



VESANTO

#SYDÄNMAA

Elinvoimaryhmän ja
johtoryhmän
kokous 04.04.2023

62°55'55"N
026°24'55"E

vesanto.fi



#sydanmaa #vesanto

KESKUSTELUA VIESTINNÄSTÄ:

- Pohjana Petrin tekemä jäsenitys (ks. lopussa)

NELJÄ ASIAKOKONAISUUTTA

- 1) Kahdet vankkurit: a) viranomaisviestintä, b) markkinointiviestintä
 - Viranomaisviestinnässä omat vaatimuksensa
 - Viestintä on sidoksissa myös osallisuuteen (esim. tieto palveluista ja osallistumismahdollisuuksista)
 - Foorumeita: SavoGrown aluemarkkinointitiimi, vesanto.fi, sydanmaa.vesanto.fi (➔ visit.vesanto.fi), koululla Pedanet-sivu
 - Vesannon kunnan fb-kanava tiedotuskäyttöön, jako kunnan nettisivuilta
 - Myös viranomaistavieistintä vuorovaikutteista ja osallistavaa



#sydänmaa #vesanto

KESKUSTELUA VIESTINNÄSTÄ:

- Pohjana Petrin tekemä jäsenitys (ks. lopussa)

NELJÄ ASIAKOKONAISUUTTA

1) Kahdet vankeutit: a) viranomaisviestintä, b) markkinointiviestintä

- Viestintäohjeen päivitys aloitettu 2021 (Kimmo): tarvitaan melko paljon sivuja (arvot, periaatteet, kanavat, suunnittelu, graafiset ohjeet ne on), ylläpitäjät ja oikeudet, kriisiviestintä jne.)



#sydänmaa #vesanto

KESKUSTELUA VIESTINNÄSTÄ:

- Pohjana Petrin tekemä jäsenitys (ks. lopussa)

NELJÄ ASIAKOKONAISUUTTA

2) Kohderyhmä, kohderyhmä, kohderyhmä!

- Miten viestitään ”omille” ja miten ”ulkopuolisille”
- Viestintästrategia valtuustokausittain?
- Miten luottamushenkilöt saadaan mukaan?
- Viestinnän/markkinoinnin on luotava arvoa kohderyhmälle: haluttu tieto tai palvelu löytyy, huvittaa hillitysti jne.
- Mitä vaikutusta kussakin kohderyhmässä tavoitellaan?



#sydänmaa #vesanto

KESKUSTELUA VIESTINNÄSTÄ:

- Pohjana Petrin tekemä jäsennys (ks. lopussa)

NELJÄ ASIAKOKONAISUUTTA

3) Tavoiteltava taso

- Mitä kukin osaa vs. mitä osaamista tarvitaan tavoitteiden saavuttamiseksi
- Tarvitaan tavoitteet ja seurantamittarit, jotta voidaan arvioida mitä tarvitaan mahdollisesti lisää

4) Osaaminen ja resurssit

- Paljon eroja, minkä lisäksi paljon teknisiä haasteita – tähänkin tarvitaan pohdintaa ja ratkaisuja



#sydänmaa #vesanto

RATKAISU:

- Työryhmä Anne, Kimmo, Raisa, Sari ja Tero pohtimaan asiaa
- Ensi vaiheessa Petrin taulukkopohjien täsmennys ja täydennys – erikseen viranomaisviestinnästä ja markkinointiviestinnästä; sitten laajempi dokumentti
- Seuraava kokous samalla poppolla torstaina 4.5.2023 klo 18-20
Tuvassa

