

RUSKO

Onni asuu Ruskolla?
Onni asuu Ruskolla.
Onni asuu Ruskolla!

Viestintäsuunnitelma 2020 - 2021



Kuntalaki 29 §

Viestintä

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.



Ruskon kunnan hallintosäntö 5 §

Kunnan viestintä

Kunnanhallitus johtaa kunnan viestintää ja tiedottamista kunnan toiminnasta. Kunnanhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista 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.

Sisällysluettelo

| | |
|---|----|
| Viestinnän tavoitteet | 4 |
| Viestinnän periaatteet | 4 |
| Viestinnän kohderyhmät | 5 |
| Brändi ja visuaalinen ilme | 5 |
| Perusviestit | 6 |
| Viestinnän nykytilanne | 8 |
| Viestintävastuut ja viestinnän organisointi | 10 |
| Viestinnän kehittämistoimenpiteet | 11 |
| Seuranta | 14 |



Viestinnän tavoitteet

- Kertoa kaikesta siitä hyvästä ja kivasta, mitä Ruskolla on.
- Lisätä Ruskon vetovoimaa niin nykyisten kuin tulevienkin asukkaiden, työntekijöiden ja yritysten mielissä.
- Kertoa ruskolaisille oman kotikuntansa palveluista, päätöksenteosta, toiminnasta ja tapahtumista.
- Kasvattaa ruskolaisten positiivisia tunteita kotiseutuaan kohtaan.

Viestinnän periaatteet

Aktiivisuus, nopeus ja ajantasaisuus

Ruskon kunta tuo itse aktiivisesti esille tietoa toiminnastaan ja valmisteilla olevista asioista. Ruskon viestintä on ennakoivaa ja vuorovaikutteista. Nopean ja ajantasalla olevan viestinnän avulla vältetään väärin huhujen syntyä ja leviämistä.

Selkeys ja ymmärrettävyys

Ruskon viestinnän kieli on selkeää ja helppolukuista. Asiat ilmaistaan ymmärrettävästi ja viestinnässä otetaan huomioon saavutettavuuden vaatimukset.

Visuaalisuus

Ruskon kunnan viestinnässä panostetaan myös visuaaliseen viestintään eli mm. kuviin, videoihin ja tiedon visualisointiin. Tämä parantaa viestinnän ymmärrettävyyttä ja rakentaa kunnan brändiä.

Tehokkuus

Viestinnän resurssit ovat rajalliset, joten viestinnässä otetaan aina huomioon myös toiminnan tehokkuus. Viestintätoimenpiteet ja kanavat valitaan aina viestinnän mahdollisimman suuren vaikuttavuuden mukaan.



Perusviestit

Ruskon kunnan perusviestit on listattu osana kunnan strategia- ja brändityötä. Alla niistä on nostettu keskiöön kolme, minkä lisäksi jokaisen kohdalla on hieman avattu, mitä ne tarkoittavat viestinnän näkökulmasta.

PÄÄVIESTIT

1. Palvelukokemus parasta laatua

Kunta viestii palveluiden kehittämisestä ja palveluissa tapahtuvista muutoksista sekä asiakastyytyväisyyskyselyistä, asiakaskokemuksista ja -palautteista.

Etenkin verkkoviestinnässä kuntalaisille avataan selkeästi ja ymmärrettävästi palvelujen sisältö, kenen palvelua kuuluu saada ja miten palvelua haetaan.

Esille tuodaan etenkin lapsiperheille tarjolla oleva palvelukokonaisuus.

2. Turvallinen asuinpaikka - rauhallinen arki

Kunta viestii ruskolaisesta luonnosta sekä tavoista nauttia siitä. Kunta viestii uusista asuinalueista ja puistoista sekä liikenneturvallisuuden ja kunnallistekniikan parannuksista.

Kunta kertoo, miten omassa ympäristössä havaituista puutteista voi kertoa ja antaa palautetta.

Myös talous on osa turvallisuutta.

3. Aktiiviset yhteisöt

Kunta nostaa esille aktiivisten ruskolaisten yhteisöjen ja yhdistysten toimintaa. Myös Ruskon kunnan työntekijät ovat yksi tällainen aktiivinen yhteisö ja sitä hyödynnetään etenkin rekrytointia koskevassa viestinnässä.

MUUT VIESTIT

4. Hyvä olo nuorille

Kunta viestii kaikista nuorille tarjolla olevista palveluista - niin kunnan kuin muittenkin järjestämistä.

