

**”Viestinnän toimintaohjeiston kanavoituminen toimintatavaksi edellyttää prosessinomaista työtapaa, yhdessä työstämistä sekä kaupunginhallituksen sisällä että eri toimialoilla. Mikäli tähän ei ryhdytä, jää toimintaohjeisto pelkäksi ”paperiksi” vailla sisäistämistä ja sitoutumista.”**

# **Äänekosken Kaupungin viestinnän toimintaohjeistoa 2014**

valmistelu Heli Möller  
020 632 2012  
heli.moller@aanekoski.fi

## YLEISTÄ

Jokainen organisaatio haluaa itselleen hyvän **maineen** ja **imagon**.  
Lähtökohtana on organisaation identiteetti, joka on kooste sen yksilöiden identiteettikäsityksistä.

Yhteisen identiteetin muokkaaminen vie aikaa. Se muokkautuu vain keskinäisessä vuorovaikutuksessa, ei tiedottamalla. Kunkin yksilön itsetuntemus omassa työssään on edellytys yhtenäisen organisaation syntymiselle.

**Maine** on sitä, mitä ympäristö ja sidosryhmät ajattelevat ja puhuvat organisaatiosta.  
**Imago** puolestaan on se kuva, jonka organisaatio pyrkii itsestään heijastamaan ulospäin.

Organisaation hyvä maine ei synny markkinointikampanjoilla, vaan se edellyttää aina aitoja, hyviä tekoja, hyviä sidosryhmäsuhteita ja hyvää viestintää.

Imago- ja markkinointiviestinnällä voidaan vaikuttaa maineeseen vain rajallisesti.  
Pääasiassa maine muokkautuu **arkipäiväisten** toimien, käyttäytymisen ja kohtaamisten kautta.

Viestintä ei ole pelkkiä sanoja, vaan myös ilmeitä, eleitä ja käyttäytymistä. Vähintään yhtä tärkeää kuin mitä sanot, on se miten sanot, tai jopa mitä jätät sanomatta.

Jos sanallinen ja sanaton viestintä (ilmeet, eleet, käytös) ovat ristiriidassa, sanaton voittaa.

Toimiva ja hyvä, vuorovaikutteinen organisaatiokulttuuri luo edellytyksiä hyvälle viestinnälle. Se ei synny itsestään eikä sitä voi ostaa ulkoa, vaan se edellyttää yhteistä näkemystä ja tahtotilaa.

Viestinnän toimintaohjeiston kanavoituminen toimintatavaksi edellyttää prosessinomaista työtapaa, yhdessä työstämistä sekä kaupunginhallituksen sisällä että eri toimialoilla. Mikäli tähän ei ryhdytä, jää toimintaohjeisto pelkäksi ”paperiksi” vailla sisäistämistä ja sitoutumista.

Vuosi **2015** on nimetty kaupunkistrategiassa **Hyvän Palvelun Vuodeksi**  
Siihen on syytä valmistautua monin tavoin. Mm. asiakaspalvelukoulutus henkilöstölle pitäisi huomioida koulutusohjelmissa.

## **ÄÄNEKOSKEN KAUPUNGIN VIESTINNÄN TAVOITTEET**

Äänekosken kaupunki haluaa viestinnällä edistää asukkaiden, yrittäjien, työntekijöiden ja yhteistyökumppaneiden tiedonsaantia, osallistumista ja vaikuttamismahdollisuuksia.

Kaupunki uskoo, että onnistuessaan viestintä ja tiedotustoiminta luovat myönteistä kaupunkikuvaa, kasvattaa päätöksentekoa, lisää luottamusta, parhaimmillaan se on kaupungin imagomarkkinointia ja synnyttää positiivista mielikuvaa ja hyvää mainetta avoimesta ja vuorovaikutteisesta kaupungista.

Myönteisen ja **hyvän kaupunkikuvan** syntyminen vahvistaa Äänekosken kaupungin mainetta uudistuvana, avoimena, asukaistaan välittävänä kaupunkina.

Viestinnän tavoitteiden toteutumista **arvioidaan** säännöllisesti. Tulokset käsitellään sekä luottamustoimielimissä että työyksiköissä.

## **VIESTINNÄN ORGANISOINTI, RESURSSIT, PROSESSIT**

### **ULKOINEN VIESTINTÄ**

Ulkoinen viestintä on kuntalaisille kaupungin toiminnasta ja päätöksenteosta tapahtuvaa tiedottamista. Ulkoinen viestintä on myös nk. markkinointiviestintää.

