

Toivakan kunta

# Viestintäsuunnitelma 2023

TOIVAKKA

*Elämisen elementit.*

## 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.

Laki velvoittaa ottamaan viestinnässä huomioon eri asukasryhmien tarpeet. Tämä tarkoittaa eri ikäryhmiä, asuinalueita, kieliryhmiä, erilaisia yhteisöjä sekä näkö-, kuulo- ja muita vammaisia. Erityisesti tulee muistaa kohdistaa ja tehostaa viestintää silloin, kun viestittävät asiat koskevat nimenomaan erityisryhmiä.

# Sisällysluettelo

Johdanto	4
Viestinnän tavoitteita	5
Visio ja missio	6
Viestinnän kohderyhmät	7
Viestinnän roolit ja vastualueet	8
Päätettävistä asioista viestiminen	10
Kuulutukset	12
Neuvonta & asiakaspalvelu	12
Sisäinen viestintä	13
Selkeys ja saavutettavuus	14
Arviointi ja mittaaminen	15
Viestinnän keinot/välineet, tavoitteet ja toimenpiteet	16
Graafinen ilme	17
Markkinointiviestintä	18

Liite:

Ohjeita tiedotusvälineiden kanssa viestimiseen

# Johdanto

Toivakan kunnan viestintäsuunnitelma on johdettu Toivakan kunnan viestintäohjeesta ja päivitetty vastaamaan ajankohtaisia viestintätarpeita. Viestintäsuunnitelman keskeinen tavoite on luoda pohja kunnan yhtenäisemmälle, monipuolisemmalle ja aktiivisemmalle viestinnälle, joka tukee Toivakan kuntatratgiaa 2022–2030.

Viestintäsuunnitelman tehtävänä on olla viestintää ja sen tavoitteita ohjaava dokumentti, joka helpottaa käytännön viestinnän toteutusta työssä. Viestintäsuunnitelman tarkoituksena on määrittää viestinnän tavoitteet ja periaatteet, selkiyttää roolit ja vastuut, kuvata viestinnän kanavat ja viestinnän kohderyhmät.

Toivakan strategian painospisteissä korostetaan vaikuttavaa viestintää sekä tunnettuutta, johon viestintäsuunnitelmalla pyritään antamaan selkeyttä ja tukea. Viestintäsuunnitelman lisäksi apuna on vuoden 2022 lopulla valmistunut erillinen sosiaalisen median strategia, joka antaa konkreettiset raamit ja ohjeita sosiaalisen median viestintään kuntaorganisaation henkilöstölle.

Kunnan viestinnän koordinoimista ja kehittämistä työstää etenkin viestintä- ja markkinointisuunnittelija, mutta on muistettava, että viestintää toteuttaa koko kuntaorganisaation henkilöstö sekä luottamushenkilöt yhdessä.

Tiedottaminen luo kuntalaisille edellytykset vaikuttaa ja toimia kunnan jäsenenä. Jokaisella kansalaisella on oikeus saada tieto julkisista viranomaisten asiakirjoista. Asiakirjat ja tietojärjestelmiin sisältyvät tiedot ovat löydettävissä kunnan kotisivuilta [www.toivakka.fi](http://www.toivakka.fi). (Kuntalaki 410/2015, 29§, Viestintä)

Kunta tiedottaa asukkailleen vireillä olevista asioista sekä niitä koskevista suunnitelmista • asioiden käsittelystä • tehdyistä ratkaisuista ja niiden vaikutuksista.

Kunta laatii katsauksia tarvittaessa koskien palveluja • taloutta • ympäristönsuojelua • maankäyttöä

Asukkaille tiedotetaan, millä keinoin asioista voi esittää kysymyksiä ja mielipiteitä valmistelijoille sekä päättäjille.

