



MÄNTTÄ-VILPPULA
TAIDEKAUPUNKI

VIESTINTÄSTRATEGIA



Sisällysluettelo

Sisällys.....	2
Viestinnän tavoitteet, vastuut ja periaatteet.....	3
Viestinnän tarkoitus	3
Viestinnän tavoitteet	4
Viestinnän kohderyhmät	4
Ydinviestit ja arvot	5
Tiedottamisperiaatteet	6
Viestinnän toimintaedellytykset	7
Tiedotusvelvollisuus ja osallistaminen	8
Julkiset ja salassapidettävät tiedot	9
Saavutettavuus ja selkeä kieli	10
Kuntalaisten osallistaminen	10
Viestinnän vastuut ja suunnittelu	11
Viestinnästä vastaavat tahot	11
Viestijän vastuu	13
Ulkoisen viestinnän kanavat	14
Verkkosivut.....	14
Sosiaalinen media	14
Tiedotteet ja kirjeet	15
Mediayhteistyö	16
Tapahtumat ja tilaisuudet	16
Sisäisen viestinnän kanavat	17
Intra	17
Sähköposti	17
Teams	17
Kokoukset ja tapaamiset.....	17
Kriisiviestintä	18
Kriisiviestinnän periaatteet	18
Graafinen ilme ja viestintämateriaalit	19
Graafiset ohjeet lyhyesti	19
Valokuvat ja videot	20
Viestinnän mittaaminen ja analysointi	20



Viestinnän tavoitteet, vastuut ja periaatteet

Viestinnän tarkoitus

Mänttä-Vilppulan kaupungin viestintä toteuttaa kaupungin strategiaa, arvoja ja tavoitteita. Niistä johdetaan viestinnän strategiset tavoitteet ja periaatteet.

Mänttä-Vilppulan kaupungin visio:

Sujuvaa elämää ja elinvoimaa kansainvälisessä kulttuurin keskuksessa.

Mänttä-Vilppulan kaupungin arvot:

ROHKEASTI, LUOVASTI, YHDESSÄ!

Rohkeasti

Mänttä-Vilppula katsoo rohkeasti tulevaisuuteen, rakentaen kansainvälistä ja seudullista kaupunkia. Rohkeus näkyy myös uusina, luovina ja kokeilevina palvelutuotannon ratkaisuin, jotta talous pysyy tasapainossa.

Luovasti

Luovuus näkyy Mänttä-Vilppulan arjessa, erilaisissa ratkaisuissa, teollisuudessa ja rakennettaessa menestyvää kansainvälistä taiteen ja kulttuurin keskusta.

Yhdessä

Kaupungin toiminta toteutuu yhteisöllisesti asukkaiden, yrittäjien, sidosryhmien ja kumppaneiden kanssa. Hyvinvointi perustuu eri ryhmien osallisuuteen ja osallistamiseen. Vastuullisesti huomioimme kestäväen kehityksen toiminnassamme.

Viestintä on tärkeä tekijä kaupungin menestyksellisessä toiminnassa. Viestinnän tulee olla keskeinen strateginen osa kaikkea toimintaa ja sitä on toteutettava suunnitelmallisesti ja yhdenmukaisesti koko kaupungissa. Viestintästrategian pohjalta laaditaan vuosittain viestinnän ja kuntamarkkinoinnin vuosisuunnitelmat, jossa priorisoidaan ja yksilöidään kunkin vuoden viestinnälliset ja markkinoinnilliset tavoitteet ja toimenpiteet. Vuosittainen suunnitelma on sidoksissa budjettiin, joka asettaa realiteetit toteutukselle.

ARVOJA
JA TAVOITTEITA!



Viestinnän tavoitteet

Hyvällä viestinnällä edistämme kaupunkilaisten hyvinvointia ja luomme edellytykset avoimelle vuorovaikutukselle sekä vaikutusmahdollisuuksille. Viestinnällä markkinoidaan kaupunkia, luodaan paikallista identiteettiä ja ylläpidetään mediasuhteita. Viestinnällä lisätään kaupungin vetovoimaisuutta ja luodaan positiivista mielikuvaa. Mänttä-Vilppulan kaupungin viestintä on avointa, vastuullista, vuorovaikutteista, rehellistä ja selkeää. Viestintästrategia koskee kaikkia kaupungin työntekijöitä, toimialoja ja luottamushenkilöitä.

- Strategisten tavoitteiden tukeminen
- Tiedon jakaminen palveluista, toiminnasta ja päätöksistä onnistuneesti
- Kaupunkilaisten aktiivinen osallistaminen ja vaikutusmahdollisuuksien lisääminen
- Hyvä työyhteisöviestintä
- Positiivinen kaupunkikuva ja kaupungin vetovoiman lisääminen

Tietoa jaetaan siten, että viestintään valitaan ajankohtaiset aihealueet ja kiinnostavat poiminnat kaupungin toiminnasta. Päätöksenteosta, palveluista ja tapahtumista viestitään ja kerrotaan kattavasti ja ennakoivasti. Kunta tekee yhä aktiivisemmin yhteistyötä muiden toimijoiden sekä kuntalaisten kanssa. Materiaalien sekä tiedotteiden ovat selkeitä ja ymmärrettäviä. Viestinnän välineet ja sisältö noudattaa saavutettavuusdirektiiviä

Viestinnän kohderyhmät

ulkoiset

- o kuntalaiset
- o yhteistyökumppanit ja sidosryhmät (viranomaiset ja muut)
- o vapaa-ajan asukkaat
- o paikalliset yritykset
- o potentiaaliset yritykset ja potentiaaliset asukkaat
- o matkailijat (matkailun toimintasuunnitelma)
- o media

sisäiset

- o henkilöstö
- o luottamushenkilöt

Viestinnässä kokeillaan uudenlaisia tapoja ja välineitä lähestyä kohderyhmiä rohkeasti ja luovasti. Kohderyhmien huomioiminen ja segmentointi viestinnässä mahdollistaa sen, että viestintä tapahtuu kohderyhmän käyttämissä kanavissa ja näin saavutetaan tehokkaasti erilaiset ryhmät. Viestinnän tavoitteina on edistää kaupunkilaisten hyvinvointia, osallistumis- ja vaikutusmahdollisuuksia, joten myös osallistamiseen liittyvä viestintä on yhtenä painopistealueena.

