

Hollola

Sisäinen asiakirja

Viestintäsuunnitelma ja -ohjeistus 2026



VIESTINNÄN HUONEENTAULU

- **Viestintä on osa kaikkea kunnan 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.**

SISÄLLYSLUETTELO

1	Johdanto	5
2	Viestinnän tavoitteet	5
2.1	Hollola brändi	6
2.2	Vaakuna	6
2.3	Kunnan tiedottamisperiaatteet	7
2.4	Tekoälyn käyttö viestinnässä	8
2.4.1	Kuvien luonti tekoälyllä	8
3	Tiedotusvastuu	9
4	Kohderyhmät	9
5	Sisäinen viestintä	11
5.1	Kasvokkain viestintä	12
5.2	Intranet	12
5.3	Sähköposti	12
5.4	Teams	12
5.5	Esihenkilötunnit	13
5.6	Työhön perehdyttäminen	13
5.7	WhatsApp	13
6	Ulkoinen viestintä	13
6.1	Henkilökohtainen asiakaspalvelu	13
6.2	Kunnan verkkosivut	14
6.3	Palautekanavat	14
6.4	Sosiaalinen media	14
6.5	Sähköposti	16
6.6	Teams	16
6.7	WhatsApp	17
6.8	Sähköinen uutiskirje	17
6.9	Wilma	17
6.10	Tiedote / mediaviestintä	17
6.11	Uutisvinkki	18
6.12	Tiedotustilaisuudet	18
6.13	Kokoustiedottaminen	18
6.14	Viralliset kuulutukset ja muut ilmoitukset	19
6.15	Haastattelut	19
6.16	Asukas- ja yhdistystilaisuudet	20

6.17	Yleisönosastokirjoitukset.....	20
6.18	Henkilöstö viestii	20
6.19	Projektiviestintä	20
6.20	Blogit.....	20
6.21	Mediaviestintä	21
7	Kriisiviestintä.....	21
8	Tapahtumaviestintä ja markkinointi	22
8.1	Messut, näyttelyt, tapahtumat.....	22
8.2	Markkinointimateriaalit.....	22
9	Yritysviestintä ja –markkinointi.....	23
10	Markkinoinnin ja viestinnän työryhmä	23
11	Vuosikello	23
12	Koulutus.....	24
13	Kuvauslupa	24
14	Analytiikka	24
15	Kunnan viestintää säätelevät lait.....	24

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.

2 VIESTINNÄN TAVOITTEET

Viestintämme on selkeää, saavutettavaa ja faktapohjaista sekä kunnan arvojen mukaista. Viestintämme on myös puolueetonta poliittisesti ja uskonnollisesti sekä kaupallisesti neutraalia ja kuntalaisia kunnioittavaa.

Hollolan kunnan viestinnän tavoitteena on tukea kuntastrategiassa määritellyn vision saavuttamista ja arvojen toteuttamista. Visionamme on olla **hyvinvoiva Hollola**, jossa toimivat palvelut mahdollistavat sujuvan arjen sekä **houkutteleva Hollola**, jonka vahva talous edistää mahdollisuuksia oppimiseen, työhön ja yrittämiseen sekä niiden kasvuun ja elinvoimaan. Tulevaisuus rakentuu valintojemme pohjalta ja toteutuu ketterillä sekä rohkeilla teoilla.

Viestimme positiivisesti ja aktiivisesti kunnan asioista korostaen voimakkaasti ja ylpeänä Hollolan vetovoimatekijöitä.

Hollolan arvot

- **Hirveen tulevaisuustaitoinen**
- **Hirveen rohkee**
- **Hirveen arvostava**
- **Hirveen ketterä**

Kunnan viestintätavoitteet nivoutuvat kiinteästi Hollolan kunnan markkinointiohjelmaan, jonka mukaisesti:

- Kunnan markkinoinnin tahtotila on tunnettuuden suunnitelmallinen kasvattaminen. Kohti tahtotilaa mennään pienin askelin kohderyhmätavoitteiden kautta, perusviestejä toistaen.
- Työntekijät ja luottamushenkilöt tuntevat kunnan viestintäsuunnitelman ja tietävät, miten eri tilanteissa on toimittava. Viestintävastuu koskee kaikkia kunnan työntekijöitä.
- Jaamme sisäistä tietoa toisillemme ja pidämme yllä hyvää viestintä- ja palvelukulttuuria.

- Tiedotuksemme perustuu suunniteltuihin, yhtenäisiin sanomiin ja noudattaa yhtenäistä visuaalista ilmettä. Monta luontoa –johtoajatus ja visuaalisuus kulkevat käsikädessä kaikessa tekemisessämme. Hollola on totta. -viestiä käytetään silloin, kun herättelemme yleisöä kunnan positiivisista erottautumistekijöistä.
- Hyödynnämme monikanavaisesti eri viestintäkanavia.
- Parannamme kunnan näkyvyyttä aktiivisella tiedotuksella ja viestinnällä.
- Viestintämme on ajankohtaista, nopeaa, ennakoivaa ja avointa.

2.1 Hollola brändi

Yhtenäinen viestintätyyli ja brändi-ilmeen noudattaminen tehostaa viestintää ja parantaa Hollolan tunnistettavuutta.

Brändikirja

Vahvistamme organisaatiomme kuvaa ja yhtenäistämme sitä visuaalisen ilmeemme ja logomme kautta. Graafista ohjeistusta käytetään kunnan kaikessa viestinnässä ja markkinoinnissa. Brändikirja toimii viestintää ohjaavana työkaluna, jonka avulla viemme kunnan brändiä haluttuun suuntaan

Brändikirja määrittää muun muassa Hollolan logon, värimaailman, ydinviestit ja puhe-tyylin. Se tiivistää miltä Hollola näyttää ja kuulostaa.

Viestinnässä hyödynnetään vahvuuksiamme, joita ovat muun muassa sijainti, puhdas luonto, vesistöjen ja virkistysalueiden läheisyys sekä kompaktisti järjestetyt palvelut.

Viestintäpalvelut vastaa Hollola brändin kehittämisestä ja neuvoo brändiin liittyvissä kysymyksissä.

Lomakkeet

Word ja Power Point -pohjat

Viestinnässä käytetään aina Hollolan kunnan virallisia pohjia. Saat ne käyttöösi, kun avaat ohjelman ja klikkaat Tiedosto > Uusi

Valikkoon avautuu tarjolla olevat vaihtoehdot, joista voit valita sopivimman käyttötärpeen ja aiheisällön mukaan.

2.2 Vaakuna

Kunnan heraldista tunnusta käytetään virallisissa yhteyksissä. Ohjeet vaakunan käytöstä löytyvät intrasta. Pääsääntönä on, ettei markkinointimateriaaleissa käytetä vaakunaa.

Ulkopuolisten tahojen on pyydettävä lupa vaakunan käyttöön. Luvan myöntää kunnanjohtaja.

2.3 Kunnan tiedottamisperiaatteet

Hollolan kunnan viestintäsuunnitelma koskee kaikkia Hollolan kunnan työntekijöitä.

