

Pöytyä

Pöytyän kunnan viestintäsuunnitelma

LUONNOS
Pöytyällä marraskuussa 2025

Sisällysluettelo

Johdanto	3
1. Viestinnän periaatteet ja tavoitteet	3
2. Viestinnän kohderyhmät – Kenelle viestitään?	4
3. Brändi ja graafinen ohjeistus – Miten viestitään?	4
4. Viestintäkanavat – Missä viestitään?	5
5. Viestintätilanteet	8
6. Vastuut ja resurssit – Kuka viestii?	9
7. Viestinnän seuranta ja kehittäminen	9
8. Yhteenveto	10

Johdanto

Pöytyän kunnan viestintäsuunnitelma tukee kuntastrategiaa, palvelujen saavutettavuutta ja avoimuutta. Hyvin suunniteltu ja toteutettu viestintä auttaa henkilöstöä, kuntalaisia ja sidosryhmiä pysymään ajan tasalla ja osallistumaan kunnan toimintaan.

Suunnitelma toimii:

- kunnan johdon ja henkilöstön työvälineenä viestinnässä
- toimialojen pohjana omille tarkemmille suunnitelmille
- viestintätiimin kehittämisen ja koordinoinnin tukena

Viestintä osana kuntastrategiaa

Kuntastrategian 2023–2028 visio on *”Vastuullinen kasvukunta”*. Arvot *turvallisuus, osaaminen ja rohkeus* ohjaavat kunnan toimintaa ja päätöksentekoa. Viestintä tukee strategiaa tekemällä sitä näkyväksi arjessa ja päätöksenteossa:

- **Viestinnän tavoitteet** linkittyvät strategian painopisteisiin. Esimerkiksi elinvoiman edistämistä voidaan tukea viestimällä yritystoiminnan mahdollisuuksista Pöytyällä, kuntabrändistä ja tonttimarkkinoinnista.
- **Arvoviestintä** tekee arvot näkyviksi käytännön toiminnassa ja viestinnässä. Esimerkiksi päätöksistä viestittäessä voidaan avata, miten arvot ovat vaikuttaneet valmisteluun tai ratkaisuun.
- **Osallisuus ja avoimuus:** Strategiassa on myös toimenpiteitä päätöksenteon osallistavuuden lisäämiseksi. Viestintäsuunnitelman ja käytännön viestinnän tulisi tukea näitä tavoitteita.

1. Viestinnän periaatteet ja tavoitteet

Viestintää ohjaavat yhteiset periaatteet, jotka varmistavat sen johdonmukaisuuden, laadun ja saavutettavuuden. Kuntalaki velvoittaa tiedottamaan siten, että asukkailla on mahdollisuus saada tietoa ja osallistua kunnan toimintaan.

Viestinnän periaatteet

- **Avoimuus:** päätökset ja tieto jaetaan läpinäkyvästi ja oikea-aikaisesti.
- **Kohderyhmälähtöisyys:** viestintä suunnitellaan eri yleisöjen tarpeista käsin.
- **Ajankohtaisuus ja saavutettavuus:** tieto on helposti löydettävää ja ymmärrettävää.
- **Monikanavaisuus:** käytetään eri kanavia tarkoituksenmukaisesti, yhtenäisellä äänenävyllä ja visuaalisella ilmeellä.

Viestinnän tavoitteet

- Tiedottaa päätöksistä ja palveluista selkeästi ja ajantasaisesti.
- Lisätä kuntalaisten vuorovaikutusta ja osallisuutta.
- Parantaa Pöytyän tunnettuutta ja vetovoimaisuutta.
- Tuoda kuntastrategia näkyväksi arjen viestinnässä.
- Varmistaa avoin ja toimiva sisäinen viestintä.

