



KUOPIO



VIESTINTÄOHJE

Kuopion kaupunki

Viestintäohje on hyväksytty kaupunginhallituksessa 17.2.2014



SISÄLLYSLUETTELO

1 KUOPION KAUPUNGIN VIESTINTÄ	4
1.1 Viestintäohjeen lähtökohdat.....	5
1.2 Viestinnän periaatteet.....	8
1.3 Perusviestit – mitä kaupunki haluaa itsestään viestiä.....	9
2 LAINSÄÄDÄNTÖ JA ASUKKAIDEN OSALLISTUMISMAHDOLLISUUDET	10
2.1 Lainsäädäntö.....	10
2.2 Kuntalainen vaikuttajana.....	11
2.3 Yhteistyöelimet ja neuvottelukunnat.....	12
3 VIESTINNÄN VASTUUT JA ORGANISOINTI	14
3.1 Tiimit, työryhmät ja verkostot.....	14
3.2 Viestinnän suunnittelu, kehittäminen ja seuranta.....	16
4 TYÖYHTEISÖVIESTINTÄ	18
4.1 Yhteistoimintalaki.....	19
4.2 Muutostilanteessa lisätään viestintää.....	20
4.3 Työpaikkakokoukset.....	21
4.4 Perehdyttäminen.....	21
4.5 Kuopion kaupungin intranet, Santra.....	22
5 ULKOINEN VIESTINTÄ JA MEDIAYHTEISTYÖ	23
5.1 Utiskriteerit.....	23
5.2 Mediyhteistyö.....	24
5.3 Tiedote vai tiedotustilaisuus.....	26
5.4 Päätösviestintä.....	28
6 MARKKINOINTIVIESTINTÄ	29
6.1 Kuopion kaupungin visuaalinen ilme ja graafinen ohjeisto.....	29
6.2 Kaupungin vaakuna, logo ja markkinointitunnukset.....	30
6.3 Markkinointi- ja viestintämateriaalit.....	33
6.4 Messut, näyttelyt, tapahtumat.....	34
6.5 Muu maksettu mainonta ja työpaikkailmoitukset.....	34
7 VERKKOVIESTINTÄ JA SOSIAALINEN MEDIA	35
7.1 Verkkosivustot.....	36
7.2 Sosiaalinen media.....	37
7.3 Sähköposti ja pikaviestintä.....	39
8 HÄIRIÖTILANNEVIESTINTÄ	40
8.1 Häiriötilanneviestinnän periaatteet.....	40
8.2 Kuopion kaupungin häiriötilanneviestintäohje.....	41

I KUOPION KAUPUNGIN VIESTINTÄ

Kuopion kaupungin viestinnän perustehtävä on edistää kuopiolaisten hyvinvointia tarjoamalla tietoa kaupungin toiminnasta, palveluista, suunnitelmista ja tavoitteista. Viestintä tukee johtamista, kehittämistä ja strategisten tavoitteiden toteutumista. Viestintä edesauttaa siinä, että Kuopio tunnetaan monipuolisesta elinkeinoelämästä, korkeatasoisesta koulutuksesta ja tutkimuksesta - kaupunkina, joka mahdollistaa asukkailleen hyvän elämän ja laadukkaat palvelut.

Nykyaikainen markkinointi ja viestintä on yhdessä tekemistä kaikkien kanssa. Ei ole enää vain yksi-puolista viestin lähettäjä ja yksisuuntaista viestiä, vaan jatkuvaa dialogia ympäröivän yhteiskunnan toimijoiden kanssa. Tietoa on saatavilla paljon ja helposti. Tämä tuo vaatimuksia päätösten perusteluille. Lisäksi asukkaiden tulee päästä osallistumaan suunnitteluun ja valmisteluun entistä aikaisemmin.

Viestintä on ennen kaikkea vuorovaikutusta, kuuntelua ja kohtaamista. Viestintä taustoittaa, selventää ja valottaa asioita. Viestinnän tehtävänä on auttaa henkilökuntaa ja asukkaita ymmärtämään kaupungin tavoitteet sekä näkemään kokonaisuuksia.

Viestintää ja markkinointia on usein vaikea, ja toisaalta usein tarpeetonkin, erottaa toisistaan. Sama asia, päätös, tieto, palvelu tms. voi samaan aikaan olla sekä tiedottamista että markkinointia. Tässä asiakirjassa keskitytään viestinnän näkökulmaan ja siksi tässä asiakirjassa käytetään termiä viestintä. Viestintäohje täydentää ja tukee laajempaa *Markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelut Kuopion kaupungissa 2014-2017* toimintakäsikirjaa.

Kaupungin henkilöstön toiminnan tulee aina vahvistaa kuvaa asiantuntijaorganisaatiosta. Viestintäohje on laadittu Kuopion kaupungin henkilöstön tueksi ja käytännön ohjeeksi niille, joiden tehtäviin liittyy erilaisia viestintätehtäviä. Ohje palvelee siis erityisesti esimiehiä ja palvelualueilla viestinnästä vastaavia.

Kunnan velvollisuus tiedottaa koskee myös kuntakonsernia. Myös yhteisön tai säätiön, joka hoitaa kunnan sille antamia tehtäviä, on tiedotettava asukkailleen toiminnastaan. Samoin menetellään yhä lisääntyvässä määrin käytössä olevien ostopalveluiden suhteen. Viestintäohje koskee siten soveltuvin osin koko kaupunkikonsernia, kuten liikelaitoksia.

Kuopion kaupungin viestintäohje sisältää

- ! viestinnän strategiset tavoitteet, päämäärät ja arvot
- ! viestinnän periaatteet ja perusviestit
- ! lait viestinnän taustalla
- ! viestinnän vastuut ja organisoinnin
- ! viestinnän suunnittelun, kehittämisen ja seurannan
- ! viestinnän keinot ja kanavat

Esimiehillä on tärkeä osuus sisäisen viestinnän kehittämisessä yhteistyössä henkilöstön kanssa. Esimiehet käyvät tämän asiakirjan läpi työyksiköissään.

Viestintäohje löytyy sähköisessä muodossa Santrasta kohdasta Työn tueksi > Viestintä ja markkinointi. Ohje liitetään myös Santran perehdyttämismateriaaleihin.

Ohje päivitetään tarvittaessa. Päivityksestä vastaa markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelut -yksikkö.

1.1 VIESTINTÄOHJEEN LÄHTÖKOHDAT

Viestintäohjeen lähtökohtana ja päätehtävänä on antaa viestinnällinen tuki Kuopion strategian päämäärien toteuttamiselle sekä kiteyttää arkiviestinnän avuksi keskeiset pääviestit. Viestinnän periaatteet ohjaavat kaikkea kaupungin viestintää. Ohje tukee Kuopion tavoitemielikuvan saavuttamista.

Kuopion kaupungin strategia ja kaupungin arvot

Kuopio on yksi Suomen suurimmista kaupungeista. Kuopio kasvaa historiallisesti merkittävää vauhtia. 2013 toteutunut Nilsiä-kuntaliitos nosti asukasluvun yli 100 000:n. Keskeisellä työssäkäyntialueella asuu yli 160 000 ihmistä ja koko maakunnan alueella lähes neljännesmiljoona asukasta. Kuopio on vahvasti kasvava yritystoiminnan, tutkimuksen ja koulutuksen keskus. Kuopio painottaa toiminnassaan hyvinvointia edistäviä, ennaltaehkäiseviä toimintatapoja. Kaupungin elinkeinorakenne on monipuolinen. Kuopiossa on noin 5050 yritystä ja niissä runsaat 47 500 työpaikkaa.

Kaupungin strategian tavoitteena on kaupungin kasvun ja kilpailukyyn vahvistaminen sekä asiakaslähtöisten palveluiden tehokas toteuttaminen.

Kuopion visio 2020:

”Kuopio on 150 000 asukkaan elävä ja kansainvälistynyt yliopistokaupunki, jossa on vahva yhdessä tekemisen henki.”

Kaupungin toimintaa ohjaavat arvot ovat rohkeus, yhdessä tekeminen, luovuus ja asiakaslähtöisyys.

Rohkeutta on tehdä asioita toisin kuin muut – erottua, olla ennakkoluuloton ja myös edelläkävijä.

Yhdessä tekeminen on keskustelua ja vuorovaikutusta sekä kysymysten ja erilaisten näkemysten huomioon ottamista. Luovuus on uutta ajattelua ja uusia toimintamalleja sekä osaamisen ja tiedon jakamista.

Asiakaslähtöisyyttä on kuntalaisten mukaanotto ja osallistaminen. Asukkaiden on mahdollista osallistua suunnittelun eri vaiheisiin muun muassa antamalla palautetta. Analysoitua tietoa käytetään hyväksi palveluiden kehittämisessä.



Kaupungin arvot - rohkeus, luovuus, yhdessä tekeminen ja asiakaslähtöisyys - ohjaavat myös käytännön viestintää.



Markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelut Kuopion kaupungissa

Kasvutavoitteen näkökulmasta on luotu kaksi markkinointirakennetta, joiden tehtävänä on Kuopion alueen vetovoiman ja lopulta verotulojen kasvattaminen. Toinen on maakunnalliseen kunta-, oppilaitos- ja yritysysteistyöhön perustuva maakunnallinen markkinointiohjelma. Toinen on alueen matkailuyritysten kanssa matkailumarkkinointia toteuttava Kuopio-Tahko Markkinointi Oy.

Markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelut muodostavat toisiaan tukevan kokonaisuuden, jonka tehtävänä on toisaalta kaupungin kasvun mahdollistaminen tehokkaalla markkinoinnilla ja toisaalta asukkaiden hyvinvoinnin edistäminen avoimella ja osallistavalla viestinnällä sekä laadukkaalla asiakaspalvelulla.

Viestintä nivoutuu markkinoinnin lisäksi läheisesti asiakaspalveluun. Nykyaikainen viestintä on asiakkaan palvelemista ja hänen asiansa edistämistä eri kanavissa. Tätä toteutetaan keskitetyssä asiakaspalvelussa, puhelinpalvelussa, sähköisissä neuvontakanavissa, verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa.

Kullakin kaupungin palvelualueella ovat palvelukohtaiset asiointipisteet, joissa asiakkaan asia selvitetään mahdollisimman hyvin ja ohjataan asiakas oikean asiantuntijan luo. Kaupungin keskitetty palveluneuvonta neuvoo kaikkia asiakkaita. Palve-

Viestintä on tiedon siirtoa ja sillä on läheinen suhde liikenteeseen. Tietää- ja tietä-sanalla on yhteinen historia: Tietää-sanan alkuperäinen merkitys on ollut "tien löytäminen".

luneuvonta toimii myös sisäisenä palvelupisteenä, josta palvelualueille tarjotaan mm. markkinointi- ja esitemateriaaleja.

Kauppa-keskus Apajassa aloittaa keväällä 2014 uusi asiakaspalvelupiste, Kuopio Info. Kuopio Infossa annetaan palvelu- ja matkailuneuvontaa kaupunkilaisille ja turisteille.

Muuttuva viestintäympäristö

Viestintä elää suurta murrosta. Teknologian kehitys ja ihmisten kiinnostus ottaa uusia viestintävälineitä ja toimintatapoja käyttöön muuttavat koko ajan ihmisten tapaa tehdä työtä ja toimia organisaatioissa. Läsni pitäisi olla jokaisessa kanavassa oikea-aikaisesti, jopa ennakkoiden.

Samalla kun sosiaalinen media on pirstaloitunut, se integroituu entistä tiiviimmäksi osaksi jokapäiväistä toimintaa. Yhä suurempi osa kansalaiskeskustelusta on siirtynyt sähköisille foorumeille, erityisesti sosiaaliseen mediaan. Sosiaalisessa mediassa on oltava läsnä, vastattava kysymyksiin ja reagoitava kommentteihin.

Sosiaalinen media mahdollistaa nopean vuoropuhelun, jota käydään entistä tehokkaammin. Tämä asettaa myös asiantuntijat, virkamiehet ja luottamushenkilöt

Sisällöntuotanto muuttuu monikanavaiseksi ja sisältöjen merkitys kasvaa. Tämä tarkoittaa kiinnostavia ja aitoja tarinoita; ei vain tekstiä ja kuvia vaan myös videoita, blogeja, artikkeleita ja ilmiöitä, joita jaetaan eri kanavissa.

asukkaiden kanssa samalle viivalle: Vain ennakoimalla ja riittävän avoimella valmistelulla, asukkaiden mukaan ottamisella ja vaikutusmahdollisuuksien antamisella voi tämän päivän keskustelussa pärjätä.

Julkisen keskustelun seuraaminen sekä siihen osallistuminen on tärkeä osa nykyaikaista viestintää. Kansalaiset käyvät keskustelua omia aikojaan ja kenenkään sitä hallitsematta. Myös väärä tai puutteellinen tieto saattaa päästä vallitsevaksi, ellei viranomaisen oikaise tai täsmennä sitä samalla foorumilla. Akuuteissa mediamyrskyissä johtaminen ja viestintä nousevat arvoonsa.

Ihmisiä kiinnostavat aidot asiat ja oikeat ihmiset. Siksi sosiaalisessa mediassa pärjäävät parhaiten omalla nimellään toimivat asiantuntijat tai organisaatiot, jotka muodollisen viranomaistyylin sijaan reagoivat keskusteluun persoonallisesti. Jos viestinnässä on tunnetta mukana, se jää paremmin mieleen.

On selvää, että keskitetyn viestinnän resurssit eivät enää riitä täyttämään muutoksen tuomaa tarvetta. Kuntasektorin onkin viimeistään nyt siirryttävä ajatusmallissaan asiakaslähtöiseen, osallistavaan suuntaan. Kyseessä on iso strateginen muutos, jossa on paljon haasteita mutta myös paljon mahdollisuuksia. Parhaimmillaan tämä antaa koko organisaatiolle mahdollisuuden muuttaa toimintatapojaan, verkottua laajasti ja oppia koko ajan itse lisää.

Lähi vuosina viestinnässä keskitytäänkin laajasti kaupungin asiakkuusjohtajien ja asiantuntijoiden viestintävalmiuksien parantamiseen sekä viestinnän työkalujen kehittämiseen.



1.2 VIESTINNÄN PERIAATTEET

Kuopion kaupungin viestintä on ennakoivaa, avointa, vuorovaikutteista, ymmärrettävää ja tasapuolista. Asioista kerrotaan totuudenmukaisesti, realistisesti ja objektiivisesti. Onnistumisten lisäksi kerrotaan myös epäkohdista ja siitä, miten ongelmat aiotaan ratkaista.

