



Kainuun maakunnan päivitetty viestintäsuunnitelma 2009-2012 sekä tehdyt toimenpiteet vuosina 2006-2008

Johtoryhmän hyväksymä 30.1.2009



KAINUUN MAAKUNNAN PÄVITETTY
VIESTINTÄSUUNNITELMA 2009–2012
sekä tehdyt toimenpiteet vuosina 2006–2008

Johtoryhmän hyväksymä 30.1.2009

SISÄLLYSLUETTELO

1	MAAKUNNAN VIESTINTÄ ON VUOROVAIKUTUSTA	3
2	LAKI TURVAA TIEDON SAAMISEN JA VELVOITTA TIEDOTTAMAAN	3
3	MAAKUNNAN VIESTINNÄN YLEISET PERIAATTEET	4
4	MAAKUNTA -KUNTAYHTYMÄN HENKILÖSTÖVIESTINTÄ	4
	Sisäisen viestinnän tavoitteet	5
	Sisäisen viestinnän periaatteet ja viestinnän hoitaminen maakunnassa	5
	Sisäisen viestinnän välineet	5
	Sisäisen viestinnän onnistumisen merkitys ja mittaaminen	6
5	MAAKUNNAN ULKOINEN VIESTINTÄ	7
	5.1. Viestintä maakunnasta kainuulaisille	7
	Miten kainuulaisille viestitään	8
	Verkkoviestintä lisää mahdollisuuksia	8
	Yhteydenpito tiedotusvälineisiin	9
	5.2. Markkinointiviestintä Kainuun tukena	11
	Perusviestit	12
	Markkinointiviestinnän kohderyhmät	12
	Markkinointiviestinnän välineet	13
	Ilmoitukset ja mainoskampanjat	13
	Esitteet, painotuotteet ja muu esittelyaineisto	13
	Maakunnan suhdetoiminta	14
	5.3. Kansainvälinen viestintä	16
6	KRIISIVIESTINTÄ	16
7	PALAUTE JA SEURANTA	17

1 MAAKUNNAN VIESTINTÄ ON VUOROVAIKUTUSTA

Tiedottaminen on yksisuuntaista tiedon jakamista, jossa on lähettäjä ja tiedon vastaanottaja. Maakunnan viestinnässä tulee pyrkiä tehokkaaseen toimintaan, mutta tämän lisäksi myös vuorovaikutteiseen, moniulotteiseen tiedon tuottamiseen ja palautteen vastaanottamiseen. Vuorovaikutteisuutta korostetaan niin sisäisessä, kuin ulkoisessa viestinnässä, niin henkilökunnalle kuin kainuulaisille ja maakunnan ulkopuolelle kohdennetussa viestinnässä. Maakunnan viestinnän tavoitteena on osallisuuden ja kansalaisvaikuttamisen lisääminen. Kainuulaisille luodaan mahdollisuudet vuorovaikutukseen maakunnan johdon ja luottamushenkilöiden kanssa. Tiedottavan ja keskusteleavan viestinnän kautta luodaan kainuulaisille perusturvallisuutta sekä lisätään luottamusta organisaation toimintaan ja tapaan tuottaa palvelut.

Viestintä on maakunnan perustoimintojen tuki. Se poikkileikkaa kaikkea maakunnan toimintaa ja auttaa maakunnan toiminnan tavoitteiden saavuttamisessa. Viestinnän taustalla ovat maakunnan arvot ja toiminnan tavoitteet. Sillä tuetaan johtamista ja edistetään maakunnan perusviestien perillemenoa.

Arvot vaikuttavat taustalla, kun asetamme toimintaan liittyviä tavoitteitamme, arvioimme tuloksiamme ja ponnistelemme saavuttaaksemme yhdessä asetetut tavoitteet. Kainuun maakuntavaltuusto on hyväksynyt Kainuun maakunta-kuntayhtymän arvoiksi oikeudenmukaisuuden, tuloksellisuuden, tulevaisuuden uskon, asiakaslähtöisyyden, vastuunoton sekä avoimuuden ja luottamuksen.

Viestinnän avulla luodaan myönteistä mielikuvaa Kainuusta, lisätään maakunnan tunnettua ja vetovoimaisuutta. Ulkoisen viestinnän avulla tuodaan esille maakunnan vahvuuksia yritysten sijoituspaikkana, opiskelumaakuntana ja vapaa-ajanviettopaikkana. Maakuntaa tuodaan esille myös paikkana, jossa työtehtävien hoito on mahdollista etätöinä uusien sähköisten käytäntöjen ansiosta. Viestinnällä vaikutetaan myös työvoiman saatavuuteen.

Kainuun maakunta kuntayhtymän viestintä käsittää koko kuntayhtymän viestinnän ja sitä toteutetaan kaikilla toimialoilla. Samalla maakunnan viestinnän tehtävänä on tukea kaikkien Kainuussa toimivien yritysten ja yhteisöjen omaa markkinointia ja viestintää. Viestintäsuunnitelmassa Kainuun maakunta -kuntayhtymästä käytetään tekstissä nimitystä Kainuun maakunta.

2 LAKI TURVAA TIEDON SAAMISEN JA VELVOITTA TIEDOTTAMAAN

Kaikilla suomalaisilla on lakiin perustuva oikeus saada tietoa yhteisten asioiden hoidosta. Julkisten toimintojen ja toimijoiden viestintää säätelevät mm. Suomen perustuslaki, kuntalaki, hallintolaki, julkisuuslaki, maankäyttö- ja rakennuslaki, rekisterilaki sekä kielilaki. Kuntalaissa on määritelty kuntien ja kuntayhtymien viestintävelvoite ja monet muut erityislait määrittelevät viestintää. Julkisuuslaissa on myös määritelty, mitkä asiat eivät ole julkisia.

Maakunnan sisäistä viestintää säätelee yleissopimus yhteistoimintamenettelystä. Siinä määritellään sopimuksen piiriin kuuluvaksi sisäisen tiedotuksen periaatteet.

Maakunnan asukkaille on kerrottava valmisteilla olevista asioista jo suunnitteluvaiheessa. Asiat tulee kertoa myös sellaisilla menetelmillä ja tavoilla, että tieto tavoittaa mahdollisimman kattavasti maakunnan asukkaat.

3 MAAKUNNAN VIESTINNÄN YLEISET PERIAATTEET

”Viestintä ja johtaminen ovat kuin siamilaiset kaksoset: erottamattomat.”

Leif Åberg

Maakunnan viestintä on avointa, rehellistä ja tasapuolista. Se on myös nopeaa ja luotettavaa toimintaa. Viestintä luo arvostamista, joka rohkaisee niin henkilöstöä kuin asiakkaita antamaan ja vastaanottamaan palautetta. Viestintä on selkeää, ymmärrettävää ja oikein kohdennettua. Viestinnässä toteutuu periaate: ”Oikea viesti oikealle henkilölle oikeaan aikaan”. Viestintä on suunniteltua toimintaa. Suunnittelusta vastaavat siihen nimetyt henkilöt ja toimielimet. Viestintää toteuttaa kuitenkin jokainen työntekijä. Esimiehillä on suuri vastuu oman yksikkönsä viestinnästä. Lisäksi maakunnalla on erikseen nimetyt, viestinnästä vastaavat henkilöt.

