

Järjestödigikartoitus



Julkaistu 13.12.2019

JÄRJESTÖDIGI

Avoine Oy
TIEKE Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry

Viestintä-Piritta Oy

Sisällys

Järjestödiggi-kartoitus 2019	3
Yhteenveto	5
Digitalisaatio järjestöissä	7
Digiosaaminen järjestöissä	16
Järjestöviestintä	29
Järjestöt ja sosiaalinen media	36
Lopuksi: Ajatuksia järjestödiggin tulevaisuudesta	49

Järjestödigigi- kartoitus 2019

Järjestödigigi-kartoitus selvittää vuosittain suomalaisten järjestöjen tilaa digitalisaatioon, digiosaamiseen, viestintään ja sosiaalisen median käyttöön liittyen. Kartoitus toteutettiin nyt kolmatta kertaa.

Kartoituksen tarkoituksena on:

- tarjota tietoa järjestöjen digitalisaation, digiosaamisen, viestinnän sekä somen tilasta ja kehityksestä Suomessa
- oivalluttaa järjestöaktiiveja digitaalisten palveluiden, järjestöviestinnän ja somen käytön mahdollisuuksista
- esitellä konkreettisia esimerkkejä järjestöjen tavoista toimia aihepiirin saralla
- pitää yllä keskustelua digiosaamisen ja digitalisaation merkityksestä järjestöissä

Kartoitukseen osallistui 479 suomalaisten järjestöjen edustajaa

Saimme vastauksia kaikenkokoisilta järjestöiltä, suurimpana vastaajajoukkona paikalliset yhdistykset, ammattiosastot sekä urheiluseurat (61 % vastaajista). Alueellisia järjestöjä tai piirejä edusti vastaajista 9 % ja liittoja tai muita valtakunnallisia järjestöjä 30 %.

Talous- ja elinkeinoyhdistyksiä, osuuskuntia ja työttömyyskassoja lukuunottamatta kaikki järjestöjen toimialat olivat edustettuina vastaajien joukossa. Eniten vastaajia oli sosiaali- ja terveysyhdistyksistä, urheilu- ja liikuntayhdistyksistä, vapaa-aika- ja harrastusyhdistyksistä sekä eläkeläisjärjestöistä. Myös ammatillisia yhdistyksiä oli vastaajissa paljon.

Kartoitukseen vastasi eniten järjestöjen hallituksen jäseniä tai varajäseniä (47 % vastaajista). Seuraavaksi eniten vastaajissa oli viestinnän asiantuntijoita, esimiehiä tai muita johtotehtävissä toimivia sekä jäsenasioiden hoitajia. Monet vastaajat toimivat järjestössään useammassa eri roolissa.

Kartoituksen vastaajaprofiilin laajuus tarjoaa ainutlaatuisen näköalan suomalaisen järjestökentän todelliseen tilanteeseen digitalisaation ja viestinnän kehityksen suhteen. Vertailu aiempien vuosien tuloksiin mahdollistaa myös kehityksen seuraamisen, johon olemme myös kiinnittäneet tänä vuonna huomiota.

Kartoituksesta löytyy vastaajien suoria lainauksia luvan tähän antaneilta. Jos sitaatti on haluttu antaa nimettömänä, kerrotaan sen yhteydessä vain sitaatin antaneen järjestön kokoluokka. Käytämme kartoituksessa termiä ”järjestö”, joka pitää sisällään kaikki erilaiset yhdistystoimintaa toteuttavat organisaatiot pienistä paikallisyhdistyksistä valtakunnallisiin liittoihin.

Kartoitus on kehitetty ja toteutettu Avoine Oy:n, TIEKE Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry:n ja Viestintä-Piritta Oy:n yhteistyönä. Toivomme, että löydät kartoituksen tuloksista näkökulmia ja ideoita oman järjestösi toimintaan - tämä on yksi tärkeimmistä tavoitteista tätä työtä tehdessämme. Kokonaisuuden kehittämiseksi kuulemme myös mielellämme palautetta kyselyyn sekä sen tuloksiin liittyen. Palautetta ja kommentteja voi lähettää osoitteeseen info@viestintapiritta.fi.

Annika Salmi
Tuomo Heikkilä

Hanna Vuohelainen

Susanna Koivisto
Piritta Seppälä

Avoine Oy

TIEKE Tietoyhteiskunnan
kehittämiskeskus ry

Viestintä-Piritta Oy



Yhteenveto

Järjestöt elävät samojen digitalisaatiokehityksen mahdollisuuksien ja haasteiden keskellä kuin kaikki muutkin organisaatiot. Järjestödigi-kartoituksella halutaan selvittää, miltä digitalisaation, digiosaamisen, viestinnän ja sosiaalisen median käytön tila ja kehityskulku suomalaisissa järjestöissä näyttää. Esittelemme vuoden 2019 tulokset tässä koosteessa.

Järjestöissä digitalisaatiolla haetaan toiminnan tehostamista ja uusien toimintamahdollisuuksien löytymistä ja kehittämistä. Digitalisaatio on paljon muutakin kuin teknologiaa. Kyse on pitkälti kulttuurin muutoksesta, jotta emme päädy ainoastaan korvaamaan nykyisiä toimintatapoja digitaalisilla.

Digitaalisen kehityksen välttämättömyys ja sen tuomat mahdollisuudet hahmotetaan selkeästi suomalaisissa järjestöissä. Järjestöjen digikehitystä hidastaa kuitenkin vuodesta toiseen pula taloudellisista resursseista. Myös henkilöresurssit ja siihen linkittyvä mahdollinen osaamisvaje jarruttavat monen järjestön digitalisoitumista.

Asenteiden muutos digitalisoitumista kohtaan on tulosten perusteella muuttumassa myönteisemmäksi - myös vanhemman ikäluokan keskuudessa.

Samaan aikaan järjestöjen viestintäsuunnitelmien sekä some- ja digitalisaatiostrategioiden määrä on kasvanut viime vuodesta. Suunnitelmallinen digitaalisten palveluiden käyttö säästää lopulta aikaa ja rahaa, mutta kaikki eivät ole päässeet aloittamisen vaikeudesta yli. Järjestöjen onnistumistarinat todistavat, että pienelläkin panostuksella voi saada aikaan merkittäviä muutoksia ja uutta tuulta järjestön toimintaan.

Digitaalisten palveluiden hyödyt, kuten ajan ja rahan säästyminen sekä virheiden väheneminen, nähdään vahvasti myös jäsenyyksien hallinnassa ja taloushallinnossa. 67 % järjestöistä kertoo käyttävänsä varsinaista jäsenrekisteriohjelmaa. Kun sähköiseen jäsenrekisteriin yhdistetään jäsensivut, joita on jopa 40 %:lla järjestöistä ja jäsenille tarjotaan mahdollisuus päivittää omia tietoja suoraan verkossa, on käsissä jo melko tehokas paketti.

Uusien mahdollisuuksien tunnistaminen ja käyttöönotto edellyttää osaamista. Järjestöissä osaamisen merkitys tunnistetaan. Kolmasosalle osaaminen ja sen puuttuminen näyttäytyy hidasteena digitaalisten ratkaisujen käyttöönotolle.

Osaamista tarkasteltiin kahdeksallatoista eri osa-alueella. Digitaaliset perustyövälineet ovat valtaosassa järjestöjä hyvin hallussa. Osaamista kaivataan tällä hetkellä mm. somen käyttöön, datan hyödyntämiseen, videoiden tuottamiseen ja verkkotyöskentelyyn.

Osaamiskysymys koskettaa myös jäsenistöä. Jos jäsenistön digitaidot ovat suhteellisen vaatimattomat, eivät kaikki digitaaliset ratkaisut tavoita ja palvele heitä.

Osaamismerkit olivat aiheena mukana ensimmäistä kertaa tämän vuoden kartoituksessa. Oppilaitokset, yritykset ja järjestöt voivat myöntää osaamismerkkejä, joilla mm. järjestötoiminnan yhteydessä kartutettua osaamista voidaan tuoda näkyväksi ja hyödyntää esimerkiksi työnhaussa. Osoittautui, että osaamismerkit ovat valtaosalle vielä uusia asia.

Jotkut ovat vielä huolissaan muun muassa kohtaamisten vähenemisestä digitalisaation myötä, kun taas toiset ovat oivaltaneet esimerkiksi sosiaalisen median tehokkaana kanavana löytää uusia ihmisiä mukaan järjestön toimintaan ja tapahtumiin. Sosiaalinen media onkin todettu järjestöissä elintärkeäksi tiedotus- ja markkinointikanavaksi. Jopa 81 % järjestöistä kertoi onnistuneensa sosiaalisen median avulla jossakin tavoittelussa asiassa.

Sosiaaliseen mediaan liittyy kuitenkin myös kääntöpuoli. Järjestöt kertovat haasteista vastuunjakoon, osaamiseen ja ihmisten tavoittamiseen liittyen. Lisäksi sosiaalista mediaa viestinnässään hyödyntävien järjestöjohtajien määrä on vähentynyt jopa 20:llä prosenttiyksiköllä viime vuodesta.

Sähköinen viestintä on tullut olennaiseksi osaksi jokaisen järjestön arkea ja tulosten perusteella vaikuttaa siltä, että monet järjestöt ovat löytäneet itselleen sopivimmat kanavat ja tavat viestiä. Myös sosiaalisen median tulevaisuus järjestökentällä näyttää valoisalta: vastaajat uskovat, että asenteiden, osaamisen ja tekniikan kehittyessä sosiaalisen median käyttö nousee uudelle tasolle lähivuosien aikana.

Digitalisaatio järjestöissä



DIGITALISAATIO
JÄRJESTÖISSÄ

Digiosaaminen
järjestöissä

Järjestöviestintä

Järjestöt ja
sosiaalinen media

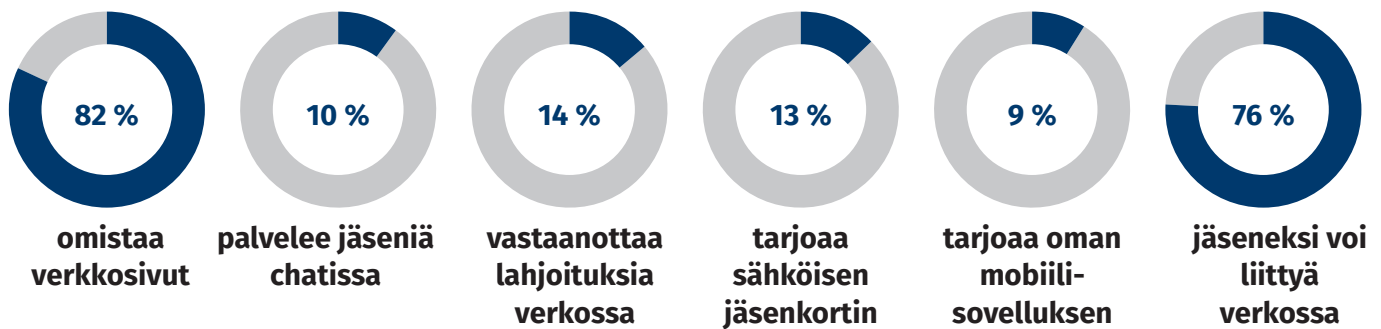
Digitalisaatio helpottaa järjestöjen keskeisimpiä prosesseja

Järjestödigi-kartoituksen ensimmäinen osa-alue käsittelee digitalisaation tilaa järjestöissä yleisesti. Tässä osiossa kerromme, mikä tilanne järjestöissä on tällä hetkellä ja mitä mahdollista muutosta on havaittavissa aiempiin kartoitustuloksiin nähden. Osa kysymyksistä on uusia, joista ei vielä ole nähtävissä vertailutietoa aiempiin vuosiin. Tarkastelemme tuloksia myös järjestön kokoluokan perusteella (paikalliset yhdistykset, ammattiosastot ja urheiluseurat; piirit ja alueelliset järjestöt; liitot ja valtakunnalliset järjestöt) eri vastauksissa.

Kysyimme, mitä järjestön toiminnan osa-alueita digitaalisten palveluiden koetaan helpottavan. Viime vuosien tapaan kartoitukseen vastanneiden mielestä digitalisaatio helpottaa järjestön keskeisimpiä prosesseja: sisäistä ja ulkoista viestintää, koulutusten ja tapahtumien järjestämistä sekä kampanjointia. Vähiten digitalisaatiosta koetaan olevan hyötyä järjestön varainhankinnassa. Tulokseen vaikuttaa osaltaan myös se, että kaikki järjestöt eivät tee varainhankintaa.

Digitalisaation koetaan hyödyttävän taloushallintoa selvästi enemmän kuin viime vuonna. Kaikista kyselyyn vastanneista 72 % kokee digitalisaation helpottavan järjestön taloushallintoa. Vuonna 2018 vastaajista 62 % oli tätä mieltä. Digitaalisten palveluiden kerrotaan vähentävän virheiden mahdollisuutta ja tarjoavan paikasta riippumattomaa, reaaliaikaista tietoa. Valtakunnallisissa järjestöissä hyötyjä nähdään enemmän kuin paikallisissa järjestöissä.

”*Digitaaliset sovellukset ovat helpottaneet huomattavasti taloudenhoitoa ja laskutusta. Ei enää tarvitse itse lähettää laskuja kirjeitse. Digitaalisuus on helpottanut myös huomattavasti jäsenrekisterin ylläpitoa, kun jäsenet voivat itse muokata tietojaan, päättää jäsenyyden jne. Tapahtumiin ilmoittautuminen tapahtuu verkossa, mikä on myös huomattavasti vähentänyt työtaakkaa, kun aikaisemmin ilmoittautumisia tuli puhelimitse ja tekstiviesteillä. Nyt kaikki ilmoittautumiset ovat samassa paikassa.*”
- Paikallinen järjestö

Järjestöistä..

Jäsenyyksien hallinta

Kolmasosalla ei jäsenrekisteriohjelmaa

67 %:lla kyselyyn vastanneista on jäsenrekisteriä varten oma ohjelma. Noin kolmasosalla ei siis ole varsinaista jäsenrekisteriohjelmaa. Jotkut kertovat käyttävänsä sen sijaan jäsentietojen ylläpitoon esimerkiksi jaettua Google Drive -tiedostoa.

