



LAPINLAHTI

Lapinlahden kunnan viestintäsuunnitelma 2023–2025



Viestintästrategiatyöpaja 30.8.2022
Viestinnän työkalut -työpaja 27.9.2022
Kunnanhallitus 30.3.2023 § 81

Sisällysluettelo

1	LAPINLAHDEN KUNNAN VIESTINNÄN LÄHTÖKOHDAT	3
1.1	TAVOITEMIELIKUVA.....	4
1.1.1	Erottavuustekijät ja viestinnälliset vahvuutemme	4
1.2	LAPINLAHDEN KUNNAN STRATEGIA.....	4
1.3	LAPINLAHDEN KUNTASTRATEGIAN STRATEGISET PAINOPISTEET	5
1.3.1	Lapinlahti on visionäärinen ja tekevä kunta	5
1.3.2	Palvelemme intohimoisesti.....	5
1.3.3	Teemme hyvinvointia edistävää yhteistyötä	5
1.3.4	Olemme yritysten kanssa samalla puolella.....	6
1.3.5	Taloutemme on tasapainossa ja vakaalla pohjalla.....	6
2	LAPINLAHDEN KUNNAN VIESTINTÄPERIAATTEET	6
2.1	OSALLISUUDEN EDISTÄMINEN	7
3	LAPINLAHDEN KUNNAN VIESTINTÄORGANISAATIO	8
3.1	VIESTINNÄN TOIMENPITEET	9
4	VALMISTELU- JA PÄÄTÖSVIESTINTÄ	10
5	PALVELUVIESTINTÄ	12
6	KRIISIVIESTINTÄ.....	13
7	REKRYTOINTIVIESTINTÄ.....	13
8	SISÄINEN VIESTINTÄ	14
9	ULKONEN VIESTINTÄ	15
9.1	LEHTI-ILMOITUKSET	16
9.2	MARKKINOINTIMATERIAALI JA PR-TUOTTEET	16
9.3	MESSUT JA TAPAHTUMAT.....	16
9.4	KUVAMATERIAALIN KÄYTTÖ	16
9.5	MEDIAVIESTINTÄ.....	16
9.6	MARKKINOINTIVIESTINTÄ.....	18
10	KESKEISET SALASSAPITOPERUSTEET	18
11	SOME-VIESTINTÄ.....	19
11.1	TAPAHTUMAMARKKINOINTI SOMESSA.....	19
11.2	KILPAILUT JA ARVONNAT SOSIAALISESSA MEDIASSA	19
11.3	MAKSETTU MAINONTA SOME:SSA	20
11.4	SOME:N SISÄLTÖ	20
11.5	ASIAKASPALVELU SOMESSA	21
11.6	VINKKEJÄ SOSIAALISEN MEDIAN VIESTINNÄSSÄ ONNISTUMISEEN	21
12	GRAAFINEN OHJEISTUS	21
13	VIESTINNÄN MITTAAMINEN	21

1 Lapinlahden kunnan viestinnän lähtökohdat

Viestintäohje toimii koko Lapinlahden kunnan yhtenäisen viestinnän ja sen kehittämisen työkaluna. Viestintäohje auttaa viestinnän käytännön töiden suunnittelussa ja tekemisessä sekä ohjaa priorisoimaan tekemistä. Viestintäohje auttaa huomioimaan eri viestintäkanavat sekä yhteistyö- ja kohderyhmät. Se ohjaa myös Lapinlahden arvojen ja merkityksien viestimisessä ulkoisesti ja sisäisesti. Viestintäohjetta päivitetään vuosittain. Sen päivittämisestä vastaa hallintojohtaja yhdessä viestintätiimin kanssa.

Strateginen viestintä on linjassa Lapinlahden kuntastrategian – tavoitteiden, arvojen vision ja mission kanssa ja tukee kunnan toiminnallisia tavoitteita. Viestinnän on oltava strategista ja suunnitelmallista, ei sattumanvaraisia tai fiiliksenmukaisia viestintätoimintoja, vaan tarkoituksenmukaisuutta. Kunnan strategiset tavoitteet koskettavat kaikkia kunnan työntekijöitä. Keskustellen saadaan yhteinen ymmärrys, mitä se strategia kenenkin työntekijän kohdalla tarkoittaa.

Viestinnän tehtävänä on jakaa tietoa ymmärrettävästi ja vuorovaikutteisesti. Näin jokainen tietää oman roolinsa yhteisten tavoitteiden saavuttamisessa. Ja visuaalinen viestintä on erottamaton osa strategista viestintää. Visuaalisuudella tuetaan brändi-identiteettiä ja visualisoidaan informaatiota ja arvoja konkreettiseen muotoon.

Kuntalaki 29 §

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

Kunnan on verkkoviestinnässään huolehdittava, että salassa pidettäviä tietoja ei viedä yleiseen tietoverkkoon ja että yksityisyyden suoja henkilötietojen käsittelyssä toteutuu. Keskeiset salassapitoperusteet on lueteltu julkisuuslain 24 §:ssä.

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

Kunnan keskeiset tiedot on julkaistava tietoverkossa:

- kuntastrategia
- hallintosääntö
- talousarvio ja -suunnitelma
- tilinpäätös
- tarkastuslautakunnan arviointikertomus
- tilintarkastuskertomus
- kuntien yhteistoimintaa koskevat sopimukset
- konserniohje
- luottamushenkilöiden ja viranhaltijoiden sidonnaisuusilmoitukset
- luottamushenkilöiden palkkioiden ja korvausten perusteet
- palveluista perittävät maksut.

1.1 Tavoitemielikuva

Lapinlahden kunnan tavoitemielikuva on ajankohtaisuus, monipuolisuus ja jatkuva viestintä eri kanavissa. Tavoitteena on välittää tekemisen intohimo houkuttelevalla ja raikkaalla tavalla toteutettuna. Viestintääni on maaseutu-voice; ilmeikäs ja aito savolainen olemisen keveys. Lapinlahtelainen aktiivisuus ja innovatiivisuus ilmentyy monikasvoisena kuuluvuutena – tekemällä positiivisella ja yhtenäisellä viestinnällä näkyväksi se, mitä meillä jo on. Lapinlahden kunnan viestintääni on inhimillinen.

1.1.1 Erottavuustekijät ja viestinnälliset vahvuutemme

Lapinlahden kunta erottautuu verrattain hyvillä matalan kynnyksen palveluilla. Lapinlahden sijainti valtatie 5:n ja rautatien varrella sekä lentokentän läheisyydessä luo uskottavan sijaintiin perustuvan vahvuustekijän. Alueen luonto ja luontopalvelut luovat erinomaisen asuin ympäristön tilaa ja luonnon virikkeitä haluavalle kuntalaiselle. Lapinlahti lähialueineen luo työssäkäyntialueen, jossa on erinomaiset mahdollisuudet työllistyä.

Lapinlahden hyvä maine ja historia kulttuuri- ja liikuntapitäjänä on viestinnällisestikin tehokas erottavuustekijä. Osallistuvat kuntalaiset eli kuntalaisten yhteisöllisyys ja halu osallistua tapahtumiin on myös Lapinlahden kunnan viestinnällinen vahvuus.

Varsin vähän esille tuotu Lapinlahden kunnan työntekijät ja heidän työnsä antaa viestinnälle mielenkiintoisen kulman tehdä kuntatyötä näkyväksi teemalla: Me Lapinlahden kunnan työntekijät olemme kuntalaisia varten ja palvelemme intohimoisesti.