# Viestinnän tavoitteita

Toivakan kunnan viestintä tukee kunnanvaltuuston hyväksymän kuntastrategian tavoitteita ja pyrkii vahvistamaan Toivakan kunnan asemaa elinvoimaisena ja itsenäisenä kuntana, hyvänä asuinpaikkana elää ja yrittää. Kunta pyrkii viestimään asioistaan avoimesti, tasapuolisesti, luotettavasti, ajoissa ja selkeästi suomenkielellä.

Viestin sisältö ja viestintäväline suunnitellaan kohderyhmän tarpeiden mukaan. Verkkoviestinnän tehokkuus ja digitalisaation mahdollisuudet ovat olennaisia myös viestinnän kehittämisen ja uusien kanavien suunnittelun kannalta. Tulkkipalvelut sekä vieraalla kielellä viestiminen järjestetään tarvittaessa.

## Palvelut ja niiden kehittäminen

Aktiivisella viestinnällä pyritään mahdollistamaan kuntastrategiassa vahvistetut päämäärät ja tavoitteiden toteutuminen, tehdään kunnan palvelut näkyviksi ja saavutettaviksi yhdenvertaisesti kaikille.

Kunta viestii palveluistaan ja niiden käyttämiseen liittyvistä asioista kuntalaisille ja eri sidosryhmille. Viestinnällä pyritään tekemään palvelut tunnetuiksi, parantamaan palveluja ja varautumaan auttamaan ongelmatilanteissa.

## Tavoitteet

Tavoitteina on kuntastrategiassa vahvistettujen päämäärien ja tavoitteiden toteutuminen, luoda ja vahvistaa Toivakan kunnan imagoa, tukea johtamista, palveluiden järjestämistä, markkinointia ja elinkeinoelämää, tukea henkilöstön viihtyvyyttä ja osaamista sekä uuden henkilöstön rekrytointia ja perehdyttämistä, antaa kuntalaisille tietoja heidän oikeuksistaan ja velvollisuuksistaan ja lisätä heidän osallistumisaktiivisuutta, vaikutusmahdollisuuksia ja kiinnostusta yhteisiä asioita kohtaan, vähentää henkilöstön tai asukkaiden keskuudessa syntyvää epävarmuutta erilaisissa muutostilanteissa, antaa oikea, avoin ja johdonmukainen kuva kunnan toiminnasta, taloudellisesta tilanteesta ja tulevaisuuden suunnitelmista.



**VIESTINTÄ ON OSA KAIKKEA TOIMINTAA, PÄÄTÖKSENTEKOA JA SUUNNITTELUA, JA SE TUKEE KUNNAN PERUSTOIMINTOJA.**

## **VISIO**

**Tehokas ja vaikuttava viestintä ja markkinointi. Yhteinen, yhtenäinen ja johdonmukainen viestintä, joka tukee Toivakan kuntastrategian toteutumista.**

## **MISSIO**

**Elinvoiman vahvistaminen sekä pitovoiman ja etenkin vetovoiman lisääminen.**

# Viestinnän kohderyhmät

## Asukkaat

Nykyiset ja potentiaaliset uudet asukkaat, pois muuttavat asukkaat, kesäasukkaat ja alueella työssäkäyvät

## Yritykset ja työnhakijat

Nykyiset ja potentiaaliset uudet yrittäjät, laajentamishaluiset yrittäjät, työnhakijat, potentiaaliset työnhakijat

## Vierailijat ja media

Matkailijat, päivämatkailijat tapahtumissa kävijät, kuntaan kutsuttavat vierailijat, media, paikalliset ja alueelliset mediat

## Muut sidosryhmät ja yhteistyöverkostot

Luottamushenkilöt, muut kunnat, paikalliset, alueelliset ja valtakunnalliset viranomaiset, kuntakonserniin kuuluvat yhteisöt, alueen yhdistykset ja seurat, seudun oppilaitokset ja korkeakoulut

## Sisäinen viestinnän kohderyhmät

Henkilöstö, luottamushenkilöt ja kuntakonserniin kuuluvat yhteisöt



# Viestinnän roolit ja vastuualueet

Kunnanvaltuusto päättää strategiasta ja taloudesta sekä luo edellytykset viestinnälle ja palveluiden käyttäjille ja palveluiden käyttäjien osallistumiselle kunnan toimintaan.

