

Kärkölä

Maalla, melkein kaupungissa



VIESTINTÄ- JA MARKKINOINTISTRATEGIA

2011

Sisällysluettelo

1	Yleistä.....	4
2	Viestinnän tehtävät ja yleiset tavoitteet	4
2.1	Kunnan tavoitekuva.....	4
2.2	Kunnan sidosryhmät.....	4
2.3	Viestinnän strategiset tavoitteet.....	5
2.4	Viestintää säätelevät lait	5
2.5	Tiedotusvastuu.....	6
3	Kunnan viestintäperiaatteet	6
4	Sisäinen viestintä	7
4.1	Sisäisen viestinnän kanavat	7
5	Ulkoinen viestintä.....	7
5.1	Ulkoisen viestinnän kanavat.....	7
5.1.1	Tiedotusvälineiden palvelu	8
5.1.2	Täydentävä ulkoinen viestintä	9
5.2	Kunnanvaltuusto.....	9
5.3	Kunnanhallitus.....	9
5.4	Lautakunnat	9
6	Verkkosivut viestintäkanavana.....	9
6.1	Verkkosivujen yleisilme.....	10
6.2	Verkkosivujen sisältö	10
6.3	Verkkosivujen päivitysvastuu	10
7	Poikkeusolojen viestintä	10
7.1	Kriisitiedottamisen organisointi	11
7.2	Kriisitiedotteen laatiminen	11
7.3	Kriisitiedottamisen ajankohta.....	11
8	Markkinointiviestintä.....	11
8.1	Markkinointiviestinnän suunnittelu.....	11
8.2	Mielikuvamarkkinointi	12
9	Viestinnän ja markkinoinnin kehittäminen.....	12
9.1	Viestinnän ja markkinoinnin nykytila	12
9.2	Nykyinen kuntakuva.....	12
9.3	Markkinointivaltit.....	12
10	Graafinen ohjeisto	13
10.1	Markkinointi-imago.....	13

11	Kunnan toimielinten tiedotusvastaavat	13
12	Kunnan säännöllisesti käyttämät mediat.....	13

1 Yleistä

Viestintä on joukko toimenpiteitä, joilla edesautetaan kunnan tavoitteiden saavuttamista. Viestinnän avulla vahvistetaan kunnan mainetta ja edistetään henkilöstön ja asukkaiden vaikuttamismahdollisuuksia.

Viestintä- ja markkinointistrategiassa asetetaan viestinnälle ja markkinoinnille kehittämistavoitteet ja määritellään toimenpiteet, joilla ne saavutetaan.

2 Viestinnän tehtävät ja yleiset tavoitteet

Viestintää tarvitaan:

- tiedon välittämiseen kuntalaisille, henkilöstölle ja muille sidosryhmille
- kuntalaisten ja henkilöstön vaikuttamismahdollisuuksien edistämiseen
- kunnan ja sen sidosryhmien väliseen vuorovaikutukseen
- kunnan maineen vahvistamiseen ja kuntakuvan parantamiseen
- kärköläläisen identiteetin vahvistamiseen

Viestinnän perustehtävä on tiedon jakaminen.

2.1 Kunnan tavoitekuva

Vision 2024 mukaan Kärkölä on turvallinen ja virikkeellinen asuinpaikka, jossa palvelut järjestetään taloudellisesti kestäväällä tavalla. Tavoitteena on, että Kärkölä kiinnostaisi erityisesti omakotitalorakentajia turvallisen elinympäristönsä, hyvien palveluidensa ja hyvän maantieteellisen sijaintinsa vuoksi. Kärkölästä syntyvään mielikuvaan kuuluu, että se arvostaa yrittäjyyttä ja edistää elinkeinoelämän toimintaedellytyksiä aktiivisella toiminnalla.

2.2 Kunnan sidosryhmät

Kaikki kunnan hallinnon alat joutuvat entistä enemmän toimimaan eri tasoilla paikallisesti, seudullisesti, maakunnallisesti jne.

Myös julkisuus ja tiedotusvälineet ovat osa kunnan toimintaympäristöä ja toimivat edellä mainituilla tasoilla. Kunnan toimintaympäristö on monimutkaisempi ja vaikeammin hallittavissa kuin yrityksillä.

Perustehtävä on asukkaiden hyvinvointi- ja palvelutehtävä.

