

Mainiampi Laitila



Viestintästrategia

2020-

Kaupunginhallituksen hyväksymä xx.xx.2020

1. Mitä?

Viestintästrategia on suunnitelma, joka kertoo kaupungin viestinnän tavoitteet ja keinot, joilla tavoitteisiin päästään. Viestintä-käsite toimii yläkäsitteenä sisältäen tiedottamisen ja tiedonvälityksen eri toimet ja ulottuvuudet. Viestintästrategia on osa kaupungin strategian jalkauttamista ja pyrkii osaltaan toteuttamaan kaupungin visiota: Mainiompaa Laitilaa.

Tässä dokumentissa vastataan kaupungin viestintään liittyviin kysymyksiin:

1. Mitä?
2. Miksi?
3. Kenelle?
4. Miten?

Laitila



2. Miksi?

Kuntien viestintävelvoite kumpuaa Suomen laista.
Kuntalaki ohjeistaa seuraavasti (29 §):

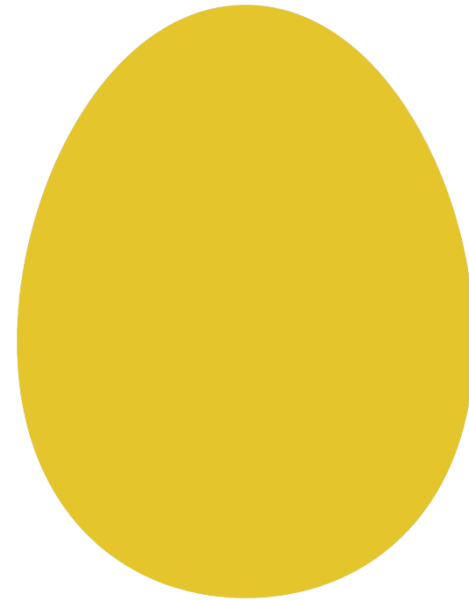
Kunnan toiminnasta on tiedotettava asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille. Kunnan tulee antaa riittävästi tietoja kunnan järjestämistä palveluista, taloudesta, kunnassa valmistelussa olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä ja niiden vaikutuksista. Kunnan on tiedotettava, millä tavoin päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa.

Viestinnässä on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otettava huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet.

Toimiva viestintä on menestystekijä

Viestintään panostamalla kaupunki ei halua vain täyttää lain asettamia velvollisuuksia, vaan ymmärtää viestinnän olevan yksi kaupungin menestystekijä ja viestinnän kohderyhmien hyvinvointiin vaikuttava asia.

Kuten kaupungin arvoissa todetaan, asukas ja yrittäjä ovat kultamunamme. Miksi viestiä? Pitääksemme huolta kultamunastamme.



” Toimiva viestintä on menestystekijä



3. Kenelle?

Viestinnän kohderyhmät voidaan jakaa:

sisäisiin

- henkilöstö
- luottamushenkilöt

ulkoisiin

- asukkaat
 - yritykset
 - yhdistykset
 - muut yhteistyökumppanit
(viranomaiset, muut kunnat,
ystävyykskaupungit)
 - matkailijat ja vierailijat
 - media
- + myös: **potentiaaliset** asukkaat,
yritykset, matkailijat ja vierailijat




Viestinnän kohderyhmät

Kohderyhmien sisällä on omia ryhmiä, kuten:

- Eri ikäiset ja eri elämäntilanteissa olevat asukkaat
- Henkilöstö koostuu esim. esimiehistä, toimialoista, työyksiköistä
- Luottamushenkilöiden muodostamia ryhmiä ovat esim. valtuutetut, kaupunginhallitus, valiokunnat

Toimiva viestintä tiedostaa kohderyhmänsä ja puhuu ymmärrettävästi juuri sille.

A photograph showing three people riding bicycles away from the camera on a paved path. On the left is a log cabin with a window. On the right is a dense line of green trees. In the background, a red building is visible. The scene is bright and sunny.

