



Siiikalatva

Suomen keskipisteessä

Siikalatvan kunnan viestintästrategia

Siikalatvan kunnan viestintästrategia	1
Viestintästrategia 2022–2025	2
Viestinnän lähtökohdat strategiakaudelle	2
Viestinnän teemat strategiakaudella	2
Siikalatvan lauma on yhteisöllinen.....	3
Lauman reviiri kasvuun	4
Luonnostaan hyvät palvelut	4
Viestinnän periaatteet tai arvot	5
Perinteinen ja sosiaalinen media, omat mediat	6
Sosiaalinen media	6
Yleisiä ohjeita kunnan sosiaalisen median kanaviin	6
Kanavakohtaiset sosiaalisen median sisällöt.....	7
Kuntatiedote	8
Viestinnän sisällölliset ja visuaaliset määrittelyt	8
Siikalatvan oma ääni – millaisin sanoin ja millaisella äänellä kunta puhuu	8
Vastuut ja organisointi	8
Visuaalinen ilme.....	9
Sisäinen viestintä ja kohderyhmä.....	9
Sisäisessä viestinnässä käytettävä ohjelmat ja sisällöt	9
Mittaus ja analytiikka	9
Ulkoinen viestintä ja kohderyhmät	10
Ohjelmat.....	10

Kanavat	10
Vastuut	10
Mittaus ja analytiikka	11
Kriisiviestintä.....	11
Liitteet	12
Lähteet	12
Viestinnän vastuut	13

Viestintästrategia 2022–2025

Viestintä ei ole organisaation toiminnasta irrallinen tehtävä, vaan yksi kuntaorganisaation toiminnoista, joilla kunta saavuttaa tavoitteensa ja tekee tulosta. Viestintä tukee kuntakuvaa yhdessä muitten kunnan toimintojen kanssa. Kuntakuvaan vaikuttavat kuntaorganisaation toiminnan lisäksi kunnassa asuvat ihmiset, yritykset, fyysinen ympäristö ja kulttuuri.

Viestinnän tärkeimpiä tehtäviä on tehdä kunta tunnetuksi ja antaa kunnasta oikea, rehellinen ja selkeä kuva. Viestinnän keinoin rakennetaan luottamusta sekä torjutaan tietämättömyyden ja tuntemattomuuden ongelmia. Kunnan julkisuuskuvaa rakennetaan jokaisen kuntalaisen, luottamushenkilön ja viranhaltijan toimesta.

Viestinnän lähtökohdat strategiakaudelle

Siikalatvan kunta on ottanut ison askeleen viestinnän kehittämisessä ja satsannut siihen mm. palkkaamalla viestintäkoordinaattorin.

Kunnan virallisena ilmeenä ja sloganina on ollut eri versiota yhtä aikaa viime vuosina. Kunnan brändi on ollut hieman epäselvä niin kuntalaisille, sen henkilöstölle kuin sidosryhmille. Viestinnässä on tehty rohkeita ja hyviä avauksia esimerkiksi kokeilemalla erilaisia videosarjoja ja tekemällä sosiaaliseen mediaan erilaisia sisältöjä. Uutena kokeiluna on ollut myös osallistuva budjetointi, jonka läpivientiin on tarvittu viestinnän toimenpiteitä kuntalaisten osallistamisessa.

Kunnan saama medianäkyvyys on keskittynyt päätöksenteon epäselvyyteen, petovahinkoihin, epäselvyyksiin mm. sosiaali-

ja terveystalvissa sekä konkurssiin. Toisaalta paikallisessa mediassa kunnan toiminta on näyttäytynyt myös myönteisessä valossa. Positiivista on, että Siikalatva täyttää median uutiskriteerit ainakin maakunnan tasolla ja valtakunnan tasolla esimerkiksi lukion pärjääminen valtakunnallisissa vertailuissa on tuonut myönteistä näkyvyyttä laajemmaltikin.

Lähtökohdat viestinnän strategiselle työlle ovat haastavat, mutta ei suinkaan toivottomat. Positiivista on, että kunnan viestintä on aiemmin hajautettu eri työntekijöille oman työn oheen, minkä ansiosta kunnasta löytyy viestintäosaamista eri hallinonaloilta eikä maineyötä tarvitse aloittaa nollasta.

Viestinnän teemat strategiakaudella

Siikalatvan kunnan strategiassa on kolme päälinjaa: Siikalatvan lauma on yhteisöllinen, lauman reviiri kasvuun ja luonnostaan hyvät palvelut. Monipuolisesti viestimällä tuetaan strategian toteutumista.

”Siikalatva on lauma rohkeita kuntalaisia ja yrityksiä. Lauma toimii kylien rikastamassa kunnassa toisistaan huolehtien ja on ylpeä laadukkaista lähipalveluistaan.”, Siikalatvan kuntastrategia 6.4.2022.

