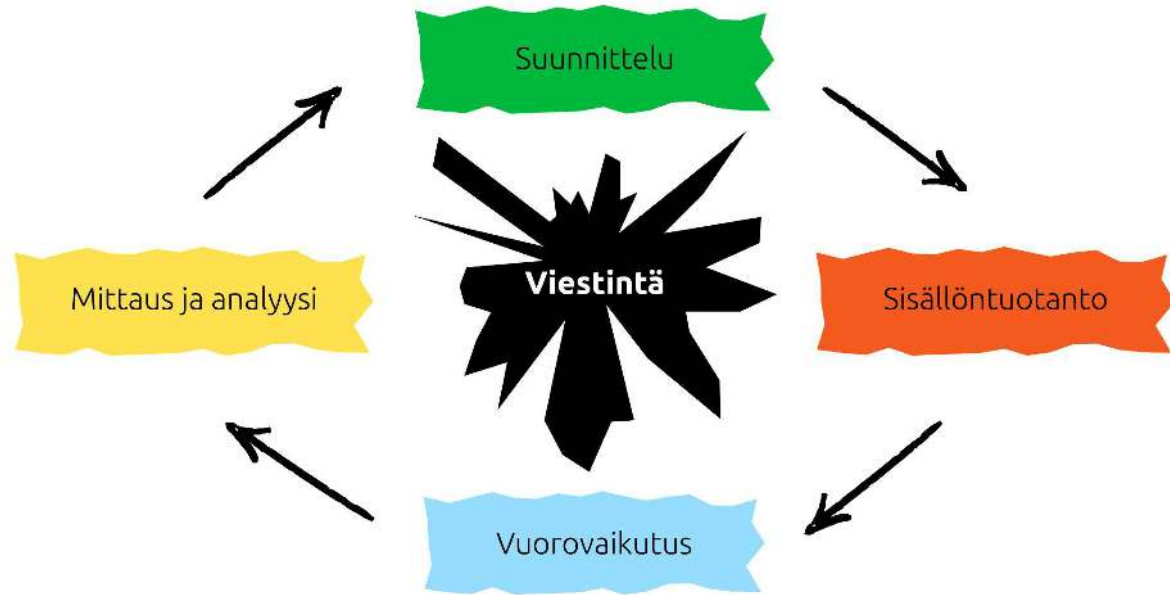

Viestintäsuunnitelma

Haloo maaseudun vinkit suunnitelmalliseen viestintään



Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty!



Strategiasta suunnittelun kautta käytäntöön!

Viestintästrategia = Mitä halutaan?

- tehdään useammaksi vuodeksi
- tukee organisaation strategiaa
- edistää organisaation päämäärää
- kertoo, mihin tähdätään
- sisältää myös arvot, joihin viestintä nojaa.

Viestintäsunnitelma = Mitä tehdään?

- tehdään yleensä vuodeksi eteenpäin
- sisältää konkreettisia toimenpiteitä
- määrittelee työnjaon
- sisältää mitattavia tavoitteita
- suhteutetaan budjettiin.

10 kysymystä

1. Miksi viestitään?
2. Miten viestitään?
3. Kenelle viestitään?
4. Missä viestitään?
5. Kuka viestii?
6. Milloin viestitään?
7. Viestinnän nykytila ja resurssit?
8. Konkreettiset tavoitteet vuodelle 2022?
9. Miten mitataan?
10. Tulosten analysointi ja uusi suunnitelma!

Vastaa kysymyksiin ja viestintäsuunnitelmasi on valmis!

Ota huomioon sekä
ULKOINEN VIESTINTÄ
että
SISÄINEN VIESTINTÄ!

1. Miksi viestitään?

Mitä viestinnällä tavoitellaan?

- Halutaan näkyvyyttä, jotta...
 - Halutaan lisää jäseniä, jotta...
 - Halutaan vaikuttaa mielikuviin.
 - Halutaan ansaita kohderyhmän luottamus.
-

2. Miten viestitään?

Viestinnän arvot, keinot ja välineet?

- Asiantuntevasti, innostavasti, saavutettavasti:
<https://www.haloomaaseutu.fi/vinkeja-verkkosivuston-saavutettavuuden-parantamiseen/>
 - Oman brändin näköisesti:
<https://www.maaseutu.fi/maaseutuverkosto/viestinta2/kuvapankki>.
 - Ammattimaisesti/kotikutoisesti?
 - Tekstillä, kuvalla, äänellä, videolla...
-

3. Kenelle viestitään?

Tärkeimmät kohderyhmät?