Kunnanhallitus ohjaa ja johtaa kunnan viestintää ja tiedottamista kunnan toiminnasta. Kunnanhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat. Kunnanhallitus päättää viestinnän ja markkinoinnin strategisista ratkaisuista ja hyväksyy viestinnän kehittämistoimenpiteet.

Toimielimet luovat tehtäväalueellaan edellytyksiä läpinäkyvälle toiminnalle asioiden valmistelussa ja päätöksenteossa. Kunnanhallitus, lautakunnat, kunnanjohtaja sekä toimielinten palvelualueiden johtavat viranhaltijat huolehtivat siitä, että kunnan asukkaat ja palvelujen käyttäjät saavat riittävästi tietoja valmisteltavina olevista yleisesti merkittävistä asioista ja voivat osallistua ja vaikuttaa näiden asioiden valmistelussa. Viestinnässä käytetään selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otetaan huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet.

Kunnanjohtaja johtaa operatiivista viestintää. Valtuuston, hallituksen ja lautakuntien kokouspöytäkirjojen julkaisusta vastaavat palvelualuejohtajat, talous- ja hallintosuunnittelija, toimistosihteeri sekä palvelusihteeri.

Käytännön viestintävastuu on toimivalla johdolla ja viestintähenkilöstöllä. Toimiva johto vastaa viime kädessä päivittäisestä palvelu- ja päätösviestinnästä. Johtoryhmällä on tukena viestintävastaava, joka myös toimii hyvin itsenäisesti vastuullisena käytännön viestijänä päivittäisviestinnässä.

Viestinnän operatiivisesta kehittämisestä päättää kunnanjohtaja ja kehittämistoimista vastaa viestintä- ja markkinointisuunnittelija. Päivittäisviestinnästä ja sen koordinoinnista vastaa viestintä- ja markkinointisuunnittelija.

Tiedotusvastuu kuuluu kaikille viranhaltijoille ja työntekijöille. Jokainen viranhaltija ja työntekijä toimii tiedottajana omalla paikallaan ja siten myös velvollinen ohjaamaan asiakasta tietojen saamiseksi oikean henkilön luo. Vastuu hyvästä palvelusta ja tiedon oikeasta sisällöstä on jokaisella työntekijällä.

Viestintä- ja markkinointisuunnittelijan on oltava mukana johtoryhmätyöskentelyssä, jotta viestintää voidaan suunnitella hyvissä ajoin jo valmistelun käynnistyessä, ja myös ajankohdaksiin kysymyksiin voidaan puuttua viestinnän keinoin heti.



Viestintä- ja markkinointisuunnittelijalla on itsenäinen asema viestinnän linjausten toteutamisessa, mutta julkiset kannanotot kuuluvat ylimmälle johdolle. Viestintä- ja markkinointisuunnittelija koordinoi ja kehittää organisaation muuta viestintää ja vetää viestintäverkostoja, hoitaa käytännön päivittäisviestintää ja tukee koko organisaation viestintää.

Mediayhteydenotoista vastaavat kunnanjohtaja, palvelualuejohtajat ja luottamushenkilöt. Tiedottamisesta medioiden suuntaan päävastuussa on viestintä- ja markkinointisuunnittelija.

Jokainen organisaation jäsen on viestijä omassa työroolissaan: uutismedian haastateltavana omasta työstään, henkilöstön keskuudessa yhteishengen kehittäjänä, kuntalaisten kanssa asioidessaan, omassa lähipiirissään ja sosiaalisessa mediassa työasioista keskustellessaan. Jokainen tietystä palvelukokonaisuudesta vastuullinen henkilö huolehtii siitä, että omaa työtä koskevat tiedot ovat ajan tasalla julkisilla ja sisäisillä verkkosivustoilla.

