobiJobi! ja Kesätyöt Satakunnassa) sekä Wordpress-blogi.

Tiedon lisäksi seuraajien oli mahdollisuus saada JobiJobi!:n kanavien kautta henkilökohtaista apua ja neuvontaa. Palvelutarjontaa täydensi vielä sähköpostin kautta toimiva Jobi cvReader, joka koeluki työnhakijoiden työhakemuksia.

Hankkeen kehittämä rekrytointisovellus Jobi-osaaja sijoitettiin JobiJobi!:n Facebook-sivulle. Tavoitteena oli mahdollisimman helppokäyttöinen sovellus ilman uuvuttavien lomakepohjien täyttöö. Osaaja- ja yritysosiin jaetussa sovelluksessa oli mahdollisuus hakea tehokkaasti niin työpaikkoja kuin työnhakijoita avainsanahauilla. Sovellusta kehitettiin myöhemmin edelleen mobiilimuotoon Osaaja 2.0 -nimellä.

Hankkeen ensimmäisen 2,5 vuoden aikana Jobi-tiimi luennoi ahkerasti Satakunnan alueen oppilaitoksissa ja yrityksissä sekä järjesti kaksi valtakunnallista webinaaria. Hankkeen ensimmäisen vaiheen eli vuoden 2012 loppuun mennessä noin 1500 henkilöä oli ollut kuuntelemassa jobi-luentoja.

1.1.1 Satakunnan ammattikorkeakoulu

Työtä Meille Nyt ja Heti! -hanketta koordinoiva Satakunnan ammattikorkeakoulu (SAMK) profiloituu ammattikorkeakoulukentässä tutkimus- ja yrittäjyysammattikorkeakouluna. SAMKilla on koulutusta neljällä eri paikkakunnalla ja se tarjoaa 25 erilaista AMK-tutkintoa. Opiskelijoita SAMKissa on noin 6300 ja henkilökuntaa 450.

SAMK on luonut itselleen hyvän maineen tutkimusosaajana. SAMK tarjoaa tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiopalveluita erityisesti Satakunnan alueen yrityksille ja organisaatioille kilpailukyvyyn, hyvinvoinnin ja vaikuttavuuden turvaamiseksi. SAMKin pääpainoalueet TKI-toiminnassa ovat tulevaisuuden energiaratkaisut, innovatiiviset palvelut ja prosessit, hyvinvointiosaaminen, opiskelijayrittäjyys sekä meriklusteri.

1.1.2 Satakunnan ELY-keskus

Satakunnan ELY-keskus on yksi viidestätoista Työ- ja elinkeinoministeriön (TEM) alla toimivasta Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksesta Suomessa ja työllistää noin 100 henkeä. ELY-keskusten tehtävänä on hoitaa valtionhallinnon alueellisia toimeenpano- ja kehittämistehtäviä, joiden tarkoituksena on edistää hyvän elinympäristön ja yhdyskuntarakenteen kehittymistä sekä tukea kansalaisten hyvinvointia ja elinkeinoelämän kilpailukykyä maakunnissa.

EU-rahoitusten avulla toteutetaan muun muassa alueellista kehittämistä, jonka merkittäviä myöntäjiä ELY-keskukset ovat. Euroopan unionin alue- ja rakennepolitiikan rahastoilla tasapainoitetaan jäsenvaltioiden alueellisia eroja ja lievennetään niiden rakenneongelmia. Alue- ja rakennepolitiikka perustuu EU:n rahastoista myönnettävään tukeen, johon aina liittyy myös aina kansallista rahoitusta. Työtä Meille Nyt ja Heti! -hankkeen lisäksi Satakunnan ELY-keskus tukee tällä hetkellä noin 30 muuta hanketta.

1.2 SATAKUNNAN TE-TOIMISTO

Suomessa on 15 alueellista TE-toimistoa. ELY-keskusten tapaan työ- ja elinkeinotoimistot toimivat TEMin alla ja tekevät tiivistä yhteistyötä keskenään. ELY-keskus kerää ja analysoi esimerkiksi tietoa TE-toimistojen avustuksella työmarkkinoiden tilasta ja muutoksista. Satakunnan TE-toimisto työllistää 150 ihmistä ja sen toimipaikat sijaitsevat Porissa, Raumalla, Harjavallassa ja Kankaanpäässä.

Vuoden 2013 alussa Suomen TE-toimistot kokivat suuria sisäisiä ja ulkoisia muutoksia. Uudistusten tarkoituksena on ollut mahdollistaa sekä yritys- että henkilöasiakkaille entistä joustavampi asiointi TE-toimistossa. Omatoimista asiointia pyritään tukemaan niin, että henkilökohtaisen asioinnin tarve TE-toimistossa vähenee ja sähköisten palveluiden käyttö lisääntyy.

Palveluiden ja organisaation uudelleenjärjestämisen lisäksi TE-palvelut saivat uuden logon ja visuaalisen ilmeen. Toinen ulkoinen suuri muutos oli vuodesta 1994 toimineen mol.fi-osoitteen siirtyminen historiaan ja vaihtuminen uutta nimeä vastaavaan muotoon te-palvelut.fi.

1.2.1 Nuorisotakuu

Organisaatiomuutosten lisäksi haasteita TE-toimistoille on asettanut vuoden 2013 alussa voimaan astunut Nuorisotakuu, joka on yksi tämän hetkisen hallitusohjelman kärkihankkeista. Takuun päätavoitteena on vähentää valloillaan olevaa nuorisotyöttömyyttä.

” Organisaatiomuutosten lisäksi haasteita TE-toimistoille on asettanut vuoden 2013 alussa voimaan astunut Nuorisotakuu.

”Nuorisotakuun päämääränä on pyrkiä tarjoamaan jokaiselle alle 25-vuotiaalle nuorelle tai alle 30-vuotiaalle vastavalmistuneelle työ-, työkokeilu-, opiskelu, työpaja- tai kuntoutuspaikka viimeistään kolmen kuukauden kuluessa työttömäksi joutumisesta. Koulutustakuun avulla jokaiselle peruskoulun päättäneelle taataan koulutuspaikka lukioissa, ammatillisissa oppilaitoksissa, oppisopimuksessa, työpajassa, kuntoutuksessa tai muulla tavoin. Lisäksi nuorten aikuisten osaamisohjelma tarjoaa ilman koulutusta oleville alle 30-vuotiaille nuorille mahdollisuuden ammatillisen tutkinnon tai sen osan suorittamiseen.”

(www.ely-keskus.fi)

1.2.2 Työkkärin Tytti

Helmikuussa 2011 avattu Facebook-sivu Työkkärin Tytti sai alkunsa, kun Satakunnan ELY-keskus ja TE-toimistot olivat uudistamassa ja monipuolistamassa nuorten ohjaus-, neuvonta- ja työnvälityspalveluita maakunnan alueella. Sosiaalisen median mahdollisuuksien hyödyntäminen nuorten palveluissa oli keskeisenä teemana tässä kehitystyössä.

Työkkärin Tytti -sivun missiona on antaa yleisluontoista informaatiota liittyen TE-toimiston palveluihin, neuvoa sekä ohjata nuori oikean tiedon äärelle. Sivun tarkoitus ei ollut kuitenkaan korvata henkilökohtaista asiointia oman alueen TE-toimistossa. •

ESISELVITYS

TYÖTÄ Meille Nyt ja Heti! -hankkeen yksi päätavoitteista on alusta saakka ollut kehittää toimivia sosiaalisen työnhaun ja rekrytoinnin ratkaisuja sekä löytää JobiJobi!-palvelumallille lopullinen sijoituspaikka.

Kun vuoden 2012 toinen puolisko koitti ja samalla hankkeen viimeinen rupeama, oli palvelun tulevaisuus vielä epäselvä. Syksyn ensimmäisessä ohjausryhmässä oltiin vahvasti sitä mieltä, että palvelussa olisi potentiaalia myös jatkokehittämiseksi. Satakunnan ELY-keskus oli jo ilmaissut mielenkiintonsa hankkeen jatkorahoittamista seuraavalle vuodelle, jos sopiva jatkosijoituskohde löytyisi.