Ennakoivuus ja avoimuus

Asioista ja osallistumismahdollisuuksista tulee tiedottaa oma-aloitteisesti niin ajoissa, että kuntalaiset voivat käyttää omia osallistumis- ja vaikuttamiskeinojaan.

Vuorovaikutteisuus

Entistä enemmän viestitään yhteistyössä sidosryhmien, verkostojen ja kuntalaisten kanssa. Asiantuntijoiden, virkamiesten ja luottamushenkilöiden on oltava siellä missä kuntalaiset ovat.

Kuka tahansa voi aloittaa keskustelun esimerkiksi kaupungissa valmisteilla olevista hankkeista ja päätöksistä. Mitä aikaisemmin kunta osallistuu avoimeen vuoropuheluun kuntalaisten kanssa, sitä parempiin tuloksiin viestinnässä ja sitä myötä koko toiminnassa päästään.

Ymmärrettävyys

Viestinnässä käytetään selkeää yleiskieltä. Viestintä lähtee vastaanottajan tarpeista. Viesti muotoillaan niin, että sen ymmärtää myös sellainen vastaanottaja, joka ei tunne kaupunkiorganisaatiota tai päätöksenteon vaihteita.

Tasapuolisuus

Merkittävä osa kuntaa koskevista tiedoista välittyy median kautta. Tiedotusvälineitä palvelee tasapuolisesti; kaupungin tiedotteet lähetetään samanaikaisesti tiedotusvälineille sähköpostin jakelulistalla, jossa on mukana kaikki kaupungissa toimivat tiedotusvälineet. Ainostaan silloin, kun tiedotusväline on itse havainnut uutisaiheen, on sillä etuoikeus uutisen käyttöön.

Kaupungin ei tuolloin tule tiedottaa asiasta muille tiedotusvälineille.

Viestinnässä huomioidaan eri kohderyhmät sekä heidän erityistarpeensa. Kuntalaisilla on erilaiset valmiudet ja mahdollisuudet seurata eri viestintävälineitä. Kaupungin viestintäkanavat valitaan sen mukaan ja siinä laajuudessa, että viestin perillemeno on tehokkainta. Tehokkainta viestintä onkin silloin, kun erilaisia välineitä käytetään yhtä aikaa.

Kaupungin viestinnän ensisijaiset kohderyhmät ovat

- l kuntalaiset
- l henkilöstö
- l luottamushenkilöt
- l tiedotusvälineet
- l muut sidosryhmät ja viranomaiset

Päivittäisviestinnän pääkanavat ovat kaupungin internet-sivut www.kuopio.fi sekä Santra <http://intra.kuopio.fi>. Näitä molempia henkilökunnan tulee lukea edes kerran työpäivän aikana.

1.3 PERUSVIESTIT – MITÄ KAUPUNKI HALUAA ITSESTÄÄN KERTOA

Perusviestit ilmentävät kaupungin strategisia tavoitteita. Niiden avulla luodaan yhtenäistä kuvaa siitä, mitä kaupunki haluaa itsestään kertoa, millaisen mielikuvan kaupunki itsestään antaa sekä miten ja millä keinoin Kuopio haluaa erottua muista. Yhtenäinen ja selkeä viestinnän visio vahvistaa yhteisön henkeä yhteisten tavoitteiden saavuttamiseksi.

Kuopion kaupungin perusviestit:

- l Kuopio on Suomen 8. suurin kaupunki ja vahva **kasvukeskus**, joka tunnetaan kansainvälisen hyvinvointiosaamisen, korkean teknologian ja turvallisuusosaamisen keskuksena.
- l Kuopio – Tahko on ainutlaatuinen kokonaisuus, jossa yhdistyy suuren kaupungin palvelut ja yksi maan suurimmista ympärivuotisista **matkailukeskuksista**.
- l Kuopio on kansainvälisesti tunnettu **tanssin ja musiikin kaupunki**, jossa on monipuolisia kulttuuripalveluita, tapahtumia ja ostosmahdollisuuksia.
- l Kuopio on **korkeatasoisen koulutuksen** sekä tutkimuksen keskus. Itä-Suomen yliopistossa on maan laajin koulutustarjonta. Kuopio on Suomen suurin lääkäri- ja pelastusalan kouluttaja. Kuopion tavoitteena on olla Suomen paras opiskelijakaupunki vuoteen 2020 mennessä.
- l Kuopiossa on Suomen nopeimmin kasvava **tiedepuisto**. Kuopion Savilahteen syntyy merkittävä työssäkäynti-, asuin- ja opiskelukeskittymä. Tiedepuisto on ainutlaatuinen yhdistelmä osaamista ja tietotaitoa terveys-, turvallisuus-, ympäristö- ja hyvinvointialoilla vahvistettuna ICT-osaamisella.

- l Kuopiossa on kansainvälinen ja monipuolinen **elinkeinoelämä**, hyvät yrityspalvelut, osaavaa työvoimaa ja toimivat liikenneyhteydet.
- l Kuopiossa on kasvava ja rohkeasti kehittynyt **kaupunkiympäristö**. Rakentamisen kohteita ovat Saaristokaupunki, tori ja kävelykeskusta, Kallansillat, Matkakeskuksen alue sekä Savilahteen rakentuva Kampus-alue. Kaupunkisuunnittelua ohjaa terveellisen kaupunkiympäristön suunnittelun periaatteet.
- l Kuopion luonto tarjoaa erinomaiset mahdollisuudet **liikuntaan ja vapaa-aikaan**. Lähiliikuntapaikat ja ulkoilureitit ovat kaikkien vapaasti ja helposti käytettävissä ympäri vuoden.
- l **Terve Kuopio** -toiminnan tehtävänä on hyvinvoinnin edistäminen ja terveyttä edistävien hyvien käytäntöjen kehittäminen.
- l Kuopion kaupunki on **innostava työnantaja**, jossa on yhdessä tekemisen meininki. Uusien asioiden kokeilu, rohkeus, luovuus ja ennakkoluulottomuus ovat sallittuja. Kuopiossa on lupa toimia uudella tavalla ja erehtyminenkin on sallittua.



2 LAINSÄÄDÄNTÖ JA ASUKKAIDEN OSALLISTUMISMAHDOLLISUUDET

2.1 LAINSÄÄDÄNTÖ

Kunnan viestintä perustuu muun muassa kuntalakiin, hallintolakiin ja julkisuuslainsäädäntöön.

Vuoden 1995 kuntalaki korostaa aktiivista tiedottamista sekä kunnan ja kuntalaisten välistä vuorovaikutusta. Laki velvoittaa tiedottamaan asioista jo niiden valmisteluvaiheessa. Asiasisällön lisäksi kuntalaisille on kerrottava, kuinka he voivat osallistua ja vaikuttaa asioiden valmisteluun.

Uudessa kuntalaissa, joka tulee voimaan vuoden 2015 alussa, kiinnitetään erityistä huomiota kansalaisten osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksien vahvistamiseen.

Julkisuuslaki turvaa ja edistää tiedonsaantia. Julkishallinnon viestintää ohjaa julkisuusperiaate, jonka mukaan jokaisella on oikeus saada tieto julkisesta asiakirjasta ja viranomaisten asiakirjat ovat julkisuuslain mukaan pääasiassa julkisia. Asiakirjat ovat salaisia vain perustellusta syystä, esimerkiksi ihmisten yksityiselämään ja yritysten liiketoimintaan liittyvät tiedot. Kaupungin liikelaitoksia koskevat samat julkisuusperiaatteet kuin kuntaakin.

Hallintolaki määrittelee hyvää hallintoa ja täydentää kuntalain ja julkisuuslain tiedottamisäännöksiä. Hallintolaki edellyttää, että viranomaiset käyttävät viestinnässään asiallista, selkeää ja ymmärrettävää kieltä.

Maankäyttö- ja rakennuslaki säätää erikseen alueiden käyttöön ja rakentamiseen liittyvää tiedottamista. Ympäristönsuojelulaki velvoittaa kuntaa tiedottamaan

ympäristön tilaa koskevista seurantatiedoista.

Lisäksi kunnan viestintään vaikuttavat muun muassa henkilötietolaki, hankintalaki sekä sähköisen viestinnän lainsäädäntö.

Santra

Kunnan viestintää koskeva lainsäädäntö

Työn tueksi > Viestintä ja markkinointi > Viestintäoppaat, julkaisut ja lainsäädäntö

Lainsäädäntö velvoittaa kunnan viestimään toiminnastaan. Kuopion kaupunki haluaa kuitenkin nähdä viestinnän merkityksen lakisäateistä laajempänä kokonaisuutena.

”Kunnan on tiedotettava asukkailleen kunnassa vireillä olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä ratkaisuista ja niiden vaikutuksista. Kunnan on laadittava tarvittaessa katsauksia kunnan palveluja, taloutta, ympäristönsuojelua ja maankäyttöä koskevista asioista. Asukkaille on myös tiedotettava, millä tavoin asioista voi esittää kysymyksiä ja mielipiteitä valmistelijoille ja päättäjille.”

Kuntalaki 1995 § 29

2.2 KUNTALAINEN VAIKUTTAJANA

Kunta ei voi toimia, ellei sillä ole tiivistä yhteyttä asukkaisiinsa. Kuntalaisten, viranhaltijoiden ja luottamushenkilöiden kannattaa pyrkiä mahdollisimman avoimeen vuoropuheluun toistensa kanssa. Kunnassa vastavuoroisuus on vuorovaikutuksen kivijalka.

Vaikuttaminen on tehokkainta valmisteluvaiheessa. Mahdollisimman aikainen osallisuus takaa kuntalaiselle parhaimman vaikuttavuuden.

Asia johon halutaan vaikuttaa	Yhteydenotto
viranhaltijavalmistelu	viranhaltija
lausunto, esitys, aloite	johtokunta/lautakunta
asian valmistelu valtuustolle	kaupunginhallitus
lopullinen ratkaisu	valtuusto
laillisuusvalvonta ja täytäntöönpanopäätös	kaupunginhallitus

Kuntalaisten mielipiteitä voidaan ennen päätöksiä selvittää erilaisilla kyselyillä (www.kuopio.fi > Osallistu ja vaikuta > Kyselyt). Kaupungilla on käytössä myös nettikyselyyn sopiva alusta (Surveypal) sekä E-Lomake, jota voidaan käyttää kyselyn tekemiseen. Lisäksi kaupunki on mukana oikeusministeriön ylläpitämällä Otakantaa.fi -sivustolla.

Palautteita ja kehittämisohdotuksia kaupungin palveluista voi antaa verkkosivuilla käyttöön otettavalla karttapohjaisella palautejärjestelmällä.

Kaupunki järjestää tarvittaessa asukkailleen tiedotus- ja kuulemistilaisuuksia. Tilaisuuksissa kaupungin johdon edustajat esittelevät ajankohtaisia asioita tai kaupungin taloutta sekä kuulevat palautetta asukkailta palvelujen ja muiden toimintojen kehittämisestä. Vastuualueet ja yksiköt järjestävät asukastilaisuuksia eri kohderyhmille. Nämä ovat tärkeitä sekä kuntalaisten näkemysten, aloitteiden ja kysymysten vastaanottamiseksi että kunnan näkemysten ja suunnitelmien esittelemiseksi kuntalaisille.

Kunnan asukkaalla on oikeus tehdä aloitteita kuntaa koskevissa asioissa. Aloitteen tekijälle on ilmoitettava, mitä kunnassa aiotaan asialle tehdä.

Muita lainsäädännössä mainittuja kuntalaisten mielipiteen ilmaisumuotoja ovat neuvoo-antava kansanäänestys, kansanäänestysaloite, erityislainsäädännössä edellytetyt mielipidetiedustelut ja asukkaiden kuulemiset, oikaisuvaatimus ja valitus.

Viestinnän keinoin kannustetaan kaupunkilaisia osallistumaan aktiivisesti kaupungin kehittämiseen ja vaikuttamaan päätöksentekoon jo valmisteluvaiheessa. Tavoitteena on yhteinen, kaikille parempi kaupunki.

2.3 YHTEISTYÖELIMET JA NEUVOTTELUKUNNAT

Eri kuntalaisryhmillä on kunnissa yhteistyöelimiä, joiden tehtävänä on parantaa näiden ryhmien äänen kuuluvuutta kunnallisessa päätöksenteossa. Nämä ryhmät täydentävät osaltaan kunnallisten lautakuntien määrää ja niiden asettaja on usein kunnanhallitus aloitteen perusteella. Yhteistyöelimet ovat asiantuntijaelimiä, joilla ei yleensä ole itsenäistä päätösvaltaa. Ne tekevät aloitteita ja esityksiä ryhmänsä aseman parantamiseksi.

Kuopiossa toimivat vuonna 2014 seuraavat yhteistyöryhmät: hyvinvointiryhmä, kuntoutuksen asiakasyhteistyöryhmä, maaseudun yhteistyöryhmä, nuorisovaltuusto, vanhusneuvosto, vammaisneuvosto sekä Nilsia-neuvottelukunta.



Asukkaiden oikeudet

Kaupunki tiedottaa asukkailleen heidän oikeuksistaan ja velvollisuuksistaan. Toisaalta kaupunki kertoo tarjolla olevista palveluista ja niiden muutoksista. Viestintä lisää demokratiaa antamalla kaikille ajantasaista tietoa.

Henkilökohtaista neuvontaa kaupungista saa monen kanavan kautta. Jokainen työntekijä toimii kaupungin palvelu- ja markkinointiviestijänä vastatessaan puhelimeen ja antaessaan henkilökohtaista neuvontaa, työskennellessään jossakin toimipisteessä tai kirjoittaessaan esimerkiksi kirjettä tai sähköpostia kuntalaiselle tai muulle palvelun saajalle.

Puhelinvaihteesta, palveluneuvonnasta ja asiakaspalvelupisteistä sekä netin kautta asiakkaan kysymyksiin vastataan mahdollisimman pian, vähintään viiden päivän sisällä yhteydenotosta. Palautteisiin lähetetään viesti, kuka asiaa käsittelee.

Kaupunki järjestää vuosittain uusille, edellisen vuoden aikana kaupunkiin muuttaneille asukkaille tiedotus- ja tutustumistilaisuuden, jossa on mukana kaupungin eri palvelualueiden edustajia sekä viestintän henkilöstöä.