Viestintää johtaa maakuntahallitus ja siitä vastaa maakuntajohtaja apunaan viestintäpäällikkö ja eri toimialoille nimetyt tiedottajat tai viestintävastaavat. Viestintäpäällikön tehtävänä on kouluttaa, kehittää ja koordinoita viestintä toimivaksi kokonaisuudeksi. Lisäksi viestintäpäällikkö vastaa lehdistösuhteiden hoitamisesta ja Kainuun ulkopuolelle tapahtuvasta viestinnästä. Viestintätyöryhmä toimii viestinnän apuna. Markkinointiviestinnässä ja muissakin viestintätoimissa voidaan käyttää kuntayhtymän ulkopuolisia viestinnän ammattilaisia.

Toimialajohtajilla ja eri tulosyksiköiden päälliköillä on vastuu oman toimialansa ja yksikkönsä viestinnästä. Heidän apunaan operatiivista viestintää hoitavat toimialojen tiedottajat tai muut viestinnästä vastaavat henkilöt.

Jokainen maakunnan työntekijä on viestijä oman toimialueensa asioista niin työssään kuin vapaa-ajallaankin. Viestintävelvollisuus koskee kaikkia maakunnan työntekijöitä. He ovat päivittäin tilanteissa, joissa he kertovat maakunnan asioista kainuulaisille ja maakunnan ulkopuolelle. Onnistuneen ulkoisen viestinnän perustana on toimiva sisäinen vuorovaikutus sekä ajantasainen ja oikea tieto maakunnan asioista. Jokainen maakunnan työntekijä on Kainuun maineen suurlähtetilas ja vastaa omalta osaltaan siitä, että maakunnasta syntyvät mielikuvat ovat positiivisia ja tiedot oikeita.

Viestintävelvollisuus kuntayhtymän palveluista ja vireillä olevista asioista koskee myös luottamushenkilöitä. Kainuun maakunnan luottamushenkilön rooli eroaa kunnallisesta päättäjän roolista siinä, että he edustavat omassa tehtävässään koko Kainuuta. Heillä päättäjänä on yhteinen näkemys siitä, mitkä asiat milloinkin ovat ajankohtaisia niin kotikuntaa kuin koko Kainuuta ajatellen.

4 MAAKUNTA -KUNTAYHTYMÄN HENKILÖSTÖVIESTINTÄ

”Hukumme informaatioon,
mutta näännyimme tiedon puutteeseen.”

John Naisbitt

Jotta ulkoinen viestintä voi onnistua, organisaation sisäisen viestinnän tulee toimia. Sisäisen viestinnän onnistumisesta ja tavoitteiden saavuttamisesta kantaa vastuun organisaation jokainen työntekijä. Tässä maakunnan sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan maakunnan kuntayhtymän ja henkilökunnan keskinäistä viestintää.

Maakunnan tavoitteet toteutuvat käytännössä vasta arkisessa työssä. Hyvin hoidettu sisäinen viestintä on välttämätöntä tulokselliselle toiminnalle ja työelämän laadun kehittämiseksi. Osaamista, johtamista, työkykyä, työolosuhteita ja töiden sisältöä voi-

daan kehittää vain yhteistyössä henkilöstön kanssa. Hyvä organisaatiokulttuuri rohkaisee keskusteluun sekä työyhteisön sisällä että sidosryhmien kanssa.

Sisäinen viestintä on vuorovaikutusta esimiesten ja työntekijöiden välillä sekä horisontaalista keskinäisviestintää. Sisäisen viestinnän tavoitteena on pitää henkilöstö hyvin tietoisena työyhteisön toiminnasta, tavoitteista ja keinoista, joilla tavoitteisiin pyritään. Henkilöstölle kerrotaan, kuinka tavoitteet on saavutettu, mitä muutoksia on tulossa, onko organisaatiossa ongelmia ja kuinka niihin haetaan ratkaisuja. Sisäisen viestinnän kautta keskustellaan niin nykyhetkestä kuin lähitulevaisuudesta ja henkilöstölle läheisistä asioista. Vuorovaikutteisuus korostuu myös sisäisessä viestinnässä, henkilöstöllä on oltava mahdollisuus keskustella ja kysyä heitä koskevista asioista esimiehiltään.

Oman organisaation toiminnan ymmärtäminen auttaa jäsentämään omaa työtä ja näkemään sen osana suurempaa kokonaisuutta. Oman työn arvostaminen selkeytyy osana yhteisön toimintaketjua. Sisäinen viestintä luo edellytykset tulokselliselle toiminnalle ja työelämän laadun kehittämiseksi.

Sisäisen viestinnän tavoitteet

Sisäisen viestinnän tavoitteena on toimiva arkinen tiedonkulku, mikä luo hyvää yhteishenkeä ja luottamusta organisaatioon ja sen toimintaan. Hyvin hoidettu sisäinen viestintä lisää motivaatiota ja turvallisuutta työyhteisössä sekä vahvistaa sitoutumista työskennellä yhteisön hyväksi. Viestintä on vuorovaikutteista toimintaa, joka kannustaa avoimeen ja keskustelemaan ilmapiiriin.

Sisäisen viestinnän periaatteet ja viestinnän hoitaminen maakunnassa

Sisäinen viestintä on avointa ja tasapuolista, jolloin myös henkilökuntaa kuullaan. Lisäksi on valittava sellaiset viestinnän kanavat, joilla henkilöstö saavutetaan. Viestejä pitää toistaa eri välineissä ja turvata siten jokaisen tiedonsaantimahdollisuus. Asioiden valmistelu tapahtuu yhteistyössä noudattaen yhteistoimintasopimusta. Sisäinen viestintä täydentää osaltaan yhteistoimintamenettelyä.

Johtajilla on vastuu sisäisestä tiedottamisesta. Viestinnän on oltava suunnitelmallista yhteydenpitoa työntekijöihin. Maakunnan toimialojen ja yksiköiden esimiesten vastuu korostuu sisäisessä viestinnässä. Heidän velvollisuutensa on kertoa asioista työntekijöille. Esimiesten on myös huolehdittava siitä, että kaikki saavat tiedon samansisältöisenä.

Henkilökunnalla on osaltaan vastuu henkilöstöviestinnän onnistumisesta. Henkilöstön aktiivinen viestien vastaanottaminen ja asioiden seuranta mahdollistaa oman mielipiteen ilmaisun ja palautteen antamisen ajoissa. Henkilökuntaa kannustetaan palautteen antamiseen ja aktiiviseen puheenaiheiden ja tiedontarpeen esilletuomiseen.

Sisäisen viestinnän välineet

Henkilöstöviestintä voi olla suullista, kirjallista tai verkkoviestintää. Kanavia ovat mm. kehityskeskustelut, työnohjaus, palaute työstä, perehdyttäminen, työpaikka- ja henkilöstökokoukset, tiedotteet sekä sähköpostiviestit ja intranet.

Maakunnan henkilöstön määrä on noin 3800 henkeä, joten sisäinen viestintä ja viestien perillemeno asettaa toiminnalle suuria vaatimuksia. Sähköinen viestintä on tehokkain ja nopein tapa saada tietoa henkilöstölle.

Maakunnan koko henkilöstöä koskevan sisäisen viestinnän välineistä nopein on maakunnan intranet, Kaima (<http://kaima.kainuu.fi/index.asp>). Siinä olevien asioiden ryhmittelyä ja jaottelua selkeytetään, jotta asiat löytyvät nopeasti. Sähköpostia käytetään harkitusti viestien lähettämiseen koko henkilöstölle. Viestit kohdennetaan asiassällön mukaisesti oikealle ryhmälle omaa toimialaa koskevissa asioissa. Sisäisessä viestinnässä käytetään myös sähköistä uutiskirjettä eri ammattiryhmille kohdennettuna.