5. Elämänlaatua vanhuksille

Kunta viestii kaikista vanhuksille tarjolla olevista palveluista - niin kunnan kuin muittenkin järjestämistä.

6. Vahva talous

Kunta viestii talousarviosta ja tilinpäätöksestä sekä kunnan tekemistä investoinneista.

Kunta kertoo, miten vahva talous vaikuttaa kuntalaisten arkeen.

7. Toimintaedellytyksiä yrityksille

Kunta viestii uusista ja vapaana olevista yritystonteista ja toimitiloista sekä yhteistyöstään yritysten ja yrittäjäjärjestöjen kanssa.

Kunta nostaa esille merkittäviä ruskolaisia yrityksiä.

8. Uusia tapoja vaikuttaa

Kunta kokeilee erilaisia vaikuttamistapoja esimerkiksi sosiaalisessa mediassa: kyselyjä, mielipidetiedusteluja ja päätöksenteossa olevien asioiden esittelyä

9. Elämyksellinen ympäristö - aitoa kohtaamista

Kunta antaa viestinnässään tilaa kuntalaisten tunteelle kotiseudustaan. Kunnan viestinnässä tuodaan esille luonnon kiertokulku ja sen liittyminen ruskolaisten arkeen.

Viestinnän nykytilanne

Verkkoviestintä

Rusko.fi-verkkopalvelu on käyttöliittymältään nykyaikainen, mutta ulkoasultaan ei kovin yhdenmukainen. Etusivun karusellikuvat ja niiden tekstityylit eivät ole yhdenmukaiset ja sivustolle tultaessa on hieman vaikea liittää metsoa ja rohkeasti lentämistä Ruskoon. Myös Digisulka on sanana vieras, eikä sen sisältö avaudu kuvasta.

Etusivu toimii hienosti myös mobiilikäyttäjille ja navigaatio vaikuttaa toimivalta. Sisällöllisesti etusivulla hämää Uutiset- ja Ajankohtaiset-otsikot. Mikä on niiden ero?

Verkkosivujen kävijämääriä ei seurata.

Sosiaalinen media

Ruskon kunta on mukana Facebookissa ja Instagramissa.

Facebook:

- Ruskon kunta 1139 seuraajaa
- Ruskon kunnankirjasto 364 seuraajaa

Instagram:

- Ruskon nuorisopalvelut 328 seuraajaa

Sosiaalisesta mediasta ei ole olemassa ohjeistusta tai pelisääntöjä. Sisällöntuotannosta puuttuu strategisempi ja suunnitelmallisempi ote ja se ei ole kovinkaan vilkasta. Julkaisuihin sitoutuminen ei ole korkealla tasolla.

Mediatiedottaminen

Medialle ei juurikaan lähetetä tiedotteita. Kokoustiedottaminen sujuu lähinnä esityslistojen välityksellä. Medialle ei lähetetä päätöstiedotetta valtuuston tai kunnanhallituksen kokouksista. Medianäkyvyyttä ei myöskään seurata muuta kuin mutu-tuntumalla.

Digisulka-tiedotuslehti

Digisulka ilmestyy kaksi kertaa vuodessa. Se julkaistaan verkkosivuilla ja jaetaan Turun Tienoon välissä paperisena kaikkiin ruskolaisiin talouksiin. Julkaisun sisältö jää lupauksestaan - puhetta ja huomioita arjesta - huolimatta kovinkin yleiseksi ja paperinmakuiseksi. Se kaipaisi selkeästi toimituksellisempaa otetta. Nimi on etenkin paperiselle julkaisulle kovin harhaanjohtava ja konsepti ehkä muutenkin hieman vaikeasti hahmotettava ainakin ensikohtaamisella.

Digisulka-verkkosivujen kävijätietoja ei seurata eikä julkaisusta ole kerätty palautetta.

Ruskolainen- ja Turun Tienoo -ilmoitustila

Ruskolainen ja Turun Tienoo ovat kunnan viralliset ilmoituslehdet ja molempiin on vuosisopimus kuukausihinnalla ainakin vuoden 2020 loppuun saakka.

Turun Tienossaa julkaistaan lähinä ilmoituksia ja kuulutuksia, Ruskolaisessa muutakin viestintää.

Ruskolainen on julkaisuna vanhanaikainen ja hieman epäsiisti, mutta se on varmaankin etenkin vanhemmille ruskolaisille tuttu ja turvallinen viestintäkanava - vaikkei jokaista ruskolaista kotia mainoslehtisenä saavutakaan. Ruskon omat viestit Ruskolaisessa eivät ole visuaalisesti Ruskon näköisiä ja sisällöllisesti niiden tulisi olla enemmän uutisluontoisia.