Hyvin suunniteltu ja laajaa asiantuntevuutta käyttävä viestintä luo uskottavuutta, itsevarmuutta ja pysyvyyttä. Mänttä-Vilppulan kaupunki laatii jatkossa vuosittain viestintäsuunnitelman, jonka pohjalta viestintää toteutetaan.

Ydinviestit ja arvot

Kaupungin ydinviestit määritellään kaupungin vision ja strategian pohjalta. Näillä pyritään viestinnässä pitkäjänteisesti ja suunnitelmallisesti profiloimaan Mänttä-Vilppulaa vahvuuksia esillä pitäen ja kaupunkitarinaa rakentaen. Ydinviestit yhdessä graafisen ilmeen kanssa muodostavat perustan kaupungin viestinnän peruslinjoille. Ydinviestit määritellään tarpeen mukaan markkinoinnin ja viestinnän suunnittelun yhteydessä.

Visuaalisuus

Kaupungin viestinnässä käytetään yhdenmukaista graafista ilmettä erillisen graafisen ohjeistuksen mukaisesti.

Kieliasu

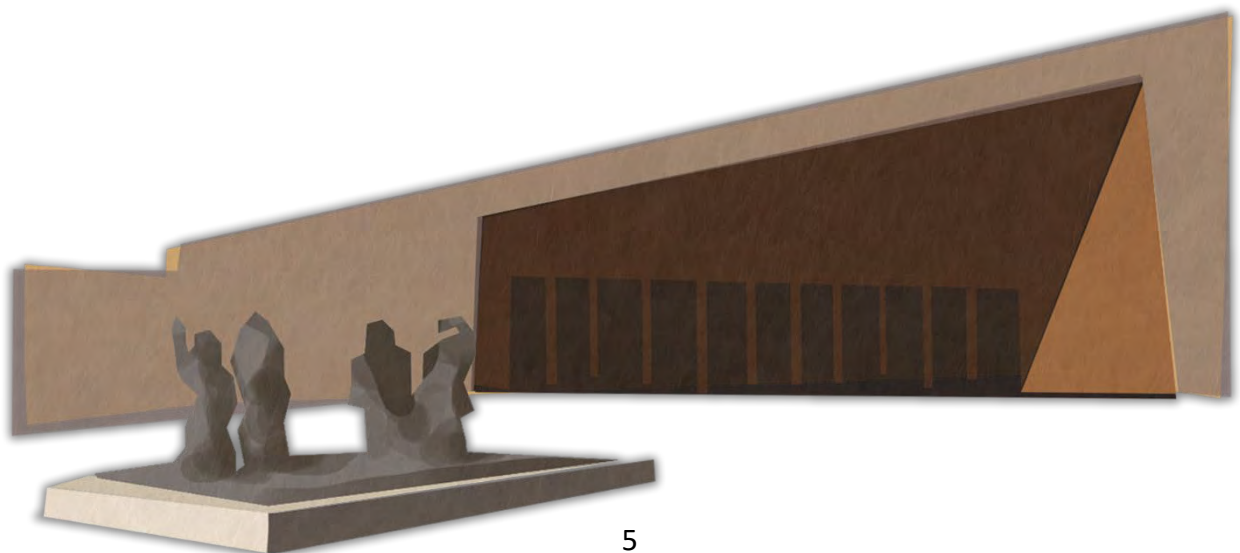
Kaupungin viestinnässä käytetään selkeää, hyvää ja ymmärrettävää tekstiä, jolla viestitään myös päätösten vaikutuksista kaupunkilaisten arkeen.

Kielet: suomi

Kaupungin viestintä on pääosin suomenkielistä. Kaikki esityslistat, pöytäkirjat sekä merkittävät muistiot, julkaisut (sisältäen myös verkkojulkaisut ja sosiaalisen median) ja esitteet julkaistaan suomeksi. Tarvittaessa julkaistaan myös muilla kielillä esim. ruotsiksi, englanniksi ja saksaksi. Selkokielliset vaihtoehdot (erityiset kohderyhmät, esim. näkövammaiset ja maahanmuuttajat) huomioidaan mahdollisuuksien mukaan.