Kasvokkain tapahtuva viestintä, kokoukset ja tiedotustilaisuudet ovat tehokkaita sisäisen viestinnän kanavia. Ne ovat välitöntä viestintää, jolloin kysymyksiä voi esittää ja saada niihin vastaukset heti. Normaalit palaverit työn lomassa antavat esimiehille myös mahdollisuuden puuttua ajoissa henkilöstöä askarruttaviin asioihin, tukea henkilöstöä heidän tehtävissään ja antaa rakentavaa palautetta. Henkilökuntapalavereita järjestetään maakunnan työyksiköissä säännöllisesti.

Kehityskeskustelut käydään henkilöstön kanssa vuosittain. Niihin on niin esimiesten kuin työntekijöiden valmistauduttava suunnitelmallisesti. Myös henkilöstön perehdyttäminen hoidetaan maakunnassa hyvin. Henkilökohtaisen perehdyttämisen apuna on perehdyttämiskansio. Perehdyttämistyöryhmä on laatinut henkilöstölle intranettiin sähköisen perehdyttämiskansion. Vastuu perehdyttämisestä on esimiehillä.

Sisäisen viestinnän onnistumisen merkitys ja mittaaminen

Hyvin toimiva sisäinen viestintä näkyy välittöminä tuloksina. Se näkyy siinä, millainen on työpaikan hyvinvointi ja työpaikkahenki. Välitön ja vuorovaikutteinen sisäinen viestintä rohkaisee henkilöstöä parempiin suorituksiin, luo me-henkeä ja lisää työvihiä. Maakunnan toiminnan alettua henkilöstö on ollut suuressa muutosprosessissa ja päivittäiset työrutiinit muotoutuvat edelleen. Hyvä työvihi näkyy ulospäin asiakkaille. Toimiva sisäinen viestintä vaikuttaa näin myös maakunnasta syntyviin mielikuviin.

Henkilöstöviestinnälle asetetaan vuosittain määrälliset ja laadulliset tavoitteet, jotka sisällytetään henkilöstöstrategiaan. Määrällisinä mittareina käytetään henkilöstökokousten tai johdon viestien määrää henkilöstölle sekä henkilöstöltä saadun palautteen määrää. Sisäisen viestinnän onnistumista mitataan työtyytyväisyysmittausten ja työhyvinvointimittausten yhteydessä. Muita laadullisia mittareita voivat olla mm. avoimuuden ja keskusteluaktiivisuuden lisääntyminen. Henkilöstön pysyvyys ja varsinkin uusien työntekijöiden saaminen on yksi mittari viestinnän onnistumisesta. Henkilöstöviestintää varten luodaan oma palautejärjestelmä.

Tehdyt toimenpiteet 2006-2008 ja toimenpideohjelma 2009–2012

Tehdyt toimenpiteet 2006–2008	Toimenpiteet 2009–2012	Vastuuhenkilö
Kaima -intranetin soveltaminen maakunnan henkilöstön käyttöön; pääkäyttäjien ja ylläpitäjien koulutus sekä KAO:n intranetin kehittäminen	Intranetin uudistaminen (ulkoasu, rakenne ja ylläpitotyökalun päivitys tai kokonaan uusi työkalu) Kaima kotisivuksi kaikille	Kaima –työryhmä (2006-2008; Paula Karppinen ja Irmeli Kärki), 2009 >viestintäpäällikkö Tietohallinto

Laadittu viestinnän käytännön ohjeistukset ja mallit Kaimaan	Laaditaan kuntayhtymän kriisiviestinnän suunnitelma sekä kriisiviestinnän mallitiedotteet Kaimaan (2009)	Paula Karppinen, Pirjo Sirviö, Irmeli Kärki Pirjo Sirviö, Maija Vasunta, Henna Mikkonen-Kemppainen
Viestintäkoulutusta verkkosivujen ja Kaiman ylläpitäjille ja sisällöntuottajille	Viestintäkoulutusta jatketaan Koulutuksesta jatkuva prosessi, otetaan huomioon henkilöstön toiveet ja tarpeet.	Viestinnästä vastaavat henkilöt sekä osittain ostopalveluna.
Viestintäkoulutusta koko henkilöstölle	Henkilöstön viestintäkoulutus alkaa helmikuussa 2009	Kouluttaja Marjaana Kössö, Pirjo Sirviö, viestintäpäällikkö
Sähköpostitusryhmien muodostaminen	Tehtävää jatketaan	Viestintävastaavat yhdessä tietohallinnon kanssa
Tiedotustilaisuudet	Tiedotustilaisuuksien määrää/säännöllisyyttä lisätään	Esimiehet
Perehdyttämissuunnitelma, jota varten on laadittu sähköinen perehdyttämiskansio.	Uusien työntekijöiden perehdyttäminen ja suunnitelman pitäminen ajan tasalla	Marjo Huovinen-Tervo Helena Heikkinen
Sisäisen viestinnän tutkimus (Aki Karjalainen)	Tutkimuksen uusinta tarvittaessa	viestintäpäällikkö
Työhyvinvointikyselyt vuosina 2006 ja 2008	Tehdään joka 2. vuosi	Henkilöstöpalvelut
Viestintätiimin perustaminen	Tiimin toiminta on aloitettu v. 2008, toimintaa jatketaan	Pirjo Sirviö tiimin pj. v. 2008, 2009>
Avattu Kaimaan sisäinen Sinfoweb hakupalvelu	Huolehditaan tietojen ylläpitämisestä	Puhelinvaihteen hoitajat ja henkilöstöpalvelut
Henkilöstölle on avattu kysymys/palautekanava intranettiin.	Henkilöstöä kannustetaan käyttämään palautekanavaa, tarkennetaan palautteen luokittelua	Paula Karppinen 2008, 2009 >jaetaan eri palvelujen vastaaville
	Henkilöstölehti/moniste 1-2 kertaa vuodessa, jaetaan kaikkiin työyksiköihin	Viestintäpäällikkö, eri toimialat
Kehityskeskustelut	Kehityskeskustelut vuosittain	Esimiehet

5 MAAKUNNAN ULKOINEN VIESTINTÄ

”Yrityksen parasta viestintää on se, että tekee oikeita, eikä vääriä asioita”

Stanley Marcus

5.1. Viestintä maakunnasta kainuulaisille

Kainuulaisille suunnatun viestinnän avulla asukkaat saavat haluamansa ja tarvitsemansa tiedon maakunnan järjestämistä palveluista ja toiminnoista. Viestintä kasvat-

taa maakunnan toimintojen arvostamista, lisää asukkaiden kiinnostusta ja sitouttaa asukkaita maakunnan yhteisiin tavoitteisiin. Viestinnän tulee olla kaksisuuntaista, vuorovaikutteista, jotta mahdollistetaan asukkaiden osallistumismahdollisuus. Tätä kautta voidaan parantaa asiakastyytyvyyttä ja luottamusta maakunnan palveluihin ja niiden saatavuuteen.

