

Hyvää
oloa
Vehmaalla



Viestintäsuunnitelma 2023

Vehmaan kunta



Hyvää
oloa
Vehmaalla



1. Tausta



Viestintäsuunnitelma on työkalu!

Hyvää
virtaa
Vehmaalta



Kerromme muille ja itsellemme:

- mitä teemme
- miksi teemme
- ketkä hyötyvät
- millaisia arvoja meillä on

Suunnitelman rajaus

- Tavoitteet, ydinviestit, kohderyhmät, roolit ja vastuut, kanavat ja muut työkalut, mittaaminen, seuranta ja kehittäminen
- Suunnitelma ei sisällä kunnan virallista viestintää tai häiriö- ja kriisiviestintää.
- Sovellettava toimialoittain ja täydennettävä mm. vuosikelloilla, kanavakohtaisesti ja kampanjoilla.



Millaiseen viestintään pyrimme?

- **Laadukkaaseen** viestintään tapahtumista, tempauksista, uudistuksista, ajankohtaisesti hoidettavista asioista, palveluista.
- Viestintään joka luo positiivista mielikuvaa kunnasta ja asioiden hallinnasta.
- Selkeäkieliseen, tarpeellisilta osin visualisoituun tai kuvitettuun. Muistettava saavutettavuus!
- **Tulevaisuusorientoituneeseen** eli kerrotaan mihin on mahdollista vaikuttaa tai osallistua, mitä on valmistelussa tai kaavaillaan, sen sijaan, että jokin **meni jo tai on parhaillaan menossa**.

Hyvää
oloa
Vehmaalla



2. Linjauksia





Viestinnän periaatteita



- Tavoitteellisuus: viestinnällä pyritään saamaan aikaan tietty toiminta tai muutos
- Kerrotaan itse sen sijaan että annetaan muiden kertoa meistä
- Nettisivut ovat tiedon kotipesä
- Jaetaan vastuut ja roolit sekä toimitaan suunnitelmallisesti, kanavien tietoinen haltuunotto ja aktiivinen sisällöntuotanto
- Tiedostetaan, että viestinnästä tai nettisivuista ei tule koskaan valmiit
- Sisällöntuotanto on kallista: samojen sisältöjen myllytys läpi kaikkien kanavien

Viestintä kuuluu kaikille ja kaikki viestivät kunnasta omilla työtehtävissään ja arkisissa kohtaamisissa!

