



Heinolan kaupungin viestintäohjelma 2021

PIENI KAUPUNKI, ISO ELÄMÄ



Heinola



VIESTINNÄN HUONEENTAULU

- Viestintä on osa kaikkea kaupungin toimintaa.
- Viestintä on yhteistyötä.
- Hyvä sisäinen viestintä on onnistuneen ulkoisen viestinnän edellytys.
- Jokainen on tiedottaja omalla paikallaan.
- Muista, että viestit myös olemuksellasi ja käytökselläsi.
- Ole käytettävissä ja tavoitettavissa.
- Tiedota ajoissa, aktiivisesti, avoimesti ja tasapuolisesti.
- Viesti selkeästi ja ymmärrettävästi, huomioi kohderyhmä.



SISÄLTÖ

1. JOHDANTO	4
2. VIESTINNÄN LÄHTÖKOHDAT	4
2.1 KAUPUNGIN STRATEGIA	5
2.2 VIESTINTÄPERIAATTEET	6
3. VIESTINTÄOHJEET	9
3.1 KAUPUNGIN VIESTINTÄVASTUUT	9
3.1.1 VIESTINNÄN KESKEISET TOIMIJAT	10
3.2 VIESTINTÄKANAVAT	10
3.2.1 SISÄISEN VIESTINNÄN VÄLINEET/KANAVAT	10
3.2.2 ULKOISEN VIESTINNÄN VÄLINEET/KANAVAT	12
3.3 VIESTINNÄN SEURANTA JA KEHITTÄMINEN	16
3.3. MILLOIN ERILLINEN VIESTINTÄSUUNNITELMA ON TARPEEN	16
3.4 BRÄNDI	17
3.5 VIESTINNÄN SAAVUTETTAVUUS	17
4. VIESTINNÄN OSA-ALUEET	18
4.1 TYÖYHTEISÖVIESTINTÄ	18
4.2 VALMISTELU- JA PÄÄTÖSVIESTINTÄ	20
4.3 PALVELUVIESTINTÄ	22
4.4 KRIISIVIESTINTÄ	23
4.4 REKRYTOINTIVIESTINTÄ	24
4.5 MARKKINOINTIVIESTINTÄ	24
4.6 MEDIAVIESTINTÄ	25
5. MUUT VIESTINTÄKÄYTÄNTEET	26

1. JOHDANTO

Viestinnässä on kyse kaikesta siitä, mitä organisaatiosta lähtee ulospäin ja mitä organisaation sisällä viestitään. On tärkeää, että sisäinen viestintä on kunnossa aina ennen ulkoista viestintää. Hyvällä viestintäsuunnitelmalla varmistetaan, että kokonaisprosessi on koko henkilöstön tiedossa ja asioista viestitään oikeaan aikaan oikeassa paikassa.

Heinolan kaupunki on olemassa ja toimii asukkaiden varten – **asukkailla on oikeus tietää, miten kaupungin asioita hoidetaan sekä oikeus osallistua ja vaikuttaa kaupungin toimintaan.** Kaikki tarvittava tieto kaupungin tavoitteista, suunnitelmista, toiminnasta, päätöksenteosta, palveluista ja muutoksista tulee viestiä sitä tarvitseville oikea-aikaisesti ja monikanavaisesti.

Viestintäsuunnitelmaa päivitetään vuosittain ja sen päivittämisestä vastaa hallinto- ja kehitysjohdaja yhdessä viestinnän asiantuntijan kanssa. Kaupunginhallitus hyväksyy hallintosäännön mukaisesti viestintäohjelman ja päättää viestinnästä vastaavista virkamiehistä.

2. VIESTINNÄN LÄHTÖKOHDAT

Strategian tukena Heinolan kaupungin arvoja noudattaen

Viestintä on olennainen ja kiinteä osa kaikkea Heinolan kaupungin toimintaa. **Viestintäsuunnitelma perustuu kaupungin kokonaistrategiaan.** Myös lainsäädäntö velvoittaa kaupunkia viestimään, mutta kaupunki ei viesti pelkän velvollisuuden takia. Haluamme viestinnän keinoin sujuvoittaa, mahdollistaa ja tukea asukkaiden, henkilöstömme ja muiden sidosryhmien arkea.

Haluamme olla paras palveluissamme ja asuinpaikkana, yritysystävällisin ja paras kumppani tekijälleen. Tulevaisuus rakentuu valintojemme pohjalta ja toteutuu rohkeilla teoilla.

Viestintäosaaminen on nykyään välttämätön osa johtavien viranhaltijoiden ammattitaitoa. Mediataitojen hankkiminen kuuluu oman osaamisen kehittämiseen.

Työyhteisöviestintä

Toimiva työyhteisöviestintä on ulkoisen viestinnän onnistumisen edellytys. Työyhteisöviestintä edistää ja sujuvoittaa henkilöstön työskentelyä. Jaamme sisäistä tietoa toisillemme ja pidämme yllä hyvää viestintä- ja palvelukulttuuria.

Työntekijät ja luottamushenkilöt tuntevat kaupungin viestintäsuunnitelman ja tietävät, miten eri tilanteissa on toimittava. Viestintävastuu koskee kaikkia kaupungin työntekijöitä. Sujuvalla ulkoisella viestinnällä esitellään kaupungin palveluita sekä parannetaan niitä ja niiden saatavuutta.

Viestimme positiivisesti ja aktiivisesti kaupungin asioista

Viestimme monikanavaisesti ja aktiivisesti kaupungin asioista korostaen voimakkaasti ja ylpeästi Heinolan vetovoimatekijöitä. **Hyvä viestintäilmapiiri** näkyy ja vahvistaa kaupungin mainetta ja vetovoimaa ja samalla tukee alueen kehittämistä. Viestinnällä paitsi markkinoidaan kaupunkia, myös luodaan ja ylläpidetään heinolaista kaupunkikuvaa ja henkeä.

Kaiken viestinnän tulee perustua tosiasioille, ja kielteisetkin ilmiöt on käsiteltävä. Tehokas kriisiviestintä kasvattaa hyvää johtamismainetta. Viestintä ylläpitää osaltaan asukkaiden hyvinvointia ja yhteisöllisyyttä.

Palveluviestintä on tärkeää, jotta asukas tietää, mitä palveluita hän voi saada, mistä ja milloin. Viestinnän keinoin pidetään myös yhteyttä asukkaisiin ja edistetään erityisesti heidän osallistumisen ja vaikuttamisen mahdollisuuksia kaupungin toiminnan kehittämisessä ja päätöksenteossa.

Jokainen Heinolan kaupungin työntekijä on viestijä omalla tontillaan ja omalla työllään muovaa kuvaa kaupungin toiminnasta.

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.

Keskeiset salassapitoperusteet on lueteltu julkisuuslain 24 §:ssä

Julkisuuslaissa käytetty salassapidon käsite sisältää asiakirjasalaisuuden, vaitiolovelvollisuuden ja salassa pidettävien tietojen hyväksikäyttökiellon. Laissa tarkemmin määritellyt viranomaiset tai sen lukuun toimivat henkilöt eivät saa paljastaa salassa pidettäviä tietoja sivullisille, ts. kenellekään, jolla ei ole laissa säädettyä tiedonsaantioikeutta. Viranomaistoiminnan yhteydessä saatuja salassa pidettäviä tietoja ei saa käyttää omaksi taikka toisen hyödyksi tai toisen vahingoksi.

**Heinolan
kaupungin arvot:**

**Välittäminen
Yhteisöllisyys
Rohkeus
Innovatiivisuus
Tuloksellisuus**

2.1 KAUPUNGIN STRATEGIA

Strategiset päämäärät

Viestintäsuunnitelma perustuu kaupungin kokonaisstrategiaan – Rakennamme yhdessä hyvinvoivan Heinolan tulevaisuuden.

Strategiset päämäärät, tavoitteet 2021/2030 (ja mittarit)



Hyvinvoinnin kasvu

- 2021: Indeksiluku paranee | 2030: Hyvinvointi lisääntyy (hyvinvointi-indeksi)
- 2021: Positiivinen kehitys | 2030: Kasvu tapahtuu kestävästi (kestävän kasvun mittari)



Uudistuva työ ja asuminen

- 2021: Indeksiluku paranee | 2030: Keskustan elinvoima kasvaa (elinvoimaindeksi)
- 2021: Positiivinen | 2030: Nettomuutto kasvaa (nettomuuton määrä)



Toimija keskiössä

- 2021: Kokonaistulos positiivinen | 2030: Heinolan arvostus kasvaa (kyselyt)
- 2021: Arvosana parempi kuin 3/5 | 2030: Päätöksenteko perustuu tietoon (valtuustokysely)
- 2021: Tulos vähint. valtakunnallista keskiarvoa (vrt. Keva) | 2030: Henkilöstö on motivoitunut (henkilöstökysely)



Talouden tasapaino

- 2021: Velkamäärä enint. 7 000 €/asukas | 2030: Velkamäärä vähentyy (velat ja vastuut/käyttötulot)
- 2021: Pienenee, käyttöaste kasvaa | 2030: Tilatehokkuus paranee (m²/asiakas, käyttöaste)
- 2021: Kasvu pienempi kuin indeksi | 2030: Nettomenojen kasvu on hallinnassa (tarvekioitujen menojen kasvu suhteessa julkisten menojen indeksiin)

KASVU

Luottamus tulevaisuuteen on monipuolisen kasvun peruspilari. Kasvu lisää hyvinvointia ja elinvoimaa.

HYVÄ PALVELUKOKEMUS – ASIAKAS KESKIÖSSÄ

Helposti saavutettavat, yksilölliset, joustavat palvelut. Palvelu ei ole vain tuote, vaan asenne. Tämä vahvistaa Heinolan hyvää mainetta.

UUDISTUVA TYÖ

Yrittäjäyys, osaaminen, työpaikat ja työllisyys kehittyvät ennakoivalla laaja-alaisella toiminnalla.

TALOUDEN TASAPAINO JA RESURSSIVIISAUS

Resursseja käytetään viisaasti ja henkilöstö on osaavaa, innostunutta ja hyvinvoivaa.

2.2 VIESTINTÄPERIAATTEET

Heinolan kaupungin viestinnän tarkoituksena on edistää asukkaiden, kaupungin työntekijöiden ja luottamushenkilöiden tiedonsaantia sekä osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksia. Viestinnällä pyritään lisäämään myös kaupungin mainetta ja tunnettuutta sekä vahvistamaan sidosryhmien toimintaedellytyksiä.