Satakunnan TE-toimisto on alusta saakka ollut mukana TMNH-hankkeen ohjausryhmässä. Yksi hankkeen tavoitteista on ollut alusta asti tuottaa työvoimaviranomaisille hyviä käytänteitä. TMNH-hanke myös avusti Työkkärin Tytti Facebook-sivun perustamisessa. Oli siis luonnollista, että TMNH-hanke lähestyi Satakunnan TE-toimistoa yhteistyöehdotuksen kanssa.

Ensimmäinen yhteistyöpalaveri hankkeen ja TE-toimiston välillä pidettiin rahoittajan tiloissa lokakuun puolella välissä. Palaverissa kävi ilmi, että yhteistyöhankkeessa oli paljon kumpaakin osapuolta hyödyttäviä puolia. TMNH-hanke saisi JobiJobi!-palvelulleen kaipaamansa lopullisen sijoituskohteen ja Satakunnan TE-toimisto puolestaan työkaluja vuoden 2013 alussa tulevien muutosten tueksi (ks. 2.2 ja 2.2.1). TMNH-hankeella oli jo toimiva palvelu, kanavat, verkostot sekä tarvittava osaaminen. Myös osa alkumarkkinoinnista oli jo tehty, kuten esimerkiksi Kesätyöt Satakunnassa Facebook-sivun kohdalla.

” TMNH-hankeella oli jo toimiva palvelu, kanavat, verkostot ja tarvittava tietotaito.

Myös selviä haasteita tunnistettiin, kuten riittävä resursointi, Satakunnan TE-toimiston henkilöstön osaamisaso, palvelun jalkauttaminen, seuraajien sitouttaminen, asiakkaiden yksityisyyteen liittyvät seikat sosiaalisessa mediassa ja palvelun kannattavuus.

Näihin asioihin kiinnitettiin erityistä huomiota jatkorahoitushakemusta tehdessä, joka lähti rahoittajalle jo kuukauden kuluttua ensimmäisestä palaverista. Jatkohankkeen päätavoitteeksi määriteltiin hankkeen ensimmäisessä vaiheessa hyväksi havaittujen käytäntöjen juurruttaminen TE-toimistoon ja Satakunnan TE-toimistolle toimivan sosiaalisen median palvelun suunnittelu. Satakunnan ELY-keskus antoi hyväksyvän päätöksen 12.12.2012. •

PROJEKTISUUNNITELMA

3.1 TARVEMÄÄRITTELY

Yhteistyöstä keskusteltaessa Satakunnan TE-toimisto oli ilmaissut kiinnostuksensa Jobi-blogin, Kesätyöt Satakunnassa Facebook-sivun ja mahdollisesti hankkeen kehittämisen Osaaja 2.0 -mobiilirekrysovelluksen siirtämisestä heidän käyttöönsä. Tämän lisäksi jo olemassa oleva Satakunnan TE-toimiston Facebook-sivu Työkkärin Tytti tarvitsi työstöä.

Työtä Meille Nyt ja Heti! -hankkeen sisällä nähtiin tarpeellisenä tehdä vielä yksityiskohtaisempi tarvemäärittely Satakunnan TE-toimiston toiveista ennen lopullisen suunnitelman tekemistä. Hankkeelle myönnetty vuoden jatkoaika ei sallisi paljon tilaa virhearvioinneille. Lisäksi yksi yleisimmistä syistä hankkeiden epäonnistumiseen on jo suunnitteluvaiheessa ilmenevä tuottajalähtöisyys ja asiantuntijakeskeisyys. Tässäkin yhteistyöhankkeessa vaara olisi ollut olemassa, koska toisella osapuolella, eli tässä tapauksessa TMNH-hankkeella, oli paljon enemmän sisältöosaamista.

Tarvemäärittelyssä pureuduttiin erityisesti siihen, millaisen some-profilin Satakunnan TE-toimisto halusi luoda ja mitkä kanavat sopisivat siihen parhaiten. Satakunnan TE-toimiston tavoitteena oli saavuttaa uudella sosiaalisen median palvelukokonaisuudellaan paremmin nuoret asiakkaat sekä tehdä molemminpuolisesta viestimisestä avoimempaa. Uuden some-palvelun myötä nuorten toivottiin olevan myös paremmin informoituja TE-palveluista ja omista mahdollisuuksistaan.

Tarvemäärittelyn perusteella alkuperäisessä suunnitelmassa olevien kanavien katsottiin parhaiten palvelevan toivottua kohderyhmää ja palvelun tavoitteita. Blogi sopisi hyvin pidempien informatiivisten tekstien kirjoittamiseen. Kesätyöt Satakunnassa Facebook-sivu oli jo itsessään osoittanut oman tarpeellisuutensa ja

Osaaja 2.0 -työnhakumobiilisovellukseen lisättäisiin QR-koodimahdollisuus, mikä helpottaisi työnhakuprofilien löytämistä.

Facebookissa Satakunnan TE-toimisto oli jo itse tehnyt pohjatyön yhteisön rakentamisella Työkkärin Tytin myötä ja sivua tultaisiin kehittämään edelleen eteenpäin. Lisäkanavien tarve selviäisi matkan varrella ja käyttöönotto riippuisi paljon myös aikatauluista.

3.2 SUUNNITELMA

3.2.1 Päälinjaukset

Jatkorahoitushakemuksen ja tarvemäärittelyn perusteella oli tunnistettavissa selvästi kolme kehitysalue, joihin jatkohankkeessa keskityttäisiin: uusi some-palvelu, Satakunnan TE-toimiston henkilöstö sekä palvelun jalkauttaminen. Kukin osa-alue jakautui vielä pienempiin alueisiin, jotka tulisivat myös osittain menemään päällekkäin toistensa kanssa.

Hyvien käytänteiden juurruttaminen TE-toimistoon ja heille toimivan sosiaalisen median palvelun suunnittelu (Liite 1) määriteltiin jatkorahoitushakemuksessa jatkohankkeen keskeisimmäksi tavoitteeksi. Tästä syystä uusi some-palvelu löytyy myös kuviosta ylimpänä ja sisältää pääasiallisesti sosiaalisen median kanaviin liittyvää sisällöllistä, visuaalista ja teknistä suunnittelua.

Keskeisellä sijalla TE-toimiston uuden palvelun juurruttamisessa ja levittämisessä asiakkaiden keskuuteen tulisi olemaan henkilöstö (Liite 2). Tästä syystä olisi tärkeää saada henkilöstö uskomaan uuteen palveluun ja varmistaa, että heillä on riittävä tietotaso palvelun markkinointiin. Tämän osa-alueen tärkein tehtävä olikin henkilöstön ja palvelun päivittämiseen liittyvien henkilöiden osaamisen lisääminen sosiaalisesta mediasta sekä kehityksen seuraaminen.



GRAAFI 1. Jatkohankkeen projektisuunnitelman päälinjaukset.

Kolmas osa-alue sisältää varsinaisen tiedottamisen ja markkinoinnin (Liite 3). Vaikka suurin jalkatyö uuden palvelun jalkauttamisessa tehdäänkin Satakunnan TE-toimiston sisällä ja joka päiväisessä asiakaspalvelussa, niin myös ulkoinen markkinointi on tärkeää. Uuden some-palvelun tarkoituksena on lisätä avoimuutta sekä kehittyä oikeasti hyödylliseksi työvälineeksi Satakunnan TE-toimiston ja sen asiakkaiden välillä. Käytössä olivat niin TE-toimiston sisäiset kuin ulkoisetkin kanavat, uusi some-palvelu sekä Työtä Meille Nyt ja Heti! -hankkeen sosiaalisen median kanavat.