Digitaalisen jäsenrekisteriohjelman koetaan säästävän aikaa ja vaivaa, kun kaikki jäsenyyksiin liittyvät asiat voi hoitaa samassa paikassa. Kyselyyn vastanneista 76 % kertoo, että heidän järjestönsä jäseneksi voi liittyä verkossa ja 44 % tarjoaa jäsenilleen mahdollisuuden päivittää omia tietojaan verkossa. Jos jäsenrekisteri on yhteydessä verkkosivuilla olevaan liittymislomakkeeseen, jäsenhakemukset siirtyvät suoraan jäsenrekisteriin ilman käsin tehtävää tietojen kopiointia. Digitaalisesta jäsenrekisteristä järjestöissä lähetetään myös tiedotteita ja laskuja halutuille kohderyhmille, kun jäsenten yhteystiedot löytyvät samasta ohjelmasta. Joissakin palveluissa onnistuu myös maksujen seuranta automatisoidusti.

” Digitaalinen jäsenrekisteri on helpompi hallita kuin manuaalinen. Myös taloudenhoito, tuloslaskelma ja tase on helpompi tehdä sähköisesti. Tapahtumiin voi helposti hakea rahoitusta sähköisesti.”
- Paikallinen järjestö

” Jäseneksi liittyminen verkossa on todella helppoa. Myös omien jäsentietojen hallinta verkossa onnistuu kätevästi ja muutosten teko on vaivatonta. Yhdistyksemme tapahtumiin ilmoittaudutaan aina jäsensivujen kautta. Sivut vaativat kirjautumisen jäsennumerolla ja tämä helpottaa sitä, ettei meidän tarvitse enää tapahtumassa tarkistaa osallistujan jäsenyyttä, koska se tapahtuu jo ilmoittautumisen kautta.” - Tehy ry

Järjestö jäsenen puhelimessa: sähköinen jäsenkortti ja mobiilisovellus

Sähköisen jäsenkortin tarjoaa 13 % kyselyyn vastanneista järjestöistä, ja vain 9 %:lla on oma mobiilisovellus. Mobiilisovellus voi mahdollistaa mm. omien jäsentietojen päivittämisen, push-ilmoitukset jäsenen puhelimeen, sähköisen jäsenkortin ja jäsenkyselyiden toteutuksen. Joskus mobiilisovelluksen käyttöönottoa jäsenten keskuudessa vauhditetaan esimerkiksi erilaisilla kampanjoilla tai arvunnoilla.

Sosiaalisen median kanavat avainasemassa tapahtumien suunnittelussa ja markkinoinnissa

Tänä vuonna havaitsimme edellisten vuosien tapaan, että sosiaalista mediaa pidetään vahvana osana järjestöjen digitalisaatiota. Some koetaan merkittävänä apuna erityisesti järjestöjen tapahtumien markkinoinnissa. Monet mainitsevat hyödyntävänsä tapahtuman sisäisessä suunnittelussa myös esimerkiksi Facebookin suljettuja ryhmiä tai WhatsApp-palvelua. Vain 19 %:lla kyselyyn vastanneista järjestöistä on käytössä varsinainen tapahtumanhallintajärjestelmä.



Tapahtumien osallistumismaksun maksaminen ilmoittautumisen yhteydessä on helpottanut paljon työtaakkaa, kun ei tarvitse alkaa laskuttamaan monen osallistujan osallistumismaksuja erikseen ilmoittautumisen jälkeen. Ilmoittautuminen ja maksaminen hoituu kätevästi taustalla ja pystymme keskittymään muihin järjestelyihin.” - Valtakunnallinen järjestö tai liitto

Neljäsosa kaikenkokoisista järjestöistä tarjoaa mahdollisuuden osallistua ainakin osaan tapahtumista myös etäyhteyksin. Kun järjestön jäsenet jakautuvat ympäri maata, on tärkeää saada osallistettua mukaan toimintaan myös heitä, jotka eivät pääse fyysisesti paikalle. Etäyhteyksiä tarjotaan luonnollisesti enemmän valtakunnallisissa järjestöissä kuin paikallisyhdistyksissä.



Järjestömme hallituksen kokouksista suurin osa on etäkokouksia. Se mahdollistaa ja helpottaa osallistumista ympäri Suomen. Meillä on verkkokauppa. Ilman digitaalisia sovelluksia ym. järjestömme olisi todella vanhanaikainen. Suurin osa jäsenistöstämme käyttää verkkoa ja sosiaalisia medioita päivittäin. On hyvä, että me olemme siellä, missä jäsenistömmekin on. Näin olemme myös helposti lähestyttäviä.” - Raila Riikonen, SMA Finland ry

Järjestöjen varainhankinta

Tulosten mukaan yksi suurimmista esteistä ja hidasteista järjestöjen digitalisoitumiseen vuodesta toiseen on ollut taloudellisten resurssien puute. Digitaaliset palvelut tarjoavat mahdollisuuksia esimerkiksi erilaisiin keräyskampanjoihin sosiaalisessa mediassa, lahjoitusten keräämiseen verkkolomakkeilla ja avustuksiakin voi hakea sähköisesti. Kuitenkaan suuri osa järjestöistä ei koe digitalisaation juuri edistävän varainhankintaa.

14 % järjestöistä kerää lahjoituksia verkossa

4 % kaikista kyselyyn vastanneista kertoo järjestöllään olevan kuukausilahjoitustoimintaa. Yhtä lukuunottamatta kaikissa näissä järjestöissä kuukausilahjoittajaksi voi liittyä verkossa. 10 % vastaajista kertoo, että heidän järjestöllensä voi tehdä verkossa kertalahjoituksia.

Vain 6 % järjestöistä kerää lahjoittajien tiedot lahjoittajarekisteriin. Kun tiedot löytyvät lahjoittajarekisteristä, kertalahjoituksen tehneille voi myöhemmin viestiä uusista keräyskohteista ja kuukausilahjoittajille kertoa vaikkapa lahjoituksilla tehdyistä saavutuksista, jotta lahjoitusten tekemistä jatketaan. Hyvät työkalut tarjoavat mahdollisuuden myös viestinnän automatisoimiseen, jolloin esim. kertalahjoituksen tehneelle voidaan lähettää heti kiitosviesti ja jonkin ajan kuluttua vaikkapa kutsu kuukausilahjoittajaksi. Lahjoittajarekisteri voisi näin toimia yhtenä järjestön ”myyntikanavana”, mutta sitä hyödynnetään vielä vähän.

”Data ja digitaalisuus tukevat koko jäsenyyspolkua. Modernit henkilöstö- ja taloushallinnon palvelut tuottavat tietoa oikea-aikaisesti ja mahdollistavat talouden läpinäkyvän johtamisen. Talouden ja toiminnan eheät ja oikeelliset tunnusluvut sekä ymmärrettävä ja visualisoitu tieto tukevat myös varainhankintaa, kuten valtionavustustoimintaa. - - Hyvät teknologiset valinnat, selkeästi dokumentoidut prosessit ja osaava henkilöstö parantavat avointa hallintoa, jäsenten osallisuutta ja tietojohdamista (tiedonhallintaa ja tiedolla johtamista). Ne ovat mielestäni tärkeitä arvoja järjestötyössä ja järjestötyön digitalisaatiossa.”

– Mikko Lehtonen, Suomen Partiolaiset - Finlands Scouter ry

Verkkokauppoja pääasiassa liitoilla

Kyselyyn vastanneista liitoista 34 %:lla on käytössään oma verkkokauppa. Piireistä 12 %:lla on oma verkkokauppa ja paikallisista yhdistyksistä 8 %:lla. Joissain tapauksissa verkkokaupan sijaan tilauksia esim. jäsen- tai kannatustuotteista vastaanotetaan verkkolomakkeella tai sähköpostitse.

Järjestöjen laskutustapana sähköposti suosituin

Kaikista kyselyyn vastanneista järjestöistä suurin osa laskuttaa pääasiassa sähköpostitse. Noin viidesosa kaikenkokoisista järjestöistä kertoo laskuttavansa pääosin e- tai verkkolaskuina ja viidesosa pääosin kirjeitse.

Liitoissa ja valtakunnallisissa järjestöissä e- ja verkkolaskuja lähetetään eniten, kun taas piireissä ja paikallisissa yhdistyksissä niitä käytetään vähiten sähköposti- ja kirjelaskujen ollessa suosituimpia tapoja. Paikallisista yhdistyksistä, ammattiosastoista ja urheiluseuroista lähes puolet (46 %) laskuttaa pääasiassa sähköpostitse.

”Digitalisaatio näkyy toiminnassamme lähinnä toimistolla käytettävien ohjelmistojen ja palveluiden osalta. Sähköinen laskutus on todennäköisesti seuraava isompi muutos.”
- Valtakunnallinen järjestö tai liitto

Verkkosivut

18 %:lla järjestöistä ei ole verkkosivuja

Verkkosivut koetaan erittäin tärkeänä osana järjestön viestintää, ja suurimmalta osalta kyselyyn vastanneista järjestöistä verkkosivut löytyvätkin. Eniten verkkosivuja puuttuu paikallisilta järjestöiltä.

Järjestöllä käytössä kotisivut

Liitot ja valtakunnalliset järjestöt	92 %
Piirit ja alueelliset järjestöt	86 %
Paikalliset yhdistykset, ammattiosastot ja urheiluseurat	76 %

Vastanneista järjestöistä 10 % palvelee jäseniään chatin kautta. 73 %:lla löytyy verkkosivuilta yhteydenottolomake. Henkilöresurssien puute rasittaa järjestöjä, joten onkin ymmärrettävää että aikaavievää chat-palvelua käytetään huomattavasti vähemmän kuin lomakkeita.

Kyselyyn vastanneista järjestöistä 40 %:lla löytyy jäsenille kirjautumista vaativat jäsen-

sivut. Jäsensivuja löytyy lähes yhtä paljon niin paikallisista kuin valtakunnallisista ja alueellisista järjestöistä.

Suhtautuminen järjestön digitalisaatioon

Hidasteet ja esteet järjestöjen digitalisoitumiselle pysyneet ennallaan



1. Henkilöresurssit



2. Taloudelliset resurssit



3. Asenteet



4. Osaaminen

Liitot ja valtakunnalliset järjestöt

Kyselyn vastausten mukaan liittojen digitaalista kehitystä edistää parhaiten johtaminen sekä positiiviset näkemykset digitalisaation mahdollisuuksista. Myös asenne digitalisoitumista kohtaan on liitoissa ja valtakunnallisissa järjestöissä enemmän positiivinen kuin negatiivinen.

Vuonna 2018 liittojen ja valtakunnallisten järjestöjen digitaalista kehittymistä hidastivat yhdessä eniten taloudelliset- ja henkilöresurssit. Tänä vuonna taloudelliset resurssit koettiin kaikista suurimmaksi hidasteeksi tai esteeksi, mutta henkilöresurssien puute on lähes yhtä suuri.

”Digitalisaation ja erilaisten teknologioiden hyödyntämisen ymmärretään olevan välttämätöntä järjestömme tulevaisuudelle. Paikallisyhdistystemme nykyiset toimijat ja jäsenet ovat eläkeläisiä, joiden digiosaaminen on vielä vähäistä. Järjestö haluaa kuitenkin katsoa jo tulevaisuuteen, motivoida toimijoita digiin ja olla valmiina vastaamaan uusien jäsenten tarpeisiin ja heidän palveluunsa. Somessa olemisen tärkeyttä on monen vielä vaikea nähdä, koska niin pieni osa seuraa sitä ja on siellä mukana. Valtakunnallisena järjestönä haluamme olla yhdistyksillemme tiennäyttäjä ja motivoita kokeilemaan uudenlaisia viestinnän mahdollisuuksia.”

- Valtakunnallinen järjestö tai liitto

”Tuntuu, että tällä hetkellä ollaan jakauduttu kahteen ryhmään: digi-in-toiseen ja sitä kehittämään innostuneisiin sekä niihin, jotka haluavat pitää kiinni vanhoista tavoista” - Valtakunnallinen järjestö tai liitto

”Vanhemmat työntekijät ovat skeptisiä sosiaalisen median käytös-tä. He ymmärtävät, että somessa pitäisi näkyä, mutta eivät haluai-si itse enää opetella käyttöä tai eivät halua itse rekisteröityä pal-veluihin.” - Valtakunnallinen järjestö tai liitto

Alueelliset ja paikalliset järjestöt

Niin piireissä, alueellisissa kuin paikallisissakin järjestöissä toiminnan digitalisoitu-mista hidastaa eniten puuttuvat henkilöresurssit. Noin puolet tämän kokoisista järjes-töistä kertoo myös taloudellisten resurssien hidastavan digitaalista kehitystä. Viime vuonna paikallisissa järjestöissä negatiiviset asenteet koettiin taloudellisia resursseja suuremmaksi haasteeksi, mutta tänä vuonna nämä ovat vaihtaneet paikkaa ja asen-teissa on nähtävissä pientä muutosta digimyönteisempään suuntaan.

”Asenteet erilaisia ratkaisuja kohtaan ovat hyvät. Henkilö- ja talou-delliset resurssit ovat kuitenkin rajalliset, ettei kaikkia ratkaisuja pystytty hyödyntämään. Toisaalta taas rajalliset henkilö- ja talou-delliset resurssit kannustavat tutustumaan aikaa ja rahaa säästä-viin digitaalisiin ratkaisuihin.” - Paikallinen yhdistys

”Digitalisaatiota pidetään hyödyllisenä, mutta ehkä ei täysin ym-märretä miten paljon sen avulla voitaisiin saada hyötyjä. Ei ehkä uskalleta panostaa uuden opetteluun taloudellisesti, koska ei ymmärretä täysin miten se voisi vaikuttaa positiivisesti seuran ku-vaan. Ns pitkän tähtäimen suunnitelma puuttuu.”
- Paikallinen urheiluseura

” Suhtautuminen digitalisaatioon on ehdottoman myönteinen. Osaamisen vajavuus on ehkä suurin haaste tällä hetkellä parempaan hyödyntämiseen, samoin tehoa rajoittaa käytettävissä olevan aika rajallisuus.” - Alueellinen järjestö tai piiri

Asenteet digitalisaatiota kohtaan muuttumassa myös eläkeläisjärjestöjen hallituksissa

Pääosin kaikenkokoisissa järjestöissä nähdään digitalisaation mahdollisuudet. Silloin kun mahdollisuuksia ei ymmärretä, ajatellaan sen helposti olevan vain uusi kultureikä ja vievän enemmän aikaa.

