




VIESTINTÄSUUNNITELMA

KOKEMÄKI

2020



Sisällys

1.	Viestintää ohjaavat lait ja suositukset	1
2.	Viestintästrategia	3
3.	Operatiiviset suunnitelmat	6
	Sisäinen viestintä	6
	Ulkoinen viestintä	7
	Kampanjat ja projektit	7
4.	Seuranta	8
5.	Kriisiviestintä	8

1. VIESTINTÄÄ OHJAAVAT LAIT JA SUOSITUKSET

Kunnan viestintää ohjaavat useat eri lait, suositukset sekä kaupungin omat linjaukset. Tässä yhteydessä niistä mainitaan vain kuntaa keskeisimmin velvoittavat normit. Kuntalain (410/2015) 20 § velvoittaa kuntia tiedottamaan asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille kunnan toiminnasta, kuten kunnan järjestämistä palveluista, taloudesta, kunnassa valmisteilla olevista asioista ja siitä, miten päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa. Kuntien tulee varmistaa, että toimielimien esityslistat julkaistaan yleisessä tietoverkossa kaikkien luettaviksi.

Laki viranomaisten toiminnan julkisuudesta (621/1999) sääntelee avoimuudesta ja tiedonantovelvollisuudessa julkisessa viranomaistoiminnassa. Lain tavoitteena on mahdollistaa yhteisön valvonta suhteessa julkiseen viranomaistoimintaan ja julkisten varojen käyttöön. Näin annetaan mahdollisuus julkisenvallan käyttöön vaikuttamiseen ja kunta-laisten omien etujen sekä oikeuksien valvomiseen. Hallintolaki (434/2003) sääntelee julkisen vallan toimintaa monien eri osa-alueiden sisällä, joista viestintä on yksi.

Kokemäen kaupungin omasta viestinnästä mainitaan Kokemäen kaupungin hallintosäännön 5 §:ssä. Sen mukaisesti kaupungin viestintää ja tiedottamista kaupungin toiminnasta johtaa kaupunginhallitus. Samoin kaupunginhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista ja nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat. Toimielimien tehtävänä on asioiden valmistelussa ja päätöksenteossa luoda edellytykset läpinäkyvälle toiminnalle. Kaupunginhallituksen lisäksi kaupunginjohtaja, osastopäälliköt ja lautakunnat huolehtivat kukin osaltaan siitä, että asukkaat sekä palveluiden käyttäjät saavat riittävästi tietoa valmisteilla olevista yleisesti merkittävistä asioista. Lisäksi viestinnässä otetaan huomioon kaikkien kaupungin eri asukasryhmien tarpeet ja viestinnässä käytettävän kielen selkeyteen kiinnitetään huomiota.

Samalla vaikka kaupungin toiminnan tulee olla mahdollisimman avointa, on kaikessa kaupungin toiminnassa huomioida jokaisen kuntalaisen yksityisyyden suojan toteutuminen sekä salassa pidettävän materiaalin turvaaminen.

2. VIESTINTÄSTRATEGIA

Visio

Kokemäen strategia vuosille 2017-2020 on ”kuntalaisia varten”.

Kokemäki on ihmisen kokoinen, nykyaikainen maaseutu-kaupunki, jossa kaikilla on hyvät mahdollisuudet elää, kehittyä, virkistyä ja yrittää.

Vihreät arvot ovat itsestään selvä osa elämää. Digitaaliset palvelut, nopea valokuitu-verkko ja toimivat liikenneyhteydet takaavat, että Kokemäellä olet aina kaiken keskellä.

Missio

Kokemäen kaupungin missiona on viestinnässä, että se palvelee kaikkia kohderyhmiä niiden omista lähtökohdista. Missio sisältää tavoitteen olla vetovoimainen kaupunki asukkaille, matkailijoille sekä yhteistyökumppaneille. Mission saavuttaminen vaatii toimivaa sisäistä viestintää, joka kumpuaa saavuttavaksi, vaikuttavaksi ulkoiseksi viestinnäksi. Viestintää tuodaan lähemmäs kohderyhmien arkea tarinallistamalla kaupungin vetovoima- ja pitovoimatekijöitä. Tarinallistamista on toteutettu tähän mennessä esimerkiksi haastatteleamalla kaupungissa asuvia työntekijöitä, mikä luo käytännönläheistä kuvaa potentiaaliselle tulevalle asukaskunnalle siitä, millaista Kokemäellä voisi olla asua.

Arvot ja periaatteet

Kokemäen kaupungin toiminnan keskeisinä arvoina on asukaslähtöisyys, kehittämishalukkuus ja yhdenvertaisuus.

