

Suomussalmen kunta

# Viestintäsuunnitelma

Kunnanhallitus xx§ jne.  
[22.11.2022]

## Sisällys

Suomussalmen kunnan viestintäsuunnitelma [luonnos].....	2
Johdanto ja viestinnän lähtökohdat .....	2
Kuntastrategia .....	3
Visio .....	3
Strategia .....	3
Viestinnän kanavat .....	5
Verkkosivut, ilmoitustaulu, media.....	5
Sosiaalinen media.....	6
Muut kanavat .....	7
Viestinnän kohde- ja sidosryhmät .....	7
Toimijat .....	7
Viestinnän seuranta .....	7
Kehittämisen kohteita lähivuosina .....	8
Markkinointiviestintä.....	8

# Suomussalmen kunnan viestintäsuunnitelma

## Johdanto ja viestinnän lähtökohdat

Vuonna 2019 kunnanhallituksen hyväksymään viestintäsuunnitelmaan kirjattiin kunnan viestinnän yleiset linjaukset sekä toimenpiteitä ja työnjakoa lähivuosiksi. Suunnitelma päätettiin päivittää seuraavalla valtuustokaudella. Päivittäminen on odottanut kuntastrategian valmistumista, joka tapahtui kesäkuussa 2022 valtuuston hyväksytyä sen. Tämä viestintäsuunnitelma päivittää viestintäsuunnitelman ja se noudattelee linjauksissaan uutta kuntastrategiaa *Suomussalmi nyt ja huomenna*.

---

***Periaate: Ajantasainen, aktiivinen, monikanavainen, kattava, luotettava ja vuorovaikutteinen normaaliaikojen viestintäkokonaisuus mahdollistaa tehokkaan viestinnän myös kriisitilanteissa.***

***Suomussalmen kunta viestii tehdäkseen kunnan päätöksenteosta läpinäkyvää, tarjotakseen kuntalaisille ja muille palveluja käyttäville vaikuttamisen ja osallistumisen mahdollisuuksia, tarjotakseen tietoa kunnan palveluista ja rakentaakseen strategian mukaista kuntakuvaa.***

---

**Kuntalaki (410/2015) on tärkein kuntaviestintää ohjaava säädös.** Muita lakeja ja säädöksiä ovat mm. julkisuuslaki, hallintolaki ja henkilötietolaki sekä saavutettavuusdirektiivi. Kunnan **hallintosäännön** mukaisesti kunnanhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän periaatteista. Myös **kuntastrategia** ohjaa viestintää, ja viestintä osaltaan tukee kuntastrategian toteutumista.

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*

## Hallintosäännön 6 § Kunnan viestintä

*Kunnanhallitus johtaa kunnan viestintää ja tiedottamista kunnan toiminnasta. Kunnanhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat.*

*Toimielimet luovat omalla toimialallaan edellytyksiä läpinäkyvälle toiminnalle asioiden valmistelussa ja päätöksenteossa.*

*Kunnanhallitus, lautakunnat, kunnanjohtaja sekä toimialojen johtavat viranhaltijat huolehtivat, että kunnan asukkaat ja palvelujen käyttäjät saavat riittävästi tietoja valmisteltavina olevista yleisesti merkittävistä asioista ja voivat osallistua ja vaikuttaa näiden asioiden valmisteluun. Viestinnässä käytetään selkeää, ymmärrettävää kieltä ja otetaan huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet.*

## Kuntastrategia

Suomussalmen kuntastrategia vuosille 2022–2025 *Suomussalmi nyt ja huomenna* hyväksyttiin valtuuston kokouksessa kesäkuussa 2022.

### Visio

- Suomussalmi on muuttovoittopaikkakunta, joka houkuttelee jatkuvasti uusia asukkaita kiinnostavilla asumismahdollisuuksillaan, luonnonläheisillä aktiviteeteillaan sekä monipuolisilla palveluillaan ja työmahdollisuuksillaan.
- Suomussalmi on kasvava matkailukohde, joka tunnetaan aktiivisen luontoliikkuajan Hossasta, Raateentien historiasta sekä vivahteikkaasta kulttuurista.
- Arjen helppous, monipuoliset harrastusmahdollisuudet ja asumisen viihtyisyys takaavat kiinnostavan kohteen uutta kotia etsivälle.
- Menestyvät yritykset työllistävät monipuolisiin tehtäviin biotaloudesta teknologiateollisuuteen

Viestinnällä tuetaan vision toteutumista, esimerkiksi nostamalla esille kunnan ja sidosryhmien tuottamia palveluita tai toteuttamia hankkeita, jotka tekevät arjesta helppoa tai tarjoavat harrastusmahdollisuuksia. Yleisölle tuodaan korostetusti esille, eli tehdään näkyväksi kunnan elinvoimaa, kuntalaisten hyvinvointia ja yhteisöllisyyttä sekä identiteettiä vahvistavia toimintoja.

