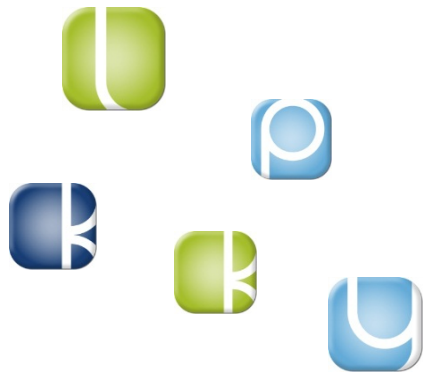


MITÄ VOI JA MITÄ KANNATTAÄ TEHDÄ ITSE



Länsi-Pirkanmaan koulutuskuntayhtymä

Petäjä-opisto / Olli Ruohomäki

12.10.2012



Viestinnällä on monia tehtäviä

- **Tiedottaa** tulevista tai saatavilla olevista palveluista tai muutoksista niissä
- **Viestiä** kaksisuuntaisesti opiskelijoiden, kumppanien, tilaajien ja henkilöstön kesken
- **Luodata** asiakkaiden, omistajien, tilaajien ja verkostojen toiveita, tavoitteita ja kokemuksia
- **Rakentaa profiilia** – muistuttaa olemassaolosta, vahvistaa myönteistä julkikuvaa, kertoa vahvuuksista ja tulevista kehitysaskelista



Kolmenlaisia viestintäkanavia

- 1. Kasvokkainen** neuvottelut, palaverit, tapaamiset, juhlat (henkilökohtaisin, sanomat nopeimmin muodostettavia, välitön vuorovaikutus, vaatii eniten aikaa/vastaanottaja)
- 2. Sähköinen** puhelin, sähköposti, nettisivut, sosiaalinen media, uutiskirjeet (vähemmän henkilökohtainen, sanomat usein laadittava etukäteen, rajallinen vuorovaikutus, palaute usein viipeellä, vaatii vähemmän aikaa/vastaanottaja)
- 3. Printti** esitteet, lehti-ilmoitukset, tiedotteet (yksisuuntainen, sanomat laadittava etukäteen, vaatii vähiten aikaa/vastaanottaja, julkaisun kustannukset)



Keskeisiä käsitteitä

- **Sanoma** - viestin koko sisältö
- **Viesti** - sanoman keskeinen sisältö
- **Muoto** - ulkoasu, tyyli, graafinen ilme, jakeluformaatti
- **Kanava** – kasvokkainen, sähköinen tai printti
- **Media** - viestintäväline (sanomalehti, puhelin, nettisivu)
- **Kohderyhmä** – tunnistettava yleisö, jota tavoitellaan
- **Merkitys** - painoarvo tai yhteys, jonka kukin liittää vastaanottamaansa sanomaan
- **Vaikutus** - muutos mielipiteessä, asenteessa tai toiminnassa, joka seuraa sanoman vastaanottamista



Merkitys, vastuu ja valta

- Oppilaitokset ovat **tietointensiivisiä** organisaatioita ja viestintä on yksi sen kriittisistä menestystekijöistä.
- Vastuu oppilaitoksen viestinnästä on **sillä itsellään**. Sitä ei voi ulkoistaa ylläpitäjälle tai mainostoimistoon.
- Rehtori vastaa koko oppilaitoksesta, mutta ei voi edellyttää että hänellä olisi tieto viestintätarpeista tai sisällöistä.
- Viestinnän organisoiminen on **työnjohdollinen** tehtävä.
- Viestinnän suunnittelu, sisältöjen laatiminen ja niiden tekninen julkaiseminen sekä yhteistyö vaativat työaikaa.
- Hyvä hajauttamisen aste riippuu pitkälti **henkilöstöstä**.



Ostaa vai tehdä itse?

- Jos oppilaitoksella tai ylläpitäjällä on valmis graafinen ohjeistus se antaa pitkälti **muodon**.
- **Ulkoa ostettu** sisällön ja muodon suunnittelu ja tuotanto kannattaa, kun sitä ei tehdä usein.
- Jos sisältö muuttuu jatkuvasti kannattaa harkita **muodon ostamista** ja **sisällön tuottamista itse**.
- Samoin jos sanomia tuotetaan jatkuvana virtana tiettyyn mediaan ja muotoon.
- Myöskään itse tekeminen ei ole ilmaista. Työvälineet maksavat ja opetteluun kuluu alkuun enemmän työaikaa.