Viestinnän näkökulmasta tällä strategiakaudella keskitytään vahvistamaan kunnan brändiä ja parantamaan kunnan mainetta. Siikalatvalla tapahtuu paljon hyviä asioita, jotka halutaan saada näkyviin niin kuntalaisille kuin muille sidosryhmille. Tähän päästään laittamalla viestinnän perusteet kuntoon, viestimällä selkeästi ja aktiivisesti niin omissa, maksetuissa kuin ansaituissa kanavissa sekä

kouluttamalla henkilöstö niin sisäisen kuin ulkoisen viestinnän perushyviin käytäntöihin.

Siikalatvan lauma on yhteisöllinen

Kunnan sidosryhmiä ovat alueen yritykset, media, kunnan asukkaat, naapurikunnat, seurakunta, yhdistykset, virkamiehet ja luottamushenkilöt.

Viimeisimmän kuntabarometrin mukaan yrittäjien kokemus kunnan toiminnasta on keho. Tämän korjaamiseksi kunta on tehnyt toimia palkkaamalla mm. elinkeinokehittäjän, jonka kanssa viestintäkoordinaattori tekee tiivistä yhteistyötä.

Viestintä tukee elinkeinojen kehittämistä lähettämällä yrittäjille kuukausittain yrittäjäuutiskirjeen, tekemällä yrityksiä esittelevää Keskipisteessä-videosarjaa sekä julkaisemalla yritysesittelyitä Siikajokilaaksossa ilmestyvässä kuntatiedotteessa. Yrittäjille suunnatuista tapahtumista pyritään viestimään mahdollisimman nopeasti ja oikea-aikaisesti kunnan verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa.

Viestinnällä tuetaan yhteisöllisyyttä viestimällä kuntalaisille suunnatuista tapahtumista ennen, niiden aikana ja tapahtumien jälkeen. Tapahtumien markkinointi on selkeää. Tapahtumat löytyvät www.siikalatva.fi-sivuston tapahtumakalenterista. Tapahtumiin ilmoittautumista ja ilmoittautumisten vastaanottamista selkeytetään luomalla tapahtumasivuille ilmoittautumislomakkeet.

Myös ulkopuoliset voivat ilmoittaa omia tapahtumiaan tapahtumakalenterissa. Tapahtuman luonteesta riippuen voidaan luoda myös Facebook-tapahtumia ja tavoittaa lisää yleisöä. Tapahtumien markkinoinnissa hyödynnetään Canva-

ohjelmaa, jolla luodaan visuaalisesti näyttävää ja brändin mukaista sisältöä. Viestintäkoordinaattori luo yhteistä visuaalista linjaa noudattavia pohjia yhteiseen käyttöön. Yhteistä ilmettä noudattava markkinointi lisää tunnettuutta ja vahvistaa kunnan brändiä.

Kunnanvaltuuston kokouksia on mahdollista seurata reaaliajassa tai tallenteen kautta kunnan YouTube-kanavalla. Esityslistat ja pöytäkirjat ovat luettavissa hyvissä ajoin Dynastyssa. jonne on selkeä linkitys kunnan verkkosivuilta. Päätöksistä tiedotetaan selkeästi kunnan verkkosivuilla sekä sosiaalisen median kanavissa mahdollisimman pian pöytäkirjan valmistumisen jälkeen.

Verkkosivut täyttävät saavutettavuusdirektiivin vaatimukset niin teknisesti kuin sisällöllisesti. Kunnan viestinnässä pyritään käyttämään mahdollisimman selkeää yleiskieltä ja huolehditaan kieliopista. Sosiaalisessa mediassa kieltä mukautetaan kanavan mukaisesti, mutta selkeydestä pidetään kiinni. Sosiaalisen median kanavissa tärkeimmät asiat kirjoitetaan tekstiosioihin, jotta sisällöt tavoittavat myös ruudunlukuohjelmia käyttävät. Kuvat elävöittävät tekstiä tarpeen mukaan.

Kuntalaisia ja sidosryhmiä osallistetaan kunnan tunnettuuden lisäämiseen. Eri ikäisiä kuntalaisia eri kohderyhmistä osallistetaan sosiaalisen median sisältöjen tekemiseen mm. kyselemällä toiveita sosiaalisen median kanavien sisällöistä sekä ottamalla kuntalaiset mukaan sisältöjen tuottamiseen. Mediasisältöjen ostamisessa pyritään tukemaan paikallisia toimijoita.