Esitemateriaali

Kunnan tonttimarkkinoinnin yhteydessä jaettava esite keskittyy nimenomaan tontteihin Ruskon yleismarkkinoinnin sijaan.

Uusille asukkaille ei ole varsinaista esitettä, vaan sen asiaa ajaa palveluhakemisto, joka on helposti tiedoiltaan vanhentunut.

Palveluista ei ole juurikaan tehty erillisiä esitteitä.

Wilma

Perusopetuksen ja varhaiskasvatuksen viestintä lasten vanhemmille tapahtuu Wilman kautta. Siihen ei koeta kehittämistarpeita.

Rekrytointi

Kunnan rekrytointi-ilmoitukset julkaistaan kuntarekry.fi:ssä ja toimialan oman päätöksen mukaan mahdollisesti muissa medioissa. Sosiaalista mediaa ei hyödynnetä rekrytoinnissa.



Viestintävastuut ja viestinnän organisointi

Viestinnän kehittämiseksi olisi hyvä kerätä vähintään viiden hengen viestintätiimi, joka koontuisi vähintään kerran kuussa suunnittelemaan ja kehittämään tulevaa viestintää. Alkuvaiheessa tiimiin olisi hyvä valjastaa toimialoilta ne kaikista innokkaimmat henkilöt ja sille olisi hyvä valita vetäjä, joka tuntisi jonkinasteista intohimoa viestinnän kehittämiseen. Tiimille tulisi mahdollistaa sen tarvitsema viestinnän koulutus, aluksi ainakin liittyen sosiaalisen median ja verkkouutisten sisällöntuotantoon.

Viestintätiimin lisäksi viestintään tulisi panostaa nimeämällä yksi viestinnästä vastaava henkilö, jolle osoitetaan tähän työajasta selkeä osuus. Hänellä tulisi olla - tai hänelle tulisi pikaisesti hankkia - riittävä viestinnän perusosaaminen: viestinnän suunnittelu ja toteuttaminen eli esim. mediatiedotteiden, verkkouutisten ja sosiaalisen median julkaisujen kirjoittaminen ja kuvittaminen. Vaihtoehtona tälle olisi, että organisaatiossa olisi viestinnän teknisestä toteutuksesta vastaava henkilö ja varsinainen viestinnän toteuttaminen pääsääntöisesti ostettaisiin.

Viestinnän ja markkinoinnin käytännön vastuutus olisi hyvä pohtia selkeäksi, vaikka kullakin toimialalla on oma viestintävastuunsa.

| | |
|---|---|
| Mediatiedotteiden lähettäminen | Tiedotteen sisältö: kunnanjohtaja tai hänen valtuuttamansa henkilö tai toimialajohtaja Tiedotteen kirjoittaminen ja lähettäminen: viestintätiimi/viestintävastaava |
| Verkkosivujen palvelusivut | Kunkin toimialan johtaja vastaa palvelusivujen sisällön oikeellisuudesta ja selkeydestä Verkkosivujen päivittämisestä huolehtii kullakin toimialalla siihen perehdytetty henkilö |
| Verkkosivujen uutiset | Uutisen sisältö: kunnanjohtaja tai hänen valtuuttamansa henkilö tai toimialajohtaja tai viestintätiimi Uutisen kirjoittaminen ja julkaiseminen: viestintätiimi/viestintävastaava |
| Sosiaalisen median julkaisut | Julkaisuista vastaavat viestintätiimin jäsenet ennalta tehdyn suunnitelman mukaan |
| Ruskolainen, Digisulka tai vastaava julkaisu | Materiaaleista vastaa viestintätiimi ja materiaalien tuottamisesta ja toimituksesta viestintävastaava |

Kriisi- tai poikkeustilojen viestintää johtaa kunnanjohtaja. Viestinnän kehittämisestä vastaa kunnanhallituksen hyväksymien suuntaviivojen mukaisesti viestintätiimi nimetyn vetäjän johdolla.



