



VIESTINTÄSUUNNITELMA

SAUVON KUNTA

Hyväksytty kh 24.8.2020

SISÄLLYSLUETTELO

Sisällys:

1. Lähtökohdat

- 1.1. Kuntalaki
- 1.2. Hallintosääntö
- 1.3. Talousarvio
- 1.4. Kuntastrategia 2025

2. Sauvon kunnan viestintästrategia

- 2.1. Sauvon kunnan perusviesti eli mihin Sauvon kunnan viestinnällä pyritään
- 2.2. Yhteistyö- ja kohderyhmät

3. Viestinnän ja markkinoinnin tehtävät, tavoitteet ja toimenpiteet

- 3.1. Asukas- ja palveluviestintä
- 3.2. Sisäinen viestintä eli työyhteisöviestintä
- 3.3. Valmistelu- ja päätösviestintä
- 3.4. Kuntamarkkinointi ja elinvoiman vahvistaminen
- 3.5. Mediatyö
- 3.6. Häiriö- ja kriisiviestintä

4. Viestinnän organisointi

- 4.1. Johtaminen ja työnjako

5. Vuosien 2020-2021 vuosikello eli suunnitelma toimenpiteistä

1.Lähtökohdat

Sauvon kunnan viestintäsuunnitelma sisältää kuntamme viestinnän yleiset linjaukset sekä toimenpiteitä ja työnjakoa lähivuodeksi, alkaen syksystä 2020. Suunnitelma päivitetään viimeistään seuraavalla valtuustokaudella. Käytännön toimenpiteet vuositasolla jäsenyivät kunnan johtoryhmässä. Kuntien viestintää ohjaavat monet lait ja säädökset, joista keskeisin on kuntalaki. Kuntaviestinnässä on otettava huomioon myös esimerkiksi saavutettavuusdirektiivin vaikutukset.

1.1 Kuntalaki

Kuntalain 29 § säätää kunnan viestinnästä seuraavasti:

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 ja päätösten vaikutuksista. Kunnan on tiedotettava, millä tavoin päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa.

Kunnan on huolehdittava, että toimielinten käsittelyyn tulevien asioiden valmistelusta annetaan esityslistan valmistuttua yleisen tiedonsaannin kannalta tarpeellisia tietoja yleisessä tietoverkossa. Kunnan on verkkoviestinnässään huolehdittava, että salassa pidettäviä tietoja ei viedä yleiseen tietoverkkoon ja että yksityisyyden suoja henkilötietojen käsittelyssä toteutuu.

Viestinnässä on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otettava huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet. (Kuntalaki 2015)

Viestinnän tulee olla aktiivista, monikanavaista, ymmärrettävää ja oikea-aikaista. Avoimuuden sekä vuorovaikutteisuuden tulee olla keskiössä. Parhaimmillaan kuntaviestintä aktivoi kuntalaiset osallistumaan ja kehittämään omasta kunnasta vieläkin parempaa kotikuntaa jokaiselle asukkaalle.

1.2 Hallintosääntö

Sauvon kunnan hallintosäännössä (5 §) viestinnästä linjataan seuraavasti:

Kunnanhallitus johtaa kunnan viestintää ja tiedottamista kunnan toiminnasta. Kunnanhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteet sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat.

Toimielimet luovat omalla toimialallaan edellytyksiä läpinäkyvälle toiminnalle asioiden valmistelussa ja päätöksenteossa.

Kunnanhallitus, lautakunnat, kunnanjohtaja sekä toimialojen johtavat viranhaltijat huolehtivat, että kunnan 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 kunnan eri asukasryhmien tarpeet.

1.3 Talousarvio

Kunnan talousarviossa määritellään viestinnän ja markkinoinnin resurssit.

1.4 Kuntastrategia 2025

Sauvon kunnan kuntastrategiassa kunnan visioksi on asetettu moderni maaseutu. Visio on unelma tulevaisuudesta, johon jokaisen on mahdollisimman helppo samaistua ja pyrkiä saavuttamaan. Vision saavuttamiseksi asetetut strategiset päämäärät ovat:

Hyvinvoinnin edistämistä yhteistyöllä ja suunnitelmallisesti.