Palvelualueensa tiedotusta säännöllisesti hoitavien tulee noudattaa tämän suunnitelman periaatteita. Kaikilla Hollolan kunnassa työskentelevillä on vastuu mahdollisimman sujuvan viestinnän ja asiakaspalvelun luomisesta. Kaikki ulkoinen tiedottaminen riippuu sisäisen tiedotuksen toimivuudesta.

Kuntalain mukaan asukkailla on oltava edellytykset osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan.

Aktiivisella ja avoimella viestinnällä luodaan kuntalaisille edellytykset vaikuttaa yhteisiin asioihin ja toimia kunnan jäsenenä. Viestinnän tarkoituksena on kertoa mm. kunnan toiminnasta, palveluista ja suunnitelmista. Viestintä on vuorovaikutusta kuntalaisten kanssa. Oikeanlaisella viestinnällä vahvistetaan kunnan myönteistä mainetta.

Kun kunta hankkii asukkailleen palveluja yksityiseltä sektorilta, palvelun tuottaja veloitetaan hankintasopimuksessa noudattamaan riittävän avointa tiedottamisen periaatetta.

Viestiessä huomioimme nämä:

- Tieto on kaikkien saatavilla.
- Viestintämme on avointa, yhtenäistä ja suunnitelmallista.
- Viestimme ymmärrettävällä tekstillä ja varmistamme, että digitaalisesti saatavilla olevat tiedot ovat saavutettavia.
- Varmistamme brändiohjeiden noudattamisella kuntamielikuvan vahvistamista.
- Lisäämme kunnan näkyvyyttä aktiivisella tiedotuksella ja viestinnällä.
- Tiedotuksemme on ajankohtaista, olennaista, ennakoivaa ja avointa.
- Toimimme median kanssa myönteisessä hengessä.
- Viestintämme perustuu vuorovaikutukseen kunnan asukkaiden kanssa.
- Työntekijät ja luottamushenkilöt tuntevat kunnan viestintäsuunnitelman ja tietävät, miten eri tilanteissa on toimittava.
- Työntekijöiden tiedotuskykyä parannetaan koulutuksella ja käyttäjien tuella.

Kunnan tiedottamisen keskipisteessä ovat asukkaat sekä yhteistyökumppanit.

Annamme ajankohtaista, olennaista ja luotettavaa tietoa yleisesti kiinnostavista asioista, päätöksistä sekä kunnan toiminnasta ja palvelutarjonnasta. Asukkailla on oikeus tietää, miten yhteisiä asioita hoidetaan ja miten he voivat osallistua ja vaikuttaa.

Henkilöstöä koskevista asioista on ensin tiedotettava sisäisesti ja merkittävistä asioista voidaan tiedottaa sen jälkeen medialle.

Asukkaiden, luottamushenkilöiden ja henkilöstön välillä käydään avointa vuoropuhelua, joka perustuu luottamukseen, jonka eteen osapuolet jatkuvasti tekevät työtä.

Parannamme kunnan imagoa ja mainetta yhdessä. Hollola haluaa tulla tunnetuksi kuntana, jossa ihmiset viihtyvät, tehdään hyvää yhteistyötä myönteisellä asenteella,

palvelut toimivat, tehdään kestäviä päätöksiä ja osoitetaan molemminpuolista kunnioitusta yli kieli- ja kulttuurirajojen.

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

Suuronnettomuuksissa, hätä- ja muissa erityistilanteissa sovelletaan kriisitiedotusta, joka poikkeaa normaaliajan tiedotuksesta.

2.4 Tekoälyn käyttö viestinnässä

Hollolan kunnassa on sallittu hyödyntää Microsoft 365 Copilot -tekoälysovellusta, jota käytetään omilla Microsoft-työtunnuksilla.

Tekoälyä voi käyttää työn tukena esimerkiksi tekstin ideoinnissa, jäsentelyssä, selkiyttämässä ja tiivistämisessä. **Emme käytä tekoälyn tuottamaa tekstiä sellaiseenaan**, vaan suhtaudumme siihen läpikäytävänä ja muokattavana pohjamateriaalina. Tekoäly ei ole virheetön, siksi **tarkistamme faktat ja sisällön oikeellisuuden**. Vastuu tekstistä on aina laatijalla.

Kieliasun tulee noudattaa kunnan brändin mukaista äänensävyä ja muitakin [Hollolan brändikirjan](#) linjauksia.

2.4.1 Kuvien luonti tekoälyllä

“Kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa”, siksi aitous on Hollolan kuntabrändille tärkeää. Brändiohjeen mukaisesti käytämme aina ensisijaisesti kunnan oman kuvapankin kuvia, jolloin tiedämme, että kuvat ovat aitoja ja luonnollisia.

Tekoälyllä luotuja kuvia voi kuitenkin hyödyntää graafisissa kuvituksissa ja havainnekuvissa. Kun kuvan tuottamiseen on käytetty tekoälyä, kerromme siitä. Kuvan yhteyteen lisätään esimerkiksi teksti: Kuva on luotu tekoälyn avulla (Microsoft 365 Copilot).

Tietohallinnon laatimasta [tekoälyohjeistuksesta](#) löydät tarkemmat ohjeet sekä muistilistan tekoälyn käytöstä työssä.

3 TIEDOTUSVASTUU

Jokaisella Hollolan kunnan työntekijällä on tiedotusvastuu. Vastuun laajuus määräytyy työtehtävien ja vastuualueen mukaan.

- Kunnanjohtaja ja palvelualuejohtajat vastaavat konsernin ja palvelualueiden viestinnästä ja antavat strategiset linjaukset.
- Jokaisella luottamushenkilöllä ja kunnan henkilöstöön kuuluvalla on vastuu viestinnästä omalta osaltaan.
- Asian valmistelijan tai esittelijän tulee pystyä tiedottamaan asian sisällöstä. Luottamushenkilöt vastaavat päätöksentekoon liittyvästä tiedottamisesta omalta osaltaan.
- Viestinnän asiantuntija vastaa markkinointiviestinnän kokonaisvaltaisesta kehitystyöstä.
- Palvelualueilla on nimetty verkkotiedottamisesta vastuussa olevat henkilöt.

4 KOHDERYHMÄT

Asukkaat

- Nykyiset ja potentiaaliset uudet asukkaat
- Alueella työssäkäyvät
- Kesäasukkaat

Yritykset

- Nykyiset ja potentiaaliset uudet yrittäjät
- Laajentamishaluiset yrittäjät

Työnhakijat

- Potentiaaliset työnhakijat
- Henkilöstö

Matkailijat

- Päivämatkailijat
- Tapahtumissa kävijät

Media

- Paikalliset ja alueelliset mediat

Sidosryhmät

- Luottamushenkilöt
- Muut kunnat
- Kuntaan kutsuttavat vieraat

- Paikalliset, alueelliset ja valtakunnalliset viranomaiset
- Kuntakonserniin kuuluvat yhteisöt
- Hollolalaiset yhteisöt: kansalaisjärjestöt, asukasyhdistykset, urheilu-, nuoriso- ja kulttuurijärjestöt ym.
- Lahden seudun oppilaitokset esim. Lut, Lab ja Salpaus
Ladec, PH-Liitto, Lahti Region, Ely, Kauppakamari, TEM ym. ministeriöt.

