

Ähtärin kaupungin viestintäsuunnitelma 2022 - 2025

Viestintä kuuluu meille kaikille

Ähtäri



Sisältö

- Kuntaviestintää ohjaavat keskeiset säädökset
- Lähtökohdat
- Viestinnän ja markkinoinnin tavoitteet
- Keskeiset kohderyhmät ja pääviestit
- Vastuut ja roolit
- Viestintä- ja markkinointikanavat
- Sisäisen viestinnän periaatteita
- Seuranta ja kehittäminen

Ähtäri



Kuntaviestintää ohjaavat keskeiset säädökset



Kuntalain mukaan kunnalla on viestintävelvollisuus kuntalaisten yhteisistä asioista

Viestintä mahdollistaa kuntalaisten osallistumisen ja vaikuttamisen päätöksentekoon

Uudistetussa kuntalaissa korostuu erityisesti verkkoviestinnän merkitys

Kuntaviestintää säätelee mm.

Kuntalaki (410/2015)

Hallintolaki (434/2003)

Tietosuoja laki (5.12.2018/1050)

Laki julkisista hankinnoista ja käyttöoikeussopimuksista (1397/2016)

Laki sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä (460/2003)

Laki viranomaistoiminnan julkisuudesta (621/1999)

Laki sähköisestä asioinnista viranomaistoiminnassa (13/2003)

Laki sähköisen viestinnän palveluista (917/2014) • Tekijänoikeuslaki (404/1961)

Asetus viranomaisten toiminnan julkisuudesta ja hyvästä tiedonhallintatavasta (1030/1999)

EU:n yleinen tietosuoja-asetus (EU 679/2016)

Lähtökohdat



Onnistunut viestintä ja markkinointi luovat edellytyksiä kaupunkibrändin kehittymiselle

- Ähtärin tunnettuus kasvaa ja mielikuva elinvoimaisesta ja houkuttelevasta asuinpaikasta, matkailukohteesta ja potentiaalisesta yritysten sijoittumiskaupungista vahvistuu
- Viestinnän lähtökohtana on AINA kaupunkistrategiassa asetetut tavoitteet



Aktiivinen ja suunnitelmallinen viestintä takaa, että kaupunkilaiset ja muut sidosryhmät voivat osallistua ja vaikuttaa päätöksentekoon

- Päätöksessä ja toimeenpanossa olevat kokonaisuudet ymmärretään oikein
- Toimitaan yhteisen linjan mukaisesti



Viestintä kuuluu meille kaikille – jokaisella kaupungin työntekijällä ja luottamushenkilöllä on vastuu viestinnästä

- Toimimme viestinviejinä ja positiivisen kuvan luoja
- Työntekijät toimivat omassa asiantuntijaroolissaan ja luottamushenkilöt osaltaan päätöksentekoon liittyvässä viestinnässä, kun keskustellaan kuntalaisten ja muiden sidosryhmien kanssa

**Ähtärin kaupungin viestinnän ykkösarvo:
Viestintä kuuluu meille kaikille!**

Viestinnän ja markkinoinnin tavoitteet

Kaupunkibrändin kirkastaminen ja elinvoiman kasvattaminen

- Positiiviset, erottuvat markkinointi- ja viestintäteemat ja -kampanjat
- Aktiivinen yhteistyö eri toimijoiden kanssa (3. sektori, yrittäjät)
- Maksetulla markkinoinnilla tuetaan viestintäkampanjoita ja tempauksia
- Ähtäri-brändin rakentaminen YHDESSÄ

Mittareita: Tiedotteiden läpimeno, markkinoinnin huomioarvo, yhteistyön määrä, elinvoiman lisääntyminen, kaupunkibrändin kehittyminen, ELINVOIMAN LISÄÄNTYMINEN



Asukkaiden aktivointi ja osallistaminen

- Avoin, tasapuolinen, oikea-aikainen viestintä
- Viestintä nivoutuu tiiviisti valmisteluun, päätöksentekoon ja myös hankeviestintään
- Kaupunkilaisten osallistamisen varmistaminen ja mahdollistaminen

Mittareita: Vastaajamäärät, osallistujamäärät, keskustelun ja palautteen laatu ja sävy