Asenteissa on nähtävissä pientä parannusta vuoteen 2018 nähden, vaikka samaan aikaan asenteet ovat edelleen yksi suurimmista hidasteista järjestöjen digitalisoitumisen tiellä. Liitoista ja valtakunnallisista järjestöistä kuitenkin yli puolet ja piireistä tai alueellisista järjestöistä puolet kokee asenteiden edistävän järjestön digitaalista kehitystä.

Paikallisissa yhdistyksissäkin asenteet ovat lähes puolessa järjestöistä digitaaliseen kehitykseen kannustavia, mutta edelleen vapaissa vastauksissa tulee vastaan mm. ikään liittyviä haasteita. Esimerkiksi kyselyyn vastanneissa eläkeläisjärjestöissä hallitus useimmiten suhtautuu digitaalisiin palveluihin hyvinkin myönteisesti, mutta jäsenistö ei ole niinkään kiinnostunut opettelemaan digitaalisten laitteiden käyttämistä.

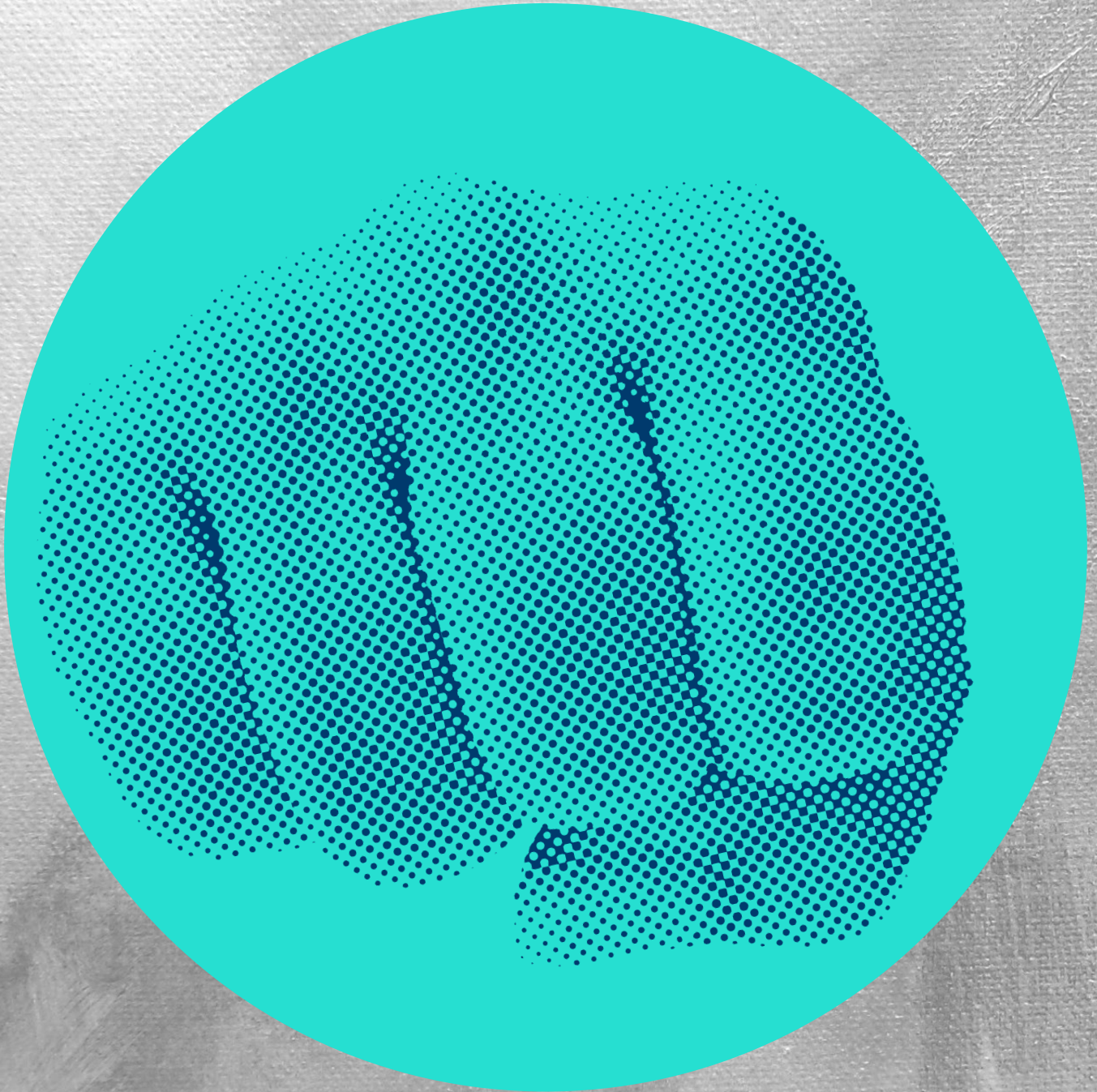
” Meillä suhtaudutaan järjestön hallituksessa hyvin myönteisesti digitalisaatioon, mutta jäsenistö laahaa hivenen perässä, kaikilla ei ole mitään haluja sähköisiin palveluihin tai niiden käyttöön, mikä vaikeuttaa kyllä tehokasta ja nopeaa toimintaa.” - Paikallinen eläkeläisjärjestö

Kyselyyn
vastanneista järjestöistä

18 %:lla

ei ole verkkosivuja.

Digiosaaminen järjestöissä



Digitalisaatio
järjestöissä

**DIGIOSAAMINEN
JÄRJESTÖISSÄ**

Järjestöviestintä

Järjestöt ja
sosiaalinen media

Digiosaaminen kytkeytyy tulosten valossa lähestulkoon kaikkeen järjestötoimintaan, oli kyse sitten sisäisistä prosesseista kuten taloushallinnosta ja etätyöstä, tapahtumista tai viestinnästä ja yhteistyöstä jäsenistön, sidosryhmien ja suuren yleisön kanssa.

Uusien mahdollisuuksien näkeminen ja hyödyntäminen edellyttää osaamista. Parhaimmillaan digitaaliset ratkaisut sujuvoittavat koko järjestön toimintaa taloushallinnosta jäsenyyksien kokonaisvaltaiseen hoitamiseen, ja ratkaisujen käyttöönotto pistää pohtimaan ja kehittämään toimintatapoja. Tätä työtä on hedelmällistä tehdä yhteistyössä keskustellen ja toisilta oppien.

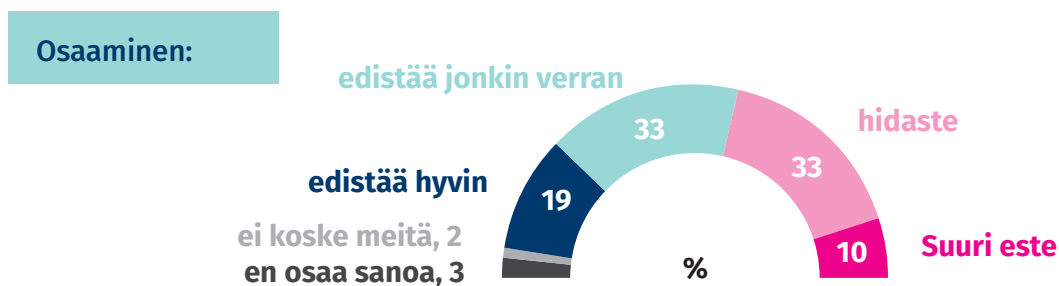
Kaiken kaikkiaan resurssien puute on selvästi haaste digimahdollisuuksien hyödyntämiselle. Resurssikeskustelussa osaaminen kytkeytyy sekä taloudellisiin että henkilövoimavaroihin. Osaamisen kehittämiseen tarvitaan aikaa ja/tai rahaa, eikä osaamisen ostaminen ulkopuolelta ole aina järkevää tai mahdollista.

Mikäli asennoituminen digitaalisiin ratkaisuihin on myönteinen, heijastunee se myös halukuutteen panostaa osaamisen kehittämiseen.

Osaaminen vaikuttaa digitaalisten ratkaisujen käyttöönottoon

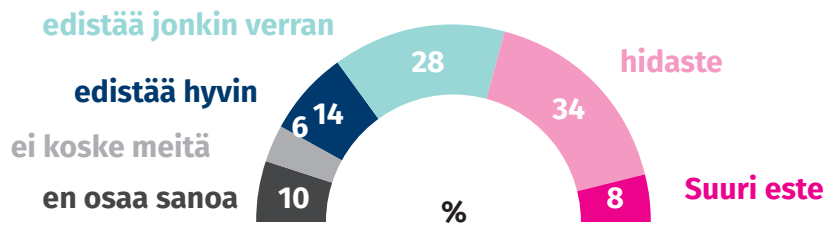
Järjestöissä osaamisen merkitys tunnistetaan. Vain harva katsoo, ettei asia kosketa heitä. Kaikkia vastauksia tarkasteltaessa lähes viidesosa vastaajista näkee, että osaaminen edistää hyvin oman järjestön mahdollisuuksia hyödyntää verkkoa ja digitaalisia sovelluksia omassa toiminnassaan. Kuitenkin lähes kolmasosa näkee osaamisen tässä suhteessa hidasteena ja joka kymmenes suurena esteenä. Tilanne näyttäytyy hyvin samankaltaisena kaiken kokoisissa järjestöissä.

Vaikutus järjestön mahdollisuuksiin hyödyntää digitaalisia sovelluksia



Edellisen vuoden avovastauksissa nousi useamman kerran esiin toive, että järjestöistä löytyisi nykyistä enemmän osaamista alustojen ja ohjelmistojen valitsemiseen sekä ylipäätään digitalisaation mahdollisuuksien ymmärtämiseen.

Tänä vuonna kysyimme kaikilta vastaajilta arviota, miten sopivien teknisten ratkaisujen tai asiantuntijoiden löytäminen vaikuttaa digitaalisten ratkaisujen mahdollisuuksien hyödyntämiseen.

Vaikutus järjestön mahdollisuuksiin hyödyntää digitaalisia sovelluksia**Sopivien teknisten ratkaisujen tai asiantuntijoiden löytäminen**

Vastaukset jakautuivat lähes tasan niiden kesken, jotka näkevät teknisten ratkaisujen tai asiantuntijoiden löytämisen suurena esteenä tai hidasteena, ja toisaalta niiden kesken, jotka katsovat näiden edistävän hyvin tai jonkin verran mahdollisuuksien hyödyntämistä. Liitoissa ja valtakunnallisissa järjestöissä teknisten ratkaisujen tai asiantuntijoiden löytäminen näyttäisi olevan helpompaa kuin paikallisissa tai alue- ja piirijärjestöissä.

”Henkilökohtaisesti kaipaisin varmasti eniten apua kokonaisvaltaisessa digikanavien hyödyntämisessä. Sellaista monipuolista katsausta, että mihin kaikkeen eri työkaluilla pystyy ja mihin kaikkeen niitä kannattaa hyödyntää. Että ei menisi turhaan resursseja siihen, että yrittää saada aikaiseksi asioita väärillä työkaluilla.”
- Paikallinen järjestö

”Digitaitoja on, mutta aikaa ja tekijöitä on vähän. Digitaalisuus ei vähennä työtehtäviä. Pienen toimijan on vaikea ylläpitää kaikkia ohjelmistoja, niiden päivityksiä, yhteensopivuuksia, pääkäyttäjäyksiä yms. yms. Palvelu pitää ostaa ulkopuolelta.

Erityisen haastavaa digitaalisuus ja verkossa näkyminen on viestinnän kannalta. Meillä ei ole pysyvää työntekijäresurssia ja päivitykset, sometukset yms. pitäisi saada toimimaan luotettavalla tavalla kunkin työntekijän omasta toimesta. Oman lisähaasteen tuo projektimainen rahoitus; henkilöstö vaihtuu usein.”
- Valtakunnallinen järjestö tai liitto

Osaamiskysymys koskettaa myös jäsenistöä. Mikäli jäsenistön digitaidot ovat suhteellisen vaatimattomat, eivät digitaaliset ratkaisut tavoita ja palvele heitä. Vaikka osaaminen ei ole suoraan ikäkysymys, monissa vastauksissa mainitaan ikääntyvän jäsenistön haasteet digipalveluiden käyttämisessä.

”Ikäihmisten tietotekniikkayhdistyksenä meillä on paljon osaavia tekijöitä.” - Tuulikki Paturi, Enter ry

”Valtaosa jäsenistämme on iäkkäitä (80% yli 60-vuotiaita) ja monelta puuttuu it-taidot eli mahdollisuudet käyttää uusia sähköisiä sote- ja pankkipalveluita.” - Alueellinen järjestö tai piiri

Osaamisen laaja kirjo haastaa monia toimijoita. Järjestöissä nähdään esimerkiksi yhteisöllisen työskentelyn, jaettujen dokumenttien ja verkkokokousten edut ja niitä on kokeiltu, mutta on törmätty yleiseen haasteeseen: Kun toimintatavat ovat osalle toimijoista aivan uusia ja edellyttävät uutta osaamista, kiusaus pysyttäytyä vanhoissa toimintatavoissa on suuri.

Erityisesti järjestöissä, joissa toiminta perustuu vapaaehtoistyölle, ei tarjolla ole koulutusta siinä määrin kuin suuremmilla toimijoilla, joskin muualla hankittua osaamista hyödynnetään myös järjestötoiminnassa. Paikallisjärjestöjen avovastauksissa kiiteltiin myös liittotasolta saatavaa apua ja tukea.

”Haaste on se, että hallituksen jäsenillä hyvin erilaiset taidot. Jos on yksikin, joka ei esim. käytä whatsappia (tai ei ole laitetta, jossa voi käyttää), tarvitaan myös perinteisemmät kanavat ja väistämättä käy niin, että samat keskustelut eivät ole kaikilla tiedossa.” - Paikallinen järjestö

”Yhdistyksemme hallituksessa on muutama digiosaaja, jotka opastavat muita tarpeen vaatiessa ja hoitavat itse suurimman osan digityöskentelystä. Vapaaehtoistoimintaan perustuvassa yhdistyksessämme hallituslaisilla ei juurikaan ole aikaa kouluttautua suuremmin nyt, vaikka tarpeita esim. nettisivujen kehittämiseksi olisi.” - Paikallinen järjestö

”On työntekijöitä, joiden osalta voi sanoa joka kohdan olevan hallinnassa. Ja ihmisiä, jotka taas ovat lähes joka kohdassa toisessa ääripäässä. Kaikkien ei toki tarvitse osatakaan kaikkea, mutta asioiden resursointia ja työn arvottamista kyllä hankaloittaa se, jos iso osa porukasta ei oikein edes ymmärrä [alla mainittuja] sanoja. Ja yhteisen työn kehittämistä vaikeuttaa se, jos jo Teams ja Excel ovat digityöskentelyn vaikeimpia lajeja.”

