



Keski-Pohjanmaan hyvinvointialue

Hoitaa, palvelee ja pelastaa



Viestintäsuunnitelma

Väliaikaishallinnon ja muutosvaiheen ajaksi



Viestinnän taustalla

- Viestintä pohjautuu:
 - Kansallisen sote-uudistuksen arvoihin ja periaatteisiin sekä viestinnän linjauksiin
 - Soiten viestintästrategiaan ja –suunnitelmaan
 - Keski-Pohjanmaan ja Pietarsaaren alueen pelastuslaitoksen viestintäperiaatteisiin

Viestinnän arvot

Luotettavuus

Viestinnällä varmistetaan, että ihmiset voivat luottaa saavansa oikeaa ja luotettavaa tietoa tasapuolisesti ja oikea-aikaisesti. Viestintä perustuu punnittuun ja tutkittuun tietoon.

Avoimuus

Viestintä on avointa ja läpinäkyvää. Asioista tiedotetaan oikea-aikaisesti ja viestitään aktiivisesti ensimmäisenä hyvinvointialueen asioista. Tietoa on helppo löytää.

Selkeys

Viestitään hyvällä ja selkeällä kielellä. Ulkoinen viestintä on asiakaslähtöistä. Viestinnässä huomioidaan saavutettavuus.

Rohkeus

Seurataan keskustelua ja osallistutaan vuoropuheluun rohkeasti. Viestitään aktiivisesti myös keskeneräisistä asioista.

Vuoro- vaikutteisuus

Viestintä on avainasemassa uudistuksen etenemisessä ja onnistumisessa. Varmistetaan avoin vuoropuhelu ja luottamuksellisen ilmapiirin rakentaminen yhteistyöryhmien kesken. **Jokainen on viestijä!**

Ihminen keskiössä!

Viestinnän periaatteita

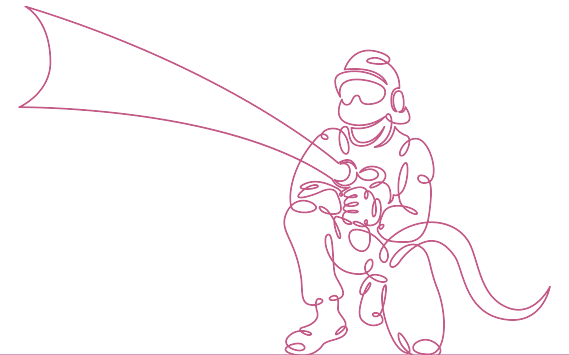
- Viestintä on mahdollisimman **suunnitelmallista**
- Henkilöstölle suunnattu viestintä on **samansisältöistä** ja samanaikaista kaikkien liittyvien organisaatioiden henkilöstölle
- Annetaan **ajoissa** tietoa valmistavista asioista
- Kirjoitetaan ja puhutaan **selkeää, ymmärrettävää kieltä** – vältetään vaikeita termejä, lyhenteitä, hallintokeskeistä kieltä
- **Toisto** on tarpeen, jotta viesti tavoittaa kohderyhmät paremmin
- Viestinnällä tuetaan laajaa **osallistamista** ja osallistumisen mahdollisuuksia sekä väestölle että henkilöstölle
- **Valmius muuttaa** viestin sisältöä tai suuntaa tarvittaessa. Karsitaan se, mikä ei toimi ja kokeillaan rohkeasti uutta. Viestintäsuunnitelma saa elää!
- Otetaan **huomioon palautteet** ja **kehitetään viestintää** niiden perusteella



Viestinnän tavoitteet

- Tukea viestinnällisesti hyvinvointialueen **päämääriä** ja **lisätä tietoa** siitä
- Sanoittaa **ymmärrettävästi** ja selkeästi muutamatkaa ja hyvinvointialueen toimintaa
- Tukea henkilöstöä avoimella tiedonkululla ja vuorovaikutuksella
- Konkretisoida muutoksen mahdollisia vaikutuksia eri kohderyhmille
- Kannustaa yhteistyöhön ja vuoropuheluun eri toimijoiden kanssa
- Saavuttaa yhteisymmärrys muutoksen tarpeellisuudesta ja tavoitteista
- Tukea johtamista viestinnän keinoin
- Rakentaa luottamusta
- Luoda osallistumisen mahdollisuuksia
- Tehdä Keski-Pohjanmaan hyvinvointialuetta **tunnetuksi**