Viestintä kuuluu kaikille

Jokaisella kunnan työntekijällä on vastuu tiedottamisesta. Tiedotusvastuun laajuus määräytyy henkilön työtehtävien ja vastuualueen mukaan. Luottamushenkilöt vastaavat päätöksentekoon liittyvästä tiedottamisesta omalta osaltaan.

Kaikki työntekijät ja luottamushenkilöt toimivat kaupungin sanansaattajina ja muodostavat kaupungin kasvot ulospäin. Yhtenäinen kuva ulospäin edellyttää sujuvaa ja toimivaa sisäistä tiedotusta.

Positiivisuus ja avoimuus

Kaupungin viestinnän tehtävänä on myös tukea johtamista ja Heinolan kaupungin kehittymistä strategian mukaisesti. Viestinnän avulla huolehditaan Heinolan aseman vahvistamisesta tekemällä Heinolaa ja sen vahvuuksia tunnetuksi.

Julkinen myönteisyys korostuu etenkin päätösviestinnän kohdalla. Koko päätöksentekoprosessista viestitään läpinäkyvästi ja aktiivisesti, jotta asukkaat ja asianosaiset saavat tosiasiallista tietoa ajoissa ja ovat ajan tasalla koko prosessin ajan.

Vastaanottajalähtöisyys

Olenneisen tärkeää viestinnän onnistumisen kannalta on viestien kohdentuminen siten, että tieto tavoittaa mahdollisimman hyvin sitä tarvitsevat. Kaupungin viestinnän keskiössä on vastaanottaja, jonka tarpeet ja taustat huomioiden viestintää toteutetaan – viestin muoto, kanavat ja välineet räätälöidään vastaanottajien tarpeet huomioiden. Erityisryhmille, kuten kieliryhmille, näkö-, kuulo- ja muille vammaisille viestiessä kohdentaminen ja ryhmien tarpeiden huomiointi on erityisen tärkeää. Noudatamme **saavutettavuusdirektiivin vaatimuksia** parhaalla mahdollisella tavalla ja ilmoitamme mahdollisista puutteista verkkosivuillamme kohdassa saavutettavuusseloste.

Selkeä kieli ja hyvä tyyli

Viestinnässä käytetään selkeää yleiskieltä ja tyyliä pidetään vastaanottajalähtöisenä, inhimillisenä ja puhuttelevana. Viestin tulee olla ymmärrettävä myös heille, jotka eivät ole perehtyneet kunnalliseen organisaatioon.

Monikanavainen viestintä

Monikanavaisella viestinnällä pyritään vahvistamaan viestinnän tavoitettavuutta. Viestinnän kanavia ovat esimerkiksi media, suoraviestintä kaupungin asukkaille, julkaisut, esitteet, kaupungin kotisivut, facebook, yleisötilaisuudet, inforoudut kaupungin eri toimipisteillä sekä mainonta.

Aktiivista ja riittävää

Kaupunki viestii aktiivisesti – ajankohtaisista asioista tiedotetaan heti ja luotettavasti. Viestintäkynnys on hyvin matala. Yhteistyö joukkoviestimien kanssa hoidetaan oma-aloitteisesti, joustavasti ja kaikkia tasapuolisesti palvelten. Perusajatus on, että kaupunki kertoo itse aktiivisesti omista asioistaan muun muassa esityslistojen ja tiedotteiden muodossa. Kaupungin tiedotukseen ei sisällytetä poliittisia painotuksia.

Keskusteleva tyyli

Viestintä on tyyliltään myönteistä ja vuorovaikutteista. Viestintä ei ole vain yksisuuntaista tiedottamista ja ilmoittelua, vaan asukkaat, henkilöstö ja muut kohderyhmät ovat tasavertaisia keskustelukumppaneita. Asiakkaat palvelevat hyvässä, rakentavassa asiakaspalveluhengessä asiakkaan

tarpeet ja edut etusijalle asetettuina. Kuunteleva, avoin ja keskusteleva viestintä asukkaiden ja muiden kohderyhmien kanssa helpottaa kaupungin johtamista. Ymmärrettävät perustelut auttavat asioiden käsittelyssä ja päätöksenteossa, selkeys puolestaan ennaltaehkäisee kyselyjä ja valituksia. Myönteinen ilmapiiri ja hyvä kaupunkikuva syntyvät ennen kaikkea rakentavasta vuoropuhelusta.

Kaupungilla on vahva rooli alueen elinvoiman kehittämisessä

Perinteinen elinkeino- ja matkailumarkkinointi on tärkeää, ja sen rinnalla vahvistuu muiden elinvoimatekijöiden viestiminen: asuminen, palvelut, liikenne, ympäristö, harrastusmahdollisuudet, kulttuuri ja henkinen ilmapiiri.

Tehokkainta viestintää on tyytyväisten kaupunkilaisten, yritysten ja vieraiden suora puhe omalle lähipiirilleen. Sosiaalinen media on tärkeä paikkakunnan maineen rakentaja, mutta myös ammattimaista markkinointia tarvitaan esimerkiksi alueen vahvuuksien esille nostamiseksi.

Kaikessa viestinnässä on olennaista pitkäjänteisyys. Maine rakentuu monista tekijöistä ja kokemuksista pitkän ajan kuluessa. Johdonmukaisuus ja toisto varmistavat viestin perillemeno, rakentavat uskottavaa mielikuvaa ja luovat luottamusta.

Ohjeita puheviestintään:

Puhetyyli

- Vahvasta luottamusta.
- Puhu selvästi.

Vältä näitä:

- Ammattiterminologiaa.
- Spekuloimista ja arvailuja.
- Henkilökohtaisia mielipiteitäsi kaupungin kannanottoina.
- Kielteisiä tai kyseenalaisia kommentteja

Muista:

- Pysy tosiasioissa ja etukäteen valmistelluissa lausunnoissa.
- Puhu asioista, joita juuri tehdään tai on tehty. Kerro kaupungin toiminnasta.
- Vältä sanomasta ”ei kommenttia”. Lupaa mieluummin etsiä vastaus, jos se on mahdollista.
- Tarvittaessa tunnusta virheet avoimesti ja sitoudu korjaamaan ne.
- Korjaa väärinymmärrykset ja epäselvyydet heti.
- Ole rakentava. Rakenna yhteistyötä viranomaisten ja muiden sidosryhmien kanssa.

Onnistunut viestintäilmapiiri synnyttää myönteisen, itseään vahvistavan kierteen, joka näkyy maineessa ja vetovoimassa.

Kaupungin maine tukee alueen kehittämistä ja luo elinvoimaa.

Miksi viestimme ja millä keinoin?



Kenelle viestimme?



3. VIESTINTÄOHJEET

3.1 KAUPUNGIN VIESTINTÄVASTUUT

Heinolan kaupunkiorganisaatiossa viestintä kuuluu kaikille – jokainen kaupungin työntekijä on viestijä omalla tontillaan. Heinolan kaupungissa viestintää toteutetaan hajautetusti, mutta koordinoidaan keskitetysti. Palveluista vastuulliset henkilöt huolehtivat tietojen ajantasaisuudesta sekä ulkoisilla että sisäisillä alustoilla. Kaupungin viralliset lausunnot annetaan hallintosäännössä määriteltyjen toimivaltasäännösten mukaisesti.

Viestinnän työnjako

Valtuusto	Valtuusto luo mahdollisuudet viestintään toimintasuunnitelman, talousarvion, hallintosäännön ja strategian avulla.
Kaupunginhallitus	Kaupunginhallitus vastaa viestinnästä ja päättää kaupungin yleisistä tiedotusperiaatteista sekä vastuunjaosta toimielimissä.
Hallinto- ja kehitysjohtaja	On vastuussa kaupungin viestintä- ja tiedotustoiminnasta.
Viestinnän asiantuntija	- Vastaa viestinnän suunnittelusta, koordinoinnista, kehittämisestä ja keskeisestä toteuttamisesta - Kouluttaa, neuvoo ja sparraa viestintään liittyvissä asioissa. - Toimii kaupungin verkkosivuston päätoimittajana sekä vastaa intranetin yleisistä sisällöistä sekä kaupunkitasoisista sosiaalisen median kanavista. - Huolehtii, että monikanavainen viestintä toteutuu.
Toimialajohtajat	Vastaavat oman toimialansa työyhteisöviestinnästä ja ulkoisesta viestinnästä sekä niiden järjestämisestä.
Esimiehet	Esimies vastaa oman palvelualueensa/yksikkönsä työyhteisöviestinnästä ja ulkoisesta viestinnästä sekä toimii kaupungin johdon ja palvelualueensa/yksikkönsä henkilöstön välisenä linkkinä.
Työntekijät	- Jokainen kaupungin työntekijä on oman alansa asiantuntija ja viestijä. - Jokaisella on vastuu viestiä, vastaanottaa viestejä ja myös etsiä ja kysyä tarvitsemaansa tietoa oma-aloitteisesti. - Jokainen tietystä palvelusta vastuullinen henkilö pitää huolta, että omaan työhön liittyvät tiedot ovat ajan tasalla julkisilla ja sisäisillä alustoilla. - Jokainen työntekijä edustaa työroolissaan kaupunkia ja toimii siten myös tietynlaisena mainelähettiläänä.
Lausuntojen antajat	- Viralliset kaupungin lausunnot annetaan hallintosäännön toimivaltasäännösten mukaisesti. - Lähtökohtaisesti toimialajohtajat ja esimiehet voivat antaa lausuntoja esimerkiksi medialle oman toimialansa tai palvelualueensa/yksikkönsä asioihin liittyen tai päättää kuka heidän sijastaan voi kommentoida.

3.1.1 VIESTINNÄN KESKEISET TOIMIJA

Hallinto- ja kehitysjohtaja

Hallinto- ja kehitysjohtaja vastaa Heinolan kaupungin viestinnästä kaupungin hallintosäännön mukaan. Hän johtaa kaupungin viestintää yhdessä viestinnän asiantuntijan kanssa.

Viestinnän asiantuntija

Viestinnän asiantuntija vastaa Heinolan kaupungin viestinnän suunnittelusta, koordinoinnista ja kehittämisestä. Hän toimii kaupungin verkkosivujen ja kaupunkitasoisten sosiaalisen median kanavien päätoimittajana. Hänen vastuullaan on myös intranetin sisällöllinen päätoimittajuus.

Viestinnän asiantuntija kouluttaa henkilöstölle viestinnän välineiden käyttöä. Hän jakaa käyttäjätunnuksia verkkosivujen päivittämistä varten. Hänen vastuullaan on myös viestinnän käyttöohjeiden laadinta.