” Toimiva viestintä
tiedostaa kohderyhmänsä
ja puhuu ymmärrettävästi
juuri sille

4. Miten?

Viestintää ohjaavat arvot ja periaatteet

ovat johdettavissa kuntalaista ja kaupungin strategiasta.

- **Palvelemme** asukkaita ja muita kohderyhmiä **viestimällä**: tiedottaminen tapahtuu matalalla kynnyksellä ja on oikea-aikaista.
 - Matalan kynnyksen periaate: tiedotusalttius on matala ja viestiminen orgaaninen osa muuta toimintaa. Asiassa kuin asiassa on viestinnällinen mahdollisuus ja siihen tartutaan herkästi.
 - Oikea-aikaisuus perustuu asian luonteeseen ja vaatii arviointia. Koskaan ei kuitenkaan ole liian myöhäistä tiedottaa.
- **Välitämme viestimällä** ja tuemme kohderyhmien hyvinvointia viestimällä ymmärrettävästi, tasapuolisesti ja saavutettavasti.

- **Hyvinvoinnista huolehtiminen kulkee molempiin suuntiin.** Nykymaailmassa viestintä on reaktiivista ja nopeaa, eikä virheiltä voi välttyä. Viestintä ei saa olla ryppyotsaista ja totista, vaan Mainiomman Laitilan näköistä. Työyhteisönä vaalitaan sallivaa ilmapiiriä myös viestinnän virheissä. Virheet korjataan ja jatketaan eteenpäin.

Munauskin voi olla menestys!

“ Vältämme
viestimällä



Viestinnän tyyli

- Viestintä on kieli-asultaan saavutettavaa eli selkeää ja ymmärrettävää. Siinä huomioidaan kohderyhmä ja pyritään tuomaan viestin merkitys kohderyhmälleen ilmi (esim. päätöksentekotiedottamisessa tuomaan ilmi päätöksenteon vaikutukset kaupunkilaisten arkeen).
 - Hyvä keino varmistua viestin ymmärrettävyydestä, on pyytää työkaveria tai parhaassa tapauksessa viestin kohderyhmän edustajaa oikolukemaan viesti.
- Viestinnässä otetaan huomioon visuaalisuus. Visuaalisuus tukee tiedonvälittämistä ja tekee siitä vaikuttavampaa ja ymmärrettävämpää.
 - Ohjeet yhdenmukaisen graafisen ilmeen toteuttamiseksi on kaupungin graafisessa ohjeistossa.



Viestinnän kanavat

- Laitila.fi -internetsivu
- Intra-sivut
- Sähköposti
- Sosiaalisen median kanavat
 - Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Youtube
 - Yksikkökohtaisesti mahdollisesti muita (esim. Nuorisotoimella Snapchat, Tiktok)
- Tiedotteet
- Henkilöstötiedotteet
- Lehdistötiedotteet
- Lehti-ilmoitukset
 - Tapahtumailmoitukset, kuulutukset, muut maksetut ilmoitukset
- Asiakaskohtaamiset ja -puhelut
- Kuntalaistilaisuudet
 - Kuntalaisillat, muut tapahtumat kuntalaisille
- Tiedotustilaisuudet
- Lehdistötilaisuudet ja haastattelut
- Mainiampi Laitila -lehti
- Suomi.fi -sivu
- Uusien asukkaiden kirje
- Info-tv
- Työntekijöiden yhteiset asemat / kansiot, työskentelyalustat
 - Sharepoint, Teams
- Kokoukset ja palaverit
- Kokoustiedottaminen
- Kaupungin blogi
- Kirjeposti ja kaupungin sisäinen posti
- Sovellusohjelmat
 - Esim. Asianhallintaohjelma CaseM, Wilma, Daisy
- Painettu materiaali
 - Esim. julisteet, esitteet, käsiohjelmat, roll-upit
- Ostettu mainonta muualta kuin lehdistä
 - Esim. Facebook-markkinointi, screenit
- Muut kaupungin nettisivut
- Google My Business –sivu
- Timmi-ajanvaraus –järjestelmä
- Tekstiviestit

- Mahdolliset uudet kanavat: mobiilisovellukset

Laitila



“ Visuaalisuus tukee tiedonvälittämistä



Viestinnän yleisiä ohjeita

Viestinnän kanavia on suuri määrä. Eri viestintätilanteissa tarkoituksenmukaisimmat kanavat vaihtelevat.