Viestintää toteuttaa jokainen kunnan työntekijä, kuntapäättäjä ja kuntalainen. Viestintää ovat myös kasvokkain tapaamiset, asiakaspalvelu, sähköpostiviestintä ja jokainen kohtaaminen kunnan asioissa. Jokainen voi näin ollen olla media ja herättää positiivisia tunteita vastaanottajassa.

1.2 Lapinlahden kunnan strategia





1.3 Lapinlahden kuntastrategian strategiset painopisteet

1.3.1 Lapinlahti on visionäärinen ja tekevä kunta

Yksi keskeisistä tavoitteista on idea- ja kokeilukulttuurin rakentaminen, jossa rohkaistaan tavoitelähtöiseen ideointiin ja nopeisiin kokeiluihin. Viestinnän kannalta pääpaino on kertoa ideoinnista ja kokeiluista sekä niiden tuloksista. Viestinnän kannalta tärkeää on kertoa ekologisesti kestäväällä tavalla tapahtuvasta kehittämisestä. Se näkyy kuntatyössä esimerkiksi päätöksenteon ympäristövaikutusten huomioon ottamisena sekä ilmastosuunnitelman 2021–2035 toteuttamisella ja sen seurannalla.

Kärkitavoitteen saavuttamisen varmistamiseksi lisäämme Lapinlahden tunnettuutta tekemällä Lapinlahtea tunnetuksi keskittymällä viestinnässä strategiaan kärkitavoitteisiin. Lapinlahden kunnan maine on merkityksellistä myös parhaiden osaajien rekrytoinnin onnistumisessa. Kuntatyön ja työn takana olevien henkilöiden näkyväksi tekeminen viestinnän avulla on keskeistä tässä tavoitteessa.

1.3.2 Palvelemme intohimoisesti

Tavoitteena on sujuvoittaa ja tehostaa palveluketjujen toteutusta kuuntelemalla asiakasta ja palvelujen toteuttajia. Ottamalla henkilöstö mukaan palvelujen suunnitteluun ja panostamalla johtamiseen, työ tuntuu merkityksellisemmältä ja lisää arvostuksen tunnetta sekä työhyvinvointia. Lapinlahden palveluita kehitetään ennakoivasti palautteen, ideoiden ja kokeilujen avulla. Viestinnässä keskeistä on asiakaslähtöisten palvelujen suunnittelun ja intohimoisen palveluasenteen sekä ajanmukaisten palvelujen esille tuominen. Viestimme selkeästi ja ennakoivasti palveluistamme. Viestimme Lapinlahden kunnan päätöksenteon ja palvelun perhemyönteisyyttä, jonka avulla saamme perheet pysymään ja muuttamaan Lapinlahdelle.



1.3.3 Teemme hyvinvointia edistävää yhteistyötä

Hyvinvointipalvelumme ovat kuntalaisten toiveista ja tarpeista lähteviä huomioiden kuntatalouden mahdollisuudet. Tiivis yhteistyö Pohjois-Savon hyvinvointialueen kanssa edistää ennakoivaa hyvinvointityötä. Tuotamme iloa ja hyvinvointia kuntalaisille vapaaehtoistoimijoiden ja muiden kumppanien kanssa. Viestinnän kannalta tärkeää on tuoda esille, kuinka kuntalaiset yhteisönä osallistuvat aktiivisesti viihtyisän ja turvallisen kasvu- ja elinympäristön kehittämiseen. Liikkumiseen kannustaminen on yksi keskeisistä hyvinvointiteemoista, missä yhdistys- ja seurayhteistyön sekä monipuolisten harrastusmahdollisuuksien avulla innostetaan kuntalaisia

liikkumaan enemmän. Viestinnän tulee tuoda esille yhteisöllisyyttä ja lapinlahtihenkeä Lapinlahden vahvuuksina.



1.3.4 Olemme yritysten kanssa samalla puolella

Tavoitteena on tuottaa yrittäjäverkoston avulla yhteistyömalleja ja hyötyjä yrittäjille. Uusien yritystoiminnan mahdollisuuksien löytämiseksi haemme yhteistyömalleja elinkeinosektorin sidosryhmien kanssa. Pyrimme myös madaltamaan kynnystä, jotta alueen yritykset löytäisivät saatavilla olevat kehittämisen tukimuodot laajemmassa määrin, ja saisivat uusia menestymisen eväitä. Viestinnän kannalta tärkeää on tuoda esille tiivistä ja avointa vuoropuhelua kunnan ja elinkeinoelämän välillä. Myös yrittäjien palaute ja ideat yrittämisen helpottamiseksi ovat viestinnän kannalta tärkeitä. Viestinnän tavoitteena on houkutella aktiivisesti uusia yrityksiä ja parantaa olemassa olevien yritysten toimintaedellytyksiä ja toimintaympäristöä. Viestinnässä korostamme nopeaa tietoliikenneverkostoa, yritystoimintaan sopivien tonttien ja toimitilojen saatavuutta sekä lupakäytäntöjen ketteryyttä ja notkeutta.

1.3.5 Taloutemme on tasapainossa ja vakaalla pohjalla

Viestinnän painopistealueita tässä strategisessa tavoitteessa on kertoa, että tulomme ja menomme ovat tasapainossa ja pidämme veroprosentit ja taksat kohtuullisena. Tärkeää on tuoda esille myös, että palvelumme ovat kustannustehokkaita ja investointimme suunnitelmallisia ja kestäviä.

2 Lapinlahden kunnan viestintäperiaatteet

Lapinlahden kunnan viestinnän perustehtävänä on tarjota tietoa kunnan toiminnasta, palveluista, suunnitelmista ja päämääristä. Näin luodaan edellytyksiä kuntalaisten osallistumiselle ja vaikuttamiselle kunnan toimintaan sekä lisätään keskustelua ja asioiden käsittelyn avoimuutta. Kunnan viestinnän tehtävänä on myös tukea johtamista ja Lapinlahden kunnan kehittymistä kuntastrategian mukaisesti. Viestinnän avulla huolehditaan Lapinlahden aseman vahvistamisesta tekemällä Lapinlahtea ja sen vahvuuksia tunnetuksi.

Ajankohtaisista asioista tiedotetaan heti ja luotettavasti. Yhteistyö joukkoviestimien kanssa hoidetaan mahdollisimman oma-aloitteisesti ja tasapuolisesti. Perusajatuksena on, että kunta kertoo itse aktiivisesti omista asioistaan muun muassa esityslistojen ja tiedotteiden muodossa. Kunnan tiedotukseen ei sisällytetä poliittisia painotuksia.

Olennessa tärkeää viestinnän onnistumisen kannalta on viestien kohdentuminen siten, että tieto tavoittaa mahdollisimman hyvin sitä tarvitsevat. Kohdentaminen on erityisen tärkeää palveluista ja etuisuuksista tiedotettaessa, tai jos asia merkitsee huomattavaa muutosta nykytilanteeseen.

Lapinlahden kunnan viestintämateriaali on selkeää ja vastaanottajan tarpeista lähtevää. Viestinnässä käytetään selkeää yleiskieltä ja tiedot esitetään asiakokonaisuuteen liittyen. Viestin pitää tavoittaa myös ne, jotka eivät ole perehtyneet kunnalliseen organisaatioon. Useita viestintäkanavia käyttämällä tavoitetaan Lapinlahden kuntalaiset varmimmin. Viestinnän kanavia ovat esimerkiksi media, suora kuntalaisviestintä, julkaisut, esitteet, kunnan kotisivut, sosiaalinen media, yleisötilaisuudet ja mainonta.