Julkiseen keskusteluun osallistuminen on kaikkien oikeus, mutta oma rooli, sen edellyttämä asenne ja korrekti toimintatapa työnantajaa kohtaan on syytä muistaa. Varsinaiset lausunnot organisaation toiminnasta antaa aina toiminnasta vastaava johto.

Sosiaalinen median päivittäisviestinnästä ja koordinoinnista päävastuussa on viestintä- ja markkinointisuunnittelija. Lisäksi palvelualueiden omia sosiaalisen median kanavia päivittää palvelualueiden oma henkilöstö kunnan viestinnän linjausten mukaisesti.

Wilmaa käyttää opetushenkilöstö viestiessään oppilaille ja huoltajille.

Kunnan verkkosivujen pääkäyttäjänä toimii viestintä- ja markkinointisuunnittelija. Jokainen palvelualue vastaa kuitenkin omien tietojensa ajantasaisuudesta.

Kriisiviestinnän päävastuu on kunnanjohtajalla sekä palvelualuejohtajilla. Kriisitiedottamisen tukena toimii viestintä- ja markkinointisuunnittelija. Toivakan kunnan kriisiviestinnästä on erillinen ohje, jonka mukaan kriisitilanteen ja poikkeusolojen viestintää toteutetaan.

Intranetin pääkäyttäjänä ja kehittäjänä toimii viestintä- ja markkinointisuunnittelija. Henkilöstöllä on käyttöopastuksen jälkeen itsenäinen vastuu sen käyttämisestä tiedonhankintaan.

Myös luottamushenkilöillä on oma roolinsa kunnan viestinnässä ja kuntakuvan vahvistajana. Etenkin puheenjohtajilla on usein näkyväkin rooli kunnan edustajina monissa tilaisuuksissa. Luottamushenkilöiden käyttäytymisäänneksen mukaan luottamushenkilön tulee edistää kunnan ja sen asukkaiden parasta sekä toimia luottamustehtävässään arvokkaasti tehtävän edellyttämällä tavalla.

# Päätettävistä asioista viestiminen

Valtuuston, kunnanhallituksen ja lautakuntien esityslistat ovat luettavissa sähköisesti kunnan kotisivulla ja lähetetään sähköpostitse asianosaisille päättäjille. Esityslista laaditaan siten, että se sisältää vain asian käsittelyn edellyttämiä henkilö- ja yritystietoja. Salassa pidettäviä asioita ei anneta julkisuuteen. Esityslistan sisältö ja kieli pyritään kirjoittamaan selkeästi.

Kunnanvaltuuston kokoukset ovat julkisia, jollei valtuusto jossakin asiassa toisin päättä. Valtuuston kokouksia on mahdollista seurata suorana lähetyksenä verkon kautta. Muun toimielimen kuin valtuuston kokoukset ovat julkisia vain, jos toimielin niin päättää. Tiedottamisesta vastaavat yleensä esittelijät.

Käytännön kokoustiedottamisen suorittaa esittelijä tai kokouksen sihteeri. Keskeisistä ja tärkeistä päätöksistä tiedotetaan tilanteen mukaan eri tiedotuskanavissa: kunnan kotisivulla, sosiaalisessa mediassa sekä mediatiedottella. Lisäksi mahdollisesti lehdistä, radiossa tai televisiossa.

Pöytäkirjat liitteineen ovat lain mukaan julkisia, kun ne on allekirjoitettu. Pöytäkirjat ovat nähtävillä kunnan kotisivuilla. Päätösten asianosaisille lähetetään pöytäkirjanote ja oikaisuvaatimusohjeineen tai valitusosoituksineen tiedoksi kirjeellä. Pöytäkirjanote ja ohjeet on lähetettävä myös kaikille niitä pyytäneille.

Tiedotusvälineille kerrotaan päätöksistä ja niihin liittyvistä äänestyksistä, eriävistä mielipiteistä sekä muista käsittelyn kannalta merkittävistä asioista. Suljetun kokouksen keskusteluista ei kuitenkaan tiedoteta.