Viestintä on
kaksikielistä:
fi +sv





Pääviestit

- Säilytetään kaikki, mikä toimii ja korjataan se, mikä ei toimi
- Kehitetään ja parannetaan palveluita asiakkaiden näkökulmasta
- Apu tulee paikalle yhtä nopeasti kuin ennenkin
- Muutokset ovat pääasiassa hallinnollisia
- Soite oli edelläkävijä: nyt samantyyppistä mallia rakennetaan koko maahan

Viestinnän kohderyhmät ja kärjet

Viestitään aktiivisesti myös valtakunnallisella tasolla



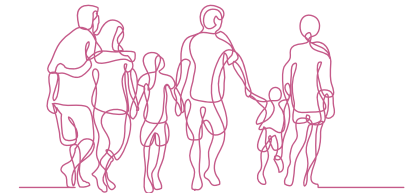
Yhdistyvien organisaatioiden henkilökunta

- Säilytetään se, mikä toimii
- Korjataan ja kehitetään palveluita
- Muutos on myös mahdollisuus
- Sote ja pela toimii yhteistyössä
- YT-viestintä



Luottamushenkilöt

- Vaalit: mistä on kyse, mistä aluevaltuusto päättää
- VATE:n toiminnasta tiedottaminen
- Yhteisen näkemyksen rakentaminen hyvinvointialueesta
- Vaikutukset elämään ja palveluihin



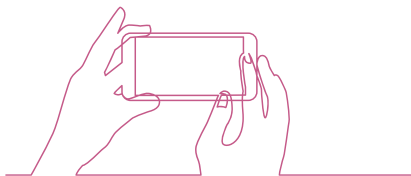
Alueen asukkaat

- Kyseessä on hallinnollinen uudistus
- Vaalit: mistä on kyse ja miksi kannattaa äänestää
- Parannetaan sote-palveluita
- Apu helpommin ja nopeammin
- Vaikutukset elämään ja palveluihin



**Sidosryhmät
(neuvostot, järjestöt jne.)**

- Kehitetään toimintamalleja ja rakenteita tukemaan säännöllistä vuoropuhelua
- Viestitään uudistuksesta kulloisenkin sidosryhmän näkökulmasta



Media

- Soite oli edelläkävijä: nyt samantyyppistä mallia rakennetaan koko maahan
- Vaalit: mistä on kyse ja miksi kannattaa äänestää
- Onnistumiset Soite 2.0 hankkeissa



Kuntaorganisaatiot

- Yhteistyö vaaliviestinnässä
- Henkilöstön siirtoihin liittyvä viestintä

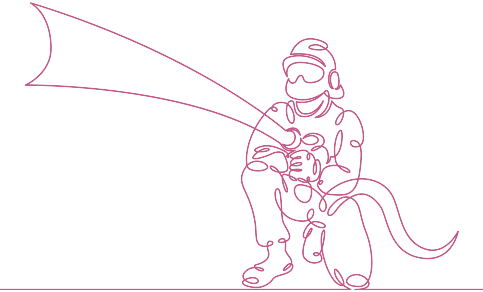




Henkilöstöryhmät



Soiten henkilöstö



Pelastuslaitos ja
sopimuspalokuntalaiset



Kärkullan henkilöstö



Koulukuraattorit ja –psykologit,
osa kuntien työntekijöistä

Viestintäkanavat

• Sisäiset

- Sharepoint-sivusto valmistelijoille
- Säännölliset henkilöstöinfot (Teams Live)
- Intranetit (Soitenet & Pelan intra)
- Soitesanomat
- Sähköposti
- Signal-ryhmät

