

VIESTINTÄSUUNNITELMA

Halkokankaan asukasyhdistys ry

2025

Johdanto

- ▶ Halkokankaan asukasyhdistys ry on Halkokankaan asukkaille tarkoitettu yhdistys. Yhdistyksen tarkoituksena on edistää ja kehittää Halkokankaan asukkaiden yhteistyötä, sekä vaalia ja edistää asuinalueen kehittymistä ja asukkaiden viihtyvyyttä.
- ▶ Viestintäsuunnitelman laatiminen säästää aikaa viestinnän toteuttamisessa, kun on määritelty mistä asioista viestitään ja mitä; kenelle viestitään, missä kanavassa, milloin ja kuka viestii.
- ▶ Säännöllinen, ajantasainen ja avoin viestintä antaa asukasyhdistyksestä luotettavan ja aktiivisen kuvan. Se toimii etuna myös jäsenhankinnassa.
- ▶ Eri kanavia kannattaa hyödyntää viestinnässä aktiivisesti, sillä kaikki yhdistyksen jäsenet tai sen toiminnasta kiinnostuneet eivät käytä kaikkia välineitä (esim. Facebook).
- ▶ Yhdistyksen sisäinen viestintä kertoo yhdistyksen toiminnan elinvoimaisuudesta. Sisäinen viestintä on tiedottamista, joka samalla vahvistaa ihmisten joukkoon kuulumista, yhteisöllisyyttä ja mahdollisuutta vaikuttaa. Aktiivinen ja hyvä viestintä lisää jäsenten tyytyväisyyttä.
- ▶ Parhaimmillaan sisäinen viestintä on jäsenten kuuntelemista ja uuden oppimista.

MITÄ JA MIKSI? Viestinnän tavoitteet

- ▶ Yhdistyskuvan luominen
- ▶ Toiminnan näkyväksi tekeminen ja esille tuominen
- ▶ Vaikuttaminen ja vuorovaikutus jäsenten (alueen asukkaiden) kanssa
- ▶ Yhteisön tavoittaminen ja kohtaaminen
- ▶ Aktiivisen keskustelun aloittaminen
- ▶ Verkostojen muodostaminen
- ▶ Jäsenhankinta
- ▶ Osallistujien saaminen tapahtumiin
- ▶ Tavoitettavuus: monipuolisten viestintäkanavien käyttäminen

KENELLE? Viestinnän kohderyhmät

- ▶ Jäsenviestintä
 - ▶ Jäsenistä huolehtiminen ja jäsenten kohtaaminen
 - ▶ Nykyiset jäsenet; jäsenistä huolehtiminen
 - ▶ Uusjäsenhankinta; toiminnasta tiedottaminen, liittymisen eduista kertominen (esim. jäsenvarat käytetään suoraan alueen kehittämiseen)
- ▶ Kunta
 - ▶ Alueen kehittäminen
- ▶ Muut yhteistyötahot?

MISSÄ? Viestintäkanavat

1. Ulkoinen viestintä

ULKOINEN VIESTINTÄ

- ▶ Nettisivut
 - ▶ Yhdistyksen yleiset tiedot, ei aktiivista ajantasaispäivitystä
 - ▶ cPanel
- ▶ Paikallismedia
 - ▶ Tapahtumatiedot yleisötapahtumiin, toiminnan aktiivisuus
 - ▶ Lähinnä Petäjävesi-lehti; pihakirppiksestä tiedotetaan laajemmin Keski-Suomeen

MISSÄ? Viestintäkanavat

2. Sisäinen viestintä

SISÄINEN VIESTINTÄ, jäsenet

- ▶ Nettisivut
 - ▶ Yhdistyksen yleiset tiedot, ei aktiivista ajantasaispäivitystä
- ▶ Facebook-ryhmä
 - ▶ Ajantasaiset tiedot, vuorovaikutuksen luominen
- ▶ Sähköposti
 - ▶ Sääntömääräiset kokoukset, isommat tapahtumat (1-2 per vuosi)
- ▶ Suorapostitus
 - ▶ Sääntömääräiset kokoukset, tapahtumat (2-5 per vuosi)
- ▶ Whatsapp-ryhmä
 - ▶ Aktiivinen keskustelu, nopean tiedotuksen asiat, vuorovaikutuksen luominen

Lisäksi hallitus viestii s-postin ja whatsapp-ryhmän välityksellä; eri toimikunnille on myös luotu omat whatsapp-ryhmät.

MILLOIN JA KUKA? Viestinnän vastuut 1/2

Viestinnän vastuuhenkilöt, 2024

- ▶ Tiedottaja: Teija Metso
- ▶ Tapahtumavastaava: Kristiina Makkonen
 - ▶ Lisäksi: Riina Väyrynen, Teija Metso, Hanna Jaatinen, Kati Jaatinen, Niina Kelloniemi
- ▶ Hallitus
 - ▶ Puheenjohtaja: Jari Lehtinen
 - ▶ Sihteeri: Teija Metso
 - ▶ Varapuheenjohtaja: Riina Väyrynen
 - ▶ Rahastonhoitaja: Toni Tervola
 - ▶ Jäsenet: Kristiina Makkonen, Hanna Jaatinen, Kati Jaatinen
 - ▶ Varajäsenet: Janne Sepponen, Niina Kelloniemi

