

Vuoden 2024 verkkoluvut ja kanavasuunnitelman startti 2025

Kirkko ja kaupungin johtokunta 24.02.2025 § 8
119/00.01.01/2025

Esittelijä Viestintäpäällikkö Holappa Kimmo

Päätösehdotus Kirkko ja kaupungin johtokunta keskustelee asiasta ja merkitsee saadun selvityksen tiedoksi.

Käsittely Käsittelyn aikana käytettiin kuusi puheenvuoroa.

Päätös Kirkko ja kaupungin johtokunta keskusteli asiasta ja merkitsi saadun selvityksen tiedoksi.

Päätöshistoria

Selostus

Vuosi 2024 oli videosisältöjen vuosi, sillä sekä Kirkko ja kaupungin Instagram että Tiktok paransivat tavoitavuuttaan. Nämä kanavat koostuvat pääosin pystyvideosisällöstä. Instagramissa saavutimme vuoden aikana 1,8 miljoonaa näyttökertaa (+0,3 milj. vrt. vuoteen 2023) ja Tiktokissa 2,3 miljoonaa näyttökertaa (+0,48 milj.). Myös vaakavideoiden katselu lisääntyi K&K:n Facebookin ja Youtuben puolella.

Kirkko ja kaupungin Facebook-sisältöjen näyttökerrat laskivat 10,7 miljoonaan näyttökertaan (-3,3 milj., laskeva trendi jatkuu). X-postauksillamme oli 0,24 miljoonaa näyttökertaa (-0,33 milj.). Tähän kehitykseen vaikuttavat muun muassa mediasisältöjen kannalta negatiiviset algoritmit ja käyttäjäkunnan muutokset.

Audiosisältöjen kuuntelu nousi 20 prosenttia verrattuna vuoteen 2023. Uutiskirjeen tilaajamäärä nousi 5 prosenttia ja näköislehtien lukeminen verkossa pysyi ennallaan. Kirkko ja kaupunki mainittiin muun median jutuissa 91 kertaa.

Viime vuonna kirkkojakaupunki.fi-verkkosivustolla kävi viikon aikana keskimäärin 38 000 eri lukijaa (- 3500 vuoteen 2023). Tämän vuoden viiden ensimmäisen viikon aikana tämä keskiarvo on kuitenkin ylittynyt kirkkaasti: sivustolla on vierailut viikossa keskimäärin 50 000 eri kävijää. Tätä voi selittää se, että toimitus on siirtynyt toteuttamaan kanavasuunnitelmaa.

Kanavasuunnitelman henkeä noudattaen kaksi kirjoittavaa toimittajaa on siirretty "verkko edellä" -toimittajiksi, jotka on vapautettu printin aikatauluista ja vaatimuksista. Heidän työtään ohjaa sataprosenttisesti verkkoaiheiden etsintä ja toteuttaminen. Sisältöjen suunnittelussa toimitus käyttää kanavasuunnitelman uutta tsekkauslistaa, jossa ensisijaisena kohderyhmänä ovat 25–35-vuotiaat pääkaupunkiseutulaiset.

Kanavasuunnitelman mukaisesti omaa, someyhtiöiden mielivallasta riippumatonta yleisöä on kasvatettu toteuttamalla hakukonenäkyvyyden auditointi ja toteuttamalla siinä suosittelut toimenpiteet. Nyt myös Kirkko ja kaupungin oma mobiilisovellus on sovelluskaupoissa kaikkien ulottuvilla. Sitä markkinoidaan tämän vuoden aikana,

mm. viikolla 15 sovellus näkyy isosti joukkoliikenteen diginäytöillä (metrot, ratikat, bussit, Vantaan juna-asemat). Toinen mainoskampanja toteutetaan somessa. Myös seurakuntien diginäytöille tuotetaan mainosmateriaalia. Kanavas suunnitelman tavoitteisiin on kirjattu, että sovelluksella olisi 3000 käyttäjää ensi vuoden vaihteessa.

Johtokunnalle annetaan ensimmäinen varsinainen puolivuotiskatsaus kanavas suunnitelman toteutuksesta elokuun kokouksessa, jolloin kevätkauden luvut ovat tiedossa.

Liitteessä selvitetään verkkokävijälukuja tarkemmin.

Asiassa ei ole tarpeen tehdä lapsivaikutusten arviointia.

Lisätiedot

Päätoimittaja Pauli Juusela, p. 09 2340 4020, pauli.juusela@kirkkojakaupunki.fi