Suunnittele pitkällä jänteellä

- Suunnitelma konkreettisista viestintätoimenpiteistä kannattaa tehdä lukukausi- tai vuositasolla.
- **Viestintäsuunnitelma** = viestinnän vuosikalenteri
 - Aikataulut muistaa kun ne on kirjattu listaksi
 - Yhteistyö paranee kun suunnitelma on porukan saatavilla
 - Toimenpiteille tulee kirjattua vastuuhenkilö ja julkaisupäivä
 - Tarvittavaa työaika ja rahaa voi seurata
 - Syntyy kokonaiskuva pitkistä prosesseista (opinto-ohjelma)
- Viestintäsuunnitelman laatimisajankohta ja käsittely on hyvä vakioida vuosikiertoon – tulee tutuksi henkilöstölle.
- Muista lisätä myös viestintäpalikka jokaiseen hankkeeseen jo sen suunnitteluvaiheessa.



Toimenpiteet yhteen taulukkoon

ViSu-2012.xlsx - Microsoft Excel

VIESTINTÄSUUNNITELMA SYKSY 2012							6.9.2012
Alkaa	Päätyy	Mitä	Miten	Kenelle	Kuka	Miksi	€
			Media/toimenpide	Kohderyhmä/kohde	Tekijä	Viesti	
			painotuotteen teko	kuntalaiset	AL	Kurssit esitteeksi	4830,83
			postijakelu	joka kotiin	Itella	esitteet joka kotiin	3300,00
			Seutu-ilmo	kuntalaiset	MM	kurssit täyteen	270,77
			pressi	media	OR/PH	Mitä uutta opistossa	0,00
			pressi	media	JK	Mitä uutta opistossa	0,00
			juusteet+postitus	kuntalaiset	OR	Mitä meidän kunnassa tarjolla	0,00
			suunnittelu	petäjäiset	OR	Pikajulisteita helposti	0,00
			Netti+Some	kuntalaiset	OR	Ilmoittaudu kursseille	0,00
			suunnittelu	media	OR	uusi ilme lehtimainoksiin	192,86
			Yläri-ilmo	kuntalaiset	OR	kävijöitä näyttelyyn	0,00
			tiedote+netti+some	kuntalaiset	OR	Muista tulla kurssille	241,08
			Yläri-ilmo	kuntalaiset	OR	oikeat tiedot ihmisille	509,88
			Seutu-ilmo	kuntalaiset	OR	oikeat tiedot ihmisille	192,86
			Yläri-ilmo	kuntalaiset	OR	laulajia kuoroon	

Organisoi sisältöjen kokoaminen

- Se, jolla on tarve viestiä ja tieto asiasta, laatii sisällön
- Sisällön tai muodon viimeistelyn ja sanoman lähettämisen voi hyvin tehdä joku toinenkin.
- Työnjakokysymys: Kuka saa lähettää oppilaitoksen virallisia tiedotteita?
- Suuremmassa yhteisössä on hyvä keskittää maksulliset julkaisut (tapahtumakalenterit, yhteisilmoitukset)



Pohjat ajoissa kuntoon

- Mietitään yhdessä mitä viestintätyökaluja on käytössä ja mitä tarpeellista puuttuu.
- Tilataan tai tehdään itse pohjat eri viestintätarpeisiin.
- Huolehditaan, että pohjat ovat saatavilla niille jotka niitä tarvitsevat.
- Pohjat vanhenevat ja niitä pitää aika ajoin päivittää.
 - keskitetysti tallennetut vanhat pohjat on helppo korvata uusilla
 - Hajanaisessa organisaatiossa Käyttäjät tallentavat pohjat omiin paikkoihinsa. Uudet pohjat kannattaa lähettää porukalle, muutoin käyttävät helposti vanhentuneita.