Viestintähajatelmiä

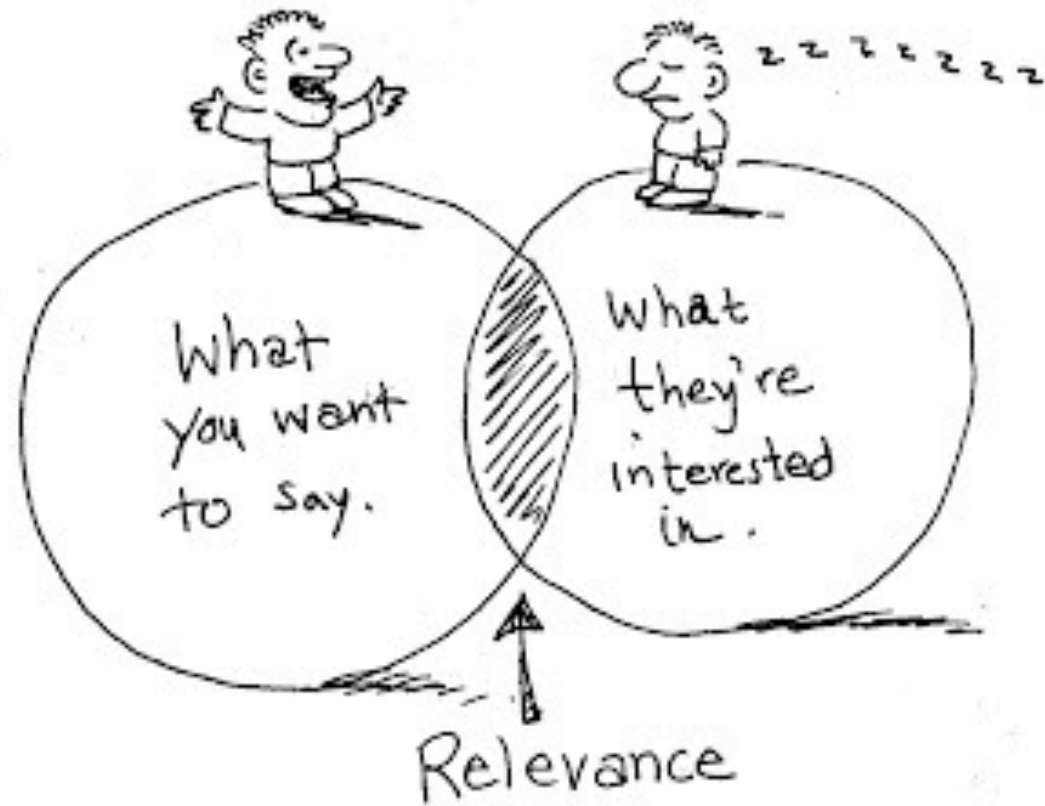
Elinvoimaryhmä 4.4.2023

Petri Huttunen

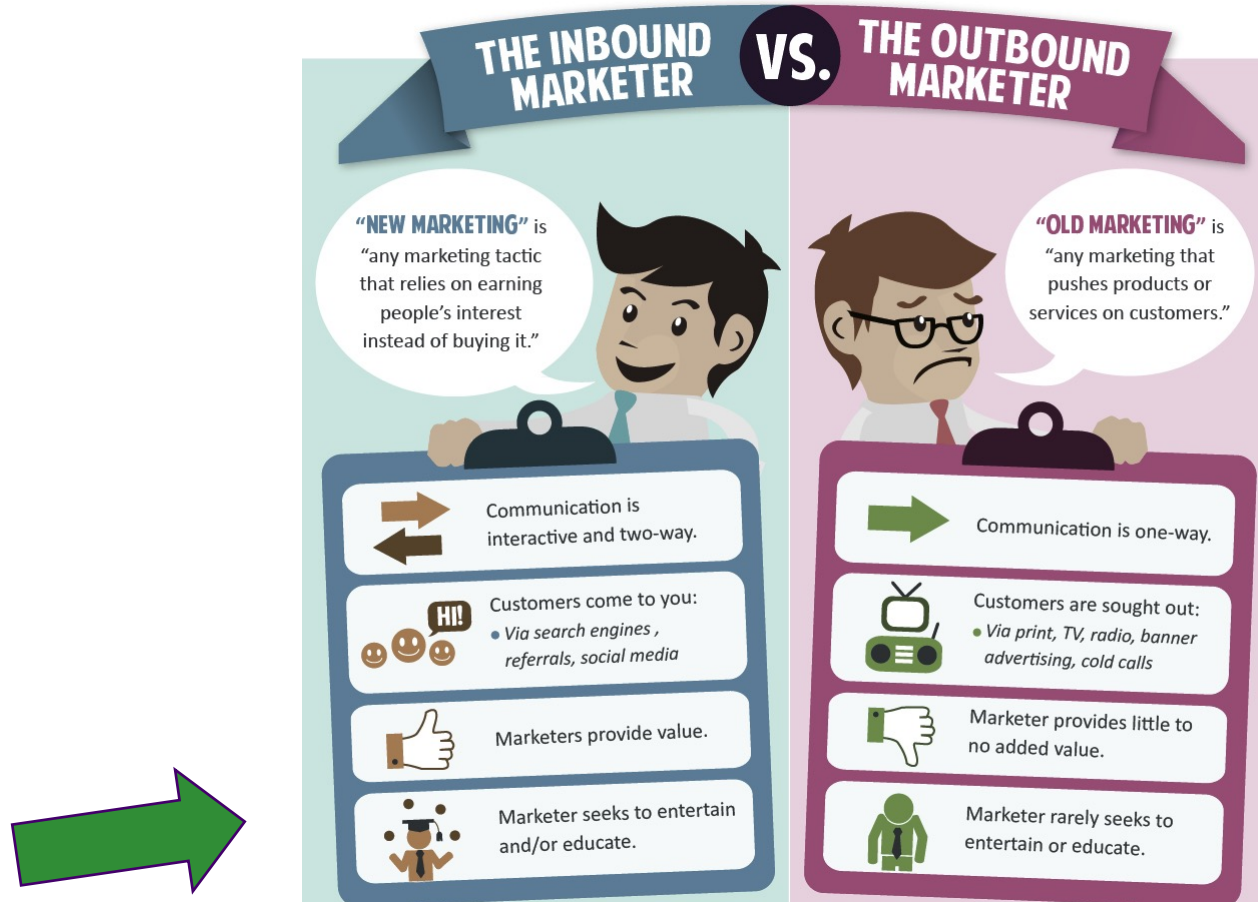
Internal



Päähuomio: Markkinoinnin on luotava arvoa kohderyhmälle!