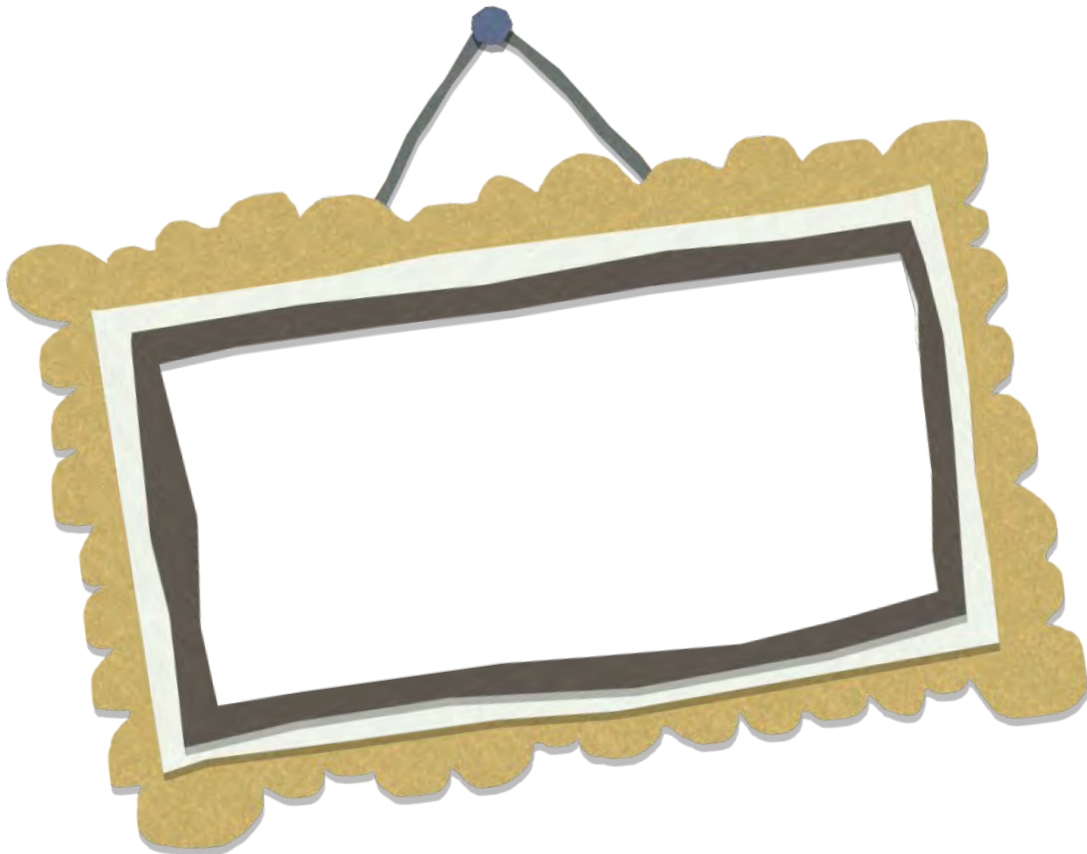
Mäntän kaupunki otti Taidekaupunki-nimityksen käyttöön aktiivisesti 2000-luvun alussa Kuvataideviikkojen ja Musiikkijuhlien vakiinnutettua asemansa kaupungin pääfestivaaleina. Taidekaupungin brändityö perustuu pitkäjänteiseen työhön, joka on saanut alkunsa jo taidemuseon perustamisesta ja sen toiminnan näkyvyydestä kaupungissa.

Brändiä on tietoisesti vahvistettu yli 20 vuoden aikana erilaisten strategioiden ja systemaattisen markkinointityön avulla sekä tapahtumatuotannolla. Samaa työtä on jatkettu Taidekaupunki Mänttä-Vilppula nimellä kuntaliitoksesta 2009 lähtien. Kulttuuri ja taide ovat vahva osa koko kaupunkia, joten niiden näkyvyys viestinnässä ja positiivisen kuvan luomisessa on keskeistä.



Tiedottamisperiaatteet

- Asioista tiedotetaan avoimesti ja ajantasaisesti. Kaupungin asukkaiden ja yhteistyökumppaneiden tulee saada helposti tietoa kaupungin toiminnasta ja heillä on oikeus saada tietää, mitä vaikutusmahdollisuuksia on olemassa.
- Kaupungin henkilöstöä koskevista asioista tiedotetaan aina ensin henkilöstöä suoraan ja vasta sen jälkeen tarvittaessa ulospäin esimerkiksi medialle. Sisäisen viestinnän tulee olla suunnitelmallista ja kattavaa.
- Kaikessa viestinnässä huomioidaan Taidekaupunki-brändi ja kaupungin visuaalinen ilme. Lisäksi kiinnitetään huomiota selkeään kieleen ja saavutettavuuteen.
- Viestintä on yhteistyötä. Jokainen kaupunkiorganisaatioon kuuluva on omalta osaltaan viestijä ja yhteistyön avulla luomme hyvää kuvaa kaupungista. Tämä edellyttää hyvää vuoropuhelua ja yhteisten viestinnän ohjeiden noudattamista.
- Viestinnän tulee kehittyä ja elää ajan mukana. Kaupungissa visioidaan uusia ideoita ja mahdollisuuksia, muun muassa kanavat ja kohderyhmät huomioiden.
- Kriisi- ja erikoistilanteissa noudatetaan kaupungin kriisiviestintäsuunnitelmaa.



Viestinnän toimintaedellytykset

Jotta viestintä on kaupungissa sujuvaa ja periaatteiden mukaista, tulee huomioida seuraavat toimintaedellytykset:

- Osaamisen on oltava riittävää. Osaamista lisää selkeä suunnittelu ja ohjeistus sekä jatkuva kouluttautuminen. Viestinnän asiantuntijoiden on ylläpidettävä osaamistaan.
- Selkeä vastuunjako viestinnässä.
- Kaupunginhallitus, lautakunnat, kaupunginjohtaja sekä palvelualueiden johtajat huolehtivat, että kaupungin asukkaat ja palvelujen käyttäjät saavat riittävästi tietoja valmisteltavina olevista yleisesti merkittävistä asioista ja voivat osallistua ja vaikuttaa näiden asioiden valmisteluun.
- Viestinnän suunnittelua ja neuvontaa hoitaa viestinnän asiantuntija. Jokaisella organisaation jäsenellä on vastuu siitä, millaista kuvaa kaupungista viestinnällä luodaan. On tärkeää, että henkilöstö ymmärtää viestinnän osana omaa työtään.
- Riittävät resurssit. Jotta viestintä on tarkoituksenmukaista ja jatkuvaa, tulee sen tekemiseen varata riittävästi resursseja eli tarpeeksi tekijöitä, välineitä ja muita resursseja.