Elinvoiman edellytyksiä kohennetaan kestävillä toimintatavoilla.

Talous- ja omistajapolitiikka.

Hyvinvoiva henkilöstö.

Palvelut nykyaikaisesti kuntalaisille.

Vuorovaikutuksessa kuntalaisten ja yhteisöjen kanssa.

Strategisten päämäärien tavoitteissa ja toimenpiteissä toimiva ja ajantasainen ulkoinen sekä sisäinen viestintä kulkee mukana tavoitteet yhteen sitovana lankana.

2. Sauvon kunnan viestintästrategia

Viestintästrategia on organisaation yhteinen näkemys siitä, millaista vaikuttavuutta viestinnällä haetaan. Se sisältää viestinnän tavoitteet (miksi) ja keskeiset suuntaviivat (miten).

Sauvon kunnan viestinnän tarkoitus eli viestintästrategia on kehittää ja rakentaa aktiivisesti kunnan vision sekä strategisten päämäärien mukaista kuntakuvaa, tehdä kunnan päätöksenteosta läpinäkyvää ja tarjota kuntalaisille osallistumisen ja vaikuttamisen mahdollisuuksia. Sauvon kunnan viestinnän tavoitteena on asiakaslähtöisyys eli se, että kuntalaisten, vapaa-ajan asukkaiden ja matkailijoiden tarvitsema tieto löytyy helposti ja monikanavaisesti.

2.1. Sauvon kunnan perusviesti eli mihin Sauvon kunnan viestinnällä pyritään

Jokaiseen kuntaan ja kaupunkiin liittyy mielikuvia ja käsityksiä siitä, millainen ko. kunta tai kaupunki on. Tämän kuvan muodostumiseen voi kunta aktiivisesti vaikuttaa omalla viestinnällään. Lähtökohtana on tietysti se, millaisen kuntakuvan kunta haluaa itsestään antaa. Kuntastrategian luomisen yhteydessä muodostunut visio moderni maaseutu on lähtökohta Sauvon kunnan perusviestille.

Sauvon kunnassa on läpiviety viestinnän kehittämisprosessi vuonna 2016 yhdessä ulkopuolisen toimijan kanssa (Kevi Consulting Oy, Helena Lemminkäinen) kanssa. Kunnan johtoryhmän viestintäkoulutuksessa kesäkuussa 2020 läpikäytiin ideariihessä kunnan perusviestiä ja perusviesti todettiin toimivaksi. Perusviesti kohti vision modernia maaseutua on seuraavalainen:

Sauvossa asiat hoituu / Sauvossa futaa

Toimielias mukavien ihmisten kotipaikka lähellä kaikkea

Erinomainen sijainti ja hyvät yhteydet Turkuun ja pääkaupunkiseudulle
Yhteisöllisyys on Sauvossa tekoja, ei pelkkiä sanoja
Jalkapallon pikkujätkiläinen sekä paljon muuta harrastus- ja yhdistystoimintaa

Modernista maalaisuudesta ponnistava aktiivinen yritys-elämä

Hyvä yritysilmapiiri ja edellytykset myös globaaliin liiketoimintaan
Monia mahdollisuuksia etätöitä tekeville
Luonnostaan kaunis maaseutukunta, joka panostaa matkailun kehittämiseen

Toimiva ja turvallinen arki perheille ja vapaa-ajan asukkaille

Kylän raitilla monipuoliset kaupan palvelut
Tarjolla merellisiä kaavatontteja ja nopeat lupaprosessit
Asumisen kustannukset ihan toista kuin kaupungissa

2.2. Yhteistyö- ja kohderyhmät

Yhteistyö- ja kohderyhmät eli tahot, joiden kanssa toimitaan ja viestitään

Sauvon kunnan tärkeimpiä yhteistyö- ja kohderyhmätahoja (sidosryhmät) ovat seuraavat:

