



# Kannuksen kaupungin viestintäsuunnitelma 2023



# Viestintäsuunnitelma 2023

Kaupungin viestintä ja markkinointi välittävät tietoa sekä vahvistavat positiivista mielikuvaa Kannuksesta. Viestintäsuunnitelma linjaa Kannuksen kaupungin tavoitteet ja toimintatavat kohti suunnitelmallista, monikanavaista, avointa, vuorovaikutteista ja erilaisia kohderyhmiä puhuttelevaa viestintää. Suunnitelma toimii työkaluna ja tukena käytännön viestintää tekeville.

JULKAISIJA  
**Kannuksen kaupunki**  
Asematie 1,  
69100 Kannus  
[www.kannus.fi](http://www.kannus.fi)

19.05.2023



# Sisällys

<b>A</b>	<b>Ulkoinen viestintä.....</b>	<b>4</b>
	1. Viestintä toteuttaa kuntastrategiaa.....	5
	2. Ydinviestit Kannuksen kaupungista .....	6
	3. Viestinnän periaatteet.....	7
	4. Kenelle viestitään .....	7
	5. Kanavat .....	8
	6. Organisaatio ja vastuut.....	10
	7. Resurssit.....	11
<b>B</b>	<b>Sisäinen viestintä .....</b>	<b>12</b>
	1. Tavoitteet.....	13
	2. Kanavat .....	14
<b>C</b>	<b>Viestintä häiriötilanteessa .....</b>	<b>16</b>
<b>D</b>	<b>Viestintä 2023.....</b>	<b>18</b>
	1. Vuosisuunnitelma 2023.....	19
	2. Kuntamarkkinointi 2023–2025.....	20



# A

## Ulkoinen viestintä



# 1. Viestintä toteuttaa kuntastrategiaa

Kannus – Juuret elämälle -kuntastrategia 2022–2025 ohjaa, mutta myös tarvitsee toteutukseen suunnitelmallista viestintää.

## Visio 2040

- ◇ Kannus on itsenäinen, taloudellisesti vahva ja turvallinen keskipohjalainen seutukaupunki.
- ◇ Mahdollisuuksia tarjoavat viireä kuntakeskus, kehittyvät kylät, monipuolinen väestörakenne ja liikenteellinen saavutettavuus.
- ◇ Kaupunki pitää huolta henkilöstönsä hyvinvoinnista ja yritysten toimintaedellytyksistä Kannuksessa.
- ◇ Kannus-henki, asukkaita kuuntelevat päättäjät ja uusiutuva energiantuotanto.
- ◇ Luonnonvarojen jatkojalostus ja biotalous lisäävät vetovoimaa asumisen ja yrittämisen paikkana sekä käyntikohteena.

## Kaupunki viestii strategian mukaisesti rohkeasti, yrittäjähenkisesti, avoimesti

Viestintä tarkastelee kaupungin toimintaa ennakkoluulottomasti ja suhtautuu tulevaisuuteen toiveikkaasti. Uteliaisuus ja harkittu riskinotto varmistavat uudistumisen, innovatiivisuuden ja muutoksen pyörteissä pärjäämisen. Uudet välineet hyödynnetään monikanavaisessa viestinnässä.

Mahdollisuuksiin tartutaan. Viestinnän päämääriä tavoitellaan yrittäjähenkisesti ja vastuullisesti.

Päätöksenteon ja toiminnan läpinäkyvyys lisää luottamusta ja luottamus asioiden sujumista. Avoimet valmisteluprosessit turvaavat eri näkökantojen huomioidamisen, kuntalaisten aktiivisen ja tasavertaisen osallisuuden sekä tarvittavan tiedon ja ymmärryksen hyödyntämisen.