Kunnan tärkeimmät sidosryhmät ovat:

- asukkaat
- yritykset
- muut yhteisöt
- asiakkaat
- päättäjät
- muut viranomaistahot
- henkilöstö
- muut kunnat
- kuntien yhteistyöelimet
- tiedotusvälineet

2.3 Viestinnän strategiset tavoitteet

Kunnan viestinnällisiä tavoitteita ovat:

- tiedonkulun tehokkuus eri yksiköiden välillä ja henkilöstön tyytyväisyys sisäiseen tiedonkulkuun
- oman roolin sisäistäminen kunnan päätösten toteuttamisessa henkilöstön keskuudessa
- ajantasaisen tiedon kulkeminen asukkaille ja sidosryhmille kunnan toiminnasta
- vaikuttamiskeinojen ja vaikuttamiskanavien tunteminen kunnan jäsenten keskuudessa
- elinkeinoelämä pitää kuntaa yrittäjäystävällisenä ja kehityskykyisenä

2.4 Viestintää säätelevät lait

Pääsäännön mukaan viranomaisten asiakirjat ovat julkisia ja jokaisella on oikeus saada tieto julkisesta asiakirjasta. Kunnan viestintävelvoitteita täsmentävät kuntalaki, julkisuuslaki, hallintolaki ja laki kunnallisesta viranhaltijasta. Sisäistä viestintää säätelee yhteistoimintamenettely.

Tasapuolisella ja kattavalla tiedottamisella kunta varmistaa, että asukkailla on mahdollisuus mielipiteen muodostamiseen asiatietojen pohjalta.

Kunnan tiedottamista johtaa kunnanhallitus. Johtoryhmän jäsenet vastaavat kukin oman toimialueensa tiedottamisesta.

Tiedottaminen kytketään kunnan keskeisiin hankkeisiin alusta lähtien. Hankkeiden tiedottamisesta vastaa hankkeen vetäjä, ellei erillistä tiedottajaa ole määrätty.

2.5 Tiedotusvastuu

Pääsääntö on, että se tiedottaa, joka tietää. Julkisten asioiden tiedottamiseen ei tarvita esimiehen lupaa. Toimialojen sisällä on kuitenkin sovittava koko henkilöstön kesken tiedottamisen pelisäännöt.

Kunnanhallitus ohjaa ja johtaa kunnan viestinnän kokonaisuutta ja vastaa linjauksista. Käytännön tiedotusta ohjaa kunnanjohtaja ja muut johtoryhmän jäsenet oman toimialueensa osalta.

Luottamushenkilöiden julkinen rooli ja sidosryhmäsuhteet ovat tärkeä voimavara kunnan profiloinnissa ja viestinnässä. Tiedotusvälineet ovat kiinnostuneita luottamushenkilöiden kannanotoista. Myös luottamushenkilöiden vastuulla on edistää julkisuusperiaatteen toteutumista kunnan hallinnossa.

Avoin viestintä on peruseriaate. Media tarkastelee asioita asiakkaan näkökulmasta, joten on ymmärrettävä ja hyväksyttävä, että hallinnon ja julkisuuden näkökulmat joskus selvästi poikkeavat toisistaan.

3 Kunnan viestintäperiaatteet

Kärkölen viestintäperiaatteita ovat:

- avoimuus
- nopeus
- oikea ajoitus ja aktiivisuus
- tasapuolisuus, luotettavuus ja vuorovaikutteisuus
- jatkuvuus ja säännöllisyys
- selkeys ja ymmärrettävyys
- taloudellisuus

4 Sisäinen viestintä

Sisäinen viestintä on työyhteisön johtamisen väline. Oikea sisäinen tiedonkulku varmistaa organisaation toiminnan onnistumisen ja oikean ulkoisen viestinnän.

Tehokas ja oikea tiedonkulku edellyttää kaikkien työyhteisön jäsenten aktiivisuutta. Asema työyhteisössä määrää sen, kenelle ja mistä asioista tietoa välitetään. Esimiesten rooli sujuvassa tiedonkulussa on keskeinen.

4.1 Sisäisen viestinnän kanavat

Sisäisessä tiedottamisessa on ilmoitettava kenelle tieto tai ohje on tarkoitettu ja kenelle se tarkoitettu jaettavaksi eteenpäin.

Tehokas tiedottaminen edellyttää säännöllisesti pidettäviä työpaikkakokouksia. Kokouksissa on syytä käsitellä toimielinten päätösten lisäksi valmisteltavana olevia merkittäviä asioita ja suunnitelmia ja henkilöstöön välittömästi liittyviä asioita. Edelleen on käsiteltävä toiminnasta saatavaa palautetta ja yhteistoimintaa eri hallintokuntien kanssa.

5 Ulkoinen viestintä

Kunnan tehtävänä on huolehtia siitä, että sidosryhmät saavat viipymättä ja ymmärrettävässä muodossa niitä koskettavat ja kiinnostavat tiedot. Tietoa tarjotaan kunnan päätöksenteosta, palveluista ja toiminnasta.