Viestinnän asiantuntija tukee toimialojen viestintää tekeviä henkilöitä. Hän koordinoi toimialarajat ylittävää markkinointiviestintätyöryhmää.

Toimialajohtaja

Toimialajohtaja vastaa oman toimialansa viestinnästä kaupungin hallintosäännön mukaan. Hän määrittelee oman toimialansa viestintävastaavan, joka osallistuu viestintäverkoston toimintaan.

Elinvoimajohtaja

Elinvoimajohtaja vastaa kaupungin markkinointiviestinnästä.

Markkinointiviestintätyöryhmä, MaVi

Työryhmään kuuluu viestinnästä ja markkinoinnista vastaavia henkilöitä eri toimialoilta. Verkoston tehtävä on kaupungin sisäisen ja ulkoisen viestinnän kehittäminen sekä vuoropuhelun lisääminen markkinoinnin ja viestinnän kesken. Työryhmä kehittää jatkuvasti myös kaupungin viestinnän käytäntöjä.

Verkkosivuvastaava

Jokaisella Heinola.fi-verkkosivun sivulla on oma vastaavansa. Kaupungin intranetistä löytyvät tiedot kustakin verkkosivusta vastaavista henkilöistä. Vastuuseen kuuluu myös samanaikainen tietojen ylläpito PTV-tietokannassa.

3.2 VIESTINTÄKANAVAT

Heinolan kaupungin viralliset pääviestintäkanavat ovat kaupungin verkkosivusto ja intranet.

Viestinnässä hyödynnetään myös eri aiheiden ympärille rakennettuja verkkosivustoja (esim. kesäteatterin www-sivut, BusinessHeinola, Visit-Heinola jne) sekä sosiaalista mediaa kaupunki- ja palvelu- ja yksikötasoisesti.

Muita viestinnän kanavia ovat muun muassa:

- sähköposti
- info- ja keskustelutilaisuudet
- mediatiedotteet
- lehti-ilmoitukset
- kyselyt ja palautekanavat
- sähköiset infonäytöt
- Wilma-järjestelmä (koulut ja varhaiskasvatus)
- esityslistat, pöytäkirjat, asiakirjat ja julkaisut.

Edellä listattujen lisäksi tärkeä viestintäkanava on myös valtakunnallinen palvelutietovaranto, PTV, jossa kaupungin palvelut ovat lakisääteisesti esillä suomi.fi –sivuilla. Kaupunki viestii aina ensin omien kanaviensa kautta. Asiakaspalvelukin on viestintää.

Sähköisen viestinnän painottamisesta huolimatta on erittäin tärkeää viestiä myös kasvokkain sekä tarjota ja järjestää kohtaamisen mahdollisuuksia. Kaikki kaupungin asiakirjat ja julkaisut ovat myös viestintää.

Kaikessa viestinnässä huomoidaan kaupungin viestintäperiaatteet (ks. sivu. 6).

3.2.1 SISÄISEN VIESTINNÄN VÄLINEET/ KANAVAT

Intranet

Heinolan kaupungilla on käytössään intranet, johon on pääsy kaikilla kaupungin työntekijöillä. Intranet jakaantuu varsinaiseen intranetiin ja ryhmätyötiloihin.

Intranetin teknisestä toiminnasta vastaa tietohallintopäällikkö ja kokonaisuuden päätoimittamisesta viestinnän asiantuntija. Intranetin sisällöistä vastaavat henkilöt, joiden asiantuntemukseen asia kuuluu, esimerkiksi henkilöstöasioiden välilehdestä vastaavat henkilöstöpalvelut.

Ryhmätyötilasta vastaa sen perustava(t) henkilö(t). Ryhmätyötiloja on mahdollista perustaa myös ekstranet-muotoisina, jolloin niihin on mahdollista myöntää pääsy myös kaupunkiorganisaation ulkopuolisille henkilöille. Kaikkien toimielinten ryhmätyötilat ovat ekstranet-muotoisia.

Intranetin etusivuilla julkaistaan kaupungin henkilökunnalle tietoa ajankohtaisista asioista. Sisäisiä tiedotteita voivat kirjoittaa kaupungin työntekijät ja niiden julkaisuun saa tarvittaessa tukea viestinnän asiantuntijalta.

Sähköposti

Heinolan kaupunki käyttää sähköpostia ulkoiseen viestintään asiakkaille ja yhteistyökumppaneille. Jokainen kaupungin työntekijä on vastuussa sähköpostinsa käytöstä. Sähköpostitse viestittäessä on syytä muistaa, että viestitään Heinolan kaupungin nimissä.

Sähköpostiviestinnässä käytetään kaupungin allekirjoitusmallia, jota on mahdollista muotoilla tarpeen mukaan. Ohjeet allekirjoitusmallin käyttöön löytyvät kaupungin intranetistä.

Jos työntekijä on poissa töistä, on hänen syytä asettaa sähköpostiinsa automaattivastaus. Automaattivastauksesta tulee käydä ilmi sijaisen yhteystiedot ja paluu-aika töihin, mikäli se on tiedossa. Ohjeet automaattivastauksen asettamiseen löytyvät intranetistä.

Mikäli sähköpostilla lähetetään suuriin jakeluihin organisaation ulkopuolelle postia, on vastaanottajat lisättävä viestin vastaanottajiksi piilokopiona. Salassa pidettävät asiakirjat tai muuta luottamuksellista informaatiota sisältävät viestit pitää lähettää aina suojattuna ja salattuna turvasähköpostin kautta.

Sähköinen kalenteri

Kokouksiin tulee ensisijaisesti esittää kutsut sähköisinä kalenterikutsuina. Heinolassa kalenterinäkömät eli tapaamisen/kokouksen aihe ja sijainti ovat julkisia ja näin ollen kalenterimerkinnöissä on muistettava tietosuoja. Salassa pidettäviä henkilötietoja ei saa tallentaa kalenterinäkömään.



Sisäisen viestinnän kanavat

Kasvokkain	Painettu viestintä	Sähköinen viestintä
• Palaverit • Neuvottelut • Palaute • Käytäväkeskustelut	• Sisäiset tiedotteet ja lehdet • Ilmoitustaulu	• Sähköposti • Intranet • Mobiilityökalut • Some

3.2.2 ULKOISEN VIESTINNÄN VÄLINEET/ KANAVAT



Kaupungin verkkosivut www.heinola.fi

Valikkorakenteesta sekä etusivun sisällöistä vastaa viestinnän asiantuntija.

Heinola.fi -sivustolla julkaistaan vain Heinolan kaupungin palveluista kertovaa sisältöä. Ajankoh- taista-palstalle uutisia voidaan tehdä tapahtumista, joissa Heinolan kaupunki on mukana järjestä- mässä tapahtumaa.

Mikäli verkkosivun käyttäjää epäilyttää, voiko tiettyä sisältöä julkaista sivuilla, on syytä olla yhteydessä viestinnän asiantuntijaan. Verkkosivuilla on suositeltavaa käyttää kuvituskuvia. Kuvien käytössä on huomioitava tekijänoikeudet.

Tavoitteitamme kaupungin verkkosivuilla:

- Kaupungin toiminnasta tiedottaminen asu- kas-/asiakasnäkökulmasta (ei kaupunkiorga- nisaation)
- Helposti saavutettava ja laadukas asiakaspal- velu ja neuvonta
- Vuorovaikutuksen edistäminen kaupunkilais- ten ja muiden kohderyhmien kanssa
- Osallisuuden ja yhteisöllisyyden edistäminen
- Läpinäkyvyyden ja avoimuuden tukeminen
- Luottamuksen ja arjen turvan lisääminen
- Palautteen kerääminen ja kansalaismielipitei- den kartoittaminen
- Maineen ja kaupunkikuvan edistäminen
- Luoda myönteistä Heinola-kuvaa, huomioida myös paikalliset maineentekijät
- Markkinointi (tapahtumat ym.)

- Kriisi- ja poikkeusolosuhteissa viestiminen
- Toimiminen porttina esim. tärkeiden yhteistyökumppaneiden verkkosivuille, kyselyihin, sähköiseen asiointiin.

BusinessHeinola-verkkosivu

BusinessHeinola.fi -verkkosivulle (businessheinola.fi) on kaupungin elinkeinoelämää varten rakennettu sivusto. Sivulle on linkki Heinola.fi -sivun etusivulta. BusinessHeinola.fi:n päätoimittaja on elinvoimajohtaja

VisitHeinola-verkkosivu

VisitHeinola.fi -verkkosivu on rakennettu palvelemaan Heinolan matkailua. Sivulle pääsee Heinola.fi -sivuston etusivulta. Sivustolle pääsevät tuottamaan sisältöä myös paikalliset matkailuyrittäjät, jotka voivat luoda käyttäjätunnukset sivujen päivittämistä varten. Sivuston päätoimittaja on elinvoimajohtaja.

Heinolan kesäteatteri-verkkosivu

Verkkosivujen toimittamisesta vastaavat kaupungin Elinvoimatoimialan Kulttuuri ja tapahtumat –palvelualue.

Toimialajohtaja vastaa oman toimialansa verkkosivustokokonaisuudesta ja sen ajantasaisuudesta. Näiden muiden verkkosivujen osoitteet, niiden päivittämiseen tarvittavat käyttäjänimet ja salasanat on toimitettava viestinnän asiantuntijalle.

Sosiaalinen media

- Sosiaalinen media (some) on kaupungin viestien jakelukanava ja vuorovaikutuksen edistäjä sekä maineen ylläpitäjä.
- Verkon ja sosiaalisen median viestinnän ja sen koordinoinnin vastuuhenkilönä toimii viestinnän asiantuntija.
- Heinolan kaupungin asioista tiedotetaan ensin virallisen viestintäkanavan, verkkosivujen, kautta. Tiedotteesta lähetetään lyhyt viesti ja linkitys medialle. Virallisen tiedottamisen jälkeen asia tuodaan lyhyesti esiin sosiaalisen median palveluissa ja ohjataan käyttäjät linkin kautta virallisen tiedotteen pariin.