- Viestimme yhdistyksille, koska...
 - Viestimme yrittäjille, koska...
 - Viestimme nuorille, koska....
-

4. Missä viestitään?

Missä kohderyhmäsi tavoitetaan?

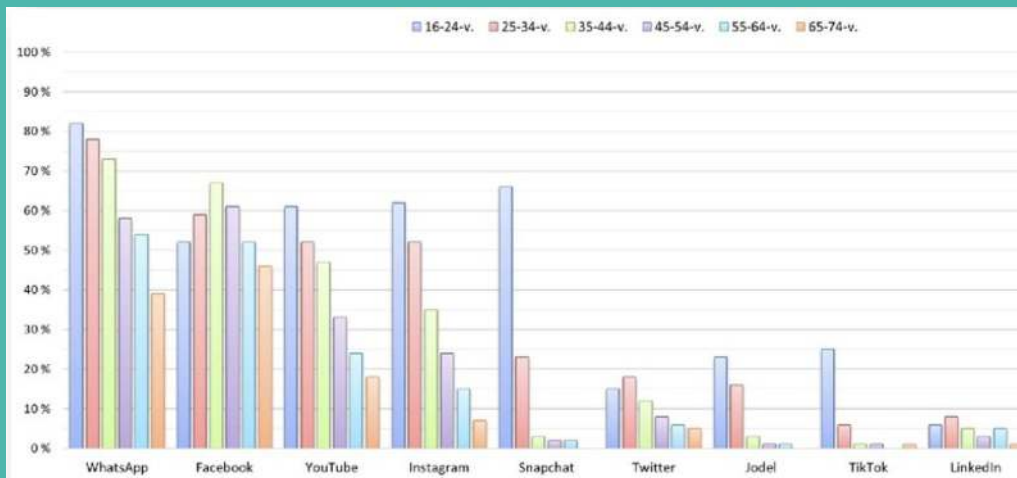
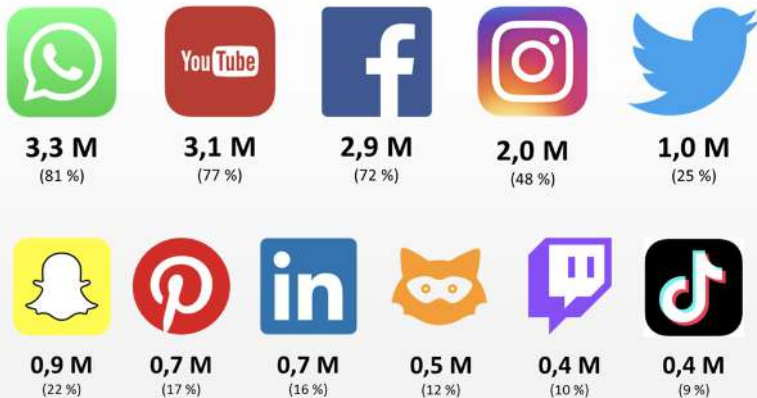
- Verkkosivuilla
- sähköpostitse
- printtilehdissä
- omassa podcastissa
- SOMESSA!

Korona loi uuden some-buumin!

<https://www.innowise.fi/fi/sosiaalisen-median-kaytto-suomessa-somekatsaus-04-2021/>

Somen käyttäminen vie aikaa, valitse muutama kanava, joihin keskityt kunnolla.

Viikkotasolla käytetyimmät somepalvelut Suomessa (16-74-v.)



5. Kuka viestii?

- Ostettu näkyvyys
- Itse tuotettu näkyvyys
- Ansaattu näkyvyys

- Kuka tuottaa sisällön?
 - Kuka päivittää verkkosivut?
 - Kuka vastaa somesta?
 - Tarvitaanko ammattiapua?
 - Valtakunnallinen, alueellinen ja paikallinen taso.
-

6. Milloin viestitään?

Viestinnän vuosikello

- Säännöllisyys!
- Oman organisaation sisällä ja tärkeimmissä sidosryhmissä pitää tietää, mitä viestitään ja milloin.
- Vuosikello tai kuukausitaulukko helpottaa suunnittelua.

