

Viestinnän seuranta ja arviointi

Yhdistyksen viestintä tarvitsee suunnittelua, seuranta ja arviointia. Ennen kuin viestinnän toteutumisesta voidaan kerätä tietoa, on hyvä rakentaa viestintäsuunnitelma, johon kirjataan muun muassa viestinnän tavoitteiden, kohderyhmien ja toimenpiteiden lisäksi se, millaista laadullista ja numeerista tietoa viestinnästä kerätään. Viestinnän keskeisimpien toimenpiteiden seuranta ja arviointia voi kirjata myös [Artsin arviointisuunnitelmaan](#).

Viestinnän tavoitteet ja tulokset

Viestinnän seuranta ja arviointi pohjautuu huolellisesti suunniteltuihin, konkreettisiin ja mitattaviin tavoitteisiin. Viestinnän tulisi tukea yhdistyksen perustoiminnan tavoitteita. Viestinnän tavoitteet voivat liittyä esimerkiksi vaikuttamistoimintaan, tietyn teeman tietoisuuden lisääntymiseen ja positiivisen keskustelun lisäämiseen, jäsen-, osallistuja- tai vapaaehtoisten rekrytointiin tai yhdistyksen tunnettuuden kasvuun.

Viestinnän seuranta, tiedonkeruu ja mittaaminen

Ihannetilanteessa viestinnän tavoitteiden toteutumista seurataan sekä laadullisilla että määrällisillä mittareilla. Viestinnästä kertyy helposti paljon erityisesti määrällistä tietoa. Oleellista on seurata niitä asioita, jotka ovat viestintätavoitteidenne osalta keskeisiä.

Alla on esimerkkejä eri viestintäkanaviin liittyvistä tiedon keräämisen tavoista:

- Sosiaalinen media
 - o arts-i-opas.fi -sivuilta löydät valmiin pohjan muutaman yleisimmin käytetyn sosiaalisen median sovelluksen seurantaan (tulossa syyskuu/2021)
 - o Sosiaalisen median valmiita kyselytyökaluja (esim. Facebook ja Instagram) voi käyttää avoimien kyselyiden rakentamiseen
- Verkkosivut:
 - o Analytiikkatyökaluja hyödyntäen mm. verkkosivuilla kävijöiden määrä, materiaalien klikkaukset
 - o Verkkosivuille voi lisäksi rakentaa avoimen palautekyselyn
- Uutis-/jäsenkirje:
 - o Uutiskirjeen analytiikkaa hyödyntäen esim. kirjeen tilaajamäärien kehitys, linkkien klikkaukset, palaute
- Jäsenlehti:
 - o Esimerkiksi tilaajamäärien kehitys, palaute
- Tapahtumat:
 - o Esimerkiksi kävijämäärät, jaetun materiaalin määrä, palaute
- Mediaseuranta
 - o Järjestöä, kampanjaa jne koskevat maininnat mediassa
- Kyselyt tai haastattelut esimerkiksi jäsenille ja sidosryhmille