3.2.2 Aikataulus

Päälinjojen määrittelyn lisäksi aikataulus on hankesuunnitelman kriittisimpiä kohtia. Jos aikataulus on ylioptimistinen, hyvin suurella todennäköisyydellä jokin tärkeä työvaihe (perehdys, kouluttaminen, vakiinnuttaminen jne.) jää vaillinaiseksi.

Jatkohankkeelle varattu vuoden toteutumisaikataulus tiedettiin jo etukäteen haasteelliseksi, mutta samalla ajan-kohtaiseksi Satakunnan TE-toimistossa tapahtuvien sisäisten ja ulkoisten muutosten takia. Projektisuunnitelmas- sa vuoden ensimmäisen sektorin ajateltiin kuluvan jo pelkästään järjestäytymiseen, Satakunnan TE-toimiston henkilöstön lähtötason selvittämiseen, tarvemäärittelyyn ja suunnitelman tekemiseen.

Suurin osa projektiin liittyvästä työstä tulotisiin toteuttamaan kahden keskimmäisen sektorin aikana. Tähän kuuluvat koulutukset, kanaviin tarvittavien muutosten sekä ohjeistusten tekeminen. Viimeinen sektori tulisi keskittymään aikaisempia sektoreita voimakkaammin tiedottamiseen ja markkinointiin sekä materiaalien keräämiseen loppuraportointia varten. Kokonaisuudessaan tiedotusta ja markkinointia sekä hankkeen sisäistä ja ulkoista arviointia tulotisiin toteuttamaan koko jatkohankkeen kaaren ajan.



GRAAFI 2. Projektisuunnitelman aikataulutus vuosikellon mukaan.

” ” Jatkohankkeessa jatkoivat osa-aikaisina TMNH-hankkeen projektipäällikkö ja IT-asiantuntija.

3.2.3 Resurssit

Samoin kuin aikatauluttaminen, myös resurssien määrittely on aina haastavaa. Kun hankkeita suunnitellaan, voidaan tehdä vain summittaisia arvioita tavoitteen saavuttamisen vaatimasta työmäärästä sekä muista kuluista. Budjettia suunnitellessa tavoitteena on, että se pysyy kohtuullisena sisältäen pientä liikkumavaraa kumpaankin suuntaan. Harvemmin budjetti osuu kuitenkin täysin kohdalleen ja varsinkin EU-hankkeissa muutoshakemuksia joudutaan aina silloin tällöin tekemään.

Resurssien määrittely oli myös jatkohankkeen kohdalla haastavaa. Palvelun siirtämisen ajateltiin kuitenkin vievän vähemmän resursseja, koska JobiJobi!-palvelu ei jatkaisi toimintaa enää samassa muodossa. Jatkohankkeessa tultaisiin uuden luomisen ja palvelun ylläpitämisen sijaan keskittymään jo olemassa olevan soveltamiseen Satakunnan TE-toimiston käyttöön ja TE-toimiston muihin tarpeisiin vastaamiseen sosiaaliseen mediaan liittyvissä asioissa.

Tästä syystä myös henkilöstöresurssit pienenevät puoleen aikaisemmasta. Jatkohankkeessa jatkoivat osa-aikaisina TMNH-hankkeen projektipäällikkö ja IT-asiantuntija. Lisäksi hankkeeseen rekrytettiin toinen IT-asiantuntija ja hyödyksi käytettäisiin myös muita Satakunnan ammattikorkeakoulun asiantuntijoita. Hankkeen vastuullinen johtaja ja projektisihteeri säilyivät samoina.

Satakunnan TE-toimiston panos hankkeeseen tulisi yhteyshenkilön muodossa (1 vko/kk). Yhteyshenkilöllä tulisi olemaan suuri rooli uuden palvelun käyttöönotossa ja jalkauttamisessa TE-toimiston sisällä. TE-toimiston valmiudesta ja halukkuudesta projektiin kertoi myös se, että he olivat valmiita sijoittamaan tarvittaviin laitehankintoihin, joita uuden some-palvelun sisällöntuotanto vaatisi.

3.2.4 Seuranta- ja arviointijärjestelmä

Itse suunnitelman lisäksi tärkeää on luoda toimiva seuranta- ja arviointijärjestelmä, jonka avulla voidaan seurata hankkeen etenemistä, tavoitteiden saavuttamista sekä niiden kestävyyttä. Hyvän seuranta- ja arviointijärjestelmän avulla huomataan myös ajoissa, jos hankkeen alkuperäisiä tavoitteita ja toimintamalleja tarvitsee muuttaa. Näin kävi esimerkiksi Työtä Meille Nyt ja Heti! -hankkeen ensimmäisenä vuonna, kun huomattiin, että työnhakijat ja yritykset eivät olleet vielä valmiita some-rekrytointiin, mikä muutti hankkeen missiota enemmän informatiiviseen suuntaan.

EU-rahoitteisissa hankkeissa on jo itsessään kattavat seuranta- ja arviointijärjestelmät: ohjausryhmä, puoli-vuosittaiset sekä vuosittaiset talous-, väli- ja seurantaraportit sekä hankkeen budjettiin sisällytetty ulkoisen tahon suorittama arviointi.

Työtä Meille Nyt ja Heti! -hankkeen 1.vaiheessa oli jo vuoden 2012 aikana toteutettu Referenssi Oy:n toimesta kattava ulkoinen arviointi. Jatkohankkeen lyhyestä kestosta ja selkeästä tavoitteesta johtuen näin kattavan arvioinnin uudelleen toteuttamisen katsottiin kuitenkin tarpeettomaksi.

Hankkeen hallinnointia ja jalkauttamisen arviointia palkattiin toteuttamaan SAMKin ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opiskelija opinnäytetyönään. Opinnäytetyö toimisi samalla ulkoisena arviointina jatkohankkeelle ja myös hyödyllisenä tietolähteenä hankkeelle jalkautumisen etenemisestä.

Virallisen raportoinnin ja ulkoisen arvioinnin lisäksi jatkohankkeessa toteutettaisiin itsearviointia erilaisten työkalujen avulla. Nämä arvioinnit sijoittuvat pääasiallisesti hankkeen alkua ja loppupäähän. Satakunnan TE-toimistolle suunnattujen kyselyjen avulla mitattaisiin henkilöstön asennemuutosta ja tietotason kartuttamista. Sosiaalisen median palvelun visuaalisen ja sisällöllisen arvioinnin sekä palvelun seuraajalukujen kehitystä seuraamalla pystyttäisiin puolestaan mittaamaan uuden palvelun vaikuttavuutta. •

TOTEUTUS

4.1 UUSI SOME-PALVELU

Kun uutta some-palvelua alettiin rakentaa, oli palvelun nimi yksi ensimmäisiä ratkaistavia asioita. Koska Satakunnan TE-toimistolla oli jo olemassa oleva presenssi sosiaalisessa mediassa Työkkärin Tytin muodossa, oli se myös hyvin looginen ratkaisu koko palvelukokonaisuuden nimeksi.

Tämä on hyvä osoitus siitä, miten yksinkertaisin ratkaisu voi osoittautua parhaaksi valinnaksi. Hyvin usein, kun tämäntyyppisiä muutosprosesseja toteutetaan tai vastaavasti jotain uutta yritetään synnyttää, syyllistytään yliajatteluun. Tämän osoitti jo Kesätyöt Satakunnassa -konsepti. TMNH-hanke teki paljon töitä Facebook-rekrysovellus Jobi-osajaan eteen, mutta vasta Facebook-sivu Kesätyöt Satakunnassa räjäytti potin. Sivun keräsi kuukaudessa yli 1000 tykkääjää, ja sen ainoa funktio on nuorille sopivien työ- ja harjoittelupaikkojen postaaminen. Tällä hetkellä useita samankaltaisia sivustoja on perustettu ympäri Suomea.