Kaupunkistrategian toteuttaminen, johdon tuki

- Viestinnällä tuetaan toimintatapojen ja -kulttuurin muutosta ja kaupunkistrategian toteutumista
- Johtoa tuetaan ja sparrataan viestintätilanteissa

Henkilöstön tiedonsaannin varmistaminen, työviihtyvyyden lisääminen

- Henkilöstöä koskevat uutiset viestitään henkilöstölle ensiksi tai viimeistään samalla kuin ulos
- Kanavat kuntoon (intra?)
- Avoin, oikea-aikainen ja tasapuolinen viestintä
- Brändin rakentaminen lähtee AINA sisältä!

Mittareita: Henkilöstön tyytyväisyys ja aktiivisuus, kyselyt, uutiskirjeen lukijamäärät

Toimiminen kriisi- ja poikkeustilanteissa

- Selkeät kriisiviestintäohjeet ja toimintamallit poikkeustilanteissa varmistavat tiedonkulun ja reagoinnin -> proaktiivisuus on usein paras tapa toimia, jos mainekriisi tai -haitta uhkaa



Keskeiset kohderyhmät

Asukkaat & potentiaaliset asukkaat

Nykyiset & entiset
Maallemuuttoa pohtivat
Ähtärissä työssäkäyvät ja täällä opiskelevat
Kesäasukkaat
Muualla opiskelevat
ähtäriläisnuoret
Matkailijat

Yritykset

Nykyiset, Ähtärissä toimivat yritykset
Potentiaaliset, tänne muuttavat yritykset
Laajentamishaluiset yritykset
Aloittavat yritykset
Sukupolvenvaihdos-caset
Investorit

Henkilöstö

Nykyiset & entiset
Potentiaaliset työntekijät
Opiskelijat
Kuntakonsernin työntekijät

Muut sidosryhmät

Kuntapäättäjät
Poliitikot, valtakunnan ja maakuntatasolla
Kuntakonserni
Koululaiset, opiskelijat
Muut kunnat
Kolmas sektori
Oppilaitokset

Mediat

Paikallinen
Maakunnallinen
Valtakunnallinen
Some

Viestinnän keskeiset kohderyhmät & pääviestit

Kohderyhmä

Pääviestit

Asukkaat

- Ähtäri on turvallinen ja viihtyisä asuinpaikka, jossa asumisen osalta on valinnanvaraa ja asumiskustannukset vähintäänkin kohtuulliset. Täällä on lasten ja nuorten hyvä kasvaa.
- Ähtärissä on leppoisa maalaiskaupungin fiilis ja älyttömän paljon harrastusmahdollisuuksia
- Ähtärissä on heti töitä useammallakin alalla
- Ähtärissä panostetaan kaupungin kehittämiseen

Yritykset

- Ähtärissä on tilaa yrittää - tarvitsetpa sitten tonttia tai toimitilaa
- Meillä on jo metalli-, matkailu- ja veneklusteri - mikä on sinun alasi?
- Päätöksenteko on meillä nopeaa ja joustavaa
- Tuemme sinua yrityksesi eri muutostilanteissa tai esim. jos työvoimasta on pulaa
- Investori! Teemme sinulle tarjouksen, josta et voi kieltäytyä
- Ähtärissä on helppoa tulla mukaan yrittäjäporukoihin

Henkilöstö

- Ammattitaitoiset työntekijät ovat tärkein voimavaramme ja haluamme sinun viihtyvän meillä
- Ähtärin kaupunki on rento ja yhteisöllinen työpaikka, jossa voi olla oma itsensä.
- Meillä työn ja muun elämän yhteensovittaminen onnistuu (hybridityö)
- Ähtärin kaupungilla arvostetaan osaamista ja sitoutumista
- Tuemme sinua käytännön asioissa, olipa sitten kyse asunnosta tai lapsen hoitopaikasta