Viranhaltijat huolehtivat myös merkittävien viranhaltijapäätösten tiedottamisesta asianosaisille. Tarvittaessa päätöksistä laaditaan erillinen tiedote, jossa asian lyhyen esittelyn jälkeen mainitaan lisätietojen antajat ja heidän yhteystietonsa.



Kuntalain 109 §:n mukaisesti kunnan järjestämiä palveluja sekä kunnan toimintaa koskevat keskeiset tiedot on julkaistu [www.toivakka.fi](http://www.toivakka.fi) -sivuilla:

- kuntastrategia
- hallintosääntö
- talousarvio ja -suunnitelma
- tilinpäätös
- tarkastuslautakunnan arviointikertomus
- tilintarkastuskertomus
- kuntien yhteistoimintaa koskevat sopimukset
- konserniohje
- luottamushenkilöiden ja viranhaltijoiden sidonnaisuusilmoitukset
- luottamushenkilöiden palkkioiden ja korvausten perusteet
- palveluista perittävät maksut

## Kuulutukset

Yleissäännös julkisista kuulutuksista on hallintolaissa. Jos muun lain mukaan asiakirja on annettava tiedoksi julkisella kuulutuksella, tiedoksianto toimitetaan julkaisemalla kuulutus ja kuulutettava asiakirja kunnan verkkosivuilla sekä kunnantalon ilmoitustaululla. Kuulutus ja kuulutettava asiakirja pidetään yleisesti nähtävillä siihen liittyvän lain velvoittaman ajan.

## Neuvonta ja asiakaspalvelu

Yksilöllinen neuvonta ja tiedottaminen sekä palautteen vastaanotto ovat osa asiakaspalvelua kaikissa kunnan toimipisteissä. Palvelualueet huolehtivat siitä, että uusista ja muuttuvista palveluista, aukioloajoista, taksoista ja hinnoista ja muista toimintaan liittyvistä muutoksista tiedotetaan kuntalaisille ajoissa ja kattavasti. Asiakkaiden kyselyihin vastataan ja annetaan selvitys asian käsittelyn etenemisestä viipymättä, pääsääntöisesti kahdessa viikossa riippumatta siitä, miten kysely on tehty.

Verkkopalveluissa pyritään siihen, että asialliseen nimellä lähetettyyn palautteeseen vastataan kolmen vuorokauden sisällä palautteen saamisesta. Puhelinviestinnän nopeuteen ja toimivuuteen sekä henkilöstön tavoitettavuuteen kiinnitetään erityistä huomiota. Yhteydenottoihin pyritään vastaamaan mahdollisimman nopeasti. Suunnitelmista ja hankkeista sekä kunnan yleistilanteesta järjestetään tarvittaessa koko kuntaa koskevia asukastilaisuuksia mahdollistaen näin asukkaiden osallistumisen ja vaikuttamisen.

Valtuuston hyväksymien ilmoituskanavien lisäksi palvelualueilla on mahdollisuus oman harkintansa mukaan ilmoitella muissakin tiedotusvälineissä. Toivakkatalossa sijaitseva palvelupiste antaa apua kunnan asukkaita koskevissa asioissa. Toivakkatalon aulassa on myös asiakaskäyttöön tarkoitettu tietokone kuntalaisia varten.



# Sisäinen viestintä

Sisäinen viestintä on edellytys kunnan strategian ja tavoitteiden toteutumiselle, positiiviselle työilmapiirille ja työn tehokkuudelle. Hyvä sisäinen viestintä on myös ulkoisen viestinnän edellytys. Tehokas työskentely edellyttää, että tieto kulkee organisaation sisällä ja työntekijät tuntevat keskeiset työnsä tavoitteet.

Sisäinen viestintä kattaa henkilöstön ja johdon välisen, kunnan ja luottamushenkilöiden välisen, kunnan ja kuntakonserniin kuuluvien yhteisöjen välisen ja henkilöstön keskinen vuorovaikutuksen. Vuorovaikutusta ja tiedottamista tuetaan kokouksin, kehityskeskusteluin, tiedotteiden, intranetin, verkkosivujen, palautteen ja kyselyiden keinoin.