Viranomaisen velvollisuudet

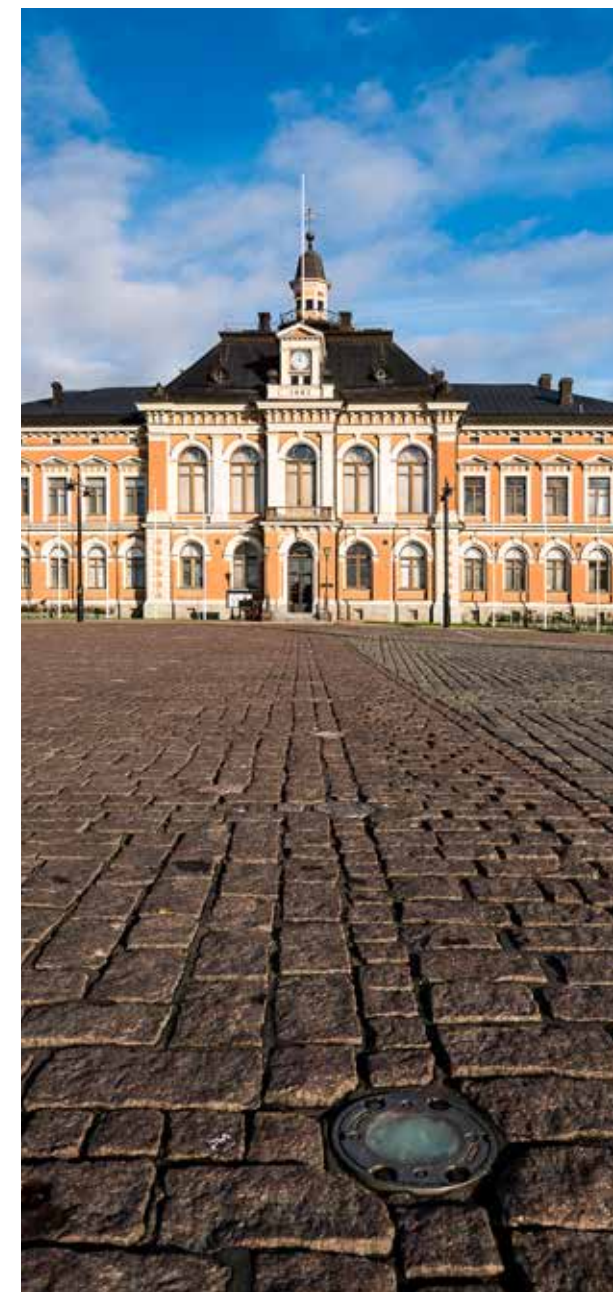
Viranomaisen on annettava tietoja asiasta ja esillä olevista vaihtoehtoista, vaikka asia olisi vasta käsitteilyvaiheessa. Samoin viranomaisen on huolehdittava, ettei tietojen saamista rajoiteta ilman asiallista ja laissa säädettyä perustetta. Yleisesti merkittävän suunnitelman vaihtoehdot ovat julkisia, kun ne ovat valmiita käyttötarkoitukseensa eli kun ne on esimerkiksi

listattu asiakirjaan. Asia voi olla keskeneräinen. Jollei tietoa luovuteta, on ilmoitettava, mihin lakipykälään vedoten se on salassa pidettävä.

Asiakasta ei pallotella

Jos tiedusteltava asia ei selviä palvelutilanteesta, otetaan asukkaan yhteystiedot muistiin. Asiakasta ei pyydetä ottamaan yhteyttä johonkukaan muuhun, vaan työntekijä selvittää, kuka asiaa käsittelee ja pyytää tätä olemaan asiakkaaseen yhteydessä. Asiakkaalle ilmoitetaan viiden päivän sisällä tieto asian käsittelystä tai arvio käsittelyajasta. Suoran välittömän viestinnän kautta annetaan kasvot kaupungin toiminnalle ja työntekijöille.

Kuntalaisen tai asiakkaan kokemuksella asioimisesta kaupungin työntekijän kanssa on keskeinen merkitys koko kaupungista syntyvälle mielikuvalle. Palvelu-alttius, ystävällinen ja kohtelias suhtautuminen ovat avaintekijöitä välittömässä palveluviestinnässä. Tämä tulee muistaa myös sisäisessä viestinnässä työtovereiden kesken.



3 VIESTINNÄN VASTUUT JA ORGANISOINTI

Jokainen kaupungin työntekijä osallistuu viestintään. Viestintä on osa kaikkea kaupungin toimintaa ja päätöksentekoa. Käytännössä tiedotusvastuu kuuluu sille, joka tietää asiasta eniten; jokainen kaupungin työntekijä on tiedottaja omaan työhönsä liittyvissä asioissa. Viestintäammattilaiset antavat viestintäapua ja konsultoivat niin johtoa, esimiehiä kuin henkilöstöäkin.

Kaupungin viestintää johtavat kuntalain mukaan kaupunginhallitus ja kaupunginjohtaja. Palvelualueen viestinnästä vastaa ja sitä johtaa palvelualuejohtaja. Vastuualueiden ja yksiköiden viestinnästä vastaavat vastuualueiden ja yksiköiden johtajat.

Markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelut -yksikkö ohjaa ja koordinoi viestintää. Viestintäpäällikkö vastaa kaupunkitasoisen viestinnän kehittämisestä ja linjaamisesta. Palvelualueilla tiedottajat toteuttavat viestintää yhdessä johtajien ja päälliköiden kanssa. Tiedottajilla on läsnäolo-oikeus johtoryhmissä ja työryhmissä ja heidät on otettava mukaan valmisteluun jo alkuvaiheessa.

Markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelut -yksikkö tiedottaa kaupunginvaltuuston ja -hallituksen päätöksistä. Palvelualueet tiedottavat itsenäisesti omista ja lautakuntiansa asioista. Kaupunkikonserniin kuuluvat yhtiöt ja liikelaitokset tiedottavat omasta toiminnastaan.

3.1 TIIMIT, TYÖRYHMÄT JA VERKOSTOT

Markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelut -yksikön viestintätiimi suunnittelee, koordinoi ja kehittää kaupunkitasoista sisäistä ja ulkoista viestintää sekä tuottaa sisältöä median kautta ja suoraan kaupungin käyttämiin viestintäkanaviin.

Viestintätiimiin kuuluu kahdeksan varsinaista jäsentä: viestintäpäällikkö, kolme tiedottajaa, verkko-toimittaja, markkinointi- ja viestintäsuunnittelija, valokuvaaja ja puhelupalveluesimies. Kokouksiin osallistumisoikeus on lisäksi markkinointijohtajalla. Viestintäpäällikkö toimii tiimin vetäjänä.

Jokaisella palvelualueella toimii viestintäverkko, joka koostuu palvelualueiden päivittäistä perusviestintää tekevästä. Viestintäverkon jäsenet viestittävät sisäisesti ja ulkoisesti palvelualueensa palveluista ja erityisesti niissä tapahtuvista muutoksista. Viestintäverkkoa vetää palvelualueen tiedottaja.

Viestinnän vaikutusta ja tehokkuutta lisätään kaupunkikonsernin sisäisellä yhteistyöllä. Viestintärinki on palvelualueiden, kaupungin liikelaitosten ja tytäryhtiöiden viestinnästä vastaavien henkilöiden yhteinen foorumi, joka kokoontuu pari kertaa vuodessa.

OTA YHTEYTTÄ OMAN PALVELUALUEESI TIEDOTTAJAAN, KUN

- ! tarvitset neuvoja ja apua viestinnän suunnitteluun
- ! tarvitset tiedotteelle tekijää
- ! sinulla on uutinen omasta palvelustasi.

Palvelualueilla ja yksiköillä on lisäksi tiedotusvastaavat ja tiedotusyhdyshenkilöt. Tiedotusyhdyshenkilöiden päätehtävänä on välittää tietoa oman palvelualueensa henkilöstölle. Viestiketju etenee palvelualueen ja liikelaitosten tiedotusvastaavien kautta vastuualueiden tiedotusyhdyshenkilöille ja siitä edelleen yksiköiden tiedotusyhdyshenkilöille ja koko henkilöstölle. Tiedotusyhdyshenkilöillä on tärkeä rooli varmistaa, että tieto tavoittaa myös ne työntekijät, joilla ei ole mahdollisuutta intranetin käyttöön.

OTA YHTEYTTÄ VERKKOTOIMITUKSEEN, KUN

- ! tarvitset toimittajaa tekemään verkkouutisia
- ! tarvitset neuvoja ja apua verkkouutisten tekemiseen
- ! tarvitset opastusta Liferay -portaalin käytännön käyttämiseen
- ! olet suunnittelemassa uutta verkkosivustoa.



Jaettu viestintävastuu

- ! Viestinnästä vastaa kuntalain mukaan kaupunginhallitus.
- ! Kaupunginjohtaja käyttää ylintä päätösvaltaa.
- ! Viestinnän kokonaisuudesta vastaa markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelut -yksikkö
- ! Kaupunkitasoisen viestinnän kehittämisestä ja linjaamisesta vastaa viestintäpäällikkö.
- ! Palvelualueen viestinnästä vastaa ja sitä johtaa palvelualuejohtaja.
- ! Palvelualueiden asiakkuusjohtajat ja palvelupäälliköt vastaavat kukin omien avain- ja palveluprosessiansa viestinnästä.
- ! Tulosyksiköiden päälliköt vastaavat viestinnästä omassa tulosyksikössään.
- ! Työryhmien puheenjohtajat vastaavat työryhmien viestinnästä.
- ! Hankkeiden ja projektien viestinnästä vastaavat niiden omistajat.



Työntekijällä lojaliteettivelvollisuus työnantajaansa kohtaan

Sananvapauteen perustuen jokaisella työntekijällä on oikeus esittää julkisuudessa näkemyksiään niistä asioista, joita joutuu käsittelemään. Asioista ulospäin viestiessä on kuitenkin tärkeää, että se tapahtuu yhteisesti hyväksytyjen pelisääntöjen mukaisesti.

Työntekijää sitoo lainsäädännössä määritelty lojaliteettivelvollisuus työnantajaansa kohtaan. Salassa pidettävien asioiden kertominen julkisesti, omien esimiesten julkinen haukkuminen tai työnantajaa vahingoittavat julkiset puheet eivät ole hyväksyttäviä. Ristiriitatilanteet, samoin kuin keskustelua vaativat tilanteet, tulee aina ottaa esille lähiesimiehen tai johtajien kanssa.

Asioista saa olla eri mieltä ja oman mielipiteensä saa ilmaista hyvien käytöstapojen mukaisesti. Oma mielipide tulee kuitenkin ilmaista yksityishenkilönä, ei kaupungin tai sen yksikön virallisena kantana. Erityisesti sosiaalisessa mediassa toimiessa on tärkeä erottaa toimiiko siellä yksityishenkilönä vai kaupungin edustajana. Kaupungin virallisen kannan asioihin antaa asiayhteyden kannalta keskeisin esimies tai johtaja.

3.2 VIESTINNÄN SUUNNITTELU, KEHITTÄMINEN JA SEURANTA

Hyvä viestintä kaupungissa perustuu suunnitelmallisuuteen. Viestinnän suunnitelmallisuuden on samalla tarkoitus tukea organisaation strategisten kokonais- tavoitteiden saavuttamista.

Viestintä on osa kaikkea toimintaa ja sen tulee olla hyvin suunniteltua ja organisoitua. Kaupungille ja sen palvelualueille laaditaan vuosittain viestintäsuunnitelmat. Tarvittaessa laaditaan myös viestinnän vuosikello tärkeimmistä vuoden tapahtumista.

Viestintäsuunnitelman tekeminen auttaa viestinnän käytännön suunnittelussa ja arkipäivän työssä. Sen laatiminen varmistaa, että tarvittavat toimenpiteet tehdään vastuualueilla oikeaan aikaan ja tiedottaminen kohdistetaan oikealle sidosryhmälle. Tärkeätä on myös, että tiedottamisessa on selkeästi määritelty tekijät ja vastuut sekä seuranta. Viestintäsuunnitelmasta löytyy ajanjakson tavoitteet, keinot, aikataulut, toteuttajat sekä kustannukset. Palvelualueen tiedottaja antaa tukea viestintäsuunnitelmien tekemisessä.

Santra

Vuosikello ja viestintäsuunnitelmapohjat
Työn tueksi > *Viestintä ja markkinointi* >
Viestinnän vastuut ja suunnitelmat

Hankkeen ja projektin viestintä alkaa samanaikaisesti kuin hanke tai projekti

Projekti- ja hankeviestinnässä noudatetaan samoja yleisiä viestinnän periaatteita kuin muussa toiminnassa. Viestintävastuu on aina projektin omistajalla. Viestinnän suun-

Hankkeen viestinnässä on tärkeää muistaa median ja suuren yleisön kiinnostus. Hanke toimintana ei kiinnosta niin paljon kuin sen tulokset ja se, miten sen toiminta vaikuttaa asiakkaisiin ja asukkaisiin.

nittelu alkaa samalla, kun uutta hanketta tai projektia suunnitellaan. Hankkeen viestintä on osa sen johtamista.

Hankkeen viestintäsuunnitelma tehdään heti alussa, hankkeen suunnitteluvaiheessa. Avainasioita ovat hankkeen avoimuus ja ajantasainen tiedottaminen. Hankeviestintä on useimmiten kohderyhmäviestintää. Suunnitelmassa määritellään kuka hoitaa käytännön viestintätoimet sekä milloin, mistä, miten ja mille kohderyhmälle tiedotetaan.

Viestinnän kehittäminen ja seuranta

Hyvä viestintä edellyttää jatkuvaa kehittämistä. Kaupunki kehittää viestintäänsä muun muassa ottamalla mahdollisuuksien mukaan käyttöön uusia viestintävälineitä ja -kanavia. Ulkoista ja sisäistä viestintäyhteistyötä kehitetään parantamalla henkilöstön viestintätaitoja ja luomalla viestintämyön- teistä ilmapiiriä koko organisaatioon.

Kaupunki järjestää viestintään liittyvää koulutusta tarpeen mukaan. Koulutuksien järjestämisestä vastaa työnantajapalvelu yhdessä markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelut -yksikön kanssa. Kaupungin työntekijät voivat osallistua myös ulkopuolisten kouluttajien järjestämiin viestintäkoulutuksiin. Koulutuksiin osallistumisesta on sovittava oman esimiehen kanssa.