Lauman reviiri kasvuun

Kunnassa on neljä elinvoimaista kylää sivukylineen. Lauman reviiriä kasvatetaan luomalla sosiaalisen median kanaviin sisältöä, joka vahvistaa yhteisen kunnan viestiä ja henkeä. Viestinnässä tuodaan esiin yli kylärajojen tapahtuvaa toimintaa. Siikalatvan isojen yleisötapahtumien (Piippola-ralli, Uljuan uistelut & Uljua fest, Kyläpäivät) näkyvyyttä parannetaan kunnan verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa. Tapahtumat lisätään hyvissä ajoin tapahtumakalenteriin ja nostetaan niitä säännöllisesti sosiaalisessa mediassa erilaisin sisällöin.

Kunnan viestinnässä tuodaan esille kunnassa elämisen ja työskentelyn etuja ja tehdään kuntaa houkuttelevaksi myös ulkopaikkakuntalaisten silmissä muun muassa tonttitarjonnan markkinointiin panostamalla. Vapaiden tonttien löytäminen tehdään selkeäksi ja helpoksi kunnan nettisivujen kautta. Tonttitarjonnan ajantasaisuus on kunnan teknisen toimen vastuulla. Tekninen johtaja ja viestintäkoordinaattori suunnittelevat markkinointikampanjan, jonka avulla kunnassa vapaana olevat tontit saavat näkyvyyttä. Kunnan verkkosivujen tonttipörssi päivitetään ja saatetaan toimintakuntoon.

Luonnostaan hyvät palvelut

Kunnan viestinnässä varhaiskasvatus ja koulutus näkyvät säännöllisesti. Kunnassa on maksuton varhaiskasvatus, mikä on merkittävä etu kuntalaisille. Tätä tuodaan esiin kunnan viestinnässä.

Kuntaan on rakennettu kaksi uutta alakoulua ja päiväkotia, mikä on suuri ylpeydenaihe kunnalle. Kouluissa on maltilliset luokkakoot ja oppilaat tunnetaan hyvin. Koulut sijaitsevat helposti saavutettavien luontokohteiden läheisyydessä. Edellä mainittuja seikkoja tuodaan esiin kouluista viestittäessä esimerkiksi kunnan verkkosivuilla, sosiaalisessa mediassa ja mediatiedottein. Osalla kouluista on omat sosiaalisen median kanavansa, ja koulun henkilökuntaa kannustetaan ja opastetaan monipuolisen sisällön tuottamisessa.

Ilmaisen varhaiskasvatuksesta ja uusista kouluista viestitään paitsi nykyisille siikalatvalaisille, myös tuleville sellaisille. Laadukas ja maksuton varhaiskasvatus sekä terveet ja turvalliset koulut ovat merkittävä vetovoimatekijä, jota tuodaan esiin kuntamarkkinoinnissa.

Siikalatvan kunnassa toisen asteen koulutus on täysin veloitusvapaata ja opiskelijoille löytyy kohtuuhintaisia vuokra-asuntoja oppilaitoksen läheltä. Piippolan yhteiskampuksen poikkiteieteellisyttä ja yhteisöllisyyttä korostetaan toisen asteen opinnoista viestittäessä. Toisen asteen markkinoinnissa osallistetaan lukion ja ammattikoulun entisiä ja nykyisiä opiskelijoita sekä henkilökuntaa. Yhteiskampusta markkinoidaan erityisesti yhteishaun aikaan kuntatiedotteissa, sosiaalisessa mediassa ja tienvarsimainoksissa.

Luonnon läheisyys ja sen tarjoama hyvinvointiaspekti tuodaan esiin viestinnän keinoin. Kunnan luontoliikuntakohteet kuvataan ja reittien lähtöpaikat laitetaan selkeästi näkyville kunnan verkkosivuille. Luontoliikunnan iloa tuodaan esiin erilaisin viestinnän keinoin, kuten ”raportoimalla” hiihtoladuilta maisemista ja tunnelmista.

Kunnan henkilöstöä esitellään säännöllisesti kunnan julkisilla somekanavilla, mutta myös Siikalatvan henkilöstölle tarkoitettussa intrassa. Esittelyiden avulla kasvot ja palvelut tulevat tutuiksi kuntalaisille ja he osaavat ottaa suoraan yhteyttä oikeisiin henkilöihin, mikä sujuvoittaa asiointia ja työntekoa.

**”Vastuu
kunnan
maineesta on
yhteinen”**

Viestinnän periaatteet tai arvot

Kunnan toiminnasta on tiedotettava asukkaita, palvelujen käyttäjiä, järjestöjä ja muita yhteisöjä. Kunnan tulee antaa riittävästi tietoja kunnan järjestämistä palveluista, taloudesta, kunnassa valmistelussa olevista asioista, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä ja päätösten vaikutuksista. Kunnan on tiedotettava, miten päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa. Kunnan on huolehdittava, että toimielinten käsittelyyn tulevien asioiden valmistelusta annetaan esityslistan valmistuttua yleisen tiedonsaannin kannalta tarpeellisia tietoja yleisessä tietoverkossa. Pääasiallinen tiedotuskanava on kunnan verkkosivut www.siikalatva.fi.