Somekanavat - yleistä

- Pyrimme viestimään yhtenäisesti nykyisillä sosiaalisen median kanavilla sen sijaan että perustaisimme uusia, omia kanavia.
- Eri kanavat palvelevat eri kohderyhmiä. Palvelua tarjoava erillinen yksikkö ei ole peruste omalle verkkopalvelulle, sosiaalisen median kanavalle tai mobiilisovellukselle.
- Uusista perustettavista somekanavista päättää MaVi-työryhmä.
- Sosiaalisen median kanavalla on riittävästi sisältöä ja päivittäminen hoidetaan säännöllisesti ja katkeamatta myös lomien aikana.
- Vastuuhenkilöiden on sitouduttava aktiiviseen vuorovaikutukseen ja nopeaan reagointiin; palautteeseen on vastattava mielellään saman työpäivän sisällä palautteen saamisesta.

Facebook

Kaupungin Facebook-sivulla julkaistaan ja jaetaan kaupungin toimintaan liittyviä päivityksiä, linkkejä ja kuvia. Samoin voidaan jakaa yksikökohtaisilta Facebook-sivuilta päivityksiä ja tapahtumia. Tunnukset kaupunkitasoiseen sivuun on vastuullisten päivittäjien ja heidän sijaistensa lisäksi hallinto- ja kehitysjohtajalla.

Kaupunkitasoiseen sivuun kytköksissä ovat BusinessHeinolan ja VisitHeinolan omat Facebook-sivut tilienhallinnassa. Kyseisten sivujen päivittämisestä vastaa elinvoimajohtaja.

Yksikkötasoisien Facebook-sivujen päivittämisvastuu on yksittäisen sivun perustaneella yksiköllä. Toimialajohtajan tulee olla tietoinen oman toimialansa Facebook-sivukokonaisuuksista.

Twitter

Kaupungin Twitter-tilistä vastaa viestinnän asiantuntija. Heinolan kaupungin Twitter-sivulla julkaistaan kaupungin toimintaan liittyviä päivityksiä. Twitteriä käytetään erityisesti päätöksiin liittyvässä viestinnässä, kuten kaupunkilaisia kiinnostavien kokousasioiden tiedottamisesta.

Instagram

Kaupungin Heinolakaupunki Instagram-tilistä vastaa viestinnän asiantuntija. Heinolan kaupungin Instagram-tilillä voidaan julkaista päivityksiä sekä kaupungin, että sen yhteistyökumppaneiden tapahtumista. Tilillä julkaistavat kuvat ja videot ovat Heinolan kaupungin omaisuutta ja niissä esiintyviltä henkilöiltä tulee pyytää lupa kuvien julkaisuun Instagramissa. Tilille julkaistaessa on syytä muistaa, että kuvat ovat kenen tahansa vapaasti käytettävissä palvelun sääntöjen mukaan.

Youtube

Heinolan kaupungin Youtube-tilistä vastaa viestinnän asiantuntija. Tilillä julkaistaan videoita Heinolan kaupungin toiminnasta.

LinkedIn

Heinolan kaupungin LinkedIn-tilistä vastaa viestinnän asiantuntija. Tästä kanavasta on organisaatiolle hyötyä paitsi näkyvyyden lisääntymisenä, myös tietoisuuden kasvattamisena kaupungin palveluista ja ajankohtaisista hankkeista. LinkedIn toimii onnistuneen rekrytointin vahvana osatekijänä.

Kun viestit somessa, muista nämä:

Käytä #-merkkejä:

- **#heinola**
- **#pienikaupunki_isoelämä**
- **sekä muita aiheeseen liittyviä tunnisteita.**

Jos et viesti kaupungin pääsometileillä, vaan jollakin toisella sovitulla kaupungin ”alatililla”, muista merkitä postaukseen @-merkillä Heinolan kaupungin sometili.

Muita käytännönohjeita someviestinnän tekijöille

- Pyri lyhyeen ja tiiviiseen ilmaisuun yksinkertaisin virkkein: hyvä, suositeltu pituus 1-3 virkettä ja yksi asia/päivitys.
- Käytä kirjoittaessasi yleiskieltä, ole selkeä ja ymmärrettävä - vältä kapula- ja virkamieskieltä sekä erikoissanastoa.
- Keskustele ja viesti rennosti ja tuttavallisesti: puhu ihmisenä ihmiselle.
- Ole positiivinen, avoin ja vuorovaikutteinen! Aktivoi esim. kysymällä jotain. Liitä tekstin ohkeen linkki, joka ohjaa käyttäjät laajemman tiedon lähteelle. Mieluiten kaupungin omille verkkosivuille.
- Varmista tiedon oikeellisuus ennen julkaisemista. Tehdessäsi virheen, korjaa se avoimesti.
- Muista yksityisyydensuoja, tekijänoikeudet (erityisesti kuvat) ja sähköisen viestinnän tietosuojalaki.
- Poista asiattomat sisällöt, kuten herjaukset ja rasistiset sekä muulla tavoin loukkaavat ja laittomat viestit ja sisällöt.
- Julkaise ja viesti säännöllisesti ja aktiivisesti.



- Huomioi ja arvosta ko. palvelun käyttäjiä. Vastaa käyttäjien kysymyksiin ja vastausta edellyttäviin kommentteihin mahdollisimman nopeasti.
- Jos et tiedä vastausta kysymykseen, myönnä asia avoimesti ja kerro, että selvität asiaa.
- Älä provosoidu kritiikistä, vaan vastaa aina ystävällisesti ja rakentavasti.
- Viestiessäsi edustat Heinolan kaupunkia. Viestisi käsitetään koko kaupungin virallisena kannanottona. Harkitse siis mitä sanot.

Yksityishenkilönä somessa

Heinolan kaupunki kannustaa työntekijöitään ja luottamushenkilöitään käyttämään ja kokeilemaan sosiaalisen median palveluita omalla vapaa-ajallaan eli yksityisroolissa. Jokaisella on sananvapaus (Perustuslain 12 §:n 1 momentti).

Virkasuhteessa työskentelevillä sananvapauden käyttämiseen vaikuttaa virkamieslainsäädännön asiallisuusvaatimus, kun taas työsuhteessa olevia koskee Työsopimuslain määrittämä lojaliteettivelvoite. Aiheesta enemmän: <https://www.kuntaliitto.fi/ajankohtaista/2016/viranhaltijan-sananvapauteen-voidaan-puuttua-ainoastaan-laissa-saadetylla>

Positiivisen kaupunkikuvan luomisen tulee olla tavoitteena sekä työntekijöillä että luottamushenkilöillä myös yksityishenkilönä toimiessa.

Negatiivisten tunteiden kohtaaminen ja epäasiallinen viestintä somessa

Viestinnän siirtyessä yhä enemmän verkkoon ja sosiaaliseen mediaan on kaupunkikonsernin työntekijöillä riski saada osakseen epäasiallista viestintää. Myös väkivallan uhkaa ja erilaisia aggressioita voi liittyvä saatuun palautteeseen. Näistä täytyy aina ilmoittaa eteenpäin, niiden kanssa ei saa jäädä yksin.

Ohessa ohjeita, miten toimia kun joudut verkkovihan kohteeksi.

Työnantaja/esimies:

- Huolehdi siitä, että työntekijä ei jää yksin, jos hän on kohdannut epäasiallista viestintää/vihapuhetta. Kuuntele, ole läsnä ja pyydä tarvittaessa apua. Neuvoja voit kysyä viestintätiimiltä tai tarvittaessa kaupungin lakimieheltä.
- Huomioithan, että työnantajalla on vastuu ehkäistä ja vähentää kuormitustekijöiden aiheuttamaa haittaa työntekijöiden terveydelle. Myös sosiaalisen median kautta tapahtuva häirintä on kuormitustekijä.

Someturva.fi on kaikille ilmainen palvelu, joka tarjoaa asiantuntevaa oikeusapua sosiaalisessa mediassa kohdatun kiusaamisen, häirinnän ja uhkailun sattuessa. <https://www.someturva.fi/>

Jos kohtaat epäasiallista viestintää:

- Älä jää yksin. Ota aina yhteys esimieheesi, jos joudut varsinkin vihapuheen kohteeksi. Myös työterveyshuolto tukee henkisen kuormituksen osalta.
- Jos hyökkäys uhkaa sinun tai läheistesi henkeä, terveyttä tai kotirauhaa, ota yhteys poliisiin.
- Älä poista mitään viestejä. Jos poistat häiritsejäsi viestejä, sinulla ei jää todistusaineistoa.
- Jos epäilet identiteettivarkautta tai tilisi kaap-paamista, vaihda salasana, ja siihen liittyvät henkilökohtaiset tiedot. Kirjaa ylös tilanne (aika, olosuhteet, miten väärinkäytös ilmenee, kuvakaappaus) ja ota yhteyttä tietohallintoon.
- Jos epäilet rikosta, ota yhteys poliisiin ja tee rikosilmoitus.
- Tutustu jo etukäteen eri some-palvelujen tärkeimpiin yksityisyysasetuksiin sekä käyttäjien estämiseen niissä. Käyttäjä voi suojautua asiattomalta sisällöltä myös estämällä yksityisiä käyttäjiä ottamasta häneen yhteyttä ja näkemästä hänen päivityksiään. Tiettyjen käyttäjien tuottamat tai jakamat sisällöt voi myös piilottaa.

Wilma

Heinolan kaupungilla on käytössään Wilma-opiskelijahallinto-ohjelma, jolla viestitään Hyvinvointi-toimialan Opetus ja koulutus- sekä Varhaiskasvatus-palvelualueilla. Wilma-viestinnän ohjeistamisesta ja kouluttamisesta vastaa kyseisen palvelualueen johtaja.

Kyselyt ja palautekanavat, Trimble-palaute

Heinolan kaupungilla on käytössään Trimble-palautesovellus, jonka avulla kerätään kaupunkilaisilta palautetta. Sovelluksen ylläpidosta vastaa tietohallintopäällikkö. Palaute-osion pääkäyttäjiä ovat tietohallintopäällikön lisäksi hallinto- ja kehitysjohtaja sekä viestinnän asiantuntija. Pääkäyttäjä on maankäyttöinsinööri.

Sähköiset infonäytöt

Kaupungilla on kaikkiaan kahdeksassa eri toimipisteessä (esim. terveyskeskus, uimahalli ja kirjasto) käytössä sähköinen infonäyttö, jossa

viestitään Heinolan kaupungin ajankohtaisista asioista. Näyttöjen hallinta on viestinnän asiantuntijan vastuulla.

Näyttöihin voi liittää tällä hetkellä esimerkiksi tapahtumien mainoksia. Kaupungin verkkosivun Ajankohtaiset-osion otsikot pyörivät näytön alareunassa. Infonäyttöjen käyttöä kehitetään tietohallinnossa.