Kunnalla on entistä suurempi rooli alueensa elinvoiman kehittämisessä. Perinteinen elinkeino- ja matkailumarkkinointi on tärkeää, ja sen rinnalla vahvistuu muiden elinvoiman tekijöiden viestiminen: asuminen, palvelut, liikenne, ympäristö, harrastusmahdollisuudet, kulttuuri ja lapinlahtihenki.

Tehokkainta viestintää on tyytyväisten kuntalaisten, yritysten ja vieraiden suora puhe omalle lähipiirilleen, siksi sosiaalisen median viestien leviäminen mahdollisimman hyvin kuntalaisten ja sidosryhmien omiin verkostoihin on erittäin tärkeää. Sosiaalinen media on tärkeä paikkakunnan maineen rakentaja, mutta myös perinteistä markkinointia tarvitaan esimerkiksi alueen vahvuuksien esille nostamiseksi.

Kaikessa viestinnässä on olennaista pitkäjänteisyys. Maine rakentuu monista tekijöistä ja kokemuksista pitkän ajan kuluessa. Johdonmukaisuus ja toisto varmistavat viestin perillemeno, rakentavat uskottavaa mielikuvaa ja luovat luottamusta. Kaiken viestinnän tulee perustua tosiasioille, ja kielteisetkin ilmiöt on käsiteltävä. Tehokas kriisiviestintä kasvattaa hyvää johtamismainetta.

Viestintä ylläpitää osaltaan asukkaiden hyvinvointia ja yhteisöllisyyttä. Onnistunut viestintäilmapiiri synnyttää myönteisen, itseään vahvistavan kierteen, joka näkyy maineessa ja vetovoimassa. Kunnan maine tukee alueen kehittämistä ja luo elinvoimaa. Viestintäosaaminen on nykyään välttämätön osa johtavien viranhaltijoiden ammattitaitoa. Mediataitojen hankkiminen kuuluu oman osaamisen kehittämiseen.



2.1 Osallisuuden edistäminen

Lapinlahden kunta tarjoaa lähtökohtaisesti useita osallistumisen ja vaikuttamisen tapoja. Esityslistat ja pöytäkirjat ovat kaikkien nähtävillä kotisivuilla, valtuuston kokouksia voi kuunnella myös etänä, palautetta voi antaa suoraan kotisivujen kautta, samoin kuin tehdä aloitteen.

Lapinlahden kuntastrategian kantavana teemana on kuntalaisten toiveista ja tarpeista lähtevä kuntalaisten hyvinvointi huomioiden kuntatalouden mahdollisuudet. Hyvinvoiva kuntalainen on aktiivinen vaikuttaja ja sille luodaan edellytyksiä osallisuuden lisäämisellä. Mahdollisuus vaikuttaa itselle tärkeisiin asioihin ja päätöksentekoon vahvistaa kuntalaisten hyvinvointia. Osallisuuteen panostaminen lisää yhteisöllisyyttä ja vähentää eriarvoisuutta.

Osallistumista ja vaikuttamista voidaan edistää

- järjestämällä keskustelu- ja kuulemistilaisuuksia
- selvittämällä asukkaiden mielipiteitä ennen päätöksentekoa
- suunnittelemalla ja kehittämällä palveluja yhdessä palvelujen käyttäjien kanssa
- tukemalla asukkaiden, järjestöjen ja muiden yhteisöjen oma-aloitteista asioiden suunnittelua ja valmistelua.

Tekemistä ja tapahtumia kylälle toivovat kaikki, osa haluaa osallistua järjestämiseen, osa kokea tapahtumia. Palveluita arvostetaan. Viestintään toivotaan kohennusta, ikäryhmästä huolimatta. Ennakkoluuloista haluttaisiin eroon, positiivista henkeä enemmän -> Lapinlahti on sellainen, millaisia me lapinlahtelaiset olemme. Edistämällä lapinlahtihenkeä myös arvojemme mukaisella viestinnällä.

Viestinnässä toteutamme osallisuuden periaatteita, jotka on tarkemmin esitelty liitteessä LAPINLAHDEN KUNNAN OSALLISUUSUUNNITELMA 2022-2025.

3 Lapinlahden kunnan viestintäorganisaatio

Valtuuston linjaama Lapinlahden kunnan strategia, toiminta-ajatus, visio ja arvot luovat suunnan kunnan viestinnälle ja asukkaiden ja palvelujen käyttäjien osallistumiselle kunnan toimintaan. Kunnanhallitus johtaa ja valvoo viestintää. Viestinnästä vastaa kunnanjohtaja, toimialajohtajat johtavat oman toimialansa viestintää. Eri palvelualueiden toimijoista koottu viestintätiimi toteuttaa ja koordinoi kunnan viestintää hallintojohtajan johdolla. Käytännön viestintävastuu on siis toimivalla johdolla (kunnanjohtaja, hallintojohtaja ja toimialajohtajat), viestintää toteuttavat johdon ohella viestintätiimi.

Viestintäorganisaatio:

Kunnanhallitus päättää viestinnän linjauksista.

Kunnanhallitus vastaa viestinnästä ja päättää kunnan yleisistä tiedotusperiaatteista sekä vastuunjaosta toimielimissä.

Kunnanjohtaja johtaa viestintää

Toimialajohtajat johtavat oman toimialansa viestintää. He koordinoivat sekä suunnittelevat ja kehittävät viestintää ja viestinnän kanavia yhdessä toimialansa viestintätiimin jäsenen sekä hallintojohtajan kanssa.

Viestintätiimi toteuttaa ja kehittää kunnan ulkoista ja sisäistä viestintää hallintojohtajan johdolla. ICT-asiantuntija on verkkosivujen ja someviestinnän päätoimittaja.

Jokainen palvelukokonaisuudesta vastaava huolehtii siitä, että tiedot ovat ajan tasalla verkkosivuilla.

Jokainen työntekijä viestii omassa työroolissaan.

Varsinaiset lausunnot organisaation toiminnasta antaa aina toiminnasta vastaava johto.

Työntekijän on muistettava oma rooli ja sen edellyttämä asenne ja arvostava toimintatapa työnantajaa kohtaan.