Plandisc:

https://plandisc.com/fi/raataloi-oma-vuosikellosi/?utm_source=Google&utm_medium=cpc&utm_term=Plandisc&qclid=CjwKCAjAv_KMBhAzEiwAs-rX1PC2NvlaUNbxG8q27RoDPpyvtJqW6CvGL7wy2IMso1Z7YmlrjQT0whoCjiEOAvD_BwE

Someleonti:

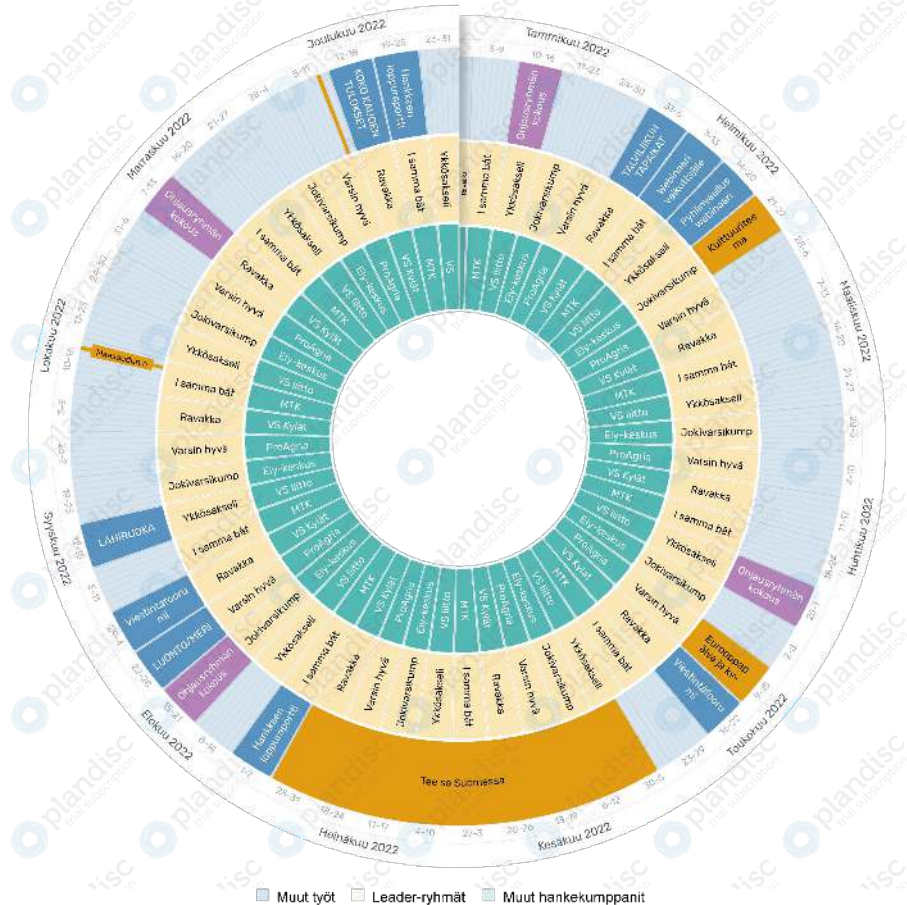
<https://drive.google.com/file/d/1CWqYzmqboRQ2ouiZ5bbQ0fJuDfeS27cB/view>

Digimoguli:

<https://digimoguli.fi/blogi/markkinoinnin-vuosikellon-luominen-ilmainen-pohja/>

Plandisc

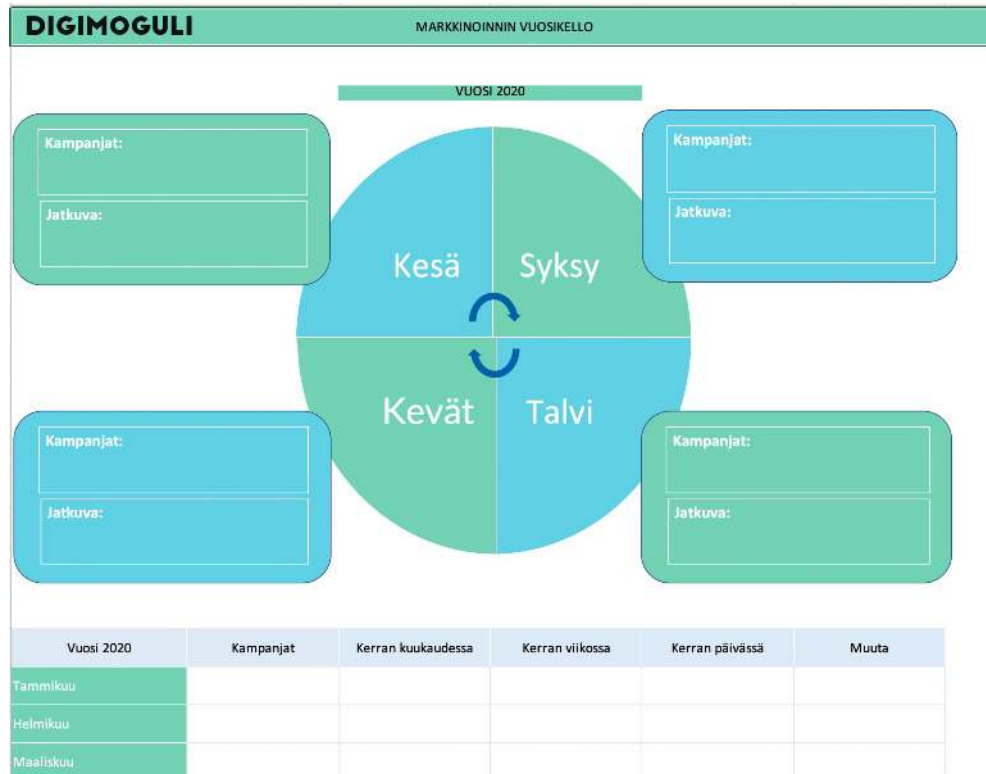
- Maksuttomassa versiossa kolme rengasta
- kahden viikon maksuton kokeilu täyteen versioon
- interaktiivisen version pystyy jakamaan vaikka Teamsiin.