Hollola brändin -pääviestit ovat:

**Monta luontoa.
Omanlainen ja onnellinen
Luonto. Rauha. Rakkaus.
Hirveen ihana.**

Viestit kohderyhmittäin:

Asukkaat

- Rauhassa, ei syrjässä.
- Meilläpäin moikkaillaan.
- Kodin paikka.

Muuttajat

- Sinun luontososi mukainen.
- Harjuttavan hieno.
- Hirveen kotoisa.

Yritykset

- Tekemisen paikka.
- Luonteva paikka Lahden kupeessa.
- Hirveen ketterä.

Matkailijat

- Korkeat harjut, kirkkaat vedet.
- Vihreä, vehreä, vireä.
- Hirveen vehreä.

Työnhakijat

- Meillä on saappaissa kasvunvaraa.
- Työn paikka.
- Sinulle sopiva.

5 SISÄINEN VIESTINTÄ

Hyvä sisäinen viestintä lähtee toisen ihmisen kunnioittamisesta, hyvästä käytöksestä ja ystävällisestä vuorovaikutuksesta. Avoin sisäinen viestintä luo kannustavaa ja keskustelevaa työilmapiiriä. Sisäinen viestintä tukee kunnan toiminnan tuloksellisuuden ja työelämän laadun kehittämistä.

Sisäinen viestintä on työyhteisön johtamisen väline

Sisäinen viestintä on osa työyhteisön jokaisen jäsenen työtä, ja sen avainsanoja ovat osallistuminen, vuorovaikutus, avoimuus ja luottamuksellisuus. Toimiva viestintä ja tiedonkulku organisaation kaikilla tasoilla ovat oleellinen osa hyvää johtamista ja työyhteisötoimintaa.

Muutostilanteissa viestinnän merkitys korostuu. Sisäisen viestinnän avoimuus ja läpinäkyvyys vahvistavat luottamusta. Muutosviestinnässä henkilöstö on tiedottamisen ensimmäinen kohderyhmä.

Työnantajan ja henkilöstön välinen yhteistoiminta toteutetaan työnantajan ja henkilöstön välisestä yhteistoiminnasta kunnissa annetun lain mukaisesti. Viestintä ja tiedottaminen yhteistoimintamenettelyn piiriin kuuluvissa asioissa kaikissa asian käsittelyn vaiheissa on tärkeää. Tiedonsaanti yhteistoimintamenettelyn piiriin kuuluvissa asioissa toteutetaan siten, että henkilöstön tosiasialliset vaikuttamismahdollisuudet turvataan.

Vastuu arkiviestinnän toteuttamisesta on palvelualueella

Sisäisen työyhteisöviestinnän lähtökohtana on molemminpuolinen aktiivisuus organisaation kaikilla tasoilla. Erityistä huomiota kiinnitetään työyhteisöjen sisäiseen tiedonkulkuun ja viestinnän oikea-aikaisuuteen ja tavoittavuuteen. Tiedottaminen riittävän varhaisessa vaiheessa ja oikealle kohderyhmälle ehkäisee huhujen syntymistä ja väärän tiedon leviämisen aiheuttamaa levottomuutta. Puhutaan ns. toimivasta arkiviestinnästä.

Päävastuu työyhteisöjen sisäisestä viestinnästä on esihenkilöillä, jotka voivat jakaa vastuuta muulle henkilöstölle. Henkilöstön on saatava tietoa työtään ja työolosuhteitaan koskevista asioista sekä niiden kehitysnäkymistä ja vaikutuksista omaan työhön ja tulevaisuuteen. Myös henkilöstöllä on vastuu toimia itse aktiivisesti tarvitsemansa tiedon hankkimiseksi.

Sisäisen viestinnän periaatteena on, että asiat ovat yleensä julkisia. Periaatteen soveltamisessa on kuitenkin otettava huomioon rajoitukset, jotka johtuvat laeista, asetuksista ja kunnan hallintoelinten päätöksistä asioiden salassapidosta.

Huomioon otetaan normaalin hyvän työyhteisötoiminnan käytäntö asioiden luottamuksellisuudesta esim. yksittäistä henkilöä tai yksittäistä työyhteisöä koskevissa asioissa.

Hyvin toimiva sisäinen viestintä:

- mahdollistaa henkilöstön osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuudet
- luo edellytyksiä työelämän laadun parantamiselle
- tukee kunnan toiminnan tuloksellisuuden kehittämistä
- edesauttaa hyvän työnantajakuvan rakentumista
- luo pohjaa asiakaslähtöiselle ja ystävälliselle palvelulle
- luo pohjaa ulkoisen viestinnän onnistumiselle.

5.1 Kasvokkain viestintä

Kasvokkain viestintä mm. päivittäisen keskustelun ja vuorovaikutuksen, kokousten, muiden työpalaverien, erilaisten tiedotustilaisuuksien sekä kehityskeskusteluiden muodossa on tehokkain sisäisen viestinnän muoto.

5.2 Intranet

Intranet uudistetaan vuoden 2026 aikana. Intranet on pääasiallinen sisäinen tiedonvälityskanava, jolla tavoitetaan laajempia ryhmiä sähköpostin rinnalla. Kaikki henkilöstön kannalta oleellinen tieto julkaistaan intranetissä.

Työyksiköt tuottavat itsenäisesti omien sivujensa materiaalin ja vastaavat niiden päivityksestä. Intranetin sisällöstä vastaavat henkilöt on määrätty palvelualueittain.

Myös kuulumiset kunnan sisäisistä työryhmistä ja käynnissä olevista hankkeista tulee viestiä aktiivisesti intran uutisissa.

5.3 Sähköposti

Sähköposti on kohdennetun viestinnän väline ja nopea tapa saada tieto välittymään suurellekin vastaanottajajoukolle. Työpaikkakohtaisesti on sovittu toimintatavoista, joilla huolehditaan heidän tiedonsaannistansa, joilla ei ole käytössä sähköpostia.

Sähköpostin yhteydessä tulee käyttää yhtenäistä allekirjoitusmallia.

Ohje löytyy intrasta: Ohjeet > ohjelmistojen käyttö > sähköpostiallekirjoitus.

5.4 Teams

Microsoft Teams on kunnan vakiintuneessa käytössä. Erilaisia kanavia ja tiimejä perustetaan tarpeen mukaan ja järjestelmän ominaisuuksia hyödynnetään viestintään sekä materiaalin jakoon. On toivottavaa, että yleiset keskustelut käydään ryhmän kesken sähköpostin sijaan täällä.

5.5 Esihenkilötunnit

Esihenkilötyötä tuetaan kaikille esihenkilöille tarkoitetuilla esihenkilötunneilla, jotka ovat tiedotuksellisia ja koulutuksellisia tilaisuuksia esihenkilötyön ajankohtaisista ja tärkeistä asioista. Esihenkilöillä on myös tiedottamisvastuu edelleen alaisilleen asioista, joilla on lisäarvoa tai välitöntä vaikutusta heidän työhönsä.

