



# Kustavin viestintäsuunnitelma



# Sisältö

1. Tausta ja tavoitteet
2. Linjauksia
3. Ydinviestit
4. Kanavat
5. Kohderyhmät
6. Vastuut ja organisoituminen
7. Seuranta
8. Suunnitelman päivittäminen
9. Lisälehdet (liitteinä)



# 1. Tausta ja tavoitteet



# Viestintäsuunnitelma on työkalu

Tämä suunnitelma linjaa Kustavin kunnan viestintää kohti **tavoitteellista, tavoittavaa ja yhtenäistä tiedottamista.**

Suunnitelma sisältää tavoitteet, ydinviestit, kohderyhmät, kanavat, roolit ja vastuut, mittaamisen ja seurannan sekä kehittämisen ja päivittämisen ja liitteitä.

- Suunnitelmaa täydennetään viestintätiimissä vuosikelloilla, kanavakohtaisilla suunnitelmilla ja kampanjoilla.
- Suunnitelma ei sisällä häiriö- tai kriisiviestintää

## Kerromme muille ja itsellemme:

- Mitä teemme
- Miksi teemme
- Ketkä hyötyvät
- Millaisia arvoja meillä



# Tavoitteet

Yhtenäisellä viestinnällä edistetään Kustavin kuntastrategian toteutumista ja kriittisiä menestystekijöitä:

- *Elinvoiman edelläkävijyys*
- *Tasapainoin ja investoinnit mahdollistavan talous:* laatutaso ja palveluiden vaihtoehtoiset järjestämistavat.

Suunnitelmalla auttaa kuntaa lunastamaan palvelulupauksensa.

Suunnitelma on laadittu huomioiden nykyresurssit sekä niiden kehittyminen.

Viestinnän tavoitteita päivitetään kuntastrategian päivityksen yhteydessä.

Yhteinen suunnitelma sitouttaa henkilöstön ja luottamushenkilöt yhteiseen tekemiseen.

Viestintä kuuluu kaikille – jokaisen panos rakentaa Kustavin brändiä.



# Millaiseen viestintään pyrimme?

- **Laadukkaaseen** viestintään palveluista tapahtumista, tempauksista, uudistuksista jne.
  - **Tulevaisuusorientoituneeseen**: kerrotaan mihin ja miten on mahdollista vaikuttaa tai osallistua sekä mitä on valmistelussa.
  - **Tavoitteelliseen**: seuraa esim. toiminto, muutos, reaktio tai ajattelua
  - Luodaan positiivista kuvaa kunnasta ja asioiden hallinnasta
  - Selkeäkieliseen, tarpeellisilta osin visualisoituun tai kuvitettuun.
- Kustavin kunnan viestintä on ajantasaista, jatkuvaa ja päivittyvää.



# Päivitetään toimintatapoja

- Osallistavuus ja vuorovaikutteisuus
- Rajaton yhteistyö ja suunnitelmallisuus
- Digitalisaation lisääminen, erityisesti nettisivut ja SoMe
- Palvelumuotoilu, tiedolla johtaminen
- Yhtenäisyys, vaikuttavuus, jatkuvuus



# 2. Linjauksia





# Kustavin viestinnän periaatteet

Kustavin kunta viestii yhdellä suulla.

Kaikki viestivät ja jokainen viestii osana tehtäväänsä.

Jokainen rakentaa Kustavin brändiä.

”Järjestää Kustavin kunta yhteistyössä...”

”Kustavi kaataa puita uuden kunnantalon tieltä...”

”Kustavi uudistaa tapahtumatuotantoa...”



# Tavoitteellista viestintää

- **Nettisivut ovat kaiken tiedon kotipesä**, joiden sisältöjä levitetään kuntatiedotteella, somella ja jopa tapahtumilla = Samat sisällöt versioidaan soveltuviin kanaviin
- **Tavoitellaan reaktioita, toimintaa tai muutosta** ja tarjotaan toimivat **palvelupolut**.
- Siirrytään painetusta ja paikallisesti jaettavasta **sähköiseen ja kauempaa sekä aiemmin tavoittavaan** ja tavoitellaan laajempia artikkeleita ja puffisisältöjä (tiedotteet)
- Viestintä kuuluu kaikkeen tekemiseen: valmistauduttava, suunniteltava, resursoitava, toteutettava ja seurattava
- Proaktiivisuus: mahdollistetaan. Kerrotaan ennen, ei vasta sitten kun meni jo.