## 2. Ydinviestit Kannuksen kaupungista

Vahvat kannukset  
asumiseen,  
yrittämiseen,  
hyvinvointiin,  
vapaa-aikaan ja  
koulutukseen

Juuret  
elämälle

Lestijokilaakson  
seutukaupunki

Toimivat  
palvelut  
lähellä

# KANNUS

Pohjanmaan  
rata

Elinvoimaiset  
kylät

Elinvoimaisin  
maaseutumainen  
kunta

Lestijoki

Valtatie 28

### 3. Viestinnän periaatteet

Kaupungin tehtävä on tuottaa asukkailleen palveluja ja kaupunkilaisilla on oikeus saada tietoa palveluista, valmisteilla olevista asioista, päätöksenteosta ja päätösten vaikutuksista sekä kunnan taloudesta. Kaupunkilaisilla on kuntalain mukaisesti oikeus osallistua ja vaikuttaa päätöksentekoon jo asioiden valmisteluvaiheessa. Kaupungin on kerrottava osallistumiskanavista saavutettavasti, selkeästi ja ymmärrettävästi.

Avoin viestintä tukee strategian tavoitteiden toteutumista ja edistää asukkaiden hyvinvointia. Viestintä on aktiivista vuorovaikutusta kaupunkilaisten, elinkeinoelämän sekä muiden sidosryhmien ja yhteistyökumppanien kanssa.

Kannuksen kaupunki viestii ajankohtaisesti, tasapuolisesti ja asiakaslähtöisesti. Viestintä ei ole vain markkinointia, vaan se kuuluu osana kaikkeen kaupungin toimintaan sekä päätöksentekoon. Viestintä toimii johdonmukaisesti, suunnitelmallisesti ja tavoitteellisesti yhteisillä säännöillä.

Viestintää toteutetaan voimassa olevien kaupungin graafisten ohjeiden mukaisesti. Yhdenmukainen visuaalinen ilme on viestinnän ja kuntamarkkinoinnin kulmakivi.

### 4. Kenelle viestitään

Kaupunki viestii päätöksistään ja palveluistaan asukkaille sekä muille kaupungissa toimiville tai vieraileville.

Kaupungin markkinointi kohdistuu pääosin Kannuksen rajojen ulkopuolelle, lähialueelle ja tarvittaessa laajemminkin. Markkinoinnilla tavoitellaan asukkaita, yrityksiä ja palveluiden käyttäjiä. Positiivista kuvaa vahvistamalla ja vahvuuksista kertomalla herätetään potentiaalisten muuttajien ja vierailijoiden kiinnostus Kannusta kohtaan.

Alueen muille kunnille viestitään aktiivisesta, yhteistyökyykyisestä ja -haluisesta Lestijoki-laakson seutukaupungista, joka toimii luotettavana kumppanina alueen kehityksen hyväksi.

## 5. Kanavat

**Verkkosivut** [www.kannus.fi](http://www.kannus.fi) ovat kaupungin virallinen tiedotuskanava.

**Ilmoituksia ja virallisia kuulutuksia** julkaistaan tarpeen mukaan paikallislehdessä sekä ilmoitustauluilla.

**Medialle** tiedotetaan aktiivisesti ja tasapuolisesti sekä asiakasnäkökulma huomioiden kaupungin toiminnasta, päätöksistä ja tapahtumista. Median yhteydenottoihin ja kysymyksiin vastataan viestintävastuiden mukaisesti.

**Sosiaalinen media** on osa kaupungin viestintää ja vuorovaikutusta kaupunkilaisten kanssa. Kannuksen kaupunki on aktiivisesti mukana sosiaalisen

median kanavilla Facebookissa, Instagramissa, LinkedInissä ja YouTubeissa. Kaupungin yhteisten kanavien sisällöntuotannosta vastaa hyvinvointipalveluiden viestintätiimi, mutta sisältöä voivat tuottaa yhteisille tileille myös toimialojen viestintää tekevät tarpeen mukaan.

Yksiköillä ja toimialoilla on myös omia sosiaalisen median tilejä, joilla pyritään tavoittamaan oman palvelun kohderyhmiä. Kaupungin viestintä koordinoi uusien tilien avaamista ja tilien ilmeen yhtenäisyyttä. Myös yksiköiden, hankkeiden ja toimialojen tileillä sosiaalisessa mediassa on soveltuvin osin huolehdittava Kannuksen kau-

Ilmoitukset  
ja viralliset  
kuulutukset

Verkkosivut

Medialle  
tiedottaminen

Sosiaalinen  
media



pungin ilmeen näkymisestä ja vahvistamisesta. Uusien sosiaalisen median kanavien ja tilien käyttöönottoa harkitaan tarpeen ja resurssien mukaan tapauskohtaisesti.

