

Viestintäohje

1. Viestinnän tavoite

Viestinnän tavoitteena on, että Vetelin kunta tunnistetaan visionsa ja arvojensa mukaisesti elinvoimaisena ja yhteisöllisenä kuntana. Vetelin kunnan keskeisiä arvoja ovat turvallisuus, vuorovaikutus ja laadukkaat palvelut. Viestinnällä varmistetaan kuntalaisille oikean, ajantasaisen ja ymmärrettävän tiedon saatavuus kunnan toiminnasta, palveluista ja päätöksistä.

Viestinnän peruseriaatteet ovat:

- **Avoimuus** - tiedotetaan asioista avoimesti
- **Ajantasaisuus** - tiedotetaan ajantasaista tietoa
- **Luotettavuus** - tieto on varmistettua tietoa
- **Ymmärrettävyys** - selkeää ja ymmärrettävää viestintää

2. Viestinnän vastuut

Viestinnässä noudatetaan kuntalain 29 § ohjeistusta. Kunnan viestintää ohjaa ja valvoo **kunnanhallitus**.

- **Kunnanjohto** vastaa strategisesta- ja kriisiviestinnästä
- **Viranhaltijat ja esihenkilöt** vastaavat oman toimialansa viestinnästä
- **Viestinnän vastuuhenkilöt** koordinoivat ja tukevat kunnan viestintää
- **Henkilöstö** hoitaa kunnan viestintää oman työnsä kautta ja ohjaa tiedustelut oikealle taholle.

3. Viestinnän kanavat

Kunta pyrkii strategian mukaisesti viestimään monikanavaisesti, avoimesti ja tasapuolisesti erilaisten kanavien kautta.

- **Kunnan verkkosivut**
- **Sosiaalinen media**
- **Kuntatiedote**
- **Painettu media**
- **Ulkomainonta**
- **Intranet/teams**
- **Sähköposti**

4. Sisäinen viestintä

KUKA VIESTII

- Työntekijä
- Esihenkilö
- Esihenkilön nimeämä henkilö

MITÄ VIESTITÄÄN

- Tärkeät ja olennaiset tiedot asiasta

KENELLE VIESTITÄÄN

- Heille, joita asia koskee
- Heille, joiden tulee olla tietoisia asiasta
- Heille, joiden työhön asia voi vaikuttaa

MITEN VIESTITÄÄN

- Kasvotusten
- Kokouksessa, palaverissa
- Puhelimitse, sähköpostilla, viestillä
- Teams / muussa intranetissä, muulla foorumilla
- Kirjeellä

MILLOIN VIESTITÄÄN

- Hyvissä ajoin etukäteen ja oikea-aikaisesti
- Silloin kun asia on ajankohtainen

VIESTINNÄN ONNISTUMINEN VARMISTETAAN

- Valitsemalla oikeanlainen kanava ja tapa viestiä erilaisille vastaanottajaryhmille ja viestin vastaanottajille
- Pyytämällä kiittoa tai reagointia viestittävään asiaan
- Keskustelemalla asiasta

MITEN VIESTINTÄÄ KEHITETÄÄN

- Analysoimalla epäonnistunut viestintätilanne

- Valitsemalla käyttöön ja jakamalla onnistuneita viestintätilanteita työyhteisössä
- Sisäisillä kyselyillä
- Tärkeät asiat viestitään kirjallisesti
- Asiat tiedostetaan ensin sisäisesti, jonka jälkeen tieto voidaan julkistaa

5. Ulkoinen viestintä

KUKA VIESTII

- Ulkoisesta viestinnästä vastaavat toimialojen johtavat viranhaltijat sekä esihenkilöt ja henkilöstö omien valtuuksiensa ja velvollisuuksiensa mukaisesti.
- Keskitetysti asiakassihteeri, ennalta päätettyihin viestinnän kanaviin.