# Viestinnän painopiste

Kustavin viestinnässä keskiössä ovat arkipäivän viestintä eli asukas- ja palveluviestintä, joilla rakennetaan myös kuntabrändiä.

Erillistä brändi- tai markkinointiviestintää tehdään pienimuotoisesti elävä saaristo (asukasmarkkinointi)- ja matkailukärjillä kunnanjohtajan päätöksellä.



# 3. Ydinviestit 24



# Tänä vuonna kerromme:

## Kustavi 150

Kustavi yhdessä ennen, nyt ja tulevaisuudessa

- Kustavi –elinvoiman edelläkävijä
- Kustavi –elinvoimaista saaristoa ympäri vuoden

Kunnanhallitus päivittää ydinviestit vuosittain ja ne päivitetään myös kuntastrategian päivityksen yhteydessä.



# 4. Kanavat



# Kustavin pääviestintäkanavat

- Nettisivut: [www.kustavi.fi](http://www.kustavi.fi) ja [www.visitkustavi.fi](http://www.visitkustavi.fi)
- Some: FB ja IG Kustavin kunta sekä Visit Kustavi
- Kuntatiedote paperisena ja myöhemmin myös sähköisenä
- Tiedotteet ja lehdistö
- Tilaisuudet ja suora kontaktointi

Uusia alustoja, kanavia tai menetelmiä otetaan käyttöön viestintätiimin esityksestä kunnanjohtajan päätöksellä.



# Kustavi näkyy myös

- Paikka- ja palvelutieto + Google
- Määritellyt esitteet: esim. matkailu, tapahtumat, teemat
- Tiedotteet, LinkedIn, kuntarekry, mainokset, tilaisuudet, logotuotteet, kyltit, lomakkeet, allekirjoitus, lehdistö, radio, tienvarret, whatsapp...
- Poikkeukset: nuorten kanavat, koulu ja päiväkoti





# Sähköisten kanavien kohdennettu käyttö

Kanava	Kohderyhmä ja sisältö	Tavoite tai rooli	Sisällöntuotantarve
www.kustavi.fi	Kaikki, päätöksenteko ja hallinto, palvelutarjotin	Tiedon kotipesä	Ajankohtaista ja tapahtumia, käytävä systemaattisesti läpi
FB/kustavin kunta	Epävirallisempi nettisivu	Nettisivujen sisältöjen levittäjä. mm. saada virta nettisivuille	Säännöllinen julkaisuvirta, huom! Ajastukset.
IG/kustavin kunta	Nuoremmat, yksittäisistä jutuista kiinnostuneet	Kuvallinen, kevyet tarinat ja videot, ohimenevä. Löyhä www- kytkös	Säännöllisen epäsäännöllinen. Pitää benchmarkata muilta....
www.visitkustavi.fi	Matkailijat, kävijät, palvelu, markkinointi	Tiedon kotipesä	Käytävä systemaattisesti läpi
FB/visitkustavi	Matkailijat, kävijät, palvelu, markkinointi	Säännöllisiä nostoja, markkinointia	Säännöllinen julkaisuvirta pääsiäinen-joulu, kesäosto
LinkedIn	Sidosryhmät, työnhakijat, kumppanit	Asiantuntijaviestintää, työpaikat, elinvoima ja -keinot	Otetaanko aktiivituotantoon?



# 5. Kohderyhmät



Jatkossa: teemavuosia tai erityiskohderyhmiä hallituksen päätöksellä

# Kohderyhmät

## Kuntalaiset

- Nettisivut
- FB/Kustavi ja I Love Kustavi-ryhmä
- Kuntatiedote
- Tilaisuudet
- Vakkis

## Vapaa-ajanasukkaat

- FB ja IG/Kustavi ja I Love Kustavi-ryhmä
- Lohimarkkinat
- Yritykset, käyntikohteet ja palveluntuottajat
- Toukokuun kuntatiedote

## Yrittäjät ja yhdistykset

- Nettisivut
- FB ja IG/Kustavi ja I Love Kustavi-ryhmä
- Tilaisuudet ja kokoukset
- Kohtaaminen ja henkilökohtainen asiointi

## Sidosryhmät

- Nettisivut
- Kokoukset
- Henkilökohtainen asiointi
- Yhteistyö



# 6. Vastuut ja organisoituminen



# Viestinnän järjestäytyminen

- Kunnanvaltuusto päättää strategiasta ja taloudesta
- Kunnanhallitus päättää viestinnän ja markkinoinnin strategisista ratkaisuksista, tiedotusperiaatteista sekä laajemmista viestinnän kehittämistoimenpiteistä.
- Kunnanjohtaja vastaa koko kunnan viestinnästä sekä päätöstiedottamisesta.
- Viestintätiimissä organisoidaan ja koordinoidaan viestintää operatiivisella tasolla kokonaisuutena.
- Toimialat suunnittelevat ja toteuttavat omaa viestintäänsä yhteistyössä viestintätiimin kanssa.