Elinvoimapalvelujen vastuulla olevalla markkinointiviestinnällä on kunnan tunnettuuden ja matkailuvirtojen kasvattamisessa merkittävä roolinsa.

***Kuntaviestinnän tehtävänä on tukea strategian toteutumista tuomalla näkyväksi ja edistämällä kunnan elinvoimaa, kuntalaisten hyvinvointia, yhteisöllisyyttä ja identiteettiä rakentavaa toimintaa ja päätöksentekoa.***

### Strategia

Kuntastrategia sisältää neljä pääkohtaa: uudistuminen, identiteetti, elinvoima, yhteisöllisyys ja hyvinvointi. Seuraavalta sivulta löytyy strategia visualisoituna.



### Uudistuminen

- Uskallamme unelmoida, uudistua ja investoida rakentaen pohjaa tulevaisuudelle
- Olemme vastuullinen työnantaja ja pidämme huolta hyvinvoivasta henkilöstöstä
- Teemme päätöksiä suunnitelmallisesti ja huolehditaan taloudesta kestävästi
- Tarkastelemme omia toimintatapojamme rohkeasti ja hyödynnämme digitalisaatiota koko kuntakonsernissa

Viestintä tukee uudistumista. Esimerkiksi toimielinten päätöksistä tai investointihankkeiden edistymisestä aktiivisesti kertomalla yleisö pidetään tietoisena uudesta. Kuntaorganisaatio on vuorovaikutteisesti kuulolla kuntalaisten toiveista tulevaan.

Viestinnän itsensä uudistuminen on jatkuva prosessi. Viestinnässä digitaalisuus on yhä merkittävämmässä roolissa, kasvokkain kohtaamisia ja painotuotteita unohtamatta. Seuraamme organisaatio- ja yhteisöviestinnän trendejä ja otamme käyttöön hyviksi osoittautuvia kanavia ja tapoja viestiä. Verkkosivu-uudistus toteutetaan lähivuosina.

Työhyvinvoinnin yhtä peruspilaria, toimivaa työyhteisöviestintää, toteutetaan korona-aikana opittujen ja käyttöön otetuilla digitaalisillakin toimintatavoilla ja sitä kehitetään edelleen palautteen perusteella. Intranet ja Teams vahvistuvat yhteistyön ja työyhteisöviestinnän kanavina.

Lähivuosina vakiinnutamme 2022 laajasti (opetushenkilöstö mukaan) käyttöön otetun intranetin sisäisen viestinnän tärkeimmäksi kanavaksi, ja muokkaamme sitä käyttäjiltä saadun palautteen perusteella.

Sisäisen viestinnän ohjeen valmistuttua henkilöstö perehdytetään siihen.

### Identiteetti

- Omaleimainen kulttuuri, ”luova hulluus” sekä ylpeys omasta kotiseudusta osana tekemistä ja viestintää
- Vahva ja terve itsetunto: arvostamme omaa osaamistamme ja vahvuksiamme
- Lisäämme tunnettuutta nostamalla esiin Suomussalmen arvokkaita mahdollisuuksia
- Tuemme uusien tulijoiden osallisuutta ja sitoutumista yhteisössä

Strategiaan kirjatut identiteettiin liittyvät linjaukset ovat viestinnän toteuttamisessa erityisen tärkeitä ohjenuoria, jotka pidetään mielessä kaikessa tekemisessä. Uusien asukkaiden osallisuutta ja sitoutumista tukee kunnan verkkosivuilta helposti löytyvä tieto kunnan palveluista ja toiminnasta.

### *Elinvoimaisuus*

- Panostamme yritystoiminnan, opiskelumahdollisuuksien ja innovatiivisten ratkaisujen kehittämiseen
- Tarjoamme monipuoliset palvelut sekä viihtyisän ja turvallisen elinympäristön luonnon helmassa, harrastusmahdollisuuksien ympäröimänä – sujuvaa arkea ipanasta ikäihmiseen
- Huomioimme ympäristöasiat päätöksenteossa ja hyödynnetään luontoa kestävästi siitä samalla huolehtien

Elinvoimaan liittyvät tavoitteet näkyvät viestinnässä mm. päätöksentekoviestinnässä ja palveluista kertomisessa. Luontoa ja siihen liittyviä mahdollisuuksia pidetään esillä viestinnässä. Teemme positiivisella otteella näkyväksi kuntaorganisaation itsensä ja sidosryhmien tuottamia palveluja sekä harrastusmahdollisuuksia. Esimerkiksi muuttajatarinat ja julkaisut yritysvierailuista tukevat vetovoimaisen kuntakuvan rakentumista.