Viestinnän keskeiset kohderyhmät & pääviestit

Kohderyhmät

Muut sidosryhmät

Pääviestit

- Ähtäri on dynaaminen, sisukas ja omaleimainen maalaiskaupunki, meillä on yhteistyön meininki
- Ähtäriin kaupunki on kiinnostunut ja avoin yhteistyölle - myös yli maakuntarajojen
- Tule Ähtäriin opiskelemaan. Valinnanvaraa on!
- Tervehdimme ilolla kolmannen sektorin huimimpiakin ideat
- Ähtäri on Etelä-Pohjanmaan tunnetuin matkailukaupunki
- Ähtäri on luonnostaan kaunis

Mediat

- Ähtäriin viestintä on avointa, nopeaa ja tasapuolista
- Viestimme säännöllisesti kaupungin kehittymisestä, mutta kerromme myös vaikeista teemoista -> viestintäämme voi luottaa
- Vastaamme toimittajien tiedusteluihin nopeasti ja rehellisesti
- Sosiaalisessa mediassa toimimme aktiivisesti, avoimesti ja toisia kunnioittaen

Viestinnän vastuut ja roolit

Kaupunginhallitus

- Johtaa kaupungin viestintää ja tiedottamista kaupungin toiminnasta
- Hyväksyy viestintäsuunnitelman sekä yleiset ohjeet viestinnän periaatteista, nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat
- Hyväksyy markkinointi- ja viestintäryhmän laatiman viestintäsuunnitelman

Kh:n ja kv:n puheenjohtajat

- Vastaavat viestinnästä omissa rooleissaan
- Käyvät arvokeskustelua kaupunkilaisten ja muiden sidosryhmien kanssa

Päättäjät

- Vastaavat viestinnästä omissa rooleissaan
- Käyvät arvokeskustelua kaupunkilaisten kanssa

Kaupunginjohtaja

- Vastaa kaupungin viestinnästä
- Vastaa elinvoimatoimen viestinnän kehittämisestä yhdessä elinvoimakoordinaattorin ja viestintäpäällikön kanssa
- Vastaa konserniviestinnästä
- Johtaa kriisi- ja poikkeustilaviestintää

Toimialat/toimialajohtajat

- Toimialajohtajat vastaavat sisäisestä viestinnästä omalla toimialallaan -> käytännön vastuu päätöksiin ja toimeenpanoon liittyvästä viestinnästä omalla sektorilla

Viestintäpäällikkö

- Vastaa viestinnän ja markkinointiviestinnän kehittämisestä, suunnittelusta ja toimeenpanosta
- Ohjaa ja tukee toimialoja viestinnän suunnittelussa ja toimeenpanossa
- Brändi- ja mediaviestintä & markkinointitoimet yhteistyössä johdon ja muiden toimijoiden kanssa

Viestinnän vastuut ja roolit

Henkilöstö

- Viestintävastuu omissa rooleissaan mm. asiantuntijoina
- Aktiivinen tiedonhankinta eri kanavissa

Henkilöstöjohtaja

- Henkilöstökysymyksiin liittyvän viestinnän koordinointi ja toimeenpano yhdessä viestintäpäällikön kanssa

Markkinointi- ja viestintäryhmä

- Viestinnän koordinointi ja yhteensovittaminen konsernitasolla
- Markkinointi- ja viestintäsuunnitelman laatiminen ja yhteensovittaminen konsernitasolla

Viestintävastaavat

- Huolehtivat oman toimialansa viestinnän oikeellisuudesta verkkosivuilla
- Someviestintä sovituin osin

Viestintä- ja markkinointikanavat

"Viestintää tehdään Ähtärissä monikanavaisesti, viestit muokataan aina eri kanaviin sopivaksi."

Verkkosivut

Ähtäriä koskevan tiedon koti. Tietojen oikeellisuus tärkeää: tavoitteena on, että sivusto antaa ensi käden tietoa Ähtäristä tasapuolisesti, saavutettavuuskysymykset huomioiden.

Verkkosivujen sisällöntuotantoa hajautetaan toimialoille syksyn 2022 aikana tiedon ajnatasaisuuden varmistamiseksi.

Tiedotteet

Tiedotteita laaditaan aiheista, joilla arvoidaan olevan uutisarvoa. Tiedotteet lähetetään vähintään maakunnallisille ja paikallisille medioille ja julkaistaan myös verkkosivuilla ja monikanavaisesti sosiaalisessa mediassa.