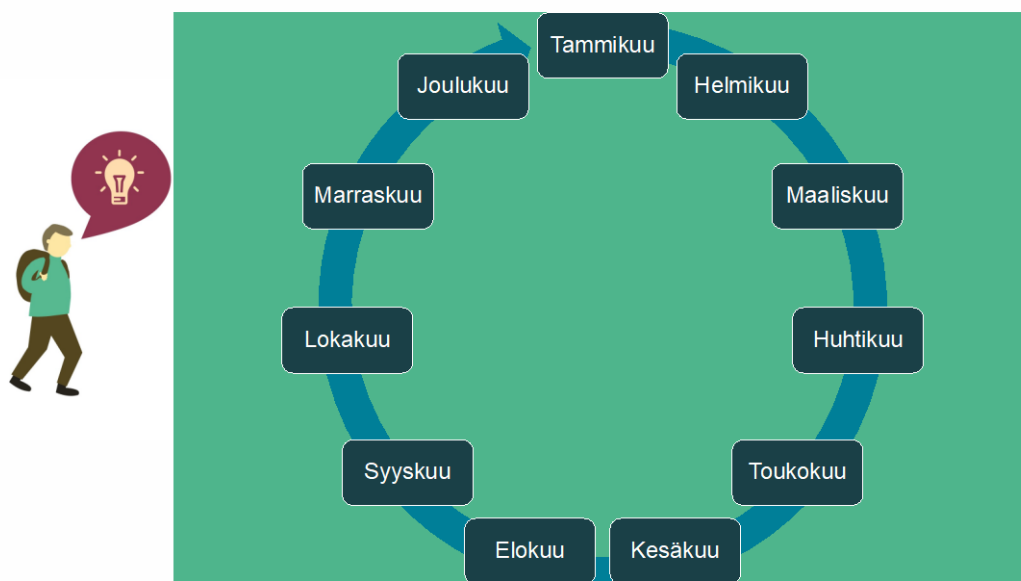
3.1 Viestinnän toimenpiteet

Viestintätiimin toimintaa johtaa hallintojohtaja. Viestintätiimillä on noin kerran kuukaudessa yhteiset suunnittelutapaamiset. Viestintätiimi kirjaa sovitut viestintätehtävät viestinnän vuosikelloon. Vuosikelloon päivitetään kunkin kuukauden teeman alle:

- 1) julkaisevan tiimi/yksikkö ja julkaisun aihe
- 2) julkaisijan nimi
- 3) missä kanavissa julkaistaan
- 4) milloin julkaistaan (viikko tai tarkka päivämäärä)

Viestintävastaavat käyvät läpi omassa yksikössään viestinnän vuosikellon toimenpiteet ja pyytävät omalta yksiköltään viestinnän kehittämisideoita.

VIESTINTÄTEEMAT KUUKAUSITTAIN



4 Valmistelu- ja päätösviestintä

Viestintämme on kaksisuuntaista ja vuorovaikutteista, mikä tarkoittaa kuntalaisten tarpeeseen vastaavaa keskustelevaa viestintää. Oikea-aikaisella viestinnällä varmistamme asioiden hyvän valmistelun ja päätöksenteon. Edustuksellista demokratiaa täydentävät suoran osallistumisen keinot. Niillä saadaan kuntalaistietoa, uusia näkökulmia ja ideoita. Suunnitelmallinen vuoropuhelu asioiden valmistelijoiden, kuntalaisten ja luottamushenkilöiden kesken rakentaa hyvän pohjan päätöksenteolle. Selkeillä pohjatiedoilla on olennainen merkitys. Tavoitteet, vaihtoehdot ja vaikutukset on pystyttävä esittämään ymmärrettävästi ja havainnollisesti.

Avoin ja kuunteleva viestintä helpottaa kunnan johtamista. Ymmärrettävästi kerrotut perustelut helpottavat asioiden käsittelyä ja päätöksentekoa. Selkeä asioiden esittäminen vähentää kyselyjä ja valituksia. Rakentava keskustelu ja väärinkäsitysten välttäminen luovat myönteistä ilmapiiriä ja hyvää kuntakuvaa.

Asian käsittelyn vaihe	Toteuttaja
Asian vireille tulo esim. aloite, esitys, kirje, pöytäkirjaote	Kuntalainen, yritys, sidosryhmän edustaja jne.
Keskustellaan asiasta tarvittaessa luottamushenkilön kanssa sekä kyseisen asian toimialajohtajan kanssa	Kunnanjohtaja/toimialajohtaja
Päätetään asian valmistelusta	Kunnanjohtaja/toimialajohtaja
Päätetään onko asia sellainen, jonka asiasta tiedotetaan julkisesti sekä missä vaiheessa tiedotetaan	Kunnanjohtaja/toimialajohtaja Johtoryhmä
Tiedotetaan asiasta henkilöstölle	Kunnanjohtaja/toimialajohtaja Hallintojohtaja
Tiedotetaan asiasta medialle	Kunnanjohtaja/toimialajohtaja Hallintojohtaja
Julkaistaan verkkosivuilla materiaalia. Avataan keskustelua SOME:ssa. Avataan yhteinen kuuleminen esim. otakantaa.fi –palvelussa. Järjestetään mahdollinen asukastilaisuus.	Kunnanjohtaja/toimialajohtaja Hallintojohtaja
Valmistelun eri vaiheissa tietoa päivitetään verkkosivuilla, mediatiedotteilla ja tarvittaessa esitemateriaalilla ja uusilla asukastilaisuuksilla.	Kunnanjohtaja/toimialajohtaja Hallintojohtaja
Tuotetaan nähtäville vaihtoehtoja ja niiden vaikutusten esittelyä ennen päätösesitystä.	Kunnanjohtaja/toimialajohtaja Hallintojohtaja
Päätösesitys perusteluineen julkaistaan toimielimen esityslistalla, esityslista verkkosivuilla.	Kunnanjohtaja/toimialajohtaja
Informoidaan mediaa päätöksestä.	Kunnanjohtaja/toimialajohtaja Hallintojohtaja
Lisätään päätöspöytäkirja verkkosivuille sekä tiedotetaan asianosaisille.	Kokoussihteeri
Päätetyn vaihtoehdon pohjalta tuotetaan tarvittaessa havainnollista esitysmateriaalia, jota voidaan käyttää esim. asukastilaisuuksissa, sidosryhmätapaamisissa ja verkkosivuilla.	Kunnanjohtaja/toimialajohtaja Hallintojohtaja
Valmistelun eri vaiheissa tietoja päivitetään verkkosivuilla, mediatiedotteilla ja tarvittaessa esitemateriaalilla ja uusilla asukastilaisuuksilla.	Kunnanjohtaja/toimialajohtaja Hallintojohtaja
Tuodaan nähtäville vaihtoehtoja ja niiden vaikutusten esittelyä ennen päätösesitystä.	Kunnanjohtaja/toimialajohtaja Hallintojohtaja
Päätösesitys perusteluineen julkaistaan toimielimen esityslistalla, esityslista verkkosivuilla.	Kunnanjohtaja/toimialajohtaja
Informoidaan mediaa päätöksestä.	Kunnanjohtaja/toimialajohtaja Hallintojohtaja
Lisätään päätöspöytäkirja verkkosivuille sekä tiedotetaan asianosaisille.	Kokoussihteeri
Päätetyn vaihtoehdon pohjalta tuotetaan tarvittaessa havainnollista esitysmateriaalia, jota voidaan käyttää esim. Asukastilaisuuksissa, sidosryhmätapaamisissa ja verkkosivuilla.	Kunnanjohtaja/toimialajohtaja Hallintojohtaja

Viestinnän laji	Tavoitteet	Kohderyhmät	Keinot	Roolit ja vastuut
Valmistelu- ja päätösviestintä	• kuntalain ja hallintosäännön mukainen valmistelu • tavoitteena antaa riittävästi tietoa taloudesta ja valmis- telussa olevista asioista, käsittelystä, päätöksistä ja niiden vaikutuksista	• kunnanvaltuusto • kunnanhallitus • lautakunnat • kuntalaiset • palvelujen käyttäjät • sidosryhmät • media	• kunnan nettisivut • tiedotteet • seminaarit • asukastilaisuudet • yleinen kuuleminen, keskustelu • esityslistat	• kunnanjohtaja (yleisvastuu) • hallinto- ja talousjohtaja(Kv/kh) • toimialajohtajat (toimialavastuu)

5 Palveluviestintä

Suora asiakaspalvelu on viestintää tehokkaimmillaan. Se on yksilöllinen kontakti kuntalaiseen tai sidosryhmän edustajaan.