### *Yhteisöllisyys*

- Kuuntelemme ja kunnioitamme toisiamme luoden turvallisen ja suvaitsevan elinympäristön – kaikki yhdessä
- Tuemme aktiivisten yhdistysten toimintaa
- Päivitämme kuntakuvaa yhdessä kuntalaisten kanssa digitalisaatiota hyödyntäen

Vuorovaikutteinen viestintä ja kuntalaisten sekä muiden osallisten osallistumismahdollisuudet kasvattavat yhteisöllisyyttä ja yhteisöllisyyden kokemista. Hyvää julkisuus kuvaa tehdään tekemällä oikeita ja merkityksellisiä asioita sekä tekemällä ne näkyviksi viestinnän avulla.

### *Hyvinvointi*

- Hyvinvoinnin ja terveyden edistäminen
- Ympäröivä luonto ja sen rytmisessä eläminen tarjoavat mahdollisuuden rauhoittumiseen, kiireestä irrottautumiseen ja hyvinvointiin keskittymiseen

Luonto on tunnustettu Suomussalmen vahvuudeksi, ja tuomme sitä esille viestinnässä monipuolisesti. Kuntalaisten hyvinvointia seurataan ja siitä raportoidaan hyvinvointikertomuksissa. Kerromme aktiivisesti kunnan tarjoamista liikuntamahdollisuuksista ja muista hyvinvointia edistävästä palveluista.

---

***Kuntastrategiasta johdetut tavoitteet konkretisoituvat viestinnänkin osalta vuosittaisissa talousarvion yhteyteen kirjattavissa toiminnan tavoitteissa, toimenpiteissä ja tuloksellisuuden mittareissa.***

---

### *Viestinnän kanavat*

Verkkosivut, ilmoitustaulu, media

Kokousasiakirjat, viralliset kuulutukset ja vastaavat sekä viranhaltijapäätökset julkaistaan **tietoverkossa** eli kunnan nettisivuilla [www.suomussalmi.fi](http://www.suomussalmi.fi) löytyvistä kuulutussivuiltaan. Kuulutukset ovat nähtävillä myös kunnantalolla sijaitsevalla ilmoitustaululla. Verkkosivusto on tärkein viestintäkanava. Verkkosivuilta löytyvät myös palaute- ja kuntalaisaloitelomakkeet.

Mediatiedotteita lähetetään ajankohtaisista asioista. Maksullisia ilmoituksia julkaistaan tarpeen tullen paikallis- tai muissa lehdissä, niiden paperi- ja/tai verkkoversioissa. Tiedotustilaisuuksia järjestetään erityisen merkittävistä tapahtumista. Mediakentässä tärkein yhteistyötaho on paikallislehti Ylä-Kainuu. Myös Kainuun Sanomat ja Yle Kajaani pidetään ajan tasalla tärkeimmistä kunnan tapahtumista.

Nuorisovaltuuston sekä vanhus- ja vammaisneuvoston kokouspöytäkirjat julkaistaan verkkosivuilla toimielinten omilla sivuilla.

Merkittävistä tai kuntalaisia laajalti kiinnostavista, käsittelyyn tulevista tai kunnan toimielinten päättämistä, asioista julkaistaan verkkosivuilla kokousasiakirjojen ohella toimitettu ajankohtaista-artikkeli. Myös mediatiedotteita voidaan lähettää.

Verkkosivuilla julkaistaan artikkeleita myös muista merkittävistä tai yleisöä kiinnostavista asioista tai tapahtumista kunnassa. Ajankohtaista-artikkeleiden avulla tuodaan kunnan toimintaa ja työntekijöitä tutuksi yleisölle.

Verkkosivuilla julkaistaan myös häiriötiedotteet, ja tarvittaessa otetaan käyttöön häiriösivu, joka ohittaa muut sivut.

Luonnos viestintäohjeeksi häiriö- ja kriisitilanteisiin on valmis. Hyväksytty suunnitelma jalkautetaan henkilöstön pariin.