Henkilökunnan tulee tietää kunnan asioista ennen kuin ne kerrotaan julkisuudessa. On tärkeää, että myös vaikeista asioista keskustellaan. Sisäinen tiedottaminen on suullista, kirjallista tai sähköistä. Esityslistat, säännöt, ohjeet, suunnitelmat, muistiot, tiedotteet ja pöytäkirjat ovat helposti saatavilla ja esillä asianosaisille sekä kuntalaisille. Henkilöstö on ensisijaisesti myös itse vastuussa tiedonhankinnasta seuraamalla esimerkiksi Intraa ja sähköpostia.

Sähköpostijärjestelmä on sisäisen tiedottamisen käytännöllinen väylä. Esihenkilöt huolehtivat, että sähköpostilla lähetetyt kaikkia koskevat viestit saatetaan tiedoksi myös niille henkilöille, jotka eivät ole sähköpostilla tavoitettavissa.

Intraan on koottuna kaikki henkilöstöä koskevat lomakkeet, tiedotteet ja ohjeet. Intraa kehitetään sekä hyödynnetään jatkossa enenevässä määrin sisäisen viestinnän väylänä henkilöstölle. Sen seuraamiseen kannustetaan. Lisäksi Teams on olennainen sisäisen viestinnän kanava eri henkilöstöryhmien välisessä viestinnässä. Sisäisen viestinnän työkaluna oppilastyössä toimii myös opetushenkilöstön käytössä oleva Wilma.

Sisäistä viestintää pyritään kehittämään jatkuvasti palautteen, kehityskeskustelujen kautta sekä sisäisen viestinnän kanavia kehittämällä.



## Selkeys ja saavutettavuus

Selkeä kieli tukee saavutettavuutta ja ymmärrettävyyttä. Viestimisessä on pyrittävä siihen, että sisältö on helposti ymmärrettävissä. Selkeäkielinen viestintä tukee yhdenvertaisuutta.

Saavutettavuusvaatimukset vaikuttavat kaikkiin digitaalisiin palveluihin. EU:n saavutettavuusdirektiivi ja laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta ovat olleet voimassa vuodesta 2019 alkaen.

Käytännössä tämä tarkoittaa, että viranomaisten on varmistettava, että verkkosivustot ja mobiilisovellukset täyttävät saavutettavuutta koskevat vaatimukset.

Lain saavutettavuusvaatimukset koskevat lähtökohtaisesti kaikkia verkkosivustoja ja mobiilisovelluksia mukaan lukien kunnan sosiaalisen median kanavat sekä kaikki kotisivuille kytkeytyvät digitaaliset palvelut.

Saavutettavuusvaatimukset koskevat mm. teksti-, kuva-, kaavio-, linkki-, navigointi-, tapahtumakalenteri- ja asiakirjasisältöjä.

Saavutettavuusvaatimukseen voi perehtyä osoitteessa  
**[www.saavutettavuusvaatimukset.fi](http://www.saavutettavuusvaatimukset.fi)**

# Arviointi ja mittaaminen

Viestinnän onnistumista arvioidaan jatkuvasti. Kuntalaisilta ja muilta sidosryhmiltä pyritään saamaan suoraa palautetta palveluista ja käytetyistä toimintatavoista. Myös verkkopalveluiden käytettävyydestä ja tietojen oikeellisuudesta sekä ymmärrettävyydestä pyritään saamaan parannusehdotuksia.

Verkkosivuilta löytyy palautteenantomahdollisuus ja usein palauttekanavina toimivat myös sosiaalisen median kanavat. Palautteet käydään läpi, arvioidaan ja tarvittavat toimenpiteet suoritetaan. Kuntaorganisaation palvelualueet ovat vastuussa siitä, että palvelualueita koskeva ajankohtainen tieto löytyy verkkosivuilta.

