



Varsinais-Suomen liiton viestintä – tavoitteet ja toteutus

JOHDANTO

Varsinais-Suomen liitto on aluekehitysviranomainen ja kuntayhtymä, johon kuuluu maakunnan 27 kuntaa. Liitto on asiantuntijaorganisaatio, jonka toiminnalla pyritään lisäämään maakunnan hyvinvointia ja kilpailukykyä. Toiminta on vuorovaikutteista ja yhteistyöhakuista. Liiton tehtävä on kehittää Varsinais-Suomea maakuntastrategian vision mukaisesti: ”Varsinais-Suomessa elämisen laatu on parasta. Menestyvää ja hyvinvoivaa maakuntaa rakennetaan yhteistyöllä ja kumppanuudella.” Tähän lauseeseen kiteytyy myös liiton viestinnän ydin. Avoin, nykyaikainen ja vuorovaikutteinen viestintä edesauttaa vision toteuttamista sekä toimivien kumppanuuksien rakentamista.

VIESTINNÄN PERIAATTEET JA ORGANISOITUMINEN

Varsinais-Suomen liiton viestintä on avointa, osallistavaa ja selkokielistä ja siinä hyödynnetään eri tiedotuskanavia. Aktiivista viestintää harjoitetaan suomeksi ja ruotsiksi, mahdollisuuksien mukaan myös englanniksi ja venäjäksi.

Viestintä kohdistuu ensisijaisesti liiton keskeiseen toimintaan: maakunnan strateginen kehittäminen, maankäytön suunnittelu, hankerahoitus, edunvalvonta ja kumppanuus, ympäristö- ja energiakysymykset, koulutuksen ennakointi, maakunnan kehitys tilastojen valossa, paikkatieto, avoin data sekä maakunnan kansainvälinen yhteistyö.

Varsinais-Suomen liiton viestinnästä vastaa maakuntajohtaja. Käytännön tasolla ulkoinen tiedottaminen, sidosryhmälehti Viiri, mediasuhteet sekä verkkoviestintä ovat viestintävastaava Jessica Ålgars-Åkerholmin vastuulla.

Jokaisella liiton työntekijällä on oikeus ja vastuu kertoa avoimesti työnsä tuloksista, työtä koskevista päätöksistä sekä siitä, miten kansalaiset ja yhteistyötahot voivat vaikuttaa valmisteluun. Liitossa toimii epävirallinen viestintätiimi, johon kuuluu viestintävastaavan lisäksi asiantuntija joka osaamisryhmästä sekä verkkosivuja teknisesti päivittävät henkilöt. Tiimin jäsenten tehtävänä on miettiä oman osaamisryhmänsä ajankohtaisia aiheita tiedon julkistamisen näkökulmasta (mediatiedottaminen, verkkosivujen ajan tasalla pitäminen, sosiaalinen media, sisäinen viestintä). Sosiaalista mediaa päivittää ja kehittää liitossa nk. some-tiimi (viestintävastaava + noin neljä henkilöä).

Viestintäkenttä muuttuu nopeasti ja sosiaalisen median merkitys kasvaa. Liiton toimintaa kehitetään jatkuvasti ja pyritään resurssien mukaan olemaan läsnä tärkeimmissä viestintäfoorumeissa. Viestintävastaava järjestää liitossa koulutusta viestintätiimien jäsenille sekä muille aiheesta kiinnostuneille liiton työntekijöille.

Aluetietopalvelu (rakenteilla oleva sivusto lounaistieto.fi), Europe Direct ja Valonia ovat liiton tärkeitä sisäisiä partnereita viestinnän saralla.

VIESTINNÄN TAVOITTEET



Aluekehitystyötä tehdään yhteistyössä mm. luottamushenkilöiden, muiden organisaatioiden, kuntien, koulutuslaitosten, yritysten ja median kanssa. Viestinnän avulla Varsinais-Suomen liiton rooli yhteiskunnassa ja liiton työtehtävät tulevat tunnetuiksi ja myönteiset uutiset luovat positiivisia mielikuvia liitosta. Myönteiset mielikuvat (hyvä imago) vaikuttavat yleisiin asenteisiin sekä helpottavat yhteistyötä kentällä. Viestinnän avulla lisätään tietämystä liiton toiminnasta sekä sen motiiveista. Myönteisen medianäkyvyyden kautta luodaan liitosta aktiivista ja asiantuntevaa kuvaa myös kansalaisten keskuudessa. Median kautta liiton edistämät maakunnan edunvalvontakäsitteet sekä haasteet nousevat yleiseen keskusteluun ja pohdiskeluun.

