



Viestintäohje | 2020

# LAUKAAN KUNTA

# SISÄLLYS

<b>1</b>	<b>Viestintä Laukaan kunnassa</b>	<b>4</b>
1.1	Viestinnän pääperiaatteet	5
1.2	Viestintää ohjaavat dokumentit ja strategiat	6
1.3	Viestinnän organisointi ja vastuuhenkilöt	7
1.4	Viestinnän suunnittelu, kehittäminen ja seuranta	7
<b>2</b>	<b>Työyhteisöviestintä</b>	<b>8</b>
2.1	Suullista, kirjallista ja sähköistä viestintää työyhteisössä	9
2.2	Laukaan kunnan Intranet	9
2.3	Perehdyttäminen	10
2.4	Muutosviestintä	10
<b>3</b>	<b>Päätösviestintä</b>	<b>11</b>
3.1	Kuntalainen vaikuttajana	11
3.2	Valmistelu- ja päätösviestintä	12
<b>4</b>	<b>Ulkoisen viestintä ja mediasuhteet</b>	<b>13</b>
4.1	Mediasuhteet	13
4.2	Mediatiedotteet ja tiedotustilaisuudet	15
<b>5</b>	<b>Verkkoviestintä ja sosiaalinen media</b>	<b>16</b>
5.1	Laukaan kunnan verkkosivut	17
5.2	Viestintä sosiaalisessa mediassa	18
5.3	Sähköposti ulkoisessa viestinnässä	19
<b>6</b>	<b>Häiriötilanneviestintä</b>	<b>20</b>
<b>7</b>	<b>Markkinointiviestintä</b>	<b>22</b>
<b>8</b>	<b>Brändi ja visuaalinen ilme</b>	<b>24</b>
8.1	Visuaalinen ilme ja graafinen ohjeistus	24
8.2	Logo, vaakuna ja markkinointitunnukset	25
8.3	Markkinointi- ja viestintämateriaalit	25
8.4	Messut, näyttelyt ja tapahtumat	26
8.5	Muu maksettu mainonta ja työpaikkailmoitukset	26

Liitteet  
löytyvät  
viestintäohjeen  
sähköisestä  
versiosta.

LIITE 1.  
Viestintää ohjaava lainsäädäntö

LIITE 2.  
Viestinnän ohjaavat kunnan  
omat säännöt ja strategiat

LIITE 3.  
Kun toimittaja ottaa yhteyttä  
– mediahaastattelu

LIITE 4.  
Kuinka kirjoitan hyvän tiedotteen?

LIITE 5.  
Sähköpostin tehokas käyttö

Laukaan kunnan viestintäohje on tarkoitettu viestinnän johtamisen välineeksi sekä esimiesten ja henkilöstön työn tueksi.

## VIESTINTÄOHJE

- toimii yhtenäisen ja laadukkaan viestinnän ja sen kehittämisen työkaluna Laukaan kunnassa
- auttaa viestinnän suunnittelussa ja toteutuksessa
- auttaa viestinnän kohdentamisessa eri sidosryhmille ja tarkoitukseen soveltuvien viestintäkanavien valinnassa.

Lukemalla sisällysluettelon sekä lihavoidut tekstit ja nostot saat yleiskäsityksen viestinnän periaatteista Laukaan kunnassa.

# 1 VIESTINTÄ LAUKAAN KUNNASSA

**Muuttunut viestintäympäristö.** Nykyisessä viestintäympäristössä kunta, asukkaat, luottamushenkilöt ja muut sidosryhmät tuottavat ja jakavat sisältöä, käynnistävät keskusteluja, viestivät ja toimivat asiantuntijoina Laukaata koskevissa asioissa. On siirrytty tiedon yksisuuntaisesta jakelusta monen suuntaiseen viestintään, jossa tietoa luodaan ja jaetaan yhdessä, monelta monelle. Raja organisaatioiden ulkoisen ja sisäisen viestinnän välillä on hämärtynyt.

Tietoa on saatavilla paljon ja monenlaista ja uutisia julkaistaan ympäri vuorokauden. Sirpaloituneessa viestintäkentässä on tilausta ajan tasaiselle, napakasti esitetylle ja hyvin perustellulle viestinnälle, joka tavoittaa yleisön siellä, missä he keskustelua aiheesta käyvät ja silloin, kun aihe on pinnalla.