Kainuulaisille kohdennetun viestinnän tarkoituksena on lisätä kainuulaisten ja maakunnan henkilöstön ja päättäjien vuorovaikutusta. Viestinnällä kannustetaan ja mahdollistetaan kansalaisia vuorovaikutteisuuteen sekä ottamaan rohkeasti yhteyttä maakunnan asioiden järjestämiseen. Viestintä luo myös aloitteellisuutta kansalaisten keskuuteen.

Kainuulaisille tapahtuvan viestinnän periaatteena tulee olla nopeus ja tasapuolisuus. Viestinnässä pyritään huomioimaan myös erityisryhmät, kuten kuulo- ja näkövammaiset sekä maahanmuuttajat (vieraskieliset palveluoppaat, äänikasetit, fontin koon suurentaminen verkkosivulla jne.) Kainuulaisia kannustetaan antamaan palautetta. Maakunnalla on valmiudet myös kielteisten viestien ja palautteen käsittelyyn. Palautteeseen reagoidaan nopeasti ja niin viestinnällisiä kuin palvelun tuottamisen liittyviä toimintatapoja ollaan valmiita tarvittaessa muuttamaan.

Miten kainuulaisille viestitään

Kainuulaisille viestitään maakunnan omien viestintäkanavien kautta, esimerkiksi koteihin jaettavilla tiedotteilla ja omien tiedotuslehtien avulla. Maakunnan tuottamia palveluja esitellään myös kainuulaisille jaettavissa palveluhakemistoissa ja tapahtumakalentereissa. Painetun materiaalin jakaminen hoidetaan postin kautta tai olemassa olevien palvelupisteiden avulla. Jakelupisteinä toimivat esim. koulut, kirjastot, kirjastoautot, kunnanvirastot ja terveysasemat. Tiedotteiden ja palveluoppaiden laatimisesta vastaavat toimialojen ja yksikköjen esimiehet ja tiedottajat/tiedotusvastaavat. Myös perustyökalujen, kuten puhelinluettelotietojen ja muiden yhteystietojen päivittäminen tulee olla ajan tasalla.

Viestintä kainuulaisille tapahtuu suurelta osin myös tiedotusvälineiden avulla. Tiedotusvälineet pidetään ajan tasalla maakunnan tapahtumista. Niille laaditaan tiedotteita ja uutisia ajankohtaisista asioista ja hyvistä käytännöistä mm. palvelujen tuottamisessa. Tiedotteiden laatimisesta ja uutisoinnista vastaavat viestintäpäällikkö ja toimialojen tiedottajat yhdessä toimialajohtajien kanssa.

Kainuulaisten, luottamushenkilöiden ja viranhaltijoiden vuoropuhelu eri tapaamisten yhteydessä on luonteva tapa hoitaa viestintää. Kuntakierrokset, asukastilaisuudet ja kansalaistapaamiset tekevät maakunnan päättäjiä ja työntekijöitä tutuksi kainuulaisille. Näissä tilaisuuksissa korostuu myös vuorovaikutteisuus.

Kansalaisvaikuttamisen ohjelmassa huomioidaan tarkemmin kainuulaisten mahdollisuudet ja kanavat yhteisiin tapaamisiin ja tilaisuuksiin.

Verkkoviestintä lisää mahdollisuuksia

Kainuun maakunnalle on laadittu omat verkkosivut, jotka saatiin käyttöön kesällä 2007. Maakunnalla on myös käytössä maakuntaportaali, jota on hoidettu aikaisemmin projektina, mutta 1.3.2009 alkaen sivujen ylläpito on maakunnan viestinnän tehtävänä. Kainuun maakunnan Internet-sivut ovat osoitteessa www.kainuu.fi. Kainuussa toteutettavat laajakaistayhteydet luovat nopeammat ja paremmat mahdollisuudet asukkaiden tasavertaiseen sähköisten palvelujen käyttöön myös haja-asutusalueella.

Kainuun maakunnan Internet-sivuja kehitetään siten, että maakunnan palvelut ovat selkeänä kokonaisuutena ja tieto helposti käytettävissä. Internet mahdollistaa uusien palvelujen luomisen, mm. sähköisten asiakirjojen ja lomakkeiden käytön, sähköisen ajanvarauksen tekemisen ja jonotuksen seurannan. Sähköinen ajanvaraus on saatu vuoden 2008 aikana laboratoriopalvelujen varaamiseen sekä palvelujen hakemiseen tarkoitetut pdf -muodossa olevat lomakkeet. Verkkosivuilla olevan kansalaispalautekanavan kautta kansalaisilla on mahdollisuus antaa palautetta palveluista. Verkkosivuilla julkaistaan myös sähköisiä asiakaslehtiä.

Itä-Suomen rakennerahastoviestinnän tueksi on laadittu Kainuun vetovastuulla portaali osoitteessa <http://rakennerahastot.ita-suomi.fi>. Portaali avattiin tammikuussa 2008.

Niin käyttäjät kuin palvelujen tuottajat, eli maakunnan henkilöstö, tarvitsevat lisäkoulutusta yhteyksien ja ohjelmien käytössä. Parannetaan verkkopalvelujen käyttöä sekä koulutusta sisältötuotantoon lisätään.

Verkkoviestinnän lisääntymisestä ja kehittymisestä huolimatta taataan kaikille tasa-
puolinen tiedonsaanti. Verkkoviestimien lisäksi tietoa jaetaan myös perinteisen painetun materiaalin avulla.

Yhteydenpito tiedotusvälineisiin

Maakunnan tiedotusvälineet ovat ratkaisevan tärkeässä asemassa maakunnan asioiden uutisoimisessa ja siten mielikuvien luomisessa palvelujen käyttäjille. Suhteita mediaan rakennetaan ja pidetään yllä aktiivisesti ja tasapuolisesti maakunnan kaikki tiedotusvälineet huomioiden. Luottamukselliset ja avoimet suhteet tiedotusvälineiden edustajiin kuuluvat avoimen ja läpinäkyvän tiedottamisen periaatteisiin.

Maakunnan kokoustiedottamisen (esityslistat, pöytäkirjat) tärkeimpänä välineenä on Dynasty -asiakirjahallinta ohjelmisto. Maakuntavaltuuston, -hallitusten ja lautakuntien esityslistat liitteineen ovat luettavissa Internetin kautta välittömästi asiakirjojen valmistuttua. Kokousten jälkeen päätöksistä laaditaan myös tiedotteet medialle. Toimialojen tiedottajat huolehtivat kokousasioiden tiedotteiden laatimisesta. Tiedotustilaisuuksia järjestetään harkitusti tarpeen mukaan.

Luottamusta ja avoimuutta lisää myös se, että toimittajille kerrotaan valmisteilla olevista asioista vapaamuotoisemmissa tilanteissa. Näitä voivat olla päätoimittajien ja eri alojen toimittajien sekä Kainuun Lehdistökerhon tapaamiset.

Maakunnan tiedotusvälineiden lisäksi maakunta luo hyvät yhteydet valtakunnallisiin tiedotusvälineisiin toimittajatapaamisten ja valtakunnallisten tiedotteiden avulla. Maakunta järjestää toimittajavierailuja eri alojen toimittajille. Mediasuhteiden hoidosta päävastuu on maakuntajohtajalla, viestintäpäälliköllä sekä toimialajohtajilla.

Rakennerahastoviestintää Itä-Suomessa ohjaa viestintäsuunnitelma ohjelmakaudelle 2007-2013. Suunnitelma sisältää toimintasuunnitelman viestinnän kohdentamisesta eri kohderyhmille, erityisesti tiedotusvälineille.

