



**KESKI-POHJANMAAN LIITTO**

MELLERSTA ÖSTERBOTTENS FÖRBUND



**Viestintäsuunnitelma  
2022 LUONNOS**

## YLEISTÄ:

Keski-Pohjanmaan liiton viestintäsuunnitelma hahmottelee toimintavuosien viestinnälliset tavoitteet ja teemat. Näillä tavoitteilla tuetaan liiton strategista toimintaa ja maakuntaohjelman toteuttamista sekä tähdätään pitkäjänteiseen ja ennakoivaan viestintämalliin. Suunnitelma toimii myös henkilökunnan oppaana viestinnän tarpeita ja tavoitteita ajatellen.

Viestinnän vastuut on määritelty hallintosäännössä seuraavasti:

*”5§ Maakuntahallitus johtaa kuntayhtymän viestintää ja tiedottamista. Maakuntahallitus hyväksyy tiedotusohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavan viranhaltijan. Toimielimet luovat omalla toimialallaan edellytyksiä läpinäkyvälle toiminnalle asioiden valmistelussa ja päätöksenteossa. Maakuntahallitus, maakuntajohtaja sekä johtavat viranhaltijat huolehtivat, että maakunnan asukkaat ja palvelujen käyttäjät saavat riittävästi tietoja valmisteltavina olevista yleisesti merkittävistä asioista ja voivat osallistua ja vaikuttaa näiden asioiden valmisteluun. Viestinnässä käytetään selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otetaan huomioon maakunnan eri asukasryhmien tarpeet.”*

Maakuntahallitus nimesi 22.5.2017 käydyssä kokouksessaan viestinnästä vastaavaksi viranhaltijaksi maakuntajohtajan.

Viestinnän mekaaninen puoli (kanavat, kohderyhmät, jne.) perustuu vuoden 2020 suunnitelmaan (liite 1). Vuoden 2021 viestintäsuunnitelman teemajakoja jatketaan vuodelle 2022, sillä monet teemoista (mm. rakennerahastokauden aloitus ja koronasta toipuminen) ovat aktiivisia vielä ensi vuonnakin mm. koronatilanteen vuoksi. Lisäksi osa toiminnoista vuodelle 2021 on vielä toteuttamatta. Toiminnoista on karsittu ne osat, jotka on saatu implementoitua liiton toimintaan vuonna 2021. Näin niitä ei ole tarvetta uusiksi. Vuonna 2022 toteutetaan maakunnan liiton kokonaisvaltainen viestintästrategia, joka määrittää liiton viestintää pitkällä aikajänteellä. Viestintästrategian tueksi tehdään jatkossakin vuotuiset viestintäsuunnitelmat. Viestintästrategia kattaa

teemoja aina toimitilojen käytöstä luottamushenkilöjohdolle annettaviin ohjeistuksiin asti.

## **TAVOITTEET VUODELLE 2022:**

### **Tulostavoite 1: Keski-Pohjanmaan liiton viestintästrategia**

Liitto on operoinut aikaisempina vuosina ilman laajaa viestintästrategiaa perusmallisen viestintäkaavion varassa. On kuitenkin tärkeää, että viestinnän raamit määritellään myös strategisella tasolla, jotta läpi organisaation saadaan yhteisymmärrys viestinnän merkityksestä ja jokaisen omasta roolista viestinnässä. Viestintästrategialla pyritään luomaan kattavat ja yhdenmukaiset toimintamallit sekä sisäiselle että ulkoiselle viestinnälle.

#### **1.1 Toiminta: Viestintästrategian kirjoittaminen, mm.:**

- Viestinnän harmonisointi
- Viestinnän roolitukset ja viestintäprosessit (sisäinen ja ulkoinen viestintä)
- Viestinnän sisältömalli ja liiton "tone of voice"
- Materiaalin päivittäminen
- Viestintätiimin rooli
- Viestinnän mittaaminen
- Viestinnän sidosryhmät
- SWOT
- jne.

### **Tulostavoite 2: Liiton tunnettuuden kasvattaminen ja merkittävyyden korostaminen**

Liiton viestinnässä nostetaan vahvasti esille liiton toiminta ja saavutetut tulokset. Tuomalla liitto lähemmäksi yhteistyöverkostoja ja maakuntalaisia nostetaan liiton profiilia maakunnan edunvalvojana ja motivoidaan sidosryhmiä esimerkiksi strategiatyöhön osallistumiseen.

## **2.1 Toiminta: Tunnistettava ja tunnistava viestintä**

- Toimialat osallistuvat viestintäaineiston tuotantoon. Tämä toteutetaan esimerkiksi siten, että liiton asiantuntijat julkaisevat ajankohtaisia ja taustoittavia kirjoituksia tehtäviinsä liittyen mm. sosiaalisessa mediassa ja liiton nettisivuilla. Toiminta perustuu viranomaisviestinnän tarpeeseen, mutta tavoitteena on myös kasvattaa liiton toiminnan läpinäkyvyyttä ja tuoda liiton henkilökunta ja liiton toiminta lähemmäksi maakunnan asukkaita. Näin kasvatetaan Keski-Pohjanmaan liiton profiilia ja tuetaan liiton edunvalvontatehtävän toimintaedellytyksiä.
- Sitoutetaan henkilökuntaa osallistumaan sosiaalisessa mediassa julkaistavaan aineiston tuotantoon. Liiton sosiaalisen median viestintäkanavia käytetään hallitusti ja yhteistyössä suunnittelijan ja viestintätyöryhmän kanssa (esimerkiksi tapahtumista kertominen jne.).