Jokainen kohtaaminen on asiakaspalvelua, jossa tarvitaan vuorovaikutustaitoja. Kaikkia asiakkaita kohdellaan samanarvoisesti. Jokainen kohtaaminen luo kuvaa Lapinlahden kunnasta.

Toimiva ja etukäteen mietitty palveluviestintä auttaa kuntalaisia, helpottaa viestinnän toteuttamista ja samalla luo myönteistä mainetta Lapinlahden kunnalle.

Viestintäkanavia ovat kunnan verkkosivut, puhelinpalvelu sekä toimialojen omat palvelukanavat. Myös viestintä sosiaalisessa mediassa on asiakaspalvelua. On huomioitava, että asiakas voi esittää kysymyksiä eri kanavissa – riippumatta asiasta. Sellaisessa tilanteessa ohjataan kysymys asiantuntijalle, joka vastaa kysymykseen mahdollisimman nopeasti.

Neuvonnan tietolähteet ja taustaprosessit on pidettävä kunnossa. Kunnan verkkosivut ovat myös oman asiakaspalveluhenkilöstön tietolähde, joten ajantasainen verkkoviestintä on toimivan asiakaspalvelun edellytys. Neuvonnan tulee olla muun viestinnän tavoin avointa ja nopeaa. Neuvonta ja asiakaspalvelu eivät ole vain myönteinen mahdollisuus, vaan myös lakisääteinen vaatimus. Hallintolain mukaan kunnan on neuvottava ja palveltava asiakkaitaan. Kuntalaisille pitää myös kertoa, miten kysymyksiä ja asiakaspalautetta voi jättää, miten palautteet käsitellään, miten asioita saa vireille, miten palvelupisteet ovat auki ja miten virkamiehet ovat tavoitettavissa.

Viestinnän laji	Tavoitteet	Kohderyhmät	Keinot	Roolit ja vastuut
Palveluviestintä	• antaa riittävästi tietoa kunnan järjestämistä palveluista	• palvelujen käyttäjät - kuntalaiset - yritykset - vapaa-ajan asukkaat - matkailijat	• kunnan nettisivut • neuvontapisteet • puhelinpalvelu • infotaulut • esitteet • facebook	• kunnanjohtaja (yleisvastuu) • toimialajohtajat (toimialavastuu) • palvelun tuottaja • viestintätiimi



6 Kriisiviestintä

Kriisiviestintä on tehostettua viestintää äkillisessä tilanteessa, jossa Lapinlahden kunnan toimintaedellytykset tai muu etu on uhattuna. Tärkeintä kriisitilanteissa on käynnistää toimenpiteet kriisin selvittämiseksi ja isomman vaaran torjumiseksi. Kriisiviestintää hoidetaan täysin samoilla periaatteilla kuin Lapinlahden kunnan muuta viestintää. Myös kriisiviestintä on avointa, luotettavaa ja aktiivista. Poikkeustilanteissa asukkaiden tiedon tarve korostuu ja tiedottamiseen kohdistuu tavallista suurempia odotuksia ja vaatimuksia, joten tiedon luotettavuus ja nopeus korostuvat erityistilanteissa. Kriisiviestinnän toimenpiteet ja työkalut määritellään sen mukaan, kuinka vakavaksi kriisi arvioidaan.

Nopeasti tapahtuva ja rehellinen kriisiviestintä estää väärän tiedon leviämisen ja helpottaa huolta. Se, mitä ei tiedetä vielä, on syytä myöntää ja kertoa, jotta luottamus säilyy.

Viestinnän laji	Tavoitteet	Kohderyhmät	Keinot	Roolit ja vastuut
Kriisiviestintä	• varmistaa ihmisten turvallisuus • turvata organisaatioiden toimintaedellytykset • tiedottaa palveluiden järjestelyistä • varmistaa totuudenmukainen tilannekuva ja asenne tilanteesta • ennakoida mahdolliset kriisit ja valmistautua niihin	• kuntalaiset • vapaa-ajan asukkaat • media • viranomaiset • kuntapäätäjät	• sähköpostilistat • kunnan nettisivut • some-kanavat • jaettavat paperiset tiedotteet • Käytössä olevat sähköiset viestintäkanavat	• kunnanjohtaja • johtoryhmä • poikkeusolojen johtoryhmä • Kriisitiedottaja • (hallintojohtaja)

7 Rekrytointiviestintä

Toimiva rekrytointiviestintä on edellytys sille, että osaavat ja kunnasta kiinnostuneet hakijat saavat tiedon avoimista mahdollisuuksista. Työpaikkailmoitus antaa ensivaikutelman kunnasta mahdollisena työpaikkana ja viestii samalla siitä, kuinka paljon avointa työpaikkaa työnantajan silmissä arvostetaan.

Rekrytointi on myymistä ja rekrytointi-ilmoituksen pitää houkutella myös sellaisia henkilöitä, jotka eivät aktiivisesti etsi työpaikkaa. Kuvaile rekrytointi-ilmoituksessa minkälaiseen työyhteisöön haet henkilöä.

Viestinnän laji	Tavoitteet	Kohderyhmät	Keinot	Roolit ja vastuut
Rekrytointiviestintä	• edistää rekrytinnin onnistumista • luoda mielikuvaa haluttuna ja hyvänä työpaikkana • auttaa alueen yrityksiä rekrytointiviestinnäsä osana kunnan imagotyötä	• kunta-alan ammattilaiset • työnhakijat • muut kiinnostuneet	• kuntarekry.fi • Kuntalehti • alan ammattilehdet • paikallislehdet • kunnan nettisivut • facebook • muut rekrytointikanavat	• johtoryhmä • toimialajohtajat (toimialavastuu) • hallintojohtaja



8 Sisäinen viestintä

Sisäinen viestintä luo edellytykset onnistuneelle ulkoiselle viestinnälle. Sisäisen viestinnän kohderyhmänä ovat kaikki kunnan palveluksessa olevat henkilöt. Jokaisen pitää saada tuntee kuuluvansa yhteisöön ja tuntee pystyvänsä kehittämään yhteisöä.

Kunnan strategia toteutuu käytännön työn kautta. Henkilö- ja ryhmäkohtaiset tavoitteet konkretisoivat strategian tavoitteita jokaisen työroolissa sekä edistävät vuorovaikutusta ja yhteistyötä.

Henkilöstölle kerrotaan tulevista asioista ja tapahtumista ensisijaisesti ennen kuin tiedotetaan ulospäin.

Sisäisen viestinnän visuaalisuus

Viestinnän tehoa lisätään visuaalisuudella käyttämällä ulkoasuissa Lapinlahden kunnan hyväksyttyä visuaalista linjaa ja sen elementtejä. Myös kuvia, videoita ja grafiikkaa lisäämällä parannetaan tehoa.

Parantunut palvelu

Onnistunut ja kattava sisäinen viestintä parantaa kunnan perustoimintoa; kuntalaisten palvelua. Se parantaa kaikkea ulkoista viestintää ja auttaa toteuttamaan arvoja, visiota, missiota ja strategiaa.