Tehdyt toimenpiteet 2006-2008 ja toimenpideohjelma 2009–2012

Tehdyt toimenpiteet 2006–2008	Toimenpiteet 2009–2012	Vastuhenkilö
Maakunnan verkkosivuston rakentaminen; ulkoasu ja rakenne, sisällön kokoaminen: sivusto avattu kesäkuussa 2007	Sivuston ylläpitoa tehostetaan ja selkiytetään (koulutus, sisällöt), ylläpitotyökalun päivitys tai vaihto uuteen	Pääkäyttäjät 2006-2008 Karppinen ja Kärki, 2009 eri palvelukokonaisuuksien pääkäyttäjät ja sisällön tuottajat > viestintäpäällikkö
Maakuntaportaali ja sen palvelujen ylläpito	www.kainuu.fi -kynnyssivun ulkoasun uusiminen ja hakupalvelujen tuominen sinne	Viestintätiimi Sirviö, Korhonen, Karppinen, viestintäpäällikkö
Digium – kyselyohjelman käyttöönotto v. 2006 alusta (10 käyttäjälisenssiä); käyttäjäkoulutuksen järjestäminen	Valmennusta kyselyjen tekemiseen ja tulosten raportointiin järjestettävä	Pääkäyttäjä Paula Karppinen, 2009 > Arja Korhonen ja Paula Karppinen
Sähköinen kysymys/palautekanava verkkosivuilla	Vastaaminen kysymyksiin varmistetaan / tehostetaan vuorovaikutusta	Arja Korhonen
Sähköinen sosiaali- ja terveystietojen palautekanava verkkosivustolla	Palautteen käsittelyn ja hyödyntämisen kehittäminen	Paula Karppinen 2007-2008, 2009 > Sote -johdon tuki (Marjatta Repo, Salli Mikkonen)
Sähköinen yhteystietojen hakupalvelu Sinfoweb (kuntayhtymä, kunnat, srk) avattu verkkosivustolla kesällä 2008	Tietojen ylläpitoa ja päivittämistä parannetaan; mahdollisesti järjestelmän uudistaminen puhelinvaihtejärjestelmän uusimisen jälkeen	Hakupalvelun valmistelu Paula Karppinen 2008, yhteystietojen ylläpito puhelinvaihteen hoitajat
Maakunnan palveluopas, lokakuu 2005 ja 2007 Ikäihmisten palveluopas 2006 Veteraanien palveluopas 2007 Kainuun vammais-palveluopas 2008	Maakunnan palveluoppaan päivittäminen v. 2009 Maakunnan palveluopas korvaa Ikäihmisten palveluoppaan Tehty projektityönä	Aila Kokkonen, Sari Keränen, Pirjo Sirviö Päivittäminen
Maakunnan tiedotuslehti 2-3 kertaa vuodessa (teemanumerot)	Maakunnan tiedotuslehden ilmestymiskertoja lisätään 4 kertaan vuodessa	Viestintäpäällikkö ja eri toimialat
KAO:n asiakaslehti 2 kertaa vuodessa	Toimintaa jatketaan	Henna Mikkonen-Kemppanen (KAO)
Idea Kainuusta		

hanketiedotuslehti kerran vuodessa	Toiminta jatketaan	Kirsi Kyllönen, hanke ja rahoitus, Eero Vilhu
Laadittu kansalaisvaikuttamisen ohjelma 2012, jonka maakuntavaltuusto on hyväksynyt vuonna 2006	Ohjelman käytännön toteuttamista jatketaan	Paula Karppinen 2006-2008, 2009 > Matti Nissinen, Paula Karppinen tai viestintäpäällikkö
Maakunta tiedottaa -palstat paikallislehdissä	Toimintaa jatketaan	Eri yksiköt huolehtivat
Lehdistötiedotteet taloudesta, toiminnoista ja eri alojen toimista/muutoksista	Toimintaa laajennetaan ja tehostetaan toimimaan siten, että tiedottaminen on proaktiivista -toimintaa	Eri toimialojen esimiehet, päätösten valmistelijat ja päättäjät viestintähenkilöstön avustuksella
Tiedottaminen/tiedotteet	Sähköinen uutiskirje otetaan käyttöön vuoden 2009 alusta	Arja Korhonen, Pirjo Sirviö ja eri toimialat
Yhteistyö Kainuun Yleisradion kanssa	Toimintaa jatketaan edelleen	Pirjo Sirviö ja eri asiantuntijat
Toimittajavierailut Kainuuseen (vuosina 2005-2008 n. 30 kpl)	Kutsutaan toimittajia eri aloilta tutustumaan hallintokokeilun tuloksiin ja samalla Kainuuseen	Pirjo Sirviö ja Paula Hukkanen
Lehdistökerhon tapaamiset	Tapaamisia 1-2 kertaa/vuosi tai tarvittaessa	
Sosiaali- ja terveyspalvelujen asiakaspalautekysely 2007	Kysely uusitaan joka 2. vuosi uusinta kysely v. 2009	Helena Heikkinen
Puhelinluettelotietojen päivittäminen vuosittain	Luettelotietojen jäsentämistä parannetaan	Puhelinvaihteen hoitajat
Yhteystiedot sähköisiin hakupalvelimiin	Toimintaa jatketaan	Pirjo Sirviö
Nuorten kesätyöseteli -hanke vuosina 2006-2008	Hanketta jatketaan v. 2009 koulutustoimialan toimesta	Pirjo Sirviö 2006-2008 koulutustoimiala 2009
Pohjois-Suomi verkko-sivuston Kainuun osuus	Kootaan ja ylläpidetään Kainuu osuus sivustolle 2009 alkaen	Jyrki Haataja ja Arja Korhonen
Tavoite 1 -viestintä-työryhmän toiminnassa mukana v. 2007 saakka (yhteinen Itä-Suomen liittojen kanssa), v. 2008 kilpailukyky ja työllisyystavoitteen 2007-2013 viestintä-toimenpiteitä	Ohjelmakauden 2007-2013 viestintäasiat, myös kansallisen viestintäryhmän työhön osallistuminen, rakennerahastot.fi -palvelu ja erityisesti Itä-Suomen -portaalin ylläpito ja kehittäminen	Pirjo Sirviö, Paula Karppinen (Tavoite 1-kausi), Eero Vilhu, Kirsi Kyllönen (2007-2013 ohjelmakaudella)

5.2. Markkinointiviestintä Kainuun tukena

Markkinointiviestintä on suurelta osin maakunnan ulkopuolelle kohdistuvaa viestintää. Maakunnan ulkopuolinen viestintä kattaa myös tärkeimmät sidosryhmät maakunnallisesti, valtakunnallisesti sekä kansainvälisesti.

Markkinointiviestinnän tavoitteena on maakunnan tunnettuuden ja näkyvyyden lisääminen sekä nostaa esiin maakunnan vetovoimatekijöitä. Tätä kautta tavoitteena on rakentaa mielikuva vetovoimaisesta ja houkuttelevasta maakunnasta. Viestinnällä vahvistetaan niin tuotteiden, palvelujen kuin eri kohteiden positiivista imagoa. Viestintä on myös kainuulaisten kärkituotteiden esilletuontia.