### Sosiaalinen media

Sosiaalisen median eri kanavia käytetään soveltuvin osin tukemaan verkkosivuilla toteutettavaa virallista viestintää. Sosiaalisessa mediassa julkaiseminen edistää kuntalaisten ja muiden sidosryhmien tiedonsaanti- ja vuorovaikutusmahdollisuuksia. Kuntakuvan luomisessa ja markkinointihenkisessä viestinnässä sosiaalisen median kanavilla, etenkin Instagramilla ja Facebookilla, on iso merkitys! Aktiivisella somekanavien ylläpidolla varaudutaan tilanteeseen, jossa esimerkiksi verkkosivut tai jokin somekanavista ei toimi. Sosiaalisen median kentän muutoksia seurataan, ja tilanteen mukaan jostakin kanavasta voidaan luopua ja vastaavasti uusia ottaa käyttöön. Sosiaalisen median kanavilla on omat eriytyneet roolinsa viestinnässä.

Kunnan sosiaalisen median pääkanavien päävastaava on viestintäsuunnittelija. Tilien hallittavuuden ja tietoturvan vuoksi ylläpitäjien määrä pidetään kohtuullisena. Toimialueiden työntekijöitä kannustetaan ja tarvittaessa opastetaan tuottamaan kuva- ja tekstimateriaalia julkaistavaksi.

Facebook: Tammikuussa 2022 perustettiin Suomussalmi kunta -tili menetetyn Suomussalmen kunta -tilin tilalle. Vanhan tilin yli 3 000 seuraajasta on ensimmäisen puolen vuoden aikana saatu palautettua noin 600. Käytetään aikuisemman väen tavoittamiseen, perusviestinnän tukena, tapahtumista kertomiseen ja muuhun vapaamuotoisempaan viestintään. Vain muutamalla henkilöllä on tietoturvasyistä ylläpito-oikeus, mutta julkaistaan useiden työntekijöiden ottamia kuvia. Lisätään tilin vuorovaikutteisuutta esimerkiksi tarinallisuutta lisäämällä, kyselyillä ja kilpailuilla, mitä kautta kasvatetaan seuraajien määrää.

Instagram on ennen kaikkea vision mukaista kuntaimagoa rakentavaa kuvilla viestintää, ja se tukee kaikkea kunnan viestintää yleisesti. Tarinat ja videopätkät tapahtumista tai ajankohtaisista asioista täydentävät kuvavirtaa.

Twitter on napakkaa ajankohtaisviestintää ja usein viranomaisviestien jakoa.

LinkedIn toimii ennen kaikkea rekrytointien tukena, osaajien esittelyareenana ja potentiaalisten muuttajien havahduttamiskanavana.

YouTuben kautta lähetetään valtuuston kokousten livelähetykset sekä mahdollisesti tapahtumien livelähetykset, omaa tuotantoa olevat videot ja muut kuntaan liittyvät videot.

Joillakin yksiköillä on omia sosiaalisen median tilejään, lähinnä Facebookissa ja joitakin Instagramissa. Nuorisopalveluissa käytetään myös SnapChatia.

Kuntaviestinnässä maksullisia somejulkaisuja käytetään harkiten ja erityisesti tilanteissa, joissa se todella on tarpeen.

## Muut kanavat

Toimialueilla voi olla omia viestintätapoja- ja kanavia, kuten esimerkiksi tietylle ryhmälle, kuten yrittäjille, suunnatut ryhmäsähköpostit tai WhatsApp-viestit. Koulut viestivät huoltajille pääasiassa Wilman kautta.

Infotv-järjestelmässä on kaikkiaan 11 näyttöä eri puolilla kuntaa. Niiden avulla tavoitetaan laajasti yleisöä, ja niitä käytetään tapahtumista kertomiseen ja yleisenä tiedotuskanavana. Järjestöillä on mahdollisuus ilmoittaa maksutta ja yrityksille se on edullinen markkinointikanava.

Valtatie 5:n varteen on pystytetty uudelleen valotaulu, joka palvelee erityisesti paikallisia yrityksiä markkinointikanavana, mutta tarvittaessa myös kunnan infotauluna.

## Viestinnän kohde- ja sidosryhmät

Asukkaat, palveluiden käyttäjät ja tarvitsijat, yrittäjät, yritykset, potentiaaliset muuttajat, yhdistykset, paikkakunnalla työskentelevät, vapaa-ajan asukkaat ja kunnan henkilöstö.

## Toimijat

Kunnan **hallintosäännön** (§ 6) mukaan kunnanhallitus johtaa kunnan viestintää mm. hyväksymällä yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista.