Nimen lisäksi päätettiin, että Työkkärin Tytti tulisi lainaamaan JobiJobi!-palvelusta tuttua rakennetta. Kun yrityksen tai organisaation sosiaalisen median presenssi koostuu useasta eri kanavasta, on niiden välinen synergia ja jossain tapauksissa myös eri kanaviin tuotettujen sisältöjen koonti toivottavaa. JobiJobi!-palvelussa kokoavana paikkana on toiminut palvelun kotisivu (www.jobijobi.fi). Kotisivulla on nähtävissä kaikki palveluun kuuluvat eri sosiaalisen median kanavat sekä mikä niiden funktio on. Työkkärin Tytti -palvelussa kokoavana osapuolena tulisi toimimaan Työkkärin Tytti Facebook-sivu.

4.1.1 Facebook-sivu Työkkärin Tytti

Koska Facebook-sivu tulisi säilymään myös uuden some-palvelukokonaisuuden keskiössä, olisi sen visuaalinen ilme tärkeä. Vanha ilme ei vastannut imagoa eikä myöskään ollut kovinkaan informatiivinen. Työkkärin Tytti nimeä lukuunottamatta ilmeessä ei mitenkään käynyt ilmi, että kyseessä oli autenttinen TE-toimiston profiili. Työ- ja elinkeinoministeriön yleisessä sosiaalisen median ohjeistuksessa (TEM ja sosiaalinen media 2010) kehoitetaan viestintäkanavasta riippumatta, että sen pitäisi kantaa organisaation virallisia tunnusmerkkejä ja olla linkitetty myös asianmukaisille verkkosivuille.

TE-palveluissa tapahtuvien ulkoisten muutosten takia siirtyminen Työkkärin Tytin uuteen visuaaliseen ilmeeseen haluttiin tehdä asteittain. Tästä syystä aluksi Työkkärin Tytti Facebook-sivun profiilikuva säilyi samana ja taustakuvassa demonstroitiin TE-palvelujen uutta visuaalista ilmettä. Kansikuva tehtiin informatiiviseksi lisäämällä tietoa Satakunnan TE-toimistojen toimipaikoista. Myös sivun postauksissa informoitiin tulevista muutoksista visuaaliseen ilmeeseen.



KUVA 1. Työkkärin Tytti -sivu alku- ja loppuvuodesta 2013.

Alkusuksystä 2013 Työkkärin Tytin profiilikuva korvattiin TE-palvelujen logolla. Työkkärin Tytin kuva sisällytettiin kuitenkin kansikuvaan. Kahden vuoden aikana Työkkärin Tytti -kuva on kerryttänyt visuaalista tunnistusarvoa ja on edelleen yleisilmeltään raikas. Kuvasta tehtiin valmis kansikuvapohja, johon voi liittää vaihtuvia tekstejä. Näin uudesta ilmeestä saatiin informatiivinen ja se oli myös selvästi tunnistettavissa TE-toimiston palveluksi. (Kuva 1.)

Visuaalisen ilmeen lisäksi Facebook-sivun sisältö kaipasi terävöittämistä. Alkuarviointihetkellä sivun sisältö koostui pitkälti muiden sivuilta välitetyistä postauksista, eikä välitettyjä linkkejä oltu aukaistu (kerrottu miksi juuri tämä linkki on postattu tälle sivulle) seuraajille. Muutenkin sivulta puuttui henkilökohtainen ote. Koska sivu selvästi profiloituu Työkkärin Tyttiin, joka sivun kuvauksessa määritellään Satakunnan TE-toimiston virtuaaliasiantuntijaksi, pitäisi postauksista välittyä, että niiden takana on oikea ihminen. Itse toteutetun materiaalin osuutta haluttiin kaiken kaikkiaan nostaa ja monipuolistaa. Teksti- ja linkkipi-toisten postausten lisäksi joukkoon pyrittäisiin lisäämään videoita, kuvia ja hieman huumoripitoisempaa-kin sisältöä.

Työkkärin Tytin loppusuksystä 2013 tekemän kyselyn perusteella nuoret itse toivoivat Facebook-sivulle seuraavanlaista sisältöä:

- Tietoa nuorten palveluista
- Työnhakuvinkkejä
- Ajankohtaista asiaa TE-toimiston asiantuntijoilta
- Muistutuksia rekrytointitapahtumista
- Videotarinoita "Näin sain töitä"-tyyliin
- Valaistusta TE-toimiston verkkopalveluista

Viestimisestä haluttiin tehdä persoonallisempaa välttämällä monesti virallisessa asiainnissa vastaan tulevaa virkamieskieltä. Sivustolle haluttiin tuottaa asiapitoista sisältöä, mutta helposti ymmärrettävällä tavalla. Päivitystiimin kanssa tehtiinkin töitä sen eteen, että tyyli pysyisi yhtenäisenä kautta linjan ja päästäisiin "tyttimäiseen" tilaan.

Facebook-sivun seuraajille annettiin mahdollisuus ottaa yhteyttä päivitystiimiin seinäpostautusten, mutta myös yksityisviestien kautta. Sivun kuvauksessa tehtiin kuitenkin selväksi, että tämä ei korvaa oikeaa asiointia TE-toimistossa ja sivulla on mahdollista saada vain yleisluontoista neuvontaa. Päivitystiimin kanssa tehtiin vastaavasti selväksi, että seuraajien viestimismahdollisuus on päivitystiimiltä palvelulupaus antaa vastaus kohtuullisessa ajassa.

4.1.2 Blogi

Aivan alussa pohdittiin siirretäänkö alkuperäinen Jobi-blogi suoraan Satakunnan TE-toimiston käyttöön. Jobi-blogissa todettiin kuitenkin olevan paljon sen tyyppistä materiaalia (kuten TMNH-hankkeen aikana tuotetut tiedotteet), jotka eivät liity Työkkärin Tyttiin tai sen tarjoamiin palveluihin. Materiaalin poistamista ei sosiaalisessa mediassa katsota yleisesti ottaen hyvällä, joten Jobi-blogin käyttäminen ei ollut vaihtoehto.

Jobi-blogista lainattiin kuitenkin joitain tuttuja elementtejä blogiin, kuten valikkorakenne ja vanhan blogin layout. Oman blogin myötä myös blogin osoite (tyokkarintytti.wordpress.com) olisi linjassa palvelun nimen kanssa, eikä sen kanssa syntyisi samanlaisia ongelmia kuin TMNH-hankkeella oli alussa. Jobi-blogi oli alussa hankkeen entisen projektipäällikön nimissä (mapoyri.wordpress.com) ja suuren kävijämäärän vuoksi sitä olisi ollut hankalaa muuttaa. Siirto viralliseen nimeen tapahtui vasta uuden kotisivun myötä vuonna 2012.

Blogin haluttiin oleva paikka, josta nuoret saisivat tietoa TE-palveluista ja työnhausta ja voisivat lukea muiden kokemuksia. Se olisi oiva paikka myös vastata virkailijoilta usein kysytyihin kysymyksiin. Jobi-blogista tuttua vieraskynä-mallia haluttiin myös jatkaa. Nuorten äänen kuuluminen blogissa olisi arvokas lisä Satakunnan TE-toimistolle. Loppusyksystä 2013 blogia varten tuotettiinkin tekstejä SAMKin yritysviestinnän opiskelijoiden toimesta työelämäkokemuksista.

Itse blogi aukesi vasta loppusyksystä 2013 johtuen TE-toimistojen muista muutoskiireistä. Toisaalta tämä antoi Satakunnan TE-toimiston yhteyshenkilölle aikaa perusteelliseen perehtymiseen alustaan ja tuottaa valmiiksi tekstejä.

4.1.3 Osaaja 3.0 ja Kesätyöt Satakunnassa

Osaaja 3.0 -mobiilityönhakusovellusta alettiin heti vuoden alusta kehittää Satakunnan TE-toimiston tarpeita vastaaviksi. Alkukeväästä kuitenkin selvisi, että myös työministeriössä oltiin suunniteltu vastaavanlaista sovellusta avoimia työpaikkoja varten. Tästä syystä TMNH-hankkeen tarjoama sovellus kävi turhaksi ja resurssit päätettiin suunnata muuhun (kts. 4.1.4.).

