



LAPINLAHTI

Viestintäsuunnitelma koonti

2023







LAPINLAHTI

Tavoitemielikuva

- Ajankohtaisuus, monipuolisuus ja jatkuva viestintä eri kanavissa
- Tekemisen intohimomme houkuttelevalla ja raikkaalla tavalla viestittynä
- Viestintä-äänenä on maaseutu-voice; ilmeikäs, inhimillinen ja aito savolainen olemisen keveys
- Lapinlahtelainen aktiivisuus ja innovatiivisuus: monikasvoinen kuuluvuus
- Teemme positiivisella ja yhtenäisellä viestinnällä näkyväksi sen, mitä meillä jo on.

Erottavuustekijät ja viestinnälliset vahvuutemme:

- Matalan kynnyksen palvelut
- Sijainti valtatie 5:n ja rautatien varrella sekä lentokentän läheisyydessä
- Erinomaiset pendelöintimahdollisuudet tarjoavat laajan työssäkäyntialueen
- Alueen luonto ja luontopalvelut
- Historiallinen maine kulttuuripitäjänä
- Poikkeuksellisen hyvät maksuttomat liikuntamahdollisuudet
- Yhteisöllisyys ja osallistuvat kuntalaiset luovat lapinlahtihengen

- ✓ Teemme työtämme näkyväksi: Lapinlahden kunnan työntekijät ovat kuntalaisia varten ja palvelevat intohimoisesti.
- ✓ Viestintää toteuttaa jokainen kunnan työntekijä, kuntapäätävä ja kuntalainen.



Lapinlahti on visionäärinen ja tekevä kunta

- ✓ Ideointi ja kokeilut sekä niiden tulokset
- ✓ Ekologisesti kestävällä tavalla tapahtuvasta kehittämisestä
- ✓ Viestinnässä keskitytään strategiaan kärkitavoitteisiin
- ✓ Lapinlahden kunnan maine työnantaja: Kuntatyön ja työn takana olevien henkilöiden näkyväksi tekeminen viestinnän avulla on keskeistä tässä tavoitteessa.

Palvelemme intohimoisesti

- ✓ Viestinnässä keskeistä on asiakaslähtöisten palvelujen suunnittelun ja intohimoisen palveluasenteen sekä ajanmukaisten palvelujen esille tuominen.
- ✓ Viestimme selkeästi ja ennakoivasti palveluistamme
- ✓ Päätöksenteon ja palvelun perhemyönteisyys

Teemme hyvinvointia edistävää yhteistyötä

- ✓ Viestinnän kannalta tuodaan 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.

Olemme yritysten kanssa samalla puolella

- ✓ Viestinnän kannalta tärkeää on tuoda esille tiivis ja avoin vuoropuhelu kunnan ja elinkeinoelämän välillä.
- ✓ 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.



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.



- ✓ Tarjoamme tietoa kunnan toiminnasta, palveluista, suunnitelmista ja päämääristä.
- ✓ Viestintä tukee johtamista ja Lapinlahden kunnan kehittymistä strategian mukaisesti.
- ✓ Viestinnän avulla huolehditaan kunnan aseman vahvistamisesta tekemällä Lapinlahtea ja sen vahvuuksia tunnetuksi.
- ✓ Ajankohtaisista asioista tiedotetaan heti ja luotettavasti.
- ✓ Yhteistyö joukkoviestimien kanssa hoidetaan mahdollisimman oma-aloitteisesti ja tasapuolisesti.
- ✓ Viestit kohdennetaan siten, että tieto tavoittaa sitä tarvitsevat: Kohdentaminen on erityisen tärkeää palveluista ja etuisuuksista tiedotettaessa, tai jos asia merkitsee huomattavaa muutosta nykytilanteeseen.
- ✓ 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.

- Osallistumista ja vaikuttamista edistetään viestinnän avulla
 - ✓ 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
 - ✓ Esityslistat ja pöytäkirjat ovat kaikkiin nähtävillä kotisivuilla, valtuuston kokouksia voi kuunnella myös etänä, palautetta voi antaa suoraan kotisivujen kautta, samoin kuin tehdä aloitteen



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.