Viestintä vaatii arviointia toimialoittain ja -yksiköittäin :
mitkä kanavat ovat käytössä ja miten viestinnän vastuut jaetaan.

Yleisiä ohjeita, joiden mukaan tehdään yhdenmukaista viestintää:

1. Pääviestintäkanava on laitila.fi ja tietojen siellä tulee olla ajantasaisia.
2. Lehdistötiedotteet julkaistaan aina myös laitila.fi -sivulla.

3. Sosiaalisen median kanavat tukevat tiedonvälittämistä: koska monet kohderyhmien edustajat ovat aktiivisia sosiaalisen median kanavissa, tieto saavuttaa heidät ketterästi siellä.
4. Sisäisen viestinnän tärkein kanava on kaupungin intra-sivu.
5. Viralliset ilmoitukset ja kuulutukset julkaistaan laitila.fi -sivulla ja kaupungin virallisella ilmoitustaululla.
6. Päätöksentekotiedotteet hallituksen, valtuuston ja valiokuntien kokouksista laaditaan mahdollisimman reaaliaikaisesti kokousten jälkeen ja julkaistaan ensimmäisenä laitila.fi -sivulla. Esityslistat ja pöytäkirjat ovat luettavissa sivulla julkisuuslain mukaisesti.

7. Avoimet työpaikat julkaistaan laitila.fi –sivulla, Kuntarekryssä (kuntarekry.fi) ja työvoimahallinnon sivulla (te-palvelut.fi).
8. Graafinen ohjeisto antaa sitovat ohjeet viestinnän visuaaliseen ilmeeseen.

Työnantajan kuvailuteksti työnhaussa:

Laitilan kaupunki on elinvoimainen ja vireä n. 8.600 asukkaan seutukaupunki Varsinais-Suomessa VT 8:n varrella. Lähimmät naapurikaupungit ovat Rauma ja Uusikaupunki, Turkuun on matkaa 60 km. Laitila on vahva elinvoimakaupunki ja työpaikkaomavaraisuus on korkea. Laitilan kaupalliset ja julkiset palvelut ovat korkeatasoiset. Kaupunki on investoinut aktiivisesti niin teollisten työpaikkojen luomiseen kuin myös kuntalaisten hyvinvointipalveluihinkin. Laitilan kaupunki on savuton työpaikka.

Laitila



Eri viestintätilanteissa tarkoituksenmukaisimmat kanavat vaihtelevat



NSO
AutoTeam
Merkkihuolto Vaska-Suomessa
Keula
MARKKI
S-Pankki

Kieku
HERIKULLIDIA SUOMALAISTEN KÄNÖJEN MUNIA

Juhani-Matias Ky
LÄHTILÄN TERVEYSKOTI
KASI TORI
Alastina CATERING
Laserkeskus
LÄHTIPIOLA
LÄHTIPIOLA
JURVA RINNE KY
TORIN LAVALLA TAPAHTUU
HYVÄÄ TERVEYSTÄ
LÄHTI PUEHEA
LÄHTILÄN

Viestinnän tekijät

- Jokainen kaupungin työntekijä ja luottamushenkilö viestii ja välittää tietoa. Se on osa kaupunkiorganisaatiossa tehtävää työtä ja asiakaspalvelua. Kuten aiemmin todettiin: *Tiedotusalttius on matala ja viestiminen orgaaninen osa muuta toimintaa. Asiassa kuin asiassa on viestinnällinen mahdollisuus ja siihen tartutaan herkästi.*
- Viestimisen ei pitäisi olla ylimääräinen painolasti. Toimiva viestintä edesauttaa ja helpottaa muuta toimintaa. Kun tieto välittyy tarkoituksenmukaisissa kanavissa oikealle kohderyhmälle, auttaa se toteuttamaan kaupungin toimintaa avoimesti ja päämäärätietoisesti. Jokainen viestii omassa työroolissaan.
 - Pelkästään muutokset palveluissa eivät ole tiedotettavia asioita, vaan myös palveluista itsestään tulisi säännöllisesti viestiä. Jokaisen yksikön arjessa tapahtuu asioita, joista voi viestiä.
- On tärkeä muistaa, että viestinnässä oppii ja kehittyy tekemällä, eikä kukaan muu tunne työsi viestinnällistä kenttää yhtä hyvin kuin sinä. Kertaus on opintojen äiti: *Viestintä ei saa olla ryppyotsaista ja totista, vaan Mainiomman Laitilan näköistä. Viestintä saa siis olla tekijänsä näköistä.*