Viestinnän kehittämistoimenpiteitä

Viestintään kaivataan aktiivisempaa otetta ja viestinnän tuloksena halutaan enemmän näkyvyyttä Ruskon erinomaisuuksille. Toimenpiteitä on jaoteltu taulukkoon kanavakohtaisesti ja niiden aikataulutuksessa ja toteutuksessa on pyritty realismiin. Jokainen toimenpide tulisi nähdä laajasti ja pohtia, miten kutakin toimenpidettä voi hyödyntää muissa kanavissa.

| Toimenpide | Kohderyhmä | Aikataulu | Vastuu |
|--|--|---|---|
| <p>Viestinnän vastuutus, resursointi ja suunnittelu</p> <p>Viestintävastuista ja -resursseista päättäminen sekä viestintätiimin perustaminen</p> <p>Viestintävastaavan ja -tiimin koulutus</p> <p>Viestintätiimin kuukausikokoukset ja ajankohtaisviestinnän suunnittelu</p> <p>Viestintätiimin sparraus viestintäammattilaisen toimesta: osallistuminen kuukausikokouksiin</p> <p>Viestinnän ostopalveluresurssien arviointi kustannustehokkuuden ja vaikuttavuuden näkökulmasta.</p> <p>Viestinnän vuosikellon laatiminen vuodelle 2021</p> | Kaikki | <p>Syksy 2020</p> <p>Syksy 2020</p> <p>Jatkuva</p> <p>Syksy 2020</p> <p>Syksy 2020</p> <p>12/2020</p> | <p>Kunnanjohtaja</p> <p>Kunnanjohtaja</p> <p>Viestintävastaava ja -tiimi</p> <p>Kunnanjohtaja</p> <p>Viestintätiimi</p> <p>Viestintätiimi</p> |
| <p>Ruskon oman valokuva-aineisto</p> <p>Visuaalinen viestintä vaatii tuekseen monipuolista ruskolaista kuvamateriaalia.</p> <p>Kuvaussuunnitelma</p> <p>Kuvaukset</p> | Kaikki | <p>Syksy 2020</p> <p>Tuleva vuosi</p> | Viestintätiimi |
| <p>Verkkoviestintä</p> <p>Etusivun karuselliin kuvien ja tekstien muuttaminen</p> <p>Palvelusivujen sisältöjen kartoitus</p> <p>Uutisosioon 2-4 uutista/kuukausi</p> <p>Tapahtumaosion aktivoiminen eli toimivan käytännön kehittäminen, miten kaikki Ruskon tapahtumat saadaan kunnan sivuille</p> <p>Rusko kehitty -osion aktivoiminen tai poistaminen</p> | <p>Nykyiset ja tulevat ruskolaiset</p> <p>11</p> | <p>10/2020</p> <p>Syksy 2020</p> <p>Jatkuva</p> <p>Syksy 2020</p> <p>Syksy 2020</p> | <p>Viestintävastaava</p> <p>Toimialajohtajat</p> <p>Viestintätiimi</p> <p>Viestintätiimi</p> <p>Johtoryhmä</p> |

| Toimenpide | Kohderyhmä | Aikataulu | Vastuu |
|---|---------------------------------|---|---|
| <p>Digisulka</p> <p>Julkaisun lopettaminen tai julkaisun tason nostaminen toimitukselliseksi - ja eri nimellä julkaistavaksi - tiedotuslehdeksi esimerkiksi uuden strategiakauden alkaessa.</p> | Ruskolaiset | Syky 2020 tai syky 2021 | Kunnanjohtaha ja toimialajohtajat |
| <p>Ruskolainen</p> <p>Julkaisujen suunniteltu sisällöntuotanto ja uutismainen ote sekä visuaalisuuden tuominen mukaan. Parasta olisi, jos kunnan osuus olisi aina yksi sivu, joka olisi valmiiksi taitettu Ruskon näköiseksi houkuttelevaksi kokonaisuudeksi.</p> <p>Kanavan kattavuuden ja vaikuttavuuden selvittäminen.</p> | Ruskolaiset | Syky 2020 | Viestintätiimi ja -vastaava |
| <p>Mediatiedotteet</p> <p>Aktiivinen tiedottaminen mm. merkittävistä valmisteilla olevista asioista ja rakennusinvestointien seuraaminen.</p> <p>Tiedotepalvelun ostaminen ulkopuoliselta viestinnän osaajalta puolen vuoden ajan "malliksi" tulevalle toiminnalle.</p> <p>Mediatiedotteet johtoryhmässä asiana viikottain, viestintävastaava mukana</p> <p>Hyödynnetään turun Tienoon laajajakelut 29.10., 26.11. ja 22.12.</p> <p>Mediatiedotteista tehdään aina myös uutinen nettisivuille ja uutinen huomioidaan sosiaalisessa mediassa.</p> | Kaikki | Jatkuva | Kunnanjohtaja ja toimialajohtajat |
| <p>Esitemateriaalin uusiminen</p> <p>Uusi yleisesite ja esittelyvideo, joissa pääpaino asukkaissa ja asumisessa. Esitteen pohjalta tehdään myös uudet esittelydiat ja sisältöjä sosiaaliseen mediaan.</p> <p>Esite jaetaan jokaiseen ruskolaiseen kotiin, koska jokainen ruskolainen on myös ruskolaisuuden sanansaattaja.</p> <p>Lapsiperheiden oma palveluopas</p> | Nykyiset ja tulevat ruskolaiset | syky 2021, päivitetään kahden vuoden välein | Kunnajohtaja ja toimialajohtajat, viestintätiimi ja viestintävastaava |
| | | Syky 2020 | |