Yleistä maakunnan tunnettuutta ja vetovoimaisuutta mitataan Kainuun maakuntakuvatutkimuksilla seuraavan kerran vuonna 2012. Muina mittareina markkinointiviestinnässä ovat esim. maakunnan näkyvyys mediassa, muualta Kainuuseen siirtyneiden yritysten määrän lisääntyminen. Maakunnan mainetta työntantajana mittaa uusien, osaavien työntekijöiden rekrytoinnin määrä. Valtakunnallisiin päättäjiin vaikuttamista voidaan mitata mm. Kainuun kehittämisrahan määrällä ja ulkopuolisilla sijoituksilla Kainuuseen.

Perusviestit

Kainuusta lähtevien perusviestien tulee olla samansuuntaisia. Kärkiviesteistä on oltava yhteinen näkemys ja yhteinen kokonaiskuva Kainuun tilanteesta. Kärkiviestit ovat positiivisia ja rohkeita, mutta niiden on perustuttava tosiasioihin. Kainuusta nostetaan esille samoja perusviestejä, mitkä on hyväksytty myös Kainuun maakuntasuunnitelmassa:

Kainuun visio 2025 on määritelty seuraavasti:

”Kainuu on elämisen laatua, joka tehdään osaamisella, yrittämisellä ja yhteistyöllä.”

Tavoitteeseen pyritään seuraavien perusviestien avulla:

Kainuu – luova luonnoltaan

Kainuu on ihmisenkokoinen, itseensä uskova maakunta, jonka menestys perustuu uutta luovaan, ennakkoluulottomaan yrittäjyyteen.

Kainuu – rikas luonnostaan

Kainuun valttina on puhdas luonto ja turvallinen elinympäristö. Maakunnan monipuolisesta luonnosta ja kulttuurista ammennetaan jaksamista ja elämyksiä. Kainuu hyödyntää luonnonvarojaan kestävästi.

Kainuu - erikoistunutta osaamista

Kainuussa on kilpailukykyiset osaamispalvelut. Kajaanissa on kansainvälisesti merkittävä osaamiskeskittymä, jonka ydin on mittaustekniikan osaamisessa. Maakunnassa on lisäksi paikallisiin vahvuuksiin perustuvia, verkottuneita osaamiskeskittymiä.

Kainuu - yhteistyön taitaja

Kainuu on eurooppalainen maakunta, joka toimii monipuolisessa yhteistyössä kansallisesti ja kansainvälisesti. Kainuu on portti itään.

Perusviestejä voidaan muuntaa aina tilanteeseen ja tarkoitukseen sopiviksi. Viestit käännetään myös muille kielille, jolloin niitä voidaan käyttää kansainvälisessä viestinnässä.

Markkinointiviestinnän kohderyhmät

Tärkeimpinä kohderyhminä ovat kuntalaiset, elinkeinoelämän edustajat, yritykset, hallinto (eduskunta, valtioneuvosto, EU-komissio) ja media. Lisäksi toteutetaan

kohdennettuja kampanjoita. Kampanjat kohdistetaan esim. uusien työntekijöiden rekrytointiin, opiskelijoiden saamiseksi Kainuuseen ja kesäasukkaisiin. Tärkeää on pitää yhteyttä myös muualla opiskeleviin nuoriin, jotta he ovat tietoisia kotimaakunnan tapahtumista ja kehityksestä. Heille saadaan näin kotimaakunta pysymään houkuttelevana paluukohteena ammattiin valmistumisen jälkeen. Markkinointiviestintää kohdennetaan myös potentiaalisille hankehakijoille erityisesti rakennerahasto-ohjelmien toteutuksen edistämiseksi.

Kainuu tarvitsee tulevaisuudessa enenevässä määrin uusia työntekijöitä, joten ulkoisella viestinnällä on suuri merkitys siinä, että luomme Kainuun maakunnasta houkuttelevan mielikuvan myös työnantajana. Tämän mielikuvan luomiseen vaikuttaa paljon sisäinen viestintä. Ratkaisevan tärkeää on se, millaisena nykyiset työntekijät kokevat työnantajansa ja mitä he kertovat Kainuun maakunnasta työpaikkana.

Markkinointiviestinnän välineet

Kainuun ulkopuolelle tapahtuvaa viestintää toteutetaan markkinoinnin ja markkinointiviestinnän keinojen avulla. Niitä ovat mm. eri alojen messut, kongressit, tapahtumat ja näyttelyt. Maakuntaa tehdään tutuksi myös Kainuussa pidettävien valtakunnallisten ja kansainvälisten tapahtumien ja messujen yhteydessä. Kainuuta markkinoidaan myös esitteiden ja muiden painotuotteiden sekä ilmoitusten avulla.

Ilmoitukset ja mainoskampanjat

Lehti-ilmoituksissa käytetään maakunnalle laadittua graafista ohjeistusta. Viralliset ilmoitukset (maakuntavaltuuston kokoukset) julkaistaan maakuntavaltuuston valtuustokausittain päättämässä ilmoituslehdissä ja maakunnan julkisten kuulutusten ilmoitustaululla Kajaanissa sijaitsevassa maakunnan kansliassa. Ilmoitustaululla on nähtävänä myös kuulutukset (nähtävillä pito esim. maakuntakaavasta ja maakuntasuunnitelmasta) sekä viran- ja toimenhakuilmoitukset ja toimielinten pöytäkirjat. Viran- ja toimenhakuilmoitukset julkaistaan tapauskohtaisesti valtakunnallisissa ja maakunnallisissa lehdissä sekä alan ammattilehdissä.

Mainoskampanjat laaditaan eri kohderyhmille suunnattuina. Maakunnan mainonta painottuu suurelta osin henkilöstön rekrytointiin ja imagomarkkinointiin. Maakunnan mainoskampanjat laaditaan yhteistyössä alan ammattilaisten kanssa.

Esitteet, painotuotteet ja muu esittelyaineisto

Maakunnan tuottama markkinointimateriaali tukee viestintää. Painotuotteissa noudatetaan yhtenäistä visuaalista ilmettä. Maakunnan toiminnasta on yleisesite sekä tarpeen mukaan muita esitteitä. DVD:t ja muu sähköinen aineisto täydentävät maakunnan esittelyaineistoa.

Painotuotteiden merkitys korostuu lähinnä sosiaali- ja terveystoimessa. Kohderyhmänä on suurelta osin ikäluokat, jotka eivät ole tottuneet sähköisten välineiden käyttöön. Sosiaali- ja terveystoimen palvelujen markkinoinnissa tärkeitä ovat myös palveluoppaat.

Koulutustoimialalla opiskelijoiden rekrytoinnissa Kainuuseen perinteisiä painotuotteita käytetään sähköisen markkinoinnin tukena. Nuoret ovat tottuneet hakemaan tietoa Internetin välityksellä ja kohderyhmä ulottuu yhä enemmän maakunnan ulkopuolelle.

Toimialat toteuttavat itse painotuotteiden tekemisen ja kohdentamisen. Myös niiden toteutuksessa noudatetaan mahdollisuuksien mukaan maakunnan yhteistä visuaalista ilmettä.

Rakennerahastoviestintään liittyen Kainuun maakunta yhteistyössä työ- ja elinkeinoministeriön, maakunnan liittojen ja muiden rahoittajaviranomaisten kanssa ovat laatineet esiteperheen ”Vipuvoimaa EU-ohjelmista” –sloganin alla ohjelmittain, rahastoittain ja teemoittain.