Tiedotusvelvollisuus ja osallistaminen

Kuntaviestintää ohjaava lainsäädäntö

Kuntalaki edellyttää avoimuutta ja vuorovaikutusta sekä luo raamit kuntaviestinnälle. Viestinnän merkittävimmät arvot mainitaan lain perusteluissa:

Aktiivinen, monikanavainen, riittävä, ymmärrettävä ja oikea-aikainen viestintä luo edellytyksiä osallistumiselle ja vaikuttamiselle

Kuntalaissa § 29 määrittellään viestinnän keskeisimmät tehtävät näin:

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

Kuntalaissa 109 § on myös määritelty, mitkä kunnan palveluja ja keskeistä toimintaa sisältävät tiedot on julkaistava yleisessä tietoverkossa. Nämä tiedot tulee olla saatavilla:

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



Julkiset ja salassa pidettävät tiedot

Kaupungin tavoitteena on viestiä asioista avoimesti. Julkisissa tiedoissa on tärkeää, että ne ovat kaikkien saatavilla ja nähtävillä tarkoituksenmukaisissa kanavissa. Edellisessä osiossa mainitut yleisessä tietoverkossa julkaistavat tiedot kuuluvat muun muassa näihin julkisiin tietoihin. Kaupungilla on kuitenkin käsittelyssä myös sellaisia asioita, jotka on pidettävä salassa. Salassa pidettäviä asioita viestitää julkisesti.

Julkisuuslain 24 § mainitaan kunnallisia asioita, jotka eivät ole julkisia:

- kunnan rikosilmoitus
- kunnan valmiusasiakirjat
- tarkastustiedot
- asiakirjat, jotka sisältävät kunnan tai tarjouksen tekijän liikesalaisuuksia
- asiakirjat, jotka kaupunki on vastaanottanut tai laatinut työnantajan ominaisuudessa (esim. työriidoissa ja yhteistoimintamenettelyissä) ja jos tietojen luovuttaminen olisi ristiriidassa julkisen yhteisön työnantajaintressien kanssa
- oikeudenkäyntiasiakirjat
- yksityisten henkilöiden tai yritysten ammattisalaisuudet (esim. hankintojen yhteydessä)
- kaikki sosiaalihuollon asiakastiedot
- arkaluontoisina pidetyt tiedot (jotka koskevat yksityiselämää), asiakirjat jotka sisältävät tietoja psykologisista testeistä (esim. työnhaun yhteydessä tehtävät), oppilashuoltoa koskevat tiedot, henkilöiden yksityiselämää koskevat tiedot (yksityiset lausunnot, tiedot perhe-elämästä).

Näiden lisäksi muun muassa henkilötietolaki rajoittaa tietojen julkisuutta sekä erityislainsäädäntö sisältää tarkennuksia salassapidettäviin tietoihin.

Kaikki salassa pidettävät asiakirjat on merkittävä salassa pidettäväksi ja niiden välittäminen sähköisesti tapahtuu vain turvapostilla. Jos asiakirjassa on merkintä salaisesta tiedosta, ei siitä tule viestiä julkisesti. Vaikka kyseessä oleva tieto olisi suullista eikä asiakirjan muodossa, tulee ennen viestintää tarkistaa, onko tieto julkinen vai salassa pidettävä.



Saavutettavuus ja selkeä kieli

Lain mukaan kaupungin viestinnässä on huomioitava eri asukasryhmien tarpeet, esimerkiksi eri ikäryhmien, asuinalueiden, kieliryhmien, erilaisten yhteisöjen sekä näkö-, kuulo- ja muiden vammaisten. EU:n saavutettavuusdirektiivi ja laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta ovat olleet voimassa 1.4.2019 alkaen. Tämä tarkoittaa sitä, että digitaaliset palvelut tulee olla kaikkien saatavilla esteettömästi. Kaupungin viestinnän osalta saavutettavuusvaatimukset tulee huomioida muun muassa verkkosivuilla, sosiaalisessa mediassa ja sähköisissä asiakirjoissa.

Teksteissä on tärkeää kiinnittää huomiota selkeään kieleen, joka on lähtökohta saavutettavalle aineistolle. Viestintätarkoituksissa on suositeltavaa käyttää selkeää yleiskieltä virkakielen sijaan. Kaupungilla on paljon virkakielistä julkaistavaa materiaalia, kuten esityslistat ja pöytäkirjat. Jos näistä viestitään muilla keinoin, on kieli hyvä muuttaa enemmän yleiskielen suuntaan. Jos mahdollista, myös selkokieltä tulee suosia teksteissä.

Lyhyet ohjeet saavutettavuuden huomioimiseen:

- Käytä selkeää kieltä.
- Jäsennä sisältö kuvaavilla otsikoilla.
- Varmista, että linkkien teksti kuvaa linkin kohdetta.
- Varmista, että käytät saavutettavia värejä ja väriyhdistelmiä.
- Lisää kuville tekstivastine.
- Lisää videoihin tekstitys.
- Varmista, että jakamasi sosiaalisen median julkaisut ovat saavutettavia.
- Varmista, että julkaisemasi asiakirjat ovat saavutettavia.

Kuntalaisten osallistaminen

Kuntalain 22 § mukaan valtuuston on pidettävä huolta siitä, että kunnan asukkailla ja palvelujen käyttäjillä on edellytykset osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan. Kuntalain 29 § taas edellyttää, että kunta tiedottaa asukkailleen, millä tavoin päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa.

On tärkeää, että kuntalaisia kuullaan ja heillä on mahdollisuus osallistua kaupungin palvelujen suunnitteluun ja muihin kiinnostaviin asioihin. Kaupungin viestinnän tulee tukea tätä ja tarjota tietoa sekä kanavia vaikuttamiseen. Tämän vuoksi kaupungin viestinnän avoimuus on keskeisessä roolissa.

Kuntalaisilla on oikeus tehdä aloitteita kuntaa koskevista asioista, joten ohjeet tähän on oltava selvästi esillä. Ohjeistuksia ja tietoa kuntalaisille on sähköisissä viestinnän kanavissa sekä perinteisissä kanavissa. Lisäksi voidaan järjestää esimerkiksi tiedotus- ja kuulemistilaisuuksia asukkaille sekä ottaa heidän ajatuksensa huomioon erilaisin mielipidetutkimuksin.