- Valtakunnallinen järjestö tai liitto

Digiosaamisen alueet

Kartoituksessa digiosaamista tarkasteltiin kahdeksallatoista osa-alueella. Osa-alueet voidaan jakaa karkeasti kolmeen ryhmään:

1. Sisällön tuottaminen ja viestintä

Verkkosivujen suunnittelu

Kuvankäsittely

**WEBINAARIEN
JÄRJESTÄMINEN**

**PODCASTIEN
TUOTTAMINEN**

**Sosiaalinen
media**

VERKKOSIVUJEN PÄIVITTÄMINEN

Videoiden tuottaminen

Lisätyn todellisuuden sovellukset AR/VR/XR

2. Tiedon hankinta

**KERTYVÄN DATAN
HYÖDYNTÄMINEN**

Tekijän- ja käyttöoikeudet

Tiedonhaku

Tietoturva ja tietosuoja

3. Työvälineet ja tietotyö

Laitteiden hallinta (älypuhelin, tabletti, tietokone)

Verkkokokousten järjestäminen

SÄHKÖPOSTI JA KALENTERI

Verkkokyselyiden tekeminen

Työvälineohjelmistot (tekstinkäsittely, taulukkolaskenta, esitysgrafiikka)

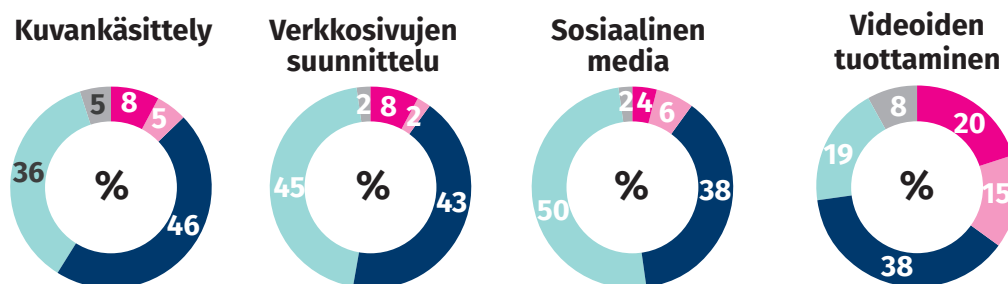
Yhteisöllinen työskentely (esim. Google tai Office365-palvelut)

Sisältöä lukuisiin kanaviin

Viestintä on keskeisessä roolissa järjestöissä. Sisältöjä tuotetaan niin sisäiseen kuin ulkoiseen käyttöön, ja julkaisukanavia on useita. Osaamisen osalta tämä tarkoittaa, että on tarpeen hallita erilaisia alustoja, niiden toimintalogiikkaa sekä niiden edellyttämiä sisältöjen muotoja.

Sisällön tuottamisen ja viestinnän näkökulmasta osaamisen koetaan olevan parhaiten hallinnassa sosiaalisen median, verkkosivujen suunnittelun ja kuvankäsittelyn alueilla. Tosin samanaikaisesti juuri näillä osa-alueilla koetaan olevan myös eniten puuttuvaa osaamista. Tämä kertonee siitä, että osaamisen alueet ovat tärkeässä roolissa ja ne on ollut tarpeen ottaa haltuun vähintään osittain. Vain pieni osa vastaajista katsoo, ettei näille osaamisen alueille järjestössä ole juuri nyt tarvetta.

■ ei tarvita nyt ■ on tulevaisuuden suunnitelmissa
■ on käytössä tai tarvittaisiin jo, mutta osaamista puuttuu ■ hallinnassa ■ en osaa sanoa



”Omat perustaidot ovat hyvät, mutta some ja viestintä ovat vakioaiheita, joihin toivoisi päivitys-/osaamistukea. Yhdistyksen kannalta tarvittaisiin erilaisia mallipohjia työskentelyn tueksi, viestinnän osaamisen vahvistamista, työtä tukevan tietopohjan keräämisen pohtimista jne.” - Paikallinen järjestö

Liikkuvan kuvan rooli on viime vuosina kasvanut merkittävästi. Tässä katsannossa ei ole yllättävää, että **videoiden tuottamiseen** kaivataan lisää osaamista. Viidesosa vastaajista on kuitenkin sitä mieltä, että osaamista videoiden tuottamiseen ei tällä hetkellä tarvita.

”Osaamista tarvittaisiin erityisesti mielenkiintoisten videoiden tekemiseen ja houkuttelevan somesisällön tuottamiseen. Verkkokousten parempaa hyödyntämistä estää osaamisen puuttuminen.” - Paikallinen järjestö

Podcastit ovat tehneet kovasti tuloaan, mutta tämä ei suuremmin näy tuloksissa. Vastaajista 15 % näkee, että osaamista podcastien tuottamiseen tarvittaisiin, mutta yli puolet vastaajista ei katso tälle osaamiselle olevan tarvetta. Reilu 4 % kokee osaamisen olevan jo hallussa. Luvut ovat pysyneet lähes ennallaan viime vuoteen verrattuna.

”*Verkko-oppimisympäristön haltuunotto kokonaisuudessaan vaatii lisäosaamisen hankkimista. Podcastien tuottaminen kiinnostaisi myös, mutta laadukas tuotanto vaatii oman osaamisensa. Seurantatiedon kerääminen ja analysointi järjestön toiminnan vaikuttavuuden analysoinnin osana on varmasti kaikissa järjestöissä ajankohtainen aihe.*” - Valtakunnallinen järjestö tai liitto

Kuvankäsittelyosaamisen tarve on viimeisen kolmen vuoden aikana ollut kasvussa. Vuonna 2018 sitä kaivattiin enemmän kuin 2017, ja nyt 2019 luku oli edelleen hieman noussut: 46 % vastaajista on sitä mieltä, että kuvankäsittelyosaamista puuttuu. Vastavasti laskussa on niiden osuus, jotka arvelivat kuvankäsittelyn olevan jo hallussa.

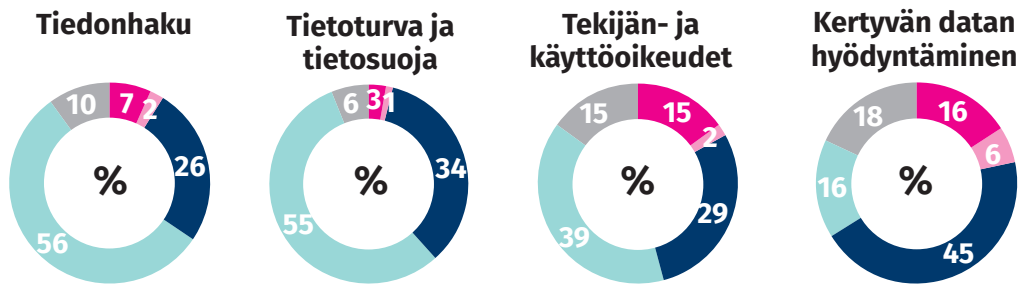
Osallistumismahdollisuuden tarjoaminen verkossa nähdään yhtenä tapana tehdä toimintaa näkyväksi ja saada osallistujia laajemminkin mukaan tapahtumiin. Vastaajista neljännes kertoo, että ainakin joihinkin tilaisuuksiin on mahdollista osallistua myös etänä. Osaamisen näkökulmasta lähes puolet vastaajista on sitä mieltä, että webinaarien tuottamisen edellyttämää osaamista ei juuri nyt tarvita. Lähes 19 % kuitenkin katsoo, että osaamista tarvittaisiin jo nyt. Noin joka kymmenes arvioi webinaari-osaamisen olevan jo hallussa.

Turvallisuutta ja tiedon hallintaa

Yli puolet vastaajista arvioi, että tietoturva- ja tietosujoaosaaminen sekä tiedonhaku- taidot ovat hallinnassa. Tietoturvan ja tietosuojaan osalta luku oli jonkin verran pudonnut vuoteen 2018 verrattuna.

Osaamisvajetta nähdään kuitenkin molempien kohdalla: reilu neljännes kokee tiedonhaun osaamista tarvittavan lisää, tietoturvaan ja tietosuojaan lisää osaamista katsoo tarvittavan reilu kolmannes vastaajista.

■ ei tarvita nyt ■ on tulevaisuuden suunnitelmissa
■ on käytössä tai tarvittaisiin jo, mutta osaamista puuttuu ■ hallinnassa ■ en osaa sanoa



”Verkkosivujen suunnittelussa ja teknisessä toteutuksessa haastaa tällä hetkellä eniten saavutettavuus-direktiivi, joka pääsi vähän yllättämään. Tietosuojat myös puhuttaa tällä hetkellä, sillä toimintamme luonteesta johtuen tapahtumien osallistujilta pitää kerätä arkaluonteisia tietoja, eikä tähän ole valmista tietoturvallista tapaa tarjolla.” - Valtakunnallinen järjestö tai liitto

Saatavilla olevan datan monipuolisesta hyödyntämisestä ja tiedolla johtamisesta puhutaan paljon. Viestinnän ja sosiaalisen median yhteydessä mittaaminen on monille jo tullut ainakin jossain määrin tutuksi, mutta dataa on toki saatavilla hyvinkin erilaisista kohteista.

Tässä valossa ei ole yllättävää, että 45 % vastaajista katsoo, että kertyvän datan hyödyntämiseen tarvittaisiin lisää osaamista. 16 % sanoo osaamista olevan hyvin jo nyt. Sama määrä arvelee, että asia ei juuri nyt ole heidän järjestössään ajankohtainen. Edelliseen vuoteen verrattuna lisäosaamista kaipaavasti useampi ja yhä harvempi on sitä mieltä, että asia ei ole heille ajankohtainen.

”Kertyvän datan hyödyntäminen olisi avainasemassa. Tällä hetkellä data on pirstaloitunut ja useissa eri formaateissa.”
 - Paikallinen järjestö

Työvälineet hallussa, verkossa työskentelyyn lisää osaamista

Perustyövälineet näyttävät tulosten valossa olevan suhteellisen hyvin hallussa. Sähköposti, kalenteri sekä laitteet hallitaan parhaiten. Laitteiden osalta kysymyksessä oli tarkennuksena älypuhelin, tabletti ja tietokone.

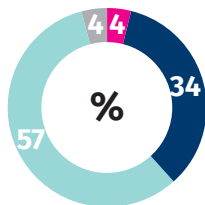
Yli puolet vastaajista katsoo osaamisen työvälineohjelmien osalta olevan kunnossa. Avovastauksissa puutteet taulukkolaskentaosaamisessa mainittiin kuitenkin useampaan kertaan, mikä saattaa hyvin näkyä myös yleisessä työvälineohjelmistojen osaamisen luvuissa. Kaikilla mainituilla osa-alueilla yli viidesosa vastaajista kokee lisää-osaamista tarvittavan, vaikka ohjelmat ja laitteet jo käytössä ovatkin.

”Perustyökalujen käyttö on hallussa. Prosessien hallintaan tarvitsemme panostuksia.” - Paikallinen järjestö

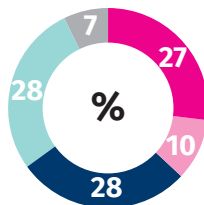
”Itse kaipaisin kertausta työvälineohjelmiston käyttöön. Osaan niitä käyttää, mutta kaipaisin niihin kertausta, että työskentely sujuisi tehokkaammin. Koko järjestössämme digitaidot on mielestäni aika hyvin hallussa ja aina jos tulee jokin uusi juttu, saamme siihen koulutusta.” - Valtakunnallinen järjestö tai liitto

■ ei tarvita nyt ■ on tulevaisuuden suunnitelmissa
■ on käytössä tai tarvittaisiin jo, mutta osaamista puuttuu ■ hallinnassa ■ en osaa sanoa

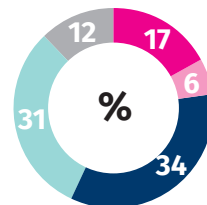
Työvälineohjelmistot
(esim. tekstinkäsittely)



Verkkokokousten järjestäminen



Yhteisöllinen työskentely
(esim. Google)



Verkkokokouksia eivät läheskään kaikki järjestötoimijat katso ainakaan tällä hetkellä tarvittavan. Tarve järjestöjen koon ja toiminnan luonteen mukaan vaihtelee. Yli neljännes ei näe tarvetta, mutta vähintään sama määrä kokee, että osaamista verkkokokousten järjestämiseen tarvittaisiin jo nyt.

”Ammattiyhdistyksemme vaikutusalue sijoittuu maantieteellisesti laajalle alueelle, tulevaisuudessa on tarkoitus pitää kokouksia skypen /yms välityksellä, osalle tämä vielä vierasta ja uuden opettelu arveluttaa osaa jäsenistä. Lähinnä kaivataan peruskursseja kuinka nettivälitteisiä kokouksia voi järjestää /niihin osallistua.” - Paikallinen järjestö

Verkossa tapahtuvan yhteisöllisen työskentelyn on koettu tuovan merkittävää lisä-arvoa mm. tiedonkulun helpottumisena ja ajansäästönä esimerkiksi jaettujen dokumenttien työstämisen kautta. Kysymyksessä oli mainittuna esimerkkeinä Googlen ja Office365-palvelut.

Karkeasti kolmasosalla yhteisöllinen työskentely on hallussa, kolmasosa kaipaisi lisää osaamista. Noin 17 % katsoo, että yhteisöllisen työskentelyn osaamista ei tällä hetkellä tarvita ja 6 %:lla se on tulevaisuuden suunnitelmissa. Tilanteessa ei viime vuoteen nähden ole suurta muutosta.