5.6 Työhön perehdyttäminen

Perehdyttämisen avulla uusi tai tehtävää vaihtava työntekijä oppii tuntemaan työyhteisön, sen toimintatavat ja ihmiset sekä työtehtävänsä ja niihin liittyvät odotukset. Näin edistetään työn hallintaa ja sopeutumista työhön ja työyhteisöön. Perehdyttämisohteet löytyvät intranetistä.

5.7 WhatsApp

WhatsApp-mobiilisovellusta hyödynnetään erityisesti ryhmän kesken nopeaa reagoitua vaativissa tilanteissa.

6 ULKOINEN VIESTINTÄ

Viestinnän suunnittelussa on huomioitava erilaiset kohderyhmät (ks. kohta 4. Kohderyhmät). Tasapuolinen palvelu edellyttää, että viestinnässä huomioidaan erilaisten ryhmien tarpeet ja edellytykset. Viestinnässä on huomioitava myös mahdollisuudet eri viestintävälineiden seuraamiseen. Erityisesti on turvattava vanhusten, vammaisten ja etnisten vähemmistöjen mahdollisuudet saada tarvitsemaansa tietoa.

Myönteisen Hollola-kuvan ylläpitäminen ja rakentaminen edellyttää pitkäjänteistä työtä. Etenkin tiedotusvälineiden kautta välittyvät viestit ovat keskeisessä asemassa kuntakuvan luomisessa. Tiedotusvälineitä palvellaan avoimesti, aktiivisesti, nopeasti ja luotettavasti.

6.1 Henkilökohtainen asiakaspalvelu

Jokainen kunnan työntekijä edustaa kuntaa. Asiakaspalvelussa avaintekijöitä ovat palveluaittius, ystävällinen ja kohtelias suhtautuminen ja se, miten puhut työnantajastasi. Tyytyväinen asiakas on kunnalle parasta mahdollista markkinointiviestintää.

Jokainen kunnan työntekijä on velvollinen opastamaan asiakkaita oikeiden tietojen ja palvelujen lähteille. Neuvontaan on suhtauduttava asiakkaan näkökulmasta ja oltava valmiina auttamaan häntä eteenpäin myös oman vastuualueen ulkopuolelle menevissä kysymyksissä.

6.2 Kunnan verkkosivut

Verkkoviestinnän merkitys kasvaa edelleen jatkuvasti. Verkosta haetaan ajantasaista ja luotettavaa tietoa kunnan toiminnasta sekä palveluista. Kunnan verkkosivujen sisältöön on panostettava erityisesti. Vastuu verkkopalvelujen sisällöstä on hajautettu palvelualueille. Hyvin toteutetut ja ajantasaiset verkkosivut markkinoivat ja profiloivat kuntaa.

Verkkosivuilla julkaistaan kaikki kuntaa ja sen palveluja koskeva oleellinen tieto. On tärkeää, että sivut sisältävät ajankohtaista tietoa ja että sivuja päivitetään säännöllisesti. Verkkosivujen tarkoituksena on antaa riittävää ensikäden tietoa kohderyhmillemme. Näihin lukeutuvat erityisesti kunnan asukkaat, päättäjät, yhteistyökumppanit ja muut sidosryhmät. Verkkouutisointi hoidetaan palvelualueen sisällä, sisältötuki tulee viestinnästä, tekninen tuki tarvittaessa viestinnän asiantuntijalta.

Sivujen tekemisessä ja palveluiden ryhmittelyssä noudatetaan valtakunnallisia ohjeita ja suosituksia. Erityisesti on varmistettava, että sivuille ei viedä ei-julkista tietoa eikä henkilötietoja julkisuuslain ja tietosuojalainsäädännön vastaisesti.

Jokainen palvelualue vastaa omalta osaltaan, että kunnan verkkosivut ovat ajan tasalla ja sivukävijä löytää niistä oleellista ja ajantasaista tietoa.

6.3 Palautekanavat

Kuntalaisilla on mahdollisuus antaa palautetta ja esittää kysymyksiä verkkosivujen palautekanavan kautta. Palautteeseen annetaan vastaus mahdollisimman pian. Vastauksessa on kiinnitettävä huomiota viestinnän sisältöön ja tapaan, miten viestiin vastataan. Palaute käsitellään palvelualueilla ja ryhdytään tarvittaviin toimenpiteisiin.

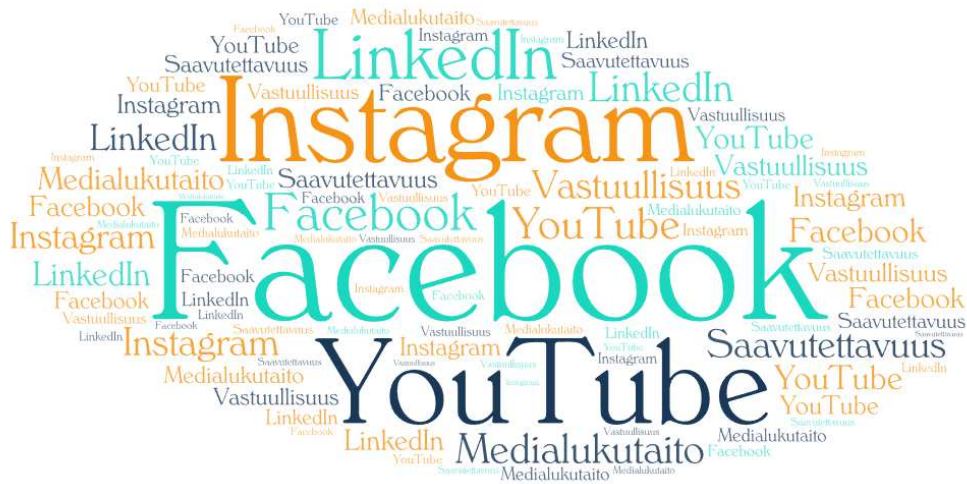
Kuntalainen voi ilmaista mielipiteensä myös ottamalla yhteyttä luottamushenkilöihin, kunnan työntekijöihin tai mediaan. Kysymyksiin vastataan ripeästi ja asiallisesti, esitettyjä ne tiedotusvälineissä tai muiden kanavien kautta.

Kriittiset mielipiteet kuuluvat avoimeen keskusteluun ja rakentavaan kritiikkiin tulee suhtautua vakavasti.

6.4 Sosiaalinen media

Sosiaalisen median eri alustat toimivat kunnan viestinnän tukena ja toimivat mielenkiinnon herättäjinä ja kuntamielikuvan nostattajana.

Sosiaalisen median kanavia käytetään mm. asukkaiden osallistamisen välineenä, yhteydenpitoon, neuvontapalveluihin sekä viestintään ja markkinointiin. Kanavan valinta riippuu siitä, mitä kohderyhmiä halutaan tavoittaa ja millaisella viestillä. Ei kannata kuitenkaan lokeroitua vain yhden somekanavan käyttöön, vaan pyritään viestimään asiasta useammassa kanavassa.