Maakunnan suhdetoiminta

Maakuntamalliin ja sen eri toimialoihin tutustuu vuosittain runsaasti vieraita. Vierailujen monipuolinen ohjelmasisältö luo positiivista kuvaa maakunnasta. Ohjelman suunnittelu hoidetaan huolellisesti myös mahdollinen vapaa-aika huomioiden. Vierailujen ohjelman järjestelyt toimialat hoitavat itse.

Myös maakunnan edustajat toimivat Kainuun maakunnan maineen lähettiläinä vieraillessaan maakunnan ulkopuolella ja toimiessaan eri sidosryhmien kesken. Myös tällöin maakunnan perusviestien sisäistäminen ja niiden korostaminen on tärkeää.

”Miltä me näytämme, sitä me olemme”

Kainuun maakunnan mainetta on kehitettävä pitkäjänteisesti. Se edellyttää suunnitelmallista toimintaa ja toimintojen kriittistä arviointia. Maine syntyy teoista ja mielikuvi- ta. Maine syntyy siitä, mitä oikeasti teemme, miten siitä puhumme ja miltä ulospäin näytämme. Tärkein maineeseen vaikuttava tekijä on maakunnan toimintojen sujuvuus; miten maakunta pystyy tuottamaan ja tarjoamaan kaikki sille kuuluvat palvelut laadukkaasti ja nopeasti. Kainuun maakuntaan kohdistuu paljon toiveita ja paineita ja asiakkaan ensimmäinen kokemus ratkaisee mielikuvan syntymisen. Maineseen vaikuttavat myös muiden sidosryhmien kokemukset toiminnastamme. Tärkeää onkin, että kerromme toiminnastamme positiiviseen sävyyn, mutta totuudenmukaisesti. Mitä enemmän asetamme odotuksia toiminnallamme, sitä parempiin tuloksiin, meidän on päästävä. Pelkällä viestinnällä ei kuitenkaan mainetta rakenneta, hyvän maineen lähtökohtana on hyvä toiminta ja oikeat teot. Maakunnan päättäjien ja henkilöstön tulee tuoda entistä enemmän esille maakunnassa olevia myönteisiä asioita niin palvelujen kuin toimintatapojenkin osalta.

Maakunnan johdon ja luottamushenkilöiden on kuunneltava ja kuultava kainuulaisten mielipiteitä ja palautetta sekä pystyttävä tarpeen vaatiessa nopeasti reagoimaan ja korjaamaan mahdollisia virheitä. Uusi tilanne vaatii rehellistä ja avointa suhtautumista – niin onnistumisiin kuin virheidenkin myöntämiseen.

Tehdyt toimenpiteet 2006–2008 ja toimenpideohjelma 2009–2012

Tehdyt toimenpiteet 2006–2008	Toimenpiteet 2009–2012	Vastuhenkilö
Rekrytointitapahtumat, vuosittain Helsinki, Oulu ja Kuopio	Tapahtumissa ollaan edelleen mukana yhteistyössä henkilöstöpalvelujen kanssa.	Henkilöstöpalvelut, Satu Rusanen, Esa Ahonen, Pirjo Sirviö ja soten henkilöstö
Kainuun maakuntajuhla vuosittain	Tapahtumien järjestämistä jatketaan	Pirjo Sirviö
	Helsingin kaupungin esittäytyminen Kainuussa	Pirjo Sirviö

	vuonna 2010, tapahtuman suunnittelu v. 2009	
Maakunnan yleisesite on uusittu vuonna 2008	Kuntayhtymän oma esite uusitaan v. 2009.	Pirjo Sirviö ja eri toimialat
Rekrytointiesite on uusittu v. 2008	Esitteitä uusitaan tarpeen mukaan, mm. rekrytointiin ja toimialoille.	
Kainuun taskutilasto laadittu vuonna 2007	Julkaistaan päivitetty taskutilasto	Sirpa Törhönen
Vierailujen ohjelmat: valiokuntien, ministeriöiden, kansanedustajien, kuntien edustajien ym. ryhmien vierailut maakuntaan, vierailuja yhteensä vuosien 2005–2008 yli 200 kpl	jatketaan	Paula Hukkanen, Pirjo Sirviö
Maakuntakuvatutkimus 2008	Tutkimus uusitaan v. 2012, tutkimuksen toteutustapa uusittava	Pirjo Sirviö
Eduskuntavaalien ja maakuntavaalien ja kuntavaalit äänestysaktiivisuuskampanjat vuonna 2006 ja 2008	Maakunta on mukana aktivoimassa kainuulaisia äänestämään myös seuraavissa eduskunta- ja kuntavaaleissa.	Pirjo Sirviö 2008, >viestintäpäällikkö
Kainuun esittely -DVD uusittu 2008		
Mukana eri tapahtumissa ja messuilla esittelemässä toimintaa	Toimintaa jatketaan ja kootaan esittelymateriaalia tapahtumia varten	Arja Korhonen, Pirjo Sirviö, koulutustoimi
Kaksi tiedotustilaisuutta Helsingissä kansanedustajille ja valtion virkamiehille	Järjestetään tarpeen mukaan	Paula Hukkanen, Pirjo Sirviö
Sponsoriapu	Maakunta on mukana harkintansa mukaan	Pirjo Sirviö 2007-2008. 2009>
Ilmoitukset eri yhteisöjen ja järjestöjen julkaisuissa	Maakunta on mukana harkintansa mukaan	Pirjo Sirviö 2007-2008, 2009>
Julkaisutoiminta/joka kotiin jaetut ”kansanpainokset” (maakuntaohjelma ja –suunnitelma)	Kainuun maakuntaohjelman 2009-2013 lyhennelmän laadinta	Jyrki Haataja, viestintäpäällikkö
Itä-Suomen alueen toimittajatapaamiset vuosittain, kaksi tapaamista Kainuussa (yhteiset Itä-Suomen liittojen kanssa)	Toimintaa jatketaan, ainakin yksi toimittajatapaaminen vuosittain rakennerahasto-toimintaan liittyen	Pirjo Sirviö, Eero Vilhu
Tavoite 1 -ohjelmaan liittyvä tiedotustoiminta, v. 2008 kilpailukyky ja työllisyys 2007-2013 tavoiteohjelmien esitteet (”Vipuvoimaa EU:lta”)	Kilpailukyky ja työllisyystavoite-ohjelmien (EAKR ja ESR) markkinointimateriaali	Pirjo Sirviö, Eero Vilhu (2007-2013)
Yhteydenpito osakuntiin, Kainuu-seuroihin, tiedekuntiin	Toimintaa jatketaan ja tehostetaan varsinkin	Jyrki Haataja, Pirjo Sirviö ja

ja eri oppilaitosten kainuulaisiin opiskelijoihin	lääketieteen opiskelijoihin.	henkilöstöhallinto
--	------------------------------	--------------------

5.3 .Kansainvälinen viestintä

Itä-Suomen EU-toimisto edistää Etelä-Savon, Kainuun, Pohjois-Karjalan ja Pohjois-Savon toimijoiden kansainvälistymistä ja toimii linkkinä Itä-Suomen ja Brysselin välillä. Toimisto markkinoi itä-suomalaista osaamista ja kärkihankkeita sekä välittää innovaatioita ja uusia toimintamalleja. EU-toimisto toimii myös edunvalvojana monin tavoin ja järjestää seminaareja ja tapaamisia Itä-Suomen edustajien ja EU:n virkamiesten välillä. Toimisto viestii verkkosivujensa (www.eastfinland.eu) ja uutiskirjeensä kautta aktiivisesti.