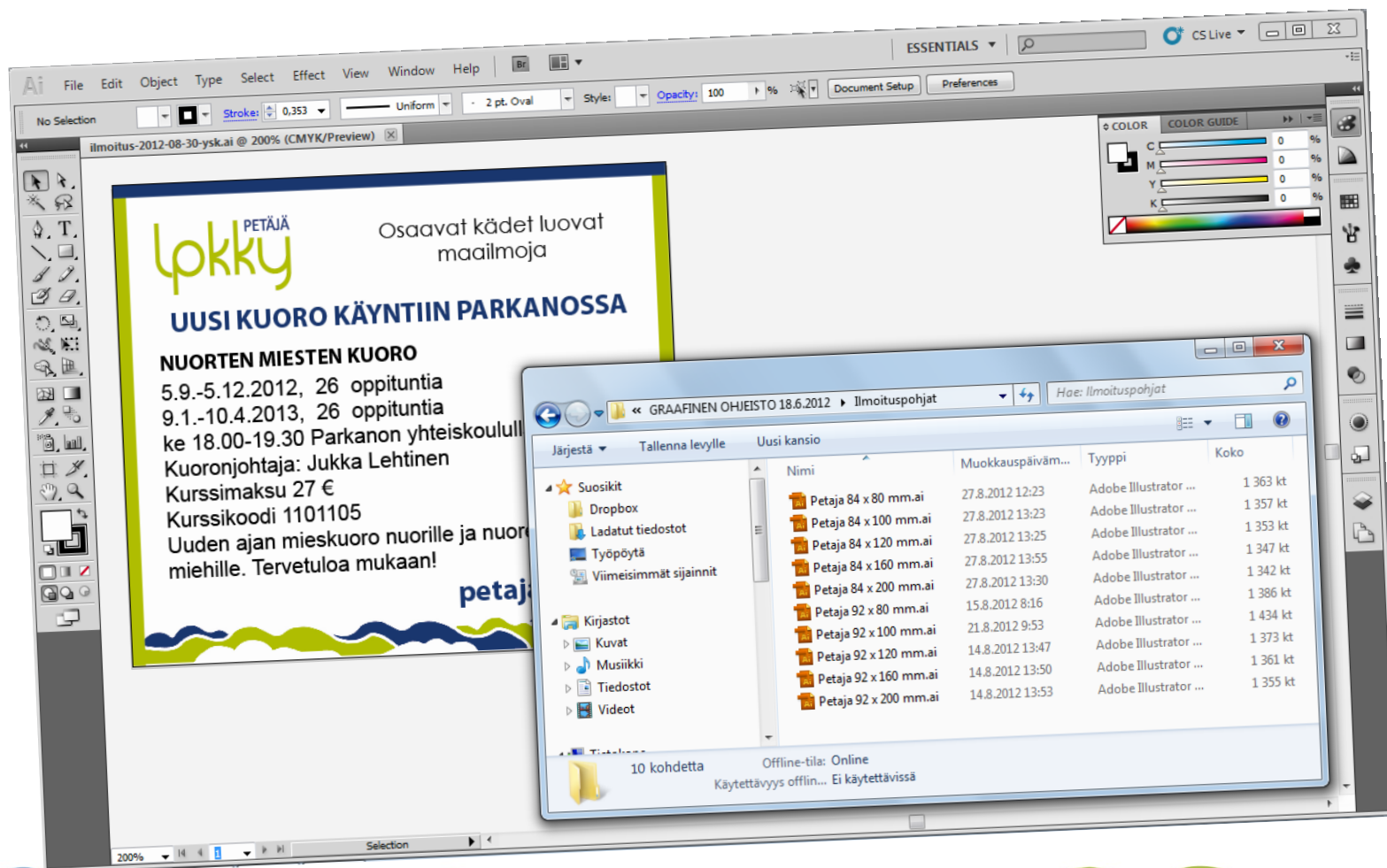


Pohjat käyttökelpoiseen muotoon

- **Lomakkeet** (Word, PDF)
- **Tiedotepohja** (sähköposti, Word)
- **Julistepohja** (Word, InDesign)
- **Esityspohja** (PowerPoint)
- **Lehti-ilmoituspohja** (Illustrator)
- **Opinto-ohjelma** (InDesign mastersivut ja tyylit)
- **Tervetulo- ja lopetusviestit** kursseille (sähköposti)
- **Palautelomakkeet** eri kohderyhmille (Word, PDF)
- **Viestintäsuunnitelma** (Excel)
- **Vuosikalenteri** (Excel)