Sisäisen viestinnän onnistumista arvioidaan henkilöstön kanssa käytävin keskusteluin. Henkilöstön työilmapiiritutkimuksia toteutetaan säännöllisesti ja niissä ilmenneitä parannusta kaipaavia seikkoja kehitetään aktiivisesti.

Viestintää mitataan laadullisesti eri sidosryhmien antamilla palautteilla ja asukaskyselyillä.

Määrällistä viestinnän mittaamista toteutetaan kävijämääräsaavutuksilla, mediaseurannalla, somekanavien ja –mainosten analyysillä sekä seuraaja-, tykkäys- ja jakotoimintojen datan analyysillä.



Viestinnän keino tai väline	Tavoitteet	Toimenpiteet
Perinteinen media	Lisääntynyt medianäkyvyys, aktiivinen yhteistyö	Tiedottaminen, kutsuminen tilaisuuksiin / tapahtumiin, juttutarjonta, paikallismediassa mainostaminen
Kunnan verkkosivut	Pääviestintäkanava, sähköisten palvelujen kehittäminen, ajantasaisuus, toimiva sisällöntuotanto	Kävijäkokemus: Palautteet, sähköisten palvelujen laajentaminen, saavutettavuuden varmistaminen, ajankohtainen tiedottaminen
Sosiaalinen media	Mielikuvatyö, viestinnän tehostaminen monikanavaisesti kanavien roolit huomioiden	Tiedottamisen tukeminen, mielikuvatyö, tunnettuuden lisääminen
Sisäisen viestinnän kanavat (Intra, sähköposti, Teams)	Intran ajantasaisuus ja kehittäminen, sähköpostitiedottamisen ajantasaisuus, palautteet ja kehityskeskustelut, kokoukset, tehokkaat ja joustavat työskentelytavat	Päivitetään ja kehitetään Intraa, tiedotetaan ajankohtaisista asioista henkilöstöä, vuoropuhelu henkilöstön ja esihenkilöiden välillä, koulutukset
Tapahtumat	Konsultoidaan viestintää esim. markkinointimateriaaleissa, kunnan markkinointi tapahtumissa, mielikuvatyö, asukastyytyväisyyden lisääminen, vierailijamäärien kasvu kunnan alueella	Yhteistyötoimenpiteet sidosryhmien kanssa, kuntalaisten, yhdistysten ja yritysten aktivoiminen osallistumaan, tapahtumat toteutetaan kunnan ilmeen mukaisesti
Visuaalinen viestintä	Yhtenäinen, brändin mukainen ilme kuntaorganisaatiossa	Käytetään graafisen ohjeen mukaisia virallisia pohjia ja materiaaleja, päivitetään vanhoja materiaaleja uuden ilmeen mukaiseksi



# Graafinen ilme

Kunnan graafista ilmettä on uudistettu 2021. Graafisen ilmeen noudattaminen on osa visuaalista viestintää sekä markkinointia.

Yhtenäinen ilme auttaa kuntalaisia ja eri sidosryhmiä tunnistamaan Toivakan ja sen palvelut sekä mieltämään ne osaksi yhtä ja samaa johdonmukaista kokonaisuutta.

Graafinen ohje ja valmiit sen mukaiset viralliset pohjat, kuten raporttipohjat, esityspohjat, sähköpostin allekirjoitus sekä logot löytyvät kunnan Intranetistä ja verkkoasemilta.

Kunnalla on myös kattava kuvapankki eri vuodenajoilta, jota henkilöstö voi hyödyntää osana viestintää ja markkinointia.



# Markkinointiviestintä

Viestintä ja markkinointi voidaan nähdä toisiinsa kytkeytyvinä, toisiaan tukevinä toimintoina, joiden tarkoituksena on yhdessä edistää kuntaorganisaation tavoitteita.

Markkinointiviestintää tehdessä on muistettava kohderyhmälähtöisyys. Toivakan kunnan brändi sekä strategiset tavoitteet ovat lähtökohtaisesti mukana markkinointiviestintää tehdessä.