**Kuntamarkkinointia** tehdään yhteistyössä YritysKannus Oy:n kanssa alueellisissa ja valtakunnallisissa medioissa sekä sosiaalisessa mediassa vuosittaisten tavoitteiden ja resurssien mukaan. Markkinoinnissa keskitytään valittuihin kärkiteemoihin ja kampanjoihin. Digitaalinen markkinointi ja esimerkiksi videot hyödynnetään.

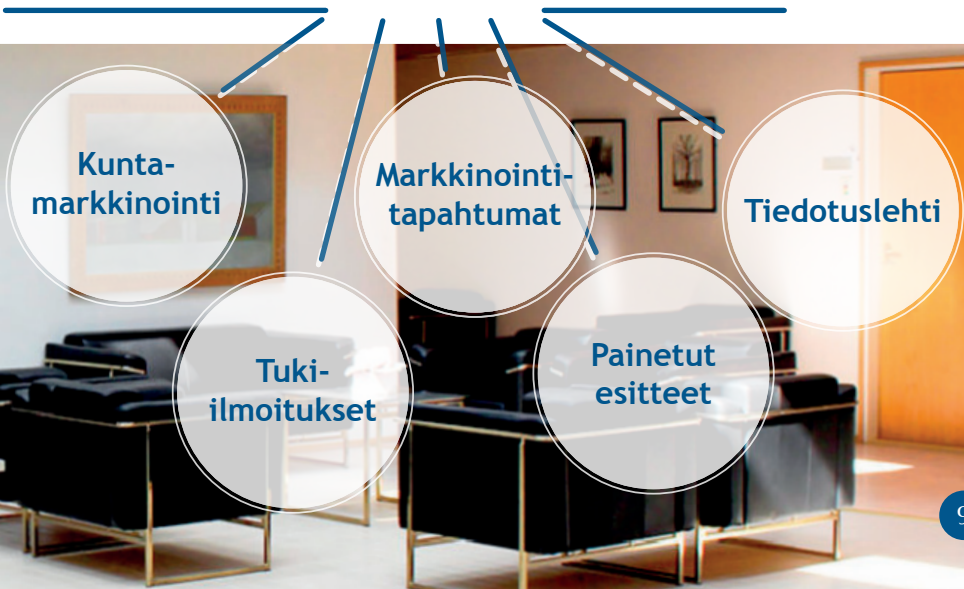
**Tuki-ilmoituksia** kaupunki antaa viestinnästä vastaavien viranhaltijoiden harkinnan mu-

kaan, painottuen paikallisten yhdistysten ja toimijoiden julkaisuihin.

**Markkinointitapahtumissa** Kannuksen kaupunki näkyy omien tunnustensa alla ja yhteistyössä kaupungin yhtiöiden kanssa ainakin oman kaupungin alueella, mutta myös alueellisesti resurssien ja tarpeen mukaan.

**Tiedotuslehti** julkaistaan kaksi kertaa vuodessa painettuna ja / tai verkossa mahdollisimman laajalla jakelulla viestinnän resurssien mukaisesti.

**Painettuja esitteitä** voidaan hankkia, jos niille on erityinen tarve. Yleisesitteitä ei pidetä jatkuvasti saatavilla painatusmuodossa ja isoina painoksina.





## 6. Organisaatio ja vastuut

**Kaupunginvaltuusto** päättää strategiasta, johon myös kaupungin viestintä perustuu.

**Kaupunginhallitus** hyväksyy ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista ja nimeää vastaavat viranhaltijat.

**Hyvinvointipalveluiden toimiala** vastaa kaupungin yleisestä viestinnästä.

**Viestinnästä vastaavat viranhaltijat** ovat kaupunginjohtaja, hyvinvointijohtaja ja vastaava kirjastonhoitaja. He koordinoivat kaupungin yleistä viestintää.