”Taloushallinto on kaikille hallituksen jäsenille avoin pilvipalvelussa. Hyötynä on sen läpinäkyvyys ja yhdistyksen talouden tilan reaaliaikainen seuranta. Pilvipalvelu mahdollistaa yhdistyksen dokumenttien arkistoinnin vastaista käyttöä varten. Sosiaalisen median kanavat ovat välttämättömiä tiedottamisen välineitä.”
- Paikallinen järjestö

Digiosaamisen vahvuusalueet

TOP 5 - osaamisalueet parhaiten hallussa

★ = uusi listalla

sijoitus	2018		2019
1.	Sähköposti ja kalenteri	● →	Sähköposti ja kalenteri
2.	Tiedonhaku	●	★ Laitteiden hallinta
3.	Verkkosivujen päivittäminen	●	★ Työvälineohjelmistot
4.	Tietoturva ja tietosuoja	●	Tiedonhaku
5.	Sosiaalinen media	●	Tietoturva ja tietosuoja

Kovin suuria hyppäyksiä osaamisen suhteen edelliseen vuoteen verrattuna ei ollut odotettavissa, mutta keskusteluissa pinnalla olevat asiat heijastuvat myös järjestötoimijoiden käytäntöihin sekä arvioihin osaamisesta ja osaamisen kehittämistarpeista. Viime vuonna keskustelu GDPR:n ympärillä oli vilkasta. Tietosuoja jouduttiin pohtimaan myös järjestöissä, ja tietosuoja- ja tietoturvaosaaminen arvoitiin edellisvuotta paremmaksi.

Nyt sosiaalisen median teemat ovat julkisessa keskustelussa läsnä lähes päivittäin, ja sosiaalisen median keskimääräinen käyttöaktiivisuus on edelleen ollut nousujohteista.

Sosiaalisen median kanavia on useita ja uusia ilmiöitä tulee ja menee. Järjestöosaamisessa tämä näyttäytyy siten, että lisää osaamista tarvittaisiin enemmän nyt kuin vuosi sitten: vuonna 2018 vastaajista 62 % arvioi sosiaalisen median osaamisen olevan halussa, tänä vuonna näin arvelee 50 %.

”*Tarvitsisin syvällisempää tietoa eri viestintäkanavien asetuksista (verkkosivuoptymointi, Facebook, Youtube jne.) näkyvyyden maksimoimiseksi ilman lisäkustannuksia. Rautalankamalli, jolla pärjäisi! Koska viestintää tehdään kaiken muun työn ohessa, on täysin mahdotonta perehtyä kaikkien kanavien asetuksiin. Mutulla mennään ja toivotaan parasta!*

Olisipa olemassa valmis turvallinen somekanavapaketti (jossa asetukset jo kohdillaan), jonka paikallisyhdistykset voisivat ottaa käyttöön.” - Valtakunnallinen järjestö tai liitto

Tulokset piirtävät kokonaiskuvaa järjestöjen digiosaamisen tilanteesta. Vaikka osaamisalueet tässä kyselyssä on tarkennettu 18 osa-alueeseen, voitaisiin useiden osa-alueiden kohdalla sukeltaa vielä syvemmälle. Esimerkiksi yhteisöllinen työskentely ja sosiaalinen media voivat sisältää lukuisia niin käytännöllisiä laitteiden, ohjelmien kuin toimintaperiaatteiden hallintaan liittyviä alueita kuin syvällisempiä tiedon jakamisen ja avoimuuden periaatteisiin liittyviä asioita.

Digiosaamista tarvitaan kaiken kokoisissa järjestöissä

Paikallisjärjestöissä osaamista eri osa-alueilla löytyy jonkin verran keskimääräistä vähemmän. Vaihtoehdon ”ei tarvita nyt” -valinnoita on paikallisjärjestöjen vastaajissa muita enemmän. Toiminnan luonteen vuoksi lienee luonnollista, että esimerkiksi webinaarien ja verkkokokousten järjestämiseen tarvittavalle osaamiselle ei paikallisjärjestöissä tällä hetkellä nähdä suurta tarvetta. Sähköposti, laitteiden hallinta, työvälinohjelmistot sekä verkkosivujen päivittäminen ovat myös paikallisjärjestöissä parhaiten hallinnassa.

Alueellisissa ja piirijärjestöissä osaaminen eri osa-alueilla on paikallisjärjestöjen tapaan hieman keskimääräistä vähäisempää, mutta ”ei tarvita nyt” -vaihtoehdon valinnoita on selvästi vähemmän kuin paikallisjärjestöissä. Lähes kaikkien osa-alueiden osalta tunnistetaan, että osaamista tarvittaisiin lisää. Eniten lisäosaamista koettiin tarvittavan kuvankäsittelyyn, sosiaaliseen mediaan, videoiden tuottamiseen sekä datan hyödyntämiseen. Podcastien, videoiden ja webinaarien tuottamiseen liittyvän osaamisen haltuun ottaminen oli suunnitteilla joka kuudennella.

Liitoissa ja valtakunnallisissa järjestöissä osaamisen koetaan lähes kaikilla osa-alueilla olevan keskimääräistä paremmin hallussa. Osa-alueet, jotka eivät olleet kovin ajankohtaisia nyt, olivat kaiken kokoisissa järjestöissä samat: podcastien tuottaminen ja lisätyn todellisuuden sovellukset. Joka viides liittojen tai valtakunnallisten yhdistysten vastaaja arvelee kuitenkin podcastien tuottamisen kuuluvan tulevaisuuden suunnitelmiin.

Vaikka verkkokokousten järjestäminen ja yhteisöllinen työskentely ovat keskimääräistä paremmin hallussa, näillä osaamisen alueilla koetaan myös tarvittavan keskimääräistä enemmän lisää osaamista. Kertyvän datan hyödyntämiseen osaamista tarvittaisiin yli 60 %:n mielestä selvästi nykyistä enemmän niin alueellisissa kuin valtakunnallisissa järjestöissä.

Sosiaalisen median ja verkkosivujen päivittämisen osalta vain harva on sitä mieltä, että osaamista ei tällä hetkellä tarvita. Tämän näkemyksen jakavat vastaajat paikallisista valtakunnallisiiin järjestöihin.

”*Asenne on digitaito! Halu opetella uutta on tärkeää järjestön joka tasolla.*” - Jaana Hopeakoski, Suomen Partiolaiset

Osaamismerkkit ovat uusi asia

Osaamismerkkeihin liittyvä kysymys oli tänä vuonna kyselyssä mukana ensimmäistä kertaa. Viime aikoina keskustelu osaamismerkkien ympärillä on selvästi lisääntynyt, ja niitä on otettu käyttöön paitsi oppilaitoksissa myös järjestöissä.

Osaamismerkkit ovat digitaalinen tapa tunnistaa ja tunnustaa eri tavoin hankittua osaamista. Niitä voidaan käyttää muodollisen koulutusjärjestelmän piirissä, mutta ne soveltuvat hyvin myös osoittamaan tietoja ja taitoja, joita karttuu arjessa, työpaikalla, harrastuksissa ja monissa muissa eri yhteyksissä.

Käytännössä osaamismerkki koostuu kuvasta ja siihen liittyvistä metatiedoista, joista käy ilmi mm. merkin kuvaus ja saamisen kriteerit, merkin myöntäjän tiedot sekä myöntämisajankohta.

Merkin myöntäjä voi olla esimerkiksi oppilaitos, yritys tai järjestö. Merkin saaja on yksityishenkilö, joka tallentaa saamansa merkit sitä varten kehitettyyn palveluun. Hän voi käyttää merkkejä oman osaamisensa osoittamiseen esimerkiksi työnhaun yhteydessä tai osoituksena organisaation sisäisten koulutusten sisältöjen hallitsemista. Järjestö- ja vapaaehtoistyössä kertyy usein arvokasta osaamista, jolle on tarvetta ja kysyntää myös järjestöjen ulkopuolella.

Tavoitteena oli selvittää, miten tieto osaamismerkeistä on tavoittanut järjestötoimijat. Kysyimme, mikä kuvaa sinun ja järjestösi tilannetta osaamismerkkien suhteen tällä hetkellä.

Osaamismerkkien tunnettuus järjestöissä

	prosenttia
En ole koskaan kuullutkaan osaamismerkeistä	65
Osaamismerkit eivät sovellu järjestömme toimintaan	13
Tarkoituksena on ottaa selvää, mitä osaamismerkit ovat	11
Olemme järjestössämme tutustuneet osaamismerkkeihin, mutta emme ole ottamassa niitä käyttöön lähitulevaisuudessa	9
Järjestömme suunnitelmissa on ottaa osaamismerkit käyttöön	4
Järjestömme myöntää jo osaamismerkkejä	3

Osaamismerkit ovat vielä varsin uusi asia järjestöille. Yli 65 % vastaajista ei ollut vielä kuullut osaamismerkeistä. Reilut 11 % oli aikeissa ottaa selvää, mitä ne ovat. 9 % oli tutustunut osaamismerkkeihin, mutta niiden käyttöönotto ei kuulunut lähitulevaisuuden suunnitelmiin. Vastaajista noin 8 % on itse saanut osaamismerkin.

Joissakin järjestöissä on jo kartutettu kokemusta siitä, miten osaamismerkit soveltuvat järjestötyössä kertyvän osaamisen sanoittamiseen ja näkyväksi tekemiseen. Tulevaisuus näyttää, lisääntykö osaamismerkkien käyttö järjestöjen piirissä.



Järjestö- viestintä

Digitalisaatio
järjestöissä

Digiosaaminen
järjestöissä

JÄRJESTÖVIESTINTÄ

Järjestöt ja
sosiaalinen media

Järjestöviestintää tarkastelimme kyselyssä sekä ulkoisen että sisäisen viestinnän näkökulmista. Etenkin sisäisen viestinnän vastaukset kertovat, että sähköiset välineet ovat tulleet olennaiseksi osaksi järjestöjen arkea. Koko kyselyssä oli vain yksi järjestö, joka ei käytä minkäänlaisia sähköisiä apuvälineitä viestinnässä.

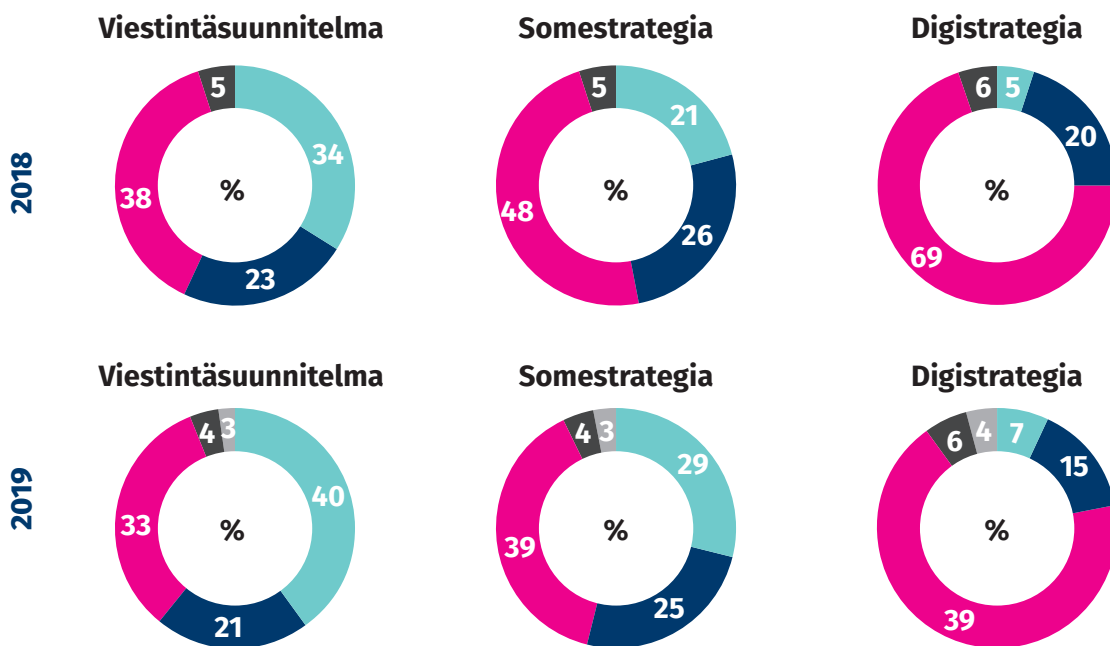
Viestinnän suunnitelmallisuus ja käytännöt vastuunjaon suhteet ovat hyvinkin eri vaiheissa järjestökentällä. Viestintä-, some- ja digisuunnitelmat ovat käytössä vain murto-osalla järjestöjä. Kuitenkin järjestöjen onnistumistarinoista heijastuu, että suunnitelmallisuus auttaa järjestöjä saamaan sosiaalisesta mediasta enemmän hyötyä.

Vastuunjako viestinnän suhteen on hankalaa erityisesti pienille paikallisjärjestöille, yhdistyksille ja urheiluseuroille. Pienissä järjestöissä ei ole isoa organisaatiota tai palkattuja viestinnän ammattilaisia. Kuitenkin pienten järjestöjen vastaukset osoittavat, että yksikin viestinnästä kiinnostunut ihminen voi ottaa vastuuta viestinnän hoitamisesta roolistaan huolimatta. Vastuunjakoon panostaminen on suunnitelmallisuuden ohella järjestöjen onnistumistarinoissa korostuva elementti.

Suunnitelmilla viestintä uudelle tasolle

Viestintäsuunnitelma, somestrategia ja digitalisaatiostrategia järjestöissä

Kyllä Tulossa Ei EOS Ei koske meitä



Vaikka viestintäsuunnitelmat sekä some- ja digitalisaatiostrategiat eivät olekaan itsestäänselvyys jokaisessa järjestössä, niiden määrä on kasvanut viime vuodesta. Tänä vuonna vastaajien määrä kasvoi myös edellisistä vuosista lähes sadalla vastaajalla, jolla voi olla vaikutusta tuloksen muutokseen. Tästä huolimatta viestinnän suunnittelun merkitys koetaan järjestöissä tärkeänä asiana.

Yleisimpiä ovat somestrategiat ja viestintäsuunnitelmat. Noin puolella järjestöistä on sellainen joko olemassa tai harkinnassa. Digitalisaatiostrategiat ovat rantautuneet järjestöihin viestintäsuunnitelmia ja somestrategioita heikommin.

Vaikka liitoissa ja valtakunnallisissa järjestöissä on pieniä järjestöjä useammin sosiaalisen median suunnitelmia, suunnitelmallisuutta löytyy kaikenkokoisista järjestöistä. Pienissä järjestöissä suunnitelmia on enemmän kuin keskikokoisissa järjestöissä.

Suunnitelmat ja strategiat auttavat järjestöjä parantamaan viestintänsä laatua ja saavuttamaan haluttuja tuloksia.

”Some-strategian myötä some-näkyvyytemme on noussut ihan toiselle tasolle: enää some ei unohdu ja jää jalkoihin.”

- Taru Koivu, Simmis Wanda ry

Tänä vuonna emme kysyneet järjestöjen tilannetta viestinnän ja sosiaalisen median mittaamisen suhteen, vaan asiaa kysytään jatkossa joka toinen vuosi. Tästä syystä tässä yhteenvedossa ei ole vertailutuloksia viestinnän mittaamiseen ja raportointiin liittyen.