- kuntalaiset
- luottamushenkilöstö
- oma henkilöstö
- kunnan palveluiden käyttäjät
- Sauvon Vesihuolto oy
- vapaa-ajan asukkaat
- kunnan yrittäjät ja yritykset/palvelujen tuottajat (Sauvon Yrittäjät ry)
- matkailijat
- media
- potentiaaliset "uudisasukkaat" (erityisesti lapsiperheet) ja paluumuuttajat
- lähialueen yritykset
- potentiaaliset yritykset ja yrittäjät
- yhdistykset
- yhteistyökumppanit (seudulliset ja valtakunnalliset)
- etu- ja ammattijärjestöt (paikalliset toimijat)
- viranomaiset ja valtionhallinto (ministeriöt, virastot, eduskunta jne.)
- naapuri- ja muut kunnat, seudullinen yhteistyö
- ystävyyskunnat ulkomailla (Kehtna Virossa ja Strängnäs Ruotsissa)

Toimialojen johtavat viranhaltijat vastaavat viestinnästä sidosryhmiin.

3 Viestinnän ja markkinoinnin tehtävät, tavoitteet ja toimenpiteet

3.1 Asukas- ja palveluviestintä

Kuntalaisten ja vapaa-ajanasukkaiden tulee tietää, millaisia palveluja kunnassa on tarjolla ja miten niitä voi käyttää sekä mitä mahdollisia muutoksia palvelutarjontaan on tulossa. Palvelun laadun lisäksi jokainen palvelukohtaaminen luo kuvaa kunnasta ja vaikuttaa kunnan maineeseen. Asiakaspalvelutilanteet ovat myös oiva keino kerätä kuntalaisilta ja muilta palvelukäyttäjiltä palautetta.

Neuvontatehtävissä työskentelevien on oltava helposti tavoitettavissa ja yhteydenottopyyntöihin vastataan nopeasti. Palveluista viestittäessä otetaan huomioon eri-ikäiset väestöryhmät.

Vastuu päivittäisestä palveluviestinnästä on toimialoilla. Merkittävistä muutoksista tai useampaa toimialaa koskevassa asiassa viestintävastaava avustaa toimialoja viestinnän suunnittelussa ja toteutuksessa.

Jatketaan tiivistä yhteistyötä kunnassa toimivien yritysten ja yhdistysten kanssa kuntalaisille ja vapaa-ajanasukkaille tarkoitettujen tapahtumien järjestämisessä ja niistä tiedottamisessa.

Tahtotila

- kuntalaiset ja vapaa-ajanasukkaat osaavat käyttää kunnan palveluja tarkoituksenmukaisella tavalla ja ovat niihin tyytyväisiä
- palveluja kehitetään kuntalaisia kuullen
- asiointi ja palvelujen käyttö on helppoa ja joustavaa myös sähköisesti

Toimenpiteet

- kehitetään ajasta ja paikasta riippumatonta sähköistä asiointia
- hyödynnetään sosiaalista mediaa yhteisöllisyyden lisäämiseksi (Facebook -sivut)
- Mökkiläistoimikunta järjestää kesällä 2020 kyselytutkimuksen vapaa-ajanasukkaille, jonka perustella haetaan parempaa saavutettavuutta mökkiläisten suuntaan ja kehitetään Sauvon palveluja vapaa-ajanasukkaita kohtaan.

3.2 Sisäinen viestintä eli työyhteisöviestintä

Sisäinen työyhteisöviestintä on olennainen osa kunnan johtamista ja arjen toimintaa. Toimivaan työyhteisöviestintään, tiedon kulkuun ja vuorovaikutukseen tarvitaan jokaisen kunnan työntekijän panos.

Esimiesten tehtävänä on varmistaa, että viestintä oman yksikön sisällä ja muiden yksiköiden välillä toimii. Työyhteisöviestintä on olennainen osa henkilöstöjohtamista ja sillä on suuri merkitys työhyvinvointiin. Viestinnällä varmistetaan myös se, että työnteko sujuu sovitun mukaisesti. Viestintäkulttuurin rakentumisessa jokaisella työyhteisön jäsenellä on merkittävä rooli.

