

KANNUKSEN KAUPUNKI
VIESTINTÄSUUNNITELMA

KANNUKSEN KAUPUNGIN VIESTINTÄSUUNNITELMA

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.

SISÄLTÖ

	Sivu
A ULKOINEN VIESTINTÄ	2
1. Viestintä Kannus – Juuret elämälle –kuntastrategian 2022–2025 toteuttajana	2
2. Ydinviestit Kannuksen kaupungista	2
3. Viestinnän periaatteet	3
4. Kenelle viestitään	3
5. Kanavat	3
6. Organisaatio ja vastuut	4
7. Resurssit	5
B SISÄINEN VIESTINTÄ	6
1. Tavoitteet	6
2. Kanavat	6
C VIESTINTÄ HÄIRIÖTILANTEESSA	7
D VIESTINTÄ 2024	8
1. Vuosisuunnitelma 2024	8
2. Kuntamarkkinointi 2024–2026	8

A ULKOINEN VIESTINTÄ

1. Viestintä Kannus – Juuret elämälle -kuntastrategian 2022–2025 toteuttajana

Kaupungin strategia ohjaa, mutta myös tarvitsee toteutuakseen suunnitelmallista viestintää.

VISIO 2040

- Kannus on itsenäinen, taloudellisesti vahva ja turvallinen keskipohjalainen seutukaupunki.
- Mahdollisuuksia tarjoavat vireä kuntakeskus, kehittyvät kylät, monipuolinen väestö rakenne 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 huomioimisen, kuntalaisten aktiivisen ja tasavertaisen osallisuuden sekä tarvittavan tiedon ja ymmärryksen hyödyntämisen.

2. Ydinviestit Kannuksen kaupungista

Juuret elämälle
Elinvoimaisin maaseutumainen kunta
Lestijokilaakson seutukaupunki
Toimivat palvelut lähellä
Elinvoimaiset kylät

Pohjanmaan rata
Valtatie 28
Lestijoki
Suomen koirapääkaupunki

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, yhteistyökykyisestä ja -haluisesta Lestijokilaakson seutukaupungista, joka toimii luotettavana kumppanina alueen kehityksen hyväksi.

5. Kanavat

Verkkosivut 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 YouTubessa. 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 kaupungin 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 mukaan, 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 painetussa muodossa 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 / viestintätiimi vastaa kaupungin yleisestä viestinnästä.

Viestinnästä vastaavat viranhaltijat ovat kaupunginjohtaja, hyvinvointijohtaja sekä kirjasto- ja viestintäpäällikkö. 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.

Kirjasto- ja viestintäpäällikkö 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 toimialoillaan. Viestintäryhmän kokoaa ja sen toimintaa johtaa kirjasto- ja viestintäpäällikkö.

Kaupungin johtoryhmä linjaa tarvittaessa viestintää ja kuntamarkkinointia. 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 hyvinvointipalveluden toimialalla, kirjasto- ja viestintäpalveluiden tulosalueella.

Hyvinvointipalveluiden viestintätiimi toteuttaa viestintää ja markkinointia yhteistyössä toimialojen kanssa sekä 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.**
- 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 virkasuhteisiinsa 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 pääsyä voidaan rajata tarpeen mukaan. Google Drive -alustaa käytetään hyväksi tiedostojen jakamisessa. Työyksiköissä on 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 perehdyttämispöytäkirja 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 vierailevat, yhteistyökumppanit, viranomaiset sekä media.

Paikallisia häiriötilanteita

- Häiriöt kaupungin palveluissa ja infrastruktuurissa: Esimerkiksi tietoliikennehäiriöt, häiriöt veden- ja sähkönjakelussa tai erityiset liikennejärjestelyt.
- Sääilmiöt: Esimerkiksi myrsky, sadevesiviemärien tulviminen tai katujen liukkaus.
- Mainekriisit: Esimerkiksi virheellinen uutisointi tai virhe päätöksenteossa, epäasiallinen käytös tai informaatiovaikuttamisen kohteeksi joutuminen.
- Muut häiriötilanteet ja uhat: Esimerkiksi tulipalo, vakava tapaturma, uhkaava käytös tai väkivaltatilanne.

Valtakunnallisia häiriötilanteita

- Epidemiat ja pandemiat
- Kansainvälinen kriisi, sota tai sodan uhka Suomen lähialueilla

Kannuksen kaupungin valmiussuunnitelmassa määritellään vastuut ja toimintatavat myös viestinnän osalta kriisitilanteessa.

D VIESTINTÄ 2024

1. Vuosisuunnitelma 2024

Tavoite	Toimenpide
Toimiva sisäinen viestintä	Kartoitetaan sisäisen viestinnän haasteet ja käynnistetään sen suunnitelmallinen kehittäminen, järjestetään koulutusta.
Riittävä tiedonsaanti kaupungin palveluista ja toiminnoista	Ulkoisen viestinnän kehittäminen ja seuranta; mittareiden ja palveluiden kartoitus.
Kannuksen näkyvyyden parantaminen	Markkinointikampanjat yhteistyössä YritysKannuksen kanssa sekä muiden paikallisten ja alueellisten toimijoiden kanssa verkostoituen




1. Kuntamarkkinointi 2024–2026

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.

- Vapaa-ajanmahdollisuudet
- Liikenneyhteydet ja Lestijoki
- Avoimuus, rohkeus, yrittäjähenkisyys

2024	2025	2026
<ul style="list-style-type: none">• Kannuksen imago ja tunnettuuden vahvistaminen  <p>Markkinointia jatketaan vuoden 2023 kokeilujen pohjalta tutuissa ja uusissa kanavissa. Kitinkankaan markkinointihanke, koiraystävällisen Kannuksen brändäys</p>	<ul style="list-style-type: none">• Kannus tunnetuksi laajemmin  <p>Visitkannus-sivuston lanseeraus, erä-, kalastus- ja luontomatkailuun liittyvä hanke yhteistyöverkoston kanssa</p>	<ul style="list-style-type: none">• Markkinointiviestin vahvistaminen tuttujen teemojen toistoilla  <p>Visitkannus, koiraystävällinen kaupunki, matkailu</p>