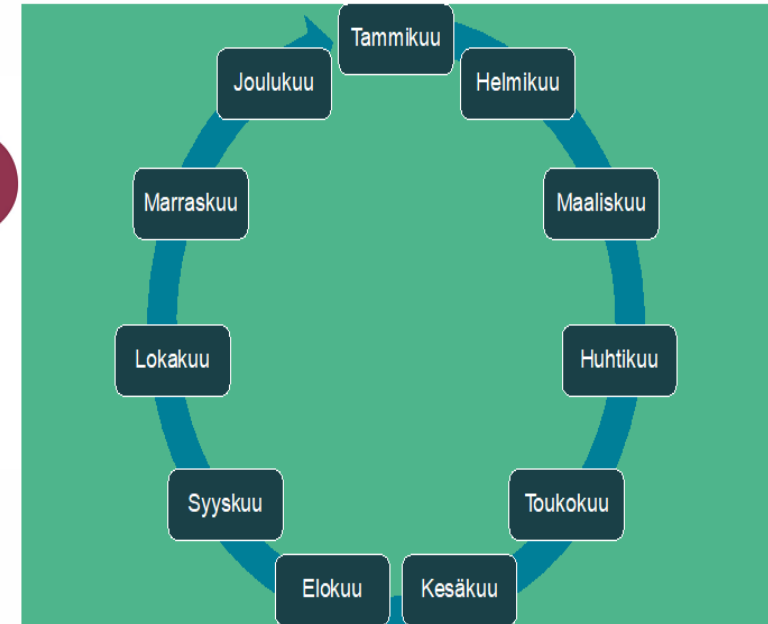


Viestintätiimin toimintaa johtaa hallintojohtaja. Viestintätiimillä on noin kerran kuukaudessa yhteiset suunnittelutapaamiset. Viestintätiimi kirjaa sovitut viestintätehtävät viestinnän vuosikelloon. Vuosikelloon päivitetään kunkin kuukauden teeman alle:

- 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



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.

https://lapinlahti-my.sharepoint.com/personal/ulla_nikulainen_lapinlahti_fi/Documents/K-asemanaineisto/viestintä_wwwisivut/20221213_Lapinlahden%20kunnan%20viestintäsuunnitelma%202023.docx

Palveluviestinnän tehtävänä on antaa kuntalaisille, yrityksille, matkailijoille, vapaa-ajan asukkaille sekä muille sidosryhmille tietoa kunnan järjestämistä palveluista. Näin asiakas tietää, mitä palveluita hän voi saada, mistä ja milloin.

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. 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.

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.



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.

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.

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 tiedonvälityksen 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.



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.

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.

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 intranetistä.

Messut ja tapahtumat

Messuosastojen ja standyjen suunnittelussa noudatetaan kunnan graafista ohjeistoa. Vaatetuksessa otetaan huomioon (jos mahdollista) kunnalle luotu väripaletti.

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.

- ✓ 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.
- ✓ 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.
- ✓ Tiedotustilaisuus voidaan järjestää pelkästään tiedotusvälineille. Esimerkiksi jonkun suuremman tapahtuman alla on aiheellista pitää tiedotustilaisuus, jolloin tapahtuma saadaan esiteltyä mahdollisimman kattavasti. Tiedotusvälineet saavat monipuolista tietoa tapahtumasta ja tiedotettavaa. Tiedotustilaisuuksissa Lapinlahti saa tapahtumalle näkyvyyttä.
- ✓ Tiedotustilaisuus voi olla kuntalaisille suunnattu yleisötilaisuus, johon media on myös tervetullut osallistumaan. Tiedotustilaisuus voi olla samalla kuntalaisten kuulemistilaisuus tai esim. kaavoituskatsaus tai markkinavuoropuhelu.
- ✓ 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.
- ✓ 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.



Markkinointiviestintää toteutetaan muun muassa seuraavilla keinoilla:

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



Tapatumamarkkinointi SOMEssa

Tapatumamarkkinointia 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.

Tapatumen 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.

Tapatumen 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.

Kilpailut ja arvonnat sosiaalisessa mediassa

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

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





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 tyylijajusi: 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)a
- ✓ 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





Onnistuminen sosiaalisen median viestinnässä

- ✓ 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.

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.

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.