Erityiset viestintävastuut

- **Kaupunginhallitus** johtaa kaupungin viestintää ja tiedottamista sekä hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat (kaupungin hallintosääntö).
- **Toimialajohtajat** vastaavat toimialansa viestinnän toimivuudesta seuraten ja kehittävät sen suuria linjoja yhdessä esimiesten kanssa. **Johtoryhmällä** on **kaupunginjohtajan** johdolla kehittämisvastuu kaupungin viestinnästä kokonaisuutena.
- **Esimiehet** vastaavat yksikkönsä viestinnän toimivuudesta. Esimies vastaa oman yksikkönsä viestinnän kanavien, keinojen ja erityisvastuiden toteutumisesta. Esimies kehittää yksikkönsä viestintää yhdessä työntekijöiden kanssa.
- Jokaisella toimialalla on nimettynä henkilö **viestintäryhmässä**, jonka tehtävänä on pohtia viestinnän kehittämistapoja yli toimialarajojen ja antaa ehdotuksia johtoryhmälle. Viestintäryhmän jäsen neuvoo oman toimialansa työntekijöitä viestintään liittyvissä kysymyksissä.



” Jokainen viestii
omassa työroolissaan

Päävastuut viestinnän eri osa-alueilla

- Markkinointiviestintä: kaupunginjohtaja ja elinvoimapäällikkö
 - Markkinointiviestinnän kohderyhmää ovat etenkin potentiaaliset asukkaat, yritykset, matkailijat ja vierailijat. Markkinointiviestinnällä pyritään vahvistamaan kaupungin elinvoimaa ja kiinnostavuutta.
- Päätöksentekotiedottaminen: kaupunginjohtajan sihteeri yhdessä toimialajohtajien kanssa
- Sisäinen viestintä: toimialajohtajat, tulosaluevastaavat, esimiehet
 - Sisäisen viestinnän mieltäminen työhyvinvoinnin ja toimivan hallinnon peruspilariksi on oleellista. Henkilöstöä koskevista asioista kerrotaan ensin henkilöstölle ennen niiden ulkoista viestimistä.



Viestinnän seuranta ja kehittäminen

- Viestinnän kanavat ja keinot elävät ajassa. Viestinnän vaikuttavuutta seurataan ja viestinnän keinoja kehitetään tehtyjen havaintojen perusteella. Uutta kokeilemalla on mahdollisuus kehittää viestintää.
- Viestinnän vaikuttavuutta seurataan esimerkiksi mediaseurantatyökalun, Google Analyticsin sekä Facebookin, Instagramin ja Twitterin omien analytiikkatyökalujen avulla. Tärkeä osa seurantaa ovat viestinnän kohderyhmiltä saadut palautteet.



Palautekanavat ja palautteen käsittely

- Sisäisiltä kohderyhmiltä toivotaan viestintää koskevat palautteet osoitettavan kaupungin viestintäryhmälle, joka pohtii viestinnän kehittämistapoja yli toimialarajojen ja antaa ehdotuksia johtoryhmälle.
- Ulkoisilta kohderyhmiltä palautetta kerätään laitila.fi -sivun palautelomakkeen kautta sekä sosiaalisen median kautta tulleita palautteita seurataan myös. Sähköisiä kyselyitä laaditaan palautteen saannin tehostamiseksi ja spesifimmän tiedon saamiseksi.
- Monesti palaute tulee suoraan kaupungin työntekijälle, joka voi tuoda palautteen viestintäryhmälle asian luonteen niin vaatiessa. Yleensä palautteeseen ketterä reagointi jo siellä, missä se on esitetty, jo ratkaisee asian ja kehittää toimintaa.