Kun viestinnälle asetetaan tavoitteet, voidaan tuloksia myös mitata. Viestintäohje toimii johdonmukaisen, yhtenäisen viestinnän tukipilarina ja työkaluna.

Yksi tärkeimmistä ja nopeimmista viestinnän seuranta-keinoista on asiasta saadut palautteet ja esimerkiksi yksikössä käydyt keskustelut. Päätelmiä pitää ja voi

tehdä siitä, miten hyvin viesti on mennyt perille. Seurantakeinoja voivat olla myös kyselyt, opinnäyte-työt, ilmapiiritutkimukset, imago- ja tutkimukset ja mediaseuranta. Ulkoisen viestinnän tuloksia voi mitata niin määrällisesti kuin laadullisestikin.

Yksi vastuualueiden seurannan tietolähde on paikallisuutisten lista Santrassa. Siitä voidaan seurata, miten oman palvelun asiat huomioidaan muussakin mediassa kuin kaupungin verkkosivuilla.

Jokainen vastuualue seuraa tarvittaessa itse viestintänsä toteutumista. Tarvittaessa tukea saa markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelut -yksiköstä.

Viestinnän seuranta

Montako juttua vastuualueelta on esiintynyt eri medioissa
► **näkyvyyden määrä**

Sävy, millä vastuualueen asiaa on käsitelty
► **näkyvyyden laatu**
(sävy joko positiivinen, negatiivinen tai neutraali)

Julkisuuden laatua voi arvioida myös määrällisesti
(kuinka moni jutuista on ollut positiivinen, negatiivinen tai neutraali sävyllään)

4 TYÖYHTEISÖVIESTINTÄ

Kuopion kaupungin sisäinen viestintä eli työyhteisöviestintä kannustaa keskustelemaan ja avoimeen ilmapiiriin sekä oman työn ja työyhteisön kehittämiseen. Viestintä kasvattaa työyhteisön yhteishenkeä, ja sitouttaa työntekijöitä omaan työhönsä, työyhteisöönsä ja työnantajaansa.

Työyhteisöviestinnällä varmistetaan, että Kuopion kaupungin henkilöstöllä on tiedossaan työn tekemisen kannalta olennainen tieto. Hyvin toimiva työyhteisöviestintä on merkittävä osa hyvää johtamista ja työilmapiiriä. Esimiehen tehtävä on kertoa ensimmäiseksi henkilöstölle työhön liittyvistä muutoksista. Seuraavaksi tiedotetaan sähköisillä kanavilla.

Työyhteisöviestintä kattaa organisaation tavoitteet, strategiat, suunnitelmat, toiminnan, palvelut, talouden, muutokset, päätökset, henkilöstöetuudet ja muut ajankohtaiset asiat. Suoran, avoimen ja riittävän aikaisessa vaiheessa käydyn keskustelun avulla tieto välittyy oikealla tavalla, jolloin on hyvät mahdollisuudet välttää väärinkäsityksiä ja huhuja.

Viestintävastuu kuuluu jokaiselle työntekijälle

Kaupungin sisäisen viestinnän tulee olla joustavaa ja avointa sekä organisaatiossa pysty- ja vaakasunnassa tapahtuvaa. Kuopion kaupungin työyhteisön viestintävastuut ovat samat kuin sen yleiset viestintävastuut. Johdolla on keskeinen merkitys avoimen ja vuorovaikutteisen kulttuurin luomisessa. Yksiköiden esimiehillä on tärkeä vastuu sisäisestä tiedonkulusta, samoin esimerkiksi hankkeiden

ja projektien vetäjillä. Esimiesten tulee pitää oman työyksikkönsä jäsenet jatkuvasti ajan tasalla sekä päivittäisellä viestinnällä että säännöllisillä työpaikkapalaverilla.

Henkilöstön vastuu myös tiedonhankinnassa on korostunut erityisesti kanavien sähköistymisen aikana. Jokaisen työntekijän täytyy tietää, missä omaan työhön liittyvät tietovarastot sijaitsevat ja osata etsiä tarvitsemaansa tietoa sieltä. Työkalujen käyttöön harjaantuu vain niitä käyttämällä.

Kaupungin viestintä on mahdollisimman tasa-arvoista

Sisäinen viestintä voi olla suullista, kirjallista tai sähköistä. Vahvimmat keinot viestiä työyhteisössä ovat kasvokkaisuviestintää, esimerkiksi esimies-alaiskeskustelut, palaverit, työryhmätyöskentely ja infotilaisuudet. Niitä tukevia työyhteisöviestintävälineitä ovat sähköiset välineet, kuten intranet, sähköposti, sähköiset työtilat, sekä henkilöstölehti, tiedotteet ja ilmoitustaulut. Kasvokkaisuviestinnässä voidaan esittää kysymyksiä ja saada niihin vastaukset heti.

Mahdollisimman samanlainen virallinen viestintä vähentää puskaradion merkitystä ja lisää työtyytyväisyyttä. Koska Kuopion kaupunki on henkilöstömäärältään suuri ja sijoittunut useisiin työyksiköihin, sen ensisijaisin viestintäväline

Sisäisen viestinnän välineitä ovat mm. työpaikkakokoukset, tiedotustilaisuudet, tiedotteet, yleiskirjeet, pysyväismääräykset, henkilöstölehdet, sähköposti ja sähköiset julkaisukanavat.

on intranet. Työyksikön esimiehen vastuulla on huolehtia viestin eteneminen myös niille yksikkönsä työntekijöille, joilla ei ole käytössään sähköisiä välineitä. Tehokkainta on, jos työyksikön esimies tai sen jäsenet vievät työpaikkapalaveriin myös sellaisia asioita, joista on tiedotettu sähköisten kanavien kautta. Tärkeintä viestinnässä on monikanavaisuus, jolla voidaan varmistaa viestien perillemeno ja tehokkuus.

Päivittäistiedon ja uutisoinnin seuranta intranetista kuuluu kaikille niille, joilla se on käytännössä mahdollista. Mikäli työntekijällä ei ole mahdollisuutta päivittäiseen tai edes säännölliseen intranetin käyttöön, tulee esimiehen varmistaa tiedonkulku hänelle muulla tavoin, esimerkiksi huolehtimalla, että yksikön ilmoitustaulu on ajan tasalla.

Kuopion kaupungin henkilöstön, ja erityisesti esimiesten, tukena viestinnässä on markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelut -yksikön viestintätiimi ja etenkin palvelualueiden tiedottajat.



4.1 YHTEISTOIMINTALAKI

Yhteistoimintalaki ohjaa työnantajan ja henkilöstön välistä yhteistoiminnan järjestämistä kunnissa ja kuntayhtymissä. Yhteistoiminnan tavoitteena on antaa henkilöstölle mahdollisuus osallistua toiminnan kehittämiseen yhteisymmärryksessä työnantajan kanssa ja vaikuttaa omaa työtä ja työyhteisöä koskevien päätösten valmisteluun. Se on toimintatapa, jolla hoidetaan työyhteisön asioita ja parannetaan tuloksellisuutta ja henkilöstön työelämän laatua.

Yhteistoimintalain lisäksi Kuopion kaupunkiorganisaation yhteistoiminnassa noudatetaan kaupunginhallituksen hyväksymiä periaatteita, jotka on valmisteltu yhteistyössä henkilöstön edustajien kanssa. Yhteistoimintasopimus on nimeltään Kuopion kaupungin ja henkilöstöjärjestöjen välinen sopimus yhteistoiminnan periaatteista ja menettelytavoista työnantajan ja henkilöstön välillä. Lähijohtajien ja työntekijöiden kuuluu tuntea yhteistoimintasopimuksen sisältö.

Työsuojelun yhteistoiminnan tavoitteena on edistää työnantajan ja työntekijöiden välistä vuorovaikutusta ja tehdä mahdolliseksi työntekijöiden osallistuminen ja vaikuttaminen työpaikan turvallisuutta ja terveellisyyttä koskevien asioiden käsittelyyn. Työsuojelun yhteistoiminnan järjestämisestä säätelee työsuojelun valvonnasta ja työpaikan työsuojeluyhteistoiminnasta annettu laki. Kuopion kaupungissa työsuojelutoimikuntia edustavat työhyvinvointitoimikunnat.

Santra

*Yhteistoiminta, työsuojelu ja työhyvinvointi
Santra: Henkilöstöasiat > Työhyvinvointi*

4.2 MUUTOSTILANTEESSA LISÄTÄÄN VIESTINTÄÄ

Työyhteisön muutosviestintä selventää, toteuttaa, tukee ja edistää muutosta. Se tukee samalla siis myös ihmistä ja organisaatiota muutoksessa.

Muutoksesta tehdään viestintäsuunnitelma heti alkuvaiheessa. Muutosviestinnässä noudatetaan normaaleja viestinnän periaatteita, kuitenkin niin, että viestintää vahvistetaan tilanteen mukaan. Henkilöstö tarvitsee muutostilanteessa enemmän ja nopeammin tietoa: Tiedonkulku pitää varmistaa ja viestinnässä pitää ottaa käyttöön normaalitilanteessa harvemmin käytettäviä kanavia, kuten isoja henkilöstöinfotilaisuuksia.

Muutoksesta viestittäessä tiedon täytyy kulkea jouhevasti johdolta alaspäin. Esimiesten pitää saada tietoa omilta esimiehiltään riittävän ajoissa, että he ehtivät itse perehtyä siihen ja ymmärtää sitä sekä viedä sitä sen jälkeen eteenpäin omissa yksiköissään.

Usein muutokseen liittyy myös tekijöitä, jotka vaativat yhteistoimintamenettelyä. Se vaikuttaa muutoksen läpiviemiseen ja erityisesti siihen tarvittavaan aikaan.

Sen lisäksi, että johto kertoo, mitä ollaan tekemässä ja miksi, kerrotaan myös siitä, mitä tapahtuisi, ellei muutosta toteutettaisi. Muutokset voi toteuttaa myös usealla eri tavalla, joten henkilökunnalle kerrotaan myös, miksi muutos toteutetaan johdon valitsemalla tavalla. Samalla kerrotaan myös, miten eri toimenpiteiden uskotaan vaikuttavan organisaatioon, sen

toimintaan sekä henkilöstöön, sidosryhmiin ja asiakkaisiin. Muutoksesta kerrotaan koko henkilöstölle, mutta heille, joiden työhön muutos tulee vaikuttamaan, kerrotaan heidän tulevista tehtävistään, vastuisaan ja asemastaan.

Henkilöstön tulee saada tieto itseään koskevista asioista ensimmäiseksi kaupungin sisäisistä kanavista.

Osallistamalla työntekijät jo alkusuunnitteluvaiheessa muutoksen valmisteluun johto samalla sitouttaa henkilöstön muutokseen. Työntekijät myös oppivat ymmärtämään muutosta nopeammin ja paremmin, kun ovat sitä itse suunnittelemassa. Johto miettii yhdessä viestinnän asiantuntijoiden kanssa oikeat ja parhaiten sopivat keinot ja kanavat osallistamiseen sekä kannustaa henkilöstöä käyttämään osallistumisen mahdollisuuttaan. Työryhmien lisäksi kanavina voi toimia esimerkiksi intranettiin rakennettu sähköinen vaikuttamiskanava.

Muutokset onnistuvat parhaiten, kun ne on suunniteltu hyvin, muutosviestintä on aloitettu ajoissa ja se on aktiivista.



4.3 TYÖPAIKKAKOKOUKSET

Vaikka isossa organisaatiossa tieto ei voi kulkea kaikille tasa-arvoisesti, luodaan tasa-arvoiselle viestinnälle kuitenkin niin hyvät lähtökohdat kuin mahdollista. Se voi toteutua, kun viestinnässä noudatetaan monikanavaisuutta ja sähköisen viestinnän lisäksi asioista tiedotetaan työpaikkakokouksissa.

Työpaikkakokouksia järjestetään säännöllisesti ja riittävän usein, kuitenkin vähintään kaksi kertaa vuodessa. Kokoukset järjestetään niin, että mahdollisimman monella on mahdollisuus osallistua niihin. Lisäksi varmistetaan, että kokouksista poissaolleet saavat tiedon käsitellyistä asioista, päätöksistä ja tehtäväksi annoista. Työpaikkakokoukseen voidaan kutsua myös ulkopuolisia asiantuntijoita. Työpaikkakokousten muistiot viedään asian- ja dokumentinhallintaohjelmaan D360.

Työpaikkakokouksissa ja johdon kokouksissa esityslistaan merkitään aina yhdeksi asiaksi viestintä, jossa käydään läpi viestintäasioita ja sovitaan palaverissa esiin tulleet viestintätoimenpiteet.

Tieto kulkee myös palavereista työyksiköihin. Johtoryhmän jäsenet vievät johdon palaverien asiat omiin työyksiköihinsä. Kaupungin viestintäverkon jäsenet vievät viestintäverkkonsa asiat omiin työyksiköihinsä. Samalla tavoin kaikki työntekijät vievät tietoa palavereista työyksiköihinsä. Sen voi tehdä esimerkiksi käymällä muistion läpi työyksikköpalaverissa tai lähettämällä yksikölleen linkin muistioon.

4.4 PEREHDYTTÄMINEN

Työyhteisöviestintään kuuluu myös uuden työntekijän perehdyttäminen. On tärkeää, että uusi työntekijä saa riittävät tiedot ja tuntee olevansa tervetullut.

Perehdyttämisen tarkoitus on tutustuttaa uusi henkilö tuleviin tehtäviinsä, työympäristöön ja työolosuhteisiin. Samalla työntekijä perehdytetään Kuopion kaupunkiin ja oman työyksikkönsä toimintaan. Perusperehdyttäminen ajoittuu uuden työntekijän ensimmäisiin työpäiviin. Tervetuloa Kuopion kaupungin palvelukseen -kurssi järjestetään pari kertaa vuodessa.

Kuopion kaupungilla on käytössä yhtenä perehdytysmenetelmänä myös mentorointi, jossa kokenut työntekijä siirtää osaamistaan ja hiljaista tietoa uudelle työntekijälle. Samalla mentori voi tarkastella henkilön näkökulmasta ja kehittää siten työyhteisönsä toimintatapoja.

Santra

Perehdyttämisen järjestämisestä vastaa yksikön esimies.