Siikalatvan arvot ovat yhteen hiileen, hullut ideat, oppimisen ilo ja teot ratkaisee. Viestinnässä arvot näkyvät niin, että Siikalatvan kunnan mainetta hoidetaan yhdessä. Työnantajalajaliteettia noudatetaan ja kaikessa viestinnässä pyritään rakentamaan vuorovaikutukseen. Viestintää tekee jokainen työntekijä, päättäjä ja kuntalainen, joten vastuu kunnan maineesta on yhteinen.

Hullut ideat näkyvät rohkeutena kokeilla uusia tapoja tuottaa sisältöä. Viestinnässä kokeillaan erilaisia somesisältöjä ja mahdollisuuksien mukaan myös uusia kanavia. Uusia tekniikoita ja kanavia opettelemalla saadaan lisäarvoa viestimiseen eikä asioita ilmaista aina samalla kaavalla. Mainetta rakennetaan aidoilla teoilla eikä vain puheilla. Teoista viestitään aktiivisesti ja kerrotaan rohkeasti, mitä Siikalatvalla tapahtuu ja miten kuntastrategiaa eletään todeksi.

Perinteinen ja sosiaalinen media, omat mediat

Siikalatvan kunnan pääviestintäkanava on www.siikalatva.fi

Kunnan verkkosivuilla julkaistaan tietoja kunnan palveluista, kunnan toiminnasta ja kunnan alueen tapahtumista. Palveluista kertomisen lisäksi kunnan verkkosivuilla julkaistaan ajankohtaisia tiedotteita, kuulutuksia ja uutisia Siikalatvalta. Sivulla on tapahtumakalenteri.

Sivustolla vierailee noin 1300–1500 käyttäjää viikoittain. Eniten sivulta haetaan tietoa päätöksenteosta, henkilökunnan yhteystietoja, kirjastopalveluita, ajankohtaisia uutisia, tapahtumia sekä tietoa sosiaali- ja terveystieteistä.

Verkkosivut ovat Wordpress-pohjaiset. Sivujen ylläpidosta vastaa Videcam.

Sosiaalinen media

Kunnalla on sosiaalisen median tilejä Facebookissa, Instagramissa, Twitterissä, YouTubessa ja LinkedInissä. Kunnan päätilit löytyvät jokaisesta em. kanavasta tunnisteella tai hakusanalla *siikalatvankunta*.

Facebookissa on kunnan päätilin lisäksi myös Siikalatvan kunnan kirjasto- ja kulttuuripalvelut, Siikalatvan liikunta- ja nuorisopalvelut sekä Siikalatvan varhaiskasvatuspalvelut. Näiden tilien päivittämisestä vastaavat em. toimialojen sihteerit. Sisällöissä keskitytään omaa alaa koskevaan tiedottamiseen ja sisällöntuotantoon. Kestilän koululla, Aleksanterin koululla, Rantakankaan koululla ja Siikalatvan

lukiolla on omat tilinsä. Näiden tilien päivittämisestä vastaavat koulusihteerit ja opettajat.

Instagramista löytyy kunnan päätilin lisäksi tilit vapaa-aikatoimisiikalatva, siikalatvankirjastot ja siikalatvanlukio. Myös Gananderin koulun jopoluokka löytyy instagramista nimellä siikalatvan_jopo sekä Aleksanterin koulu nimellä aleksanterinkoulu.

Yleisiä ohjeita kunnan sosiaalisen median kanaviin
Sosiaalisen median kehittämisestä ja sisällöistä vastaa viestintäkoordinaattori.

Julkaisuissa tulee käyttää hyvää yleiskieltä. Kunnan somekanavissa julkaistaessa on muistettava työnantajalajiteetti, tasapuolisuus, avoimuus ja oikea-aikaisuus. Kunnan kanavilla ei oteta vahvasti kantaa eikä mainosteta. Kunnan kanavissa voi kuitenkin jakaa paikallisten toimijoiden julkaisuja, mikäli ne ovat luonteeltaan sellaisia, että ne hyödyttävät kuntalaisia. Toisaalta elinkeinojen vahvistamiseen kuuluu paikallisten yrittäjien esiin nostaminen, joten paikallisten yritysten toimintaa voidaan nostaa esiin – tasapuolisuus ja objektiivisuus huomioiden.

Kuvien laatuun tulee kiinnittää huomiota: rakeisia, pimeitä, ylivalottuneita tai epäselviä kuvia ei kannata käyttää. Kuvista kannattaa rajata ylimääräiset pois, esimerkiksi näyttökuvista rajataan ylimääräiset reunat pois. Paljon tekstiä sisältävä julkaisu ei niin ikään ole paras mahdollinen vaihtoehto kuvaksi. Printtilehdistä otettuja valokuvia ei jaeta kunnan kanavissa, varsinaan jos kyseessä on maksullinen printti.