Varsinais-Suomen liiton viestinnän tavoitteet ovat:

- Kertoa liiton tekemästä maakunnan kehittämistyöstä ja siihen liittyvästä päätöksenteosta.
- Lisätä liiton ja sen tehtävien tunnettavuutta.
- Antaa liiton toiminnalle kasvot ja lisätä maakuntajohtajan, luottamushenkilöiden sekä muiden liiton työntekijöiden tunnettavuutta.
- Vahvistaa liittoa asiantuntevana, avoimena, helposti lähestyttävänä sekä maakunnan kumppanuutta, hyvinvointia ja kilpailukykyä palvelevana yhteistyö-organisaationa.
- Luoda vuorovaikutusmahdollisuuksia kansalaisille, kunnille ja muille sidosryhmille.
- Markkinoida Varsinais-Suomea elinvoimaisena, osaavana, viihtyisenä ja kiinnostavana alueena.
- Tavoittaa kansalaiset alueen median, sosiaalisen median sekä maakuntaa markkinoivien nettivideoiden kautta.
- Vaalia esityslistoissa, lausunnoissa ja kannanotoissa hyvää ja selkeää suomen sekä ruotsin kieltä.

VIESTINTÄKANAVAT

Varsinais-Suomen liiton viestintä ja maakunnan markkinointi tapahtuu säännöllisesti seuraavien kanavien kautta:

Verkkoviestintä, tiedotteet ja uutiskirjeet:

- verkkosivut: suomen- ja ruotsinkieliset sivut ovat lähes identtiset ja molempia päivitetään jatkuvasti. Englannin- ja venäjänkielisiä sivuja päivitetään harvemmin (lähinnä perustiedot liitosta ja maakunnasta). Verkkosivuilla pyritään kertomaan liiton aiheista sekä markkinoimaan maakuntaa mm. videoiden ja blogien kautta.
- mediatiedotteet maakuntahallituksen kokouksista joka kuukausi, valtuuston kokouksista pari kertaa vuodessa. Tiedotteet lähetetään medialle, kunnille ja muille sidosryhmille suoraan kokouksen päätyttyä suomeksi ja ruotsiksi. Tiedotteet, esityslistat ja pöytäkirjat julkaistaan heti myös liiton verkkosivuilla.
- tietoisuusanalysoivat maakunnan kehitystä tilastojen valossa. Tietoisuusanalysoivat lähetetään sidosryhmille ja medialle.
- uutiskirje suomeksi ja ruotsiksi n. 3-4 kertaa vuodessa, tarpeen mukaan.
- extranet on käytössä liiton luottamushenkilöille, sieltä löytyvät mm. esityslistat, pöytäkirjat ja lomakkeet.

Sosiaalinen media ja videot:



- Facebook: liiton Facebook-sivuilla kerrotaan epävirallisella, keskustelevalle tavalla liiton työn tuloksista, tapahtumista ja henkilöistä. Luodaan sosiaalisen median verkostoa ja näkyvyyttä kommentoimalla ja tykkäämällä yhteistyötahojen sivuista sekä jakamalla muiden uutisia omilla sivuilla. Tavoitteena on kasvattaa liiton FB-sivujen tykkääjämääriä nykyisestä (vajaat 500 tykkääjää) sekä kannustaa keskusteluun maakunnan aiheista. Ongelmana on, että laajempi FB -näkyvyys vaatii tänä päivänä myös maksullista markkinointia. Videot ja valokuvat tavoittavat laajemmat joukot kuin pelkät tekstipäivitykset tai linkkijaot.
- YouTube: liiton YouTube -kanavalla julkaistaan liiton omana tuotantona tehtyjä maakunnan luontoa, matkailukohteita ja tapahtumia markkinoivia, lyhyitä nettivideoita. Videot löytyvät myös liiton verkkosivujen videogalleriasta. Videoita tekevät liitossa graafinen suunnittelija ja viestintävastaava. Ensimmäinen oma video julkaistiin alkuvuodesta 2015. YouTube on Googlen jälkeen toiseksi suosituin hakukone maailmassa.
- Blogit: helmikuussa 2015 julkaistiin ensimmäinen Kari Håkämiehen ”Maakuntajohtajan päiväkirja”, joka julkaistaan liiton verkkosivuilla joka viikko. Sen rinnalle perustetaan Varsinais-Suomen blogi, jossa Varsinais-Suomen liiton ihmiset, luottamushenkilöt ja muihin sidosryhmiin kuuluvat henkilöt kirjoittavat säännöllisesti maakunnan aiheista. Blogien tarkoituksena on kertoa ihmisläheisesti ja arkisesti liiton ja maakunnan asioista, antaa kansalaisille mahdollisuus osallistua keskusteluun sekä lisätä liitolle tärkeiden aiheiden näkyvyyttä hakukoneissa kuten Google. Maakunnan blogisivustoa koordinoi ja toimittaa viestintävastaava.
- Twitter: kerrotaan napakasti liiton isoja ja pienempiä uutisia ja verkostoidutaan muiden kanssa.

Julkaisut:

- sidosryhmälehti Viiri kaksi kertaa vuodessa
- liiton ja maakunnan esitteet; suomeksi, ruotsiksi, englanniksi, osittain venäjäksi
- lehdistötilaisuudet ja -tiedotteet, tarpeen vaatiessa
- kirjatutanto (Maakunnan käsikirja, maakunnan tietovisakirjat, historiakirjat jne) harkinnan mukaan.
- roll upit ja messuseinämät

Tapahtumat:

- seminaarit ja tapahtumat, myös kansainväliset
- osallistuminen messuille ja muihin massatapahtumiin harkinnan mukaan

ULKOISEN VIESTINNÄN KOHDERYHMÄT

Viestinnän tärkeimmät kohderyhmät ovat:

Media. Medialle lähetetään tiedotteet suomeksi ja ruotsiksi luottamushallinnon tekemistä päätöksistä. Medialle tiedotetaan kaikista aiheista, joissa on aineista uutisiin ja/tai jotka koskettavat suoraan kansalaisia ja heidän elinympäristöä.

Kansalaiset. Liiton toiminta saatetaan tehokkaimmin kansan tietoisuuteen median uutisoinnin kautta. Sosiaalinen media kuten FB, Twitter ja blogit ovat myös hyvä keino luoda vuorovaikutteista ja arkisempaa viestintää kansalaisten kanssa. Verkkosivut ja liiton uutiskirje ovat kaikkien saatavilla.



Kunnat. Varsinais-Suomen 27 kuntaa rahoittavat liiton toiminnan ja suurin osa liiton toiminnasta kohdistuu suoraan kuntiin. On erittäin tärkeää pitää kunnat ajan tasalla liiton tekemästä työstä, maakunnan tulevaisuuden näkymistä ja haasteista.

Liiton luottamuselimet. Liitossa päätöksiä tekevät ensisijaisesti maakuntahallitus ja -valtuusto.

Luottamushenkilöiden tulee tuntea liiton tehtävät ja niihin liittyvät haasteet. Myös muut luottamuselimet kuten hankerahoitus-, koulutus- ja maankäyttöjaosto, kulttuuri- ja saaristotoimikunta sekä maakunnan yhteistyöryhmä ovat tärkeitä. Liiton luottamushenkilöille on käytössä extranet.

Varsinais-Suomen kansanedustajat ja europarlamentaarikot. Näiden ryhmien kautta luodaan tärkeää edunvalvonnallista yhteistyötä valtiovallan sekä EU:n suuntaan.

Alueelliset organisaatiot. Liitto tekee tiiviisti yhteistyötä mm. valtion aluehallinnon, elinkeinoelämän tukijärjestöjen sekä ympäristötoimijoiden kanssa.