Kunnan somekanavat:

Facebook - yleinen kanava

Hollolan kunnalla on käytössä päätili @Hollolan kunta sekä erillisiä alatilejä, jotka ovat eri yksiköiden ylläpitämiä. Useasta tilistä huolimatta tahtotila on, että kunnan päätilille nostetaan muun muassa tägäyksillä tärkeimpiä uutisia alatileiltä. Lisäksi on tärkeää, että alatileiltä tehdään tärkeimpien viestien kohdalla tägäykset kunnan FB-tilille. Huomaa myös, että uusia alatilejä ei avata ilman keskustelua viestinnän kanssa.

Instagram - imagollista nostoa valokuvien

Instagram on kuvienjakopalvelu. Tuomme kuntaa esille monipuolisesti houkuttelevilla kuvilla ja kevyillä nostoilla esim. tapahtumista.

LinkedIn - asiantuntijuus ja verkostoituminen

LinkedIn on paikka, jossa nostamme esiin avoimia työpaikkoja sekä luomme kunta-mielikuvaa viestimällä kunnan tarjoamista merkittävistä ratkaisuista ja palveluista. Avainsanoina: rekrytointi, verkostoituminen, asiantuntijuus.

YouTube

Kunnan YouTube-kanavalla julkaistaan videoita Hollolasta. Videoita tuotettaessa on huomioitava saavutettavuus. Katso ohjeet esim. täältä: <https://www.saavutettavuus-vaatimukset.fi/lait-ja-standardit/videoiden-ja-aanilahetysten-saavutettavuus/>

Somehallinnan järjestelmä

Somepostaukset (FB, IG) julkaistaan aina käyttäen somehallintajärjestelmää. Näin vältetään päällekkäisiltä postauksilta, erityisesti kun palvelua käyttävät kaikki palvelu-alueet. Järjestelmässä voidaan tehdä myös ajastettuja postauksia.

Oikeudet kunnan sometileille annetaan tarpeen mukaan. Viestintä seuraa kunnan päätilien someanalytiikkaa.

Sosiaalisen median käyttönotosta on sovittava aina esihenkilön kanssa. Sosiaalisen median ohjeet löytyvät intrasta.

Kun viestit ja markkinoit kuntaa somessa, muista nämä:

- 1) **Markkinoimme kuntaa kokonaisuutena.** Viestimme kunnan päätileillä monipuolisesti kunnan tapahtumista, palveluista ja ajankohtaisista asioista. Kun viestit kunnasta jollakin alatilillä, tägää tärkeimmät viestit kunnan päätilille käyttämällä @hollolankunta -merkintää.
- 2) **Yhtenäinen ilme.** Huolehdi, että postauksen visuaalinen ilme on linjassa kunnan brändin kanssa. Muista käyttää aihetunnisteita #Hollola, #MontaLuontoa sekä mahdollisia muita sisältöön sopivia tunnisteita.
- 3) **Varmistamme viestin tavoitettavuuden.** Mitä enemmän saamme sivustolle reagoiteja (tykkäyksiä, jakoja, kommentteja), sitä todennäköisemmin se näkyy henkilön omassa profiilissa (sivusta tykännyt), koska Metan algoritmien mukaan se kiinnostaa muitakin. Tykkää, kommentoi ja jaa kunnan tilien postauksia.
- 4) **Yhteiset pelisäännöt.** Kaikki somea tekevät lisätään Someklinikka-teams kanavalle. Kanavalla jaetaan parhaita käytäntöjä ja voidaan kysyä vinkkejä.

6.5 Sähköposti

Sähköposti on kohdennettu viestinnän väline, jota käytetään yhdelle henkilölle tai rajatulle joukolle suunnattuun viestintään.

Laissa sähköisestä asioinnista viranomaistoiminnassa todetaan, että sähköinen viesti on sähköisellä tiedonsiirtomenetelmällä lähetettyä informaatiota. Sähköisellä asiakirjalla tarkoitetaan puolestaan sähköistä viestiä, joka liittyy asian vireillepanoon, käsittelyyn tai päätöksen tiedoksi antamiseen. Viestin ja asiakirjan raja on joissakin tapauksissa tulkinnanvarainen. Se, onko kyseessä viesti vai asiakirja, vaikuttaa asian jatkokäsittelyyn, mm. pitääkö asia kirjata, arkistoida jne.

Intranet ja internet korvaavat sähköpostin laajempia ryhmiä koskevassa viestinnässä. Asiakkaiden palautteisiin ja kysymyksiin vastataan pääasiassa sen kanavan kautta, jolla palaute tai kysymys on saapunut, ellei asia vaadi muuta vastaustapaa.

6.6 Teams

Ks. kohta Sisäinen viestintä 5.4. Teamsiä voidaan hyödyntää myös yli organisaatio-rajojen, eli myös ulkopuolisten tahojen kesken hyödynnetään sovelluksen tuomat tiimityöskentelymahdollisuudet, isossa roolissa nimenomaan kokoukset.

6.7 WhatsApp

Ks. kohta Sisäinen viestintä 5.7. Myös ulkoisessa viestinnässä hyödynnetään pika- viestialustan tuomat edut, jolla voimme viestiä tietyille pienemmälle kohderyhmälle ketterästi mobiiliin kautta.

6.8 Sähköinen uutiskirje

Sähköinen uutiskirje on tehokas tapa viestittää asioita suoraan tietyn kohderyhmän vastaanottajalle.

Aktiivisia uutiskirjeitä ovat yrityksille suunnattu Elinkeinoelämää-uutiskirje sekä ikäih- misille suunnattu Senioriuutiset-kirje.

6.9 Wilma

Wilma on varhaiskasvatuksen sekä oppilaitosten työ- ja viestintäjärjestelmä. Wilma tukee hallinnon organisoinnissa ja arvioinnissa, sekä kodin ja koulun välisessä vies- tinnässä ja tiedonkulussa.

Wilmaa käyttävät myös muu oppilaitoksen henkilökunta sekä sivistyksen ja hyvin- voinnin palvelualueen hallintohenkilökunta.

6.10 Tiedote / mediaviestintä

Tiedote on usein tehokas tapa saada asia tiedotusvälineiden ja sitä kautta laajem- paan tietoon. Tiedote laaditaan aina asioista, joilla arvioidaan olevan uutisarvoa. Tie- dotteen tekemiselle ei tule asettaa liian korkeaa kynnyksiä. Myös kielteisistä asioista on kerrottava, mikäli niillä on yleistä merkitystä. Keskenäisistäkin asioista tiedotta- minen lisää asukkaiden luottamusta kunnan hallintoon.

Hyvä tiedote vastaa kysymyksiin mitä, missä, milloin, miksi ja kuka. Tiedotteessa ot- sikko on tärkein: se kuvaa tiedotteen sisältöä ja herättää mielenkiintoa.

Tiedotettavan asian ydin esitetään heti tiedotteen alussa. Hyvä tiedotteen pituus on yksi tekstiliuska. **Tiedotteessa on oltava aina lisätietojen antajan nimi ja yhteys- tiedot.**

Mikäli tiedotetaan asiasta, joka julkistetaan vasta myöhempänä ajankohtana, merki- tään tiedotteeseen selkeästi, milloin tiedote on julkaisuvapaa. Tiedote julkaistaan kunnan verkkosivuilla ja lähetetään mediallyle. Tiedotusvälineiden yhteystietoja ylläpi- detään kirjaamossa sekä viestinnässä.