Ylin viestinnästä vastaava viranhaltija on **hallintojohtaja**, joka toimii viestintäsuunnittelijan esimiehenä. **Viestintäsuunnittelija** vastaa itsenäisellä työotteella kuntatason viestinnän suunnittelusta, monipuolisesta toteuttamisesta sekä asiantuntijatuesta toimialueille ja muille viestintää tekeville.

**Viestintäryhmä**, joka koostuu eri toimialueiden edustajista, toimii kaksisuuntaisesti tiedonvälittäjänä viestittävästä asioista sekä tukena viestintäsuunnittelijalle tuomalla toimialojen näkemyksiä ajankohtaisiin viestintään liittyviin asioihin.

Viestintäsuunnittelija yhdessä hallintojohtajan ja viestintäryhmän kanssa laatii viestinnälle käytännön vuosittaiset tavoitteet ja kirjaa tehtävät toimenpiteet sekä laatii viestintäkanaville vuosittaiset tavoite- ja toimenpidesuunnitelmat.

Lisäksi viestinnän osalta laaditaan vuosittain viestintäkanavakohtaisia toimintasuunnitelmia. Viestintäryhmä suuntaa jatkuvasti tulevaisuuteen kartoittamalla viestinnän kannalta merkityksellisiä tulevia tapahtumia.

Käytännön työssä toimialueet ja niiden johto huolehtivat asioiden valmistelun ja päätöksenteon riittävästä läpinäkyvyydestä, tarvittaessa viestintäsuunnittelija tukena.

Organisaatioiden viestinnän yleisperiaate on, että jokainen työntekijä viestii omalla paikallaan.

## Viestinnän seuranta

Tärkeintä viestinnän vaikuttavuutta arvioitaessa ja sen kehittämisessä on säännöllinen seuranta. Sometilien seuraajien määrää ja julkaisujen tavoitavuutta on yksinkertaisempaa seurata kuin viestinnän vaikuttavuutta, jota luodetaan esimerkiksi kävijäanalyysin ja yleisöltä saadun palautteen perusteella.

Seurannan työkaluja ovat muun muassa:

- Mediaseuranta maksullisen sovelluksen avulla
- Verkkosivujen kävijämäärät
- Sosiaalisen median tileillä kävijät ja seuraajat, julkaisujen saamien reaktioiden määrät
- Erilaiset yleisölle tai eri sidosryhmille suunnatut kyselyt



- Henkilöstökyselyt
- Kuntalaistilaisuudet, joko viestintään keskittyviä tai muuhun teemaan liittyviä hyödyntäen.

### Kehittämisen kohteita lähivuosina

Kehitetään yhtenäistä visuaalista ilmettä lomakkeisiin, esitteisiin, ilmoituksiin ja mainontaan sekä pr-tuotteisiin päivittämällä kunnan graafinen ilme ja graafinen ohje yhteistyössä mainostoimiston kanssa. Säilytetään kuitenkin keskeiset käytössä olleet elementit: vaakunasta ja Suomussalmi-tekstistä muodostuva logo (liikemerkki) ja viininpunainen tunnusväri.

Verkkosivujen uudistaminen aloitetaan vuonna 2023 tavoitteena saada niistä käyttäjiä entistä paremmin palvelevat sivut. Tiedot kunnan tuottamista palveluista ja muista kunnan asioista ovat entistä helpommin löydettävissä ja vuorovaikutteisuuden liittyvät toiminnot entistä toimivampia.

Yhteisöllisyyden vahvistaminen ja tehokkaan tiedonkulun varmistaminen kuntaorganisaation sisällä edellyttää uuden intranetin mahdollisimman aktiivista käyttöä ja muiden sisäisten viestintäkanavien, kuten Teams-kanavien, sujuvaa ja tehokasta käyttöä.

### Markkinointiviestintä

Kuntaorganisaation viestintä on pääasiassa perinteistä informatiivisuuteen painottuvaa, toki kaksisuuntaista, tiedonkulkua. Sosiaalisen median kanavista Instagramissa, Facebookissa ja YouTubessa on jopa suotavaa toimia markkinointihenkisesti. Suomussalmen kunnassa vastuu maksullisesta matkailu- ja markkinointiviestinnästä kuuluu elinvoimapalveluille ja osin kunnanjohtajalle. Matkailupalveluiden ja sen VisitSuomussalmi-sometilit ja markkinointikampanjat tavoittavat matkailijoita niin kotimaassa kuin ulkomailla. Elinvoimapalveluiden alla toimivassa markkinointiryhmässä mukana on osin samoja toimihenkilöitä kuin viestintäryhmässä. Molempien ryhmien roolitus on selkeä.