Sisäisen viestinnän kanavat ja välineet

Kustannustehokkain ja nopein tapa toteuttaa sisäistä viestintää on käyttää sähköisiä kanavia. Ne voivat olla yksisuuntaisia tai vuorovaikutteisia.

Viestintä esihenkilötyössä ja työntekijän vastuu viestinnästä

Esimiehillä on tärkeä vastuu sisäisestä tiedonkulusta. Esimiehen tehtävä on kertoa ensimmäiseksi henkilöstölle työhön liittyvistä muutoksista kasvokkain, jos mahdollista. Avoimen ja ajoissa käydyn keskustelun avulla tieto välittyy oikealla tavalla, millä vähennetään väärinkäsitysten ja huhujen riskiä. Työntekijällä on myös vastuu selvittää oikea ja riittävä työhön liittyvä tieto.

Perehdyttäminen

Sisäiseen viestintään kuuluu myös uuden työntekijän perehdyttäminen. Esimies vastaa perehdyttämisen järjestämisestä. Perehdyttämisen tarkoitus on tutustuttaa uusi työntekijä heti alussa tuleviin tehtäviinsä, työympäristöön. Liitteenä perehdyttämisohjelma.

Yhteistoiminta

Sisäisessä viestinnässä otetaan huomioon yhteistoimintalain sisältö. Henkilöstön on saatava tietoa heitä koskevista asioista ja niiden kehittymisestä. Henkilöstöä koskevat asiat kerrotaan suunnittelun edetessä. Erityisesti on tiedotettava henkilöstölle heidän omiin työtehtäviinsä ja niiden suorittamiseen liittyvistä muutoksista sekä työpaikkaan ja työoloihin kuuluvista asioista. Yhteistoimintaa hoitaa Lapinlahden kunnan YT-elin.

Keinot

Lapinlahden kunnassa sisäisen tiedotuksen välineitä ovat mm. Teams-sovellus, tiimi- ja henkilöstö palaverit, tiedotteet sekä yleiset ohjeet. Riittävän usein järjestetyt tiimi- ja henkilöstöpalaverit ovat sisäisen viestinnän kannalta oleellisia, koska ne edistävät suoraa vuorovaikutusta.

Tavoitteena on, että jokaisella on myös mahdollisuus osallistua niihin. Lisäksi varmistetaan, että palaverista poissaolleet saavat tiedon käsitellyistä asioista.

Viestinnän laji	Tavoitteet	Kohderyhmät	Keinot	Roolit ja vastuut
Sisäinen viestintä	• antaa henkilöstölle oikean sisältöistä ja oikea-aikaista tietoa kunnan suunnitelmista, toiminnasta ja arjen tekemisistä • tukea ulkoista viestintää	• kunnan henkilöstö • luottamushenkilöt	• Teams • tiedotteet • henkilöstöpalaverit • tiimipalaverit • kehityskeskustelut • sähköposti • yleiset ohjeet	• johtoryhmä • esihenkilöt • työntekijät • hallintojohtaja

9 Ulkoinen viestintä

Budjetoidun ja maksetun markkinointiviestinnän tavoitteena on Lapinlahden kunnan ja sen palvelujen tunnetuksi tekeminen.

Lapinlahden markkinointiviestintää tehdään yhteistyössä elinkeinoelämän, yrittäjien, järjestöjen, oppilaitosten ja muiden toimijoiden kanssa.

Lapinlahden kunnan markkinointiviestinnän keskeisimpiä tavoitteita ovat palvelujen tunnetuksi tekeminen, elinkeinoelämän toimintamahdollisuuksien edistäminen, uusien asukkaiden saaminen ja työpaikkojen lisääminen.

9.1 Lehti-ilmoitukset

Kunnan viralliset ilmoitukset julkaistaan paikallislehdessä (Matti ja Liisa,) ja joskus myös ilmaisjakelulehdissä (Töllötin). Maakuntalehdissä, ammattilehdissä ja joissakin alan erikoislehdissä on ilmoituksia satunnaisesti, esim. työpaikka-, tontti- ja metsänmyynti-ilmoitukset. Ilmoitukset tehdään graafisen ohjeistuksen mukaisesti. Matti ja Liisa -lehden ilmoituksissa kunnalla on oma ilmoitustila, jossa käytetään niin ikään graafisen ohjeiston mukaista ilmoitus pohjaa. Ilmoitukset tekee pääosin viestinnän yhteyshenkilö.

9.2 Markkinointimateriaali ja PR-tuotteet

Lapinlahden kunnan markkinointimateriaalissa ja PR-tuotteissa käytetään kunnan väri- ja kuvamaailmaa, typografiaa ja tunnuksia. PR-tuotteita voivat olla esimerkiksi kassit, kynät, t-paidat, lippikset, avaimenperät, ilmapallot jne.

Kunnan julkaisemat esitteet tehdään graafista ohjeistusta noudattaen. Esitteet julkaistaan myös nettisivuilla interaktiivisina pdf-tiedostoina.

Kirjelomakkeet ja -kuoret, PowerPoint-pohjat ja käyntikortit on tehty graafisen ohjeiston mukaisesti ja mallipohjat on ladattavissa teamsin viestintäkansiosta.

9.3 Messut ja tapahtumat

Messuosastojen ja standyjen suunnittelussa noudatetaan kunnan graafista ohjeistoa.

Vaatetuksessa otetaan huomioon (jos mahdollista) kunnalle luotu väripaletti.

9.4 Kuvamateriaalin käyttö

Kunnalla on viestinnän käytössä aineistopankki, jossa on kuvamateriaalia mm. tapahtumista, kohteista, rakentamisesta jne.

Valokuvien käytön kanssa tulee olla tarkkana, että ei rikota yksityisyydensuojaa ja käytettävään kuvaan tulee olla käyttöoikeus. Yksinkertainen perussääntö on aina luvan kysyminen kuvattavalta sekä kuvaamiseen että julkaisemiseen. Lupa olisi hyvä olla kirjallisena.

9.5 Mediaviestintä

Lapinlahti tiedottaa aktiivisesti monen kanavan kautta. Verkkosivusto on kustannustehokas ja ajantasainen väline kaikkeen tiedottamiseen. Sosiaalisen median eri kanavat ovat tärkeitä ja ajantasaisia tiedottamisen foorumeita.

Tiedotusvälineet ja yleisö ovat oikeutettuja ja tervetulleita seuraamaan kunnanvaltuuston kokouksia paikan päällä tai suorana lähetyksenä netin tai somen kautta.

Kunnanhallituksen kokousten jälkeen voidaan pitää lehdistötilaisuus, johon kaikki tiedotusvälineet ovat tervetulleita.

Tiedotusmateriaali

Tiedotusvälineitä varten on olemassa Aineistopankki, jossa on saatavilla tiedotusmateriaalin lisäksi tausta-aineistoa (kuvia, grafiikkaa ym.) sekä haastateltavien henkilöiden yhteystietoja.

Tiedotustilaisuuksista on toivottavaa tehdä tiedote, jossa saadaan painotettua juuri niitä asioita, mitkä järjestäjän kannalta ovat tärkeitä. Tiedote lähetetään kaikille osapuolille (tiedotusvälineet)

samansisältöisenä ja riittävänä. Se lähetetään tilaisuuden jälkeen niillekin kanaville, jotka eivät olleet paikalla.