Viestinnän vastuut ja suunnittelu

Viestintä kuuluu koko kaupunkiorganisaatiolle ja sen henkilöstölle. Nyrkkisääntönä on, että asioista viestii se, joka tietää asiasta parhaiten. Alla on lueteltuna viestinnästä vastaavat tahot ja heidän vastuualueensa. Viestinnän päävastuut on kirjattu myös Mänttä- Vilppulan kaupungin hallintosääntöön.

Viestinnästä vastaavat tahot

Johto ja päätöksentekijät

Kaupunginhallitus johtaa Mänttä-Vilppulan kaupungin viestintää ja tiedottamista sekä hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat

Kaupunginvaltuuston ja kaupunginhallituksen tiedottamisesta vastaa kaupunginjohtaja

Toimielimen tiedottamisesta vastaa ao. toimielimen esittelijänä toimiva palvelualueen johtaja

Toimielimet luovat omalla toiminnallaan edellytyksiä läpinäkyvälle toiminnalle asioiden valmistelussa ja päätöksenteossa

Kaupunginhallitus, lautakunnat, kaupunginjohtaja sekä palvelualueiden johtavat viranhaltijat huolehtivat siitä, että asukkaat ja palvelujen käyttäjät saavat riittävästi tietoja valmisteltavina olevista yleisesti merkittävistä asioista ja voivat osallistua ja vaikuttaa niiden asioiden valmisteluun

Esimiehet johtavat työyhteisönsä viestintää sekä vastaavat sisäisestä viestinnästä

Tiedottaja

- Tiedottaja suunnittelee, kehittää ja toteuttaa omalta osaltaan viestintää
- Tiedottaja neuvoo ja tukee toimialoja
- Tiedottaja kouluttaa ja ohjaa henkilöstöä kotisivujen ja sosiaalisen median kanavien käytössä

Toimialat

- Palvelualue nimeää edustajansa viestintäverkostoon
- Vastuualueille nimetään verkkoviestijät ja some-päivittäjät viestintäverkostoon
- Palvelualueet tekevät aktiivisesti viestintää. Tiedottaja auttaa ja neuvoo aina tarvittaessa sekä hallinnoi kokonaisuutta

Henkilöstö

- Jokainen työntekijä vastaa osaltaan työtehtäviinsä ja -yhteisöönsä liittyvästä viestinnästä. Viestintään liittyviä neuvoja voi kysyä esimieheltä tai tiedottajalta

Viestintäverkosto

- Viestintäverkostoon valitaan edustajat palvelualueilta
- Viestintäverkostolla on oma Teams-kanava, Whatsapp-kanava tai muu hyväksi koettu kanava, jonka kautta tietoa ja tehtäviä jaetaan
- Edustajat tietävät vastuunsa verkkosivujen ja somekanavien päivittämiseen
- Viestintäverkosto ideoi ja linjaa käytännön suuntaviittoja, tiedottaja kutsuu verkoston tarvittaessa kokouksiin

Kaupunkikonsernin yhtiöt

- Kaupunkikonsernin yhtiöt noudattavat kaupungin viestintäohjeita, poikkeuksena osakeyhtiölain piirissä olevat salassa pidettävät asiat
- Yhtiöt vastaavat omasta tiedotuksestaan, mutta hyvä yhteistyö yhtiöiden ja kaupungin välillä on tärkeää



Viestijän vastuu

Koska kaikki kaupunkiorganisaatioon kuuluvat ovat viestijöitä, täytyy näin suurelle joukolle olla myös selkeät ohjeet ja toimintatavat viestinnän tekemiseen. Viestijällä on oikeus välittää erilaisia viestejä, mutta myös vastuu omaa organisaatiotansa kohtaan. Ulkoisessa viestinnässä tulee noudattaa seuraavia pelisääntöjä:

Kaupungin toimintaan liittyy salassa pidettäviä asioita, joita ei tule kertoa julkisesti. Henkilöstön ei kuulu esittää työnantajaa loukkaavia tai vahingoittavia asioita julkisesti. Kaupungin viestinnän tulee olla tasapuolista niin viestinnän tekijöille kuin viestin vastaanottajillekin.

Omia mielipiteitä tai yhteiskunnallisia näkemyksiä ei pidä ilmaista kaupungin kantana. Yksityisessä viestinnässä on huomioitava myös se, että etenkin sosiaalisessa mediassa ulkopuolinen seuraaja saattaa nähdä henkilöstön jäsenen työntekijänä myös tämän vapaa-ajalla.

Tiedotuksessa määritellään, kuka on lisätietojen antajana asiassa. Jos et tiedä asiasta, älä kommentoi sitä vaan ohjaa kyselijä oikealle lisätietojen antajalle.

Vuosikello

Viestinnän vuosikello ohjaa viestintäsuunnitelmaa yksityiskohtaisemmin vuoden aikana huomioitavat viestinnälliset asiat. Vuosikelloon merkataan viestinnän pääpisteet eri kuukausille ja lisäksi myös yksittäisiä aiheita voi kirjata tarkemmin vuoden edetessä.

Viestinnän vuosikello täydennetään aina loppuvuodesta seuraavaa vuotta varten. Tiedottaja kutsuu viestintäverkoston koolle pääpisteiden suunnittelua ja kirjaamista varten.

Vastuunjakotaulukko

Vastuunjakotaulukkoon merkitään ajankohtaiset vastuuhenkilöt ja tiedot päivitetään niiden muuttuessa. Vastuunjako tehostaa viestintää, tasaa kuormaa sekä selkeyttää työnjakoa.



Ulkoisen viestinnän kanavat

Verkkosivut

Verkkosivut ovat kaupungin viestinnän pääkanava ulospäin. Kotisivut toimivat kaupungin käyntikorttina. On tärkeää, että sivut ovat aina ajan tasalla, tieto on helposti löydettävissä ja sivujen visuaalisuus tukee Taidekaupungin brändiä.