2. Viestinnän kohderyhmät – Kenelle viestitään?

Pöytyän kunta palvelee monenlaisia toimijoita. Viestintä suunnataan eri ryhmille heidän tarpeidensa mukaan:

- kuntalaiset
- kunnan henkilöstö ja luottamushenkilöt
- kunnassa toimivat yritykset ja yrittäjät
- paikalliset yhdistykset, järjestöt, seurat
- muut yhteistyökumppanit ja viranomaiset
- potentiaaliset uudet asukkaat
- potentiaaliset uudet yritykset
- matkailijat
- media

3. Brändi ja graafinen ohjeistus - Miten viestitään?

Pöytyän viestintä ja markkinointi perustuu brändin kolmeen ominaispiirteeseen: juureva, vahva ja valoisa. Tämä näkyy kaikessa viestinnässä ja visuaalisessa ilmeessä. Yhtenäistä visuaalista ja viestinnällistä ilmettä tulee käyttää kaikissa materiaaleissa. Se vahvistaa Pöytyän identiteettiä, lisää luottamusta ja helpottaa viestinnän tunnistettavuutta. Käytössä on vuonna 2024 uudistettu brändi ja logo, jotka pohjautuvat Hansdotterin suunnittelemaan visuaaliseen identiteettiin ja sloganiin ”Tilaa olla vapaa.”

Brändikirja sisältää ohjeet logon, värien, typografian, kuvatyylin ja kuosin käytöstä sekä äänensävyyn soveltamisesta. Materiaalit löytyvät yhteiseltä verkkolevyltä: (yhteiset → graafinen ohjeisto).

Äänensävy

Pöytyän brändikirjassa on määritelty äänensävy, joka ohjaa viestintää. Viestintä heijastaa brändin luonnetta ollen juurevaa, vahvaa ja valoisaa. Asioista kerrotaan helposti ymmärrettävästi ja arvostavasti. Viestintä on aktiivista ja innostavaa.

Tilanteen mukaan käytetään me-muotoa sekä aktiivista ja selkeää kieltä. Virallisissa yhteyksissä, kuten asiakirjoissa, sävy on muodollisempi.

4. Viestintäkanavat – Missä viestitään?

Kunnan viestintä perustuu monikanavaisuuteen, jotta eri kohderyhmät tavoitetaan tehokkaasti ja oikea-aikaisesti. Kanavia käytetään tarkoituksenmukaisesti ja brändin mukaisesti. Pöytyä kuulostaa ja näyttää samalta kaikkialla ja on tunnistettava.

Viestintä perinteisesti jaetaan sisäiseen ja ulkoiseen viestintään.

Sisäinen viestintä

Sisäinen viestintä tukee yhteisöllisyyttä, työn sujuvuutta sekä avointa ja ajantasaista tiedonkulkua. Sen tehtävänä on varmistaa, että henkilöstö ja luottamushenkilöt tietävät, mitä kunnassa tapahtuu ja miksi. Lisäksi on tärkeää seurata kunnan virallista viestintää, kuten kunnanhallituksen, valtuuston ja lautakuntien päätöksiä, sillä niissä käsitellään usein myös henkilöstöön ja työtehtäviin vaikuttavia asioita.

Hyvin toimiva sisäinen viestintä lisää henkilöstön osallistumista ja vaikutusmahdollisuuksia, vahvistaa yhteistä ymmärrystä kunnan tavoitteista sekä tukee työhyvinvointia ja luottamusta organisaatiossa.

Keskeiset kanavat:

- **Intranet:** ajankohtaistiedotus, ohjeet ja sisäiset tiedotteet.
- **Sähköposti ja uutiskirjeet:** ajantasainen tiedotus ja muistutukset.
- **Jaettu verkkokansio:** yhteiset dokumentit ja työkalut.
- **Teams ja sisäiset ryhmät:** nopea tiedonvaihto, kokoukset ja yhteisöllinen vuorovaikutus.
- **Puhelinviestintä:** henkilökohtainen ja nopea tiedonvälitys.
- **Henkilöstöpalaverit ja infot:** kasvokkainen viestintä ja vuoropuhelu.
- **Esihenkilöviestintä:** keskeinen tiedon välittäjä ja keskustelun mahdollistaja.