Oppilaitokset. Varsinais-Suomi on kaksikielinen koulutusmaakunta, joka kouluttaa koko maan tarpeisiin. Liitto tukee koulutuslaitosten kehittymistä sekä tekee työtä valtion rahoituksen turvaamiseksi. Liitossa myös ennakoidaan koulutustarpeita.

Muut maakunnan liitot. Maakuntien asemaa pyritään yhdessä vahvistamaan valvomalla maakuntien etuja valtion suuntaan.

Puoluetoimistot. Varsinais-Suomen liitto on poliittinen järjestö, jonka luottamuselinten poliittiset voimasuhteet määrittävät kunnallisvaaleissa.

Elinkeinoelämä. Liitto pyrkii yhteistyön, markkinoinnin ja hankerahoituksen kautta tukemaan maakunnan tärkeitä elinkeinoja ja kehittämään tulevaisuuden aloja.

VISUAALINEN ILME

Liitolla on kaikissa julkaisuissa, sivupohjissa, tuotteissa sekä verkkokanavissa yhtenäinen visuaalinen ilme, joka erottaa Varsinais-Suomen liiton muista organisaatioista ja luo uskottavuutta. Visuaalinen ilme sekä logon ja vaakunan käyttö määrittävät graafisessa ohjeistuksessa. Liiton graafisesta ilmeestä vastaa graafinen suunnittelija Antti Vaalikivi.

VIESTINNÄN MITTARIT JA SEURANTA

Liiton ja liiton tärkeiden aiheiden medianäkyvyyttä sekä osittain näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa seurataan sähköisen uutisseurannan kautta (Meltwater News) sekä lehtileikkeitä keräämällä ja arkistoimalla.

Verkkosivujen käyttäjämääriä ja -käyttäytymistä seurataan ensisijaisesti Google Analytics -ohjelman kautta.

Sosiaalista mediaa seurataan mm. kommenttien, tykkäämisten ja jakamisten kautta. Tarkastellaan myös kuinka monta henkilöä liiton julkaisut tavoittavat. Videoiden suosion havaitsee YouTuben katselukertoja seuraamalla. Videoista onkin tullut kentältä runsaasti suoraa positiivista palautetta. Blogien kiinnostavuutta mitataan mm. kommenttien sekä lukumäärien kautta. Maakuntajohtajan päiväkirjaa luettiin ensimmäisten kahden vuorokauden aikana 570 kertaa.



VIESTINNÄN RESURSSIT

Liiton viestintä on kustannustehokasta. Lähes kaikki julkaisut, esitteet ja sidosryhmälehti Viiri tehdään omana työnä liitossa - suunnittelusta, sisällöntuotannosta ja valokuvauksesta taittoon sekä painoon. Mainostoimistoja ei juuri käytetä, painotalojakin harvemmin. Videomarkkinointiin on käytetty jonkin verran tilaustyötä, kuten ilmakuvien tilaus. Videoita voi myös tilata yhteistyökumppaneiden kanssa, esim. The Archipelago Trail -video tilattiin ja suunniteltiin Visit Turun ja Paraisten kaupungin kanssa.

Pienet henkilöresurssit ja ajanpuute rajoittavat osittain viestinnän määrää ja kehittämistä. Toisaalta liitossa vallitsee viestintämyönteinen ilmapiiri; mediaa palvellaan hyvin ja nopeasti, sisäinen tiimityöskentely sujuu ja uudistuksiin löytyy kiireenkin keskellä innostusta.

SISÄINEN VIESTINTÄ

Varsinais-Suomen liiton johto on avainasemassa sisäisen tiedon levittämisessä koko henkilöstölle. Osaamisryhmien ja johtoryhmän kokousmuistiot jaetaan kaikille. Johtoryhmässä on myös henkilöstön edustaja. Tietoa jaetaan myös liiton yhteisen verkkopalvelun (siirtokansiot) kautta. Viestintävastaava informoi henkilökuntaa viestintää ja markkinointia koskevista asioista. Perjantaisin kahviossa on epävirallisia ”kahvi-infoja”, jossa kerrotaan kollegoille ajankohtaisista aiheista ja hankkeista.