Sivustolla kerrotaan yleistietoja kaupungin palveluista, yhteystiedoista sekä päätöksentekoon ja vaikuttamismahdollisuuksiin liittyvistä asioista. Verkkosivuilla julkaistaan myös kaupungin kuulutukset. Sivustolla voidaan julkaista tiedotteiden lisäksi myös uutisia ja artikkeleja, joissa voi olla markkinoinnillisempi lähtökohta.

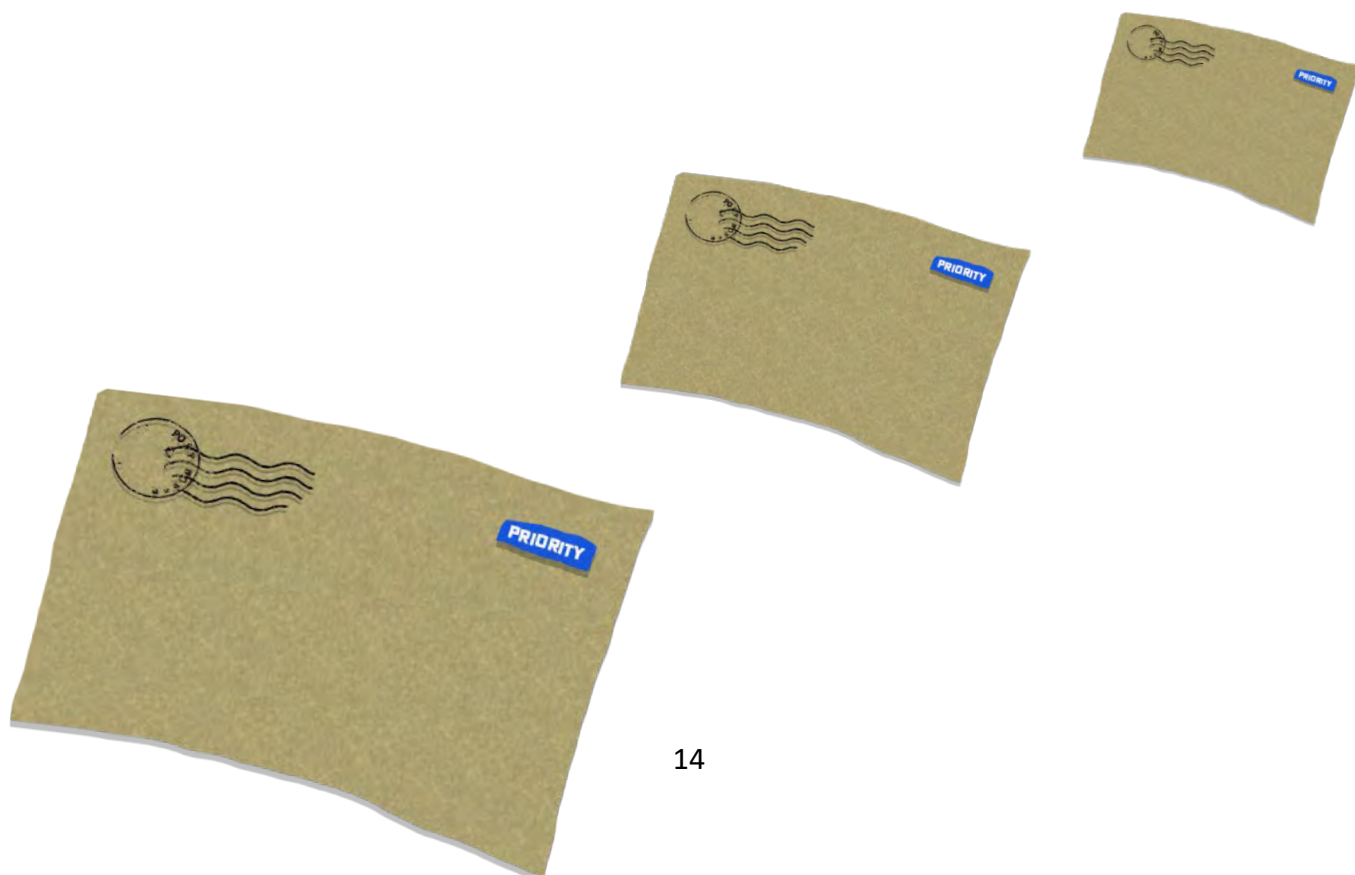
Verkkosivujen perustiedot muun muassa palveluista pyritään pitämään pysyvinä, aina muutosten tullessa päivitettyinä.

Kaupungin viestintäverkostossa on jaettu vastuut verkkosivujen päivittämiseen. Lähtökohtaisesti jokainen toimiala päivittää omiin palveluihinsa liittyviä sivuja ja huolehtii, että tieto on niissä ajan tasalla. Tiedottaja vastaa sivujen kokonaisuudesta ja päivittäjien ohjeistamisesta.

Verkkosivuissa huomioidaan eri käyttäjät ja käyttötilanteet. Sivujen on oltava saavutettavat, jotta kaikilla on mahdollisuus tutustua siellä olevaan tietoon. Lisäksi sivut toimivat eri alustoilla, tietokoneen selaimen lisäksi myös muun muassa mobiililla, sillä nykyaikana suurin käyttö tapahtuu kännyköiden kautta.

Sosiaalinen media

Nykyään ihmiset tavoitetaan yleisemmin sosiaalisen median välityksellä. Lisäksi some tarjoaa kanavan vuorovaikutukselle. Sosiaalisessa mediassa toimitaan nopeasti ja kertoa asioista mahdollisimman reaaliajassa. Keskusteluissa on muistettava viestijän vastuut ja kuntalaisten kunnioittaminen. Somekanavissa on omat luonteensa ja jokainen eri kanava on tarkoitettu tietynlaisten viestien ja tietyn kohderyhmän tavoittamiseen.



Tiedotteet ja kirjeet

Kaupunki lähettää mediatiedotteita tärkeistä tiedottavista asioista. Tiedotteissa käytetään kaupungin punaista word-pohjaa ja graafisen ohjeen mukaisia asetuksia ja fontteja. Tiedotteissa huomioidaan selkeä kieli ja jäsenelty teksti.