Kokemäki haluaa viestinnällään välittää kunnan asukkailleen lupauksen luonnon rauhasta, sujuvista palveluista sekä ekologisesta, turvallisesta ja digitaalisesta elämästä koko elämänkaaren ajalle.

Kokemäki pyrkii viestinnällään välittämään yrittäjille viestiä mutkattomasta, edullisesta ja nykyaikaisesta yrittämisestä huippunopean valokuituyhteyden voimalla.

Kohderyhmilleen Kokemäen viestinä on kertoa, että Kokemäki tarjoaa tuottavaa yhteistyötä ja uusia mahdollisuuksia kaikilla elämänalueilla.

Tavoitteet ja mittarit, joilla niitä mitataan

Kokemäen tavoitteena on houkutella ja sitouttaa asukkaita, yrityksiä, matkailijoita ja kesäasukkaita alueelleen. Kokemäki on haluttu kumppani erilaisiin kehittämishankkeisiin sekä yhteistyötapahtumiin. Viestinnän on tavoitteena palvella kaikkia kohderyhmiä niiden omista lähtökohdista käsin.

Kokemäki toteuttaa vuosittain kyselyitä viestinnästään, joilla on tavoitteena mitata sekä kuntalaisten että työntekijöiden näkemyksiä ja kokemuksia viestinnästä. Tämän lisäksi viestintää voidaan arvioida sosiaalisen median näkyvyytenä sekä näkyvyytenä yleisesti mediassa. Näiden konkreettisten mittareiden lisäksi Kokemäen tavoite houkutella ja sitouttaa asukkaita, yrityksiä, matkailijoita ja kesäasukkaita näkyy konkreettisina lukuina kaupungin asukaslukumittauksissa. Kokemäestä kerrottava tarina ja kokemukset ovat erinomainen mittari Kokemäen viestinnän onnistumisesta, mutta muuttuvat huonommin luvuiksi.

Tehtävät

Kokemäen kaupungin viestinnälle on määritelty seitsemän päätehtävää. Kokemäen viestinnän tehtävänä on

- olla mukana luomassa ja tukemassa Kokemäen brändiä modernina maaseutukaupunkina.
- koskettaa ja liikuttaa asukkaita kohtaamisissa, verkossa ja sosiaalisessa mediassa.
- jakaa tietoa palveluista, tapahtumista ja yhteyksistä.
- helpottaa sisäistä ja ulkoista asiointia ajantasaisella ja tarkoituksenmukaisella materiaalilla.
- tiedottaa päätöksistä asukkaille ja paikallismedialle.
- houkutella kaupunkiin uusia asukkaita, yrityksiä, mökkeilijöitä ja matkailijoita.
- kehittää kaupunkia palautteen keräämisen ja käsittelyn kautta.

Kohderyhmät

Kokemäen kaupungin pääkohderyhmiä viestinnässä ovat asukkaat ja matkailijat, yritykset ja henkilökunta. Aukkaiden joukosta on viestinnässä pyritty saavuttamaan kaikenikäiset asukkaat profiloimatta kohderyhmää iän perusteella. Lisäksi viestintää on haluttu suunnata kesäasukkaille esimerkiksi kesälehdän muodossa.

Kokemäki on kaunis kesäkaupunki ja Kokemäellä on ympärivuoden paljon erilaisia tapahtumia, joista kotimaanmatkailijoita ja ulkomailta tulleita matkailijoita on pyritty viestimään aktiivisesti. Kokemäki viestii asumisen mahdollisuuksista mahdollisille paluumuuttajille sekä muille potentiaalisille asukkaille.

Toisena pääasiallisena viestinnän kohteena ovat yritykset erittelemättä niitä nykyisiin tai potentiaalsiin yrityksiin ja ammatin harjoittajiin. Viestinnässä on otettu tavoitteeksi saavuttaa sijoittuvia yrittäjiä tai ammatinharjoittajia esimerkiksi vielä opiskelevista tulevista yrittäjistä.

Henkilökunnalle kohdistettava viestintä on pääasiassa sisäistä viestintää, johon on luotu erilaisia kohdistettuja väyliä. Sisäisessä viestinnässä pyritään käyttämään sekä koko kaupungin henkilökunnan saavuttavia kanavia että tiettyihin henkilökuntaryhmiin kohdistettuja viestinnän muotoja.

Muita viestinnän kohderyhmiä, joiden saavuttaminen viestinnällä on tärkeää ovat naapurikunnat, maakuntahallinto sekä eri oppilaitokset. Näiden kohderyhmien kanssa pyritään aktiiviseen yhteistyöhön, joka on itsessään luonnollinen viestinnän kenttä. Lisäksi viestinnän kohderyhmiin kuuluu ministeriöiden virkamiehet sekä seurakunnat niiltä osin kuin ne liittyvät kaupungin toimintaan.