Henkilöstöasiat > Palvelussuhdeasiat > Työn alku > Perehdyttäminen

Perehdytykseen kuuluvat myös laatujärjestelmien toiminta- ja työohjeet.

Toimiva kaupunki > Toiminnan laatu ja arviointi

4.5 KUOPION KAUPUNGIN INTRANET, SANTRA

Kuopion kaupungin henkilöstön käytössä on intranet Santra, joka välittää kaikkia työntekijöitä koskevaa sisältöä, ajankohtaisia asioita ja uutisia. Santra on pääasiallinen tiedonvälityskanava kaupunkiorganisaation sisällä ja korvaa sähköpostin laajempia ryhmiä koskevassa viestinnässä.

Intranetin yleisellä keskustelupalstalla työntekijät voivat keskustella tai esittää kysymyksiä mm. johdolle ja esimiehille. Keskustelupalsta on tarkoitettu kaupungin sisäiseen käyttöön, eikä keskustelupalstan sisältöjä tule luovuttaa kaupungin ulkopuolelle.

Lisäksi kaikkien työyksiköiden käytettävissä ovat työyksikkösivut, joiden tarkoituksena on tarjota työyksikön jäsenille yhteinen paikka ajankohtaisista asioista viestimiseen, keskusteluun sekä dokumenttien ja ohjeiden säilyttämiseen. Työyksikön yhteisistä asioista kannattaa keskustella keskustelupalstalla sähköpostin sijaan.

Yhtenä Santran sovellutuksena ovat erilliset työryhmäsivut, jotka soveltuvat erilaisten työryhmien (esim. hankkeet ja projektit) jäsenten väliseen työskentelyyn ja kommunikointiin sekä dokumenttien jakamiseen ja säilytykseen.

Asiakirjojen ja dokumenttien säilytyspaikka on D360

Intranetin ja asian- ja dokumentinhallintaohjelman D360 työnjaossa on tärkeä erottaa asian tallennuspaikka ja julkaisupaikka. Intranet on roolinsa mukaisesti ikkuna kaikkeen siihen tietoon, mitä kaupungissa tuotetaan. Esimerkiksi projektit ja työryhmät perustetaan D360:ssa, mutta intranet on se paikka, missä ko. asiasta kerrotaan henkilöstölle.

Tavoitteena on, että intranet laajenee sisäisen viestinnän välineestä kohti sähköistä työpöytää. Sähköinen työpöytä kokoaa yhdelle näytölle työntekijän tarvitsemat työkalut. Työpöydän sisältö ja näkymä muuttuvat käyttäjän mukaan.

Santran wikit ja blogit täydentävät sisäistä viestintää ja yhteistyötä.

Intranetin päätoimittajana toimii viestintäpäällikkö. Sivujen ylläpito on jaettu palvelualueittain/yksiköittäin. Ylläpitäjille on laadittu ylläpito-ohjeet, joiden avulla pyritään sivuston sisällön ja visuaalisen ilmeen yhdenmukaisuuteen ja ajan tasalla pitämiseen.

Santra

Intranetin ylläpito-oikeudet

Työn tueksi -> Tietotekniikka -> Laitte- ja käyttö-oikeustilaukset -> Tietojärjestelmien ja sovellusten käyttöoikeudet

Intranetin ylläpito-ohjeet

Työn tueksi -> Viestintä ja markkinointi -> Verkkoviestintä -> Ylläpitäjän ohjeet

5 ULKOINEN VIESTINTÄ JA MEDIAYHTEISTYÖ

5.1 UUTISKRITEERIT

Uutiskriteerit määrittävät sen, uutisoidaanko juttu vai ei. Tämä pätee niin paikallisessa mediassa kuin kaupungin omilla verkkosivuilla.

Media arvioi aiheiden uutisarvoa niiden ajankohtaisuuden, kiinnostavuuden, läheisyyden, merkityksen sekä yllättävyyden perusteella. Uutisarvo määritellään lukijan tai kuulijan, ei uutislähteen tai uutisen kohteen näkökulmasta.

Uutisen julkaisukynnyksen korkeuteen vaikuttavat päiväkohtainen uutistilanne, mediajulkisuuden aste, kaupungin asukkaiden tarpeet sekä asian seuranta.

Asiakkaalle välitetään ensisijaisesti tietoa Kuopion verkkosivuilla, Kuopio-lehdessä ja asiakaspalvelupisteissä. Viestinnän tukena ovat myös tiedotteet ja muut julkaisut sekä tiedotustilaisuudet. Sosiaalista mediaa hyödynnetään yhä enemmän.

Uutiseksi ei aina nouse mediassa se, mitä tarjotaan uutisena. Eikä uutiseksi välttämättä riitä se, että viranomaisen aloittaa hankkeen tai tehdään kauppoja, oppilaitos aloittaa uuden koulutusohjelman tai jossain järjestetään seminaari. Kyse on tällöin tavanmukaisesta toiminnasta, jolla ei sellaisenaan ole uutismielessä merkitystä. Uutisarvo syntyy kyseisen hankkeen, kaupan, koulutuksen tai seminaarin sisällöstä tai annista. Asiantuntijan olisi etsittävä aiheestaan sen juju ja nostaa uutinen julkaisukynnyksen yli.

Uutiskriteereitä muokkaa myös median siirtyminen verkkoon. Verkkosivujen uutiskynnyksen matalampi jo senkin vuoksi, että verkossa tilaa on enemmän kuin esimerkiksi lehden sivuilla. Tiedotteen tekijälle tämä antaa mahdollisuuden näkyä hieman matalamman uutisarvon aiheilla verkkomediaa. Kaupungin verkkosivuilla uutisoidaan vastualueiden tavanmukaisestakin toiminnasta. Aina kaupungin uutiset eivät ylitä uutiskynnystä muussa mediassa.

Kaikkissa sähköisissä medioissa yhä tärkeämpi uutiskriteeri on nykyään uutisen tuoreus. Käänteisesti tämä vaikuttaa niin, että uutinen on hyvin vähän aikaa esillä mediassa - myös kaupungin verkkosivuilla.

Uutiskriteerit	Uutiskynnykset
Ajankohtaisuus	Uutistilanne - Onko uutisia paljon tarjolla?
Kiinnostavuus	Mediajulkisuus - Odotetaanko asiasta lisätietoja?
Läheisyys	Eri uutisvälineiden ja asiakkaiden tarpeet Onko asialla paljon kohteita, joihin se vaikuttaa?
Merkitys	Seuranta - Miten tunnettu asia on entuudestaan?
Yllättävyys	Odottamattomuus/Poikkeuksellisuus - Yllättävyys suuren yleisön silmin katsottuna?

5.2 MEDIAYHTEISTYÖ

Media on kaupungille yhteistyökumppani, jonka kanssa viestitään jatkuvasti ja säännöllisesti. Hyvät, aktiiviset, toimivat median ja kaupungin väliset yhteydet ovat koko kaupungin ja seutukunnan kehittämisen ja Kuopio-kuvan kannalta tärkeitä. Hyvällä ja aktiivisella viestinnällä vaikutetaan kaupungista käytävään keskusteluun. Tiedottamisen käytäntöjä muokataan yhteistyössä median kanssa.

Haastattelut

Haastattelut on yksi tapa antaa tiedotusvälineille niiden haluamia tietoja ja välittää kaupungin näkemyksiä. Tiedotusvälineille haastatteluja antaa palvelusta vastaava esimies oman palvelunsa tai yksikkönsä asiasta. Haastatteluun ei aina ole pakko suostua, mutta on toki suositeltavaa. Toimittajan puhelinsoittoon on syytä suhtautua kuten haastattelupyyntöön.

Haastatteluja antaessa on hyvä tarkentaa, mihin tarkoitukseen haastattelua käytetään ja tullaanko haastattelua siteeraamaan suoraan vai käyttämään vain tausta-aineistona. Haastateltavalla on myös mahdollisuus julkaisuaikataulun niin salliessa pyytää toimittajalta teksti tarkistettavaksi. Mahdollisia korjauksia tulee tehdä vain asiavirheistä ja kirjoituksen tyyliin tai toimittajan omiin näkemyksiin ei ole syytä puuttua.

Yhteinen toimintatapa

Virallisessa viestinnässä tulee muistaa johdon sopimukset lausunnon antajasta sekä varovaisuus esimerkiksi tapausten ja sanavalintojen kanssa. On otettava huomioon myös aihepiiristä aiemmin annetut lausunnot, joita kaupungin muut virkamiehet ovat antaneet.

On hyvä tarkistaa asiayhteydet, välttää vastakkainasettelua ja ottaa huomioon kriittiset tekijät, esimerkiksi kielteiset näkökulmat. Myös muiden organisaatioiden edustajien lausunnot asiasta kannattaa tarkistaa.

Valmistautuminen ja tavoitteen määrittäminen auttavat viestintätilanteissa. Kun esiintyy yksin, voi laatia tavoitteensakin yksin. Jos osallistuu keskusteluun, neuvotteluun tai kokoukseen, sovitaan tavoitteet yhdessä.

Jos esiinnyttäen yhdessä kaupungin edustajina tilaisuuksissa, sovitaan yhteinen toimintatapa viestinnässä. Mietitään etukäteen esimerkkejä ja mahdollisia kysymyksiä, joita tilaisuudessa nostetaan esille. Havaintomateriaalia on hyvä olla mukana.

Puhetilanteen suunnittelu

- Harjoittelu etukäteen antaa itseluottamusta.
- Kehon kieltä voi opetella hallitsemaan.
- Katseella ja kasvojen ilmeellä voi viestittää asennoitumista.
- Kuunteleminen on viestintätaitojen perusta.



Kaupungin ilmoitukset ja kuulutukset

Kaupungin lakimääräiset ilmoitukset on kuntalain mukaan saatettava tiedoksi julkaisemalla ne julkisten kuulutusten ilmoitustaululla. Viralliset ilmoitukset ja kuulutukset julkaistaan lisäksi aina kaupungin verkkosivuilla sekä lainsäädännön niin edellyttäessä tai harkinnan mukaan kaupungin virallisessa ilmoituslehdessä.

Virallisiksi tulkitaan kaupungin toimintaan lakisääteisesti kuuluvat ilmoitukset ja kuulutukset, joita ovat esimerkiksi kuulutukset vaaleista sekä kaavoitusta koskevat tiedoksiannot. Muita kaupungin palveluihin liittyviä ilmoituksia ei ole pakko julkaista kaupungin virallisessa ilmoituslehdessä, vaan asia voidaan harkita tapauskohtaisesti.

Kuopion kaupungin virallinen ilmoituslehti on vuosi-ina 2013 - 2016 Kuopion kaupunkilehti, joka välittää ilmoitukset myös Nilsiässä ilmestyvään Pitäjäläinen-lehteen. Julkaistavaan ilmoitukseen laitetaan vain lyhyt teksti, josta ohjataan lisätietoihin kaupungin verkkosivuille www.kuopio.fi/kuulutukset. Tämä säästää merkittävästi ilmoituskustannuksia. Kukin ilmoittaja maksaa ilmoituksessa käyttämänsä palstamillimetrien mukaisen hinnan.



Kaupungin ilmoitukset ja kuulutukset taitetaan Kuopion kaupunkilehdessä kaupungin graafisen ohjeiston mukaiselle ilmoituspohjalle. Jos samaan lehteen tulee useampia ilmoituksia, nämä kootaan toimituksessa yhdeksi yhteisilmoitukseksi. Ilmoitus on toimitettava keskiviikkoon klo 10 mennessä osoitteella ilmoitukset@kaupunkilehti.fi. Ilmoitukset julkaistaan lauantaan lehdessä.

Julkisten kuulutusten ilmoitustaulu on kaupungintalon alakerrassa (Tulliportinkatu 31). Ilmoitustaulun hoitamisesta vastaa kaupunginkanslia. Ympäristö- ja rakennuslautakunnan päätökset ovat nähtävänä valtuusto-virastotalossa (Suokatu 42).

Yleisönosastokirjoitukset

Joukkoviestimissä mahdollisesti olevat asiavirheet ja harhaanjohtavuudet oikaistaan heti. Samoin on vastattava viipymättä lehtien yleisönosastojen kysymyksiin ja verkkosivulla ilmeneviin tiedusteluihin. Faktatiedot oikaistaan, mutta mielipiteisiin ei puuttua. Kaupunkiin kohdistettu kriittinen suhtautuminen ei saa vaikuttaa toimittajan tai tiedotusvälineen palveluun.

5.3 TIEDOTE VAI TIEDOTUSTILAISUUS

Kaupungin verkkosivuja seuraavat sekä asukkaat että media. Näennäisesti vähäisestäkin asiasta kannattaa laittaa tiedote. Sama tiedote julkaistaan ensin kaupungin omilla nettisivuilla ja lähetetään sen jälkeen sähköpostin jakelulistalla vvp_vie_tiedotusvälineet. Kopio postista laitetaan kaikille lisätietojen antajille samassa lähetyksessä. Tiedotustilaisuuksista lähetään kutsu myös oman lautakunnan jäsenille.

Tiedotteen laatija tai palvelualue tiedottaja muokkaa tiedotteesta uutisen verkkoon. Verkkotoimitus valitsee tiedotteista etusivun uutisnostoja toimituksellisten kriteerien mukaan tai tiedotteen laatijan ehdotuksesta. Samaa tietoa ei laiteta omaan verkkoon kahden paikkaan eli erikseen Santraan ja verkkosivulle. Tiedote nousee automaattisesti Santran etusivun alalaitaan kaupungin verkkosivulta.

Yleensä medialle riittää tiedote. Keskeisten asioiden lisäksi tiedotteessa tulee olla lisätietojen antajan yhteystiedot. Yhteishenkilön tulee olla myös tavoitettavissa tiedotteen julkaisun aikaan.

Joskus mediatiedotteita räätälöidään vastaanottajien mukaan. Ammatteille muokattu tiedote voi olla sanastoaltaan tai lähestymiskulmaltaan erittelevämpi kuin ryhmäpostilistalla lähetettävä.

Tiedotteen perusasiat:
| **Otsikko ja kolme ensimmäistä riviä tärkeimmät: tärkein alkuun.**
| **Mahdollisimman lyhyt: kerrotaan sama asia vain kerran. Kerrotaan asiasta myös ongelmalliset puolet: ei piilotella, ei silotella.**
| **Lisätietojen antajaksi laitetaan yhteystiedot: henkilö, jolla on oikeus kertoa asiasta ja joka on tavoitettavissa.**

Kuka tiedotteen laatii?