Asukkaille tiedottamisessa on paikallislehti erityisen tärkeässä asemassa.

Lehdistöinfo lehdistötapaamiset, haastattelut

Lehdistöinfoja järjestetään pääasiassa tulos- ja talousarviojulkistusten yhteydessä. Toimittajia kutsutaan myös mukaan kaupungin ja yhteistyökumppanien järjestämiin tilaisuuksiin ja tapahtumiin.

Vapaamuotoisia tapaamisia median kanssa järjestetään myös muista teemoista ja/tai tarjotaan teemoitettuja haastatteluja eri kanavissa.

Viestintä- ja markkinointikanavat

"Toimimme aktiivisesti niissä kanavissa, joissa sidosryhmämme ovat."

Uutisvinkki

Uutisvinkkejä kohdennetusti medioille esim. human interest -aiheista.

Ähtäri-lehti, kaupunkilehti, muu printti

Ähtäri-lehti on konsernin yhteinen matkailuun painottuva lehti, jonka julkaisusta vastaa Visit Ähtäri. Lehden päätoimittajana toimii konsernin viestintäpäällikkö. Toimituskunta koostuu pääosin konsernin markkinointi- ja viestintäryhmän jäsenistä.

Kaupunkilehti v. 2023 vahvistamaan pitovoimaa?

Esitteitä ja muita printtituotteita tuotetaan harkitusti, tarpeen mukaan.

Sosiaalinen media

Facebook: päätili + alatilejä sekä paikalliset ryhmät
Twitter: informaation jakoon
Instagram: kevyempää, visuaalista materiaalia
YouTube: laadukkaita videoita Ähtäristä

Pääsääntö on, että somekanavasta on ohjaus aina verkkosivuille.

Yhteiset pelisäännöt sosiaalisen median kanavien osalta laaditaan kevään 2022 aikana (mm. aihe tunnisteet).

Viestintä- ja markkinointikanavat

"Otamme aktiivisesti ja ennakoluulottomasti käyttöön uusia kanavia - aina kuitenkin tarvelähtöisesti."

Sähköiset uutiskirjeet

Sähköisiä uutiskirjeitä tuotetaan eri kohderyhmille: yrittäjille, henkilöstölle, luottamushenkilöille, kesäasukkaille, matkailijoille, muille sidosryhmille. Kaikki kirjeet räätälöidään aina kohderyhmän mukaan.

Kyselyt

Pääosin sähköisesti toteutetut kyselyt ovat tärkeitä vuorovaikutuskanavia sidosryhmien kanssa.

Välitön viestintä kasvokkain

Jokainen meistä on Ähtärin brändilähettiläs. Kohtaamisissa, toritapahtumissa ja puheenvuoroissa eri foorumeilla kaupunkilaiset, matkailijat ja muut sidosryhmät muodostavat käsityksensä myös Ähtäristä.

Asiakaspalvelu

Asiakaspalvelu on viestintää tehokkaimmillaan; saamme kaupunkilaisiin suoran kontaktin hänen omista lähtökohdistaan. Palveluviestintätilanteissa asiakkaita kohdellaan tasapuolisesti ja myönteisesti, esteettömyys- ja saavutettavuuskysymykset huomioiden.

Asiakaspalvelua tehdään monikanavaisesti, myös mm. somessa.

Viestintä- ja markkinointikanavat

"Laki edellyttää asukkaiden vaikutusmahdollisuuksien turvaamista."

Kuntalaisinfot,
yhdistysparlamentit
workshopit, aamukahvit
ja muut
sidosryhmätilaisuudet

Ainutlaatuisia tilaisuuksia kuntalaisten, yrittäjien ja kolmannen sektorin ja muiden sidosryhmien kuulemiseen ja yhteiseen keskusteluun.

Valmistelu- ja päätösviestintä

Toimielinten julkiset esityslistat ja pöytäkirjat ovat nähtävillä kaupungin verkkosivuilla.

Kaupunginhallituksen kokouksista julkaistaan tiivistelmät välittömästi kokouksen jälkeen. Valtuuston kokousta voi seurata striimattuna netissä tai livenä paikan päällä.