Viestintäareenoilla eniten huomiota saavat viestijät, jotka reagoivat nopeasti, osallistuvat keskusteluun aktiivisesti ja jotka kykenevät puhuttelemaan viesteillään yleisöä. Viesti puhuttelee yleisöä silloin, kun se on ajankohtainen ja herättää yleisössä empatiaa tai muita voimakkaita tunteita tai kun se on heidän arvojensa mukaista.

## VIESTINNÄN TULEE OLLA

- Monikanavaista
- Ajan tasaista
- Vuorovaikutuksellista ja osallistavaa
- Yleisöä puhuttelevaa

Viestintäympäristön muutokset ovat tuoneet uusia vaatimuksia myös kuntaviestintään. Kuntalaisten tulee olla mahdollista osallistua asioiden suunnitteluun ja valmisteluun entistä aikaisemmassa vaiheessa. Päätöksenteolta edellytetään avoimuutta ja läpinäkyvyyttä ja päätökset pitää pystyä perustelevaan uskottavasti.

## 1.1 Viestinnän pääperiaatteet

**Kunta viestii monessa roolissa ja tehtävässä.** Kunta on paikallinen viranomainen, asukkaiden, yhteisöjen ja yritysten hyvinvoinnin ja menestyksen mahdollistaja, monien palvelujen tarjoaja, paikallisen päätöksenteon ja demokratian edellytysten luoja ja toteuttaja sekä merkittävä työnantaja.

**Laukaan kunnan viestinnän tavoitteena on edistää asukkaiden hyvinvointia ja Laukaassa toimivien yritysten ja yhteisöjen elinvoimaisuutta** tarjoamalla tietoa kunnan toiminnasta, palveluista, suunnitelmista ja tavoitteista ja luomalla osallistumisen ja vaikuttamisen mahdollisuuksia, vahvistamalla yhteisöllisyyttä ja rakentamalla elävää vuorovaikutusta kuntalaisten ja muiden sidosryhmien kanssa. Viestinnän tavoitteena on myös Laukaan kunnan yhteisöidentiteetin vahvistaminen ja maineenhallinta, joita toteutetaan muun muassa työyhteisöviestinnän, kriisiviestinnän, mediayhteistyön ja kuntamainetyön eli Laukaan kunnan vahvuuksien aktiivisen esiin nostamisen kautta (Laukaan kunnan imagotutkimukset 2016, Laukaan kuntastrategia 2017–2021). Viestintä on Laukaan kuntastrategian mukaista silloin, kun se on vuorovaikutteista, läpinäkyvää ja osallistavaa (AVOIMUUS), se ilmentää ihmisläheistä palvelua (SYDÄN) ja rakentaa yhteisöllisyyttä (TEKEMISEN MEININKI).

**Kuntamarkkinointi osana viestintää.** Kuntamarkkinoinnin tavoitteena on vahvistaa Laukaan myönteistä kuntamainetta Laukaassa asuvien ja toimivien ihmisten ja yhteisöjen keskuudessa eli ylläpitää pitovoimaa sekä rakentaa myönteistä kuntakuva ja markkinoida Laukaata uusille potentiaalisille asukkaille, yrityksille, yhteisöille ja matkailijoille eli kasvattaa vetovoimaa. Kuntamarkkinointia toteutetaan yleisenä imagomarkkinointina esimerkiksi tapahtumissa ja valituille kohderyhmille suunnatuin kampanjoin, esimerkiksi tonttimarkkinointi- tai matkailumarkkinointikampanjoina.

**Viestintää yhtenäisen visuaalisen ilmeen mukaisesti.** Laukaan kunnan yhteisöidentiteetti rakentuu organisaation jäsenen käyttäytymisessä, viestinnässä ja symbolien käytössä. Symboliikka eli Laukaan kunnan yhtenäinen visuaalinen ilme logoineen ja vaakunoineen kertoo Laukaan identiteetistä ja tekee viesteistä tunnistettavia ja muiden organisaatioiden ja tahojen viesteistä erottuvia. Siksi kaikessa viestinnässä tulee käyttää Laukaan kunnan graafisen ohjeen mukaista yhtenäistä visuaalista ilmettä.