Näyttöpäätteestä otettuja kuvia ei kannata jakaa, sillä niiden laatu on usein keho.

Somekanavien sisältöjä varten on luotu valmiita Canva-pohjia, joita voi tarpeen mukaan käyttää. Pohjat luo viestintäkoordinaattori, joka myös opastaa kunnan henkilöstöä Canvan käyttöön liittyvissä kysymyksissä tarpeen mukaan.

Julkaisujen kuvien / videoitten ja tekstien tulee liittyä aina toisiinsa. Muiden tileiltä jaettuun julkaisuun on hyvä liittää mukaan hieman jakotekstiä, joka kertoo esimerkiksi, miten jako liittyy kunnan tiliin tai miten asia vaikuttaa kunnan alueella. Jakoteksti voi olla myös kannustus, kehoite tai muistutus.

Kunnan kanavissa voi käyttää aihetunnisteita #sudenroheka #siikalatva #suomenkeskipisteessä. Varsinkin Instagramissa, Twitterissä ja LinkedInissä tunnisteiden käyttö on suotavaa.

Kanavakohtaiset sosiaalisen median sisällöt

Facebookissa julkaistaan ajankohtaisia tiedotteita, artikkeleita ja tapahtumia. Facebookissa julkaistaan myös työpaikkailmoituksia, työntekijäesittelyitä sekä yritysesityitä. Julkaisuun tulee aina liittää mukaan linkki verkkosivuille ja julkaisut muotoillaan niin, että käyttäjä ohjataan kunnan verkkosivuille. Muutamalla kunnan työntekijällä on tunnukset kunnan Facebook-tilille ja he voivat julkaista tilillä ajankohtaista sisältöä. Lisäksi kirjastoilla, kulttuuritoimella ja vapaa-aikatoimella on tilit Facebookissa. Niissä julkaistaan em. toimialoille ajankohtaista tietoa. Julkaisuun on hyvä merkitä mukaan Siikalatvan kunta, jotta

julkaisut voidaan nostaa myös kunnan Facebook-sivulle näkyviin. Paikallisten yritysten omilla tileillä julkaistuja julkaisuja jaetaan harkinnan mukaan ja tasapuolisuutta noudattaen.

Instagramissa julkaistaan ajankohtaisia tiedotteita, artikkeleita ja tapahtumia. Lisäksi siellä kerrotaan elämästä kunnassa, kuten vierailuista kouluilla, yrityksissä ja tapahtumissa. Instagramia hallinnoi viestintäkoordinaattori ja kanavaa kehitetään voimakkaasti strategiakauden aikana mm. tekemällä säännöllisesti Reelsejä ja hyödyntämällä Instagram stories -työkalua. Instagram on hyvin seurattu kanava ja lisää seuraajia tulee tasaiseen tahtiin. Ikäjakama on kaikista somekanavista monipuolisin ja kanava tavoittaa myös jonkin verran nuoria.

Twitterissä jaetaan päätöksentekoon, elinvoimaan ja koulutukseen liittyvää sisältöä. Kanavan käyttöä pohditaan kuluvan strategiakauden aikana. Viestintästrategian laatimisen aikaan kanavaa päivitetään harvoin ja sen hyöty suhteessa työpanokseen tulee arvioida uudelleen. Twitterin käyttö kuntasektorilla vaikuttaa olevan laskeva trendi.

LinkedInissä julkaistaan työpaikkoja sekä esitellään kuntaa niin työpaikkana kuin potentiaalisille työntekijöille sopivana asuinpaikkakuntana. Sävyeroltaan LinkedIn on erilainen kuin Facebook ja Instagram: LinkedInissä tavoitellaan uusia seuraajia ja kunnan ulkopuolisia, joskaan kuntalaisia ja jo tuttuja sidosryhmiä unohtamatta. LinkedIn-tili on luotu 12/2022, joten kanavan kehittäminen on vielä kesken ja sen pyritään kasvattamaan seuraajamäärää tasaisesti.

Tavoitteena on, että kunnan henkilöstö osallistuu sisällöntuotantoon kertomalla omasta työstään kunnassa.

YouTubessa striimataan kunnanvaltuuston kokoukset ja niiden tallenteet. Valtuuston kokoukset striimaa ja tallenteiden julkaisut huolehtii Tietolatva. Kunnan YouTube-kanava on verrattain alihyödynnetty kanava, jota kehitetään lisäämällä erilaisia videoita ja hakukoneoptimoimalla videoitten jakotekstejä ja videoitten nimiä. Tavoitteena on, että kunnan YouTube-kanavalla julkaistaan videoita myös Siikalatvan arjesta valtuuston kokousten lisäksi. Kanavalla julkaistaan kerran kuukaudessa ilmestyvät Keskipisteessä-yritysesittelyvideot, toisen asteen koulutusten markkinointivideoita vähintään yhteishaun lähestyessä sekä esittelyvideoita kunnan vapaa-ajasta.