Viestintäkanavat

Nykyisellään Kokemäellä toimii ensisijaisina sisäisen viestinnän välineitä Kokemäen intranet Kontra sekä internet. Henkilöstön tiedottamisessa Kontran kautta pyritään panostamaan palvelevuuden lisäksi vuorovaikutteisuuteen. Lisäksi sisäisessä viestinnässä käytetään perinteisiä palaverieita, joita pidetään suuressa arvossa. Monilla kaupungin sisäisillä yhteisöillä on käytössään myös omia viestinnän kanavia.

Ulkoisessa viestinnässä ensisijainen viestinnän kanava on verkkosivut (kokemaki.fi). Työpaikoistaan Kokemäen kaupunki viestii Kuntarekry-palvelun kautta. Sosiaalisessa mediassa Kokemäen kaupunki vaikuttaa aktiivisesti Facebookissa ja Instagramissa. Kokemäen kaupungilla on joitain kohderyhmille profiloituja viestinnän kanavia. Muut väylät, joissa kaupunki toteuttaa ulkoista viestintää ovat tapahtumat, Kokemäen ke-sälehti sekä paikallismedia.

Kokemäen kaupunki toimii aktiivisessa yhteistyössä lähikuntiansa kanssa, mikä on merkittävää kohdennettua viestintää myös itsessään. Lisäksi Kokemäen kaupungilla on aktiivinen suhde konserniyhtiöönsä Kokemäen Teollisuuskylään, joka mahdollistaa monia kaupungin toimintoja ja viestinnän muotoja.

3. OPERATIIVISET SUUNNITELMAT

Sisäinen viestintä

Kokemäen viestintää johtaa kaupunginhallitus. Kaupungin viestinnästä kokonaisuutena vastaa kaupunginhallituksen ohella kaupunginjohtaja apunaan kaupungin hallintojohtaja. Viestintä nähdään osana jokapäiväistä toimintaa, joka liittyy kaikkiin kaupungin toimintoihin. Jokainen henkilökunnan jäsen vastaa viestinnästä omalta osaltaan ja jokaisen osaston viestinnän vastuu on viimesijaisesti osaston päälliköllä.

Sisäisessä viestinnässä pyritään siihen, että jokainen henkilöstön jäsen on ajan tasalla kaupungin toiminnasta. Ajan tasalla pysyminen sisältää sekä sen, että henkilöstö ottaa vastuun asioista selvän ottamisesta sekä sen, että henkilöstölle on saatavilla riittävästi ajankohtaista tietoa kaupungin toiminnasta.

Viestinnässä pyritään henkilökuntalähtöiseen kehittämiseen, jota toteutetaan muun muassa kyselyillä. Tavoitteena on, että viestintä tavoittaa kaikki kaupungin yksiköt.

Viestintää koulutetaan koko henkilöstölle ja sitä kautta yhtenäistetään kaupungin uuden brändin käyttöä, verkkosivujen käyttöä sekä sosiaalisessa mediassa näkymistä.

Sisäisen viestinnän välineenä pyritään kehittämään Kontra-viestintäkanavaa. Toisena sisäisen viestinnän kanavana ollaan ottamassa käyttöön Office 365-palvelu, jonka tavoitteena on toimia viestintävälineen lisäksi myös monipuolisena työvälineenä. Henkilökunta koulutetaan järjestelmän käyttöön. Kaupunginjohtaja sekä hallintojohtaja tiedottavat aktiivisesti hallinnon kuulumisia hallitukselle, mikä osaltaan parantaa si-

säistä viestintää hallinnon ja päättäjien välillä. Näiden lisäksi panostetaan tilaisuuksiin, joissa on yhteisiä kohtaamisia luottamushenkilöille, henkilökunnalle, asukkaille ja yrittäjille.

Ulkoisen viestintä

Kokemäki näkyy sosiaalisessa mediassa positiivisesti ja aktiivisesti. Kokemäen näkyvyyttä maanlaajuisesti parannetaan verkkomedian ja matkailuviestinnän muodossa. Matkailuviestinnässä on luotu "Visit Kokemäki"-konseptia. Verkossa näkyvyys varmistetaan Kokemäen verkkosivujen kehittämisellä ja päivittämisellä.