Tahtotila

- Jokainen työntekijä oivaltaa, että jokaisen rooli työyhteisön positiivisen hengen ylläpitämisessä on merkityksellinen
- työyhteisöviestintä toimii ja on tasalaatuista kaikissa yksiköissä
- vuorovaikutus on avointa ja yhteisöllisyyttä rakentavaa
- henkilöstö voi hyvin
- esimiehet oivaltavat, miten tärkeä viestijärooli heillä on
- työyhteisön jäsenet ymmärtävät, että viestintä on olennainen osa jokaisen kunnassa työskentelevän työtä

Toimenpiteet

- parannetaan henkilöstön viestintävalmiuksia, jotta osataan ja halutaan käyttää sähköisiä viestintävälineitä ja oivalletaan oma viestintävastuu
- siirretään koko kuntaa koskevaa sisäistä tiedottamista yhä enemmän yhteiselle sähköiselle alustalle
- pidetään säännölliset palaverit työyksiköiden sisällä
- säännölliset kehityskeskustelut

3.3 Valmistelu- ja päätösviestintä

Hyvään hallintoon kuuluu, että valmistelusta ja päätöksenteosta viestitään avoimesti, ennakoivasti ja selkeästi. Jotta kuntalaisten osallisuus toteutetaan, kerrotaan myös siitä, miten ja milloin kuntalaisilla on mahdollisuus tulla kuulluksi ja vaikuttaa. Valmisteluun tulevia asioita on hyvä taustoittaa, ja päätökset ja ratkaisut tulee perustella.

Olennainen osa valmistelu- ja päätösviestintä on ns. listatiedottaminen eli kunnanhallituksen, -valtuuston ja lautakuntien asialistat ja pöytäkirjat ovat kaikkien saatavilla sähköisesti. Esityslistojen lähettäminen toimittajille riittävän ajoissa on erityisen tärkeää.

Kunnanhallituksen, -valtuuston ja lautakuntien esityslistat toimitetaan neljä päivää ennen kokousta median edustajille sähköpostilla ja viedään kunnan verkkosivuille. Myös pöytäkirjat viedään kunnan verkkosivuille heti pöytäkirjan valmistuttua.

Merkittävistä asioista ja esimerkiksi isoista hankkeista tehdään erilliset mediatiedotteet, jotka toimitetaan median edustajille kokouksen jälkeen.

Kuntalaisten suuntaan tapahtuvassa päätösviestinnässä hyödynnetään aiempaa enemmän sosiaalisen median ja sähköisen viestinnän keinoja (mm. nostot kunnan Facebook-sivuille).

Tahtotila

- kuntalaiset ja muut sidosryhmät saavat oikea-aikaisesti tietoa valmisteilla olevista asioista ja suunnitelmista sekä päätöksistä ja niiden vaikutuksista
- kuntalaiset tietävät, miten voivat osallistua ja vaikuttaa vireillä olevien asioiden valmisteluun
- kunta onnistuu nostamaan mediassa esiin kunnan kannalta tärkeät asiat (strateginen ote)

Toimenpiteet

- parannetaan erityisesti lautakuntien listatiedottamista
- tehdään listatiedottamista täydentäviä mediatiedotteita
- hyödynnetään päätösviestinnässä sosiaalista mediaa

3.4 Kuntamarkkinointi ja elinvoiman vahvistaminen

Kuntamarkkinoinnilla ja brändityöllä lisätään kunnan vetovoimaisuutta ja elinvoimaisuutta.

Sauvon kunnan markkinoinnin painoalue on Sauvon markkinointi houkuttelevana asuinkuntana ja vapaa-ajanasuinkuntana. Tavoitteena on, että kuntaan muuttaisi erityisesti lapsiperheitä ja työssäkäyviä. Kuntaa tehdään tunnetuksi myös hyvänä paikkana yrittää ja tehdä etätöitä.