Tiedote aloitetaan mainitsemalla Mänttä-Vilppulan kaupunki ja että kyseessä on tiedote. Lisäksi heti alkuun lisätään julkaisun päivämäärä tai tieto siitä, milloin tiedote on julkaisuvapaa. Tiedote pidetään lyhyenä ja selkeänä. Tiedotteessa noudatetaan uutisen rakennekaavaa, eli ensin pääasia, sitten sitä koskevat lisätiedot ja lopuksi taustatiedot. Tiedotetekstissä voi olla väliotsikoita, jotka helpottavat tekstin lukemista ja selventävät asiaa. Tiedotteen lopussa mainitaan lisätietojen antajan yhteystiedot.

Kaupungilla on käytössään "Tiedotusvälineet"-sähköpostilista, johon on koottu yhteystiedot. Listauksen kautta tiedotteet lähetetään medialle. Lisäksi tiedotteet julkaistaan kaupungin verkkosivuilla.

Tiedotteiden lisäksi myös kirjeissä käytetään samaa punaista word-pohjaa. Kirje voi olla virallinen tai vapaamuotoisempi riippuen asiasta ja kohderyhmästä.



Mediayhteistyö

Yhteistyö median kanssa ja etenkin paikallismedian kanssa on kaupungin viestinnän kannalta tärkeää. Kaupungin tiedotteet lähetetään sähköpostilistan kautta mahdollisimman nopeasti, heti sen jälkeen, kun tiedotettavasta asiasta on ensin viestitty tarpeen mukaan sisäisesti.

Tiedotteiden lisäksi yhteistyöhön kuuluu muun muassa lehti-ilmoitukset. Paikallislehden kanssa tehdään yhteistyötä myös eri hankkeiden ja tapahtumien tiimoilta.

Kaupungin sähköpostilistalla on oman kunnan ja lähikuntien paikallislehdet sekä suurimmat valtakunnalliset mediat. Tarvittaessa listaa voi laajentaa asiakohteisesti, muun muassa taiteeseen liittyvien tiedotteiden osalta yhteystietoihin on lisätty myös laajemmin kulttuurimediaa.

Tapahtumat ja tilaisuudet

Kaupunki osallistuu markkinoinnillisesti erilaisiin tapahtumiin, kuten messuihin ja muihin näkyvyyttä tuoviin tilaisuuksiin. Lisäksi osallistutaan yhteistyössä toimijoiden kanssa kaupungissa järjestettäviin erilaisiin tapahtumiin, kuten kulttuuri- ja juhlapyhien tapahtumiin.

Kaupunki järjestää tarvittaessa tiedotustilaisuuksia medialle tai kaupunkilaisille. Lisäksi osallisuutta voidaan lisätä vapaamuotoisilla viestinnällisillä tilaisuuksilla. Tapahtumien ja tilaisuuksien suhteen viestintä tekee yhteistyötä kaupungin eri toimialojen ja markkinoinnin kanssa.



Sisäisen viestinnän kanavat

Intra

Kaupungilla on käytössään sisäiseen viestintään Intranet, jossa jaetaan henkilöstölle ajankohtaiset tiedotteet ja ohjeistukset. Tarkoituksena on, että kaikki kaupungin työntekijät seuraavat intraa aktiivisesti ja se on sisäisen viestinnän pääkanava. Intrasta työntekijä löytää työssään tarvitsemansa yleiset materiaalit ja ohjeet. Intraa ja sen sisältöä sekä rakennetta hallinnoivat tiedottaja sekä palvelualueiden johtajat.

Sähköposti

Intran lisäksi sisäiseen viestintään käytetään myös sähköpostia. Sähköpostia kuitenkin suositetaan vain niissä tapauksissa, kun halutaan lähestyä tietyn asian tiimoilta pienempää joukkoa tai yksittäistä henkilöä. Koko henkilöstöä koskevat asiat pyritään viesti- mään ensisijaisesti intrassa.

Kaupungin sähköpostia käytetään vain työasioihin. Jos sähköposti on tullut suurelle joukolle ja vastauksesta hyötyy vain lähettäjä, vastaus lähetetään ainoastaan lähettäjälle eikä koko viestiketjulle. Kokouskutsuihin ei ole välttämätöntä vastata hyväksyntä-painikkeella, ellei kokouksen järjestäjä ole sitä pyytänyt. Myös tämä käytäntö vähentää ylimääräistä sähköpostitulvaa. Sähköpostin yksi tärkeä käyttökohde on kokoustietojen lähettäminen.

Teams

Työryhmien ja hankkeiden työskentelyyn sopiva alusta on Teams. Sovelluksessa voi perustaa oman tiimin ja liittää sinne mukaan haluamansa jäsenet. Tiimin sisällä voi jakaa tiedostoja ja materiaaleja, järjestää kokouksia sekä viestiä myös pikaviestein. Teams sopii nimenomaan tietyille ryhmille ja joukoille, jotka työstävät yhdessä tietyn aihepiirin asiaa.

Kokoukset ja tapaamiset

Edellä mainittujen sähköisten alustojen lisäksi sisäisessä viestinnässä on tärkeää myös erilaiset kohtaamiset ja tapaamiset. Työryhmät voivat pitää kokouksia Teamsin lisäksi myös kasvotusten ja tapaamisissa voidaan käydä vielä laajemmin läpi asioita, joita ei saa sähköisten kanavien kautta täysin hoidettua. Kasvokkain kohtaamiset ovat sekä viestinnällisesti että henkisesti tärkeitä

Kriisiviestintä

Kaupungin yhtenä lakisääteisenä tehtävänä on varautua toimintojen hoitamiseen poikkeuksellisissakin oloissa. Tätä varten on laadittu suunnitelmia, joista viestinnän kannalta keskeisin on kriisiviestintäsuunnitelma.