Hyvää
oloa
Vehmaalla



3. Ydinviestit



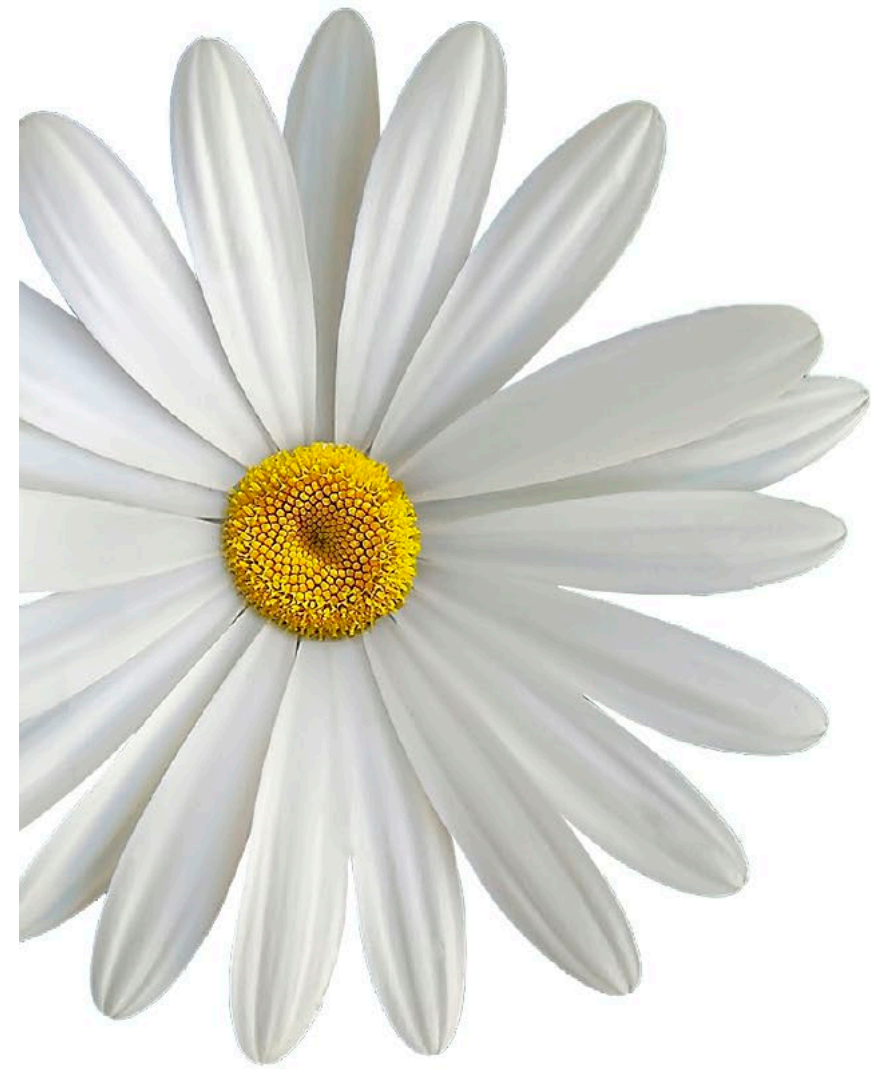


Ydinviestit 23

Palveleva Vehmaa

Yhteistyön Vehmaa

Missä on Vehmaa?





Ydinviestin käyttö esim.:

Palveleva Vehmaa

Tilojen varaaminen, hinnoittelu ja ostaminen helpoksi

Palvelupaikat esille! Ajankohtaisena: uimarannat, saunat, museot, venepaikat, ulkoliikuntapaikat, matonpesupaikat, kirjasto

Välineiden lainaaminen: uutuutena padel-mailat kirjastosta

Rakentamisen palvelut: vastataan, sujuvaa, reagoidaan, kootaan palvelupolkuja, tonttimarkkinointikampis

Koulu- ja varhaiskasvatus: jonottamatta järjesty, kivoja luokkakokoja, hieno koulu

Käynti- ja vierailukohteet kunnassa

Yrittäjien palvelut

Maaseutu- ja lomituspalvelut

Sähköinen olemassaolo, kartoilla, osoitteet, palvelumuotoilu, varaaminen ja maksaminen online, kohteilla ajantasaiset opasteet, omistajuus kuntoon...

Hyvää
oloa
Vehmaalla



3. Kanavat



Kanavat

Hyvää
virtaa
Vehmaalta



Livet ja sähköiset

Netti, SoMe ja Uutiskirje

- Nettisivut: www.vehmaa.fi, ovat kaiken tiedon kotipesä.
- Facebook: www.facebook.com/vehmaankunta ja www.facebook.com/hyväävehmaalta
- Instagram: [vehmaan_kunta](https://www.instagram.com/vehmaan_kunta)
- LinkedIn: [www.linkedin.com/vehmaankunta](http://www.linkedin.com/company/vehmaankunta) (ei aktiivinen)
- Uutiskirje
- Paikka- ja palvelutieto oikeissa paikoissa

Perinteinen, live ja kohtaaminen

- Ilmoitustaulut
- Sanomalehdet: Vakkasuomensanommat
- Tiedotteet
- Esitteet
- Tilaisuudet (sis. tiedotustilaisuudet), tapahtumat ja messut, omat ja muiden



Sähköisten kanavien kohdennettu käyttö

Hyvää
virtaa
Vehmaalta



Kanava	Kohderyhmä	Tavoite tai rooli	Sisällöntuotantotarve
Nettisivut	Kaikki, päätöksenteko ja hallinto, palvelutarjotin	Kaikki löytyy täältä	Tuotetaan ajankohtaista-palstoille
Facebook	Epävirallisempi nettisivu	Nettisivujen sisältöjen levittäjä. Yksittäiset julkaisut ja jaot edelleen ryhmiin www-linkillä	Säännöllinen julkaisuvirta, huom! Ajastukset.
Instagram	Nuoremmat, yksittäisistä jutuista kiinnostuneet	Kuvallinen, kevyet tarinat ja videot, ohimenevää. Voi olla myös ilman www-linkkiä	Säännöllisen epäsäännöllinen. Pitää benchmarkata muilta...



Sähköisten kanavien kohdennettu käyttö

Hyvää
virtaa
Vehmaalta



Kanava	Kohderyhmä	Tavoite tai rooli	Sisällöntuotantotarve
Uutiskirje	Palvelujen käyttäjät	Kunnan palvelut, 3. sektori, yritykset ja sidosryhmät	Omat sisällöt nettisivuille, josta poimitaan uutiskirjeeseen!
Tiedote	Media ja sidosryhmät	Uutinen, keskeinen muutos tai tapahtuma	Tarvittaessa
LinkedIn	Kunnilta toisille, sidosryhmät, elinkeinoelämä, työpaikat	Asiantuntijarooli, elinvoiman osoitus, Vehmaa-kuva	Tehty, otetaanko postattavaksi?