Yhteistyö paikallisten yrittäjien, varsinkin matkailuyrittäjien, kanssa on keskiössä (mm. Raitti 181).

Kuntaa esitellään Turun alueen rakentamiseen, sisustamiseen ja vapaa-aikaan liittyvillä messuilla. Hyödynnetään aiempaa enemmän digiviestinnän mahdollisuuksia, erityisesti sosiaalisen median työkaluja. Näin voidaan pienin kustannuksin tavoittaa laajempiakin yleisöjä.

Sauvossa järjestetään paljon erilaisia tapahtumia ja on tärkeää, että kunta on hyvin esillä näissä tapahtumissa (mm. kulttuuri- ja jalkapallotapahtumat). Tapahtumat kokoavat väkeä, joilla on jo herännyt kiinnostuksen kipinä Sauvoa kohtaan.

Tahtotila

- kunnan tunnettuus ja vetovoima paranevat
- kunnan asukasluku ja yritysten määrä kasvavat
- sauvolaiset ovat ylpeitä kotikunnastaan ja toimivat oman kunnan maineenlähettäjinä
- vapaa-ajanasukkaat kertovat hyvää tarinaa Sauvosta
- kunnan ympäristön yleisilme on siisti

Toimenpiteet

- pidetään esillä kunnan visiota (Moderni maaseutu)
- uudistetaan visuaalinen ilme (uudet nettisivut)
- tehostetaan sosiaalisen median käyttöä
- lisätään näkyvyyttä kunnassa järjestettävissä tapahtumissa ja turnauksissa
- säännölliset kiinteistökatselmuks

3.5 Mediyhteistyö

Media on tärkeä yhteistyökumppani ja tiedonvälityksen väylä kuntalaisten suuntaan. Julkishallinnon viestinnässä lähtökohta on, että eri tiedotusvälineitä kohdellaan tasapuolisesti.

Tiedotusvälineiden yhteydenottoihin vastataan nopeasti. Hyvä mediaviestintä on ennakoivaa ja faktatiedoissa pitäytyvää. Paljon mediahuomiota herättävissä asioissa kannattaa etukäteen sopia, kuka antaa medialle lisätietoja.

Mediaviestintää kehitetään proaktiiviseen suuntaan, jolloin on enemmän mahdollisuuksia vaikuttaa siihen, mitä asioita nousee mediajulkisuuteen ja mistä näkökulmasta asioita tarkastellaan.

Kun tiedotusvälineet aktivoituvat jossakin päivittäisviestintää merkittävämmässä tai mahdollisesti kiistanalaisessa asiassa, toimittajien yhteydenotosta informoidaan viipymättä kunnan johtoryhmää.

Tahtotila

- kuntalaiset pystyvät tiedotusvälineiden avulla seuraamaan, mitä kunnassa tapahtuu
- kunta saa mediassa läpi haluamansa asiat
- viestintä on avointa ja ennakoivaa

Toimenpiteet

- kehitetään viestinnän proaktiivisuutta
- varmistetaan, että toimialoilla on riittävät valmiudet hoitaa oman alueen mediaviestintää

3.6 Häiriö- ja kriisiviestintä

Palvelutuotannon häiriöistä viestiminen on osa toimialueiden normaalia päivittäisviestintää, ja toimialat vastaavat itsenäisesti häiriötiedottamisesta. Jos häiriöistä ja palvelukeskeytyksistä tiedetään ennakkoon, tieto häiriöistä on saatettava kuntalaisten tietoon riittävän ajoissa. Äkillisissä häiriötilanteissa hyödynnetään ensisijaisesti sähköistä viestintää (ajankohtaisnostot verkkosivuille ja sosiaalinen media).

Erityisesti kunnassa toimivilla vesi-, jätevesi ja energiayhtiöillä sekä teknisellä toimialalla pitää olla hyvät valmiudet häiriötilanneviestintään.