Kokemäen kaupungin tapahtumista, toiminnasta ja päätöksistä tiedotetaan aktiivisesti paikallismediassa. Kokemäen kaupunki parantaa näkyvyyttään pitämällä kaupungin yleisesitettä ajantasaisena. Kaupunkilaisten asiointia kaupunkiin päin pyritään kehittämään tarkoituksenmukaisella tavalla sähköiseen suuntaan.

Ulkoisessa viestinnässä suunnataan osallisempaan ja vuorovaikutteisempaan viestintään. Tavoitteena on kerätä kaupunkilaisten ja kaupungissa asioivien mielipiteitä ja palautetta kaupungin toiminnasta. Samalla vuorovaikutusta Kokemäen kaupungin ja yritysten välillä pyritään vahvistamaan aktiivisella viestinnällä.

Kampanjat ja projektit

Kokemäellä aloitti vuonna 2019 some-lähettiläitä, joiden tavoitteena on luoda materiaalia sosiaaliseen mediaan ja olla sitä kautta luomassa positiivista kuvaa Kokemäen kaupungista. Tavoitteena on tehdä näkyväksi kaupungin toimintaa kaikille kuntalaisille ja kohderyhmille.

Tonttimarkkinointi sekä yritystonttien markkinointi on osa kaupungissa tapahtuvaa viestintää. Ja kertoo myös kaupungin vetovoimatekijöistä ja sitä kautta viestinnän onnistumisesta. Yritystonttien markkinoinnissa tehdään yhteistyötä Prizztechin kanssa.

4. SEURANTA

Kaupungin viestintää seurataan vuosittain henkilöstökyselyillä. Henkilöstökyselyiden tulokset sekä muut viestinnän tunnusluvut toimitetaan kaupungin hallitukselle, joka arvioi viestinnän tilaa vuosittain.

Viestinnän vaikuttavuutta pyritään mittaamaan hakemalla vastauksia siihen, millaisia muutoksia vuoden aikana on saatu ja toisaalta ei ole saatu aikaan ja ovatko muutokset olleet tavoitteiden mukaisia. Muutoksia ja saavutuksia peilataan kaupungin strategiaan ja strategisiin tavoitteisiin. Myös viestinnän osaamista ja sen kehittymistä on hyvä arvioida vuosittain.

Viestinnän numeerinen mittaaminen on haastavaa, mutta henkilöstökyselyn ohella voidaan viitteitä viestinnän laajuudesta saada muun muassa sosiaalisen median seuraajaluvuista sekä sitoutumismittauksista. Omalta osaltaan myös medianäkyvyys kertoo siitä, kuinka suurta näkyvyyttä kunta on saanut vuoden sisällä.

5. KRIISIVIESTINTÄ

Kriisiviestintäsuunnitelman pohjana on Kokemäen kaupungin valmiussuunnitelma ja siinä kuvatut uhkamallit, joihin on myös kriisiviestinnässä varauduttava. Valmiussuunnitelman painopisteenä on varautuminen niin normaaliolojen laajamittaisiin häiriötilanteisiin kuin poikkeusoloihinkin.

Normaalioloissa muotoutuvat järjestelmät ja varaustoimet luovat perustaa toiminnalle häiriötilan aikana. Häiriötilanteiden johtamisessa sekä viestinnässä lähtökohtana on toimia normaaliorganisaatiolla normaalien toimintamallien mukaisesti. Pää tavoitteena on siis mahdollisimman normaalin toiminnan jatkuminen kaupungissa.

Kriisin vaiheet viestinnässä

Kriisitilanteen voi jakaa viestinnän ja johtamisen osalta kolmeen eri vaiheeseen: varautumiseen ennakolta, toimintaan itse tilanteessa sekä tapahtuman jälkitoimiin ja arviointiin. Itse tilanteessa operatiivista toimintaa johtaa toimivaltainen viranomainen, joka myös viestii tilan-

teesta. Käytännössä kaupungissa kaupunkiorganisaation osalta toimintaa johtaa myös kriisitilanteissa kaupungin johtoryhmä kaupungin hallituksen valtuutuksella. Johtoryhmä vastaa kriisitilanteessakin viestinnästä sekä kaupungin sisällä, viiteryhmien välillä kuin kaupungista uloskin.

Viestinnän tavoitteena on olla oikea-aikaista, tarkkaa ja noudattaa normaaliolojen viestinnän rutiineja. Virka-avun ja eri toimielimien ja osastojen välinen vuorovaikutus on tärkeää turvata.

Oikean tiedon saatavuuden kannalta on ensisijaisen tärkeää saada luotua oikeanmukainen tilannekuva eli viranomaisen näkemys/käsitys tapahtuneesta ja siihen vaikuttaneista tekijöistä. Yhtälailla ensisijaista on luoda arvio kehitysvaihtoehtoista, jotka luovat kehykset päätöksenteolle ja johtamiselle kaupungin eri osastoissa.