Webropol-kyselyt

Webropol-kyselytyökalu on koko kaupungin organisaation käytettävissä. Tunnuksia Webropolin antaa viestinnän asiantuntija.

Työkalua käytetään esimerkiksi tapahtumailmoittautumisten keräämiseen tai palautteen keräämiseen tietystä tapahtumasta tai palvelusta. Työkalua voidaan käyttää myös kaupunkilaisten kuulemisessa, mikäli päätöksentekoon tai valmisteluun liittyen halutaan kaupunkilaisilta mielipiteitä.

3.3 VIESTINNÄN SEURANTA JA KEHITTÄMINEN

Kaupungin viestintää seurataan ja kehitetään aktiivisesti. Seurannassa ja kehittämistyössä hyödynnetään muun muassa:

- Säännöllisiä, toistuvia mielipidekyselyitä, teemakyselyitä, asiakaskohtauksia ja keskustelutilaisuuksia

- Sivustojen ja palveluiden omaa analytiikkaa sekä seurantaan varten hankittuja analytiikka-ohjelmia
- Mediaseuranta ja siihen liittyviä ohjelmia
- Palauteväyliä (palautekanava, asiakaskohtaukset jne.)

Pelkkä seuranta ei riitä, vaan palautteisiin, toiveisiin jne. pitää reagoida. Päivittäisessä toiminnassa esiin tulevat pienet ja toteutettavissa olevat muutostarpeet ja toiveet on kuitenkin hyvin toteuttaa heti.

Kehittämistyön kokonaisteemat muodostetaan pääasiassa kohde- ja sidosryhmien kuuntelun ja osallistumisen perusteella.

Kehittämistoimenpiteitä johdetaan ja niiden toteuttamisessa huomioidaan vahvasti viestinnälle määritellyt linjaukset (esim. "Kaupungin viestintä on vastaanottajalähtöistä").

Kehittämistyötä varten koostetaan ja päivitetään omaa dokumenttia, josta pystyy seuraamaan tavoitteita, niihin liittyviä toimenpiteitä ja työn etenemistä.

3.3. MILLOIN ERILLINEN VIESTINTÄSUUNNITELMA ON TARPEEN

Erillinen viestintäsuunnitelma tehdään aina asioista, jotka ovat vaikutuksiltaan merkittäviä ja/tai kestoaltaan pitkiä. Huolehdi, että suunnitelma on kaikkien ao. henkilöiden saatavilla/tiedossa. Toimialat määrittelevät vuosittain oman viestinnän painopisteet.

- Tarpeen aina kriiseissä (heti, kun nopeutta vaativa ensitiedotus on hoidettu) ja jälkihoitossa.
- Erilaisissa projekteissa viestintäsuunnitelma on hyvä koordinaattorin työkalu (esimerkiksi rakennushankkeet)

Millainen on hyvä viestintäsuunnitelma?

- Hyvässä viestintäsuunnitelmassa toimenpiteet ovat realistisesti toteutettavissa, ja ne määritellään tavoitteiden ja kohderyhmien mukaan. (Määritä mitä viestitään ja kenelle.)
- Vastaa myös kysymyksiin: miksi, milloin, kuka viestii ja kenelle.
- Sisältää konkreettisia tehtäviä, työlistan ja vastuunjaon.



Seuranta

Viestintäsuunnitelma ei ole staattinen, vaan sitä pitää päivittää ja seurata sovittujen asioiden toteutumista. Kuka kantaa vastuun seurannasta sekä palautteen annosta?

Hyvän viestintäsuunnitelman osat:

- Viestinnän tavoitteet: mihin pyritään
- Sisältö: mitä viestitään
- Ajankohta: milloin viestitään
- Kanavat: mitkä kanavat valitaan
- Kohderyhmät: kenelle viestitään
- Vastuu: kuka on vastuu henkilö
- Projektin kokonaisaikataulu ja kustannukset
- Viestinnän tulosten arviointi = seuranta

3.4 BRÄNDI

Heinolan kaupungin perusviestit johdetaan kaupungin strategiasta, brändistä ja viestinnän arvoista. Perusviestit ilmentävät niitä asioita ja mielikuvia, joita kaupunki haluaa itsestään viestiä viestintäkumppaneilleen.

Kaupungin brändi ja sen määritelmät ohjaavat osaltaan kaupungin viestintää, erityisesti sisällön näkökulmasta. Brändin mukaisesti rakennettu viisuaalinen ohjeisto pitää huomioida viestinnässä.

Brändilupaus

PIENI KAUPUNKI:
sympaattinen, helposti lähestyttävä,
sopivan kokoinen

ISO ELÄMÄ:
tilaa kasvaa, aikaa elää ja paljon
tekemisen mahdollisuuksia

Visuaalisessa ohjeistossa määritellään kaupungin yhteinen ilme (värit, fontit jne.) Strategian tukemisen ja jalkauttamisen kannalta on tärkeää, että kaupunki viestii yhdenmukaisesti yhteisen ilmeen mukaisesti ja tuo viestinnässään esiin perusviestejä.

Brändistä lisää brändikäsikirjassa:
<http://brandi.heinola.fi/>.

PIENI KAUPUNKI,
ISO ELÄMÄ



Heinola

3.5 VIESTINNÄN SAAVUTETTAVUUS

Valtiovarainministeriön linjauksen mukaan digitaaliset kanavat ovat ensisijaisia asiointikanavia vuoteen 2022 mennessä. Digitaalisten palvelujen merkityksen kasvaessa on tärkeää, että julkiset verkkopalvelut ovat kaikkien saavutettavissa (<https://vm.fi/saavutettavuusdirektiivi>).

Saavutettavuus on oikeudenmukaisuutta ja yhdenvertaisuutta digitaalisissa palveluissa!

Kaikilla on samat oikeudet saada palveluja, löytää sisältöä ja käyttää kunnan palveluita. Saavutettavuus on moraalinen velvoite palvella kaikkia kansalaisia yhdenvertaisesti. Aivan samoin kuin liikkumisesteisille rakennetaan luiska, tulee julkaisuista tehdä sellaisia, että kaikki pääsevät käsiksi niiden sisältöön.

Saavutettavuuden tuottama hyöty ei kohdistu ainoastaan vammaisluokittelun saaneisiin henkilöihin vaan avustaa kaikkia sisältöä käyttäviä henkilöitä.

Saavutettavuus tarkoittaa sitä, että

- sisältö on kaikkien löydettävissä ja saavutettavissa
- sisältö on kaikkien ymmärtämässä muodossa
- palvelut ja sisällöt ovat kaikkien käytettävissä, eli jokainen saa tarvitsemansa tiedon ja voi hoitaa asiansa
- ihmisiä kohdellaan tasa-arvoisesti heidän erityispiirteistään huolimatta.
-
-

Havaittavuus

Kaikki sisältö ja käyttöliittymän osat ovat havaittavissa niillä tekniikoilla, joita käyttäjät käyttävät.

Hallittavuus

Käyttöliittymän ja sisällön navigaatio tulee olla helposti käytettävissä eri tekniikoilla, eikä käyttöliittymän ominaisuudet saa häiritä tai estää käyttöä.

Ymmärrettävyys

Sisältöjen tulee olla rakenteeltaan selkeitä, kielen ymmärrettävää ja toiminnallisuuden helposti käsitettävää.

Toimintavarmuus

Sivuston tulee olla käytettävissä useilla eri päälaitteilla, eri käyttöjärjestelmillä ja kaikilla yleisimmillä selaimilla ja käyttöä avustavilla tekniikoilla.

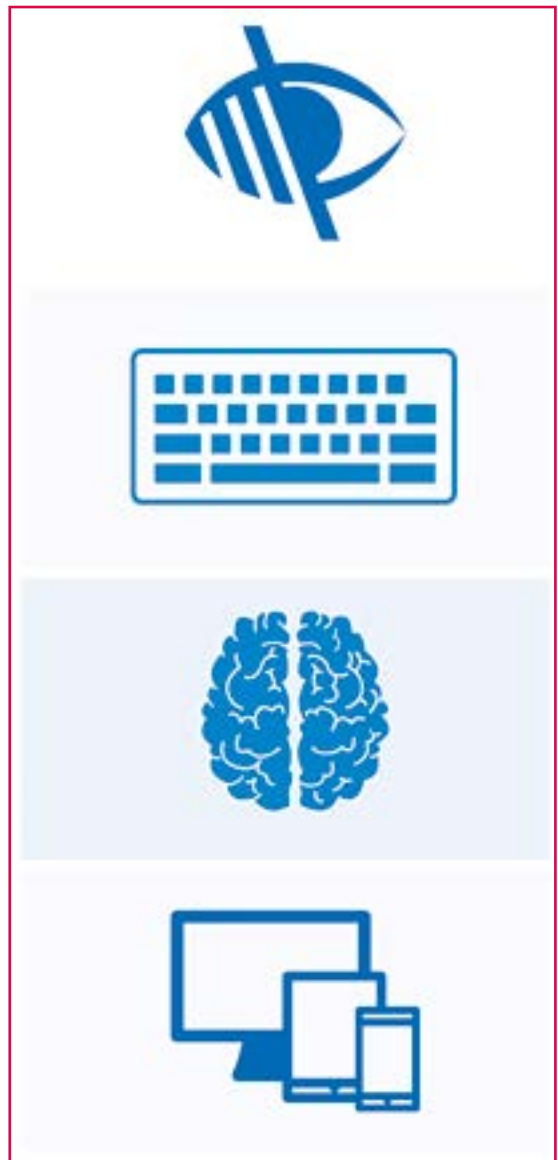
4. VIESTINNÄN OSALUUEET

4.1 TYÖYHTEISÖViestintä

Toimiva työyhteisöviestintä on kaupungin toiminnan peruspilari. Työyhteisöviestintää tarvitaan arkityöhön, jotta kaupungin vision, strategian ja tavoitteiden toteutuminen sekä myös aktiivinen viestintä organisaation ulkopuolelle on mahdollista.

Viestinnän onnistuminen on koko organisaation yhteinen asia. Työyhteisöviestinnällä rakennetaan toimintaedellytykset – se on organisaation verenkierto ja hengitys. Henkilöstö ja luottamushenkilöt tarvitsevat ajantasaisen, oman työnsä kannalta tarkoituksenmukaisen tiedon esimerkiksi kaupungin tavoitteista, toiminnasta, taloudesta, henkilöstöä koskevista päätöksistä sekä muutoksista ja muista ajankohtaisista asioista. On tärkeää, että esim. tavoitteita, muutoksia ja niiden vaikutuksia kuvataan konkreettisesti kunakin oman työn kannalta. Henkilöstöön vaikuttavat asiat on pyrittävä käsittelemään ensin sisäisesti. Kenenkään ei pitäisi joutua lukemaan lehdestä omaan työskentelyynsä liittyvistä tai vaikuttavista asioista.