Somessa käytetään hashtageja:
#kphyvointialue
#soite
#kppela
#uusisoite
#vate #soitevate
#tulevaisuudensote

• Ulkoiset

- Verkkosivut (www.soite.fi alla)
- Organisaatioiden somekanavat
 - Facebook
 - Twitter
 - Instagram
 - Youtube
 - (LinkedIn)
- Mediyhteistyö
 - Yleisötilaisuudet stiimattuna
- Soiten ulkoinen uutiskirje
- Mainonta mediassa ja somessa
- Kansalliset verkkosivut
 - Soteuudistus.fi
 - THL
 - Innokylä
- Puheenvuorot ja esitykset eri foorumeissa





Osallistaminen

- Henkilöstön, alueen asukkaiden sekä sidosryhmien osallistaminen on tärkeää
- Kutsutaan ihmisiä osallistumaan konkreettisten tekojen ja tiedon jakamisen kautta
- Annetaan ajoissa tietoa valmistelusta, jolloin asiaan on vielä vaikutusmahdollisuuksia
- **Keinoina:**
 - Kyselyt
 - Palautekanavat
 - Vuorovaikutus eri kanavissa ja foorumeissa
 - Viestinnässä esimerkkejä kansalaisten vaikuttamismahdollisuuksista
- Helposti saatavilla oleva ja löydettävä tieto edesauttaa osallisuutta (saavutettavuus & esteettömyys)

Logot, värit ja fontit

- Logoina käytetään ensisijassa **mustavalkoisia** Soite 2.0 –logoja, Keski-Pohjanmaan ja Pietarsaaren seudun pelastuslaitoksen logoa sekä valtakunnallista sote-uudistuksen logoa
- Hyvinvointialueen viestinnän päävärit valmisteluvaiheessa ovat ohessa. Värit on poimittu Soiten graafisessa ohjeistuksessa listatuista väreistä. Päävärinä ei hyvinvointialueen viestinnässä käytetä Soiten sinistä, vaan **tummaa fuksian punaista**.
- Soiten väreistä oranssia voidaan käyttää fuksian ohella elävöittämässä materiaaleja. Viestintä päätetään muiden värien käytöstä.
- Soiten ensisijaisena fonttina käytetään **Calibri** -fonttia. Fontti löytyy useimmista tietokonesovelluksista.
- Fonttien väreinä käytetään tavallisesti mustaa ja valkoista fuksian ja oranssin lisäksi.
- Hyvinvointialueen viestinnässä käytetään valmistelulle erikseen laadittuja **asiakirja- ja PowerPoint-pohjia**. Ei käytetä Soiten tai Pelastuslaitoksen pohjia.
- Hyvinvointialueella toimintaan **Soite-nimellä**, mutta Soite brändätään uudestaan ja hyvinvointialueelle rakennetaan **uusi Soiten brändiperhe**



Fuksia

PANTONE 7647C
C0 M54 Y31 K23
R196 G90 B136
HTML c45a88

Oranssi

PANTONE 7417
C1 M83 Y85 K0
R224 G78 B57
HTML e04e39

Graafinen ohjeisto

- Hyvinvointialueen valmistelun viestinnässä graafinen ilme perustuu Soiten graafiseen ohjeistoon (Soiten brändikirja)
- Informaatiografiikkaa hyödynnetään tiedon visualisoimiseen
- Kuvina käytetään ensi sijassa aitoja, täällä otettuja kuvia. Kuvapankkikuvia voidaan käyttää jos omia kuvia ei ole saatavilla, mutta tällöin on huolehdittava, että tyyli säilyy yhtenäisenä. Tekijän- ja kuvattavien oikeudet on huomioitava!
- Hyvinvointialueelle laaditaan uusi graafinen ohjeisto brändiuudistuksen myötä