## **2.2 Toiminta: Reagoivasta viestinnästä suunnitelmalliseen**

- Viestinnän tarpeet tunnistetaan ja viestintää suunnitellaan säännöllisesti ainakin joka toinen kuukausi järjestettävässä viestintätyöryhmässä.
- Sitoutetaan henkilökuntaa ja päällikötasoa ”kalenterimalliin”, katsomaan tehtävälistaansa myös viestinnällisestä näkökulmasta ja pidemmällä aikajänteellä sekä suunnittelemaan viestinnälliset tarpeet ajoissa ja etukäteen.
- Ylläpidetään liiton henkilökunnan viestintätaitoja ja -motivaatiota pitämällä ns. inhouse-koulutuksia mm. sosiaalisen median käytöstä.

## **Tulostavoite 3: Rakennerahastot ja uusi ohjelmakausi heti haltuun**

Vuonna 2021 käynnistyi uusi seitsenvuotinen rakennerahastojen ohjelmakausi. Liiton tulee panostaa muutoksista ja käytänteistä tiedottamiseen ja siihen, että toiminta saadaan heti aluksi sujuvaksi vahvistamalla jo olemassa

olevia hyviä suhteita sidosryhmiin sekä häivyttämällä vanhoja epäluuloja ja antipatioita.

### **3.1 Toiminta: Menestyksistä puhuminen**

- Jatketaan hyvien hankkeiden esille nostamista niin sosiaalisessa mediassa kuin liiton sivuilla ja uutiskirjeissä. Kehitetään sidosryhmäyhteistyötä ja tuodaan vahvasti esille liiton halu jakaa onnistumisia sekä maakunnan sisällä että ulospäin.

### **3.2 Toiminta: Uusien hakijoiden kannustaminen**

- Houkutellaan maakunnasta uusia hakijoita kehittämällä viestinnällisiä kokonaisuuksia, jotka on suunnattu kokemattomille mutta potentiaalisille hakijoille, esimerkiksi RR-aamukahvit yms. Tuodaan esille menestyksiä ja mahdollisuuksia sekä kuunnellaan hakijoiden tarpeita ja sitä, miten mahdollisesti kanavoida rahoitusta.

### **3.3 Toiminta: Sidoryhmäyhteistyö**

- Vastataan esille nousseisiin tuki- ja sparrauspyyntöihin tavalla, joka on tasapuolinen ja eettisesti kestävä olematta suoraa ja henkilökohtaista neuvontaa. Tämä voitaisiin toteuttaa esimerkiksi kasvattamalla työpajojen määrää ja laajentamalla niiden teemoja.

### **Tulostavoite 4: Jatketaan brändityötä**

Viestintään otetaan tavoitteeksi uskon valaminen toimijoihin sekä yleisen eteenpäin menemisen ja yhteisöllisyyden hengen tukeminen liittona. Liiton brändityötä tukee myös hyvin hoidettu maakunnan koronapandemiasta elpymisen ja siitä ulkoinen tiedottaminen. Jatketaan brändikehitystä, joka aloitettiin 2020 uusimmalla liiton sivustot. Huomioidaan liiton toiminnassa ja brändiviestinnässä myös kaustislaisen viulunsoiton mahdollinen lisäys Unescon maailman aineettoman kulttuuriperinnön luetteloon. Otetaan huomioon myös mm. matkailukentältä nousevat syötteen liittyen maakunnan identiteettiin ja brändiin.

#### **4.1 Toiminta: Viestinnän yleinen positiivisuus**

- Keskitytään nostamaan esille positiiviset seikat sekä kirjallisessa tuotannossa että kaikessa kanssakäymisessä.

#### **4.2 Toiminta: Yhdenmukaistetaan ja uusitaan liiton kuvaa**

- Yhdenmukaistetaan viestintää (esityspohjat, sähköpostien fontit ja allekirjoitukset jne.). Tämän lisäksi toteutetaan pienimuotoista toimitilojen yleisilmeen päivittämistä.

#### **4.3 Toiminta: Yhteistyö muiden maakunnan liittojen kanssa**

- Jatketaan yhteistyötä muiden maakunnan liittojen suuntaan niin toimihenkilö kuin päällikkötasollakin ja kaikilla toimialoilla. Ylläpidetään olemassa olevia hyviä suhteita ja toimialakohtaisia verkostoja, kartoitetaan uusia yhteistyömahdollisuuksia, konsultoidaan mielipiteitä ja luodaan sekä ylläpidetään yhteishenkeä mm. Itä- ja Pohjois-Suomen kollegoiden kanssa sekä kansallisesti.

#### **4.4 Toiminta: Maakunnan kulttuurillisen identiteetin vahvistaminen**

- Osallistutaan eri kulttuuritilaisuuksiin ja jatketaan omien kulttuuritilaisuuksien järjestämistä. Huomioidaan maakunnalliset erikoispiirteet ja nyanssit toiminnassa.

#### **4.5 Toiminta: Kontaktoidaan sidosryhmiä**

- Ylläpidetään yhteyksiä liiton ja sidosryhmien välillä. Vierailaan (koronatilanne ja tarkoituksenmukaisuus huomioiden), keskustellaan ja kuunnellaan.

#### **VIESTINNÄN KALENTERI (liite 2):**

Viestinnän kalenteri pohjautuu liiton yhteiseen vuosikalenteriin. Viestinnän kalenteria päivitetään jatkuvasti henkilöstön täydentäessä sitä kokouksilla, julkaisuilla yms. relevanteilla tapahtumilla, joilla on viestinnällistä merkitystä.