Kainuun maakunta on jatkuvasti mukana useissa kansainvälisissä EU:n erillisohjelmissa hanketoimijana. Hankkeet viestivät ja tiedottavat omista toimistaan alueellaan sekä yhteisesti aina ko. hankekonsortion järjestämissä seminaareissa ja hankkeiden omilla verkkosivuilla.

6 KRIISIVIESTINTÄ

”Virheiden tekeminen on hyödyllistä – sillä edellytyksellä, että virheet havaitaan nopeasti.”

John Maynard

Kriisit ja poikkeustilanteet sekä niiden vaatima viestintävalmius jaetaan kolmeen osa-alueeseen:

- **perusvalmius**, jolloin viestinnän toimenpiteet muodostavat perustan tehostettuun valmiuteen siirtymiselle
- **tehostettu valmius**, jolloin toiminnan tasoa nostetaan uhkaavan tai jo syntyneen erityistilanteen vaatimalle tasolle
- **täysvalmius**, jolloin kaikki voimavarat otetaan käyttöön uhkakuvan tai kriisitilanteen hallinnan vaatimalla tasolla.

Kainuun maakunta kuntayhtymälle on laadittu sosiaali- ja terveystoimen valmiussuunnitelma. Koulutoimen osalta on olemassa omat valmiussuunnitelmat lukioita ja Kainuun ammattiopistoa varten. Kouluissa on pidetty valmiusharjoituksia sekä tarkennettu suunnitelmia ajan vaatimuksia vastaaviksi.

Valmiussuunnitelmassa on mukana normaaliolojen erityistilanteiden ja poikkeusolojen viestintää ja tiedottamista koskeva osuus.

Sosiaali- ja terveystoimi on laatinut myös erillisen pandemiasuunnitelman: Varautuminen lintuinfluenssaan ja influenssapandemiaan. Tässä suunnitelmassa on myös mukana viestintää koskeva osuus.

Kriisiviestintä on viestintää äkillisissä tilanteissa, joissa yhteisön maine, toimintaedellytykset tai muu etu on uhattuna. Kriisi voi koskea itse organisaatiota (sisäinen kriisi) tai sen toimintaa ja siihen liittyviä palveluja ja palvelujen tuottamisen nopeutta (ulkoinen kriisi).

Kriisiviestinnän perusperiaatteet ovat nopeus, avoimuus ja rehellisyys. Reaaliaikaisen tiedonvälityksen aikana tärkeää on myös aloitteellisuus ja ennakoiminen. Myös vastuullisuus ja inhimillisyyden korostuvat.

Kriisiviestinnän tulee olla luotettavaa, aktiivista ja avointa tiedonvälitystä. Kriisiviestintä on suunnitteluun, harjoitteluun ja ammattitaitoon perustuvaa valmiutta toimia yllättävissä tilanteissa. Esimiesten asema ja vastuu korostuvat kriisiviestinnässä. Viestintäalan ammattihenkilöstö toimii johdon tukena viestinnän hoitamisessa. Onnettomuustilanteissa tiedotusvastuu kuuluu pelastustöitä johtavalle viranomaiselle.

Kriisiviestinnän perustana on toimiva arkiviestintä. Kriisitilanteessa viestinnän intensiteettiä nostetaan tilanteen vaatimalle tasolle. Kriisitilanteessa tiedontarve kansalaisilla on suuri ja siihen on pystyttävä vastaamaan mm. viestintähenkilöstöä lisäämällä. On kuitenkin muistettava, että kriisitilanteessakin käytetään viestinnän ammattilaisia.

Kriisiviestinnässä käytetään samoja kanavia kuin normaalisti. Mikäli nykyaikaiset tiedonvälityskanavat pettävät (sähköt poikki, puhelimet eivät toimi, tietoyhteydet eivät toimi jne.) on organisaatiolla oltava valmiiksi mietittynä keinot, miten tietoja tapahtuneesta saadaan välitettyä kansalaisille.

Viestintäsuunnitelman kriisiviestintäosiota täydentää kuntayhtymälle laadittu oma erillinen organisaatiota koskeva yhteinen **kriisiviestintäsuunnitelma**. Kuntayhtymän intranettiin on laitettu viestintähenkilöstölle lyhyt ja helposti omaksuttava perusrunko kriisitiedottamisen varalta sekä mm. kriisitiedotteen valmis asiakirjapohja.

Tehdyt toimenpiteet 2006-2008 ja toimenpideohjelma 2009–2012

Tehdyt toimenpiteet 2006–2008	Toimenpiteet 2009–2012	Vastuuhenkilö
Pandemiaan liittyvä harjoitus v. 2006		
Valmiusharjoitus Kainuu 2008	Seuraava valmiusharjoitus mahdollisesti v. 2009 Intran	Pirjo Sirviö, Paula Karppinen, Irmeli Kärki ja Arja Koistinen vuonna 2008
	Kriisiviestintäsuunnitelma. Toimialat tekevät omat tarkennuksensa maakunnan suunnitelmaan.	Pirjo Sirviö, Henna Mikkonen-Kemppainen, Maija Vasunta

7 PALAUTE JA SEURANTA

Kun viestinnälle on asetettu selkeät tavoitteet, sen onnistumista voidaan seurata palautteen ja tutkimusten avulla. Aloitteet käsitellään viipymättä ja asian saamasta päätöksestä annetaan tieto lähettäjälle. Saatu palaute näkyy toimintojen ja palvelujen kehittämisessä.

Palautteen antamista varten on luotu verkkosivuille oma palautekanava. Tehtyihin kysymyksiin vastaavat eri toimialojen edustajat. Kysymykset vastauksineen ovat kaikkien luettavissa. Kirjallista ja suullista palautetta kerätään esim. asukastilaisuuksissa, potilasjärjestöjen tapaamisissa ja -tilaisuuksissa sekä erilaisten teematapaamisten avulla mm. kuntakierrosten yhteydessä. Palautteeseen vastataan välittömästi ja aloitteen käsittelyjärjestyksestä kerrotaan palautteen antajalle.

Intranetissa on palaute- ja kysymyspalsta henkilökunnalle ja siellä esitetyt palautteet ja kysymykset vastauksineen ovat koko henkilökunnan luettavissa.

Kainuun maakunta seuraa Kainuun kannalta tärkeitä keskusteluteemoja ja tapahtumia toimintaympäristössään. Maakunnan ja kansalaisten välisen viestinnän ja vuorovaikutuksen kehittymistä, vaikutuksia ja vaikuttavuutta sekä kansalaisten osallistumisen kehittymistä seurataan laaditun kansalaisvaikuttamisen ohjelman toteutumisen kautta. Maakunnan on tärkeää tietää, millaiset asiat kainuulaisia sekä omaa henkilökuntaa huolettavat. Maakunnalla on edelleen oltava nopeutta ja herkkyyttä puuttua epäkohtien korjaamiseen.

Lähteet:

Kunnan viestintä, Suomen Kuntaliitto
Anssi Siukosaari, Yhteisöviestinnän opas
Arto Henriksson - Matti Karhu, Kriisit ja viestintä
Kainuun maakunta kuntayhtymä, sosiaali- ja terveystoimen valmiussuunnitelma
Oulun kaupungin viestintäohjeet
Helsingin kaupungin viestintäohjeet