Yhteistyö ja vuorovaikutus korostuvat myös sisäisesti. Viestinnän keinoin rohkaistaan keskusteluun ja rakennetaan arvostavaa ja rohkaisevaa tunnelmaa. Jokainen uskaltaa kysyä, kertoa



mielipiteensä ja ottaa kantaa asioihin. Jatkuva ja monisuuntainen palaute tukee koko työyhteisöä ja sen uudistumiskykyä. Henkilöstöllä on mahdollisuus osallistua ja vaikuttaa. Varsinkin isoista ja merkityksellisistä, mutta myös pienistä asioista voidaan keskustella ja niistä viestitään aktiivisesti ja oikea-aikaisesti, jotta henkilöstö on ajan tasalla. Sujuvaa työyhteisöviestintää tarvitaan myös luomaan edellytykset toimivalle ulkoiselle viestinnälle. Kaikki mitä tapahtuu (tai ei tapahdu) kaupungin ”lasimaljassa” heijastuu heti ulospäin. Myös kaupungin maineen rakentaminen lähtee sisältäpäin.

Työyhteisöviestinnällä luodaan yhteishenkeä ja myönteistä työnantajamainetta. Viestintä edistää mainetta ja vetovoimaisuutta Johdonmukaisella viestinnällä vahvistetaan kaupungin brändiä ja rakennetaan ja edistetään kaupungin mainetta. Aktiivinen ja myönteinen viestintä luo onnistuneen ilmapiirin ja yhteishengen, joka ruokkii kaupunkikuvaa ja heinolalaista identiteettiä. Maine ja vetovoima tukevat Heinolan kehittämistä ja luo elinvoimaa alueelle.

Esimieheltä alaiselle

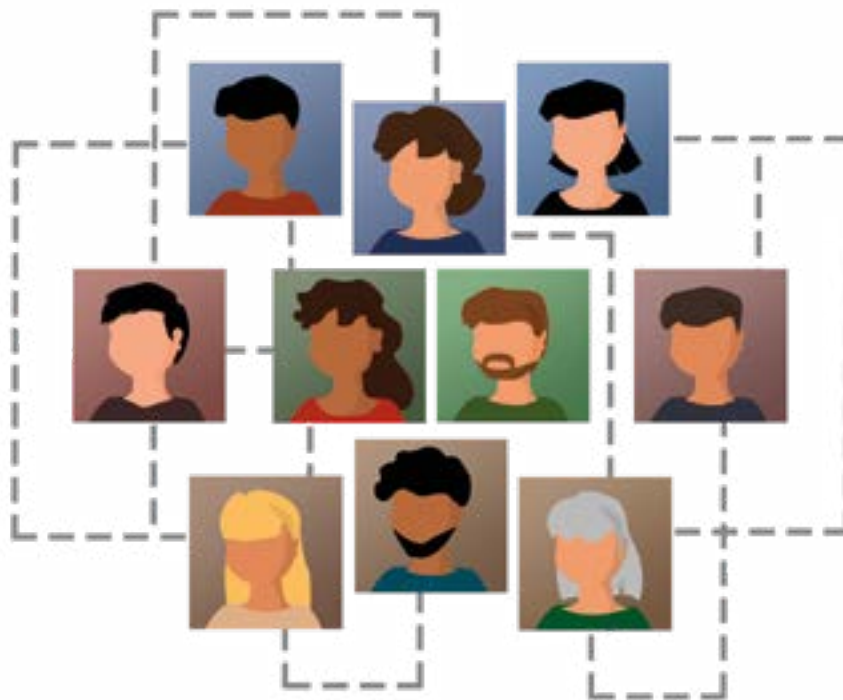
Esimiehillä on tärkeä vastuu sisäisestä tiedonkulusta. Esimiehen tehtävä on kertoa ensimmäiseksi henkilöstölle työhön liittyvistä muutoksista kasvokkain, jos mahdollista. Avoimen ja riittävän aikaisessa vaiheessa käydyn keskustelun avulla tieto välittyy oikealla tavalla, jolloin on hyvät mahdollisuudet välttää väärinkäsityksiä ja huhuja. Työntekijällä on myös vastuu selvittää oikea ja riittävä tieto häntä askarruttavassa työasiassa.

Perehdyttäminen

Sisäiseen viestintään kuuluu myös uuden työntekijän perehdyttäminen. Esimies vastaa perehdyttämisen järjestämisestä. Perehdyttämisen tarkoitus on tutustuttaa uusi henkilö heti alussa tuleviin tehtäviinsä, työympäristöön ja työolosuhteisiin.

Keinot

Sisäisen tiedotuksen välineitä ovat Teams-sovellus, tiimi- ja henkilöstöpalaverit, tiedotteet ja sähköpostiviestit sekä yleiset ohjeet. Sisäiset tiimi- ja henkilöstöpalaverit ovat sisäisen viestinnän kannalta oleellisia keinoja, niissä voidaan kysyä ja saada myös suoraan vastauksia heti. Henkilöstöpalavereja järjestetään riittävän usein. Tavoitteena on, että jokaisella on myös mahdollisuus osallistua niihin. Lisäksi varmistetaan, että palaverista poissaolleet saavat tiedon käsitellyistä asioista



Työyhteisöviestintä tiivistetysti

Tavoitteet

- antaa henkilöstölle oikeasisältöistä ja oikea-aikaista tietoa kaupungin suunnitelmista, toiminnasta ja arjen tekemisistä
- tukea ulkoista viestintää

Kohderyhmät

- kaupungin henkilöstö
- luottamushenkilöt

Keinot

- Teams
- tiedotteet
- henkilöstöpalaverit
- tiimipalaverit
- kehityskeskustelut
- sähköposti
- yleiset ohjeet
- perehdyttämisopas

Roolit ja vastuut

- esimiehet
- työntekijät
- viestinnän asiantuntija

4.2 VALMISTELU- JA PÄÄTÖSVIESTINTÄ

Päätösviestintää toteutetaan koko päätöksen- tekoprosessin ajan – aina valmistelusta itse päätökseen. Oikea-aikaisella viestinnällä varmistetaan asioiden toimiva valmistelu ja päätöksen- teko.

Kaupunki on asukkaitaan varten, ja kaupunkilaisten tulee voida osallistua yhteisten asioiden käsittelyyn. Edustuksellista demokratiaa täydentävät suoran osallistumisen keinot. Niillä saadaan kaupunkilaisilta tietoa, uusia näkökulmia ja ideoita. Suunnitelmallinen vuorovaikutus asioiden valmistelijoiden, kaupunkilaisten ja luottamushenkilöiden kesken rakentaa tervettä pohjaa päätöksenteolle. Lopulta kaupunkilaisten valitsemat edustajat ottavat vastuun kokonaisuuden kannalta parhaiksi arvioituista ratkaisuista. Selkeillä pohjatiedoilla on olennainen merkitys. Tavoitteet, vaihtoehdot ja vaikutukset on pystyttävä esittämään ymmärrettävästi ja havainnollisesti.

Avoin ja kuunteleva viestintä helpottaa kaupungin johtamista. Ymmärrettävät perustelut helpottavat asioiden käsittelyä ja päätöksentekoa. Selkeä asioiden esittäminen vähentää kyselyjä ja valituksia. Rakentava keskustelu ja väärinkäsitysten välttäminen luovat myönteistä ilmapiiriä ja hyvää kaupunkikuvaa.

Valmisteluviestintä

Valmisteluvaiheen yleistä viestintää edellyttävät erityisesti kaupunkilaisten elämää laajasti vaikuttavat asiat, kuten palveluihin, palveluverkkoon, kaavoitukseen ja Heinolan kaupungin kehittämiseen liittyvät päätökset.

Valmisteltavasta asiasta kerrotaan:

- tavoitteet perusteluineen
- valmistelun nykytila ja eteneminen
- vaihtoehtojen vaikutukset
- mahdollisuudet osallistua valmisteluun.

Valmisteluviestinnän ulkopuolelle jäävät lain määrittelemät salaiset asiat sekä selkeät viranomaispäätökset, jotka koskevat vain asianosaisia. Myös muiden ei niin laajasti merkityksellisten asioiden osalta voidaan tehdä päätösesitys suoraan ilman laajempaa julkista keskustelua.

Esityslistat ja pöytäkirjat

Heinolan kaupungin päätöksentekoon liittyvät asiakirjat julkaistaan Heinolan kaupungin verkkosivuilla. Asiakirjojen julkaisemisesta vastaa kunkin toimielimen esittelijä yhdessä hallinnon tukipalveluiden kanssa.

Valmistelijat vastaavat omista valmisteluteksteistään. Valmisteluteksteissä tulee kiinnittää huomiota siihen, että ne eivät ole liian raskaita luettavia. Pitkissä valmisteluteksteissä on suositeltavaa käyttää väliotsikointia.

Päätöksen sisältö ja perustelut tulee kirjoittaa päätökseen, ei valmistelutekstiin.

Pöytäkirjat julkaistaan verkkosivuilla niiden tarkastamisen jälkeen. Kokousten jälkeen esittelijä/pöytäkirjanpitäjä viestii valitsemallaan tavalla kokousasiat medialle ja yleisölle esimerkiksi Heinola.fi-sivuilla Ajankohtaista-kanavalla tai Twitterissä. Merkittävimmän tiedotusintressin päätöksistä viestitään erikseen tiedotteella.

Mitä hyötyä on valmisteluviestinnästä?

- Kaupunkilainen saa tietoa ja voi vaikuttaa.
- Henkilöstö hahmottaa kaupungin tilanteen kokonaisuuden.
- Luottamushenkilö saa monipuolista informaatiota ennen päätöksentekoa.
- Kaupunki on aktiivinen toimija yhteiskunnassa.
- Sidosryhmät pystyvät suunnittelemaan omaa toimintaansa.

