

Kanavas suunnitelman väliseuranta – puolivuotiskatsaus ajalta tammikuu-kesäkuu 2025

Huomioita:

Puoli vuotta on todella lyhyt aika saada uudistuksia aikaan. Kanavas suunnitelman toteuttaminen on pitkäjänteistä hommaa. Varsinainen tsekkaus tehdään aikanaan koko vuodesta 2025.

Kanavas suunnitelman kaikissa numeerisissa tavoitteissa on nousua. Se on kunnianhimoista ja niin pitää ollakin, mutta kilpaillussa digimaailmassa myös vaikeaa saada aikaan jatkuvaa kasvua kaikilla mittareilla. Varsinkaan kovin nopeasti. Hommaa hankaloittaa luonnollisesti se, että kevätkaudella sisältöä tekevien toimittajien määrä on laskenut. Vaikka kilpailemme ensisijaisesti laadulla, on myös julkaisujen määrällä suora yhteys tavoittavuuteen, kävijälukuihin yms. Toimittajien määrään tulee onneksi syyskaudella muutos.

Mobiilisovellus:

Kirkko ja kaupungin mobiilisovellus lanseerattiin helmikuun 2025 alussa, jolloin sitä mainostettiin omassa mediassa.

Dagmarilta ostettiin **mainoskampanja** joukkoliikennevälineissä. Se näkyi 7. –13.4. ja maksoi noin 25 000 euroa. Mainossloganeja työstettiin Haaga-Helian markkinointiopiskelijoiden kanssa. Kampanja saavutti 2,7 miljoonaa näyttökertaa pk-seudun busseissa, ratikoissa ja metroissa sekä vantaalaisilla juna-asemilla.

Kampanja ei realisoitunut sovelluksen latauksina: saimme vain 150 uutta latausta. Näemme mainoskampanjan K&k-brändin yleismarkkinointina ja mielikuvan juurruttamisena. Myös toisto on mainonnassa tärkeää: kun ihminen on kerran nähnyt sovelluksen liikennevälineessä, ehkä hän tarttuu siihen, kun näkee mainoksen uudelleen jollain toisella pinnalla.

Digimainoskampanja (Google, Meta, Tiktok) kesti noin kuukauden touko-kesäkuussa. Kustannus 3000 euroa, ja sen aikana saimme 425 uutta latausta. Tulos on hyvä, ja digimainontaa jatketaan syyskaudella. Ei tämäkään pikatie ole, vaan pitkäjänteistä työtä.

Kesäkuun viimeisenä päivänä sovelluksella oli 1717 käyttäjää. Kanavas suunnitelmaan kirjattu tavoite on ensimmäisen vuoden aikana 3000 käyttäjää. Olemme siis tavoitteen mukaisessa vauhdissa.

Muita nostoja:

Vuoden 25 ensimmäisen puolikkaan aikana **verkkosivustolla** on ollut eri kävijöitä viikossa keskimäärin 39 400. Vuonna 2024 oli 38 000. Kanavas suunnitelman kova tavoite on 55 000 eri kävijää viikossa. Siihen päästään vain ylläpitämällä artikkelien korkeaa laatua ja kasvattamalla artikkelituotannon määrää.

Kanavas suunnitelmassa **Instagram-näyttökertojen** tavoite on vuodessa 2 miljoonaa. Seuranta-ajalla niitä oli 1 miljoona, joten tavoitetahdissa ollaan.

Kanavas suunnitelmassa **Tiktok-näyttökertojen** tavoite on 2,2 miljoonaa. Tiktokin näyttökertojen määrä oli jo vuonna 2024 2,3 miljoonaa! Nyt kuitenkin seuranta-ajalla vain 0,7 miljoonaa. Tiktok on herkkä alusta. Laskua selittää myös julkaisujen määrän lasku. Toimenpiteisiin ryhdytään.

Kanavas suunnitelmassa **Facebook-näyttökertojen** tavoite 18 miljoonaa. Seuranta-ajalla näyttökertoja 5,2 miljoonaa. Laskeva trendi Facebook-tavoittavuudessa jatkuu. Huomattakoon, että Fb:n tavoittavuus silti somekanavista isoin.

Kanavas suunnitelmassa **uutiskirjeen** tilaajamäärätavoite on 6000. Vuoden 24 lopussa tilaajia oli 4650, seurantajakson lopussa 4700 tilaajaa. Syksyllä perustetaan toinen uutiskirje, jonka suunnitellaan keskittyvän enemmän elämäntaitoon ja hiljentymiseen.