Kaupunginhallitus johtaa viestintätoimintaa. Kaupunginjohtaja vastaa sekä viestintä – että tiedotustoiminnan toimivuudesta. Keskushallinnon hallintojohtaja vastaa viestintäohjeiden antamisesta ja siihen liittyvästä koulutuksesta sekä luottamushenkilöstölle että toimialojen henkilöstölle.

Jokainen **toimialajohtaja** vastaa oman alansa aktiivisesta ja oma-aloitteisesta tiedottamisesta kuntalaisille, yrityksille ja eri sidosryhmille.

Viestinnän tulee olla avointa, nopeaa, ajan tasalla olevaa tasapuolista kuntalaisille, yrityksille ja kaikille tiedotusvälineille.

Viestinnän tulee olla selkeää niin, että vastaanottaja ymmärtää mistä on kyse olematta alan asiantuntija.

Päätöksistä tiedotetaan heti kun päätökset on tehty. Laaja-alaisista kaupunginhallituksen päätöksistä ja linjauksista tiedottaa yleensä kaupunginhallituksen puheenjohtaja ja kaupunginjohtaja ellei muuta sovita.

Normaalista kokouspäätöksistä tiedottaa **toimielimen esittelijä tai sihteeri**. Toimielinten kokouksista kerrotaan päätökset, mahdolliset äänestykset mutta toimielimessä käytyjä keskusteluja ei referoida.

Jos järjestetään tiedotustilaisuus, se toteutetaan kaikille tiedotusvälineille samaan aikaan ja tasapuolisesti. Kutsu tiedotustilaisuuteen toimitetaan ajoissa.

Jos jokin tiedotusväline on itse keksinyt jonkin teeman tai aiheen, josta se haluaa tehdä artikkelin tai haastattelun, mediaa kunnioitetaan, eikä kerrota muille tiedotusvälineille.

Yleisperiaate viestinnässä ja tiedottamisessa on avoimuus, aktiivisuus ja oma-aloitteisuus. Tämän tyypisestä toiminnasta hyötyvät kaikki.

Jokainen toimiala voi myös aktiivisesti ryhtyä nk. **markkinointiviestintään eli** markkinoimaan omaa palveluaan.

Se lisää tunnettuutta, luo henkilöstölle motivaatiota ja kasvattaa ammattitaitoa. Muutamia kaupungin työyksiköitä toimivat jo jonkin verran markkinointiviestinnän alueella.

## **HORISONTAALINEN VUOROPUHELU**

**Sosiaalinen media** on uusi, tehokas ja edullinen väline, joka oikein hyödynnettynä palvelee kaikilla viestinnän sektoreilla. Sosiaalisessa mediassa korostuu yhteisöllisyys, läsnäolo ja kohtaaminen.

Kaksisuuntaisena se tarjoaa erinomaisen foorumin nopealle tiedonvälitykselle ja välittömälle palautteelle. Sosiaalinen media vaatii persoonaa, mielipiteitä, näkökulmia ja säännöllistä läsnäoloa. Sosiaalisen median hyödyntäminen kaupungin tiedotuksessa vaatii persoonan, joka on valmis pistämään itsensä likoon, osallistumaan keskusteluun säännöllisesti ja huolehtimaan siitä, että sosiaalisessa mediassa esille nousseet kansalaisten toiveet menevät organisaatiossa valmistelijoiden ja päätöksentekijöiden tietoon.

Sosiaalisen median käyttöön kannustetaan.

## **SISÄINEN VIESTINTÄ**

Sisäinen viestintä on organisaation sisällä tapahtuvaa henkilöiden, henkilöstöryhmien ja eri toimintayksiköiden välistä tiedonkulkua. Avoin ja nopea tiedonkulku parantaa työilmapiiriä ja vahvistaa yhteisöidentiteettiä.

Toimiva viestintä on aina kaksisuuntaista. Tieto motivoi, sitouttaa ja luo tavoitteellisen ilmapiirin. Epätietoisuuden vaikutukset ovat päinvastaiset. Jos sisäinen viestintä epäonnistuu, huhut korvaavat hiljaisuuden tai puutteelliset tiedot.

Sisäisen viestinnän toimivuudesta vastaa kunkin toimialan **toimialajohtaja** ja työyksikössä **jokainen esimies**.

Viestintä on tärkeä johtamisen väline.

Ajan tasalla ja ennakoiva tiedottaminen ja viestintä on muutostilanteissa keskeinen. Työntekijän on tiedettävä mitä yksikössä tapahtuu ja mitä muutoksia on tulossa.