6.11 Uutisvinkki

Uutisvinkin antaminen tiedotusvälineille on käyttökelpoinen tapa ottaa esille jokin tapahtuma, asia tai juttuaihe, josta ei ole tarpeen laatia virallista tiedotetta, mutta joka saattaa kiinnostaa laajemmin yleisöä. Uutisvinkit toimitetaan medialle viestinnän kautta.

6.12 Tiedotustilaisuudet

Tiedotustilaisuus järjestetään silloin, kun on kyse merkittävästä ja erityistä huomiota herättävästä asiasta tai jos asia sisältää paikan päällä esiteltävää materiaalia.

Kutsu tiedotustilaisuuteen lähetetään noin viikko etukäteen. Kutsussa mainitaan tilaisuuden aika, paikka, aihe sekä asiaa esittelevien henkilöiden nimet. Tiedotustilaisuudessa jaetaan mahdollisuuksien mukaan myös kirjallista materiaalia.

Ohjeet tiedotus- ja yleisötilaisuuden järjestämiseen:

- Valmistaudu huolella.
- Varaa tila ja tilaisuuden mahdolliset tarjoilut ajoissa.
- Huolehdi ilmoittelusta ja tiedotuksesta hyvissä ajoin. Ota huomioon mm. paikallislehtien ilmestymisaikataulut.
- Varaa tarvittava av-välineistö ja tarkista laitteiden toimivuus ajoissa. Muista huolehtia tarvittaessa myös äänentoistosta.
- Järjestä ovien avaus ajoissa. Huolehdi myös ovien sulkemisesta.
- Huolehdi opastuksesta tilaisuuden pitopaikkaan.
- Jos tilaisuudessa puhuu monta eri henkilöä, esitellään puhujat avauspuheenvuorossa. Yleiskeskustelun alkaessa sovitaan, että myös puheenvuoroja pyytävät henkilöt esittäytyvät.

6.13 Kokoustiedottaminen

Esityslistat ja pöytäkirjat

Toimielinten julkiset esityslistat liitteineen ja oheismateriaaleineen julkaistaan kunnan verkkosivuilla ja välitetään tiedotusvälineille sähköpostilla. Pöytäkirjat julkaistaan kunnan verkkosivuilla, kun ne on tarkistettu. Valiokuntien ja valtuuston kokouksista tehdään verkkosivujen uutisiin myös tiivistelmät keskeisimmistä asioista.

Kunnanvaltuuston kokoukset ovat julkisia ja kuka tahansa voi seurata niitä joko paikan päällä tai live-lähetyksen kautta, joita ei tallenneta. Kokouksissa tehdään keskeisistä päätöksistä reaaliaikaisia some-päivityksiä.

6.14 Viralliset kuulutukset ja muut ilmoitukset

Viralliset kuulutukset ja ilmoitukset julkaistaan kunnan verkkosivuilla siten, kun kunta-laissa ja erityislaeissa määrätään.

Ilmoitukset julkaistaan sähköisen ilmoitustaulun lisäksi myös valtuuston päättämässä ilmoituslehdessä. Tarvittaessa ilmoitukset voi julkaista myös muissa paikallisissa leh-dissä. Ilmoitusten laadinnasta on erillinen ohje intranetissä.

Muut kuin lakisääteiset ilmoitukset, esim. työpaikkailmoitukset ja vireillä olevat asiat, julkaistaan ao. yksikön valitsemisissa lehdissä.

Kunnan työpaikkailmoitukset julkaistaan Kuntarekryn sivuilla. Lisäksi rekrytoiva yk-sikkö voi harkintansa mukaan käyttää esim. ammattilehtiä työpaikkailmoitusten julkai-suun. Työpaikkailmoitukset tehdään kunnan visuaalisen ilmeen mukaisesti.

Lisäohjeita löytyy intrasta Kuntarekry-ohjeista.

6.15 Haastattelut

Palvelualueilla sovitaan siitä, kuka antaa haastatteluja mistäkin asiasta. Pääsääntönä on, että jokainen antaa haastatteluja omaan toimenkuvaansa ja toimialaansa liitty-vissä asioissa. Toimittajan puhelinsoittoon tai haastatteluun on pyydettävä aikaa val-mistautua, mikäli esim. asiasisältö ei ole täysin hallussa. Myös kiistanalaisista ja ne-gatiivisista asioista on voitava puhua avoimesti ja asiallisesti.

Haastattelua antaessa on syytä tarkentaa, mihin tarkoitukseen haastattelua tullaan käyttämään ja tullaanko haastattelua siteeraamaan suoraan vai käyttämään vain tausta-aineistona. **Suosittellemme, että jokainen haastateltava käyttää oikeuttaan pyytää haastatteluteksti etukäteen tarkistettavaksi.** Mahdollisia korjauksia teh-dään vain asiavirheiden osalta. Kirjoituksen tyyliin tai toimittajan omiin näkemyksiin ei ole syytä puuttua.

Haastatteluun valmistautuessa:

- Mieti keskeinen viesti, jonka haluat välittää
- Tarkista asiaan liittyvät tärkeät faktat
- Mieti esimerkkejä ja havainnollistamista
- Käytä yleiskieltä, vältä ammattitermejä
- Valmistaudu erityisen hyvin kiistanalaisiin asioihin
- Muista myös ulkoinen olemus.

6.16 Asukas- ja yhdistystilaisuudet

Asukas- ja yhdistystilaisuudet ovat hyvä tilaisuus sekä kuntalaisten näkemysten, aloitteiden ja kysymysten vastaanottamiseen että kunnan näkemysten ja suunnitelmien esittelemiseen. Kunta järjestää sekä alueellisia että teemallisia asukastilaisuuksia. Tilaisuuksissa esitellään ajankohtaisia ja kiinnostavia asioita, kuten asuinalueiden tulevia kehittämis- ja rakentamissuunnitelmia. Kunnan työntekijät ja luottamushenkilöt vierailevat pyydettäessä asukas- ja muiden yhdistysten tilaisuuksissa. Kunta myös tukee sidosryhmien alueen asukkaille, yhdistyksille ja yrityksille järjestettäviin tilaisuuksiin ja avustaa niiden järjestelyissä, tiedostuksessa sekä osallistujien hankkimisessa.

6.17 Yleisönosastokirjoitukset

Lehtien yleisönosastoilla ja sosiaalisessa mediassa otetaan toisinaan kantaa kunnan asioihin. Yksiköiden on mahdollisuuksien mukaan seurattava kirjoittelua ja mikäli kirjoitukseen on tarve reagoida, vastataan nopeasti ja asiallisesti. Vastaus yleisönosastokirjoitukseen tms. annetaan aina, jos mielipidepalstalla tai yleisönosastolla on osoitettu suoria kysymyksiä tietylle palvelualueelle ja/tai kirjoituksessa on selviä asiavirheitä.

Vastauksen laadintaan saa tukea viestinnästä.