Tiedotettava asia voi olla esimerkiksi uusi palvelu, palvelun muutos tai tapahtuma. Tiedotteen laatimisesta ja laatijasta päättää pääsääntöisesti esimies. Yleensä tiedotteen kuitenkin laatii se, jolla on asiasta eniten tietoa.

Tiedotusvälineet tarvitsevat uudenlaisia juttuideoita ja näkökulmia, ja toimittajat kääntyvät tiedontarpeeseen entistä enemmän tiedottajien puoleen. Tiedottajalle kannattaa siis aina laittaa viesti uusista ja tulevista yksikön asioista.

Hyvän tiedotteen ominaisuuksia

Tylylipisteet

Tärkeintä viestinnässä on muistaa käyttää selkeää, hyvää yleiskieltä. Helppolukuinen ja selkeä teksti saa lukijoita. Lyhyet lauseet selkeyttävät esitystä. Lauseenvastikkeita kannattaa välttää. Lyhyt lause sisältää korkeintaan 15 sanaa. Sähköisessä viestinnässä käytetään vielä lyhyempiä ilmaisuja.

Otsikko ei vaadi aina verbiä, etenkin olla-verbiä. Otsikko voi olla myös provosoiva. Tekstissä vältetään toistoa, ja vaihtoehtoja voi tarkistaa Wordin synonyymisanastosta. Kirjoituksissa käytetään suomenkielisiä sanoja ja vain ammattijulkaisuissa ammattislangia.

Tiedotteissa ei käytetä vahvoja adjektiiveja, ja niissä suositaan tekemistä ilmaisevia verbejä (suorittaa valmisteluja > valmistele). Teksteissä vältetään yleensä lyhenteitä.

Tekniset ansiot

Sähköpostin aihekenttään laitetaan asian ydin, uutisen kärki. Tekstin otsikko kertoo olennaisen. Tiedote voi olla kokonaisuudessaan sähköpostiviestin viestikentässä. Asian taustat kerrotaan. Maksimipituus on yksi A4-arkki. Väliotsikot laitetaan jo yli puolen liuskan tekstiin. Aina mainitaan lisätietojen antaja (nimi, titteli, puhelinnumero ja sähköpostiosoite).

Jos tiedote on pitkä ja sitä on ollut valmistelemaan esimerkiksi useampi kirjoittaja, laitetaan tiedote PDF-liitetiedostona ja viestikenttään vain lyhyt selostus aiheesta. Mukaan voi laittaa kohtuullisen kokoisia kuvia (kuvaajan tiedot mukaan) tai kuvitusvihjeitä sekä muita mahdollisia liitteitä, esimerkiksi karttoja.

Tarvittaessa mainitaan julkaisuvapaudesta, myös kellonaika. Jos tiedotteen aiheesta pidetään tiedotustilaisuus, kellonaika on yleensä tiedotustilaisuuden alkamisaika.

Tarkista nämä

- | Oikolue ja tarvittaessa oikolueta jollakulla toisella
- | 5 ämää + 1 koo (Vastaako teksti kysymykseen: mitä, missä milloin, miksi, miten, kuka?)
- | Testaa linkit ja tarkista yhteystiedot
- | Tarkista liitetiedostojen yhteiskoko

Tiedotustilaisuus eli mikä mediaa kiinnostaa?

Tiedotustilaisuus on syytä järjestää, kun mediaväeltä on odotettavissa kysymyksiä, mahdollisesti kiperiäkin, tai kun halutaan näyttää medialle jotain paikalla olevaa. Pelkästään tiedottamisen aihe ei siis ratkaise.

Avajaiset, vihkiäiset, merkittävän hankkeen aloittaminen, kaupungin myöntämät palkinnot ja muut kunnianosoitukset ovat tiedotustilaisuuden arvoisia tapahtumia. Toimittajien on paikalle kokoontuneena helppo kysyä tärkeät tarkentavat ja lisäkysymykset.

Kielteinen tapahtuma vaatii tiedotustilaisuuden: onnettomuus, tulipalo, lomautus, irtisanomiset, palvelujen muutokset. Medialle on annettava tilaisuus kysellä ja saada vastauksia.

Tiedotustilaisuuden järjestämisestä päättää johto. Tiedotustilaisuus kannattaa järjestää alkuviikosta ja aamupäivällä klo 10 - 14 välillä. Jos uutinen koskee tiettyä paikkaa, tiedotustilaisuus pidetään mahdollisuuksien mukaan siinä paikassa.

Median julkaisuaikataulu kannattaa huomioida. Kirjallinen kutsu lähetetään viikkoa ennen. Toimituksia voi muistuttaa tarkistussoitolla tärkeissä tapauksissa pari päivää ennen tiedotustilaisuutta. Tällöin kerrotaan lisätietoja, jos uusia asioita on tullut esille. Äkillisissä kriiseissä kutsu luonnollisesti lähetetään heti, kun paikka ja aika on päätetty.

Jos tiedotustilaisuuteen tarvitaan tiedottaja jutunkoon, siitä pitää sopia etukäteen joko palvelualueen tiedottajan tai verkkotoimituksen kanssa.

Tiedotustilaisuuden kulku

Tiedotustilaisuuteen varataan materiaalia jaettavaksi (kutsu, tiedote, mahdolliset lisätiedot). Materiaali lähetetään tilaisuuden jälkeen medialle.

Tilaisuudessa on aina etukäteen sovittu puheenjohtaja. Puheenjohtaja avaa ja päättää tilaisuuden, esittelee

paikalla olijat, jakaa puheenvuorot ja pitää huolen ajankäytöstä. Sopiva tilaisuuden kesto on maksimissaan tunti. Toimittajat haluavat ennen kaikkea kysyä, saada tietoja ja vastauksia nopeasti.

5.4 PÄÄTÖSVIESTINTÄ

Kuopion kaupunginvaltuuston, kaupunginhallituksen sekä lautakuntien esityslistat julkistetaan ennen kokousta ja päätösluonnokset viedään kaupungin verkkosivuille kokouksen jälkeen.

Kaupunginvaltuuston kokoukset ovat julkisia tilaisuuksia, joihin kuka tahansa voi osallistua. Valtuuston kokouksia voi seurata myös internetissä suorana lähetyksenä osoitteessa: valtuustosalu.kuopio.fi. Kokouksia ei toistaiseksi taltioita, vaan ne ovat nähtävissä vain suorana lähetyksenä.

Kaupunginvaltuuston ja kaupunginhallituksen kokouksista tehdään ennakkotiedote, joka lähetetään mediallyle kokousta edeltävällä viikolla. Kokouksen jälkeen päätöksistä laaditaan kokoustiedote, joka lähetetään välittömästi kokouksen jälkeen sähköpostijakeluna mediallyle. Kokoustiedotteet julkaistaan myös kaupungin verkkosivuilla.

Mikäli kaupunginvaltuustossa, kaupunginhallituksessa tai lautakunnassa oleva asia herättää merkittävää julkista keskustelua, on esityslistatekstiä syytä avata jo valmisteluvaiheessa erillisellä tiedotteella. Myös päätöksestä tehdään tiedote normaalin kokoustiedotteen lisäksi.

Kuntaliitoksissa viestinnän merkitys korostuu

Kuntien yhdistymistä ei voi toteuttaa ilman muutosta tukevaa viestintää. Kuntalaiset ovat kiinnostuneita asioista, jotka vaikuttavat kuntalaisten arkeen; säilyykö lähialueen koulu tai kirjasto, missä terveyspalvelut tuotetaan, mistä haetaan rakennuslupia jne.

Viestinnällä on kuntaliitoksissa tärkeä tehtävä kunnan identiteetin ja yhteisöllisyyden vahvistamisessa. Viestintä vaikuttaa paljon myös siihen, millaiseksi uuden kunnan maine rakentuu ja miten myönteiseksi liitos koetaan.



6 MARKKINOINTIVIESTINTÄ

Kuopion kaupungin markkinointiviestintä tuo esille kaupungin vahvuuksia ja strategisia painotuksia. Markkinointiviestinnän tarkoituksena on vahvistaa positiivisia mielikuvia ja lisätä kaupungin elinvoimaisuutta ja kasvutavoitteita halutuissa kohderyhmissä sekä edistää muun muassa osaavan työvoiman, yritysten ja investointien sijoittumista alueelle. Samalla markkinointi korostaa asukkailla hyvinvointiin tähtääviä palveluita.

Kaupunkikonsernin markkinointia suunnitellaan ja koordinoidaan markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelu -yksikön johdolla. Eri yksiköissä toteutettavan markkinointiviestinnän on seurattava annettuja ohjeita ja graafista ohjeistoa.

Kuopion kaupungin palveluiden markkinointi painottuu kolmeen osa-alueeseen:

- ! onnellinen ja hyvinvoiva asukas
- ! kasvava ja kehittyvä kaupunkiympäristö sekä
- ! onnellinen ja hyvinvoiva kaupungin työntekijä.



Markkinointia ei voi kokonaan ulkoistaa

Vastuualueet markkinoivat omia palvelujaan ja hankkeitaan osaamisellaan. Parasta markkinointia on aidosta osaamisesta ja asiantuntijuudesta nouseva palvelun laatu.

Kaikessa markkinointiin liittyvässä, kuten esitteiden ja muun materiaalin teossa, saa apua ja neuvoja markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelu -yksiköstä. Markkinoinnin ulkoistaminen viestintäammattilaisille vaatii suunnitelmallista yhteistyötä, myös organisaation sisällä.

6.1. KUOPION KAUPUNGIN VISUAALINEN ILME JA GRAAFINEN OHJEISTO

Julkisella mielikuvalla on suuri rooli Kuopio-kuvan rakentamisessa. Yhtenäinen visuaalinen ilme parantaa kaupungin tunnettavuutta ja vahvistaa kaupungin imagoa. Se auttaa myös erottumaan muista organisaatioista. Yhtenäisen graafisen ilmeen johdonmukainen käyttäminen tekee kaupunkimme markkinointiviestinnästä tunnistettavaa.

Graafinen ohjeisto tarjoaa raamit selkeiden viestien luomiselle ja helpottaa samalla viestijän arkea. Voimavarat on siis mahdollista suunnata itse viestin sisältöön. Kaupunkiorganisaation eri osa-alueilla tuotettavan materiaalin (esitteet, käyntikortit, mainonta, kulkuneuvot, toimitilat ja niin edelleen) tulee johdonmukaisesti hyödyntää visuaalisen ilmeen ohjeistusta.

Nykyisestä graafisesta ohjeistosta siirrytään vaihteittain ja tapauskohtaisesti käyttämään maakunnallisen markkinointihankkeen myötä muodostunutta Kuopio-Tahko ilmettä tilanteessa, jossa viesti suuntautuu Kuopion alueen ulkopuolelle tai on muuten tarkoituksenmukaista.

Suunniteltaessa uuden materiaalin tekemistä tai vanhan päivittämistä tulee olla yhteydessä markkinointiin, jossa linjataan käyttöön otettava ilme. Markkinointijohtaja päättää logojen ja tunnusten käytöstä. Kaupungin liikelaitokset ja taseyksiköt käyttävät toistaiseksi omaa visuaalista ilmettään ja graafista ohjeistoaan, mikäli sellainen on olemassa.

Santra

Graafiset ohjeet tarkennetaan ja päivitetään vaihteittain.

Työn tueksi > Viestintä ja markkinointi > Graafinen ilme



6.2 KAUPUNGIN VAAKUNA, LOGO JA MARKKINOINTITUNNUKSET

Kaikilla kunnilla ja kaupungeilla on käytössään heraldinen tunnus eli vaakuna käytettäväksi virallisissa yhteyksissä. Sen lisäksi Kuopiolla on oma markkinointitunnus.

Santra

Sähköiset versiot logosta sekä ohjeet vaakunan ja tunnuksen käytöstä

Työn tueksi > Viestintä ja markkinointi > Graafinen ilme > Logot



Kuopion kaupungin vaakuna

Vaakunan on alkuaan suunnitellut kellarimies ja raatimies Karl Hård tai hänen taiteilijapoikansa Adolf vuonna 1823. Nykyisen vaakunan on uudelleenpiirtänyt arkkitehti Seppo Ruotsalainen.

Vaakunaa käytetään yleensä ainoastaan kaupunkia kokonaisuutena edustavassa asemassa sekä kaupunginvaltuuston ja kaupunginhallituksen sineteissä ja muissa tunnuksissa. Vaakunaa käytetään ainoastaan sen virallisessa muodossa eli kruunullisena. Vaakunan ja markkinointitunnuksen samanaikaista käyttöä vältetään.

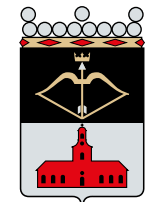


Kuopio-logo

Kaupunginhallitus hyväksyi toukokuussa 2010 visuaalisen ilmeen pohjaksi kaupungin vaakunaan perustuvan markkinointitunnuksen. Kuopion kaupungin logo koostuu kolmesta osasta: vaakunasta, Kuopio-nimilogosta ja vaakalinjasta. Sen värit ovat musta, hopea, punainen ja kultaa.

Logosta on kaksi eri versiota: kaupungin perustamisvuosiluvun kanssa tai ilman vuosilukua. Vuosiluvullista logoa käytetään lähinnä juhlavissa ja virallisissa yhteyksissä.

Yhteistyökumppaneiden on pyydettävä lupa vaakunan tai tunnuksen käyttöön markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelut -yksiköstä.



KUOPIO

Kuopio Tahko alue -logo

Kuopion aluetta markkinoitaessa käytetään Kuopio Tahko alue -logoa silloin, kun esitellään matkailua, osaamista, opiskelua ja asumista alueen ulkopuolisille, potentiaalisille asiakkaille. Tunnusta voi käyttää myös tapahtumien markkinoinnissa.



I love Kuopio -tunnus

I love Kuopio (ILK) -tunnus on kaupunkilaisten oma merkki. ILK-tunnusta käytetään erilaisten tapahtumien yhteydessä, kun kaupunki on mukana tapahtumassa yhteistyökumppanina tai itse järjestäjänä. ILK-tunnusta käytetään myös erilaisissa markkinointimateriaaleissa ja liikelahjoissa.