Kaupungin kuulutukset ja muut ilmoitukset julkaistaan kaupungin ilmoitustaululla, paikallislehdissä sekä kotisivuilla.

Kaikista päätöksistä tiedotetaan hallintolain mukaisesti joko kuuluttamalla tai lähettämällä ote päätöksestä asianosaiselle.

Mediatiedotteita laaditaan tarvittaessa, myös viestintä some-kanavissa huomioidaan.

Viestintä- ja markkinointikanavat

"Henkilökohtaiset tapaamiset ja palaverit kasvokkain ovat esimiestyön kivijalka."

Tweb,
luottamushenkilö-
portaali

Selainkäyttöiset työvälineet asiakirjahallintaan ja työväline luottamushenkilöille.

Infot,
osastopalaverit

Osastopalaverit ja infot ovat foorumeita asioiden taustoittamiseen ja osastokohtaiseen ohjeistukseen. Epävirallisemmat tapaamiset tarjoavat mahdollisuuden rennompaan vuorovaikutukseen.

Viestintä- ja markkinointikanavat

"Huolellinen suunnittelu on kaupunkibrändin rakentamisessa ensiarvoisen tärkeää."

Viestintä ja markkinointi ovat pitkäjänteistä ja johdonmukaista työtä."

Maksettu media

Voimme hyödyntää lähes kaikkia edellä mainittuja kanavia kaupunkikuvan rakentamisessa ja/tai kohdennetussa markkinoinnissa, esim. tonttimarkkinoinnissa.

Kun kohderyhmät ovat tarkemmin rajattuja, voi myös ydinviestit muotoilla tarkemmin ja asettaa kampanjoille tavoitteita. Viestien täytyy kuitenkin olla yhdenmukaiset ja aidot, Ähtärin näköiset.

HUOM! Maksettua markkinointia täytyy AINA tukea mediaviestinnällä ja somenäkyvyydellä - oli kanava mikä tahansa.

Visuaalinen ilme

Ähtärin kaupungin vaakuna on kaupungin virallinen tunnus ja sitä käytetään hallinnolliseen ja viralliseen viestintään liittyvissä yhteyksissä.

Voimassa olevaa liikemerkkiä, vihreää (tai valkoista/mustaa) Ähtäri-logoa käytetään kaikessa muussa viestinnässä - myös esim. tapahtumissa.



Sisäisen viestinnän periaatteita

"Sisäinen viestintä ei ole yksisuuntaista tiedottamista vaan vuoropuhelua ja keskinäistä viestien vaihtoa."

Henkilöstölle kerrotaan kaupungin toiminnasta, taustoitetaan faktoja ja jaetaan kaupungin tavoitemielikuvaa.

Rehellinen, oikea-aikainen info ehkäisee väärrien tietojen ja huhujen leviämistä.

Henkilöstölle tiedotetaan keskeisistä asioista ensin tai viimeistään samanaikaisesti ulos lähtevän infon kanssa.

Sisäinen viestintä vakiopykäläksi myös joryssa -> käydään läpi henkilöstölle tiedotettavat asiat.

Lehdistötiedotteet jakoon henkilöstölle.

Lähiesihenkilön työn merkitys suuri viestinnässä - muistettava myös tuki!

Seuranta ja kehittäminen

Vuorovaikutuksen onnistuminen asukkaiden ja muiden sidosryhmien kanssa edellyttää keskustelun seuraamista, tiedotteiden läpimenon tarkastelua ja viestinnän jatkuvaa arviointia.

Viestinnän ja markkinoinnin seuranta on myös osa Ähtärin strategian ja sen toteutumisen seurantaa. Se auttaa kehittämään johtamista ja kaupungin brändiä.

Viestinnän seuraamisessa ja arvioinnissa hyödynnetään mm. seuraavia työkaluja:

- mediaseuranta
- verkkosivujen kävijämäärät/ kävijäseuranta
- erilaiset kyselyt (omat/yrittäjien/seutukaupunkitutkimukset jne.)
- sosiaalisen median kävijäseuranta
- sosiaalisen median (Facebook jne.) kampanjoiden seurantaraportit
- brändin kehittymiseen liittyvät tutkimukset
- asiakaspalautteet