**Toimialajohtajat** vastaavat kukin oman alansa viestinnästä kaupungin viestintäohjeiden ja yhteisesti sovittujen käytäntöjen mukaisesti. Viestinnän vastuu on hajautettu toimialoille, mutta

viestinnästä vastaavat viranhaltijat koordinoivat toimialojen viestintää.

**Vastaava kirjastonhoitaja** suunnittelee ja kehittää yleistä viestintää sekä toteuttaa viestintää ja kuntamarkkinointia yhteistyössä toimialojen kanssa.

**Kulttuuri- ja tapahtumakoordinaattori** vastaa tapahtumaviestinnästä ja -markkinoinnista sekä osallistuu kuntamarkkinointiin.

**Talous- ja hallintojohtaja** vastaa kaupunginvaltuuston ja kaupunginhallituksen päätösten tiedottamisesta medialle ja asianosaisille.

**Henkilöstöpäällikkö** vastaa henkilökuntaa koskevien asioiden tiedottamisesta henkilökunnalle.

**Viestintäryhmä** toteuttaa kaupungin viestintää yhdessä ja sen jäsenet omilla toimi-



aloillaan. Viestintäryhmän kokoa ja sen toimintaa johtaa vastaava kirjastonhoitaja.

**Kaupungin johtoryhmä** linjaa tarvittaessa viestintää ja kunta-markkinointia. Viestintää edustaa johtoryhmässä hyvinvointijohtaja.

**It-palvelut** vastaa omalta osaltaan kaupungin verkkosivujen, sähköpostin ja intran toimivuudesta.

**Koko henkilöstö** osallistuu oman työnsä osalta viestintään. Jokainen työntekijä rakentaa kuvaa Kannuksen kaupungista myönteisessä hengessä.

**Luottamushenkilöt** osallistuvat omalla toiminnallaan myönteisen Kannus-kuvan luomiseen ja ylläpitävät vuorovaikutusta asukkaiden kanssa yhteistyössä kaupungin henkilöstön kanssa.

## 7. Resurssit


Viestinnällä ja markkinoinnilla on oma kustannuspaikka ja budjetti hyvinvointipalveluissa. Kukin toimiala osoittaa vuosittain yhteiseen viestintäbudjettiin oman osuutensa.

Viestintätiimi toteuttaa viestintää ja markkinointia yhteistyössä toimialojen kanssa. Viestintätiimi koordinoi, että viestintä on ilmeeltään yhtenäistä ja sitä toteutetaan koko kaupungin näkökulmasta yhteisin tavoittein.



# B

## Sisäinen viestintä



Toimiva sisäinen viestintä on edellytys ulkoisen viestinnän ja kuntamarkkinoinnin onnistumiselle. Avoin, aktiivinen ja luottamusta herättävä viestintä kaupungin sisällä vahvistaa yhteishenkeä ja lisää työhyvinvointia sekä positiivisen kuvan syntymistä kaupungista. Organisaation sisällä tapahtuvan viestinnän tulee olla oikea-aikaista sekä riittävää. Siinä tulee huomioida erityisesti toiminnan kannalta tarpeellisten tietojen siirtyminen toimialojen kesken ja niiden sisällä.

Toimiva sisäinen viestintä vaatii kaikilta osapuolilta asian huomioimista ja priorisoimista omassa toiminnassa. Tukena toimii kaupungin viestintätiimi.

# 1. Tavoitteet

◇ **Henkilöstö saa tarvittavan ja yhteneväisen tiedon** kaupungin päätöksistä, tavoitteista ja toiminnasta riittävän nopeasti.

◇ Henkilöstölle tiedotetaan asioista ennen kuin ne tiedotetaan medialle: **Sisäinen viestintä aina ennen ulkoista.**

” **Sisäinen viestintä aina ennen ulkoista.**

” **Arvostaen, ystävällisesti, kohteliaasti.**

◇ Luottamushenkilöt saavat päätöksenteon tueksi tarvitsemansa tiedon. **Asioiden valmistelu on mahdollisimman läpinäkyvää ja avointa.**

◇ Henkilöstöhallinto huolehtii, että esihenkilöillä ja koko henkilöstöllä on **riittävästi ajantasaista tietoa työ- ja virkasuh-teisiinsa liittyvistä käytänteistä** sekä niiden muutoksista.