Viestintä on osa kaikkea toimintaa, päätöksentekoa ja suunnittelua, ja se tukee Kustavin kunnan toimintaa




# Viestinnän järjestäytyminen

- Projektipäällikkö vetää viestintätiimiä ja vastaa seurannasta
- Viestintätiimissä on edustettuna kaikki toimialat
- Jokainen jäsen vastaa asioiden ja tietojen eteenpäinviemisestä omalla sektorillaan
- Kokouskalenteri
- Asialista avoin: kukin tuo omansa
- Muistio: kuka, mitä, dl
- Yhteissuunnittelu: tapahtuma, tilaisuus ja kanavapohjaisesti
- Viestintätiimin asiat päätettäväksi tarvittaessa kunnanjohtajalle ja kunnanhallitukseen



# Organisoituminen käytännössä

- Organisoituminen suunnitelmapohjaisesti ja toteutus viestintätiimin kautta
- Suunnitelmallisuudella tasainen tuotto. Tehdään yhdessä toisistamme tietoisina. Ennemmin vähemmän ja laadukasta.
- Tiedostetaan, että viestinnästä tai nettisivuista ei tule valmiit
- Kokeilu ja epäonnistuminen sallittua
- Tarkistetaan aina yhteistyömahdollisuudet.

 Ilmeen mukaista, meidän näköistä!



# 7. Seuranta





# Mittaaminen ja seuranta

Viestinnällä pyritään, että kohde toimii halutunlaisesti, muuttaa toimintaansa, lopettaa tai aloittaa toiminnan=> tapahtuuko näin?

Kerätään dataa ja analysoidaan sitä:

- Some: julkaisumäärät versus näkyvyys, tykkääjät, kommentointi, jaot, sitoutuminen, seuraajat.
- Nettisivut: kuukausittainen kävijämäärä, vierailummat sivut, tulokanavat (sivuilla ei ole tällä hetkellä analytiikkaa)
- Tilaisuudet: osallistujamäärät
- Palaute
- Uutiskirjetilaus
- Mediaseuranta Itellon kautta vuoden 2024



# 8. Suunnitelman päivittäminen



# Hyväksyntä ja päivittäminen

**Kunnanvaltuusto** päättää strategisista linjauksista ja hyväksyy viestintäsuunnitelman

**Kunnanhallitus** päättää viestinnän ja markkinoinnin strategisista ratkaisuksista, hyväksyy viestinnän kehittämistoimenpiteet sekä päättää yleisistä tiedotusperiaatteista ja tarkastelee viestintäsuunnitelman vuosittain

**Kunnanjohtaja, projektipäällikkö ja viestintätiimi** päättävät operatiivisista muutoksista

## Käsittely

Kunnanjohtaja 8.4.2024

Viestintätiimi 8.4.2024

Johtoryhmä 3.6.2024

Kunnanhallitus 10.6.2024

Kunnanvaltuusto x.x.2024



**Viestintäsuunnitelman  
lisälehdet  
(hyväksytään  
otsikkotasolla)**





# Lisälehdet Sisältö

1. Ohjeita: nettisivut, somejulkaisu, graafiset ohjeet, kuntatiedote, kuvat, tiedote, mediayhteistyö, tapahtumatiedottaminen, Viisi kultaista sääntöä
2. Luottamushenkilöt viestijöinä
3. Markkinointi
4. Logotuotteet



# OHJEITA – nettisivut

- Jokainen sivu jonkun vastuulla ja sivut käydään säännöllisesti läpi.
- Ei umpiperiä, ympärikiertoja.
- Max 3 klikkausta ja max 3 tasoa.
- Kuvat ajantasaisia, tarkkoja, huom. Värit kirkkaita ja iloisia.
- Käytä otsikossa avainsanoja. Sano miten se on, älä niin kuin kuulostaisi hienolta. Muista metatiedot.
- Huomioi palvelupolku loppuun saakka.
- Saavutettavuus: värit, kuvatekstit, kieli.
- Kaikki data, pysyvä ja uusi pitäisi löytyä [www.kustavi.fi](http://www.kustavi.fi).
- Sivuston rakennemuutokset aina viestintätiimin kautta.