6.18 Henkilöstö viestii

Työntekijällä on sananvapauden nojalla oikeus esittää julkisuudessa näkemyksiään niistä asioista, joita hän joutuu käsittelemään. Asioista ulospäin viestiessä on tärkeää, että se tapahtuu yleisesti hyväksytyjen pelisääntöjen mukaisesti ja tehtyjä päätöksiä kunnioittaen (vrt. julkisuuslaki 24§). Viestinnän on oltava omaa työtä, työyhteisöä ja kuntalaisia arvostavaa.

6.19 Projektiviestintä

Kunnalle tärkeitä uudistuksia ja muutoksia viedään eteenpäin erilaisten hankkeiden ja projektien avulla. Hyvin suunniteltu ja toteutettu hanke- tai projektiviestintä on yksi keino turvata onnistunut lopputulos.

Viestinnän perustana on projektisuunnitelma, johon sisällytetään aina viestintäsuunnitelma. Viestintäsuunnitelma määrittelee mm. mitä kerrotaan, miten kerrotaan, kenelle kerrotaan, milloin kerrotaan ja missä kerrotaan. Viestintäsuunnitelman pohja löytyy intrasta.

6.20 Blogit

Kunnan verkkosivuilla julkaistaan blogitekstejä, joita tällä hetkellä tuottavat kunnanjohtaja ja tiedottaja.

6.21 Mediaviestintä

Yhteistyö medioiden kanssa on tärkeää, jotta informaatio asukkaille välittyy myös muiden kuin kunnan itse käyttämien kanavien välityksellä. Sillä kuvalla, joka mediassa esitetään kunnasta, sen henkilöstöstä ja luottamushenkilöistä, on suuri merkitys kunnan imagolle. Siksi edistämme joukkoviestimiin kohdistettua mediaviestintää, joka perustuu hyviin yhteyksiin, molemminpuoliseen toisen työn kunnioitukseen ja myönteisessä hengessä tapahtuvaan yhteistyöhön. Toimittajat arvostavat luotettavaa, avointa ja nopeaa informaatiota.

Muista, että henkilöstöä koskeva tieto on ensiksi kerrottava sisäisesti henkilökunnalle, sen jälkeen joukkoviestimille.

Mediakommunikointiin sisältyy se, että toimittajille annetaan taustatietoa, tiedotetaan aktiivisesti päätöksistä sekä ajankohtaisista asioista ja annetaan haastatteluja. Lisäksi seurataan ja osallistutaan yhteiskunnalliseen keskusteluun.

Viralliset ilmoitukset ja kuulutukset julkaistaan ESS Viikossa. Muutoin hyödynämme kaikkia alueen merkittäviä medioita.

7 KRIISIVIESTITÄ

Kriisiviestintää vaativat esimerkiksi perusturvallisuutta uhkaavat onnettomuudet, tulipalot, epidemiat, ympäristötuhot, tietojärjestelmien häiriötilanteet, juomaveden pilaantuminen, sähkökatkokset tai muut palvelujen toimintaan vakavasti vaikuttavat häiriöt. Mikäli tällainen tilanne hoidetaan huonosti tai väärin, voi tuloksena olla kunnan maineen tai toiminnan asettuminen vaakalaudalle. Tämän välttämiseksi on kaikkien oltava tietoisia siitä, miten tällaisessa tilanteessa toimitaan.

Kriisiviestinnän painopisteenä on suuremman vaaran torjuminen ja korvaavista palveluista tiedottaminen, toimintaohjeiden antaminen sekä väärän tiedon leviämisen estäminen. Keskeistä on, että kuntalaisille välittyy mahdollisimman nopeasti täsmällinen tieto siitä, mitä on tapahtunut, mistä se johtuu ja mitä asialle ollaan tekemässä.

Kriisitilanteen ilmettyä tulee vastaavan palvelualueen/yksikön ilmoittaa asiasta tekstiviestillä kunnanjohtajalle ja sähköpostitse kunnan johtoryhmälle ja hallintopäällikölle. Hallintopäällikkö koordinoi ensikäden tiedon kunnan verkkosivuille sekä sosiaalisen mediaan.

Vuorokauden ajasta huolimatta on pyrittävä mahdollisimman pikaisesti olemassa olevien kanavien kautta antamaan ensikädentietoa tapahtuneesta ja toimenpiteistä, joihin ryhdytään. Sama tieto on samanaikaisesti välitettävä tiedotusvälineille, jotta varmistetaan tiedon nopea kulku asukkaille tai asianomaiselle kohderyhmälle. Jälkeenpäin on tärkeää seurata tilannetta ja tiedottaa tilanteen palautumisesta normaalksi.

Kriiseissä, kuten pandemioissa ja suuronnettomuuksissa, päävastuun kantaa kriisiryhmä ja hoitaa erityistilanteiden valmiuden. Kunnan kriisiryhmä on nimeltään **valmiusjohtoryhmä**.

Muistilista viestinnästä kriisitilanteessa:

- Nopeus. Informaatiota on annettava ulos ennen huhujen leviämistä.
- Avoimuus. Kerrotaan kaikki mitä tiedetään. Kertarysäys on parempi kuin jatkuva epävarmuus.
- Rehellisyys. Kaiken informaation tulee perustua faktoihin.
- Oma-aloitteisuus. Kunta pyrkii omalla tiedotuksellaan selittämään tilanteen realistisesti ja välittämään saman tiedon joukkoviestimille.
- Inhimillisuus. Vaikeassa tilanteessa on tärkeää osoittaa tunteita, kuten empatiaa ja osanottoa.
- Vastuunotto. Joskus julkinen anteeksipyyntö ja selvitys tilanteen korjaamisesta ja seurannasta on paikallaan.

8 TAPAHTUMAVIESTINTÄ JA MARKKINOINTI

Markkinoinnin ja viestinnän työryhmässä keskustellaan ja neuvotellaan yhdessä, miten kunta näkyy eri tapahtumissa ja millaisiin tapahtumiin kunta osallistuu.

Tapahtumasta ja sen viestinnästä vastaa ja sitä koordinoi tapahtumaa järjestävä henkilö/yksikkö. Tapahtumaviestinnässä voi käyttää kaikkia kunnan kanavia.

8.1 Messut, näyttelyt, tapahtumat

Kunta esittelee toimintaansa ja samalla rakentaa julkisuuskuvaansa erilaisilla messuilla, näyttelyissä ja tapahtumissa. Messuille ym. tapahtumiin osallistutaan usein yhteistyössä Lahti Regionin sekä Ladecin kanssa.

Elinkeinopalvelut hoitaa Ladec yhteistyön ja muihin tapahtumiin palvelualueet voivat osallistua resurssiensa ja tarpeittensa mukaan.

8.2 Markkinointimateriaalit

Esitteet

Kunta julkaisee omia yleisesitteitä, joita tehdään yhteistyössä eri palvelualueiden kanssa.

Lisäksi yhteistyössä Lahti Regionin kanssa tehdään matkailumarkkinointiesitteitä sekä Ladec Oy:n kanssa alueen yritysvetovoimamarkkinoinnin esitteitä.

PR-tuotteet

Palvelualueet hankkivat tarvitsemansa liikelahjat omien budjettiensa puitteissa. Konsernipalvelut kartoittavat PR-tuotteiden toimittajat ja hankkii PR-tuotteita koko kunnan käyttöön sekä myyntiin Asiointipiste Piipahlukseen.