Facebook-sivu Kesätyöt Satakunnassa päätettiin puolestaan siirtää suoraan sellaisenaan Satakunnan TE-toimistolle, mikä tapahtuikin syyskuun alussa 2013. Satakunnan TE-toimistossa käytiin jonkin verran keskustelua siitä, mitä mieltä yritykset olisivat työpaikkojen lisäämisestä sosiaaliseen mediaan ja kuinka suuri työ työpaikkojen lisääminen on manuaalisesti.

TE-palvelujen uusilla sivuilla (te-palvelut.fi) työpaikkailmoituksissa on kuitenkin jo valmiiksi sosiaalisen median jakonappulat ja ihmiset ovat tähänkin päivään mennessä jakaneet TE-palvelujen sivuilta löytyneitä työpaikkoja verkossa, joten loppupeleissä sivun päivittämistä ei katsottu ongelmaksi. Satakunnan TE-toimisto päätti kuitenkin vielä erikseen markkinoida some-mahdollisuutta yrityksille seuraavan kesätyöhakukauden alkaessa.

4.1.4 Muut kanavat

Koska Osaaja 3.0:n suunnittelusta vapautui resursseja, haluttiin niitä kohdistaa johonkin muuhun. TEM oli kevään 2013 aikana julkaissut useita TE-palveluihin ja Nuorisotakuuseen liittyviä videoita (youtube.com/user/TEMvideot). Tämä herätti myös Satakunnan TE-toimiston kiinnostuksen videoiden mahdollisuuksista. Hankkeesta löytyi jo valmiiksi video-osaamista, joten Satakunnan TE-toimiston saatua luvan oman YouTube -kanavan perustamiseen, alettiin kanavan sisältöä suunnitella. Tässä vaiheessa elettiin kesää 2013. Oman videokanavan avulla Satakunnan TE-toimiston toivoo pääsevänsä esittelemään paremmin eri toimipisteitä ja Satakunnan alueen yrityksiä. Kanava toimisi myös hyvin uuden blogin rinnalla.

YouTube-kanava on vielä kirjoittamishetkellä rakennustyön alla, mutta tulee julki todennäköisesti vuoden 2014 alkupuolella. Puhetta jatkohankkeen loppupuolella oli myös Twitter- ja SlideShare -tilien avaamisesta. Twitter on mikroblogi, joka toimii hyvin esimerkiksi nopeaa päivittämistä vaativissa asioissa. SlideShare on puolestaan powerpoint- ja PDF-esitysten jakopalvelu. SlideSharen avulla Työkkärin Tytti pystyisi esimerkiksi tuottamaan helposti nuorille sopivia koosteita, kuten vaikkapa top 10 -työnhakuvinkkiä.

Lisäkanavat ovat kuitenkin tulevaisuuden suunnitelmia. Jatkohankkeen tavoitteena oli saada ensisijaisesti alkuperäisessä suunnitelmassa olevat kanavat toimintaan ja käyttöön. Kun some-palvelun pohja on tehty hyvin, on Satakunnan TE-toimiston myöhemmin helppo lisätä siihen lisää kanavia.

4.2 HENKILÖSTÖ

4.2.1 Yhteyshenkilö ja päivitystiimi

Jo projektisuunnitelmaa tehtäessä tiedettiin, että uuden some-palvelukokonaisuuden pääpäiväysvastuu tulisi olemaan TE-toimiston yhteyshenkilöllä. Sosiaalinen media toimii 24/7 ja sietää huonosti "radiohiljaisuutta". Oli siis oleellista, että palvelu päivittyisi myös silloin, kun yhteyshenkilö on estynyt. Useamman kanavan palvelukokonaisuuden ylläpitäminen yksin on lisäksi varsin haastavaa.

Tästä syystä yhteyshenkilön perehdyttämisen lisäksi liikkeelle lähdettiin heti päivitystiimin kokoamisella. Päivitystiimissä haluttiin saada mahdollisimman moni Satakunnan TE-toimiston toimipisteistä edustetuksi, jotta viestinnässä tulisi jokainen toimipaikka tasapuolisesti esille. Kokoon saatiin siis viisi "Tyttöä", joiden osaamista ja some-managerointitaitoa alettiin kartuttaa.

Ensimmäiset palaverit käytettiin lähinnä tiimijäsenten tutustumiseen sekä tiimin huolien ja toiveiden kartoittamiseen. Lisäksi tiimin piti selvittää, miten varsinainen päivitusrutiini saataisiin toimimaan, jotta ei tulisi päällekkäisiä päivityksiä tai vastaavasti liian pitkiä päivitystaukoja.

Varsinaisia koulutuksia pidettiin kaksi, toinen ennen kesälomakauden alkamista ja toinen alkusyksystä. Tämä osoittautui hyväksi järjestelyksi, koska toisessa koulutuksessa voitiin palauttaa mahdollisesti kesälomalla unohtuneita asioita mieleen ja alkaa tosissaan juurruttaa opittuja asioita käytäntöön.

Ensimmäisessä koulutuksessa keskityttiin erityisesti siihen, mitä yhteisömanagerointi eli sosiaalisen median kanavien hallinnointi on. Tähän sisältyi niin sisällöntuotanto, moderointi kuin eri kanavien tekniset ominaisuudet. Tiimi sai myös vinkkejä verkon yleisestä seuraamisesta. Yhteisömanagerien on myös tärkeää tietää, mitä organisaatiosta puhutaan omien kanavien ulkopuolella.

Sosiaalisella medialla on paljon hyviä puolia verrattuna perinteisiin medioihin. Se on nopeampi ja edullisempi ja sinne tuotettu sisältö on helposti löydettävissä myös jälkikäteen. Tämä toimii kuitenkin myös toiseen suuntaan. Sosiaalisessa mediassa kriisitapaukset kärjistyvät nopeasti. Kriisitilanteissa kuumenemiskierre pitäisi heti päästä katkaisemaan ennen kuin on liian myöhäistä. Tyypillistä on, että huonoa palautetta ei välttämättä anneta suoraan virallisessa kanavassa, vaan asiasta keskustellaan muualla verkossa.

Yksi ensimmäisen koulutuksen tehtäviä oli siis valmistaa päivitystiimiä suhtautumaan oikealla tavalla negatiiviseen palautteeseen. Sosiaalisessa mediassa negatiivista palautetta ei ole suositeltavaa olla huomioimatta tai yrittää lakaista maton alle esimerkiksi poistamalla ylläpitäjän kannalta epämiellyttäviä kommentteja, poikkeuksena tietysti epäasialliset kommentit, kuten kiroilu, ja sivulle kuulumaton materiaali. palvelun hallinnoijana päivitystiimi on vastuussa rakentamastaan yhteisöstä ja siellä tapahtuvassa toiminnasta. Se miten päivitystiimi hoitaa oman osansa, vaikuttaa myös osaltaan Satakunnan TE-toimiston imagoon.

Kun ensimmäisessä koulutuksessa oltiin saatu käsitystä siitä, mitä some-palvelukokonaisuuden ylläpitäminen vaatii, paneuduttiin toisessa koulutuksessa kertaukseen ja hienosäätöön. Työkkärin Tytin Facebookin sisällössä oli tapahtunut jo kehitystä, mutta päivitystyylillä kaipasi edelleen persoonallisempaa otetta. Yhteisön ylläpitäjien tehtävä on innostaa ja motivoida seuraajiaan, mitä kaivattiin myös lisää. Tästä syystä TMNH-hanke järjesti päivitystiimille pienimuotoisen Tytti-workshopin. Workshopissa mietittiin Tytille lempinimeä ja hallitsevia luonteenpiirteitä. Tämän avulla haluttiin tehdä päivitystyylistä luontevampaa ja yhtenäisempää.