# OHJEITA – somejulkaisu



# OHJEITA – Graafiset ohjeet

- Laadittu 2023 syksyllä
- Graafisen ilmeen henki on iso, selkeä, yksinkertainen, tilava/avara, vuodenajaton ja merellinen
- Sisältää logoversiot, fontit, värit kuvituskuvia, word- ja PPpohjan sekä julistepohjat
- Canvan brändiasetuksissa ja tallennettuna Teamsiin
- Kehitetään yhdessä edelleen ja versioidaan tarpeen mukaan





# OHJEITA – Kuntatiedote

- Julkaistaan 9-12 kertaa vuodessa, julkaisuaikataulu päätetään TA:n yhteydessä edellisenä syksynä.
  - Julkaisu- ja aineistopäivätiedot sekä ohjeet [www.kustavi.fi/viestinta](http://www.kustavi.fi/viestinta)
  - Sisäinen aineistopäivä 2-3 päivää ennen ulkoista aineistopäivää.
  - Viestintätiimin toimituspalaveri viimeistään aineistopäivänä.
  - Materiaalit tallennetaan teamsiin
  - Taitto Canvassa (Nina, Pinja)
  - Tulostus itse viimeistään torstaina ja jakelu seuraavan viikon keskiviikkona kotisuora premium (Nina)
  - Poikkeus kevään vapaa-ajanasukkaiden jakelu
- Kaikki kuntatiedotteen aineistot tulee löytyä myös nettisivuilta!**



# OHJEITA – Kuvat

- Käytä logoa, sinettiä tai kruunua kustavilaistamaan kuva.
- Suositaan kuvissa ihmisiä, ihmishahmoja tai eläimiä, jotain millä osoitetaan aktiivisuutta ja tekemistä sekä värikkäitä yksityiskohtia laajojen maisemakuvien sijaan.
- Lisää aina kuin vain mahdollista tiedotukseen vähintään kuvituskuva!

Kuvia joiden käyttöön on kaikki oikeudet voi tallentaa:

**PAIKKA**





# OHJEITA – Tiedote

**Tiedote** on nopea ja tehokas tapa tiedottaa ajankohtaisesta asiasta.

Tiedote kirjoitetaan uutista muistuttavaan muotoon, jolloin se vastaa ensisijaisesti kysymyksiin: mitä, missä, milloin, miksi ja kuka. Kiinnostusta herättävät myös valmiit siteeraukset (joihin pyydetään aina lupa siteerattavalta!).

**Haastatteluun** valmistautuminen: selvitä mihin tarkoitukseen käytetään, mieti tärkeimmät viestit ja tarkista faktat. Pyydä teksti tarkistettavaksi ennen julkaisua ja korjaa asiavirheet. Haastattelussa edustat aina kuntaa, eikä mielipiteitäsi pidetä ensisijaisesti ominasi vaan kunnan mielipiteinä.

Toimialojen tiedotteet käydään läpi viestintätiimissä ennen julkaisua.



# OHJEITA – Mediayhteistyö

Tiedotusvälineet, usein valtakunnan mediat, tuovat suurimman osan faktatiedosta kuntalaisille.

Meillä tieto löytyy [www.kustavi.fi](http://www.kustavi.fi) tai **Vakka-Suomen sanomat**. Muista myös muut sanoma- sekä aikakauslehdet (esim. teemalehdet kova juttu!) Turhan vähällä käytöllä ovat paikallisTV ja radio! Äänen takana ei tarvitse edes näyttää hyvältä!

**Sen sijaan, että odotetaan mitä meistä kirjoitetaan tarjotaan kirjoitettavaa itse. Tiedotteet, juttuvinkit, ilmoitukset ja tutut toimittajat ovat hyviä kontakteja.**

Kaikkia tiedotusvälineitä palvellaan tasapuolisesti.

- Säännölliset ajankohtaisneuvottelut Vakka-Suomen kanssa
- Muille halukkaille tiedotusvälineille tiedotustilaisuus heti kun ilmenee sopivaa sisältöä!

Mediayhteistyöstä vastaa kunnanjohtaja ja toteuttaa yhdessä viestintätiimin vetäjän kanssa.