Hyvää
oloa
Vehmaalla



4. Kohderyhmät



Kohderyhmät

- Kuntalaiset ja vapaa-ajanasukkaat
- Yritykset ja yhdistykset
- Palvelujen käyttäjät
- Sidosryhmät ja media
- Potentiaaliset uudet asukkaat
- Kävijät, matkailijat ja turistit

Tulevaisuudessa otetaan teemavuosia tai nostettuna erityiskohderyhmiä.

Hyvää
oloa
Vehmaalla



5. Viestintätiimi



Viestintätiimi

Riitta, Jasmin, Toni, Matti, Maarit ja Tuulit

Hyvää
virtaa
Vehmaalta



Kanava	YP	
Nettisivut	Matti	Alasivuvastuut toimialoittain
Insta	Jasmin, Riitta	Tuo täytettä myös FB
Uutiskirje	Riitta	Omat "uutiset" nettisivuille
Facebook	Riitta, Jasmin	Nettisivujohdannainen

Hyvää
oloa
Vehmaalla



6. Toimenpiteitä



Otettu
käyttöön tai
kokeillaan

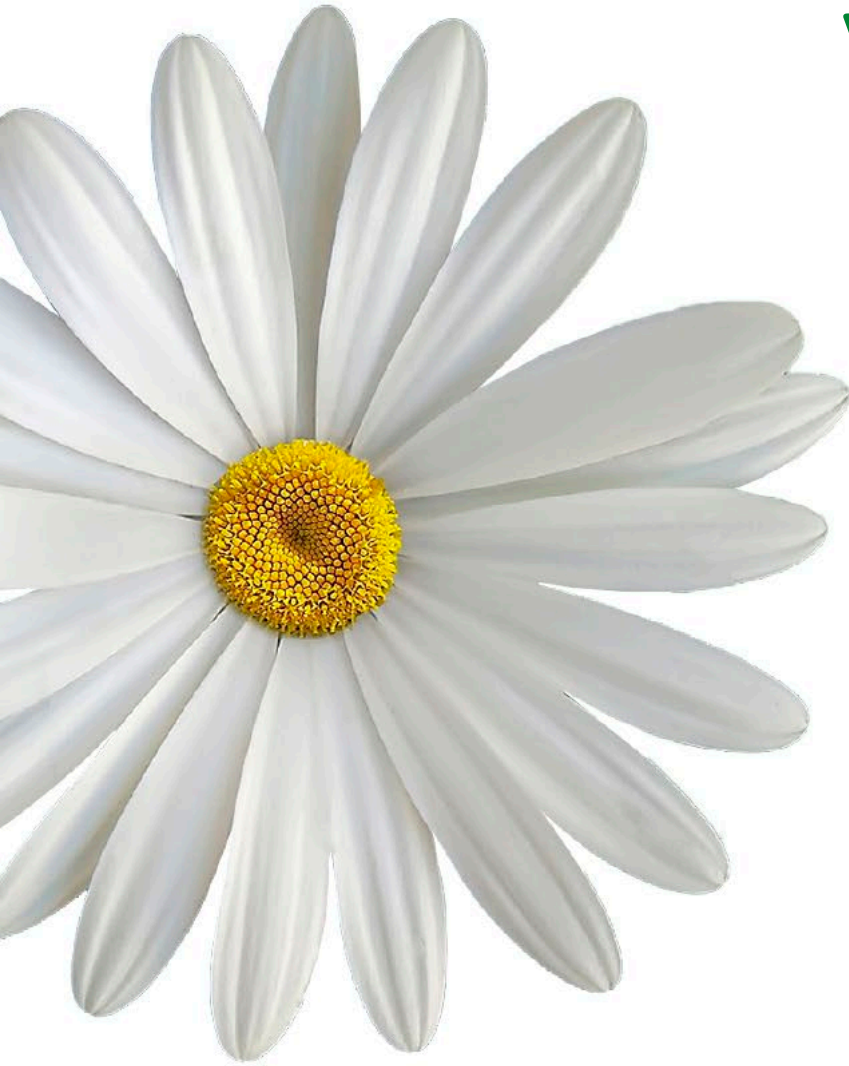
Hyvää
virtaa
Vehmaalta



- Tiimin alustana Teams, jossa mm. kanavakohtaiset ohjeet, ”Brändimania”, Ilmeen mukaiset pohjat, sisäinen viestintä
- Päivitetään brändimania (kesken)
- Kerätään kuvia
- Tiedotteet
- Maksulliset mailchimp ja Canva
- Kokeillaan maksettuja mainoksia SoMessa