A rural landscape featuring a field of sheep and a cow behind a fence. The scene is set in a grassy field with a wooden post-and-rail fence in the foreground. A cow with a black body and a white face is looking towards the camera. Several sheep are scattered throughout the field, some grazing. In the background, there are rolling hills, a road, and some buildings under a clear sky.

“ Viestinnän kanavat ja
keinot elävät ajassa.

Kriisitilanteissa ja poikkeusoloissa viestinnän rooli on merkittävä ja vaatii tehostamista.

Tällaisia tilanteita ovat äkilliset onnettomuudet ja palvelukatkot, hitaasti kehittyvät kriisit kuten epidemiat tai työtaistelut, väkivallan teot tai uhkailut, mustamaalauksen ja informaatiovaikuttamisen kohteeksi joutuminen sekä kaupungin maineeseen liittyvät kriisit.

Kaupungin valmiussuunnitelma kertoo kaupungin toimintatavat näissä tilanteissa ja se sisältää ohjeistuksen kaupungin kriisiviestinnästä.

Tiivistelmä viestintästrategiasta



Viestintä on osa asiakaspalvelua ja kohderyhmistä, kuten kuntalaisista, välittämistä. Viestinnässä on tiedostettava kohderyhmänsä ja viestittävä juuri sille. Kieliasussa on pyrittävä selkeyteen ja ymmärrettävyyteen.

Eri viestintätilanteissa tarkoituksenmukaisimmat kanavat vaihtelevat. Työyksiköillä on omat kanavansa ja keinonsa viestinnän toteuttamiseksi omassa toiminnassaan parhaalla tavalla.

Toimiva viestintä edesauttaa ja helpottaa muuta toimintaa. Pelkästään muutokset palveluissa eivät ole tiedotettavia asioita. Myös palveluista itsestään tulisi säännöllisesti viestiä. Viestintää ohjaa matalan kynnyksen periaate ja tiedotusalttius on matala.

Visuaalisuus tukee tiedonvälittämistä ja tekee siitä ymmärrettävämpää.

Jokainen kaupungin työntekijä ja luottamushenkilö on viestijä. Erityisvastuuta viestinnässä on: kaupunginhallituksella, johtoryhmällä, esimiehillä, tulosaluevastaavilla, viestintäryhmällä, elinvoimapäälliköllä sekä kaupunginjohtajan sihteerillä.

Työyhteisönä kaupunki vaalii sallivaa ilmapiiriä viestinnän virheissä. Virheet korjataan ja jatketaan eteenpäin.

Viestinnässä oppii ja kehittyy tekemällä. Viestintä saa olla tekijänsä näköistä.

Viestinnän vaikuttavuutta seurataan ja sen keinoja kehitetään. Palaute on tärkeä osa tätä.

Ohjeet kriisiviestintään ovat kaupungin valmiussuunnitelmassa.

Yleisiä ohjeita:

1. Pääviestintäkanava on laitila.fi.
2. Lehdistötiedotteet julkaistaan aina myös laitila.fi -sivulla.
3. Sosiaalisen median kanavat tukevat tiedonvälittämistä.
4. Sisäisen viestinnän pääkanava on intra-sivu.
5. Viralliset ilmoitukset ja kuulutukset julkaistaan laitila.fi -sivulla ja ilmoitustaululla
6. Päätöksentekotiedotteet laaditaan mahdollisimman reaaliaikaisesti ja julkaistaan ensimmäisenä laitila.fi -sivulla. Esityslistat ja pöytäkirjat ovat luettavissa sivulla.
7. Avoimet työpaikat julkaistaan laitila.fi, kuntarekry.fi ja tepalvelut.fi -sivuilla.
8. Graafinen ohjeisto antaa ohjeet visuaalisesta ilmeestä.