Päivitystyylillä on aina yritysکوhtainen, joten kaikkien yritysten kohdalla ei olisi välttämättä tarpeellista mennä näin pitkälle päivitystyylin muokkaamisessa. Työkkärin Tytti profiloituu kuitenkin niin voimakkaasti kansikuvan naishahmoon, joten on tärkeää, että päivitysten takaa välittyy aidon oloinen ihminen. On hyvin tyypillistä, kun päivitystä tai esimerkiksi artikkelia on kirjoittamassa useampi ihminen, se kadottaa omailemismaisuutensa ja muuttuu kylmäksi ja ehkä tylsäksikin asiatekstiksi.

Tytti-workshopin lisäksi koulutuksessa valmisteltiin tiimin virallista ohjeistusta. Tämä sisälsi muun muassa vastuualueet, sisältötavoitteet, palvelulupauksen ja palvelun tavoitteet (seuraajien aktiivisuus, määrä ja ikärakenne jne.). Palaverissa keskusteltiin myös siitä, että päivitystiimille perustettaisiin oma Facebook-ryhmä, jossa he voisivat heitellä keskenään ideoita ja keskustella sivulla ilmi tulleista asioista.

4.2.2 Koko henkilöstö

Jatkohankkeen alkaessa oli tärkeää informoida koko Satakunnan TE-toimistoa tulevista muutoksista. Heti tammikuussa Porin toimipisteessä pidettiin henkilöstölle informaatiotilaisuus, jossa kerrottiin yhteistyöstä SAMKIn kanssa, tulevasta some-palvelusta ja kantimista sen takana. Sosiaalisen median käyttöönottoa perusteltiin muun muassa sillä, että se tukee TE-palvelujen uutta palvelulinjamallia, jossa entistä monipuolisemmat verkkopalvelut ovat keskiössä.

Melkein heti perään aukaistiin myös henkilöstölle verkkokysely, jolla kartoitettiin heidän sosiaalisen median osaamistaan ja toiveita tulevia koulutuksia silmällä pitäen. Kyselystä kävi ilmi, että Satakunnan TE-toimiston henkilöstön sosiaalisen median osaaminen oli hyvin vaihtelevaa ja somen käyttö pääasiallisesti vähäistä. Erityisesti henkilöstö kaipasi siis perustietoa sosiaalisesta mediasta. Myös sen turvallisuus mietitty monia.

Kyselyn perusteella päätettiin muodostaa alkeis- ja jatkokoulutus. Koulutusten tavoitteena oli hälventää sosiaaliseen mediaan yleisesti liittyviä ennakkoluuloja sekä nostaa Satakunnan TE-toimiston henkilöstön osaamistasoa sosiaalisesta mediasta. Tämän toivottiin lisäävän myös luottamusta uuteen somepalveluun, mikä edistäisi sen markkinointia asiakkaille.

Loppukeväästä 2013 pidetty Somekaste keskittyi siihen, mikä on sosiaalinen media, sen edut ja vaarat, netiketti, aiheeseen liittyvä lainsäädäntö sekä tutustumista tunnetuimpiin ja käytetyimpiin sosiaalisen median kanaviin, kuten Facebookiin, YouTubeen ja eri blogialustoihin. Syksyllä pidetyssä Somepulahduksessa käytiin lisää läpi eri sosiaalisen median kanavia sekä pureuduttiin perusteellisemmin siihen, miten sosiaalista mediaa voi käyttää työhaussa konkreettisten esimerkkien avulla. Myös muiden julkishallinnon organisaatioiden somenäkyvyys tuli tutuksi.

Joulukuussa 2013 henkilöstölle järjestettiin vielä aamukiertue, joka kiersi läpi kaikki Satakunnan TE-toimiston toimipisteet. Aamukoulutuksissa Työkkärin Tytti esiteltiin asiakaspalvelijoille ja heille jaettiin asiaa varten tehty Satakunnan TE-toimiston sähköiset palvelut -esite.

Joulukuussa tehtiin vielä loppukysely, jonka avulla haluttiin mitata TE-toimiston henkilöstön asenteissa ja osaamistasossa tapahtuneita muutoksia jatkohankkeen aikana. Näistä tuloksista enemmän Hankkeen arviointi-luvussa.



KUVA 2. Kuvakaappaus Somepulahdus Prezi-esityksestä. Molempien koulutusten esitysmateriaalit toteutettiin Prezi-alustalla, josta ne olivat vapaasti Satakunnan TE-toimiston henkilöstön ladattavissa.

4.2.3 Sosiaalisen median ohjeistus

Sosiaalisen median ohjeistus on yrityksen/organisaation virallinen kanta sosiaalisen median käyttöön työympäristössä niin strategisella kuin operatiivisella tasolla. Ohjeistukset saattavat olla jopa useita sivuja pitkiä. Yhä yleisempää on myös nähdä ohjeistuksia yritysten sivuilla julkisesti kaikkien luettavissa.

Syksyllä 2013 Satakunnan TE-toimistolle koottiin oma sosiaalisen median ohjeistus. TE-toimistoille oli tuossa omat valtakunnalliset ohjeet, mutta Satakunnan TE-toimisto katsoi kuitenkin oman ohjeistuksen olevan paikallaan Työkkärin Tytti-palvelun takia.

Omia ohjeita alettiin muokata TEMin sosiaalisen median ohjeistuksen (TEM ja sosiaalinen media 2010) pohjalta. Ohjeistuksessa haluttiin ottaa huomioon niin henkilöstö kuin Työkkärin Tytti -palvelu. Ohjeessa määriteltiin lisäksi Satakunnan TE-toimiston tavoitteet sosiaalisen median suhteen. Valmis ohjeistus hyväksyttiin johdolla ja lisättiin Satakunnan TE-toimiston intraan, jossa se on koko henkilöstön luettavissa.

4.3 JALKAUTTAMINEN

Palvelun jalkauttaminen oli koko jatkohankkeen läpi jatkunutta toimintaa, jossa sekä sisäisellä että ulkoisella jalkauttamisella oli yhtä suuri merkitys. Perinteisen tiedottamisen ja markkinoinnin lisäksi jalkauttamista tehtiin erityisesti sisäisesti. Näitä esimerkkejä on ollut jo nähtävissä tässä luvussa (infotilaisuudet, koulutukset, esite jne.).

Markkinointia lisättiin asteittain hankkeen loppua kohti sitä mukaa, kun palvelu valmistui. Päämarkkinointikanavina toimivat Työkkärin Tytin ja Työtä Meille Nyt ja Heti! -hankkeen omat sosiaalisen median kanavat. Ulkoisen markkinoinnin avulla haluttiin erityisesti lisätä Työkkärin Tytti -palvelun tunnettuutta nuorten keskuudessa sekä herättää median kiinnostus.

Medialle julkaistiin kaksi tiedotetta: ensimmäinen alkukevästä alkaneesta yhteistyöstä Satakunnan TE-toimiston ja SAMKin välillä, toinen loppuvuodesta palvelun valmistuessa. Alkuperäisessä suunnitelmassa oli tavoite julkaista useita tiedotteita vuoden mittaan, mutta palvelun aikataulun viivästymisestä johtuen karsittiin tiedotteiden määrää. Tyhjistä kun on turha tiedottaa.

Tästä syystä johtuen myös uuden some-palvelun markkinointia ei ehditty aloittaa kunnolla. Suunnitelmissa oli ollut esimerkiksi Facebook-kampanjan ja -kilpailun järjestäminen seuraajalukujen kasvattamiseksi. Tätä kirjoittaessa kesätyönhakukausi on kuitenkin lähestymässä. Se on oivallinen tilaisuus Satakunnan TE-toimistolla markkinoida palvelua nuorille koulukäynneillä ja eri tapahtumissa. Kesätyö-

haun myötä myös Facebook-sivu Kesätyöt Satakunnassa aktivoituu. Tätä kautta toivotaan myös lisää tykkääjiä Työkkärin Tytin Facebook-sivulle.