Lehti-ilmoituksia liukuhihnalta

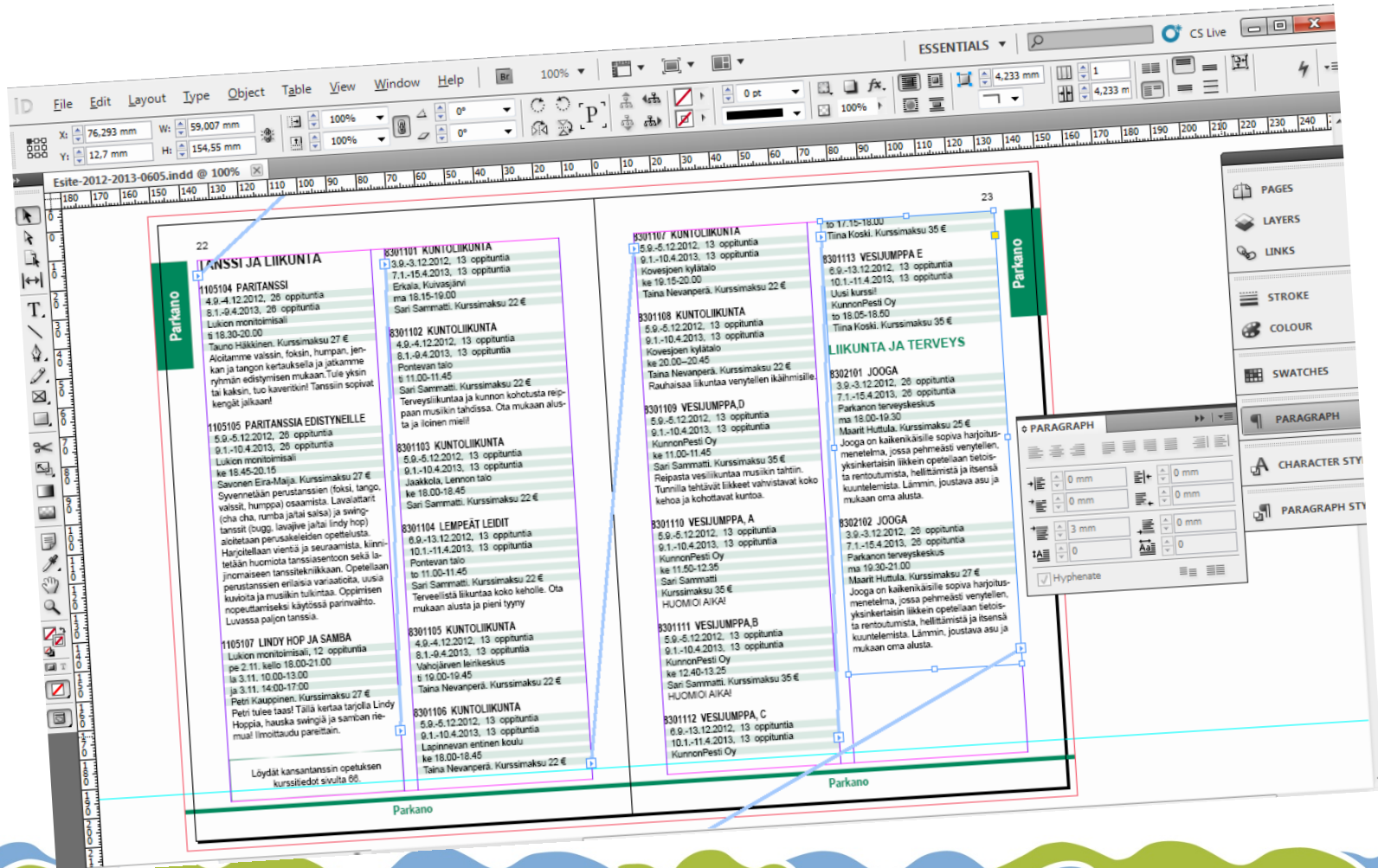


Opettele pala palalta

- Miettikää yhdessä millaista uutta osaamista talossa tarvitaan, ketä tehtävä kiinnostaa, paljonko siihen pitäisi varata työaikaa ja millaisesta koulutuksesta voi olla apua
- Pyri tunnistamaan ja kirjaamaan ongelmat listaksi seuraavaa kertaa tai täsmäkoulutuksia varten
- Kysy neuvoja ammatikseen kyseistä asiaa hoitavilta
- Jaa iso kokonaisuus usealle vuodelle, askel kerrallaan
- Uusia asioita opetellaan ensin – älä odota heti täydellistä
- Ajan myötä työnjälki paranee ja työ käy nopeammin
- Kerää ideat, palaute ja erehdyksistä opitut talteen