Kunnan tärkeimpiä sidosryhmiä ovat kuntalaiset, kunnan yritykset ja asiakkaat. Muita keskeisiä sidosryhmiä ovat kunnan järjestöt ja muut yhteisöt, maakunnan kunnat, kuntayhtymät ja valtion viranomaiset.

Tiedotusvälineet ovat sekä viestinnän kohderyhmä että kanava, jonka välityksellä sidosryhmät tavoitetaan.

5.1 Ulkoisen viestinnän kanavat

Ulkoisessa viestinnässä tiedottamista harjoitetaan joko suoraan tai välillisesti. Suorassa tiedotuksessa käytetään kirjeitä, esitteitä, näyttelyitä, tutustumiskäyntejä, lehti-ilmoituksia, ilmoitustauluja, videoita, diaesityksiä, internetiä, sosiaalista mediaa kuten esim.

Facebookia, asukas- ja muita kokouksia sekä tiedotustilaisuuksia. Välillisesti tiedotetaan joukkoviestimien kautta.

Ajantasaiset kuntakohtaiset puhelin- ja muut luettelot ovat tärkeitä tiedotuskanavia.

5.1.1 Tiedotusvälineiden palvelu

Tiedotusvälineiden kautta kunta tavoittaa sidosryhmänsä nopeasti ja tehokkaasti. Media on tärkeä yhteistyökumppani kunnalle. Kunnan maksullisella esillä ololla mediassa täydennetään kunnan näkyvyyttä. Kunta toimii kiinteässä yhteistyössä toimittajien kanssa toimittamalla heille tietoa ja tarjoamalla uutisaiheita.

Kunta palvelee tiedotusvälineitä aktiivisesti, nopeasti ja luotettavasti. Tiedottaminen ei ole turhaa, vaikka uutiskynnys ei aina ylittyisikään. Tiedote voi tällöin toimia materiaalina myöhemmin esiin tulevassa laajemmassa asiayhteydessä. Myös kielteisistä asioista tiedotetaan, jotta kokonaisuus tulee esiin.

Tasapuolisuus edellyttää, että tiedot annetaan samanaikaisesti ja saman sisältöisenä kaikille tiedotusvälineille. Etuoikeus uutisen käyttöön on kuitenkin sillä tiedotusvälineellä, joka on itse havainnut mahdollisen uutisaiheen. Kyselyihin samasta asiasta on kuitenkin vastattava. Virheet ja harhaanjohtavat tiedot on syytä mahdollisuuksien mukaan oikaista.

Esityslistat lähetetään yhtä aikaisesti ennen kokousta tiedotusvälineille. Esityslistat julkaistaan myös kunnan kotisivuilla. Kotisivuilla ei julkaista sellaista tietoa, joka on yksilönsuojan kannalta haitallista.

Esityslistat laaditaan siten, etteivät salassa pidettävät asiat pääse julkisuuteen. Kokouksissa lausutuista suullisista kannanotoista ei kerrota julkisuuteen. Ei julkisina asioina pidetään sellaisia elinkeinopolitiikkaan kuuluvia asioita, joista tiedottaminen saattaisi vaarantaa kunnan tai yrittäjän etua.

Tiedottamisessa huomioidaan kunnan moniportainen päätöksentekorganisaatio. Jos asiasta päättää myöhemmin kunnanvaltuusto tai kunnanhallitus, on tärkeää tuoda tiedottamisessa selkeästi esille, että kyse on valmisteluvaiheen kannanotosta.

Työntekijöiden ja luottamushenkilöiden omat henkilökohtaiset mielipiteet tulee esittää selvästi erillään kunnan virallisesta tiedotustoiminnasta. Tiedottajan henkilökohtaiset näkemykset asiassa eivät saa vaikuttaa tiedottamisen sisältöön.

5.1.2 Täydentävä ulkoinen viestintä

Ulkoista viestintää täydennetään sponsoroinnilla, osallistumalla messuille ja järjestämällä tapahtumia ja mahdollisesti muilla viestinnän keinoilla.

Erilaiset tapahtumat ovat tärkeitä ulkoista viestintää täydentäviä kanavia. Kunta pyrkii osallistumaan kunnassa järjestettäviin tapahtumiin mahdollisimman täysipainoisesti.

5.2 Kunnanvaltuusto

Kunnanvaltuuston kokoukset ovat julkisia ja valtuuston esityslistoista ja päätöksistä ilmoitetaan virallisissa tiedotusvälineissä. Esityslistat toimitetaan tiedotusvälineille ennen kokousta ja julkaistaan kunnan kotisivuilla. Tiedotusvälineiden edustajat voivat olla läsnä kokouksissa.