- **Mediapankki:** kuvia kunnasta median ja kunnan käyttöön. Ohjeet ja linkki intranetissä. <https://mediapankki.poytya.fi/kuvat/poytya/>

Ulkoinen viestintä

Ulkoinen viestintä tekee kunnan toiminnan, päätöksenteon ja palvelut näkyviksi ja ymmärrettäviksi. Sen tehtävänä on lisätä avoimuutta ja osallisuutta, vahvistaa Pöytyän mainetta ja rakentaa luottamusta kuntalaisien, sidosryhmien ja yhteistyökumppaneiden kanssa.

Ulkoinen viestintä tukee kunnan elinvoimaa ja vetovoimaa kertomalla, mitä Pöytyä tarjoaa asukkaille, yrityksille ja vierailijoille. Hyvin toteutettu viestintä on ajantasaista, saavutettavaa ja vuorovaikutteista. Se tuo esiin kunnan vahvuudet ja arjen hyvät teot tavalla, joka vahvistaa Pöytyän myönteistä ja tunnistettavaa mielikuvaa kaikissa kanavissa.

Keskeiset kanavat:

- **Verkkosivut (poytya.fi):** virallinen ja ajantasainen tiedonlähde, palvelut, päätösasiakirjat ja uutiset.
- **Sosiaalinen media:** arjen tarinat, tapahtumat, vuorovaikutus kuntalaisien kanssa ja brändin vahvistaminen.
- **Lehdistötiedotteet ja media:** ajankohtaiset uutiset, haastattelut ja kunnan toiminnan näkyvyys. Liitteenä tiedotteen laatimisen ohje.
- **Kuntatiedote ja uutiskirjeet:** säännöllinen ajankohtaisviestintä kuntalaisille ja yrittäjille.
- **Tapahtumat ja yleisötilaisuudet:** suora vuorovaikutus ja osallisuuden vahvistaminen.
- **Ilmoitustaulut ja painetut tiedotteet:** poikkeus- ja kriisitilanteet, tapahtumamainokset.

Oheiseen taulukkoon on koottu keskeiset kanavat, niiden käyttötarkoitus sekä vastuuhenkilöt.

Kanava	Käyttötarkoitus	Vastuu
verkkosivut (poytya.fi)	kunnan virallinen tiedotus, palvelut, päätösasiakirjat, brändin vahvistaminen	toimialat, verkkosivujen kehittämissiimi
intranet	sisäinen viestintä, ohjeet, ajankohtaiset asiat	toimialat
sosiaalinen media	ajankohtaisviestintä, vuorovaikutus ja positiivisen kuntakuvan rakentaminen	viestintätiimi
uutiskirjeet	ajankohtaisviestintä kuntalaisille ja yrittäjille	hallinto (toimistosihteeri, kehittämisspäälikkö)
kuntatiedote	painettu tiedotuslehti kuntalaisille	kulttuurisihteeri, kehittämisspäälikkö
tapahtumat ja tilaisuudet	henkilökohtainen vuorovaikutus ja osallisuus	toimialat
media (tiedotteet, haastattelut)	näkyvyys ja luottamuksen vahvistaminen	toimialat
paperitiedotteet, ilmoitustaulu	erityisesti kriisi- ja poikkeus-tilanteissa	toimialat

Sosiaalisen median linjaukset

Pöytyän kunta viestii aktiivisesti sosiaalisessa mediassa: Facebook- ja Instagram-tileillä (@poytyankunta). Profiili on myös YouTubessa, TikToksissa ja LinkedInissä.

Lisäksi toimialoilla on myös omia kanavia, kuten kouluilla, lukiolla, Auranmaan opistolla ja palveluilla (esimerkiksi kirjastot, nuorisopalvelut ja yrityspalvelut).