Esimerkki arvon luonnista: "Educate or Entertain"



Joitakin kysymyksiä markkinoinnin suunnitteluun

- Kenelle me haluamme viestiä? → **Kohderyhmä**
- Minkä vaikutuksen haluamme kohderyhmissä saada aikaan? → **Tavoite**
- Mitä meidän kohderyhmät haluavat? Mistä he ovat kiinnostuneita? → **Sisältö**
- Miten tavoitamme eri kohderyhmät? → **Kanava**
- Mistä tiedämme onnistuimmeko? → **Mittari**

Esimerkki

Kohderyhmä	Kunnan työntekijät	Nuoret	Työikäiset	Ikääntyvät	Vapaa-ajan asukkaat	Muiden kuntien asukkaat
Tavoite	Työhyvinvointi, yhteenkuuluvuuden tunne	Hyvinvointi, ylpeys omasta kotikunnasta, paluumuutto	Hyvinvointi, helppo arki, alueen työmahdollisuuksista kiinnostuminen, ”iloinen veronmaksaja” / ylpeys omasta kotikunnasta	Hyvinvointi, terveys, aktiivinen elämä, osallisuus	Laadukas vapaa-aika, ylpeys omasta mökkikunnasta, paikallisten palveluiden käyttö, vakituinen asuminen	Kiinnostuminen Vesannosta: vakituinen asuminen, mökkeily, opiskelu, yrittäminen / työnteko
Sisältö	Tiedotus kuntaorganisaation ja päätöksenteon ajankohtaisista asioista, kehitysideoiden kerääminen toiminnan kehittämiseksi	Tapahtumat, kuppilan aukiolo, hauskat Vesanto-videot, opiskelu- / työmahdollisuudet, oman lukion markkinointi, paluumuuttaneiden kokemuksia, palveluiden laatu vs kaupungit, nuorisovaltuuston ajankohtaiset	Kunnan palveluiden markkinointi (hyvinvointi, liikunta, kulttuuri), palveluiden laatu vs kaupungit, palvelut lapsille ja lapsiperheille, tapahtumat, työpaikkailmoitukset, yrittäjätarinat	Kunnan palveluiden markkinointi (hyvinvointi, liikunta, kulttuuri), tapahtumat, palveluiden aukioloajat, asiointikyvyt, hyvinvointialueen tuottamien palveluiden saavutettavuus, kunnan päätöksenteko	Tapahtumat ja nähtävyydet Vesannolla ja lähialueilla, yritysten yhteystiedot, uimavesien puhtaus ja lämpötila, liikuntapaikkojen käyttömahdollisuudet, ”tekemistä sadepäiviksi”, etätömahdollisuudet, ”miten mökistä vakituinen asunto”	Nykyisten asukkaiden ja kuntaan muualta muuttaneiden kokemuksia, palveluiden laatu vs kaupungit, tenavatoni, tontit, myytävät ja vuokrattavat kiinteistöt, avoimet työpaikat, tapahtumat ja nähtävyydet, lukion tarjonta
Kanava	Sähköposti, henkilöstötilaisuudet, kunnan www-sivut, facebook, ”kunnanjohtajan blogi”, esimieskeskustelut	TikTok, Instagram, Snapchat, koulun henkilökunta	Facebook, kunnan www-sivut, rekryilmoitukset	Koteihin jaettavat tiedotteet, sanomalehdet, ilmoitustaulut, kyläillat, kunnan www-sivut	Kunnan www-sivut, Facebook, mökeille jaettavat tiedotteet, kesätapahtumat	Facebook (org + mainonta), twitter, ansaittu media / uutiset, Etuovi / Oikotie, rekryilmoitukset, tapahtumat, kunnan www-sivut, TikTok / IG / Snap (lukio)
Mittari	Säännöllinen työtyytyväisyyskysely, osallistujien lkm henkilöstötilaisuuksien	SoMe seuraajien lkm, Lukion opiskelijamäärä, hyvinvointi (hyvinvointikyselyt), palveluiden käyttäminen	Kunnan FB-sivun seuraajien lkm, palveluiden käyttö, tapahtumiin osallistuminen, työhakemusten lkm avoimiin paikkoihin	Hyvinvointi (hyvinvointikyselyt), TK-käynnit, tapahtumiin osallistuminen	www-sivujen kävijämäärä, FB-sivun seuraajien lkm, tapahtumiin osallistuminen, mökillä vietetty aika, yritysten heinäkuun liikevaihto	SoMe tavoitavuus, juttujen lkm mediassa, Google hakujen lkm (Google Trends), www-sivujen kävijämäärä, tapahtumiin osallistuminen, nettomuutto, kiinteistökauppojen lkm, lukion opiskelijamäärä
Vastuu	”Kunnanjohtaja”	”Nuoriso-ohjaaja”	”Hyvinvointipäällikkö”	”Hyvinvointipäällikkö”	”Kuntakehittäjä”	”Kuntakehittäjä”