Sähköiset välineet itsestänselvyyys sisäisessä viestinnässä

Järjestöjen top 10: käytetyimmät välineet sisäisessä viestinnässä

Sijoitus	2018		2019	★ = uusi listalla
1.	Sähköposti (92 %)	● →	Sähköposti (93 %)	
2.	WhatsApp (57 %)	● →	★ Puhelin (puhelut, tekstiviestit) (79 %)	
3.	Facebook (34 %)	● →	WhatsApp (65 %)	
4.	Facebook-ryhmä (34 %)	● →	Facebook-ryhmä (45 %)	
5.	Office 365 (27 %)	● →	Google Drive (31 %)	
6.	Skype (27 %)	● →	Office 365 (31 %)	
7.	Google Drive (26 %)	● →	Facebook Messenger (31 %)	
8.	Facebook Messenger (20 %)	● →	Skype (22 %)	
9.	Doodle (20 %)	● →	Doodle (21 %)	
10.	Dropbox (18 %)	● →	★ Office 365 Teams (19 %)	

Järjestöjen digitaalisten työkalujen käyttötarkoitukset sisäisesti

★ = uusi listalla

sijointus	2018		2019
1.	Kokousaikojen sopiminen	● →	Kokousaikojen sopiminen
2.	Pikaviestintä	● →	Pikaviestintä
3.	Tapahtumailmoittautumiset	●	★ Tietojen tallentaminen
4.	Etäkokoukset		★ Kokousilmoittautumiset
5.	Työryhmien tai hallitusten ketjukeskustelut	▲	Tapahtumien suunnittelu

Sähköinen viestintä on tullut olennaiseksi osaksi jokaisen järjestön arkea. Koko kyselyyn vastanneista vain yksi järjestö kertoo, etteivät he käytä mitään sähköisiä välineitä järjestön sisäisessä viestinnässä.

Vaikuttaa myös siltä, että järjestöt ovat löytäneet itselleen sopivimmat kanavat, sillä sekä viime että tänä vuonna järjestöt kertoivat, etteivät aio ottaa uusia sisäisen viestinnän kanavia käyttöön. Kun katsoo listaa käytetyimmistä välineistä, huomaa, että sisäisen viestinnän kanavat ovat niitä kanavia, joita ihmiset muutenkin käyttävät: sähköposti, puhelin ja WhatsApp muodostavat kolmen kärjen.

Uusien kanavien entistä rohkeampi kokeilu voisi kuitenkin palvella järjestöjä tavoitteiden saavuttamisessa. Sekä tänä että viime vuonna kokousaikojen sopiminen on noussut tärkeimmäksi syyksi viestiä sisäisesti.

Sosiaalinen media helpottaa niitä järjestöjä, joissa pitkien välimatkojen vuoksi osa työskentelystä on etätyöskentelyä. Liitoista ja valtakunnallisista järjestöistä 77 % käyttää digitaalisia työvälineitä etäkokouksiin, piiri- ja aluejärjestöistä vastaava luku on 52 %.

”Hallitus keskustelee kaikista järjestön tärkeistä asioista oman some-kanavansa (suljettu Facebook -ryhmä) kautta. Keskustelu olisi huomattavasti hankalampaa muulla tavalla.”
- Raila Riikonen, SMA Finland ry

Ulkoisella viestinnällä lisää näkyvyyttä

Järjestöjen käyttämät kanavat ulkoisessa viestinnässä

		prosenttia
1.	Sähköposti	85
2.	Verkkosivut	82
3.	Sosiaalisen median kanavat	71
4.	Puhelin: puhelut, tekstiviestit	58
5.	Kirjeposti	41
6.	Uutiskirjeet	41
7.	Lehti-ilmoitukset muiden lehdissä	40
8.	Painettu lehti	27
9.	Blogi	17
10.	Verkkokokous- ja webinaarialustat	12
11.	Sähköinen lehti	12
12.	Chat	6
13.	Podcastit	5
14.	Nimenhuuto	3

Kuten sisäisessä, myös ulkoisessa viestinnässä järjestöt käyttävät ihmisille tuttuja välineitä. Kärkikolmikon muodostavat sähköposti, verkkosivut ja sosiaalisen median kanavat. Ei-sähköisiä välineitä käyttää vähemmistö järjestöistä: lehti-ilmoituksia tekee alle puolet järjestöistä, ja omaa painettua lehteä alle kolmasosa vastanneista.

Sekä tämän ja aikaisempien vuosien perusteella ulkoisella viestinnällä tavoitellaan mahdollisimman suurta yleisöä ja sitä kautta järjestön lisääntyntä näkyvyyttä, vahvempaa brändiä ja uusia jäseniä.

”Sosiaalisessa mediassa tavoittaa jäseniä ja potentiaalisia jäseniä. Nopeat kyselyt tuovat tietoa seuraajien mielipiteistä ja somestoorit tuovat yhdistykselle kasvot.” - Paikallinen järjestö

Vastuunjaossa erilaisia ratkaisuja

Viestinnän vastuunjako järjestöissä



Erilaisia tapoja jakaa viestinnän vastuuta on yhtä paljon kuin järjestöjäkin. Monissa järjestöissä on joko työntekijä tai vapaaehtoinen, jonka vastuulla viestintä järjestössä on. Toisissa järjestöissä taas viestintä annetaan esimerkiksi puheenjohtajan tai sihteerin vastuulle muiden tehtävien ohien.

Pienemmissä yhdistyksissä käytetään enemmän luovuutta viestinnän vastuunjaossa. Yhdelläkään kyselyyn vastanneella paikallisyhdistyksellä tai alueellisella järjestöllä ei ole palkattua viestintäpäällikköä tai -johtajaa. Viestintää tekevät tittelistä riippumatta ne, jotka ovat siitä kiinnostuneita: vastauksissa mainittiin esimerkiksi ryhmien valmentajat, rahastonhoitajat tai tavalliset, asiasta innostuneet jäsenet.

Järjestöjen onnistumistarinoissa toistuu sama kaava: kun viestinnän vastuunjakoon keksitään toimiva ratkaisu, myös viestinnän toteuttaminen ja onnistuminen parantuu huomattavasti.

”Yhdistyksessämme toimii vapaaehtoisista pariskunnista muodostettu sometiimi, joka huolehtii pääasiallisesti näkyvyydestä sosiaalisessa mediassa. Tiimi on todella aktiivinen ja innovatiivinen. Fb-sivustostamme tykkää tällä hetkellä noin 8300 hlö:ä. Vuosi sitten määrä oli noin 2000 hlö:ä vähemmän. Some-mainontaan ei laiteta paljon rahaa, mutta ilmeisesti juuri sopivasti niin, että päivitykset leviävät ja tykkääjiä tulee lisää.”

- Valtakunnallinen järjestö tai liitto

”Palkkasimme some-viestinnän vastuuhenkilöksi yhden valmentajistamme (kotona ja osa-aikaisesti) some-viestintää suunnittelemaan ja toteuttamaan. Seuran imago on selkeästi parantunut ja saamme hyvää palautetta siitä, että näkyvyyttä on tullut lisää ja somessa näkyy kaikki toiminta tasapuolisesti, ei pelkästään kisastonistumiset. Tämä nostaa seurassa me-henkeä ja kannustaa kaikkia tuomaan myös esiin someen nostettavia asioita.”

- Taru Koivu, Simmis Wanda ry

”Olemme ottaneet somen koordinoimisen entistä vahvemmin viestintäkoordinaattorin työnkuvaan. Someen käytetty aika näkyy heti parantuneina tuloksina. Somen sisällöntuottajina on myös vapaaehtoisia, mutta heidän tekemisensä koordinoimiseen tarvitaan ammattilaisen apua. Etenkin viestittävien asioiden esivalmistelu on tärkeää. “ - Jaana Hopeakoski, Suomen Partiolaiset

Järjestöt ja sosiaalinen media

Digitalisaatio
järjestöissä

Digiosaaminen
järjestöissä

Järjestöviestintä

JÄRJESTÖT JA
SOSIAALINEN MEDIA

Kartoituksen viimeisessä osiossa teemme katsauksen sosiaaliseen mediaan. Järjestöjen sosiaalisen median käytöstä olemme kysyneet jo vuodesta 2014 lähtien, joten vertailtavaa tietoa löytyy jo kuuden vuoden ajalta. Käytetyimpiä kanavia vertaillaessa huomaa, että osa on pysynyt vahvana koko ajan, ja osa jäänyt varsin pieniksi ilmiöiksi.

Kanavien lisäksi selvitimme, miksi järjestöt käyttävät sosiaalista mediaa ja miten sosiaalinen media on auttanut onnistumaan järjestön tavoitteiden täyttymisessä. Järjestöistä 81 % kokee, että he ovat saavuttaneet onnistumisia sosiaalisen median avulla.

Onnistumisten ohella järjestöt ovat kohdanneet myös haasteita. Järjestöt kamppailevat samankaltaisten ongelmien parissa, joten olemme koonneet raportteihin myös järjestöjen omia ratkaisuja niiden voittamiseksi.

Monet tulokset mukailevat aikaisempien vuosien tuloksia, mutta yksi yllätys mahtui mukaan: sosiaalisessa mediassa läsnä olevien järjestöjohtajien määrä on tehnyt ison hyppäyksen alaspäin. Emme löytäneet tuloksista selittävää tekijää – syyn selvittämisen jää tuleville kartoituksille.

Lopuksi pohdimme vielä järjestösomen tulevaisuutta. Vastaajien mukaan se näyttää valoisalta: tekniikan kehittyessä, digitaitojen parantuessa ja asenteiden muuttuessa suunta on ylöspäin.

Facebook on edelleen ykkönen

Sosiaalisen median kanavat järjestöissä 2018 ja 2019

★ = uusi listalla

Sijoitus	2018		2019:
1.	Facebook-sivu (68 %)	● →	Facebook-sivu (72 %)
2.	Facebook-ryhmä (39 %)	● →	Facebook-ryhmä (54 %)
3.	Instagram (37 %)	● →	WhatsApp (54 %)
4.	Twitter (34 %)	● →	Instagram (43 %)
5.	YouTube (30 %)	● →	Twitter (30 %)
6.	Blogi (20 %)	● →	YouTube (26 %)
7.	WhatsApp (20 %)	● →	Skype (17 %)
8.	Skype (17 %)	● →	LinkedIn-sivu (10 %)
9.	Emme käytä mitään mainituista (11 %)	★	Järjestömme ei käytä sosiaalista mediaa (10 %)
10.	LinkedIn-sivu (9 %)	★	Wikipedia (6 %)

Myös nämä ovat käytössä vuonna 2019: Discord, Firstclass, Flickr, Issuu, LinkedIn-ryhmä, Pinterest, SlideShare, Snapchat, Solidsport, Soundcloud, Spotify, Teams, Vimeo

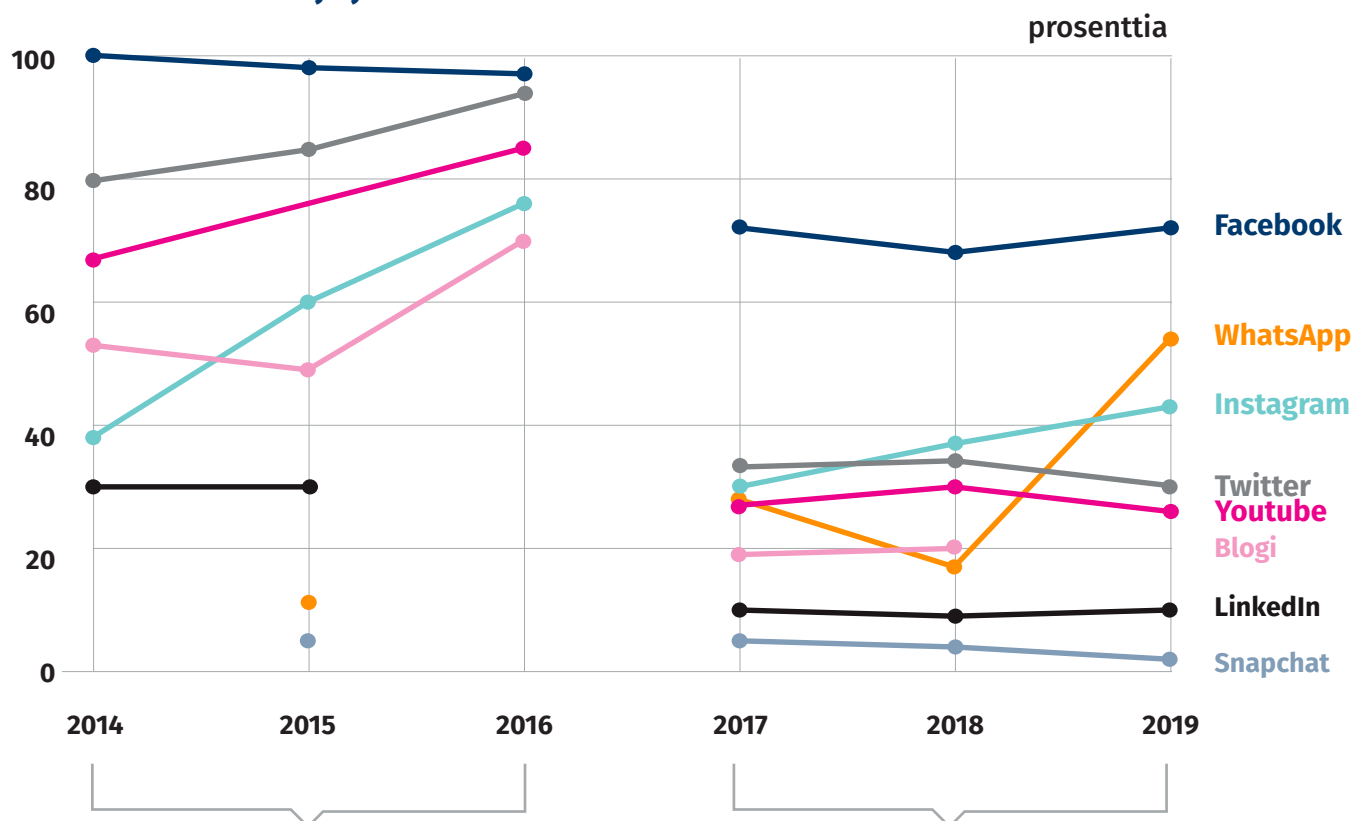
Näitä ei yksikään kyselyyn vastannut järjestö käytä: Ask.fm, Jodel, Tiktok, Tumblr

Kanavien suhteen ei ole tapahtunut suuria muutoksia viime ja edelliseen vuoteen verrattuna. Järjestöjen vastauksia lukiessa korostuu, ettei sosiaalisen median kanavissa ole olemassa yhtä kaikille järjestöille sopivaa mallia. Kanavat valitaan oma kohderyhmä ja haluttu kohderyhmä silmällä pitäen.