**Yhtenäinen visuaalinen ilme kertoo:**  
"Nyt puhuu Laukaa."

## VIESTINNÄN TAVOITTEENA LAUKAAN KUNNASSA ON

- Tiedottaa palveluista ja toiminnasta
- Luoda osallistumisen ja vaikuttamisen mahdollisuuksia
- Vahvistaa yhteisöllisyyttä
- Rakentaa vuorovaikutusta kuntalaisiin ja muihin sidosryhmiin

**Kaikki alkaa työyhteisöviestinnästä.** Viestintä on jatkuvaa ja elävää vuorovaikutusta kunnan työntekijöiden, asukkaiden, luottamushenkilöiden, viranomaisten ja yritysten sekä muiden yhteisöjen muodostamassa verkostossa. Ulkoinen viestintä on uskottavaa ja totta silloin, kun työyhteisö voi allekirjoittaa sen. Siksi onkin tärkeää, että viestintä alkaa aina omasta tiimistä, osastosta ja työyhteisöstä.

**Viestintä on sekä johdon että työntekijöiden ja luottamushenkilöiden välttämätön työkalu.** Viestintä ei ole vain johtamisen, kehittämisen ja strategisten tavoitteiden toteuttamisen väline. Se on myös jokaisen Laukaan kunnan työntekijän ja luottamushenkilön päivittäin käyttämä työkalu, jonka avulla annamme Laukaan kunnalle sen sydämen ja kasvat, toteutamme ihmisläheistä palvelua ja teemme yhteistyötä eri tahojen kanssa.

**Viestintäohje on esimiesten ja henkilöstön käsikirja.**

Tämä viestintäohje on laadittu Laukaan kunnan henkilöstön tueksi ja käytännön ohjeeksi niille, joiden tehtäviin liittyy erilaisia viestintätehtäviä. Ohje palvelee erityisesti esimiehiä ja palvelualueilla viestintätehtäviä hoitavia henkilöitä. Viestintäohje koskee soveltuvin osin koko kuntakonsernia kuten kunnan tytäryhtiöitä sekä kunnan tehtäviä hoitavia yhteisöjä tai yrityksiä.

**Palvelualue- osastokohtaiset viestintäsuunnitelmat.**

Jokainen palvelualue laatii tarvittaessa konkreettisista viestintätoimenpiteistä koostuvan viestintäsuunnitelman ohjaamaan oman palvelualueen viestintää ja sen kehittämistä. Palvelualue- tai osastokohtainen viestintäsuunnitelma voi olla lyhyt dokumentti tai taulukko, johon on listattu aikajanelle keskeiset tapahtumat, ja viestintätoimenpiteitä vaativat muutokset ja uudistukset sekä kunkin toimenpiteen osalta vastaukset seuraaviin kysymyksiin: Mitä viestitään? Kenelle? Miten? Milloin? Kuka viestii (vastuuhenkilö)? ja Mitä maksaa? Viestinnän onnistumista tulee myös arvioida aika ajoin. Esimiesten on hyvä käydä Laukaan kunnan viestintäohje ja sopia yhteisistä osastokohtaisista viestinnän periaatteista yhdessä henkilöstönsä kanssa. Viestintäohjetta päivitetään tarvittaessa. Päivityksestä vastaa konsernihallinto.

» [Viestintäohje intrassa: Ohjeet](#) » [Viestinnän ohjeet](#)



## 1.2 Viestintää ohjaavat dokumentit ja strategiat

Laukaan kuntastrategia antaa pitkän aikavälin toimintalinjat kaikelle päätöksenteolle ja toiminnalle. Kuntastrategiassa määritelty arvot ohjaavat kunnan henkilöstön ja luottamushenkilöiden toimintaa ja kuntastrategian kärkiteemat antavat toiminnalle suunnan. Tekojen lisäksi tarvitaan kuntastrategian mukaista asiantuntevaa sisäistä ja ulkoista viestintää ja suunnitelmallista markkinointia.

Kaikki viestintää ohjaavat muut dokumentit pohjautuvat kuntastrategiaan.

**Laukaan kunnan brändikirja kiteyttää Laukaan kunnan vetovoimatekijät ja pääviestit.** Se on viestintästrateginen dokumentti, joka antaa viestinnälle suunnan ja tukee kuntastrategian ja elinkeinostrategian toteuttamista.

**Laukaan kunnan graafinen ohjeisto määrittelee Laukaan kunnan visuaalisen ilmeen** ja tarjoaa työvälineet viestimiseen visuaalisesti tunnistettavalla tavalla.

## 1.3 Viestinnän organisointi ja vastuuhenkilöt

Laukaan kunnan viestintää johtavat kunnanhallitus, kunnanjohtaja ja hallintojohtaja, joista ylin päättävältä on kunnanhallituksella. Viestinnän johtamis-, kehittämis- ja koordinoivastuu on konsernihallinnolla. Viranhaltijatasolla viestinnästä vastaa hallintojohtaja.