Sisäinen viestintä on **vuorovaikutusta** eli tarkoittaa myös sitä, että esimies vastaa aina työntekijöiden kysymyksiin, puheluihin ja sähköposteihin kohtuujassa. Jos ei ehdi heti vastaamaan, on syytä edes ilmoittaa, koska on tavattavissa tai koska vastaa kysymyksiin.

Viestintä on organisaation **keskustelukulttuuria** ... mitä ja miten meillä puhutaan.

Sisäisen viestinnän välineitä ovat sisäinen intranet, sähköposti ja puhelin, mutta merkittävin väline on **kasvokkain** kohtaaminen. Tuolloin välittyvät myös viestinnässä oleelliset seikat kuten käytös, ilmeet ja eleet.

Sisäisessä viestinnässä, yleensä johtamisen ja toiminnan kehittämisessä yhdessä prosessointi vahvistaa työyhteisön toimintakulttuuria ja sitouttaa yhteiseen tavoitteelliseen toimintaan. Siksi **prosessinomainen työtappaa** on myös viestinnän osalta korostettava.

## **MITEN VIESTINTÄ TAPAHTUU ARJESSA?**

**Milloin on syytä tiedottaa?** (aina kun on ajankohtaista kerrottavaa kuntalaisille)

**Mitä voidaan tiedottaa?** (yleisperiaate on, että kaikista asioista voidaan tiedottaa, huomioiden salaiset asiat, jokaisen toimialan on selvitettävä oman toimialansa osalta lainsäädännön määräykset koskien salassapitoa ym. seikkoja)

**Kuka tiedottaa?** (jokainen toimialajohtaja vastaa oman toimialansa tiedottamisesta ja sen toimivuudesta mutta eri asioihin voidaan nimetä vastuuhenkilöt, joiden tehtäviin kuuluu tiedottaminen)

**Kenelle tiedotetaan?** (kaikille, jota asia koskee tai jos se on yleinen kuntalaisia koskeva asia, päätös jne.. tiedotetaan normaalia tiedotuskanavia käyttäen kaikille tiedotusvälineille yhtä aikaa)

**Mitä välineitä käytetään?** (kotisivut, intra, lehdistö, ym.. tilanteen mukaan)

**Miten palaute otetaan vastaan ja miten reagoidaan?** (kaikki palaute on ko. vastuuhenkilön käytävä läpi ja vastattava jos palaute on asiallinen ja siihen liittyy kysymyksiä; suositellaan sosiaalisen median käyttöä keskustelukanavana!)

## **KRIISIVIESTINTÄ**

Kriisiviestintä on niin merkittävä kaupungin toiminnoissa, että siitä on toimialoilla ja koko kaupunkikonsernilla erilliset, yksityiskohtaiset ohjeet, jotka on laadittu poikkeusoloja varten.

## **VIESTINNÄN JA TIEDOTUSTOIMINNAN TOIMIVUUDEN SEURANTA**

Toimiva viestintä ja tiedotustoiminta edellyttää, että sitä **seurataan ja arvioidaan** säännöllisesti. Seuranta tehdään sisäisen viestinnän osalta henkilöstökyselyillä ja vuosittain käytävissä kehityskeskusteluissa.

Ulkoisen viestinnän ja tiedotustoiminnan toimivuutta seurataan asukas/asiakas kyselyillä.

Seurannan tuloksia arvioidaan riittävän usein. Ulkoisen viestinnän toimivuutta esim. hallituskausittain.

Sisäisen viestinnän toimivuuden tuloksia arvioidaan samalla, kun tehdään esim. henkilöstön työtyytyväisyyttä koskevat kyselyt.

Ulkoisen ja sisäisen viestinnän seurannan toteuttamisesta vastaa hallintojohtaja.

Seurannan tulokset kerrotaan sekä luottamushenkilöille että koko henkilöstölle.

# VIESTINNÄN HUONEENTAULU

PUHU IHMISTEN KIELTÄ

OTA KÄYTTÖÖN HYVÄT KÄYTÖSTAVAT

OLE TAVOITETTAVISSA

OTA AVOIMESTI VASTAAN PALAUTE

KOHTELE ASIAKASTA KUTEN HALUAISIT ITSEÄSI KOHDELTAVAN

MIETI MITÄ SANOT, MITEN SANOT TAI MITÄ JÄTÄT SANOMATTA

OLE AVOIN

PYSY TOTUUDESSA – KERRO TOSIASIAT, EPÄMIELUISATKIN

MUISTA LAKI JA ETIIKKA

PIDÄ SANASI

MUISTA, ETTÄ EDUSTAT KAUPUNKIA MYÖS VAPAA-AIKANASI

VIESTINTÄ ON MIELIKUVIA - NIIN ON JOS SILTÄ NÄYTTÄÄ