Tiedotustilaisuudet tiedotusvälineille

Tiedotustilaisuus voidaan järjestää pelkästään tiedotusvälineille. Esimerkiksi jonkun suuremman tapahtuman alla on aiheellista pitää tiedotustilaisuus, jolloin tapahtuma saadaan esiteltä mahdollisimman kattavasti. Tiedotusvälineet saavat monipuolista tietoa tapahtumasta ja tiedotettavaa. Tiedotustilaisuuksissa Lapinlahti saa tapahtumalle näkyvyyttä.

Tiedotustilaisuudet kuntalaisille

Tiedotustilaisuus voi olla kuntalaisille suunnattu yleisötilaisuus, johon media on myös tervetullut osallistumaan. Tiedotustilaisuus voi olla samalla kuntalaisten kuulemistilaisuus tai esim. kaavoituskatsaus tai markkinavuoropuhelu.

Mediaviestintä

Suuri osa kuntaa koskevista tiedoista välittyy kuntalaisille tiedotusvälineiden kautta. Median rooliin kuuluu tulkita ja havainnollistaa kunnan suunnitelmia ja päätöksiä. Media palvelee ennen kaikkea lukija- ja kuulijakuntaansa.

Media voi olla kunnan hyvä yhteistyökumppani, jonka avulla saavutetaan suuri yleisö paremmin kuin millään muulla keinolla. Yhteistyön pohja syntyy molemminpuolisesta luottamuksesta, kunnan ja median eri roolien hyväksymisestä sekä median työskentelytapojen tuntemisesta.

Haastattelut

Medialle haastatteluja antaa pääsääntöisesti palvelusta vastaava. Haastatteluun suostuminen on toivottavaa. On hyvä selvittää aluksi mihin tarkoitukseen haastattelua käytetään ja tullaanko haastattelua siteeraamaan suoraan vai käyttämään vain tausta-aineistona.

Haastateltavalla on mahdollisuus pyytää toimittajalta teksti tarkistettavaksi. Mahdollisia korjauksia tulee tehdä vain asiavirheistä, kirjoituksen tyyliin tai toimittajan omiin näkemyksiin ei ole syytä puuttua. Muista, että puhut aina kunnan edustajana, et yksityishenkilönä.

Asiavirheet oikaistaan

Mediassa mahdollisesti julkaistut asiavirheet oikaistaan. Lehtien yleisönosastolla, verkkosivulla ja sosiaalisessa mediassa yksilöityihin kysymyksiin voidaan vastata, mikäli vastauksella on yleisempääkin merkitystä. Faktatiedot oikaistaan, mutta mielipiteisiin ei puututa vaan pyritään informoimaan asiasta neutraalisti.

Tutustu journalistin ohjeisiin osoitteessa journalistiliitto.fi.

Viestinnän laji	Tavoitteet	Kohderyhmät	Keinot	Roolit ja vastuut
Mediaviestintä	• antaa medialle oikeasisältöistä ja oikea-aikaista tietoa kunnasta, kunnan palveluista sekä valmistelu- ja päätösasioista	• tiedotteet • juttuvinkit • haastattelut • toimittajavierailut	• tiedotteet • juttuvinkit • haastattelut • toimittajavierailut	• kunnanjohtaja • toimialajohtajat • palvelun tuottaja • hallintojohtaja

9.6 Markkinointiviestintä

Markkinointiviestinnän tavoitteena on tehdä Lapinlahden kuntaa ja sen palveluita tunnetuksi, rakentaa myönteistä mielikuvaa kunnasta, houkutella uusia asukkaita ja yrityksiä, tukea elinkeinoelämän toimintamahdollisuuksia sekä edistää matkailua.

Lapinlahden markkinointiviestintä pohjautuu kunnan strategiaan linjauksiin. Markkinointiviestinnässä tuodaan esille Lapinlahden kunnan veto- ja pitovoimatekijöitä.

Keinot

Markkinointiviestintää toteutetaan muun muassa seuraavilla keinoilla:

- markkinointikampanjat
- esitteet, julkaisut, videot
- tapahtumat
- messut
- mainokset
- sidosryhmäyhteistyö
- viestintä eri kanavissa

Visuaalinen ilme

Yhdenmukainen visuaalinen ilme parantaa Lapinlahden kunnan tunnistettavuutta ja tunnettuutta sekä vahvistaa Lapinlahden brändiä. Eri yksiköiden ilmoitusten, esitteiden ja muun materiaalin tulee olla linjassa Lapinlahden visuaalisen ilmeen kanssa. Liitteenä graafinen ohjeistus.

Viestinnän laji	Tavoitteet	Kohderyhmät	Keinot	Roolit ja vastuut
Markkinointiviestintä	• kunnan imagon vahvistaminen • parannamme kunnan veto- ja pitovoimaa • houkuttelemme uusia asukkaita ja yrityksiä • tuemme elinkeinoelämän toimintamahdollisuuksia • edistämme matkailua	• kuntalaiset • yritykset • vapaa-ajan asukkaat • matkailijat • potentiaaliset muuttajat	• markkinointikampanjat • esitteet, julkaisut, videot • tapahtumat • messut • mainokset • sidosryhmäyhteistyö • viestintä eri kanavissa	• johtoryhmä • hallintojohtaja • viestintäryhmä

10 Keskeiset salassapitoperusteet

Lapinlahden verkkosivuille laitetaan nähtäväksi kunnan toimielinten kokousten esityslistat ja kokouspöytäkirjat ennakkoon tarkastettuina niin, että ne eivät sisällä tietosuojalain eikä salassa pidettävien tietojen vastaisia asioita.

Keskeiset salassapitoperusteet on lueteltu julkisuuslain 24 §:ssä.

Sen piiriin kuuluvat muun muassa asiakirjat, jotka sisältävät tietoja liike- tai ammatillisaisuudesta sekä sellaiset asiakirjat, joiden sisältö aiheuttaa julkaistuna taloudellista vahinkoa yksityiselle

elinkeinonharjoittajalle. Henkilön yksityisyyttä loukkaavia tietoja ei julkaista. Salassapidon peruste on myös kunnan osallisuus oikeusprosessissa.

Valmisteluvaiheen yleistä viestintää edellyttävät erityisesti kuntalaisten elämään laajasti vaikuttavat asiat, kuten palveluihin, palveluverkkoon, kaavoitukseen ja Lapinlahden kunnan kehittämiseen liittyvät päätökset.

Valmisteltavasta asiasta kerrotaan:

- tavoitteet perusteluineen
- valmistelun nykytila ja eteneminen
- vaihtoehtojen vaikutukset
- mahdollisuudet osallistua valmisteluun.

Valmisteluviestinnän ulkopuolelle jäävät lain määrittelemät salaiset asiat sekä selkeät viranomaispäätökset, jotka koskevat vain asianosaisia.

Myös muiden ei niin laajasti merkityksellisten asioiden osalta voidaan tehdä päätösesitys suoraan ilman laajempaa julkista keskustelua.

Uuden kuntalain mukaan kunnan päätökset annetaan kuntalaisille tiedoksi verkossa. Tämä koskee myös viranhaltijapäätöksiä, jos niihin on muutoksen hakuoikeus. Ilmoitustaulu ei ole pakollinen.

11 Some-viestintä

11.1 Tapahtumamarkkinointi SOMEssa

Tapahtumamarkkinointia varten on hyvä luoda tapahtumalle oma sivu ja jakaa se Lapinlahden pääsivulla.