Viestintävastuut

- Kaikki ovat viestijöitä omassa roolissaan!
- Viestintätoimenpiteistä vastaa VATE:n puheenjohtaja ja Soiten toimitusjohtaja Minna Korkiakoski-Västi yhteistyössä Soiten viestintäyksikön kanssa
- **Viestintätyöryhmän kokoonpano:**
 - *Toimitusjohtaja Minna Korkiakoski-Västi*
 - *Viestintäpäällikkö Suvi Melender-Lågland*
 - *Viestintäkoordinaattori Petra-Maria Kämäräinen*
 - *Henkilöstöjohtaja Eija-Liisa Heikkilä*
 - *Palomestari Antti Kätevä*
- Viestintätyöryhmä kokoontuu **tarpeen mukaan**. Päivittäisiä viestintätoimenpiteitä toteuttaa Soiten viestinnän ja markkinoinnin yksikkö.
- Viestintäpäällikkö ja viestintäkoordinaattori kuuluvat sote-uudistuksen **kansalliseen viestintäverkostoon**.

Viestinnän toimenpiteet ja aikataulu

- Viestintäsuunnitelman pohjalta laaditaan **viestintäkortti**, jossa on määritelty toimenpiteet ja vastuut tarkemmin
- Viestintäsuunnitelma – toimenpiteet & niiden toteuttaminen – viestinnän arviointi
- Alkuvaiheessa viestintätoimet painottuvat henkilöstöviestintään
- **Keskeisimpiä viestintätoimenpiteitä:**
 - *Säännöllinen uutiskirje valmistelun etenemisestä ja VATE:n toiminnasta*
 - *Henkilöstöinfot Teams Livessä*
 - *Kyselyt henkilöstölle (ja asiakkaille)*
 - *Viestiminen YT-neuvotteluista ja henkilöstösiirroista: kaikki siirtyvät uuteen organisaatioon*
 - *Uudet asiakirjapohjat saataville ja käyttöön*
 - *Verkkosivuston ja somekanavien päivittäminen aktiivisesti*
 - *Hyvinvointialueen brändityön aloittaminen*



Kriittiset menestystekijät

Kriittiset menestystekijät ovat sellaisia tavoitekokonaisuuksia, joissa on ehdottomasti onnistuttava tavoitteen saavuttamiseksi.

- Riittävät viestinnän resurssit
- Yhteistyö viestinnän ja johdon kesken
- Toimivat viestintävälineet
- Kohderyhmätuntemus

Riskit

- Ei onnistuta viestimään tarpeeksi ymmärrettävästi, vaikea terminologia ja hallintokeskeisyys
- Johdon ja viestinnän välinen tiedonkulku
- Viestinnän suunnitelmallisuuden puute: asiat putkahtelevat ennakoimattomasti
- Puutteet sisäisessä tiedonkulussa
- Viestinnän rajalliset resurssit. Ylimoitettut tavoitteet ja toiveet viestinnälle resursseihin nähden.
- Rajatut voimavarat osallistua aktiivisesti keskusteluun sosiaalisessa mediassa, rajallinen kyky reagoida ja oikaista vääriä tietoja
- Viestinnän vastuuhenkilöiden ylikuormittuminen. Sijaistukset lomien ja muiden poissaolojen aikana.



Viestinnän mittaaminen ja seuranta



- Viestintää mitataan ja seurataan säännöllisesti. Mittaamisella ja seurannalla saadaan tietoa siitä, miten tehokkaasti viestintä tukee uudistuksen tavoitteiden saavuttamista.
- Mittaamisessa ja seurannassa arvioidaan mennyttä ja nykyhetkeä, mutta luodataan myös tulevaa. Apuna käytetään määrällisiä ja laadullisia työkaluja, esim:
 - *Mediaseuranta*
 - *Verkkosivujen ja some-kanavien analysointityökalut*
 - *Kyselyt*
 - *Palautekanavat*
- Julkista keskustelua seuraamalla voidaan havaita myös heikkoja signaaleja. Näin pystytään reagoimaan tarvittaessa nopeastikin esim. väärin tietojen leviämiseen.

Keski-Pohjanmaan hyvinvointialue

Hoitaa, palvelee ja pelastaa

viestinta@soite.fi