Kanavia käytetään muun muassa kunnan ajankohtaisten uutisten ja tapahtumien jakamiseen, osallistamiseen ja kuntabrändin vahvistamiseen. Sosiaalisen median nopean rytmin vuoksi kanavia seurataan arkipäivisin ja palautteisiin vastataan viivytyksettä.

Kunnan aihetunnisteet erityisesti Instagramissa ovat #Pöytyä, #PöytyänKunta, #TilaaOllaVapaa. Tarkempi ohjeistus sosiaalisen median käytöstä on viestintäsuunnitelman erillisenä liitteenä.

5. Viestintätilanteet

Viestintää toteutetaan erilaisissa tilanteissa, jotka vaativat erilaista lähestymistapaa:

- **Arjen viestintä** on selkeää ja säännöllistä viestintää palveluista, päätöksistä ja tapahtumista.
- **Valmistelu- ja päätösviestintä**

Kunnan valmistelu- ja päätösviestinnän lähtökohtana on avoimuus, ennakoitavuus ja luottamuksen vahvistaminen. Huolellinen viestintä asioiden valmistelusta saa näkyvyyttä, tekee asiat tutuiksi prosessin kuluessa ja helpottaa päätösvaiheen viestintää. Valmisteltavasta asiasta kerrotaan tavoitteet, valmistelun eteneminen, vaihtoehtojen vaikutukset ja osallistumismahdollisuudet.

Valtuuston ja kunnanhallituksen esityslistat ja pöytäkirjat julkaistaan kunnan tietopalvelussa (Dynasty) ja toimitetaan medialle. Myös muiden toimielinten asiakirjat julkaistaan tietopalvelussa. Asiakirjoihin merkitään valmistelija tai lisätietoja antava henkilö. Asiakirjat tulee säilyttää verkossa kahden vuoden ajan.

Valtuuston kokoukset ovat avoimia ja kokous myös striimataan paikan päällä verkkoon kunnan YouTube-kanavalle (ei tallennetta). Kokousten jälkeen päätöksistä tiedotetaan keskitetysti ja pöytäkirjat julkaistaan tietopalvelussa. Suljettujen kokousten käsittely on luottamuksellista. Pöytäkirjat, viranhaltijapäätökset ja valitusohjeet julkaistaan kuntalain mukaisesti.

Julkiset kuulutukset julkaistaan ensisijaisesti kunnan verkkosivuilla ja tarvittaessa muissa kanavissa. Kuulutuksissa kerrotaan, mitä asia koskee, missä ja mihin asti asiakirjat ovat nähtävillä sekä kuulutuksen julkaisemispäivä. Asiakirjat pidetään nähtävillä lain edellyttämän ajan (yleensä 14 tai 30 vuorokautta). Salassa pidettäviä tietoja ei julkaista verkkosivuilla.

- **Kriisiviestintä** edellyttää usein nopeaa reagointia ja viestintää. Erillinen kriisiviestintäsuunnitelma on valmistelussa.
- **Kampanja- ja projektiviestintä** on tavoitteellista ja visuaalisesti yhteinäistä viestintää. Esimerkiksi palvelujen lanseeraus, tonttimarkkinointi, yhteistyöprojektien näkyväksi tekeminen.
- **Strategiaviestintä:** kunnan strategian ja sen painopisteiden näkyväksi tekeminen arjen teoissa ja viestinnässä.

6. Vastuut ja resurssit – kuka viestii?

Kunnanhallitus johtaa kunnan viestintää, määrittää sen linjat ja nimeää vastuuhenkilöt. Se hyväksyy viestinnän periaatteet ja seuraa strategian näkyvyyttä. *

Toimialat vastaavat oman alueensa viestinnästä. Esihenkilöt ja viranhaltijat huolehtivat omien vastuualueidensa tiedonkulusta ja viestivät selkeästi sekä avoimesti. Toimielimet edistävät avoimuutta ja läpinäkyvyyttä valmistelussa ja päätöksenteossa.