”Tavoitamme jäsenistön / kohderyhmän parhaiten Facebook-sivun /-ryhmän kautta. Ihmiset saavat vertaistukea helposti, nopeasti ja itselleen sopivaan aikaan.” - Raila Riikonen, SMA Finland

”Järjestön twitter-viestintää tehdään melkein koko organisaation voimin, päivitysvuorot on jaettu. Tilille on saatu mukavasti seuraajia. Twitter on tärkeä osa liiton vaikuttamistoimintaa ja toiminnan näkyväksi tekemistä.” - Valtakunnallinen järjestö tai liitto

Suosituimmat kanavat järjestöissä 2014-2019

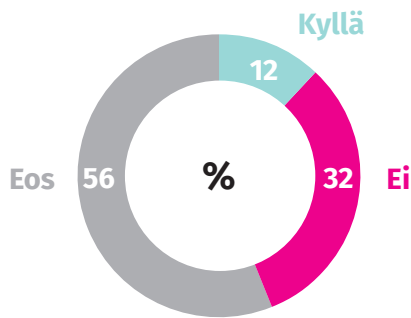


Järjestösoma-kartoitukset 2014-16, vastaajamäärä n. 50 / vuosi. Vastaajina pääasiassa suurempia järjestöjä.

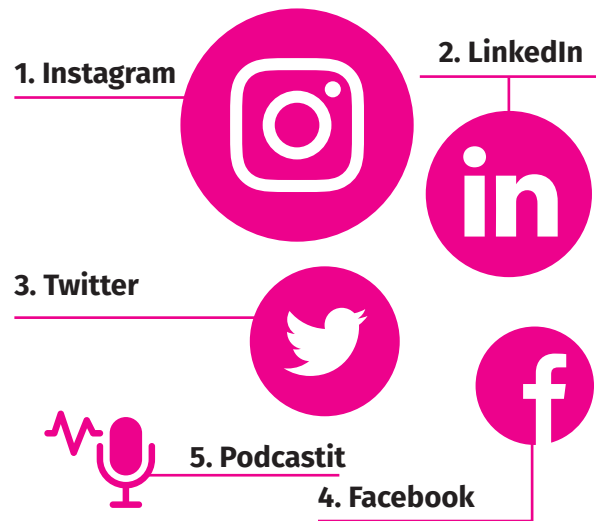
Järjestödigi-kartoitukset 2017-2019, vastaajamäärä 380-479 / vuosi. Vastaajina kaikenkokoiset järjestöt.

Uusia kanavia vuonna 2020

Aiotteko ottaa järjestössänne käyttöön uusia viestinnän tai sosiaalisen median kanavia seuraavan vuoden aikana?



TOP 5 uudet kanavat vuonna 2020



Jo aikaisempina vuosina olemme havainneet, että järjestöt ovat löytäneet itselleen sopivat sosiaalisen median kanavat. Uusien sosiaalisen median kanavien kokeilu ja käyttöönotto ei ole itseisarvo, vaan järjestölle sopivat kanavat valitaan tarkoituksenmukaisesti ja harkiten.

Tänä vuonna vaihtoehdoissa oli myös "en osaa sanoa", joka osoittautui suosituimmaksi vaihtoehdoksi. Tämä kertoo sosiaalisen median nopeasta muutoksesta: järjestöissä ei välttämättä tiedetä, mikä on suosittu kanava vuoden päästä, joten mukaan menemistä voi olla vaikea ennustaa.

Vastauksissa mainittiin myös YouTube, Snapchat, WhatsApp, tekstiviesti-ilmoitukset, Trello, nettisivut, GameSaver, webinaarit ja maksetun mainonnan kokeilu.

”Emme ryntää kokeilemaan jokaista uutta kanavaa, vaan pyrimme jatkossakin hyödyntämään niitä kanavia, joista tavoitamme kohderyhmämme parhaiten.” - Valtakunnallinen järjestö tai liitto

81 % järjestöistä kertoi onnistuneensa sosiaalisen median avulla

Viime vuonna kysyimme yleisellä tasolla, missä asioissa sosiaalinen media tukee tai voisi tukea järjestöjen toimintaa. Tänä vuonna halusimme tietää tarkemmin, miten tavoitteet ja onnistumiset kohtaavat. Kysyimme sen vuoksi järjestöiltä, missä asioissa he ovat onnistuneet sosiaalisen median avulla.

Järjestöjen top 10 syyt käyttää sosiaalista mediaa

Missä asioissa järjestöt ovat onnistuneet?



=uusi listalla

1. Kohderyhmän tavoittaminen		Näkyvyyden ja tunnettuuden lisääminen
2. Näkyvyyden ja tunnettuuden lisääminen		Tapahtumamarkkinointi
3. Tapahtumamarkkinointi		Kohderyhmän tavoittaminen
4. Toiminnan tekeminen näkyväksi		Nopea viestintäkanava
5. Nopea viestintäkanava		★ Kustannustehokas viestintäkanava
6. Jäsenhankinta		Brändin rakentaminen tai vahvistaminen
7. Järjestön tuotteiden ja palveluiden markkinointi		Järjestön tuotteiden ja palveluiden markkinointi
8. Tiedon jakaminen eri kohderyhmille		Jäsenhankinta
9. Brändin rakentaminen tai vahvistaminen		Tiedon jakaminen eri kohderyhmille
10. Keskustelun herättäminen		★ Mainonta

Näkyvyyden lisääminen, kohderyhmän tavoittaminen ja tapahtumamarkkinointi olivat kolmen kärki niin järjestöjen syissä käyttää sosiaalista mediaa kuin onnistumisissakin. Tässä ei juurikaan ole eroja aiempien järjestösosiaalisen median kartoitusten tuloksiin.

Järjestöt kokevat sosiaalisen median yhä nopeana ja kustannustehokkaana viestintäkanavana. Sosiaalista mediaa on helppo käyttää, ja se on useimmiten ilmaista. Sosiaalinen media tulee luonnolliseksi osaksi järjestön viestintää, etenkin jos järjestön jäsenet käyttävät jo valmiiksi sosiaalisen median kanavia.

”Oman toiminnan markkinointi ja tunnettavuus ovat parantuneet Facebook-sivuston kautta. Sivuston kautta on ollut mahdollista jakaa ajankohtaista informaatiota urheiluseuran toiminnasta, ilman syvempää osaamista sosiaalisen median käyttämisestä.”
- Paikallinen järjestö

Vaikka monet onnistumiset liittyvät suuren ihmisjoukon tavoittamiseen, isoihin tykkääjämääriin ja lisäresursseihin, joidenkin järjestöjen tärkeimmät onnistumistarinat liittyvät suoraan vaikuttamistyöhön somessa.

”Amazonin palaessa onnistuimme lyhyellä varoitusajalla tarttumaan toimeen ja keräämään varoja ympäristötyöhön Facebookin kautta. Varoista pystymme globaalina järjestönä myös ohjaamaan rahaa Brazilian ympäristökatastrofin parissa työskentelevälle paikallisjärjestölle.” - Valtakunnallinen järjestö tai liitto

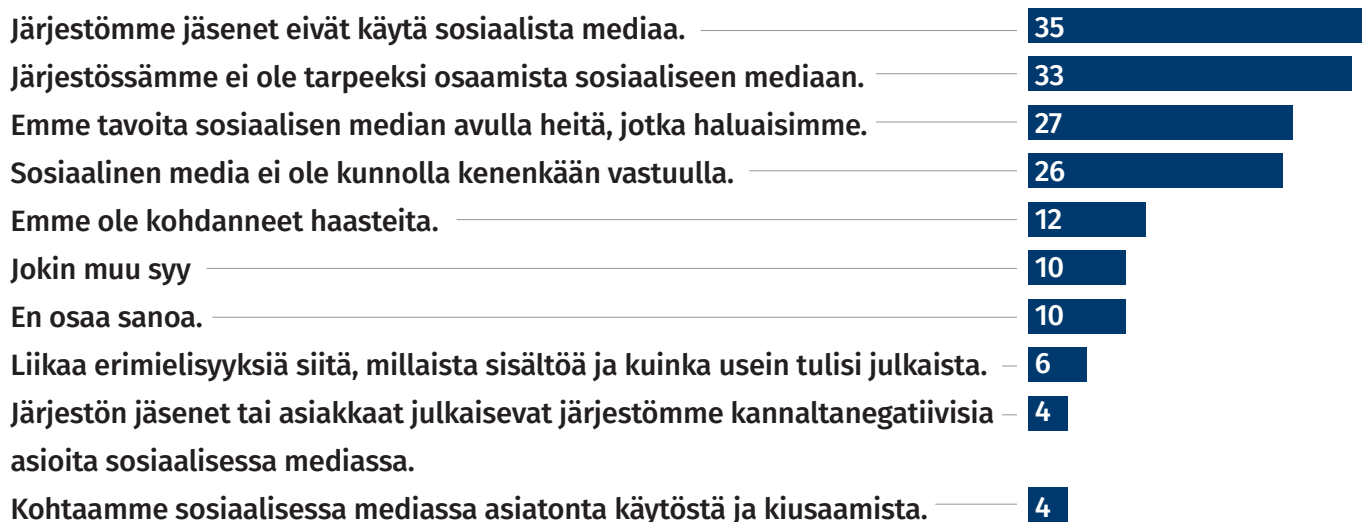


Some on tukenut toimintaamme erityisesti siinä, että pystymme saamaan suoraan näkyvyyttä aiheillemme ja kannanotoillemme.”
- Valtakunnallinen järjestö tai liitto

Haasteita ja ratkaisuja

Sosiaalisen median haasteet järjestöissä

prosenttia



Järjestöjen yleisimmät haasteet sosiaalisessa mediassa liittyvät ihmisten tavoittamiseen, osaamiseen ja vastuunjakoon.

Avovastauksista heijastuu, että vapaaehtoisvoimin toimivissa järjestöissä on liian vähän tekijöitä ja liian paljon tekemistä, jolloin sosiaalinen media jää tärkeämmäksi koettujen tehtävien jalkoihin. Aktiivinen läsnäolo sosiaalisessa mediassa voisi kuitenkin olla hyödyllistä juuri näille tekijäpulasta kärsiville järjestöille: jäsenhankinta on yksi asioista, joissa kartoitukseen vastaajat kokevat sosiaalisen median auttavan.



Koska jokainen, joka järjestössämme työskentelee somen kanssa tekee paljon muutakin, koen, ettemme pysty hyödyntämään digitalisaatiota ja varsinkaan somea ihan niin tehokkaasti kuin edes vähän paremmin resursoituna olisi mahdollista.”
- Jenni Tamminen, Colores - Suomen Suolistosyöpäyhdistys ry

Tekijäresurssiin liittyy oleellisesti myös osaamisresurssin puuttuminen. Monissa järjestöissä ei tiedetä, kuinka sosiaalista mediaa voi hyödyntää. Järjestöjen kokemukset kuitenkin osoittavat, että sosiaalinen media ei vaadi ammattiosaamista, vaan liikkeelle pääsee pienillä resursseilla ja yksinkertaisia tapoja käyttäen.

”Saavutimme vapaaehtoisia mukaan toimintaamme yhden Instagram-päivityksen avulla!” - Alueellinen tai piirijärjestö

Kohderyhmän tavoittamisen kokevat vaikeaksi erityisesti ne järjestöt, joiden kohderyhmä on ikääntynyttä. Nämä järjestöt kertovat, ettei heidän jäsenensä tai kohderyhmänsä käytä sosiaalista mediaa.

”Jäsenistömme on jo ikääntynyttä. Perinteinen toimintatapa on luontevampaa, sillä digitaalisuus tai osaamattomuus pelottavat. Koska kaikilla ei ole älypuhelinta, ontuu esim. whatsappin käyttö. Aina pitää informoida myös perinteisellä tavalla. Facebookin jotkut näkevät yksityisyyden menetyksenä.” - Paikallinen järjestö

Toisaalta löytyy myös järjestöjä, jotka ovat onnistuneet eläkeikäisten tavoittamisessa ja huomanneet, että seniorit voivat olla hyvinkin kiinnostuneita digitaalisista palveluista.

”Verkkosivuillamme on suosittu Opiskele itse -osio, josta seniorit löytävät heille soveltuvien digipalveluiden ja tekniikoiden esittelyä.” - Tuulikki Paturi, Enter ry

Samaan aikaan monet järjestöt kokevat myös nuorten tavoittamisen haasteellisenä: vain 3 % järjestöistä kokee onnistuneensa nuorten tavoittamisessa. Nuoret kyllä käyttävät sosiaalista mediaa, mutta järjestöjen haasteena on löytää oikeat tavat ja kanavat nuorten puhuttelemiseen.

”Nuorisoa vaikea löytää mukaan.” - Paikallinen järjestö

”Emme ole löytäneet parhaita kanavia tavoittaa nuorempaa ikäpolvea.” - Paikallinen järjestö

Nuoria tavoitetaan yleensä parhaiten, kun sisältö on nuorten itsensä luomaa ja ylläpitämää.