Erityistilanteet lisäävät aina tiedottamisen tarvetta. Tilanteen selvittämiseksi ja korjaamiseksi tarvitaan aktiivista, nopeaa ja avointa tiedottamista. Tiedottamisen pitää olla myös luotettavaa, totuudenmukaista, ymmärrettävää ja tehokasta.

Kriisiviestinnän periaatteet

Kriisiviestinnässä on tärkeää reagoida nopeasti, viestiä selkeästi ja olla rauhallinen koko prosessin ajan. Näiden periaatteiden lisäksi on hyvä pitää mielessä kriisiviestinnän tavoitteet:

Ihmisten turvallisuuden varmistaminen

Organisaation toimintaedellytysten varmistaminen

Palveluiden järjestelyistä tiedottaminen

Varmistaminen, että julkisuudessa on totuudenmukainen mielikuva tilanteesta

Mahdollisten kriisien ennakointi ja niihin valmistautuminen hyvissä ajoin.

Ennen tiedottamista, mieti vastaukset seuraaviin kysymyksiin:

- Mistä tiedotetaan eli mikä on keskeisin asia?
- Kenelle tiedotetaan eli mitkä ovat kohderyhmät?
- Milloin tiedotetaan eli sopiva ja mahdollisimman nopea ajankohta?
- Miten tiedotetaan eli mitä keinoja, välineitä ja kanavia käytetään?
- Kuka tiedottaa eli kenellä on tiedotusvastuu ja kuka vastaa jatkokysymyksiin?

Tiedote kirjoitetaan pyramidimallin mukaisesti. Kärki kertoo olennaisen heti ja se on luettavissa ja omaksuttavissa ensi silmäyksellä. Tiedotteen otsikko on lyhyt ja kertoo, mitä kertomien arvoista on tapahtunut. Tiedotteessa käytetään suoraa sanajärjestystä, lyhyitä päälauseita ja ymmärrettävää kieltä. Kohteena olevat toimintayksiköt, osoitteet ja osallisten nimet ja tittelit tulee esittää täsmällisesti ja yksiselitteisesti. Tiedote tulee julkaista heti. Tiedotteen lopussa täytyy olla yhteyshenkilöiden nimet, puhelinnumerot ja vastuualueet, ja heidän tulee olla tavoitettavissa.

Tiedotteesta tulee selvitä vastaukset seuraaviin kysymyksiin:

- Mitä on tapahtunut?
- Miksi tapahtunut on tärkeää?
- Mihin tieto perustuu?
- Mitä tapahtuneesta seuraa?
- Mitä taustatietoa asiasta on?



Graafinen ilme ja viestintämateriaalit

Taidekaupunki-brändi tuo mukanaan myös visuaalisen ilmeen kaupungille. Ilmeen mukaisia elementtejä on tärkeä käyttää oikein ja suunnitellulla tavalla, jotta kaupungin viestintä olisi yhtenäistä. Tarkemmat ohjeet löytyvät graafisesta ohjeistuksesta.

Graafiset ohjeet lyhyesti:

Mänttä-Vilppulan kaupungilla on käytössä Taidekaupunki-logo, josta on kolme eri versiota sekä neljäntenä pelkkä logokuva ilman tekstiä. Graafisessa ohjeessa on asetettu logot järjestyksessä niin, että virallinen logo on ensimmäisenä ja vaihtoehtoiset logot tämän jälkeen. Logojen lisäksi kaupungilla on käytössä Taidekaupunki-siluetti, jonka voi lisätä esimerkiksi asiakirjan tai esityksen alaosaan tuomaan kaupungin brändiä esiin. Kaikissa viestinnän materiaaleissa käytetään tekstifonttina Fira Sans-perheen fontteja, jotka voi ladata käyttöön esim. Google Fonts-palvelusta. Erityistapauksissa voidaan käyttää myös muita valinnaisia fontteja.



Valokuvat ja videot

Kaupungin kuvapankki löytyy yhteiseltä verkkolevyltä. Kuvapankin kuvia voi käyttää vapaasti kaupungin viestinnän materiaaleissa. Hyvän tavan mukaista on mainita kuvan yhteydessä kuvaajan nimi, mutta tämä ei ole pakollista, ellei kuvakansiossa erikseen mainita.

Jos otat omia kuvia tai videoita, lisääthän ne myös saataville yhteiseen kuvapankkiin. Lisää uusi kansio, nimeä se kuvien aiheella, kuvien ottajalla sekä päivämäärällä. Näin kuvat ovat kaikkien käytössä ja säilyvät tulevaisuuden käyttötarkoituksia varten. Jos olet ottanut paljon kuvia samasta aiheesta, älä lataa niitä kaikkia kuvapankkiin, vaan valitse niistä muutama paras otos säilytykseen.

Muistathan kuvia ja videoita ottaessasi kuvaamisen käytänteet. Julkisilla paikoilla saa yleensä vapaasti kuvata, mutta yksityisissä tiloissa tarvitaan lupa kuvaamiseen. Myös julkisilla paikoilla on hyvän tavan mukaista kertoa, mitä kuvataan ja miksi kuvataan. Jos kuvissa näkyy selkeästi tunnistettavissa olevia ihmisiä, täytyy heiltä kysyä lupa kuvan ottamiseen ja julkaisemiseen. Alakäisten lasten kohdalla lupa tarvitaan myös lasten huoltajalle.

Viestinnän mittaaminen ja analysointi

Viestinnän suunnittelun ja toteuttamisen lisäksi on tärkeää myös seurata sitä, miten viestintä on tehonnut ja mitä sillä ollaan saatu aikaan. Tämän vuoksi on tärkeää säännöllisesti seurata, mitata ja analysoida viestintää ja markkinointia.

Seurannalla saamme myös tietää, miten olemme kehittyneet ja mitä voisimme tehdä paremmin kehittääksemme kaupungin viestintää.