◇ Esihenkilöt huolehtivat yksiköissään, että jokaisella henkilökuntaan kuuluvalla on **välineet ja mahdollisuus saada tieto** henkilökunnalle suunnatusta viestinnästä.

◇ Kaupungin johto ottaa vastaan henkilökunnalta ja luottamushenkilöiltä tulevaa palautetta kaupungin toiminnasta ja luo tähän tarvittavat viestintäkanavat. **Sisäinen viestintä on myös vuorovaikutusta.**

◇ **Toimialat ja toimintayksiköt huomioivat toiminnassaan sisäisen viestinnän:** Arvioidaan omien ratkaisujen vaikutukset yhteistyökumppaneihin myös kaupunkiorganisaation sisällä ja toimitaan arvion vaatimalla tavalla.

◇ Viestitään työyhteisön sisällä toisia **arvostaen, ystävällisesti ja kohteliaasti.**

◇ Kaupungin johdolla ja esimiehillä on **riittävät valmiudet sisäiseen viestintään** ja niitä vahvistetaan koulutuksilla.

◇ **Kaupungin viestintä pidetään ajan tasalla** valmisteilla olevista asioista. Viestintä pystyy tukemaan kaupungin johtoa ja toimijoita päätösten jalkauttamisessa sitä paremmin, mitä enemmän tietoa on saatavilla ajoissa ja riittävästi.

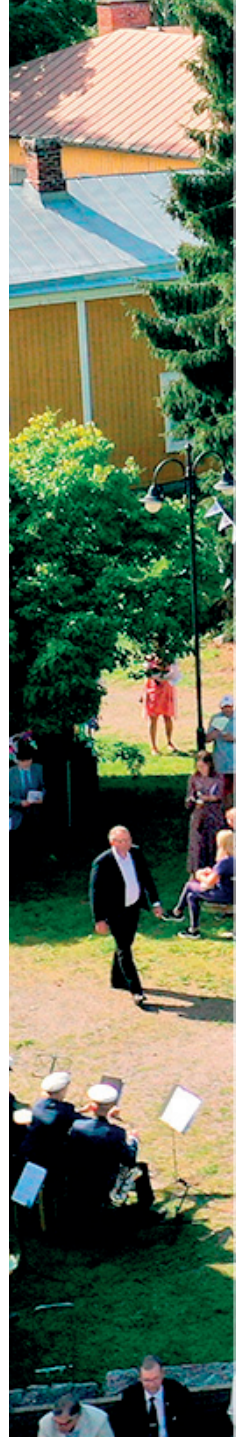
## 2. Kanavat

Kannuksen kaupunki käyttää pääasiallisina sisäisen viestinnän kanavina sähköpostia ja kaupungin Intraa, jonka sisältö pidetään ajan tasalla ja järjestetään tavoitavasti.

Sisäiseen käyttöön on toimialojen yhteisiä levyasemia, joille pääsy voidaan rajata tarpeen mukaan. Google Drive -alustaa käytetään hyväksi tiedostojen jakamisessa. Työyksiköissä on käytössä myös perinteisiä ilmoitustauluja, joiden käytössä on huomioitava tietosuoja kuten kaikessa muussakin toiminnassa. Toimialoittain ja -yksiköittäin järjestetään henkilöstökokouksia.

Henkilöstöhallinto järjestää infoja esihenkilöille ja / tai koko henkilöstölle, tarvittaessa myös sähköisiä kanavia ja tallenteita hyödyntäen. Esihenkilö- ja henkilöstöinfoissa pyritään säännöllisyyteen ja suunnitelmallisuuteen. Henkilöstön tulee seurata luottamuselinten päätöksentekoa myös kaupungin verkkosivuilta.

Ajantasainen perehdyttämisopas toimii välineenä työpaikan käytänteiden viestinnässä erityisesti rekrytoinneissa. Se luo luotettavan kuvan työnantajasta ja kertoo henkilöstön arvostamisesta.