Tanssin ja musiikin kaupunki -tunnus

Kuopiosta on muodostunut tanssin saralla Suomen ykköskaupunki, jonka lippulaivana on kansainvälinen Kuopio Tanssii ja Soi -festivaali. Kuopiossa voi opiskella musiikkia vauvamuskarista tohtorin tutkintoon saakka. Tunnus on käytettävissä kaikkien tanssin ja musiikin toimijoiden ja tapahtumien yhteydessä.



6.3. MARKKINOINTI- JA VIESTINTÄ-MATERIAALIT

Kaupungin logolla varustetut asiakirjapohjat ovat valmiina D360-ohjelmassa. Lisäksi asiakirjapohjat löytyvät myös suoraan MS Office -ohjelmista: Tiedosto > Uusi > Omat mallit.

Santra

Kaupungin esittelyyn on olemassa valmiita PowerPoint -sarjoja, joista voi koota omaan esitykseen sopivan kokonaisuuden.
Työn tueksi > Viestintä ja markkinointi > Esittelymateriaalit

Julkaisut ja esitteet

Kuopion kaupungin tiedotuslehti ilmestyy vuonna 2014 kolme kertaa. Lehti jaetaan nippujakeluna valittuihin jakelupisteisiin. Tavoitteena on yhteinen julkaisu teatterin ja musiikkikeskuksen kanssa vuonna 2015. Julkaisu vahvistaa osaltaan kaupungin imagoa hyvinvointiin ja kulttuuriin panostavana kaupunkina. Kaupungin markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelut julkaisee yleisesitteitä Kuopiosta eri kielillä. Palvelualueet voivat kaupungin graafisia ohjeita noudattaen julkaista omia esitteitään.



Kuvapankki ja videot

Kuopion kaupungilla on sisäisessä käytössä oleva kuvapankki (<http://kuvapankki.kuopio.fi>). Kuvien käyttö on sallittu ainoastaan Kuopion kaupungin omissa julkaisuissa. Muuhun käyttöön lupaa voi kysyä markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelut -yksiköstä.

Santra

Kuvapankin käyttäjätunnus ja salasana
Työn tueksi > Viestintä ja markkinointi

Kaupunki tuottaa itse videoaineistoa viestintä- ja markkinointitarkoituksiin. Videoita voi hyödyntää erilaisissa tapahtumissa, tilaisuuksissa ja esityksissä.

Santra

Videot
Työn tueksi > Viestintä ja markkinointi > Esittelymateriaalit > Videot

Laajempi valikoima videohaastatteluja ja -juttuja ajankohtaisista kulttuuritapahtumista ja -tilaisuuksista, kulttuurikasvoista sekä ilmiöistä löytyy Kuopio-Kanavalta (<http://k.kuopio.fi>) sekä YouTubesta (www.youtube.com/user/kuopiokanava).

KuopioShop

Kuopion kaupungilla on käytössään nettipohjainen lahjatuotteiden tilausjärjestelmä, KuopioShop. Tilausjärjestelmä on kustannustehokas ja aikaa säästävä. Tuotteiden hankinnassa ja käytössä noudatetaan yhteistä linjaa ja lahjoina käytetään laadukkaita, kilpailutettuja ja brändinmukaisia tuotteita.

Palvelualueille on nimetty KuopioShopin yhteyshenkilöt, jotka tekevät keskitetysti oman palvelualueensa tilaukset. Palvelualueet tilaavat tuotteita omilla määrärahoillaan. Tilauksiin on oltava yksikön taloudesta vastaavan esimiehen lupa.

Santra

KuopioShopin yhteyshenkilöt

Työn tueksi > Viestintä ja markkinointi > Lahjatuotteet

6.4 MESSUT, NÄYTTELYT, TAPAHTUMAT

Kaupunki on mukana useissa tapahtumissa, näyttelyissä ja messuilla. Palvelualueiden viestintäsuunnitelmiin kirjataan johtoryhmissä sovitut messutapahtumat. Messutapahtumista vastuualue tai yksikkö tekee budjettivarauksen ja varaa henkilöresurssit.

Messuosastoille on vuokrattavissa kaupungin ilmeellä varustettuja kalusteita Messujen Tekijä Oy:ltä. Osastokalusteet ja niiden painatukset tilaa vastuualue tai yksikkö.

Santra

Messuosastot

Työn tueksi > Viestintä ja markkinointi > Esittelymateriaalit

6.5 MUU MAKSETTU MAINONTA JA TYÖPAIKKAILMOITUKSET

Ilmoittelua ja mainontaa tehdään tilanne-/kampanjakohtaisesti erillisen suunnitelman mukaan. Käytettäviä paikallisia printtimedioita ovat muun muassa

Kuopion kaupunkilehti, Savon Sanomat, Viikkosavo ja NMT-lehti.

Palvelualueet voivat mainostaa palveluitaan itsenäisesti harkitsemisissaan kanavissa. Ilmoituksissa on huomioitava Kuopion kaupungin graafinen ohje ja ilmoitukset tulee hyväksyttää markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelut -yksikössä.

Työpaikkailmoitukset

Avoimista työpaikoista vastaa rekrytointiyksikkö. Kaikki, sekä sisäiseen että ulkoiseen hakuun tulevien virkojen ja tehtävien tiedot, ilmoitetaan työnantaja-palveluiden rekrytointipalveluun erillisellä E-lomakkeella, joka löytyy Santrasta rekrytointisivuilta. Rekrytointiyksikkö hoitaa rekrytointiprosessin alusta alkaen yhteistyössä tilaajan kanssa.

Rekrytointiyksikkö julkaisee ulkoiseen hakuun tulevat ilmoitukset Kuntarekryn (www.kuntarekry.fi) ja Kuopiorekryn (www.kuopiorekry.fi) verkkosivuilla, Työ- ja elinkeinotoimiston sivustolla (www.mol.fi) sekä asiakkaan halutessa myös lehdissä (esim. Savon Sanomat, ammattilehti). Kaupunkiympäristön avoimet työpaikat ilmoitetaan soveltuvilta osin myös Kuntatekniikan foorumi -nimisillä verkkosivuilla. Rekrytointiyksikkö huolehtii virkojen ilmoitukset kaupungin viralliselle ilmoitustaululle.

Santra

Kaupungin sisäisessä haussa olevat työpaikat ilmoitetaan Santrassa.

Henkilöstöasiat > Avoimet työpaikat

7 VERKKOVIESTINTÄ JA SOSIAALINEN MEDIA

Verkkoviestintä on tiedonvälitystä, kommunikointia ja asiointia internetin, intranetin, sosiaalisen median ja sähköpostin välityksellä.

Kaupungin verkkoviestinnän tavoitteita ovat

- | tehostaa, nopeuttaa ja kohdentaa kaupungin viestintää
- | lisätä toiminnan avoimuutta, demokratiaa ja yhteisöllisyyttä
- | helpottaa kaupunkilaisen arkea, säästää aikaa ja kustannuksia
- | tarjota monipuolista, laadukasta ja kiinnostavaa sisältöä
- | luoda käytettäviä ja käyttäjälähtöisiä verkkopalveluita



Julkaistava sisältö ei ole aivan identtistä eri kanavissa, vaan valintaa tehdään esimerkiksi kohderyhmän tai välineen luontevimman esitystavan mukaan.

Sähköisten ulkoisten kanavien osalta eri kanavien tavoitteita ja kanavissa jaettavaa sisältöä voi jaotella seuraavasti:

Kanava	Kohderyhmä	Tavoite	Sisältö
Kuopio.fi	Kuntalaiset Media Sidosryhmät	Tiedonvälitys	Kaupungin palvelut Toiminnan muutokset Päätösten uutisointi
Twitter	Kuntalaiset Kuopiosta kiinnostuneet	Tiedonvälitys Vuorovaikutus	Uutiskärjet Tietoa ajankohtaisista vaikuttamismahdollisuuksista
Facebook	Kuntalaiset Kuopiosta kiinnostuneet Tulevat kuntalaiset Tulevat Kuopion kaupungin työntekijät	Tiedonvälitys Vuorovaikutus Kuntalaisten sitouttaminen Kaupungin markkinointi asuin- ja työpaikkana	Uutiskärjet Tietoa ajankohtaisista vaikuttamismahdollisuuksista Valokuvat, videot Ajankohtaista /ajatonta Asiat, ilmiöt, tunnelmat
Blogit	Kuntalaiset Kuopiosta kiinnostuneet	Tiedonvälitys Vuorovaikutus Kaupungin markkinointi	Tarinat Nostot ajankohtaisista asioista Suunnitelmat / taustat Asiat, ilmiöt, tunnelmat
Youtube	Kuntalaiset Kuopiosta kiinnostuneet	Kaupungin markkinointi Aineistojen parempi löydettävyys	Videot Asiat, ilmiöt, tunnelmat

Internetin merkitys vuorovaikutteisena asiointi- ja palvelukanavana kasvaa koko ajan. Otakantaa.fi-palvelussa kaupunkilaiset voivat ottaa kantaa Kuopion kaupungin tärkeimpiin käynnissä oleviin hankkeisiin.

Työtehtäviä hoidetaan entistä enemmän erilaisilla mobiililaitteilla. Kannettavat päätelaitteet sisältävät samat tai jopa nykyaikaisemmat toiminnallisuudet kuin perinteiset pöytäkoneet. Mobiililaitteet ohjelmitoimeen ja yhteyksineen on tarkoitettu työtehtävien hoitamiseen ja niitä koskevat samat säännöt kuin muitakin työnantajan laitteita.

Santra

Tietoturvan periaatteet ja säännöt
Työn tueksi > Tietoturva

7.1 VERKKOSIVUSTOT

Kuopion kaupungin verkkosivusto (www.kuopio.fi) tarjoaa ajantasaista, luotettavaa, kiinnostavaa ja kattavaa tietoa kaupungin toiminnasta.

Verkkosivujen tärkein kohderyhmä ovat kaupungin asukkaat. Verkkosivuilla kerrotaan kaupungin palveluista, päätöksenteosta ja muista ajankohtaisista asioista sekä julkaistaan kaupungin ilmoitukset ja kuulutukset. Kaupungin verkkosivut ovat suomeksi, englanniksi ja venäjäksi. Sivulla on lisäksi kaupungin lyhyt esittely ruotsin, saksan ja ranskan kielellä.

Kaupunkilaisille on tarjolla monia palveluita suoraan verkon välityksellä, esimerkiksi kirjaston aineiston varaukset ja lainojen uusinta, päivähoitohakemukset, hammashoitoaikojen tarkistaminen, peruminen

tai siirtäminen, työpaikan hakeminen sekä kansalaisopiston kursseille ilmoittautuminen. Tulevaisuudessa yhä useampi kaupungin tarjoama palvelu on mahdollista käynnistää tai toteuttaa kokonaan verkon kautta.

Verkkosivuilta tullesiin palautteisiin ja kysymyksiin vastataan niin nopeasti kuin mahdollista, samoin palautelomakkeella ilmoitetut mahdolliset asiavirheet oikaistaan mahdollisimman pian. Jos palautteen antaja on jättänyt yhteystietonsa, on palautteen antajalle hyvä vastata, vaikka palautteessa ei suoranaisia kysymyksiä esitettäisikään. Nimettömiin, epämääräisiin ja asiattomiin viesteihin ei sen sijaan ole tarkoituksenmukaista vastata.

Kuten muussakin viestinnässä, kaupungin verkkosivuilla tiedottamisessa sekä linkityksissä on noudatettava yhdenvertaisuuden ja tasapuolisuuden periaatetta. Siten esimerkiksi poliittisia puolueita tai uskonnollisia yhdyskuntia on ryhminä kohdeltava tasapuolisesti. Kaupungin sivuilla ei saa olla tietoja eikä linkkejä laissa kriminalisoituun toimintaan, hyvän tavan vastaisiin tai yleensä säädyllisyyttä loukkaaviin toimintoihin.

www.kuopionalue.fi

! sivusto Kuopion alueen tarjontaan
! kohderyhminä nuoret, opiskelijat, muuttajat sekä yritykset ja sijoittajat

www.visitkuopio.fi
www.visittabko.fi

! matkailijoille koottu tarjonta
! Kuopion alueen tapahtumat

Tekijänoikeuslainsäädännön mukaan verkkosivuilla saa julkaista vain sellaisia tekijänoikeudella suojattuja teoksia, joiden julkaisemiseen on hankittu oikeudet. Tekijänoikeudet koskevat muun muassa valokuvia, karttoja, videoita ja koulutusmateriaaleja.

Kuntaliitto on antanut suosituksen henkilötietojen julkaisemisesta verkkosivuilla. Perhe-elämää ja henkilökohtaisia tietoja (esim. sairauspoissaolo tai vanhempainvapaa) koskevat tiedot ovat salassa pidettäviä, eikä niitä saa julkaista verkkosivuilla ilman asianosaisen suostumusta. Yksityishenkilöiden henkilötunnuksia, osoite-, puhelinnumero- ja muita yhteystietoja ei saa laittaa internetiin.

Henkilötietojen merkitsemistä kokous- ja muihin asiakirjoihin on vältettävä. Kunnan tiedottamisvelvoite ei oikeuta henkilötietoja koskevien asiakirjojen pitkäaikaista säilyttämistä verkossa. Kuopion kaupungin pöytäkirjat näkyvät verkossa vuoden pöytäkirjan julkaisusta.

Verkkosivujen ylläpitäjät

Yhteensä Kuopio-konsernilla on yli sata erillistä verkkosivustoa. Jokainen yksikkö vastaa omasta sivustostaan. Laajempien päivityksien tai uusien verkkosivustojen toteuttamisesta on ilmoitettava markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelut -yksikön verkkotoimitukseen, jossa ylläpidetään listaa kaupungin verkkosivustoista.

Kuopio.fi -verkkosivujen päätoimittajana toimii viestintäpäällikkö. Verkkosivujen teknisestä toteutuksesta vastaa Istekki Oy. Verkkosivujen ylläpito on jaettu palvelualueittain ja yksiköittäin. Suomenkielisten sivujen lisäksi ylläpitovastuu koskee myös sivujen

kieliversioita. Tukea päivitystyöhön saa palvelualueiden tiedottajilta ja verkkotoimituksesta.

Ylläpitäjille on laadittu ylläpito-ohjeet, joiden avulla pyritään sivuston sisällön ja visuaalisen ilmeen yhdenmukaisuuteen ja ajan tasalla pitämiseen. Sivujen tekemisessä ja palveluiden ryhmittelyssä noudatetaan valtakunnallisia suosituksia.