5.3 Kunnanhallitus

Kunnanhallituksen esityslistojen ja pöytäkirjojen suhteen menetellään kuten kunnanvaltuustossa. Kunnanhallituksen kokoukset eivät ole julkisia ellei erikseen niin päätetä. Kunnanhallituksen asioiden tiedottamisesta huolehtii kunnansihteeri.

5.4 Lautakunnat

Lautakuntien tiedottamisesta ja asioiden julkisuudesta vastaavat esittelijät. Esityslistojen ja pöytäkirjojen suhteen menetellään kuten kunnanhallituksessa huomioiden julkisuuslaki ja yksilönsuoja.

6 Verkkosivut viestintäkanavana

Verkkosivujen lähtökohtana on hyvä käytettävyys ns. peruskäyttäjän kannalta. Sisällön tulee olla jäsennelty niin, että käyttäjä löytää helposti etsimänsä kunnan hallinnollista rakennetta tuntematta.

6.1 Verkkosivujen yleisilme

Kärkölän verkkosivujen yleisilme perustuu kunnalle luodulle markkinointi-imagolle. Tällöin kunta säilyttää sekä verkko- että muussa viestinnässään yhtenäisen ilmeen.

Sivujen värimaailma noudattaa samaa linjaa kuin painetussa viestinnässä.

6.2 Verkkosivujen sisältö

Verkkosivut sisältävät laajasti tietoa kunnasta ja sen toimijoista. Sivuilla tarjotaan säännöllisesti ajankohtaista tietoa kuntaa koskevista asioista mahdollisimman nopeasti. Vanhentunut materiaali pyritään poistamaan mahdollisimman pian. Verkkosivuilla tarjotaan kaikille kärköläisille toimijoille mahdollisuutta linkkiin.

6.3 Verkkosivujen päivitysvastuu

Verkkosivujen päivitysvastuu kuuluu erikseen jokaiselle kunnan toimialalle oman toimialansa osalta. Käytännön työstä vastaavat henkilöt määrätään erikseen keskushallinnon toimesta.

7 Poikkeusolojen viestintä

Poikkeusolojen viestinnässä on olemassa ohjeet kunnan valmiussuunnitelmassa. Mitä enemmän olosuhteet poikkeavat normaalista sitä enemmän ja sitä nopeammin tarvitaan oikeaa tietoa.

Tiedottamisella torjutaan vaaraa, annetaan toimintaohjeita ja ehkäistään tarpeetonta hätäntymistä. Tiedottaminen voi tapahtua esimerkiksi paikallisradion välityksellä, postilaatikoihin jaettavilla tiedotteilla, puhelimen tekstiviestien välityksellä, kunnan verkkosivuilla, kaitinautoja käyttämällä tai muulla erityisellä tavalla.

Mahdollisia esiintyviä poikkeustilanteita ovat ongelmat veden, sähkön tai lämmönjakelussa, talousveden laatuhäiriöt, laitospölyhäiriöt, poikkeuksellisen laaja tulipalo tai liikenneonnettomuus, tulipalo kunnan omassa laitoksessa, äkillinen uhkaava henkilön aiheuttama onnettomuustilanne, pohjavesiä uhkaava liikenneonnettomuus, tautiepidemia tai muu vastaava poikkeusolo.

7.1 Kriisitiedottamisen organisointi

Onnettomuustilanteissa tiedotusvastuu kuuluu pelastustoimintaa johtavalle viranomaiselle.

Kunnan tehtävänä on hyvässä yhteistyössä avustaa tiedottamisessa.

Tiedotustilaisuus järjestetään mahdollisimman aikaisessa vaiheessa. Pitkäkestoisessa tilanteessa tarvitaan useita tiedotustilaisuuksia. Maakunnan poikkeusolojärjestelmän mukaan tarvittaessa apua saadaan Lahden kaupungin tiedotustoimistolta.

7.2 Kriisitiedotteen laatiminen

Viranomaisten tulee oma-aloitteisesti varoittaa yleisöä, jos poikkeustilanne voi aiheuttaa henkilövahinkoja. Keskushallinnolla on ajantasaiset yhteystiedot eri tiedotusvälineisiin.

Pelastusviranomaisen tai poliisi voi vakavissa tilanteissa antaa hätätiedotteen yleisradiolle välitettäväksi.

7.3 Kriisitiedottamisen ajankohta

Vaaratilanteen havaittavan henkilön on ratkaistava vaatiko asia välitöntä tiedottamista ja toimia sen mukaan. Sisäinen tiedotus on käynnistettävä välittömästi.