MILLOIN JA KUKA? Viestinnän vastuut 2/2

- ▶ Nettisivut: Tiedottaja, päivitys 1-2 krt / vuosi
- ▶ Facebook: Tiedottaja ja/tai tapahtumavastaava/t, tapahtumien yhteydessä
- ▶ Sähköposti: Sihteeri, isompien tapahtumien + kokousten yhteydessä
- ▶ Suorapostitus: Tiedottaja + mainoksen jaot sovitaan erikseen, isompien tapahtumien ja kokousten yhteydessä
- ▶ Whatsapp-ryhmä: Tiedottaja ja/tai tapahtumavastaava/t; aktiivisessa keskustelussa mukana koko hallitus
- ▶ Paikallismedia: Tiedottaja, lähinnä pihakirppiksen yhteydessä
- ▶ Kommenttivastaavat (Facebook, Whatsapp): Koko hallitus

MITEN? Viestinnän toteutus käytännössä

- ▶ Jäsenviestintä (Facebook-ryhmä, s-posti, suorapostitus)
 - ▶ Facebook on yhdistyksen ensisijainen tiedotuskanava - nettisivuilta ohjaus Facebookiin
 - ▶ Päämääränä tavoitettavuus ja monikanavainen viestintä (ts. kaikki jäsenet eivät ole Facebookissa); isoimmat tapahtumat viestitään kaikissa kanavissa
 - ▶ Facebookissa lisäksi esim. alueen kehittämiseen liittyvää tiedotusta ja keskustelunavauksia
 - ▶ Suorapostitukset tukevat myös jäsenhankintaa: Aina mukaan tieto jäsenyyden hyödyistä.
- ▶ Yhteisöllinen viestintä
 - ▶ Whatsapp ei toimi ensisijaisena tiedotuskanava asukasyhdistykselle, vaan enemmänkin yhteisön keskustelukanavana; matalan kynnyksen väylä myös alueen asukkailla itsellään avata keskustelua
- ▶ Nettisivut
 - ▶ Yhdistyksen toiminnan esittely
 - ▶ Ohjaus Facebookiin, josta ajantasaiset tapahtumatiedot ts. nettisivuja ei päivitetä aktiivisesti (päivitys 1-2 krt / vuosi)

Sisältöstrategia

- ▶ Painotetaan jäsenille tarjottavia hyötyjä, kuten tapahtumia ja jäsenmaksujen käyttöä suoraan alueen asukkaiden hyväksi (esim. leikkipuistoon hankittavat lelut, yhteiset lainattavat liikuntavälineet sekä alueen asukkaille järjestettävät tapahtumat).
- ▶ Korostetaan yhdistyksen roolia alueen yhteisön rakentajana ja edunvalvojana.
- ▶ Kannustetaan jäseniä osallistumaan aktiivisesti yhdistyksen tapahtumiin ja toimintaan sekä keskusteluun.

Yhdistyksen visuaalinen ilme

- ▶ Tällä hetkellä asukasyhdistyksellä ei ole olemassa visuaalista ilmettä tai graafista ohjeistoa.
- ▶ Graafisen ohjeistun määrittäminen vaatisi minimissään:
 - ▶ Logo
 - ▶ Logosta on järjestetty logokilpailu alkuvuodesta 2025 ja uusi logo otetaan käyttöön keväällä 2025. Myöhemmin visuaalista ilmettä voidaan luoda uuden logon ympärille.
 - ▶ Värimaailma
 - ▶ Typografia
- ▶ Mikäli visuaalinen ilme määritellään, jatkossa materiaalit tulisi tuottaa visuaalisen ilmeen mukaan.
 - ▶ Plussat: Kaikki materiaalit olisivat tunnistettavia ja yhdistettävissä asukasyhdistykseen; uusien materiaalien tuotanto olisi vaivattomampaa (voisi käyttää esim. mallipohjia); viestintä olisi yhtenäisempää (vrt. nykyinen hajanainen kokonaisuus).
 - ▶ Miinukset: Visuaalisen ilmeen määrittely vaatii aikaa ja vaivaa; verkkosivut vaatisivat uudistamista, joka on iso projekti.

Ideoita jatsoon

- ▶ Viestinnän vuosikello: Mitä viestitään ja milloin?
- ▶ Vastuunjako: Kuka vastaa viestinnän eri osa-alueista? Millaista viestintäosaamista yhdistyksestä löytyy?
- ▶ Jäsenkysely: Miten jäsenet haluavat saada tietoa yhdistyksen toiminnasta? Millaista tietoa jäsenet haluavat saada?
- ▶ Materiaalit: Kun yhdistyksellä on logo, voidaan painaa yhdistyksen omia tuotteita, esim. t-paita, kangaskassi.
- ▶ Avoin viestintä ja päätöksenteko: Kokouspöytäkirjat tai niiden tiivistelmät jakoon esim. Facebookiin.
- ▶ Jäsenten aktivointi: Erilliset kehittämistapaamiset (ns. vuosikokouksen ulkopuolelta).
- ▶ Sisällöntuotanto: Erillinen blogityyppinen sivu verkkosivuille, jonka alle kootaan tapahtumiin liittyvät tekstisisällöt jatkossa.

Viestintäsuunnitelman päivitys

- ▶ Halkokankaan asukasyhdistys ry:n ensimmäinen viestintäsuunnitelma on luotu keväällä 2024.
- ▶ Viestintäsuunnitelma päivitetään jatkossa vuosittain, vuosikokouksen yhteydessä. Tämä versio on päivitetty maaliskuussa 2025.
- ▶ Viestintäsuunnitelman pohjana käytetään samaa dokumenttia, mutta sitä on tarkoitus kehittää ja jalostaa eteenpäin tulevina vuosina.
- ▶ Ajantasainen viestintäsuunnitelma löytyy myös yhdistyksen kotisivuilta.