Valmistelu- ja päätösviestinnän vaiheet

Valmisteluviestintä:

Asian käsittelyvaihe	Toteuttaja
Asian vireilletulo (esim. aloite, esitys, kirje, ptk-ote)	Kaupungin asukas, yritys, sidosryhmän edustaja jne.
Keskustellaan asiasta tarvittaessa luottamushenkilöiden kanssa sekä kyseisen asian toimialajohtajan kanssa.	Kaupunginjohtaja/toimialajohtaja
Päätetään asian valmistelusta.	Kaupunginjohtaja/toimialajohtaja
Päätetään onko asia sellainen, jonka valmistelusta tiedotetaan julkisesti sekä missä vaiheessa tiedotetaan.	Kaupunginjohtaja/toimialajohtaja
Tiedotetaan asiasta henkilöstölle.	Kaupunginjohtaja/toimialajohtaja viestinnän asiantuntija
Tiedotetaan asiasta medialle.	Kaupunginjohtaja/toimialajohtaja viestinnän asiantuntija
Julkaistaan verkkosivuilla materiaalia. Avataan keskustelua sosiaalisessa mediassa. Järjestetään mahdollinen asukastilaisuus.	Kaupunginjohtaja/toimialajohtaja viestinnän asiantuntija
Valmistelun eri vaiheissa tietoja päivitetään verkkosivuilla, mediatiedotteilla ja tarvittaessa esitemateriaalilla ja uusilla asukastilaisuuksilla.	Kaupunginjohtaja/toimialajohtaja viestinnän asiantuntija
Tuotetaan nähtäville vaihtoehtoja ja niiden vaikutusten esittelyä ennen päätöksentekoa. Tarvittaessa tarjotaan havainnollista esitysmateriaalia viestinnän tueksi.	Kaupunginjohtaja/toimialajohtaja viestinnän asiantuntija

Päätösviestintä:

Asian käsittelyvaihe	Toteuttaja
Päätösehdotus perusteluineen julkaistaan toimielimen esityslistalla, esityslista verkkosivuilla.	Kaupunginjohtaja/toimialajohtaja
Informoidaan mediaa päätöksestä.	Kaupunginjohtaja/toimialajohtaja viestinnän asiantuntija
Julkaistaan pöytäkirja verkkosivuille sekä tiedotetaan asianosaisille.	Pöytäkirjanpitäjä/toimialasihteeri
Päätetyn vaihtoehdon pohjalta tuotetaan tarvittaessa havainnollista esitysmateriaalia, jota voidaan käyttää mm. asukastilaisuuksissa, sidosryhmätapaamisissa	Kaupunginjohtaja/toimialajohtaja viestinnän asiantuntija

Valmistelu- ja päätösviestintä tiivistetysti

Tavoitteet	Kohderyhmät	Keinot	Roolit ja vastuut
- kuntalain ja hallintosäännön mukainen valmistelu - antaa riittävästi tietoa taloudesta ja valmistelussa olevista asioista, käsittelystä, päätöksistä ja niiden vaikutuksista	- valtuusto - kaupunginhallitus - lautakunnat - kaupungin asukkaat - palvelujen käyttäjät - sidosryhmät - media	- kaupungin verkkosivut - tiedotteet - seminaarit - asukastilaisuudet - yleinen kuuleminen, keskustelu - esityslistat	- kaupunginjohtaja (yleisvastuu) - hallinto- ja talousjohtaja (valtuusto/kh) - toimialajohtajat (toimialavastuu) - toimialasihteerit - viestinnän asiantuntija

4.3 PALVELUVIESTINTÄ

Palveluviestinnän tehtävänä on antaa kaupunkilaisille, yrityksille, matkailijoille, vapaa-ajan asukkaille sekä muille sidosryhmille tietoa kaupungin järjestämistä palveluista. Näin asiakas tietää, mitä palveluita hän voi saada, mistä ja milloin.

Asiakaspalvelu on viestintää tehokkaimmillaan. Se on suora sekä yksilöllinen kontakti kaupunkilaisiin.

Jokainen kohtaaminen on asiakaspalvelua, jossa tarvitaan vuorovaikutustaitoja. Kaikkia asiakkaita kohdellaan samanarvoisesti.

Toimiva palveluviestintä auttaa yksittäistä kaupunkilaista, helpottaa yleisen viestinnän toteuttamista ja samalla luo tehokkaasti myönteistä mainetta.

Heinolan kaupungin neuvontapalvelut on keskitetty asiointipisteisiin. Muita kanavia ovat kaupungin verkkosivut, puhelinpalvelu sekä toimialojen omat palvelukanavat. Myös viestintä sosiaalisessa mediassa on asiakaspalvelua.

On huomioitava, että asiakas voi esittää kysymyksiä eri kanavissa – riippumatta asiasta. Selaisessa tilanteessa ohjataan kysymys asiantuntijalle, joka vastaa kysymykseen mahdollisimman nopeasti.

Neuvonnan tietolähteet ja taustaprosessit on pidettävä kunnossa. Kaupungin verkkosivut ovat myös asiakaspalveluhenkilöstön tietolähde, joten ajantasainen verkkoviestintä on toimivan asiakaspalvelun edellytys. Neuvonnan tulee olla muun viestinnän tavoin avointa ja nopeaa.



Kaupunkilainen on asiakas, kohtelee häntä samoin kuin yritykset kohtelevat asiakkaitaan.

Neuvonta ja asiakaspalvelu eivät ole vain myönteinen mahdollisuus, vaan myös lakisääteinen vaatimus. Hallintolain mukaan kunnan on neuvotettava ja palveltava asiakkaitaan. Kaupunkilaisille pitää myös kertoa, miten kysymyksiä ja asiakaspalautetta voi jättää, miten palautteet käsitellään, miten asioita saa vireille, miten palvelupisteet ovat auki ja miten virkamiehet ovat tavoitettavissa.

**Kaupungin
henkilöstö ja
luottamushenkilöt
viestivät aina
kaupungin äänellä,
kaupungin
näkökulmasta.**

Palveluviestintä tiivistetysti

Tavoitteet	Kohderyhmät	Keinot	Roolit ja vastuut
antaa riittävästi tietoa kaupungin järjestämistä palveluista	Palvelujen käyttäjät - kaupunkilaiset - yritykset - vapaa-ajan asukkaat - matkailijat	- kaupungin nettisivut - neuvontapisteet - puhelinpalvelu - infotaulut - esitteet - Facebook - PTV (palvelutietovaranto)	- kaupunginjohtaja (yleisvastuu) - toimialajohtajat (toimialavastuu) - palvelun tuottaja - yksikkö - viestinnän asiantuntija

4.4 KRIISIVIESTINTÄ

Kriisiviestintä on tehostettua viestintää äkillisessä tilanteessa, jossa Heinolan kaupungin toiminta-edellytykset tai muu etu on uhattuna. Tärkeintä kriisitilanteissa on käynnistää toimenpiteet kriisin selvittämiseksi ja isomman vaaran torjumiseksi.

Kriisiviestintää hoidetaan täysin samoilla periaatteilla kuin Heinolan kaupungin viestintää yleensäkin eli viestintä on avointa, luotettavaa ja aktiivista. Poikkeustilanteissa asukkaiden tiedon tarve korostuu ja tiedottamiseen kohdistuu tavallista suurempia odotuksia ja vaatimuksia, joten tiedon luotettavuus ja nopeus korostuvat erityistilanteissa.

Kriisiviestinnän toimenpiteet ja työkalut määritellään sen mukana, kuinka vakavaksi kriisi arvioidaan.

Kriisiviestintäohjeessa pitää varautua pieniin palvelukatkoksiin, erilaisiin onnettomuuksiin, mainekriiseihin ja laajoihin häiriöihin. Valtaosa häiriöistä on niin pieniä, että tavanomainen toimiva viestintä riittää, mutta viestinnän nopeus ja tietojen täsmällisyys korostuvat.

Mitä laajempi kriisi on, sitä tärkeämpää on tehostaa ja keskittää viestintää.

Nopeasti tapahtuva ja rehellinen kriisiviestintä estää väärän tiedon leviämisen ja helpottaa huolta. Se, mitä ei tiedetä vielä, on syytä myöntää ja kertoa, jotta luottamus säilyy.

Kriisiviestintä tarvitsee myös resursseja. Oman henkilökunnan, poliittisen johdon, valtionhallinnon vastuuviranomaisten, asukkaiden ja joukkoviestintien tiedonsaanti pitää varmistaa.

Lisätietoa Heinolan kaupungin kriisiviestintäsuunnitelmassa, joka löytyy intranetistä.

Kriisiviestintä tiivistetysti

Tavoitteet	Kohderyhmät	Keinot	Roolit ja vastuut
- varmistaa ihmisten turvallisuus - turvata organisaatioiden toimintaedellytykset - tiedottaa palveluiden järjestelyistä - varmistaa totuudenmukainen mielikuva tilanteesta - ennakoida mahdolliset kriisit ja valmistautua niihin - noudatetaan kaupungin kriisiviestintäsuunnitelmaa	- kaupunkilaiset - vapaa-ajan asukkaat - media - viranomaiset - kaupungin päättäjät	- sähköpostilistat - kaupungin nettisivut - some-kanavat - jaettavat paperiset tiedotteet - Wilma	- kaupunginjohtaja - Häiriö- ja erityistilanteiden johtoryhmä - kriisitiedottaja (viestinnän asiantuntija)

4.4 REKRYTOINTIViestintä

Toimiva rekrytointiviestintä on edellytys sille, että osaavat ja kaupungista kiinnostuneet hakijat saavat tiedon avoimista mahdollisuuksista. Työpaikkailmoitus antaa ensivaikutelman kaupungista mahdollisena työpaikkana ja viestii samalla siitä, kuinka paljon avointa työpaikkaa työnantajan silmissä arvostetaan.



Rekrytointiviestintä tiivistetysti

Tavoitteet	Kohderyhmät	Keinot	Roolit ja vastuut
• edistää onnistunutta rekrytointia • luoda mielikuvaa hyvänä työpaikkana • auttaa alueen yrityksiä rekrytointiviestinnässä osana kaupungin imago-työtä	• kunta-alan ammatillaiset • työnhakijat	• kuntarekry.fi • Kuntalehti • alan ammattilehdet • paikallislehdet • heinola.fi -sivusto • Facebook ja LinkedIn	• toimialajohtajat (toimialavastuu) • rekrytoiva esimies • viestinnän asiantuntija

4.5 MARKKINOINTIViestintä

Markkinointiviestintä on markkinointiprosessin näkyvä osa. Markkinointi on kokonaisuus, jossa tunnistetaan Heinolan vahvuuksia eri pääsegmenteissä, määritellään näistä erilliset kohderyhmät ja niiden tyypilliset ominaisuudet (ns. ostajapersoonat), tehdään suunnitelmat näihin kohderyhmiin vaikuttamiseksi, tuotetaan tarvittavat sisällöt, valitaan käytettävä mediavalikoima ja toteutetaan tämän mukainen markkinointiviestintäsuunnitelma.