Kurssiesite on loppukevään urakka



Taitto-ohjelmankin oppii

- Tekstinkäsittelyohjelma riittää pikajulisteiden ja tiedotelehtisten tekoon, mutta kirjapainolle se ei kelpaa.
- Oikean sivuntaitto-ohjelman (Adobe InDesign) käytön oppii siinä missä muidenkin ohjelmien – pala kerrallaan.
- Oppilaitoslisenssit eivät ovat edullisia, vaikkeivät silti salli kaupallista toimintaa. Julkisyhteisön ylläpitämä voittoa tavoittelematon oppilaitos ei ole kaupallista toimintaa.
- Kannattaa harkita valmiin pohjan tilaamista mainostoimistolta (pohjatiedostossa määritelty mastersivut, tyylit ja väriprofiili).



Sosiaalinen media on uusi ilmoitustaulu

The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Petäjä-opisto'. The page features a large background image of a forest. A map of the Petäjä region is visible in the lower-left corner of the post area. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and the user's name 'Olli Ruohomäki'. A tweet is overlaid on the bottom right of the page, containing a link to the Petäjä-opisto website.

facebook Etsi ihmisiä, paikkoja ja asioita Olli Ruohomäki Ääni Etsi kavereita Etusivu

Julkaiset, kommentoit ja tykkäät nimellä Petäjä-opisto — Vaihda nimeen Olli Ruohomäki

+ Luo sivu

Katso mainostasi tässä

1101303 ELÄKELÄISKUOROUusi kokoontumispaikka

Petäjä-opisto - Muutokset 5-12 <http://petaja.lpkky.fi/dynamic/1/73.html>

Hanki lisää tykkäyksiä

Nyt elokuu 2012 2011 Perustettu

Petäjä-opisto
29 tykkää · 2 puhuu tästä · 0 oli täällä

Koulu
Petäjä-opisto on alueellinen kansalaisopisto, joka toimii Länsi-Pirkanmaalla ja Pohjois-Satakunnassa. Toimimme mahdollisuuksia opiskella ja harrastaa lähipalveluna kaikenikäisille.

Tietoja

Kohokohdat

Tila Kuva/video Tapahtuma, Merkkipaalu +

Kirjoita jotain..

Mitä tapahtuu?

Opinto-ohjelman painamisen jälkeen tuleet muutoksia kurssitietoihimme löydät nettisivuiltamme: | <http://petaja.lpkky.fi/dynamic/1/73.html>

Linkki näytetään lyhennettynä 26 **Twiittaa**

Sosiaalinen media uudeksi kanavaksi

- Somen käyttäminen ei ole pakollista, mutta sen avulla voi viestiä uudella tavalla ja tavoittaa uusia kohderyhmiä.
- Some kannattaa ottaa rinnakkaiseksi viestintäkanavaksi. Mitään ei jätetä pelkästään sen varaan, mutta sanoman laittaminen myös sinne ei vie paljoa lisääaikaa.
- Lukemattomista some-työkaluista kannattaa valita vain pieni määrä jatkuvaan käyttöön ja tuottaa niihin sisältöjä.
- Pidä silmät ja korvat auki uusille työkaluille ja käyttötavoille.
- Kaikki keinot vähentää sähköpostia ovat tervetulleita!



Viestinnän haasteita

- Miten tavoittaa ne, jotka eivät vielä ole asiakkaitamme?
- Miten suunnitella viestintää kohderyhmälle jota ei tunne?
- Kuinka hallita alati muuttuvaa sisältöä?
- Kuinka monta tarkistus, oikoluku ja vedoskierrosta on tarpeen ja järkevää tehdä?
- Mistä tietää miten tehty toimenpide vaikutti?
- Markkinointiin käytettävän työajan ja rahan rajallisuus on suuri haaste. Puutteellinen markkinointi on aina hyvä syntipukki, kun asiat eivät syystä tai toisesta onnistu.
- Olemme tottuneet viestimään muutoksista, hyvä olisi kertoa myös tavoitteista ja jopa onnistumisista.