Kuntatiedote

Siikalatvan kunnan kuntatiedote ilmestyy kerran kuukaudessa paikallislehti Siikajokilaakson liitteenä. Lehti jaetaan peittojakeluna Siikalatvan kaikkiin talouksiin. Kuntaliitteessä tiedotetaan kunnan palveluista, toiminnasta ja tapahtumista. Lisäksi julkaistaan yleishyödyllistä tiedotusta esimerkiksi yhdistysten tai kansalaisopiston tapahtumista. Kuntaliitteessä voidaan julkaista myös yleisluontoisia yritysesittelyitä.

Viestinnän sisällölliset ja visuaaliset määrittelyt

Kunnan sloganissa palattiin muutaman askeleen verran menneeseen ja sloganiksi otettiin ”Siikalatva – Suomen keskipisteessä”. Harkinnanvaraisesti (mm. rekrytointeja markkinoitaessa) voidaan käyttää myös ”Sudenrohkea

Siikalatva – Suomen keskipisteessä”. Sosiaalisessa mediassa toistuvat tunnisteet #sudenrohkea #siikalatva #suomenkeskipisteessä.

Siikalatvan oma ääni – millaisin sanoin ja millaisella äänellä kunta puhuu

Kuntakuva rakennetaan joka päivä teoin ja sanoin. Siikalatvan kuntastrategiassa korostetaan kunnioittavaa puhetta. Tästä pidetään kiinni myös kunnan viestinnässä.

Strategiakaudella tärkeitä, esillä pidettäviä teemoja ovat maksuton ja laadukas varhaiskasvatus, uudet ja turvalliset koulut, ilmaiset liikuntamahdollisuudet sekä muut kuntalaisten hyvinvointia edistävät tekijät. Myös vastuullisuutta edistäviä teemoja nostetaan esiin.

Vastuut ja organisointi

Kunnan viestintää johtaa kunnanjohtaja. Viestinnän suunnittelua ja toteutusta koordinoi ja toteuttaa viestintäkoordinaattori.

Jokaisen kunnan henkilöstöön kuuluvan tehtävänä on tuoda tietoon ajankohtaisia ja viestittäviä asioita ja huolehtia työtehtäviin liittyvästä informoinnista.

Esimiesten tehtävänä on huolehtia, että yleiseen tiedotukseen tulevat asiat informoidaan joko viestintäkoordinaattorille ja / tai oman hallintoalan sihteerille tai muulle asiantuntijalle, joka omaa taidot asioista viestimiseen niin sisäisesti kuin ulkoisesti.

Viestinnän vastuiden havainnekuva on liitteenä.

Visuaalinen ilme

Siikalatvan kunnan logo päivitettiin 2022 vastaamaan kuntastrategiaa. Kunnanhallitus hyväksyi kunnan graafisen ohjeen 8.11.2022. Ohjeessa on määritetty kunnan käyttämä värimaailma sekä logo. Logoksi päätettiin strategiasta tuttu tassulogo.

Sisäinen viestintä ja kohderyhmä

Sisäinen viestintä tarkoittaa organisaation sisäistä viestintää, kuten henkilöstöviestintää ja työtehtäviin liittyvää päivittäisviestintää. Ensisijainen kanava yleiselle henkilöstöviestinnälle on henkilöstöintra. Kiireellisissä asioissa asioidaan sähköpostitse, puhelimitse tai kasvokkain.

Sisäisessä viestinnässä esimiehillä on tärkeä rooli. Hyvä ja selkeä tiedottaminen ripeästi selkeyttää työn tekemistä ja vähentää väärinkäsitysten aiheuttamia sekaannuksia. Niin ikään tiimityöskentelyssä aktiivinen ja avoin viestiminen lisää työn sujuvuutta.

Sisäisessä viestinnässä käytettävä ohjelmat ja sisällöt

Wordpress-pohjainen intra, www.siikaintra.fi

Intra toimii henkilöstön tietopankkina. Sieltä löytyy mm. työsuojeluun liittyviä dokumentteja, erilaisia ohjeita, tiedotteita ja yhteystietoja.

MS Office: Outlook, Teams, Word, Power Point, OneDrive, Sharepoint, Excel

Kunnassa käytetään toimisto-ohjelmina Microsoftin ohjelmistoja. Word- ja power point -esityksiin on laadittu

kunnan visuaalisen ilmeen mukaiset pohjat, joita henkilöstö voi käyttää.