Markkinointiviestintää tehdään eri palvelualueiden hyväksi sekä koko kunnan elinvoimaja pitovoiman kehittämiseksi. Markkinointiviestintää tehdään yrityksille, yksityishenkilöille, muille sidosryhmille sekä yleisesti imago- ja tunnettuustyönä.

## Markkinointiviestinnän kohderyhmät

**Uudet, potentiaaliset asukkaat ja yritykset**

**Uudet, potentiaaliset yhteistyökumppanit ja -verkostot**

**Nykyiset kuntalaiset, yritykset ja yhdistykset**

**Nykyiset yhteistyökumppanit ja –verkostot**

**Uudet, potentiaaliset työnhakijat**

**Matkailijat ja vierailijat**

**Muut mahdolliset kunnan palvelujen käyttäjät**



Markkinointiviestinnän kanavat ja keinot määrittää tavoiteltava kohderyhmä. Tyypillisimmät kanavat ja keinot ovat tapahtumat, kampanjat, perinteinen media, sosiaalinen media, uutiskirjeet, digimarkkinointi, verkkosivut ja yhteistyöverkostot, printtimateriaalit ja liikelahjat.

Markkinointiviestinnällä ja brändityöllä on tärkeä rooli. Niiden tarkoituksena on lisätä tunnettuutta, luoda positiivista imagoa ja tukea hyvää mainetta.

Jokainen kunnan henkilöstön jäsen sekä luottamushenkilöt rakentavat osaltaan kunnan brändiä. Roolimme on edistää positiivista viestintää ja mielikuvaa Toivakasta käydessämme dialogia kuntalaisten sekä virkamiesten kanssa ja kuntaa edustaessa. Markkinointiviestintää ideoi käytännön tasolla eri palvelualueilta koottu markkinointiryhmä, jota koordinoi viestintä- ja markkinointisuunnittelija. Kuntaorganisaation päätason markkinointiviestintää kehittää ja vie käytäntöön viestintä- ja markkinointisuunnittelija.

Markkinointiviestinnän tavoitteet riippuvat kohderyhmästä ja markkinoinnin kohteesta. Tunnettuustyön tavoitteet ovat laajemmat, kestoltaan jatkuvammat ja tuloksiltaan haastavammin mitattavat kuin esimerkiksi tonttimarkkinointikampanjan. Markkinointikampanjoiden tuloksellisuutta voidaan mitata ja analysoida esimerkiksi digimarkkinoinnissa saavutetun datan perusteella.

Markkinointiviestinnän onnistumista voidaan laajemmalla tasolla seurata esimerkiksi saavutetun medianäkyvyyden, uusien asukkaiden, palautteen sekä osallistumismääriä seuraamalla.

Markkinoinnissa hyödynnetään myös laajoja yhteistyömahdollisuuksia kunnan alueen yritys- ja yhdistystoimijoiden sekä muiden yhteistyöverkoston kanssa.

Jokaiselle tapahtumalle tai kampanjalle suunnitellaan erikseen sen yhteyteen vaadittavat markkinointitoimenpiteet, laaditaan käyttöbudjetti sekä tavoitteet. Tavoitteena voi olla tietty näkyvyyden saavuttaminen, mediahuomio, osallistujamäärä tai vaikka myynnin onnistuminen. Jälkikäteen käydään läpi markkinointitoimenpiteiden onnistuminen ja tuloksellisuus.



## Imagotyö tukeutuu Toivakan elämisen elementteihin

- Luonnonläheisyys
- Yhteisöllisyys
- Turvallisuus
- Palvelujen nykyaikaisuus, laatu ja tehokkuus
- Edullisuus
- Maaseudun rauha
- Helppo ja nopea kulkuyhteys isoon keskukseen ja sen palveluiden pariin
- Oman näköisen elämän rakentaminen hyvän elämän elementeistä

TOIVAKKA

*Elämisen elementit.*