

Kuntarekryn valtakunnallinen mainoskampanja

Emma Kolehmainen

Viestintäpäällikkö, Grade Suomi

Speksit

- **Kampanja-aika:** 1.-21.9.2025 (kolme viikkoa)
- **Slogan:** Suomen suurin (julkinen) piilotyöpaikka
- **Tukiviesti:** 30 % kuntien työntekijöistä eläköityy seuraavan kymmenen vuoden aikana
- **CTA:** Tee hakuvahti nyt.
- **Tietopohja:** Kevan eläköitymisennuste (päivitetty K2025)



Kanavat ja keinot

- **Ulkomainonta:** diginäytöissä/katukuvassa ympäri Suomen
- **Äänimainonta:** kauppakeskuksissa ympäri Suomen
- **Somemainonta:** Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok
- **Muu digimainonta:** Google, Sanoma
- **Orgaaninen sisältö:** kuntarekry.fi ja sosiaalinen media
- **Sidosryhmäviestintä:** Keva, KT, Kuntaliitto, asiakkaat
- **Media:** tiedotteet

SUOMEN SUURIN (julkinen)

PIILOTYÖ- PAIKKA

30%

kuntien työntekijöistä
eläköityy seuraavan
kymmenen vuoden
aikana.

kuntarekry



Mittarit

Tämä oli ennen muuta näkyvyyskampanja. Arviointikohteina:

- **Sivustoliikenne:** Kasvu kuntarekry.fi –sivuston käyntimäärissä verrattuna elokuuhun 2025 sekä syyskuuhun 2024
- **Hakuvahdit:** Kasvu hakuvahtien luomisessa kampanja-aikana verrattuna edelliseen kolmeen viikkoon
- **Medianäkyvyys:** Ansaitut mediaosumat valtakunnallisessa tai paikallismedioissa
- **Näyttökerrat ja klikkaukset:** Digimainosten näyttökertojen ja klikkausten määrä suhteutettuna käytettyyn budjettiin
- **Osallistuminen:** Korkeampi osallistumisaste (tykkäykset, jaot, kommentit) kampanjasisällöissä Kuntarekryn somekanavissa, verrattuna “normaaliin” sisältöön

kuntarekry

Tee
hakuvahti
nyt.



Tulokset

Kuntarekry.fi

- **Sivustoliikenne**

- Valitettavasti emme saaneet luotettavaa sivustodataa kävijämääristä analytiikkatyökalun teknisten ongelmien vuoksi, mutta arviolta ~845 000 sivustokäyntiä kampanjan aikana
- Päättellen liikenteen lähteistä kampanjasivulle (suora ja hakukoneliikenne), ihmiset ovat nähneet mainoksia digiympäristön ulkopuolellakin ja etsineet lisätietoa verkosta

- **Hakuvahdit**

- Kampanjan aikana sivustolle luotiin 1696 hakuvahtia, mikä on hieman yli **6%** enemmän kuin vertailuajankohtina elokuussa



Digimainokset

- **Meta**
 - 53 367 näyttökertaa and 2520 klikkausta
- **LinkedIn**
 - 16 878 näyttökertaa and 458 klikkausta
- **TikTok**
 - 317 808 näyttökertaa and 1507 klikkausta
- **Google Ads**
 - 448 570 näyttökertaa and 19 216 klikkausta
- **Sanoma Ads**
 - 37 935 näyttökertaa and 173 klikkausta
 - Eniten mainosta näytettiin Is.fi ja Hs.fi -sivustoilla



Orgaaninen sisältö

- Kampanjasisällöt toimivat tavoittavuudeltaan ja osallistumisasteeltaan parhaiten kaikesta Kuntarekryn sisällöstä kampanja-aikana
- **LinkedIn:**
 - 15 933 näyttökertaa, 56 tykkäystä, 1 kommentti and 6 jakoa
- **Facebook:**
 - 3098 näyttökertaa, 11 tykkäystä and 3 jakoa
- **Instagram:**
 - 7465 näyttökertaa, 39 tykkäystä and 17 kommenttia
- **TikTok:**
 - 614 näyttökertaa and 2 tykkäystä



Ulkomainonta

Aktiivinen aikaväli: 1.-21.9.2025, kolme viikkoa

Materiaali: Yksi kymmenen sekunnin video

Sijainnit: 46

Diginäytöt: 220

OTC: 37,5 miljoonaa (mahdollisten näyttökertojen määrä)

Toistomäärä: n. 1,3 miljoonaa kertaa



Äänimainonta

- **Aktiivinen aikaväli:** 1.-14.9.2025, kaksi viikkoa
- **Kauppakeskuskontaktit:** 2,06 miljoonaa (potentiaali)
- **Toistot tunnissa:** 3
- **Materiaali:** Kaksi versiota, toistot joka toinen päivä



Medianäkyvyys

- **Kaksi uutisartikkelia**
 - Molemmat julkaistu Verkko uutiset.fi:ssä
- **Juttu syyskuun KT-lehdessä**
 - KT jakoi lehteä Kuntamarkkinoilla



SUOMEN SUURIN (julkinen)
**PIILOTYÖ-
PAIKKA**

30%
kuntien työntekijöistä
eläköityy seuraavan
kymmenen vuoden
aikana.

kuntarekry

Suomen suurin piilotyöpaikka

Julkisen alan työpaikkasivusto Kuntarekry on käynnistänyt kampanjan julkisen alan työvoiman tarpeesta otsikolla *Suomen suurin (julkinen) piilotyöpaikka*. Kampanja alkoi 1. syyskuuta ja kestää kolme viikkoa.

Kampanja perustuu Kevan eläke-ennusteeseen, jonka mukaan lähes joka kolmas julkisen alan työntekijöistä on eläköitymässä seuraavan kymmenen vuoden aikana.

Kampanjan tavoitteena on luoda näkyvyyttä julkisen sektorin monipuolisille työmahdollisuuksille. Samalla se pyrkii valamaan uskoa työnhakijoihin, sillä työttömyys on tällä hetkellä korkealla, mutta tulee todennäköisesti helpottamaan. Kunnat, hyvinvointialueet ja näiden yritykset voivat osallistua kampanjaan jakamalla Kuntarekryn somemateriaaleja omilta tileiltään.

4 KT-lehti 4/2025

Mikä toimi erityisen hyvin?



- **Kanavavalinnat**
 - Tavoitimme hyvin eri ikäisiä ihmisiä ympäri Suomen, eri ympäristöissä
- **Materiaalit**
 - Mainokset erottuivat digiympäristössä, ulkomainonnassa sekä kauppakeskuksissa muusta mainosisällöstä selkeästi
- **Digimainokset**
 - Hyvä määrä näyttökertoja ja klikkauksia suhteessa käytettyyn budjettiin
- **Somesisällöt**
 - Hyvä osallistumisaste kampanjasisällöissä
- **Sidosryhmäyhteistyö**
 - Keva ja KT jakoivat tietoa kampanjasta kanavissaan

Saimme aikaan laajaa näkyvyyttä Kuntarekrylle!

Ajatuksia, kysymyksiä? 😊

Kiitos!

Emma Kolehmainen

Viestintäpäällikkö

Grade Suomi