Santra

Verkkosivujen ylläpitäjät ja päivitysohjeet
Työn tueksi > Viestintä ja markkinointi > Verkkoviestintä

Verkkosivujen ylläpitotunnukset
Työn tueksi > Tietotekniikka > Laite- ja käyttöoikeustilaukset > Tietojärjestelmien ja sovellusten käyttöoikeudet

7.2 SOSIAALINEN MEDIA

Kuopion kaupunki käyttää sosiaalisen median välineitä palvelujensa markkinoinnissa, viestinnässä ja tiedonjakamisessa. Sosiaalisen median yhteisöjen avulla edistetään palveluiden tunnetuksi tekemistä ja kuntalaisten sitouttamista ja osallisuutta. Tavoitteena on markkinoida Kuopiota asuinpaikkana sekä Kuopion kaupunkia työnantajana.

Sosiaalisen median yhteisöt on erinomainen tapa kommunikoida asiakkaiden ja sidosryhmien kanssa, oppia uutta, saada palautetta ja kehittää asioita.

Sosiaalisen median voi jaotella karkeasti

- ! sisällön tuottamisen ja julkaisemisen välineisiin (esim. blogit, podcastit= tilattavat audiolähettykset)
- ! sisältöjen, esim. videoiden ja linkkien jakamisen välineisiin (esim. YouTube, Flickr, Slideshare, Instagram)
- ! sosiaalisiin verkostoitumispalveluihin (esim. yhteisöpalvelut kuten Facebook, mikro-blogit kuten Twitter)
- ! kokousaikojen hakupalvelut (esim. Doodle.com, Sumpli.com)
- ! kollektiivituotannon välineisiin (esim. Wikipedia, Google Docs)

Kaupungilla on tilit Facebookissa, Twitterissä ja YouTubessa. Näissä medioissa korostuu viestinnän kaksisuuntaisuus ja reaaliaikaisuus.

Lisäksi useita kaupungin eri tahoja toimii sosiaalisessa mediassa muun muassa bloggaajina. Blogit sopivat esimerkiksi asioiden taustoittamiseen ja perustelemiseen sekä kuntalaisten osallistamiseen.

Osallistumisen periaatteet ja profilin/sivun perustaminen

Sosiaalisessa mediassa on pyrittävä avoimuuteen, ymmärrettävään ja yksiselitteiseen vuorovaikutus- ja viestintätyyliin. Kirjoitustyyli on epävirallinen, tuttavallinen ja rento. Virkakieltä ja toisaalta liian markkinovaa tyyliä tulee välttää.

Sosiaalinen media vaatii aktiivista vuorovaikutusta. Perustettuja profileja tulee päivittää säännöllisesti ja

sosiaalisen median kautta esitettyihin kysymyksiin vastata kuten muuhunkin palautteeseen.

Kuopion kaupunki pyrkii pääsääntöisesti käyttämään sosiaalisen median palveluissa virkaprofileja. Virkaprofiili ei edusta yhtä kaupungin viranhaltijaa, asiantuntijaa tai työntekijää, vaan esimerkiksi asiaa, palvelua, yksikköä, ryhmää, tapahtumaa tai paikkaa. Profiili on useamman kuin yhden henkilön hallinnoima eikä siis ole henkilökohtainen.

Työtehtäviin liittymätön sosiaalisen median käyttö työaikana ei ole sallittua.

Sosiaalisen median käytöstä työtehtävien hoitamiseen on sovittava etukäteen lähiesimiehen kanssa. Uuden sosiaalisen median palvelun käyttöönotosta on ilmoitettava markkinointi, viestintä ja asiakaspalvelu -yksikön verkkotoimitukseen, jossa ylläpidetään listaa kaupungin käytössä olevista sosiaalisen median palveluista.

Kaupunki on laatinut ohjeet sosiaalisen median käytöstä organisaatiossa sekä siitä, kuinka yksittäinen työntekijä toimii sosiaalisessa mediassa.

Santra

Sosiaalisen mediat ohjeet

Työn tueksi > Viestintä ja markkinointi >
Sosiaalinen media

7.3 SÄHKÖPOSTI JA PIKAVIESTINTÄ

Sähköposti on kohdennettu viestinnän väline, jota käytetään yhdelle henkilölle tai rajatulle joukolle suunnattuun viestintään. Sähköpostijärjestelmää ei ole tarkoitettu tiedostojen massajakeluun eikä suurten tiedostojen välittämiseen. Intranet, extranet ja internet korvaavat sähköpostin laajempia ryhmiä koskevassa viestinnässä.

Kuopion kaupunki on laatinut sähköpostiohjeituksen, jonka avulla pyritään yhtenäiseen sähköpostikäytäntöön. Säännössä sähköpostiviestit on jaettu neljään eri luokkaan sen mukaisesti, millaiseen osoitteeseen ne liittyvät. Säännössä sekä lähetetyt että vastaanotetut viestit määritellään seuraavasti:

1. Organisaation sähköpostiviesti on kaupungin tai yksikön organisaatio-osoitteeseen liittyvä viesti (ns. asiointiposti) esim. kirjaamo@kuopio.fi
2. Työsähköpostiviesti liittyy sekä kaupungin viranhaltijalle tai työntekijälle työkäyttöön antamaan henkilökohtaiseen sähköpostiosoitteeseen että työntekijän työtehtäviin esim. kalle.kuopiolainen@kuopio.fi
3. Henkilökohtainen sähköpostiviesti on kaupungin antamaan sähköpostiosoitteeseen liittyvä henkilökohtainen viesti (yleensä sama kuin työsähköpostiosoite tai opiskelijan sähköpostiosoite)
4. Muu sähköpostiviesti on käyttäjän kaupungin ulkopuoliseen sähköpostiosoitteeseen liittyvä viesti esim. kalle.kuopiolainen@jippii.fi tai kalle.kuopiolainen@muuorganisaatio.fi

Ohjeistuksessa kerrotaan myös, millainen on yhteinen, kaupungin ilmeen mukainen sähköpostin ulkoasu ja allekirjoitus. Vastuu sähköpostin perillemenosta on lähettäjällä.

Santra

Sähköpostiohjeet

Työn tueksi > Viestintä ja markkinointi >
Sähköposti

Pikaviestintä

Sähköposti ei ole paras interaktiivisen viestinnän välineeksi – eikä sitä ole alun perin sellaiseksi luotukaan. Tässä apuun tulee pikaviestintä. Kuopion kaupungin työntekijöiden on mahdollista ottaa käyttöönsä Lync-sovellus, jolla voi viestiä reaaliaikaisesti työntekijöiden kesken, järjestää puhelin- ja videoneuvotteluja sekä jakaa tiedostoja toisten nähtäväksi esimerkiksi palaverin aikana. Pikaviestintä sopii ominaisuuksiensa puolesta erityisen hyvin nopeisiin kysymyksiin ja vastauksiin sekä aikataulujen koordinoituihin.

Lync-sovelluksen avulla on myös helppo viestiä omasta tavoitettavuudesta: onko käytettävissä, varattu vai poissa. Tämä mahdollistaa työtehtävien priorisoinnin: työkaveri osaa ottaa yhteyttä juuri sopivalla hetkellä, eikä häiritse esimerkiksi kesken palaverin tai tärkeän työtehtävän.

8 HÄIRIÖTILANNEVIESTINTÄ

Häiriötilanneviestintä on pohjimmiltaan samanlaista kuin viestintä normaalioloissakin. Se on tehostettua viestintää tilanteissa, joissa organisaation aineelliset tai henkiset arvot ja toimintaedellytykset ovat uhattuina.

Häiriötilanteita ovat esimerkiksi häiriöt veden-, sähkön- tai lämmönjakelussa, vakavat onnettomuudet ja uhkatilanteet, tulipalot, tartuntatautiepidemiat, talouteen ja rahoitukseen liittyvät ongelmat, oman organisaation virheet ja niistä aiheutuva negatiivinen julkisuus tai muu negatiivinen julkisuus.

Häiriötilanteissa ihmisten tiedontarve kasvaa. Mitä nopeammin ja avoimemmin tiedotetaan, sitä vähemmän väärät tiedot ja huhut leviävät. Häiriötilanteen viestinnässä on tärkeää, että valmius tiedottamiseen on olemassa kaikkina vuorokauden aikoina ympäri vuoden.

Viestintää hoitaa häiriötilanteessa sama organisaatio ja henkilöstö kuin normaalitilanteissa, mutta tarvittaessa on varauduttava vahvistamaan viestintäorganisaatiota tilanteen vaatimalla tavalla.

Laajoissa häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa kutsutaan koolle Kuopion kaupungin johtokeskus (JOKE). Onnettomuustilanteissa viestintävastuu on aina pelastustöitä johtavalla viranomaisella.

Häiriötilanneviestinnän muistilista

- | mitä on tapahtunut,
- | missä on tapahtunut,
- | mitä on tehty ja tehdään tilanteen korjaamiseksi,
- | miten tapahtuma vaikuttaa ihmisten normaaliin elämään,
- | toimintaohjeet, jos ne ovat tarpeen,
- | mistä, milloin ja keneltä saa lisätietoja.

8.1 HÄIRIÖTILANNEVIESTINNÄN PERIAATTEET

Häiriötilanneviestinnän päätehtävät ovat

- | varoittaa tapahtuneesta,
- | antaa toimintaohjeet lisävahinkojen välttämiseksi,
- | estää huhujen leviäminen ja
- | auttaa organisaatiota palautumaan normaalitilaan.

Häiriötilanneviestinnässä korostuvat nopeus, avoimuus, luotettavuus, tehokkuus ja selkeys. Nopea tiedottaminen estää lisävahinkojen syntymistä ja rauhoittaa ihmisiä. Se antaa myös mahdollisuuden tuoda ensimmäisenä esille oma näkemys tapahtuneesta.

Häiriötilanteessa ensimmäinen tunti on tärkein viestinnän onnistumisen kannalta. Tilanteesta kerrotaan kaikki tiedossa olevat tosiasiat. Jos asioista ei ole tietoa, puuttuvia tietoja ei pidä korvata arvailulla. Yksilön suoja on aina otettava huomioon: esimerkiksi onnettomuuden uhreista antavat tietoa pelastusviranomaiset.

Myös häiriötilanteissa sisäinen viestintä hoidetaan aina ensin. Häiriötilanteessa oman henkilökunnan pitää tietää tapahtuneesta niin paljon, että se osaa toimia tilanteen vaatimalla tavalla.

Yksi ensimmäisistä sisäisen viestinnän kohteista on puhelinvaihte. Mitä tahansa onkin tapahtunut, tiedonhaluiset koettavat todennäköisesti saada ensin lisätietoja puhelinvaihteen

kautta. Puhelinvaihteen ruuhkautumisen estämiseksi voidaan johtokeskuksen johtoryhmän päätöksellä ottaa käyttöön erillinen palvelupuhelin, jossa yhden numeron takana on 40 linjaa. Soittoihin vastaavat kaupungin työntekijät, jotka on koulutettu tehtävään.

Ulkoisessa viestinnässä viestintäkanava valitaan tilanteen ja kohderyhmän mukaan. Viestinnän tulee olla monikanavaista, sillä eri kohderyhmät käyttävät eri viestimiä. Käytettävissä olevia kanavia ovat esimerkiksi sähköposti, kaupungin verkkosivut, sosiaalinen media, mediatiedote, tiedotustilaisuus, keskusradio ja kaiutinautot.



Ilmoitusvastuut häiriötilanteen alussa

- Kun huomaat tai saat tiedon häiriötilanteesta tai sen uhkasta, toimi heti seuraavasti:
- | turvaa tilanne ja tee akuutit toimenpiteet vahingon laajenemisen estämiseksi
 - | hälytä tarvittaessa apua, 112
 - | ilmoita esimiehellesi ja vastuuhenkilöille yksikössä sovitun toimintamallin mukaan
 - | varmista aina, että joku jatkaa asian hoitamista.

8.2 KUOPION KAUPUNGIN HÄIRIÖTILANNEVIESTINTÄOHJE

Kaikkea voi tapahtua ja todennäköisesti ennen pitkää myös tapahtuu. Siksi ohjeisto pitää olla luettuna ja toimintamallien selkeinä mielessä jo etukäteen.

Kuopion kaupungin häiriötilanneviestintäohje on valmistunut vuonna 2012, ja sitä päivitetään vuosittain. Ohje on tehty kansion muotoon, jotta sen päivittäminen ja ajan tasalla pitäminen on mahdollisimman helppoa. Kansiot on jaettu erillisen jakelulistan mukaisesti Kuopion kaupungin johtokeskuksen henkilölle, esimiehille ja asiakaspalvelupisteisiin. Avainhenkilöillä ohjeisto ja päivitetty yhteystiedot on oltava myös kotona. Yhteystietoja ylläpidetään intranetissä, josta on aina saatavissa ajantasaaiset yhteystiedot.

Häiriötilanneviestintäohje sisältää yleisosan lisäksi palvelualuekohtaiset tiedot ja riskiarvioinnit sekä toimintaohjeita mahdollisiin häiriötilanteisiin.

Santra

Häiriötilanneviestintä

Työn tueksi > Viestintä ja markkinointi >
Turvallisuusviestintä > Häiriötilanneviestintä

VIESTINNÄN HUONEENTAULU

- | Kaupungin viestintä on ennakoivaa, avointa, vuorovaikutteista, tasapuolista ja ymmärrettävää.
- | Asiat kerrotaan totuudenmukaisesti, realistisesti ja objektiivisesti.
 - | Viestintä on osa kaikkea kaupungin toimintaa.
- | Viestintä tukee johtamista, kehittämistä ja strategisten tavoitteiden toteutumista.
 - | Viestintä edistää asukkaiden ja asiakkaiden hyvinvointia.
 - | Jokaisella työntekijällä on vastuu hyvästä viestinnästä.
 - | Viestinnässä käytetään yhtenäistä visuaalista ilmettä.
 - | Viestinnässä hyödynnetään monipuolisesti eri viestintäkanavia.
 - | Työntekijöille kerrotaan aktiivisesti heitä koskevista asioista.
 - | Hyvä viestintä vaatii jatkuvaa kehittämistä.





ONNELLISTEN
IHMISTEN
KAUPUNKI



 /kuopionkaupunki

www.kuopio.fi

 @Kuopionkaupunki