# C

## Viestintä häiriötilanteessa

Häiriötilanteessa viestintä ei eroa perusviestinnästä, mutta sen nopeus ja oikea-aikaisuus korostuvat. Häiriöviestinnän kohderyhmiä ovat henkilökunta, luottamushenkilöt, kaupungin asukkaat ja kaupungissa vieraillevat, yhteistyökumppanit, viranomaiset sekä media.



## Paikallisia häiriötilanteita

- ▽ Häiriöt kaupungin palveluissa ja infrastruktuurissa: Esimerkiksi tietoliikennehäiriöt, häiriöt veden- ja sähkönjake-lussa tai erityiset liikennejär-jestelyt.
- ▽ Sääilmiöt: Esimerkiksi myrsky, sadevesiviemärien tulvi-minen tai katujen liukkaus.
- ▽ Mainekriisit: Esimerkiksi virheellinen uutisointi tai virhe päätöksenteossa, epäasiallinen käytös tai informaatio-vaikuttamisen kohteeksi jou-tuminen.
- ▽ Muut häiriötilanteet ja uhat: Esimerkiksi tulipalo, vakava tapaturma, uhkaava käytös tai väkivaltatilanne.

## Valtakunnallisia häiriötilanteita

- ▽ Epidemiat ja pandemiat
  - ▽ Kansainvälinen kriisi, sota tai sodan uhka Suomen lähi-alueilla
- Kannuksen kaupungin val-miussuunnitelmassa määritel-lään vastuut ja toimintatavat myös viestinnän osalta kriisiti-lanteessa.



D

D

# Viestintä 2023

## 1. Vuosisuunnitelma 2023

Tavoite	Toimenpide
Verkkoviestinnän asiakasystävällisyys	Verkkosivujen <a href="http://www.kannus.fi">www.kannus.fi</a> ulkoasun uudistaminen ja sisällön kehittäminen
Yhtenäinen visuaalinen ilme	Logon, visuaalisen ilmeen ja graafisen ohjeen päivittäminen
Toimiva sisäinen viestintä	Sisäinen viestintä osaksi perustoimintaa, kanavien kehittäminen
Kannuksen näkyvyyden parantaminen	Alueellinen markkinointikampanja ja uusien kanavien kokeilut
Markkinointiyhteistyö ja verkostoituminen	Kuntamarkkinointia yhteistyössä YritysKannuksen, maakunnan muiden kuntien sekä alueellisten ja paikallisten toimijoiden kanssa
Tulokset mitattaviksi	Viestinnän ja markkinoinnin mittareita ja palveluita kartoitus



## 2. Kuntamarkkinointi 2023–2025

Kannuksen kaupunki tekee kuntamarkkinointia yhteistyössä ennen kaikkea oman kehitysyhtiönsä YritysKannus Oy:n kanssa, mutta myös mahdollisuuksien mukaan muiden alueellisten ja paikallisten toimijoiden kanssa.

Tavoitteena on tehdä yhdessä, mutta itsenäisenä ja vahvana toimijana. Kaupungin strategia painottaa Kannuksen asemaa Lestijoen seutukaupunkina. Seutukaupunki tarvitsee yhteistyökumppaneita. Kannus verkostoituu aktiivisesti naapureiden, yritysten ja maakunnallisten organisaatioiden kanssa viestien alueen mahdollisuuksia.

## Kuntamarkkinoinnin kärjet nousevat Kannuksen kaupungin vahvuuksista ja strategiasta.



**2023**

Kannuksen imago  
ja tunnettavuus  
alueellisesti



Uusien kanavien  
kokeilut;  
esimerkiksi  
videokampanjat,  
digimarkkinointi

**2024**

Vapaa-ajan  
ja matkailun  
palveluiden  
markkinointi  
pakettiin;  
Kitinkangas,  
Mäkiraonmäki,  
Lestijoki, kylät,  
palvelut



Markkinointihanke

**2025**

Asukkaiden,  
opiskelijoiden  
ja yritysten  
Kannus tunnetuksi  
laajemmin



Alueellinen ja  
valtakunnallinen  
kampanja;  
yhteistyö



 **KANNUS**  
JUURET ELÄMÄLLE





# Kannuksen kaupungin viestintäsuunnitelma 2023





 **KANNUS**  
JUURET ELÄMÄLLE