8 Markkinointiviestintä

Markkinointiviestintä on kunnan ulkoisiin sidosryhmiin kohdistuvaa viestintää, jonka tarkoituksena on saada aikaan positiivisesti vaikuttavia ilmiöitä. Markkinointiviestintää ovat mm. mainonta, myyntityö, myynninedistäminen ja tiedotus- ja suhdetoiminta.

Markkinointiviestinnän tavoitteena on tehdä Kärkölen kunta kaikkine toimijoineen tunnetuksi, synnyttää kunnasta positiivinen mielikuva ja tukea elinkeinoelämän toimintamahdollisuuksia. Markkinointiviestintä on pitkäjänteistä toimintaa, jota tehdään vuosittaisten taloudellisten resurssien puitteissa.

8.1 Markkinointiviestinnän suunnittelu

Markkinointiviestinnän suunnittelu aloitetaan kohderyhmän valinnalla ja päättämällä, miten kohderyhmään halutaan vaikuttaa. Viesti

suunnitellaan huolellisesti ja valitaan viestintäkanavat. Tämän jälkeen siirrytään toteutukseen.

8.2 Mielikuvamarkkinointi

Kunnan mielikuvamarkkinoinnin pitää aina perustua todelliseen palveluista, päätöksenteosta ja tavoitteista annettavaan tietoon. Saadessaan annetun mielikuvan vastineen asiakkaalle syntyy luottamus ja hän on valmis viemään positiivista mielikuvaa eteenpäin.

9 Viestinnän ja markkinoinnin kehittäminen

Viestinnän ja markkinoinnin kehittämisessä käytetään apuna ulkopuolista asiantuntemusta.

9.1 Viestinnän ja markkinoinnin nykytila

Markkinointiin varatut resurssit ovat niukat ja kunnan markkinointi on pääosin keskushallinnon toimialaa. Markkinointia toteutetaan suunnitelmallisesti ja johdonmukaisesti valtuuston asettamia tavoitteita noudattaen. Apuna käytetään alan ammattilaisia. Tuloksia seurataan, jotta markkinointia voidaan kehittää oikeaan suuntaan. Osassa suhdetoiminnaksi luettavaa markkinointia ei ole erityistä tavoitetasoa.

9.2 Nykyinen kuntakuva

Kärkölen nykyistä kuntakuva ei ole tutkittu. Erilaisten palautteiden perusteella on kuitenkin arvioitavissa, ettei Kärkölä ole erityisen tunnettu oman lähipiirinsä ulkopuolella. Positiivista kuntakuva pyritään vahvistamaan johdonmukaisella hyvien palvelujen ja maantieteellisen sijainnin markkinoinnilla. Huovilan puistoa markkinoidaan omalla erillisbudjetilla.

9.3 Markkinointivaltit

Kärkölen kunnalla ei ole huomattavia valtakunnallisia markkinointivaltteja, joiden avulla kunta selvästi erottuisi muista Etelä-Suomen kunnista.

Markkinointivaltteina voidaan kuitenkin pitää kunnan erinomaista logistista sijaintia pääkaupunkiseudun ja Lahden vaikutusalueella, hyvätasoisia kunnallisia palveluja, monipuolisia rakentamismahdollisuuksia, hyvää junaliikennettä ja ainutlaatuisia kulttuurikohdetta Huovilan puistoa.

10 Graafinen ohjeisto

Ohjeisto on strategian liitteenä.

10.1 Markkinointi-imago

Markkinointi-imagona on 1990-luvulla käyttöön otettu slogan ”Maalla melkein kaupungissa”. Sloganin käyttökelpoisuudesta on ajoittain keskusteltu, mutta tähän mennessä ei ole tehty ehdotuksia sen muuttamiseksi.

11 Kunnan toimielinten tiedotusvastaavat

Toimielin	Tiedotusvastaava
Kunnanvaltuusto	kunnansihteeri
Kunnanhallitus	kunnansihteeri
Keskusvaalilautakunta	kunnansihteeri
Tekninen lautakunta	kunnaninsinööri
Ympäristölautakunta	ympäristösihteeri
Muut toimielimet	kunnanjohtaja/kunnansihteeri

12 Kunnan säännöllisesti käyttämät mediat

Kärkölen kunta käyttää tiedotuksessaan säännöllisesti ja tasapuolisesti seuraavia tiedotusvälineitä: Yleisradio, Lahden radio, Etelä-Suomen Sanomat, Hollolan Sanomat, Lahden Seudun Sanomat, Etelä-Hämeen Lehti, Suomen tietotoimisto, Radio Voima.