Vaikka ulkoinen tiedotus ja markkinointi ei ollut ehkä niin kattavaa kuin oli ajateltu, haastateltiin vuoden aikana sekä TE-toimiston yhteyshenkilöä että TMNH-hankkeen projektipäällikköä parinkin eri radiokanavan ja lehden toimesta. Lisäksi Työkkärin Tytti on päätenyt kahteen julkaisuun esimerkkinä julkishallinnon organisaation some-käytöstä. Sitten on tietysti myös tämä julkaisuraportti, jota parhaillasi luet.

Suurin ponnistus Työkkärin Tytti -palvelun markkinoinnissa oli TMNH-hankkeen loppuwebinaari, jossa Työkkärin Tytti oli luonnollisesti isossa osassa. Perinteisen tiedotustilaisuuden sijaan haluttiin tehdä jotain erilaista. TMNH-hankkeella oli kokemusta useamman webinaarin järjestämisestä, joten idea tiedotustilaisuuden ja seminaarin yhdistymisestä alkoi pian muotoutua. TMNH-hankkeen ja Satakunnan TE-toimiston edustajien lisäksi webinaariin kutsuttiin ulkopuolisia puhujia. He toivat lisäsyvyyttä webinaarin kahteen pääteemaan, jotka edustivat hankkeen kahta vaihetta: 1. vaihe eli sosiaalinen työnhaku ja -rekrytointi sekä 2. vaihe eli julkishallinnon organisaatio sosiaalisessa mediassa. Etäyhteyden avulla haluttiin varmistaa, että kaikki halukkaat pääsisivät seuraamaan tapahtumaa. Webinaari keräsi kiinnostuneita median ja erityyppisten organisaatioiden edustajista yksityishenkilöihin. •

HANKKEEN ARVIOINTI

JATKOHANKKEEN ulkoisen arvioinnin tavoitteena on ollut kartoittaa hankkeen tuotokset ja tulokset sekä arvioida hankkeen tehokkuutta. Hankkeen alkukartoitus (arvioinnin ja hankkeen tavoitteet) toteutettiin ulkoisen arvioitsijan toimesta keväällä 2013 ja loppukartoitus (tuotokset, tulokset, tehokkuus ja vaikuttavuus) vastaavasti hankkeen lopussa. Arviointia on toteutettu muun muassa haastatteleamalla rahoittajan, hankkeen koordinoijan ja asiakasorganisaation edustajia sekä hyödyntämällä hankedokumentteja ja hankkeen sisällä tuotettuja arviointimateriaaleja.

Työtä Meille Nyt ja Heti! -jatkohankkeen päätavoitteena oli vuoden kestävä jatkooajan puitteissa siirtää hankkeen aikana kerrytettyjä hyviä käytäntöjä Satakunnan TE-toimistolle sekä JobiJobi!-palvelun muuttaminen ja jalkauttaminen sen käyttöön. Hanke on pitkälti onnistunut tavoitteissaan. TE-palveluissa tapahtuvien muiden suurten muutosten takia projekti aikataulua jouduttiin korjaamaan. Vuosi on käytetty palvelun kehittämiseen ja osaamiseen siirtämiseen. Todellinen jalkauttaminen ja juurruttaminen jää täten asiakasorganisaation vastuulle. Palvelun todellista vaikuttavuutta voidaan tästä syystä mitata aikaisintaan vuoden päästä. Seuraavassa tarkempi kooste ulkoisen arvioinnin tuottamista tuloksista.

5.1 TUOTOKSET

Jatkohankkeen tuotoksiin kuuluu asiakasorganisaation suunniteltu sosiaalisen median palvelukokonaisuus, joka nimettiin Työkkärin Tytiksi. Palveluun kuuluu kaksi Facebook-sivua ja blogi (Kuva 3). Lisäkanavia on suunnitteilla.

Facebook-sivu Työkkärin Tytin visuaalinen ulkoasu ja sisältöä on uudistettu. Vuoden kestäneen kehitysprosessin aikana Facebook-sivun tykkääjämäärä on kasvanut yli kahdellasadalla ja seuraajien aktiivisuus on lisääntynyt (kehitystä on ollut nähtävissä erityisesti kesätyöhakukauden aikana). Myös yhteydenotot yksityishenkilöiltä ovat lisääntyneet Facebook-sivun kautta. Sivun seuraajien ikärakenne on kuitenkin pysynyt samana



KUVA 3. Työkkärin Tytti -palvelu kokonaisuus vuoden 2013 lopussa.

Palvelulle muodostettiin päivystiimi ja hankkeen TE-toimiston yhteyshenkilö kokee oppineensa henkilökohtaisella tasolla erittäin paljon sosiaalisesta mediasta ja on onnistunut hyödyntämään uutta osaamistaan työssään. Koko henkilöstön some-tietämystasossa on tapahtunut positiivista kehitystä koulutusten myötä ja suurin osa kokee Työkkärin Tytti-palvelun olevan hyödyllinen asiakkailleen.

Satakunnan TE-toimiston henkilöstölle on tuotettu sosiaalisen median ohjeistus ja päivitystiimille vielä erikseen oma yksityiskohtaisempi ohjeistus. Lisäksi asiakaspalvelijoille suunniteltiin jaettava esite sähköisistä palveluista ja koko jatkohankeprosessista tuotettiin julkaisu.

5.2 TEHOKKUUS

JobiJobi!-palvelu on onnistuneesti räätälöity asiakasorganisaation tarpeita vastaavaksi. Uusi Työkkärin Tytti -palvelu ei kuitenkaan vielä tavoita nuoria. Tällä hetkellä Työkkärin Tytti Facebook -sivun tykkääjien suurimpana ikäryhmänä on säilynyt 25-44 -vuotiaat, ei tavoiteltu alle 30 -vuotiaiden ryhmä. Todennäköisenä syynä tähän on ollut palvelun valmistumisen viivästyminen, jonka takia palveluun liittyvää markkinointia ei ehditty aloittamaan vielä vuoden 2013 puolella. Koska sivun tykkääjämäärä on kuitenkin kasvanut 200:lla, voidaan päätellä, että palvelu tavoittaa ajateltua laajemman ryhmän.

Suurin osa Satakunnan TE-toimistossa järjestettyihin some-koulutuksiin osallistuneista piti niitä hyödyllisinä. Moni jäi kuitenkin koulutuksista pois ajanpuutteen takia. Tämä on osaltaan vaikeuttanut sosiaalisen median osaamisen siirtämistä. TE-toimiston sisällä tapahtuvat muut muutokset heijastuivat myös palvelun jalkauttamiseen. Hankkeen päättyessä palvelu oli käyttövalmis, mutta sitä ei vielä oltu saatu osaksi TE-toimiston arkipäivää, josta syystä kaikkia tuloksia on vielä vaikea nähdä tässä vaiheessa.

Sosiaalisen median palveluiden tarpeellisuus on kuitenkin ymmärretty kohdeorganisaatiossa ja osaamista on siirretty siinä määrin, että palvelulla on edellytykset kasvaa ja kehittyä.

5.3 VAIKUTTAVUUS

Sosiaalisen median palvelun todellinen käyttöönotto tapahtuu vasta vuoden vaihteen jälkeen, jolloin myös palvelun laajempi markkinointi alkaa. Tästä syystä palvelun vaikuttavuutta on vielä liian aikaista mitata.

Käyttöönoton ja aktiivisen markkinoinnin alettua, on todennäköistä, että palvelu tavoittaa myös tavoitelun kohderyhmän eli nuoret paremmin. Tämä lisäksi jo nyt on nähtävissä, että palvelu tavoittaa laajasti myös muita kohderyhmiä, jotka eivät välttämättä muuten ole suoraan TE-toimiston asiakkaista (oppilaitokset, yritykset jne.).