Tavoitteena ovat omaleimaiset, laadukkaat tuotteet, jotka jollakin tavalla liittyvät Hollolaan ja/tai kunnan historiaan.

9 YRITYSVIESTINTÄ JA –MARKKINOINTI

Yritysystävällisyys

Elinkeinopalvelut kerää Lahti Regionin ja Ladecin ym. sidosryhmien laatimat yrityksille hyödylliset ja niiden toiminnan kehittämistä koskevat mm. ajankohtaiset asiat, tapahtumat, koulutus- sekä rahoitushakuvierit ja tiedottaa niistä viestinnän tukemana aktiivisesti Hollolan yritys kentälle sekä potentiaalisille yrittäjille.

10 MARKKINOINNIN JA VIESTINNÄN TYÖRYHMÄ

Kunnanjohtaja on asettanut kuukausittain kokoontuvan markkinoinnin ja viestinnän työryhmän, jonka jäsenet toimivat äänitorvina edustamansa palvelualueen ja työryhmän välillä, jotta ajankohtainen tieto kulkee moneen suuntaan.

Työryhmän tehtävät

- 1) Markkinointiohjelman suunnittelu ja toteutumisen seuranta, ohjelman toimenpiteiden toteutumiseen osallistuminen.
- 2) Sisäinen ja ulkoinen viestintä: viestintäkohteet, yhteinen läpikäynti palvelualueittain, kehittäminen ja sparraus.
- 3) Viestinnän ja markkinoinnin vuosisuunnitelman laatiminen, vuosikello.

11 VUOSIKELLO

Käytämme yhteistä vuosikelloa, johon merkitään kunnan omat tapahtumat. Tapahtumat julkaistaan kunnan verkkosivuille, joista voidaan tarvittaessa tehdä linkityksiä lisätietoihin.

12 KOULUTUS

Pyrimme kouluttamaan ensisijaisesti sisäisesti tarpeen mukaan. Henkilöstö sparraa ja tukee toinen toisiaan omien viestinnän osaamisalueidensa mukaan. Ostopalveluna ostettavat koulutuksen määrittämään tarpeen ja tilanteen mukaan. Keskustele aina ensimmäiseksi koulutustarpeesta esihenkilösi kanssa.

13 KUVAUSLUPA

Julkisella paikalla saa kuvata muita ihmisiä ilman lupaa. On huomaavaista kysyä lupaa mahdollisuuksien mukaan kuvaan tulevilta henkilöiltä, jos heitä kuvataan.

Alle 18-vuotiaiden lasten ja nuorten huoltajilta tulee aina olla lupa kuvaamiseen.

Kuvien käytössä tulee noudattaa tekijänoikeussäädöksiä sekä kuvien metatiedoissa mainittuja seikkoja. Mikäli teet henkilökuvausta, tulee pyytää kirjallinen kuvauslupa. Kuvauslupapohjan löydät intrasta. Kuvien tallennusnimessä tulee käydä ilmi: kuvauspaikka ja päivämäärä ja muu mahdollinen tilannetta/kohdetta kuvaava nimi.

14 ANALYTIikka

Verkkosivujen liikenteen seurannassa hyödynnämme Google Analytics -ohjelmaa. Verkkosivujen saavutettavuutta, laatua ja hakukoneystävällisyyttä seurataan ja hallitaan SiteImprove-järjestelmän avulla.

Someseurannassa käytetään (tilanne 4/26) Meltwater-ohjelman analytikkatyökalua, josta saadaan raportit Metan (Facebook ja Instagram) tuloksista.

15 KUNNAN VIESTINTÄÄ SÄÄTELEVÄT LAIT

Perustuslaki määrittelee jokaisen perusoikeuden tietoon ja hyvään hallintoon. Viranomaisen asiakirjat ovat pääsäännön mukaan julkisia, ja jokaisella on oikeus saada tieto julkisesta asiakirjasta. Jokaisella yksilöllä on oikeus osallistua ja vaikuttaa yhteiskunnan ja elinympäristönsä kehittämiseen, ja julkisen vallan tehtävänä on edistää yksilön mahdollisuuksia osallistua yhteiskunnalliseen toimintaan ja vaikuttaa häntä itseään koskevaan päätöksentekoon.

Julkisuuslainsäädäntö turvaa ja edistää tiedonsaantia. Viranomaisen on toimittava julkisuusmyönteisesti ja tiedonsaannin rajoittamiselle tulee olla objektiivinen peruste. Jos pyydettyjä tietoja ei anneta, tämä on perusteltava.

Hallintolaki määrittelee hyvää hallintoa ja täydentää kuntalain tiedottamissäännöstä sekä julkisuuslain säännöksiä tiedonsaannin edistämisvelvollisuudesta. Laajavaikutteisen asian vireilläolosta on ilmoitettava ja niiden osalta on varattava vaikuttamismahdollisuuksia.

Hallintolaissa säädetään myös viranomaisen neuvonta- ja opastamisvelvollisuudesta sekä asiallisen, selkeän ja ymmärrettävän kielen käyttämisestä.

Kuntalaki velvoittaa tiedottamaan ja luomaan edellytykset asioihin osallistumiselle ja vaikuttamiselle. Kuntalain mukaan valtuuston on pidettävä huolta siitä, että kunnan asukkailla ja palvelujen käyttäjillä on edellytykset osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan. Tähän pyritään muun muassa tiedottamalla kunnan asioista ja järjestämällä kuulemistilaisuuksia, selvittämällä asukkaiden mielipiteitä ennen päätöksentekoa ja avustamalla asukkaiden oma-aloitteista asioiden hoitoa, valmistelua ja suunnittelua.

Kuntalain tiedottamissäännöksessä veloitetaan kuntaa tiedottamaan asukkailleen kunnassa vireillä olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä ratkaisuksista ja niiden vaikutuksista. Edelleen kunnan on laadittava tarvittaessa katsauksia kunnan palveluja, taloutta, ympäristönsuojelua ja maankäyttöä koskevista asioista. Asukkaille tulee myös tiedottaa, millä tavoin asioista voi esittää kysymyksiä ja mielipiteitä valmistelijoille ja päättäjille.

Kunnan velvollisuus tiedottaa koskee myös kuntakonsernia. Milloin kunnan tehtävä on annettu yhteisön tai säätiön hoidettavaksi, kunnan on sopivin tavoin tiedotettava asukkailleen yhteisön tai säätiön toiminnasta. Samoin on syytä menetellä ostopalvelujen tuottajien suhteen.

Maankäyttö- ja rakennuslaki sekä asetus säätelee vielä erikseen alueiden käyttöön ja rakentamiseen liittyvää tiedottamista. Kaavoja valmistelevien viranomaisten on tiedotettava kaavoituksesta, sillä tavoin, että niillä, joita asia koskee, on mahdollisuus seurata kaavoitusta ja vaikuttaa siihen. Edelleen kunnan on laadittava vähintään kerran vuodessa katsaus kunnassa ja maakunnan liitossa vireillä olevista ja lähiaikoina vireille tulevista kaava-asioista, jotka eivät ole merkitykseltään vähäisiä.

Hollola

hollola.fi