Kehittämispäällikkö vastaa kuntamarkkinoinnista ja koordinoi perustettavaa viestintätiimiä, joka tukee toimialoja ja kehittää kunnan viestintää erityisesti sosiaalisen median osalta. ICT-palvelut varmistavat verkkosivujen saavutettavuuden ja teknisen toimivuuden, ja verkkosisällön kehittämistiimi huolehtii kunnan verkkosivujen sisällöstä.

Jokainen kunnan työntekijä on viestijä omassa roolissaan ja edustaa kuntaa sen arvojen mukaisesti. Luottamushenkilöt toimivat viestintäviejinä verkostoissaan.

Ulkopuolisia kumppaneita ja ostopalveluja käytetään tarvittaessa tukemaan viestintää esimerkiksi kampanjoissa ja koulutuksissa.

(*lähde: Pöytyän kunnan hallintosäätö, 1.luku Kunnan johtaminen, 6 § Kunnan viestintä).

7. Viestinnän seuranta, arviointi ja kehittäminen

Viestinnän laatua ja vaikuttavuutta tulee seurata säännöllisesti, jotta toimintaa voidaan kehittää ja suunnata oikein. Seurannan avulla arvioidaan tavoitteiden saavuttamista ja tunnistetaan kehittämiskohteita.

Seurannan työkaluja ja mittareita

Viestinnän vaikutuksia voidaan arvioida monin tavoin. Käytettäviä mittareita ja työkaluja voivat olla esimerkiksi:

- kuntalaisten ja sidosryhmien palaute
- henkilöstön tyytyväisyyskyselyt ja muu palaute
- kuntalaisten keskustelun ja osallistumisen seuranta
- verkkosivujen analytiikka (kävijämäärät, käyttäjäkokemus)
- sosiaalisen median tavoitavuus ja sitoutuminen
- medianäkyvyys ja -seuranta
- bränditutkimukset ja imagokyselyt
- kampanjoiden raportit ja tulokset

Mittarit valitaan tarkoituksenmukaisesti, kunnan resursseihin ja tavoitteisiin nähden. Niiden avulla viestinnän laatua ja vaikuttavuutta voidaan kehittää pitkäjänteisesti.

Jokainen toimiala määrittelee omat viestinnän painopisteensä ja seuraa tuloksia myös kuntastrategian teemojen mukaisesti.

Kehittämisen painopisteet

Viestintää kehitetään jatkuvasti kuntalaisten palautteen, strategisten tavoitteiden ja toimintaympäristön muutosten pohjalta.

- Viestintä- ja sisällöntuotantotaitojen vahvistaminen (esim. koulutukset)
- Brändiohjeistuksen jalkauttaminen ja materiaalipohjien saatavuuden varmistaminen
- Digiviestintätaitojen kehittäminen ja tekoälyn vastuullinen hyödyntäminen
- Viestinnän vaikuttavuuden mittariston kehittäminen
- Viestintätiimin perustaminen ja sen säännöllinen työskentely

8. Yhteenveto

Pöytyän kunnan viestintäsuunnitelma tarjoaa raamit johdonmukaiselle ja tavoitteelliselle viestinnälle. Toimiva viestintä tukee kuntastrategiaa, vahvistaa osallisuutta ja palvelujen saavutettavuutta.

Viestintää kehitetään jatkuvasti, jotta se pysyy ajantasaisena, saavutettavana ja vaikuttavana. Suunnitelma tukee myös uudistetun graafisen ilmeen jalkauttamista ja yhtenäistä kunnan viestintää kaikissa kanavissa.

Suunnitelman avulla Pöytyän kunta rakentaa entistä avoimempaa, osallistavampaa ja luottamusta vahvistavaa vuorovaikutusta niin kuntalaisten, henkilöstön, yritysten kuin muidenkin sidosryhmien kanssa.

LIITTEET

Sosiaalisen median ohjeistus henkilöstölle
Tiedotteen laatimisen ohje