Laajoista tai pitkäkestoisista häiriöistä informoidaan kunnanjohtajaa ja johtoryhmää, jotta pystytään riittävän nopeasti valmistelemaan mahdollisia muita viestintätoimenpiteitä.

Kriisitilanteissa viestinnän merkitys kasvaa. Kriisiviestintä on päivittäisviestintää keskitetympää ja viestintävastuu on kunnanjohtajalla. Käytännön toteutuksesta vastaa poikkeusolojen johtoryhmä, jonka koollekutsujana toimii kunnanjohtaja.

Olennaista on, että kunta pystyy reagoimaan nopeasti yllättäviin viestintätilanteisiin ja estämään mahdolliset lisävahingot tai mainehaitat

Tahtotila

- Kriisitilanteessa kuntalaiset saavat ajankohtaista, jatkuvasti päivittyvää ja selkeää tietoa tilanteesta
- Kriisitilanteessa kuntalaiset tietävät tahot, joihin voi olla yhteydessä
- Viestinnällä on kuntalaisia rauhoittava vaikutus

Toimenpiteet

- kunnan valmiussuunnitelma ja kriisiviestintäohje päivitetään
- tekninen toimi tekee oman ohjeistuksen häiriötilanneviestintää varten

4. Viestinnän organisointi

4.1 Johtaminen ja työnjako

Kunnanhallitus

Kunnanhallitus johtaa kunnan viestintää ja tiedottamista kunnan toiminnasta. Kunnanhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat.

Kunnanjohtaja ja johtoryhmä

Kunnanjohtajalla on operatiivinen vastuu viestinnästä. Johtoryhmä linjaa yhdessä kunnan viestintää.

Kunnanjohtaja ja sivistysjohtaja päättävät yhdessä viestinnän ja markkinoinnin määrärahan käytöstä ja viestintään liittyvistä hankinnoista.

Hallintojohtaja vastaa kunnan sisäisestä HR-viestinnästä (taloushallinto, yleishallinto ja henkilöstöhallinto).

Sivistysjohtaja

Kouluttaa toimialojen henkilökuntaa ja luottamushenkilöitä viestinnässä ts. läpikäy viestintäohjelman henkilöstön ja valtuutettujen kanssa, jotta kaikilla asianosaisilla on edellytykset ja halu toteuttaa ohjelmaa.

Ylläpitää kunnan sosiaalisen median kanavia (Facebook)

Laatii mediatiedotteita ja nettisivujen Ajankohtaista -artikkeleita

Toimii yhteyshenkilönä alihankkijoihin viestintään liittyvissä asioissa (mm. nettisivu-uudistus ja kunnan graafisen ilmeen uudistus)

Kokooa nettisivu-uudistuksen yhteydessä viestintäryhmän, johon kuuluu kunnan henkilöstöä jokaiselta toimialueelta

Viestintäryhmä

Nimeää keskuudestaan kunnan verkkosivuston pääkäyttäjän.

Avustaa ja opastaa oman toimialansa henkilöstöä sähköisiin viestintäkanaviin liittyvissä ongelmissa.

5. Vuosien 2020-2021 vuosikello eli suunnitelma toimenpiteistä

syksy 2020

Viestintäsuunnitelman hyväksyminen kunnanhallituksessa

Viestintäsuunnitelman käyttöönotto ts. luottamushenkilöiden ja kunnan henkilöstön kouluttaminen viestintäohjelmaan

Kunnan nettisivujen uudistaminen

Viestintäryhmän kokoaminen ja tehtävien määrittely

kevät 2021

Uusien sosiaalisen median kanavien opettelu ja käyttöönotto kunnan viestinnässä (esim. Twitter)

Yhtenäistetään kunnan visuaalinen ilme ja viestintätyyli eli kunnan graafisen ilmeen uudistus

Syksy 2021

Toteutettujen toimenpiteiden arviointi ja suunnitelma toimenpiteistä vuosille 2022-2023

Sauvossa 19.8.20202

Elli Sainio

sivistysjohtaja