Palvelulla voidaan olettaa olevan muun muassa seuraavanlaisia vaikutuksia:

- Nopeuttaa työpaikkojen täyttämistä
- Tukee mm. nuorten työllistymistä parantamalla ja nopeuttamalla tiedon kulkua TE-toimiston ja kohde ryhmän sekä suuren yleisön välillä
- Tehostaa prosesseja ja kustannuksia, tukemalla TE-palvelujen sähköistymistä ja siirtymistä itsepalveluihin
- Parantaa Satakunnan TE-toimiston imagoa avoimena ja asiakaslähtöisenä organisaationa
- Kehittää TE-toimiston organisaatiota ja työntekijöiden osaamista.

Lähde:

Jenni Eikrem: Hankkeen tehokkuuden ja vaikuttavuuden arviointi. Puheenvuoro Työtä Meille Nyt ja Heti! -hankkeen loppuwebinaarissa 2013. •

PALVELUN JATKOKEHITYS

VUODEN 2013 päättyessä Satakunnan TE-toimiston Työkkärin Tytti -palvelu on siis hyvällä alulla, mutta myös monien haasteiden edessä. Yksi hankkeen kriittisimpiä kohtia on, kun vetovastuu uudesta tuotteesta siirtyy asiakasorganisaatiolle. Tämä on se vaihe, jossa kehitetty tuote alkaa ottaa lopullista muotoaan ja joko ottaa paikkansa organisaatiossa tai vaipuu unholaan. Apupyörät on kuitenkin pakko irrottaa jossain vaiheessa.

Satakunnan TE-toimiston panostus hankkeeseen on jatkohankkeen aikana ollut kiitettävää, mikä lupaa hyvää myös palvelun jatkolle. Jatkosuunnitelmia Työkkärin Tytti -palvelulle on kehitetty aktiivisesti varsinkin yhteyshenkilön toimesta. YouTube-kanava saadaan pyörimään lähitulevaisuudessa ja myös muiden kanavien lisäämisestä on ollut puhetta.

Ennen kuin uusia kanavia aletaan palveluun kuitenkaan lisäämään, on tärkeää, että jo olemassa olevat kanavat toimivat ja ovat vakiintuneet käyttöön. Tämä vaatii tietyntyyppistä rutinoimista ja myös jatkuvaa seuraajien tarpeiden selvittämistä ja aktiivista sitouttamista.

Päivitystiimin toimintaa onkin tarkoitus edelleen tehostaa vuoden 2014 alusta. Erittäin tärkeä asia palvelun jatkuvuuden kannalta onkin riittävä resursointi myös jatkossa. Yhden hengen voimin palvelua on raskas ylläpitää ja palvelu jää helposti junnaamaan paikalleen.

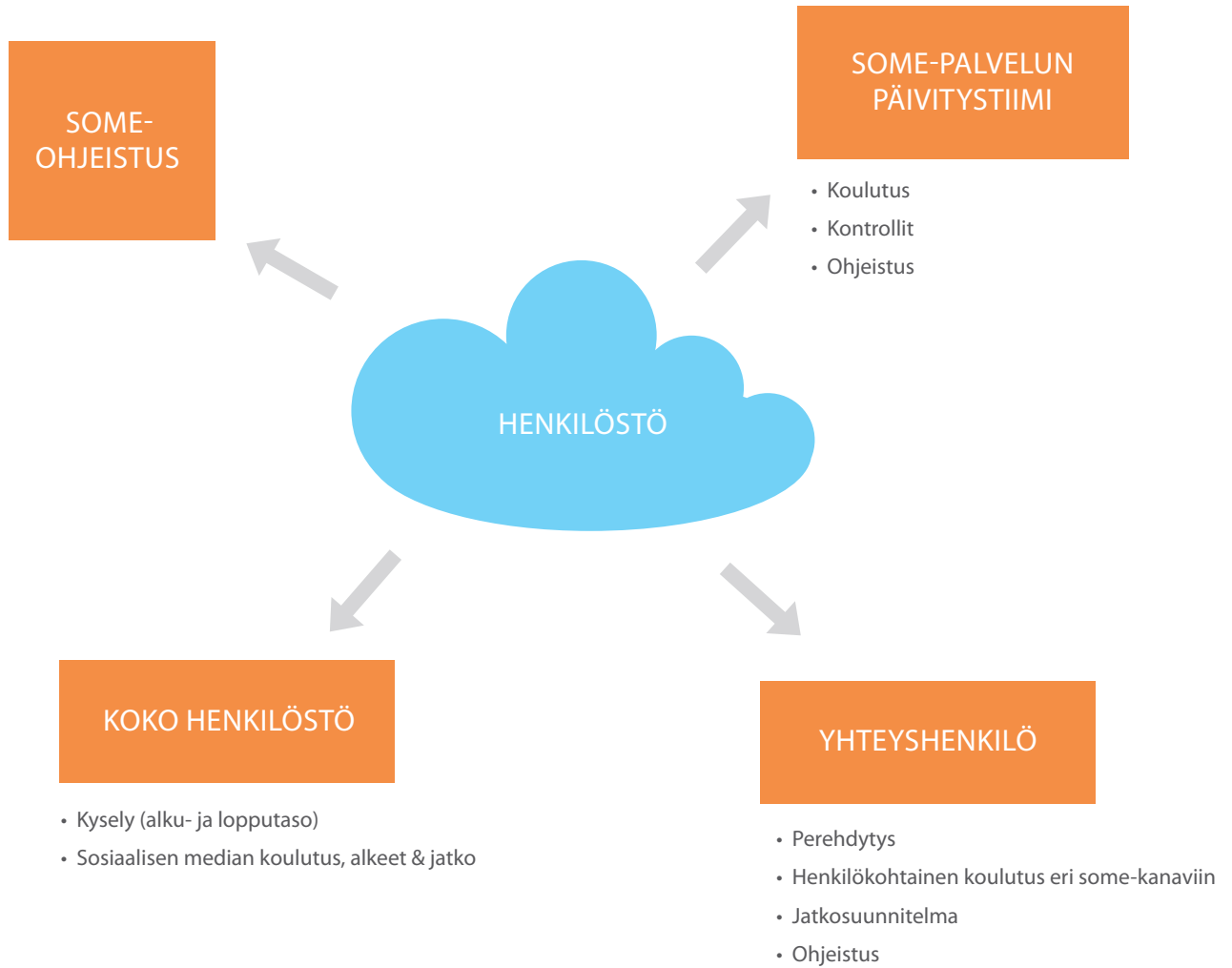
Palvelun alkaessa juurtua Satakunnan TE-toimiston arkeen, toivottavasti myös muu henkilöstö saadaan entistä enemmän mukaan palvelun kehittämiseen. Henkilöstön asema palvelun juurruttamisessa asiakkaiden käyttöön tulee säilymään suurena myös tulevaisuudessa.

Kolmas palvelun kehittymisen ja vaikuttavuuden kannalta tärkeä osa on tulosten jatkuva seuranta. Periaatteessa tämä tarkoittaa tilastojen ja ruohonjuuritason keskustelun seuraamista. Hyvin usein tämä on se kohta, joka unohdetaan. Miten muuten voidaan kuitenkin palvelun todellinen vaikuttavuus todeta? Välitavoitteiden asettaminen motivoi tekijöitään ja kehitystä seuraamalla myös muutostarpeet huomataan nopeammin.

Eniten uuden palvelun kehittämisessä tullaan kuitenkin tarvitsemaan pitkäjänteisyyttä. Voi olla, että tuloksia nähdä jo puolen vuoden sisään TMNH-hankkeen päättymisestä tai vasta parin vuoden jälkeenkin. Joka tapauksessa palvelun menestyminen tulee vaatimaan Satakunnan TE-toimistolta työtä ja palvelun jatkuvaa työstöä. •

” Eniten uuden palvelun kehittämisessä tullaan kuitenkin tarvitsemaan pitkäjänteisyyttä.







Yleishyödyllinen opus, jossa konkreettisen esimerkin kautta seurataan, miten some eli sosiaalinen media sulautetaan osaksi julkisorganisaation palvelutoimintaa.