Sähköpostiviestinnässä on hyvä muistaa, ettei kyse ole pikaviestimestä eikä projektinhallinnan työkalusta. Sähköpostissa suositetaan hyvää yleiskieltä tervehdyksineen ja lopetuksineen. Sähköpostissa on suositeltavaa käyttää kunnan ilmeen mukaista allekirjoitusta.

Teamsissa kokeillaan erilaisia projektinhallinnan työkaluja.

Dynasty

Dynastyssa ovat päätöksentekoon liittyvät asiakirjat, kuten toimielinten esityslistat ja pöytäkirjat.

Mittaus ja analytiikka

Sisäisen viestinnän onnistumista mitataan henkilöstökyselyllä kerran vuodessa. Ensimmäinen kysely tehdään syksyllä 2023.

Ulkoinen viestintä ja kohderyhmät

Strategiakauden ensimmäisenä käytännön viestinnän projektina kunnan verkkosivut päivitettiin loppuvuonna 2022 ja sivut siirrettiin tehokkaammalle palvelimelle. Sisältöä yksinkertaistettiin. Kunnan visuaalinen ilme päivitettiin strategian mukaiseksi ja sloganissa palattiin yksinkertaiseen ja neutraaliin ”Siikalatva – Suomen keskipisteessä”. Kunnanhallitus hyväksyi graafisen ohjeen joulukuussa 2022.

Ohjelmat

MS Office

Kunnassa käytetään toimisto-ohjelmina Microsoftin ohjelmistoja. Word- ja power point -esityksiin on laadittu kunnan visuaalisen ilmeen mukaiset pohjat, joita henkilöstö voi käyttää.

Sähköpostiviestinnässä on hyvä muistaa, ettei kyse ole pikaviestimestä eikä projektinhallinnan työkalusta. Sähköpostissa suositetaan hyvää yleiskieltä tervehdyksineen ja lopetuksineen. Sähköpostissa on suositeltavaa käyttää kunnan ilmeen mukaista allekirjoitusta.

Teamsissa on suositeltavaa käyttää valmiita Teams-taustakuvia, jotka ovat kunnan nykyisen ilmeen mukaisia. Kuvat löytyvät Y-asemalta.

LianaMailer

LianaMailerilla lähetetään asiakasviestejä, eli uutiskirjeitä. Niitä lähetetään yli 10 000 vuosittain.

Canva

Canvassa valmiita pohjia, joita voi käyttää eri tarkoituksissa. Hyvä olisi olla mukana vähintään tassulogo kuvissa.

Wordpress

Kunnan verkkosivut, www.siikalatva.fi, ovat Wordpress-pohjaiset.

Kanavat

Kuntatiedote, ilmestyy Siikajokilaakson välissä kerran kuukaudessa.

Sosiaalinen media: Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, LinkedIn

Vastuut

Kunnan viestinnästä vastaa kunnanjohtaja. Kriisitilanteissa viestinnän ohjeet tulevat kunnanjohtajalta.

Viestintäkoordinaattori vastaa kunnan viestintäsuunnitelman laatimisesta ja koordinoi sen toteutumista.

Viestintäkoordinaattori on kunnan viestintäkanavien pääkäyttäjä ja vastaa strategian mukaisista sisällöistä kanavissa.

Viestintäkoordinaattori pitää huolen, että henkilöstöllä on riittävä osaaminen ja tietotaito viestinnän tekemiseen omalla toimialallaan. Koko henkilöstön vastuulla on tuoda tiedoksi tietotaidon kehittämistarpeet.

Viestintäkoordinaattori vastaa kunnan visuaalisen ilmeen koordinoinnista ja kehittämisestä.

Esimiesten ja oman alansa asiantuntijoiden vastuulla on tuoda tiedoksi viestintäkoordinaattorille ajankohtaiset asiat, jotka

tulee tiedottaa kunnan yleisissä kanavissa / sosiaalisessa mediassa. Osalla sihteereistä on tunnukset kunnan verkkosivuille ja sosiaaliseen mediaan. Sihteerit voivat viestiä näissä kanavissa itsenäisesti, kuitenkin kunnan brändi-ilmettä mukaillen ja hyvää yleiskieltä käyttäen. Viestintäkoordinaattori tarvittaessa auttaa tiedon muotoilemisessa (videot, visuaalinen suunnittelu, tiedon yleistajuistaminen jne.).

Mittaus ja analytiikka

Viestinnän seuranta ja analytiikka tehdään, jotta voidaan arvioida kunnan viestinnän vaikuttavuutta ja tavoitavuutta. Sisältöjen näkyvyyttä ja vaikuttavuutta analysoimalla viestintää voidaan kehittää ja palvella paremmin kuntalaisia.