Viestinnässä kriisitilanteessa on ensisijaisen tärkeää olla oikea-aikaista ja siksi on tärkeää tiedottaa asioista aina uutta tietoa saataessa. Lisäksi tiedottamisessa on tärkeää ilmoittaa, koska asiasta tiedotetaan seuraavan kerran, vaikkei uutta tietoa olisikaan siihen mennessä tullut. Samassa yhteydessä tiedotetaan siitä, missä uutta tietoa on saatavilla. Tiedottamisen aikaväli riippuu siitä, millaisesta asiasta on kysymys. Esimerkiksi ei ihmishenkiä uhkaavassa tilanteessa tiedottamisen maksimivälinä voidaan pitää kolmea vuorokautta, akuutissa tilanteessa puhutaan muutaman tunnin aikajänteestä.

Kriisiviestinnän tavoitteet

Viestintä on elintärkeä osa johtamista. Luotettava, oikea-aikainen ja tehokas viestintä on hyvin olennainen osa tilanteen hallintaa myös häiriötilanteiden aikana. Valtioneuvoston kanslia on omassa kriisiviestinnän oppaassaan määritellyt luotettavuuden edellytyksenä olevan selkeyden, riittävyyden, oikeellisuuden sekä se, että tiedon antaa toimivaltainen viranomainen. Viestinnän nopeus ja oikean aikaisuus korostuu tilanteissa, joissa kyseessä on vakava väestön turvallisuutta ja terveyttä uhkaava tilanne.

Kriisiviestinnässä, kuten muussakin viestinnässä on lisäksi annettava painoarvoa viestinnän ennakkoinnille ja avoimuudelle, jotka luovat turvallisuuden tuntua ja parantavat tilanteen ennustettavuutta. Viestinnän selkokieliisyys helpottaa samalla myös viestinnän ymmärrettävyyttä ja samalla yhdenmukaisuutta/tasapuolisuutta. Jotta tiedottaminen ja

viestintä voi olla ajantasaista, on sen oltava nopeasti saavutettava kohteensa. Parhaimmillaan kriisiviestintä, kuten myös muu viestintä, on vuorovaikutteista.

Kokemäellä kriisin tapahtuessa, johtoryhmä kokoontuu paikalle. Johtoryhmä päättää tilanteesta riippuen viestinnän vastuun jakamisesta kriisitilanteen ajaksi. Muutoin kriisiviestinnästä vastaa kaupunginjohtaja tai hänen valtuuttamansa henkilö.

Viestinnän valmius

Viestinnän valmius jakautuu viiteen eri vaiheeseen: varautumiseen, varoittamiseen, viestintään, jälkitoimiin ja arviointiin. Varautumisen aikana on kiinnitettävä huomio valmiustilan kohottamiseen, henkilöstön kouluttamiseen, tilojen ja välineiden kunnossapitoon ja hankkimiseen, suunnitelmien ajantasaisuuteen. Myös harjoittelu parantaa käytännön osaamista itse kriisin aikana. Jotta viestintä osataan kohdistaa oikein, on varautumisessa otettava huomioon erilaiset viestinnän tavat ja alustat, joilla ihmiset on saavutettavissa. Myös ennaltaehkäisevä viestintä on tärkeää ottaa huomioon.

Viestinnän varoittamisvaiheessa on tehtävänä varoittaa ihmisiä ja pelastaa ihmiset tarvittaessa olemassa olevalta vaaralta. Tällä voidaan ennaltaehkäistä suuremmalta vaaralta tai kriisitilanteelta. Ohjeistaminen ja reaktioiden seuraaminen sekä niihin reagointi ovat varoittamisen lisäksi varoittamisen aikana julkisen vallan tehtäviä.

Viestintä häiriötilanteessa toistaa jo varoittamisvaiheessa annettuja ohjeita ja pyritään varmistamaan, että viesti saavuttaa kohderyhmänsä. Viestinnällä pyritään ehkäisemään lisävahinkojen tapahtuminen. Samalla on tärkeää lisätä ihmisten ymmärrystä tapahtuneesta sekä nostaa henkistä kriisin kestävyyttä.

Häiriötilanteen jälkeen tilannetta selvitetään ja jälkitoimet aloitetaan ja niistä tiedotetaan asianmukaisesti. Tietämystä pyritään lisäämään ja ihmisten reagointiin vastaamaan.

Viimeisessä vaiheessa viestintää pyritään arvioimaan ja tämän perusteella varautumaan aiempaa paremmin.