MITÄ VIESTITÄÄN

- Viestinnässä tulee kertoa kunnan toiminnasta, päätöksistä, palveluista ja ajankohtaisista asioista kuntalain mukaisesti

KENELLE VIESTITÄÄN

- Viestintä kohdistetaan kuntalaisille, sidosryhmille, henkilöstölle ja muille kunnan toiminnasta kiinnostuneille

MITEN VIESTITÄÄN

- Viestinnän tulee olla avointa, selkeää, ajantasaista ja saavutettavaa. Viestinnässä hyödynnetään monipuolisesti erilaisia viestintäkanavia

MILLOIN VIESTITÄÄN

- Viestinnän tulee olla ennakoivaa, ajantasaista, oikea-aikaista ja jatkuvaa. Viestintää toteutetaan siten, että se palvelee kaikkia kuntalaisia

VIESTINNÄN ONNISTUMINEN VARMISTETAAN

- Viestintää seurataan erilaisilla menetelmillä mm. tavoittavuudella, ymmärrettävyydellä sekä palautteella

MITEN VIESTINTÄÄ KEHITETÄÄN

- Viestinnän kehitys on jatkuvaa, sitä kehitetään palautteen, seurannan ja muuttuvien tarpeiden seurauksena. Koulutetaan henkilöstöä ja kehitetään viestintäkanavia tarvittaessa

6. Viestintä häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa

Häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa viestinnän merkitys kasvaa. Viestinnän vastuuhenkilöt häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa on määritelty erillisissä suunnitelmissa. Häiriötilanteita ovat mm. sähkökatkot, häiriöt vedenjakelussa, myrskyt ja muut uhkaavat tilanteet. Häiriötilanteissa käytetään tarpeen mukaan niitä varten erikseen suunniteltuja viestintävälineitä.

Häiriötilanteiden ja poikkeusolojen viestinnässä käytetään visuaalisesti tunnistettavaa yhtenäistä mallia. Häiriötilanteissa ensisijainen viestintäkanava on kunnan verkkosivut ja toissijainen viestintäkanava on sosiaalinen media.

- **Mitä on tapahtunut**
- **Tilanteen vaikutus ihmisiin**
- **Tilanteen arvioitu kesto**
- **Mahdolliset lisäohjeet kuntalaisille**
- **Mistä saa lisätietoa kyseisestä asiasta**

7. Markkinointiviestintä

Markkinointiviestinnällä pyritään lisäämään kunnan tunnettavuutta sekä vahvistamaan sen elin-, pito- ja vetovoimaa. Markkinointiviestinnän keskeisimpiä tarkoituksia on lisätä kunnan kiinnostavuutta potentiaalisten uusien asukkaiden, yritysten ja palveluiden näkökulmasta, huomioiden myös matkailijat ja paluumuuttajat. Samalla on tärkeää, että kuntalaiset kokevat saavansa riittävästi ja oikea-aikaisesti tietoa kunnan ajankohtaisista asioista sekä ovat tyytyväisiä viestinnän selkeyteen ja saavutettavuuteen. Pitovoima on keskeinen tunnistettava tekijä, johon vaikuttavat erityisesti työpaikat, palvelut, asuminen, yhteisöllisyys ja saavutettavuus. Pitovoiman perimmäinen tarkoitus on varmistaa, että nykyiset asukkaat viihtyvät kunnassa ja haluavat jatkaa siellä asumista.

- **Strateginen vastuu** (viestinnän painopisteet) on kunnanjohtajalla ja kunnanhallituksella.
- **Operatiivisen** toteutuksen tekee asiakassihteeri tai hänelle nimetty varahenkilö
- **Sisällöstä vastaa** kunnan toimialat (hallinto, sivistys, tekninen)
- **Kaustisen seutukunta** erilaiset kampanjat

- **Mainonta** kunnan omien tapahtumien lisäksi kolmannen sektorin tapahtumista. Tapahtumien tulee olla kunnan arvojen mukaisia.
- **Kunnassa** on eettinen ohjeistus mainontaan ja tilojen vuokraukseen