Käytännössä markkinointiviestintä on jatkuva prosessi, jossa kaupunki viestii itse ja kumppaniensa kanssa pyrkien siihen, että kohderyhmät sitoutuvat Heinolaan kestävästi – esimerkiksi muuttamalla Heinolaan tai tekemällä yritysinvestointi Heinolaan.

Markkinointiviestinnän sisältö samanlaisellekin kohderyhmälle voi olla hyvin erilaista riippuen siitä, millainen kunkin Heinola-suhde on. Ellei Heinola ole ennestään tuttu, brändiviestinnällä luodaan tunnettua. Tämä on luonteeltaan yleispiirteistä, ylimmän tason viestintää, ja sellaisena monille kohderyhmille sopivaa.

Tunnettuus palvelee silloin, kun halutaan synnyttää mielenkiintoa esimerkiksi vaihtoehtoisena asuinpaikkana. Mielenkiinnon synnyttäminen on markkinointiviestinnän toinen taso. Sillä pyritään tuomaan esiin Heinolan vahvuuksia – esimerkiksi asumisen ja harrastamisen mahdollisuudet sekä palveluvahvuudet lapsiperheille, joilla on erityisiä mielenkiinnon kohteita ja tarpeita.

Kolmas taso on konkreettisen ehdotuksen tekeminen ja halun synnyttäminen tähän tarttumiseen, kuten vaikkapa yksittäisen tontin huuto-kauppa.

Neljäs taso on varsinaisesta myyntitapahtumasta tai asiakaspalvelutapahtumasta huolehtiminen. Tässä on usein kyse jo henkilökohtaisesta vuoropuhelusta asiakkaan kanssa. Tunnettuus, mielenkiinto, halu, toiminta – ne ovat markkinointiviestinnän näkyviä tavoitteita asiakaspolun eri vaiheissa.

Markkinointiviestinnän tehtävä on kertoa koko kaupunkiyhteisön vahvuuksista, tapahtumista, menestystarinoista ja toimintaympäristöstä niin, että se puhuttelee ja vaikuttaa.

Markkinointiviestintä tiivistetysti

Tavoitteet

Puhutella valittujen kohderyhmien edustajia niin, että syntyy kasvava kiinnostus ja sitoutuneisuus Heinolaa kohtaan

Kohderyhmät

Erityisesti Heinolan vahvuuksia ja vetovoimatekijöitä arvostavat potentiaaliset tulijat

- Vakituiset asukkaat
- Yritykset
- Vapaa-ajan asukkaat
- Matkailijat

Keinot

Suunnitelmallinen, kustannustehokas ja kohdennettava viestintä kulloinkin tarkoituksenmukaisin välinein brändikäsikirjan mukaisesti

Roolit ja vastuut

Markkinointistrategia: elinvoimajohtaja
Kampanjoiden, materiaalien ja toimenpiteiden suunnittelu ja toteutus: markkinointiasiantuntija(t)
Markkinoinnin koordinaatio: MaVi-ryhmä
Toimialakohtaiset sisällöt (perustiedot): toimialat.

4.6 MEDIAVIESTITÄ

Tiedotustilaisuudet

Erityisen painavan tiedotusintressin tilanteissa kaupunki järjestää tiedotustilaisuuksia. Tiedotustilaisuudet pyritään järjestämään ensisijaisesti kohteessa, johon tiedotettava asia liittyy.

Tiedotustilaisuuksissa ovat läsnä kaupungin työntekijät, joilla on tiedottamisvastuu kyseisiin asioihin liittyen. Tiedotustilaisuuksista vastaa viimekädessä tiedottavan toimialan toimialajohtaja, jonka läsnäolo tilaisuudessa saattaa olla tarpeen. Koko kaupungin toimintaan tai hallinnon päätöksentekoon liittyvässä tiedotustilaisuudessa on läsnä kaupunginjohtaja.

Tiedotustilaisuuksiin kutsu lähetetään minimisään Outlookista löytyvälle Tiedotusvälineet-sähköpostiryhmälle. Tiedotettavasta aiheesta riippuen kutsua kannattaa lähettää myös aiheesta kiinnostuneille medioille.

Lehti-ilmoitukset

Heinolan kaupungin lehti-ilmoituksista vastaa sekä sisällöllisesti että ulkoasullisesti ilmoituksen lähettävä toimintayksikkö. Kaupungin ilmoitusten tulee olla Heinolan brändin mukaisia.

Kuulutukset tulee julkaista verkkosivujen lisäksi vähintään myös Itä-Häme-lehdessä. Lehteen on toimitettu kaupungin brändiaineisto, jonka saa käyttöön ilmoitusta pyytäessä. Tavallisimmat ilmoitusohjat löytyvät intranetistä. Viestinnän asiantuntija laatii pyydettyä muita ilmoitusohjia.

Mielipidekirjoitukset

Heinolan kaupungin työntekijät voivat julkais- ta lehdissä mielipidekirjoituksia organisaation edustajana. Mielipidepalstoilla käytävään keskusteluun osallistumisessa on käytettävä vahvaa harkintaa. Mikäli päädytään mielipidekirjoituksen julkaisemiseen, viestinnän asiantuntijaa tulee informoida asiasta. Toimialajohtaja vastaa omalta toimialaltaan lähteistä mielipidekirjoituksista.

Haastattelut

Haastatteluja kaupunkiorganisaation toiminnasta antavat ne asiantuntijat, joiden asiantuntemukseen kyseisen haastattelun aihe kuuluu. Tarvittaessa toimialoilla voidaan määritellä tarkemmin haastattelujen antajat erillisillä ohjeilla.

Haastattelua annettaessa henkilön on muistettava, että hän esiintyy kaupunkiorganisaation edustajana. Mikäli on kyseessä aihe, joka koskettaa useampaa toimialaa, on yhdessä kyseessä olevien toimialojen kesken sovittava tiedottamisvastuut.

Haastattelua annettaessa on muistettava, että haastattelua ei pidä antaa puutteellisin tiedoin asiasta. Toimittajan kanssa tulee työskennellä ammattimaisesti ja tarvittaessa pyytää lisäaikaa asioiden selvittämiseen.

Mediatiedotteet

Heinolan kaupunki lähettää mediatiedotteet vähintään Outlookista löytyvän Tiedotusvälineet-listan mediakumppaneille. Tiedotteen lähettäjä voi liittää myös muita medioita tiedotteen jakeluun aiheesta riippuen.

Toimialat voivat lähettää tiedotteet medialle itsenäisesti, mutta on toivottavaa tehdä se viestinnän asiantuntijan kautta, jolloin voimme varmistaa paremmin, että viestintämme on yhdenmukaista. Kriisiviestintään liittyvät lehdistötiedotteet lähtevät kaikki viestinnän asiantuntijan kautta.

Kaikista tiedotteista tulee lähettää kopio: viestinta@heinola.fi.

Tiedotteissa on käytettävä kaupungin virallista mediatiedotepohjaa. Tiedotepohja on viety Office365:een ja löydät sen kun avaat Wordissä uuden tiedoston ja valitset henkilökohtaiset. Tiedotteet tulee lähettää pdf-tiedostomuodossa. Tiedotteen sisällön voi liittää myös sähköpostin tekstikenttään, jos teksti on lyhyt. Tällöin erillistä tiedostoa ei tarvita.

Lehdistötiedotteissa tulee aina olla esillä lisätieto- ja antavan henkilön tiedot.

5. MUUT VIESTINTÄ-KÄYTÄNTEET

Keskustelutilaisuudet

Kaupunkilaisten kuuleminen

Heinolan kaupunki voi järjestää kaupunkilaisille keskustelutilaisuuksia, joiden tarkoitus on kuulla kaupungin asukkaita päätöksentekoon liittyvissä asioissa. Kuulemistilaisuuden järjestämisestä vastaa asiaa valmisteleva toimiala. Kuulemistilaisuuksien järjestämiseen apua saa tarvittaessa viestinnän asiantuntijalta.

Kaupunkilaisten kuulemisessa voi hyödyntää myös Heinolan kaupungin vaikuttamistoimielimiä. Kaupungin asukkaita on kuultava tietyissä viranomaisasioissa, mutta se on suositeltavaa myös, mikäli valmistelun kohteena on erityisen voimakkaasti tunteita herättävä asia kaupunkilaisten tietoisuuden lisäämiseksi.

Henkilöstön keskustelutilaisuus

Kaupungin henkilöstölle on järjestettävä keskustelutilaisuuksia aiheista, jotka koskettavat heidän työtään kaupungin palveluksessa. Toimialajohtaja vastaa oman toimialansa henkilöstön keskustelutilaisuuksista. Keskustelutilaisuudet on pyrittävä järjestämään mahdollisimman lähellä siihen osallistujien työskentelypaikkaa.

Julkaisut

Heinolan kaupungin palveluksessa asian käsittelyä varten laaditut asiakirjat ovat viranomaisen asiakirjoja, jolloin ne kuuluvat julkisuusperiaatteen piiriin. Tämä on syytä muistaa asiakirjoja laadittaessa.

Lomakkeet

Heinolan kaupungin palveluissa käytettäviä lomakkeita on sekä verkkosivuilla, että tulostettuina eri palvelupisteissä. Lomakkeiden tulee olla brändin mukaisia. Verkkosivuilla olevat lomakkeet on liitettävä pdf-muodossa.

Heinolan viralliset lomakepohjat saat käyttöösi avaamalla sovelluksen (Word, PowerPoint) ja avaamalla uuden tiedoston, valitse henkilökohtainen. Jos teet lomakkeen verkkosivua varten (word -> pdf, valitse fontiksi Arial).

Esitteet ja lehdet

Heinolan kaupungin palveluiden esitteistä vastaa ne teettävä toimintayksikkö. Esitteiden tulee noudattaa brändi-ilmettä. Monistamossa voi painattaa esitteitä. Pääsääntöisesti esitteet ja lehdet tulee kuitenkin toteuttaa sähköisinä.

Kaupunkitasoisista esitteistä vastaa elinvoimajohtaja ja matkailuesitteistä Elinvoimatoimialan Kulttuuri ja tapahtumat -palvelualue.

Viestinnän asiantuntijan tulee olla mukana kaupungin esitteiden ja lehtien suunnittelussa ja toteutuksessa.