- Kutsu tykkäämään tapahtumasivusta ja osallistumaan tapahtumaan.
- Luo tapahtumalle oma hashtag #, käytä myös #intohimonaelääjayrittää #madeinlapinlahti
- Hashtageja kannattaa hyödyntää kaikissa somekanavissa.

Tapahtuman aikana

- Päivitä tapahtuman aikana kuvia ja videoita tapahtumasta.
- Pyydä kuvia osallistujilta: kuvakilpailu tms.
- Pidä tapahtuman hashtag esillä tapahtumaa ennen ja tapahtuman aikana eri julkaisuissa ja materiaaleissa.

Tapahtuman jälkeen

- Kiitä osallistujia ja kuvien ja aineistojen jakajia
- Pyydä kehitysideoita jne.

Avoimuus on yksi sosiaalisen median kulmakivistä. Kiinnostava ja laadukas sisältö herättää ihmisissä reaktioita, ja he jakavat sekä suosittelevat sisältöjä usein eteenpäin.

11.2 Kilpailut ja arvonnat sosiaalisessa mediassa

Kasvata seuraajamäärää aktivoimalla seuraajia esimerkiksi kilpailuilla ja arvunnoilla. Tarkista sivun säännöt ennen kilpailun järjestämistä. Noudata myös arpajaislainsäädäntöä.

11.3 Maksettu mainonta SOME:ssa

Maksetulla mainonnalla voit kohdentaa mainontaa eri kohderyhmille tietyllä alueella. Määrittele budjetti, mainoksen kesto aika ja aikataulu. Palvelu näyttää mainosta annettujen kriteerien mukaisesti valitussa aikataulussa. Mainoksen tehoa voi seurata seurantatyökalun avulla

11.4 SOME:n sisältö

Kiinnostava sisältö on keskustelua herättävää. Voit kysymysten, pohdinnan tai vastaamisen kautta

- Käytä selkeää kieltä
- Kerro ajankohtaisista asioista, koska verkossa asiat vanhenevat nopeasti
- Säilytä tyylitajusi: kriittisyys ja hauskuus ovat paikallaan oikein käytettyinä.
- Lapinlahden viestinnän tehokkuutta ja näkyvyyttä lisää kunnan pääsivujen aktiivinen päivittäminen. Julkaise SOME-viestit pääsääntöisesti aina myös kunnan SOME-tileillä. Käytä kaikissa Lapinlahden kunnan SOME-tilien profiilikuvauksissa Lapinlahden kunta -nimeä, jotta tilit löytyvät Google-haussa helpommin. Profiilikuvauksen pitäisi kertoa asiaa tuntemattomillekin tarvittavat tiedot. Päivitä kaikki profiili- ja kansikuvat ajankohtaisiksi, myöskin profiilikuvaukset, jos tarpeen

Vaikuttavuus SOME:ssa:

- aktiivisuus: tuotamme ja jaamme kiinnostavaa sisältöä
- persoonallisuus: annamme oman äänen sisällölle
- rohkeus: otamme kantaa meille tärkeisiin asioihin
- avoimuus: keskustelemme ja kuuntelemme hyvässä hengessä
- Selkeys (tiivistämme viestin sanoman ytimekkääksi)
- Asiallisuus (kiinnitämme huomiota kieliasuun)

Mitä kannattaa välttää

- poliittisista-, uskonnollisista- ja ideologisista suuntauksista puhumista

Viestinnän aktiivisuus ja säännöllisyys

- päätämme milloin (aikataulut) ja kuinka usein profiilia päivitetään
- viestimme suunnitelmallisesti kohderyhmän ehdoilla
- päätämme: mitä viestitään
- päätämme resurssit: ketkä ovat vastuuhenkilöitä

Vinkkejä sisältösuunnitteluun

1. Kerro tarinoita

- Ihmiset haluavat nähdä ja kuulla muita ihmisiä. Kerro oikeita ihmisille tapahtuneita tarinoita. Ole tarinoissa rehellinen, läpinäkyvä ja suora. Anna kasvot toiminnalle ihmisten kautta.

2. Käytä kuvia ja videoita

- Liitä jokaiseen somejulkaisuun kuva tai video. Ne kiinnittävät ihmisten huomion.

3. Hyödynnä jo olemassa olevaa sisältöä

- Mitä sellaista sisältöä löytyy esimerkiksi nettisivuilta, josta olisi helppo tuoda hyödyllistä sisältöä myös someen?

4. Osallista kohderyhmä

- Järjestä somessa arvontoja, kilpailuja ja esitä kysymyksiä seuraajillesi. Aktivoimalla luot keskustelua.

5. Tiivistä, tiivistä ja vielä tiivistä

- Pidä julkaisusi lyhyenä ja ytimekkäänä. Laajemman sisällön paikka on nettisivuilla.

11.5 Asiakaspalvelu somessa

On tärkeää, että kaikki tietävät yhteiset pelisäännöt ja kriteerit sille, minkälaiseen keskusteluun on syytä reagoida somessa ja millä tyyllillä sekä sisällöllä. Miettikää tilanteita, joihin olisi hyvä olla valmis vastauspohja valmiina.

11.6 Vinkkejä sosiaalisen median viestinnässä onnistumiseen

- Huolehdi, että sivuilla noudetaan viestintäsuunnitelmaa.
- Sisältö on sisältösuunnitelman mukaista ja noudattaa yhteisiä pelisääntöjä.
- Sisältöä on oikea määrä, ei liian usein eikä liian harvoin.
- Sisältö noudattaa laadukkaan sisällön kriteerejä.
- Jokainen on vastuussa siitä, mitä sanoo ja mitä päivittää
- Viestinnän teho kasvaa, jos omalla SOME-kanavalla julkaisee tai jakaa työasioita
- Työnantajasta ei voi puhua pahaa edes omassa profiilissa
- Kohderyhmästä ei saa kirjoittaa negatiivisesti somessa
- Jokainen on oman organisaation asiantuntija
- Kuvien julkaisuun, joissa on henkilöitä tunnistettavasti, on aina kysyttävä lupa
- Seuraa sivusi toimintaa, arvioi ja kehitä
- Tutki millainen sisältö on menestynyt parhaiten: mitkä ovat aiheuttaneet paljon reaktioita ja mitkä vähän, mikä siihen voisi olla syynä?
- Tärkeimmistä somepalveluista löytyy omat analytiikkatyökalut, joilla voit seurata sivusi menestystä.

12 Graafinen ohjeistus

Viestinnässä käytetään Lapinlahden kunnan graafista ohjeistusta, joka löytyy liitteestä. Kaikissa viesteissä käytetään Lapinlahden logoa, jolloin viestit tunnistetaan Lapinlahden kunnan toiminnaksi ja näin koko kasvattaa koko Lapinlahden kunnan tunnettuutta.

13 Viestinnän mittaaminen

Viestinnän mittaaminen luo sitoutumista ja viestinnän tehokkuutta. Viestinnän mittaaminen on sidoksissa strategian aikatauluun ja strategiaan mittareihin. Viestinnän vuosikellossa ja viestintäryhmän tapaamisissa määritellään määrälliset mittarit esim. julkaistaan kerran viikossa. Budjetoinnin yhteydessä tehdään valinnat esimerkiksi, kuinka paljon rahaa käytetään mainoksiin ja millä kustannuksilla saadaan aikaan toivottuja lopputuloksia.