Mediaseurantaan ei ole käytettävissä erillistä seurantaohjelmaa. Medianäkyvyyttä seurataan ”manuaalisesti” huomioimalla kunnan näkyvyys mediassa ja laittamalla seurantaraporttiin ylös, millaisissa asioissa kunta nousee esiin paikallisessa ja muussa mediassa.

Kunnan verkkosivujen seurannassa on käytössä Google Analytics. Sen kautta seurataan neljännesvuosittain verkkosivujen liikennettä (kävijät per kuukausi) ja suosituimpia sisältöjä.

Sosiaalisessa mediassa seurataan tykkääjien ja seuraajien määrää sekä erilaisten julkaisutyyppeiden näkyvyyttä neljännesvuosittain.

Viestintäkoordinaattori raportoi viestinnän vaikuttavuudesta kunnanhallitukselle kerran vuodessa.

Kriisiviestintä

Kriisitilanteen voi aiheuttaa onnettomuudet, luonnonmullistukset, rikokset ja vihamieliset teot, tapahtumat organisaation toimintaympäristössä, virheet tai häiriöt organisaation omassa toiminnassa.

Häiriö- ja kriisitilanteissa informaation tarve kasvaa voimakkaasti. Kunnan tehtävänä on antaa tietoja ja toimintaohjeita sekä reagoida kuntalaisten ja median tiedontarpeeseen. Siihen vastataan kertomalla tilanteesta aloitteellisesti mahdollisimman nopeasti, luotettavasti, riittävästi, toistuvasti, selkeästi ja avoimesti.

Poikkeustilanteissa viestitään tilanteesta ja sen kehitysnäkymistä, mahdollisista uhkista ja turvallisuustoimista, viranomaisten päätöksistä ja ohjeista, kansalaisten oikeuksista ja velvollisuuksista sekä siitä, milloin asiasta tiedotetaan lisää. Poikkeustilanteissa viestintää pelkistetään ja keskitytään viestimään käynnissä olevasta tilanteesta. Poikkeustilanteissa viestintä on aina esimiesjohtoista.

Onnettomuuksissa ja paikallisuuden rajat ylittävissä häiriötilanteissa viestintää johtaa tilannetta johtava viranomainen ja kunta noudattaa viranomaisten ohjeita.

Liitteet

Viestinnän vastuut

Lähteet

Juholin, Elisa. Communicare. 2022.

Kuntaliitto. Kuntaviestinnän opas. 2016.

Lindberg-Repo, Kirsti. Brändi elvyttää kunnan. 2022.

Äikäs, Topi Antti. Imagoa etsimässä. Oulun yliopisto 2004.

Viestinnän vastuut

Johtoryhmä

- vastaa kuntaorganisaation viestintäkulttuurista, osaamisesta ja tiedonhallinnasta

Esimiehet

- huolehtivat sisäisestä tiedonkulusta
- viestivät omalla vastuullaan olevista asioista ja tekevät yhteistyötä viestintäkoordinaattorin kanssa päivittäisessä viestinnässä ja sen suunnittelussa
- huolehtivat henkilöstön riittävästä viestintäosaamisesta ja resursseista
- johtavat viestintää poikkeus- ja häiriötilanteissa

Asiantuntijat / viranhaltijat

- viestivät omalla vastuullaan olevista asioista vähintään lainsäädännön edellyttämällä tavalla
- huolehtivat tiedonkulusta kaikille, joita asia koskettaa
- tekevät yhteistyötä viestintäkoordinaattorin kanssa päivittäisessä viestinnässä ja sen suunnittelussa
- tiedottavat viestintäkoordinaattoria hyvissä ajoin tiedotukseen tulevista asioista ja päivitystarpeista

Koko henkilöstö

- on olennainen osa kuntabrändiä ja sen luomista
- viestii omalla vastuullaan olevista asioista ja huolehtii tiedonkulusta kaikille, joita asia koskettaa
- tekee yhteistyötä viestintäkoordinaattorin kanssa
- huolehtii riittävästä viestintäosaamisestaan ja kertoo esimiehelle, jos tarvitsee lisäosaamista / koulutusta

Ostopalvelut

- käytetään, kun tarvitaan erityisosaamista tai jos organisaation omat viestintäresurssit eivät riitä

Viestintäkoordinaattori

- vastaa viestinnän suunnittelusta, toteutuksesta, koordinoinnista ja arvioinnista
- vastaa viestinnän ja sen osaamisen kehittämisestä
- tukee henkilöstöä päivittäisessä viestimisessä
- tekee viestintäyhteistyötä sidosryhmien kanssa

Luottamushenkilöt

- seuraavat viestintästrategian toteutumista
- ovat olennainen osa kuntabrändiä ja sen luomista
- ovat aktiivisia verkostoissaan