| Toimenpide | Kohderyhmä | Aikataulu | Vastuu |
|--|--|--|--|
| <p>Sosiaalinen media: Facebook</p> <p>Facebookin erilaisten sisältöjen ideointi-workshop</p> <p>Facebook-julkaisukalenterin laatiminen</p> <p>Sosiaalisessa mediassa jaetaan kaikki verkkosivujen uutiset, taphtumat ja rekryointi-ilmoitukset</p> <p>Julkaisujen visuaalinen ilme tuo esille Ruskon brändiä ja julkaisujen laatimisessa on käytössä joku visuaalisuuden mahdollistava ilmaisohjelma, esimerkiksi Canva.</p> <p>Facebook-videot avustuksia saaneilta yhdistyksiltä - 10 valittua yhdistystä esittelee muutaman minuutin videolla, mitä toimintaa he järjestävät kunnalta saamallaan avustuksella.</p> | <p>Nykyiset ja potentiaaliset asukkaat</p> | <p>10/2020</p> <p>10/2020</p> <p>Jatkuva</p> <p>Jatkuva</p> <p>Heti kokeilu 10 eri yhdistyksen kanssa ja kokeilun onnistuessa videon toimittaminen ehdoksi avustuksen saamiselle</p> | <p>Viestintätiimi</p> <p>Viestintävastaava</p> <p>Viestintävastaava</p> <p>Viestintätiimi</p> <p>Viestintävastaava</p> |
| <p>Sosiaalinen media: Instagram</p> <p>Instagram, joka on etenkin nuorten naisten parissa kasvava media, kannattaa ottaa käyttöön ja aluksi vaikka osallistavasti eli luovuttaen kanava Rusko-reportterien käsiin - Kunnan Instagram-tili luovutetaan kuukaudeksi kerrallaan aktiivisen ruskolaisen käsiin. Reportteri sitoutuu julkaisemaan kuukauden aikana vähintään 15 julkaisua, joissa kertoo itselleen Ruskolla tärkeistä asioista. Ensimmäiset kuusi reportteria voivat olla esim. MLL:n, 4H:n ja Ruskon naisvoimistelijoiden kolme aktiivista, luontoihminen, koiraihminen sekä joku Ruskolle juuri muuttanut tai sinne rakentava.</p> | <p>Nykyiset ja potentiaaliset asukkaat</p> | <p>Heti kuuden kuukauden kokeilu ja kokeilun onnistuessa jatkuva käytäntö</p> | <p>Viestintävastaava</p> |

Seuranta

Kaikkien viestintätoimenpiteiden onnistumista seurataan ja toimintaa kehitetään hyväksi havaittujen toimintatapojen pohjalta.

Kunnan johtoryhmä arvioi viestinnän tilaa kuntien viestinnän seuranta- ja arviointijärjestelmän KISA-pikatestin avulla vuosittain.

*KISA-järjestelmä ja pikatesti alkaen sivulta 109:
www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/KISA-julkaisu.pdf*

Verkkosivuston kävijämääriä ja suosituimpia sivuja seurataan Google Analytics -työkalulla tai vastaavalla. Syksyllä 2020 tehdään alkuanalyysi, minkä jälkeen kävijämääriä seurataan vähintään vuosittain.

Sosiaalisen median kanavien seurannassa käytetään niiden omia analyysityökaluja.

Mediaseurannassa otetaan huomioon näkyvyyden määrän lisäksi näkyvyyden laatu eli juttujen positiivinen, negatiivinen tai neutraali sävy.

Kunnalle tulevaa palautetta seurataan jatkuvasti ja viestintää kehitetään annetun palautteen pohjalta.



Viestintä ei ole sanoja
- se on tekoja!



Mainostoimisto Hurraa Oy
Viestintäjohtaja Mari Koivunen
mari@hurraa.fi
040 7266 372
www.hurraa.fi