Digimoguli

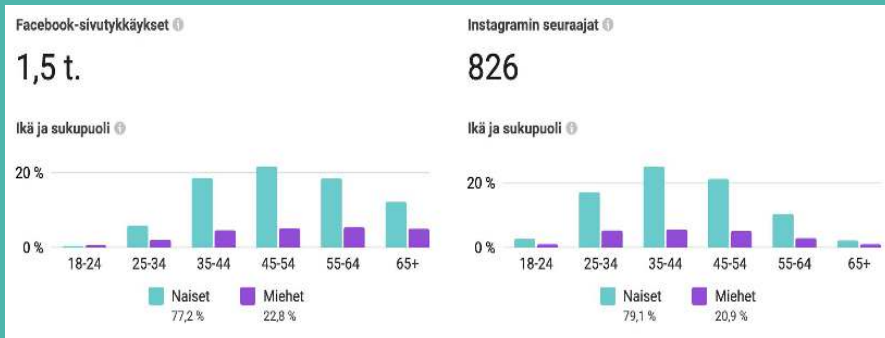
Kolme erilaista välilehteä:

- kanavakohtainen suunnitelma
- kuukausikalenteri
- yksinkertainen vuosikello.



7. Viestinnän nykytila ja resurssit

Mitataksesi muutosta, pitää olla selvillä nykytilanteesta



- Mikä on hyvää ja säilytettävää, mitä halutaan muuttaa ja kehittää?
- Jääkö joku tärkeä kohderyhmä tavoittamatta?
- Kuinka paljon aikaa viestintään voidaan käyttää?
- Millaista osaamista löytyy talon sisältä?
- Onko budjetissa tilaa ostopalveluille tai kaupalliselle yhteistyölle?

8. Konkreettiset tavoitteet vuodelle 2022

Kokeilukulttuuri

Valitse vain muutama ja keskity niihin!
Seuraavana vuonna sitten taas uudet
tavoitteet.

Esim.

- 1000 seuraajaa Facebook-sivulle
 - saavutettava verkkosivu
 - tiedote jokaisesta hallituksen kokouksesta
 - Tiktok-tilin perustaminen ja videoiden teko nuorille kerran kuussa.
-

9. Miten mitataan?

Työkalut käyttöön!

- Google Analytics
 - Some-kanavien oma analytiikka (ota yritystilitt käyttöön)
 - Saavutettavuuden mittaaminen testityökalulla: <https://wave.webaim.org/>
 - Mediaseuranta
-

10. Tulosten analysointi ja uusi suunnitelma

Mitä tästä opimme?

- Kuka analysoi tulokset ja koska?
 - Eri sisältöjen tavoittavuus?
 - Viestintäsuunnitelman päivitys vuoteen 2023!
-

Jäikö vielä nälkä?

- Jos virtaa riittää, voit tehdä jokaiselle some-kanavalle oman suunnitelman, jossa määritellään kanavan tavoitteet, kohderyhmät, sisältö, tyyli, tunnisteet, emoji, jakaminen, julkaisuaikataulu, tekijät, reagointi, seuranta, mittaus, analysointi, kehittäminen.
- Olisiko tarvetta kriisiviestintäsuunnitelmalle?
- Tarvitaanko oma graafinen ohjeistus?

Kiitos!

Viestintäkoordinaattori Janica Vilen

janica.vilen@haloomaasetu.fi