# OHJEITA - Tapahtumatiedottaminen

Tilaisuuksien ja tapahtumien markkinointiin suunnitellaan tapauskohtaisesti: aikataulu, kanavat, vastuut, tavoiteltavat kohderyhmät ja etsitään keinot houkutella osallistujat.

Ole ajoissa!

Tiedota nettisivuilla ja somessa, mutta hyödynnä myös kuntatiedotetta, julisteita, verkostoja ja vaikuta visuaalisuudella (käytä läpi tiedottamisen samaa ilmettä/kuvitusta), muista logot





# OHJEITA - Tapahtumatiedottaminen

## 1. Tee artikkeli ja tapahtumasivu ja sisällytä tekstiin/kuvaukseen:

- Mitä, missä ja milloin + miten ilmoitaudutaan
- Tieto siitä, kenelle tapahtuma on suunnattu ja miksi kannattaa tulla -> miten tulija hyötyy?
- Onko vetonaulatekijöitä? Korosta näitä!
- Kuka järjestää ja miksi
- Muista lisätä kuvaava artikkelikuva!
- Nosta päivämäärä otsikkoon!

## 2. Ilmoita tapahtumasta medially/mediassa

- Tee tiivis ilmoitus yhdistyspalstalle: ilmoitukset@laitilansanommat.fi, seuratoimintapalsta Uginsanommat, ilmoitukset@vakka.fi
- Lähetä tiedote tapahtumasta medially ks. Tiedoteohjeet ja:
- Kirjoita teksti sellaiseen muotoon, että se on helposti muiden julkaistavissa.
- Liitä sähköpostiviestiin mukaan mahdollisia somekuvia, kuvituskuvia tai tapahtumamainos.
- Toivota myös median edustajat tervetulleeksi



# OHJEITA - Tapahtumatiedottaminen

## A) Luo Facebook-tapahtuma

- Jos tapahtumassa on muitakin järjestäjiä, lisää heidät rinnakkaisjärjestäjäksi.
- Jaa tapahtumaa useasti kanavissa
- Jaa tapahtumaa sopivissa FB-ryhmissä (ks. ryhmien säännöt)
- Mainosta tapahtumaa (FB-mainos), sovitaan viestintätiimissä tapauskohtaisesti

## B) Jaa tietoa tapahtumasta myös muuten

- Tee erilaisia julkaisuja. Mene kiinnostavuus edellä ja houkuttele! Kuvaa vaikka video, jossa kerrot, miksi kannattaa tulla tapahtumaan.
- Suositeltavaa on laatia somekuva, jossa nousee esille aihe ja aika.
- Älä laita koko tapatumatekstiä kuvaan, vaan ohjaa nettisivuille lukemaan lisää.
- Voit myös laittaa somessa viestiä yhteistyökumppaneille ja sidosryhmille ja pyytää jakamaan tietoa tapahtumasta.



# Viisi kultaista sääntöä

- 1) Otetaan kaikki irti tuotetusta sisällöstä: jokaiselle jutulle, uutiskirjeelle, tiedotteelle, kuvalle ja tapahtumalle taataan arvoisensa näkyvyys ja myllytetään läpi kaikkien kanavien. **Huomiota sisältöjen tuotannon lisäksi myös tiedon levittämiseen.**
- 2) Seuraa mediaa! Omia juttuja voi **situa myös päivänpolttaviin teemoihin!**
- 3) Kerrotaan reippaasti ja avoimesti mitä tehdään, mitä on meneillään ja mitä on saavutettu. **Meillä on vaikka mitä!** Kertomalla luomme kuvaa Kustavin kuningaskunnasta ilman, että juuri sitä tarvitsee hokea.
- 4) Suunnittelulla taataan tasainen tuotto – yhteistyöllä vielä enemmän.
- 5) Seurataan ja arvioidaan. **Tehdään sitä, mikä toimii.** Joskus puhelin on kaikkein toimivin viestinnän väline.





# Luottamushenkilöt viestijöinä

**Tykkää, jaa, kommentoi:** nostaa orgaanista näkyvyyttä helposti!  
Omatoimisuus sallittua! Hae linkki nettisivuille ja julkaise oman  
saatteesi ja kuvasi kera!

Hyvät kuvat myös tervetulleita: [kustavi@kustavi.fi](mailto:kustavi@kustavi.fi).

Ota yhteyttä viestintäideasta tai kun Sinuun otetaan yhteyttä  
mediasta!

Päivitysvuoroja?



# Markkinointi



# Logotuotteet