”Nuorten yrittäjien keskinäinen verkostoituminen ja tukipalvelut heidän WhatsApp-ryhmässä on ollut menestys.”
- Valtakunnallinen järjestö tai liitto

”Nuorilta nuorille -tyyppiset postaukset”
- Valtakunnallinen järjestö tai liitto

Jonkin verran järjestöt kohtaavat myös epäasiallista käytöstä somessa, mikä vaikeuttaa ja tekee somettamisesta epämiellyttävää

”Emme oikein uskalla ryhtyä kovin aktiiviseen somettamiseen, sillä toimintasektorimme houkuttaa huonoa käytöstä ja rasistisia kommentteja, eikä meillä ole mahdollisuuksia osoittaa tilanteen hallintaan riittävästi työtunteja. Niinpä pysyttelemme tylsässä ja turvallisessa sekä melko harvassa viestinnässä, joka ei syö liikaa resursseja.” - Valtakunnallinen järjestö tai liitto

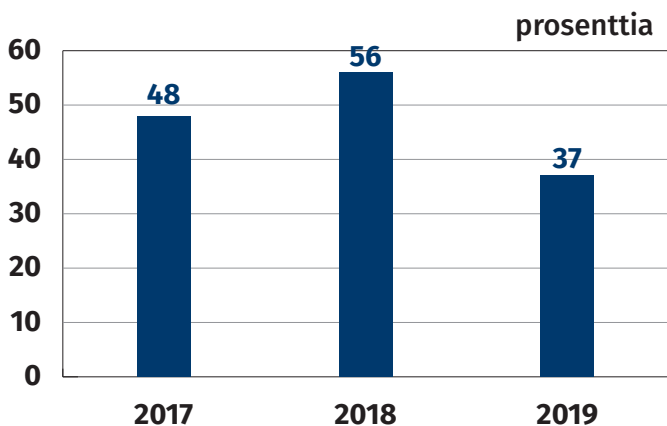
Näihinkin ongelmiin järjestöt etsivät parhaansa mukaan ratkaisuja. Ongelmia ehkäistään parhaiten hyvällä suunnitelmalla ja ennakoivalla somestrategialla. Yllä lainattu järjestö jatkaa:

”Olemme miettineet somestrategian tekemistä ja vähän hahmotelleet, minkälainen sisältö olisi tämän hetken työntekijöille luontevaa ja melko ”riskitöntä” tuottaa. Meillä on ihan hyvä idea ja sen voisi panna täytäntöön jo tänä vuonna. Tulisi vielä miettiä, kuka ja kuinka usein vastaa julkaisuista.”

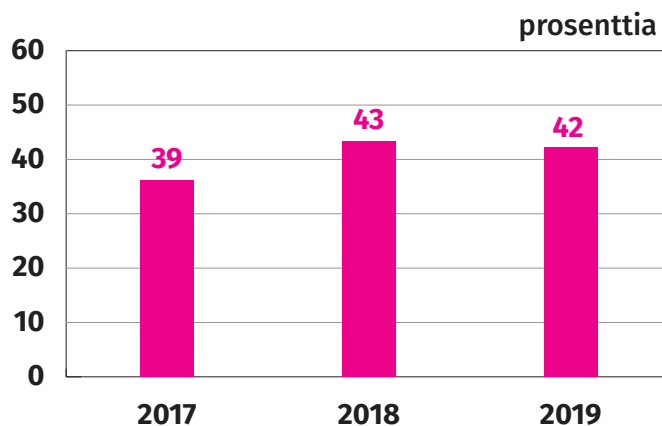
Järjestöjohtajien määrä somessa laskenut

Järjestötoimijat sosiaalisessa mediassa

Johto käyttää henkilökohtaisia sometilejä järjestön toiminnasta viestimiseen



Henkilöstö käyttää henkilökohtaisia some-tilejä työroolissa viestimiseen



Järjestöjohtajien aktiivisuus sosiaalisessa mediassa on laskenut merkittävästi. Vastaajia, joiden järjestöissä johtajat käyttävät henkilökohtaisia sometilejään järjestön toiminnasta viestimiseen, on kaksikymmentä prosenttiyksikköä vähemmän kuin viime vuonna.

Kuitenkin järjestöissä, joissa ei ole palkattua henkilökuntaa, aktiivisuus on vuoden aikana lisääntynyt. Kun palkattua henkilökuntaa ei ole, on sometettava omalta tilitä. Toisaalta liitojen johtajat ovat aktiivisempia omien sometilien käyttäjiä kuin pienten järjestöjen.

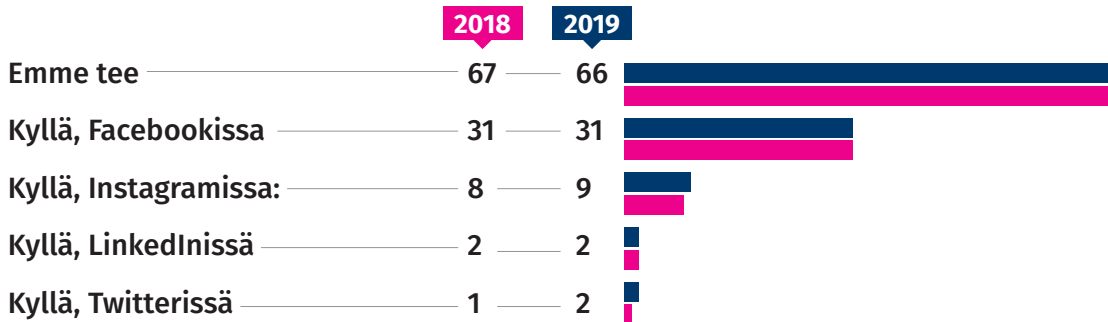
Mahdollista lienee, että järjestöt ovat kaiken kaikkiaan panostaneet enemmän some-näkyvyyteen ja organisoineet asiaa niin, että yleisesti ottaen johtajien tarve omien tilien käyttöön on vähentynyt. Vastaajaprofili ja kysymyksenasettelu viime vuoteen nähden ovat säilyneet entisellään.

Somettavan henkilöstön osuus on taas pysynyt samana viime vuoteen nähden. Prosenttiosuus on laskettu niistä kyselyyn vastanneista järjestöistä, joissa on palkattua henkilöstöä.

”Jokapäiväinen someonnistuminen on se, että (lähes) kaikki työntekijämme käyttävät sosiaalista mediaa omassa työssään. Markkinoivat, ja tekevät työtämme ja meille tärkeitä asioita näkyväksi. Muun muassa!” - Valtakunnallinen järjestö tai liitto

Maksetulla mainonnalla tehoa markkinointiin

Tekeekö järjestönne maksettua mainontaa sosiaalisessa mediassa?



Sosiaalisessa mediassa mainontaa tekevien osuus on pysynyt samana viime vuodesta, kun taas vuosien 2017 ja 2018 välillä mainontaa tekevien järjestöjen osuus kasvoi kahdeksalla prosenttiyksiköllä. Mainontaa tekevät kaikenkokoiset järjestöt: tosin suurempien järjestöjen joukossa on enemmän mainontaa tekeviä kuin pienissä.

Kanavat ovat pysyneet lähes samoina viime vuoteen nähden. Järjestöt mainostavat Facebookissa, Instagramissa, Twitterissä ja LinkedInissä. Muissa mainonnan kanavissa mainittiin Jodel, Snapchat, YouTube ja Google.

Järjestöjen kokemuksia lukiessa korostuu, että sosiaalinen media on kustannustehokas alusta mainostaa. Mainostamiseen ei tarvita isoja summia rahaa, vaan pienellä panostuksella saadaan usein tuloksia aikaiseksi.

”Joukkorahoitushankeen YouTube-videomarkkinoinnilla tavoitettiin muutamien satasten panostuksella yli 200 000 ihmistä. Joukkorahoitukseen osallistui yli 600 henkilöä ja rahaa kerättiin 104 000€. Voisi sanoa että kampanja oli erittäin onnistunut.”
- Paikallinen järjestö

”Kursseille on saatu uusia harrastajia some-viestinnän kautta ensistä selvästi enemmän. Esim 50 € maksullinen Facebook-markkinointi tavoitti tuhansia potentiaalisia kiinnostuneita. 50 € markkinointipanostuksella saimme noin 2000 € aiempaa enemmän kurssituloja!” - Paikallinen järjestö

Viestinnän ja somen tulevaisuus

Valtaosa kyselyyn vastanneista uskoo sosiaalisen median roolin kasvavan järjestökentällä, tai vähintään pysyvän samana kuin nykyään. Tänä vuonna vastaajissa ei ole juuri-kaan sosiaalisen median tulevaisuuteen epäilevästi suhtautuvia.

”Viestinnän rooli on merkittävä ja sen merkitys kasvaa maailmassa jossa valinnanmahdollisuudet lisääntyvät. Sosiaalisen median asema asiallisena ja todellisena kantaaottavana kanavana kasvaa. Kanavat muodostuvat vuorovaikutuksellisemmiksi.”

- Maija Ruokonen, Turun NMKY - YMCA Turku

”Viestintää viedään yhä enemmän sosiaalisen median kanaville. Tämä on pakollista, jotta tavoitamme myös nuoret. Lisäksi se mahdollistaa nopeamman ja tehokkaamman viestinnän nykyisille sekä seuran ulkopuolisille henkilöille. Verkostoituminen eri seurojen ja järjestöjen kanssa on etenkin pienten seurojen osalta aina vain tärkeämpää ja sosiaalinen media mahdollistaa tähän hyvät kanavat.” - Paikallinen järjestö

Tosin moni vastaaja tuo esille, että edelleen tulee huomioida ne jäsenet, jotka eivät ole sosiaalisessa mediassa, ja että kasvokkaista vuorovaikutusta sosiaalinen media ei tule korvaamaan.

”Uskon, että somen käyttö ja merkitys lisääntyvät, mutta meidän on otettava huomioon myös ne jäsenemme ja kohderyhmämme jäsenet, jotka eivät ole tai käytä. Henkilökohtaiset kirjeet, lehti-ilmoitukset ja postilaatikoihin jaetut monisteet ovat tulevaisuudessakin käytössä.” - Paikallinen järjestö

Vastauksista näkyy vahvasti jäsenistön nuorentuminen ja sitä kautta tuleva muutos sosiaalisen median käyttöön. Useat kymmenet vastaajat kertovat, että järjestön ikärakenteen muuttuessa ja yhä nuorempien sukupolvien myötä järjestöt saavat vauhtia omaan tekemiseensä sosiaalisen median suhteen.

”Kyllä se lisääntyy, kun porukka nuortuu. Kaikki tiedottaminen siirtyy someen.” - Paikallinen järjestö

”Kun uudet ikäluokat tulevat eläkeikään, on heillä entuudestaan niin paljon tietoa, että pystyvät käyttämään vaikeuksitta sosiaalista mediaa järjestön toiminnassa. Viestintä on koko ajan kehittyvä, sitä tarvitaan joka alalla.” - Paikallinen järjestö

”Eläkeläisjärjestömme jäsenistön digitaidot kohentuvat ja uusia nuorempia jäseniä tulee mukaan toimintaan. Nopea viestintä ja sähköinen viestintä kehittyvät ja korvaavat perinteiset muodot. Digi- ja somepalvelut yleistyvät ja tavoittavat yhä suuremman joukon jäsenistöstä.” - Paikallinen järjestö

Järjestökentän laaja kirjo ja erilaiset tilanteet sosiaalisessa mediassa näkyvät myös vastauksista. Toiset ennustavat sähköpostin olevan pian jo vanha juttu, kun taas toisissa jäsenet vasta opettelevat sähköpostin käyttöä. Järjestöt etenevät siis hyvinkin eri tahtiin, mutta suunta on eteenpäin.

”Sähköposti jää pois kokonaan, nuoret eivät sitä käytä.”
- Valtakunnallinen järjestö tai liitto

”Paperikirjeet jäävät vähitellen historiaan, yhä useampi jäsen käyttää sähköpostia ja oppii kurkkimaan kotisivuillemme.”
- Arja Ahonen, Helsingin senioriopettajat ry

Kanavien pirstaloituminen ja entistä kovempi kilpailu kohderyhmän huomiosta ovat trendejä, joita kyselyyn vastaajat ennustavat korostuvan järjestöjen tulevaisuudessa.

”Tulevaisuudessa on entistä haasteellisempaa tavoittaa omaa kohderyhmää, kun koko viestintä pirstaloituu entisestään.”
- Valtakunnallinen järjestö tai liitto

Visuaalisuuden ja äänen uskotaan ajavan tekstimuotoisen sisällön ohi.

”*Lisääntyy ja painottuu visuaaliseen puoleen enemmän. Tulevaisuudessa podcastit ja ”mini”videot ovat arkea.*”

- Valtakunnallinen järjestö tai liitto

”*Tekstitettyjen videoiden määrä tulee lisääntymään.*”

- Valtakunnallinen järjestö tai liitto

Samalla, kun sosiaalinen media ja sen ilmiöt kehittyvät, ihmisten suhtautuminen ja asenteet kehittyvät yhtä lailla. Sosiaalista mediaa osataan jatkossa käyttää entistä paremmin, ja siitä tulee yhä luontevampi osa järjestöjen arkea.

”*Sosiaalisen median mahdollisuudet muuttuvat hitaasti ja varmasti osaksi tavallista päivittäistä työtä eikä ”somettamista” enää pidetä irrallisena ja ylimääräisenä palikkana.*”

- Valtakunnallinen järjestö tai liitto

Lopuksi: Ajatuksia järjestödigin tulevaisuudesta

Olemme aiempina vuosina nostaneet tulevaisuuden näkymiä esiin useamman vastaajan sitaatin muodossa. Nyt yksi vastaaja tiivistä monen esittämät ajatukset vastaukseensa. Haluamme tiivistää järjestödigin ja viestinnän tulevaisuuden siis näihin sanoihin.

Näillä ajatuksilla: kohti tulevaisuuden digitaalista ja viestinnällistä maailmaa – oman järjestön toiminnan, tekijöiden ja resurssien mukaan kehittäen ja kehittyen.

”*Erityisesti kohtaamisissa ennustan tapahtuvan muutoksia parempaan; yhä useampi pääsee helposti sijainnista riippumatta mukaan tapahtumiin ja yhteisölliseen keskusteluun verkkoluentojen, podcastien ja livelähetysten muodossa.*

Jäsenrekisteriuudistushankkeemme myötä toivomme, että tavoitamme tulevaisuudessa entistä paremmin sidosryhmämme, ja viestinnän kohdentaminen asiakaslähtöisesti on entistä helpompaa ja sujuvampaa.

Viestintä ei ole enää yksittäisen viestintäyksikön tai asiantuntijan kontolla, sillä digitalisaatio on tuonut viestinnän työkalut kaikkien asiantuntijoiden työpöydille. Siksi viestinnän koulutus, johtaminen, suunnittelu ja mittaaminen tulevat entisestään vahvistumaan myös järjestöviestinnässä, jotta käytössä olevat työkalut aidosti edistävät järjestön tehtävää.” - Valtakunnallinen järjestö tai liitto

#järjestödigi 2019



Osallistu keskusteluun tunnisteella #järjestödigi
www.jarjestodigi.fi

Lisätietoja kartoituksesta ja yhteydenotot:
info@viestintapiritta.fi

Avoine
Part of Vitec Software Group



Visuaalinen suunnittelu: eetu.pietarinen@gmail.com