Vehreytysvinkkei



- 1) **Otetaan kaikki irti tuotetusta sisällöstä:** jokaiselle jutulle, uutiskirjeelle, tiedotteelle, kuvalle ja tapahtumalle taataan arvoisensa näkyvyys ja myllytetään läpi kaikkien kanavien. **Enemmän huomiota sisältöjen ja tiedon levittämiseen kuin tuotantoon.**
- 2) **Seuraa mediaa! Omia juttuja voi sitoa myös päivänpolttaviin teemoihin!**
- 3) **Kerrotaan reippaasti ja avoimesti mitä tehdään, mitä on meneillään ja mitä on saavutettu. Meillä on vaikka mitä!** Kertomalla luomme kuvaa siitä mitä kaikkea Vehmaa on!
- 4) Suunnittelulla taataan tasainen tuotto – yhteistyöllä vielä enemmän.
- 5) **Seurataan ja arvioidaan. Tehdään sitä, mikä toimii.** Joskus puhelin on kaikkein toimivin viestinnän väline
- 6) **Muistetaan myllyttää ydinviestejä kaikissa yhteyksissä!**



1. Uutiskirje

- Säännöllinen uutiskirje 4x vuodessa. Sisältää yhdistysten, yritysten, sidosryhmien ja muiden toimijoiden mainoksia. Myös ilmoitusten jättäjille teroitettava, että palvelu online pitää olla kunnossa, koska sinne uutiskirjeestä ohjataan.
- Tilauslinkki nettisivuille ja jakoon Somessa, kokeillaanko maksullista markkinointia?
- Jokaisen **ilmoittautumisen tai annetun sähköpostin yhteydessä kysytään lupaa liittää postituslistalle.**
- Tilauslomakkeeseen minua kiinnostaa –erittelyä palvelualoittain? Myös vaikei käytettäisi, nähdään vähän miten kannata suunnata.
- Mahdollisuus tehdä teemakirjeitä esim. asuminen, vapaa-aika, elinkeinoelämä, hankkeet ja kehittäminen
- Pidetään postituslistat ajantasalla! Jos joku ilmoittaa muutoksen tai halun erota postituslistalta päivitetään ASAP.



Hyvää
virtaa
Vehmaalta



2. Nettisivut

- Jokainen sivu jonkun vastuulla.
- Ei umpiperiä tai ympärikiertoja ja eteenpäinohjausta ilman yhteystietoja
- MAX 3 klikkausta!
- Kuvat ajantasaisia, tarkkoja, huom. Värit kirkkaita ja iloisia.
- Käytä otsikossa avainsanoja. Sano miten se on, älä niin kuin kuulostaisi hienolta.
- Huomioi palvelupolku loppuun saakka.
- Saavutettavuus: värit, kuvatekstit, selkokieli.
- Kaikki data, pysyvä ja uusi pitäisi löytyä www.vehmaa.fi.



7. Mittaaminen, seuranta ja kehittäminen



Mittaaminen ja vaikuttavuus

DATA

Viestinnällä pyritään, että kohde toimii halutunlaisesti, muuttaa toimintaansa, lopettaa tai aloittaa toiminnan=> tapahtuuko näin?

Kerätään dataa ja analysoidaan sitä:

- Some: julkaisumäärät versus näkyvyys, tykkääjät, kommentointi, jaot, sitoutuminen, seuraajat.
- Nettisivut: kuukausittainen kävijämäärä, vierailummat sivut, tulokanavat
- Tilaisuudet
- Uutiskirjetilaus



Tunnusluvut, joilla mitataan

- Osallistujamäärä, nyt-tavoite
- Nettisivujen käyttäjämäärä, nyt ka.-tavoite
- Tykkäysmäärät, sitoutuneet, yleisö kanavittain, nyt -tavoite
- Uutiskirjeen tilausmäärä, 0 -> 600
- Tiedotteita kpl
- Tilaisuuksia kpl
- Yhteistyöneuvottelut kpl
- Koettu tyytyväisyys organisaatiossa, kuntalaisten keskuudessa (voidaan kysyä!)
- Arvio kuntakuvan muutoksesta?

Tämä kaikki versus tavoitteet=> tavoitteista johdettuja mittareita?
Myydyt tontit, uudet asukkaat, yhteistyöneuvottelut, kasvanut verkosto (kartoitus nykytilasta), palveluiden kuvaus, verkkokauppa?



Hallituslaiset,
valtuustolaiset ja
lautakuntalaiset
viestijöinä

Tykkää, jaa, kommentoi: nostaa orgaanista näkyvyyttä helposti paljon!

Ota yhteyttä ideasta!

Myös omatoimisuus sallittua!! Hae linkki nettisivuille ja julkaise oman saatteesi ja kuvasi kera!

Hyvät kuvat myös tervetulleita.

Päivitysvuoroja?



Seuraa, jaa, kommentoi

www.facebook.com/vehmaa

www.instagram.com/vehmaankunta

[www.linkedin.com/Vehmaa](https://www.linkedin.com/company/Vehmaa)