Jokainen palvelualue viestii itsenäisesti oman toimialansa asioista. Kunkin palvelualueen viestinnästä vastaa palvelualueen johtaja.

### VIESTINNÄN KOORDINOINTI- JA KEHITTÄMISVASTUU LAUKAAN KUNNASSA:

#### Suhdetoiminta ja tiedotustilaisuudet

- kunnanjohtaja, ylin johto, johtavat luottamushenkilöt

#### Mediasuhteet

- hallintojohtaja

#### Työyhteisöviestintä

- konsernihallinto ja palvelualueet

#### Verkkoviestintä ja sosiaalinen media

- hallintojohtaja

#### Päätöksistä tiedottaminen

- hallintojohtaja (kunnanhallituksen ja valtuuston päätökset)
- toimielinten sihteerit tai esittelijät (lautakuntien päätökset)

#### Häiriötilanneviestintä

- hallintojohtaja

Henkilöstöintrasta löydät tiedot Laukaan kunnan viestinnästä vastaavista henkilöistä palvelualueittain ja osastoittain. Heidän tehtävänsä on organisoida, toteuttaa ja kehittää vastualueensa sekä ylläpitämiensä palvelujen viestintää.

## 1.4 Viestinnän suunnittelu, kehittäminen ja seuranta

Viestintä on strategisten tavoitteiden toteuttamisen ja johtamisen väline. Viestinnän tulee olla hyvin suunniteltua ja organisoitua, ja sen tuloksia tulee seurata, mitata ja kehittää samalla tavoin kuin muitakin strategisia kohteita. Palvelualuekohtaiset ja kuntakonsernia koskevat viestintäsuunnitelmat auttavat jokaista viestintää toteuttavaa henkilöä arkipäivän työssä.

**Viestintäsuunnitelmaan kirjataan tavoitteet, keinot, aikataulut, vastuut ja toteuttajat sekä kustannukset.**

Viestintäsuunnitelman laatiminen varmistaa, että tarvittavat toimenpiteet tehdään oikeaan aikaan ja oikealle kohderyhmälle. Viestinnän suunnittelu voi auttaa myös vaikuttamaan yleiseen keskusteluun ja imagoon, kun kerrotaan huomionarvoisista tai kielteisistä asioista.

Laukaan kunnan viestintää kehitetään ottamalla käyttöön tarvittaessa uusia viestintävälineitä ja -kanavia, parantamalla henkilöstön viestintätaitoja kouluttamalla ja luomalla viestintämyönteistä ilmapiiriä koko organisaatioon.

**Kun viestinnälle on asetettu tavoitteet, voidaan tuloksia myös mitata laadullisesti ja/tai määrällisesti.**

Tärkeimpiä ja nopeimpia viestinnän seurantakeinoista ovat asiasta saadut palautteet ja esimerkiksi yksikössä käydyt keskustelut. Seurantakeinoja voivat olla myös kyselyt, opinnäytetyöt, ilmapiiritutkimukset, imagoitutkimukset ja mediaseuranta.

**Viestinnän mittaaminen ja seuranta.** Digitaalisissa kanavissa mittareita ovat muun muassa verkkosivujen kävijämäärät ja sosiaalisen median kanavissa uutisten tavoitavuus ja konversio, eli kuinka moni uutisen lukeneista klikkaa itsensä verkkosivuille, tilaa uutiskirjeen tms.

» [Viestintävastaavat:](#)  
[Intranet](#) » [Ohjeet](#) » [Viestinnän ohjeet](#)

## 2 TYÖYHTEISÖViestintä

**Toimivalla työyhteisöviestinnällä on suora yhteys työhön sitoutumiseen, tuottavuuteen, työssä suoriutumiseen ja työtyytyväisyyteen sekä työntekijöiden haluun jäädä tai lähteä organisaatiosta.** Työyhteisöviestinnän tavoitteena Laukaan kunnassa on huolehtia siitä, että työntekijöillä on kaikki tieto, jota he tarvitsevat työssä suoriutumiseen ja työlle asetettujen tavoitteiden suorittamiseen. Työyhteisöviestinnän tavoitteena on myös rakentaa ja vahvistaa yhteisöllisyyttä ja työyhteisöön kuulumisen tunnetta.



### TYÖYHTEISÖViestinnän ”KULTAINEN SÄÄNTÖ”

Työyhteisölle viestitään aina ensin  
– sitten vasta muille sidosryhmille.

**Organisaation maine ja yhtenevät arvot työntekijän sitoutumisen mittareita.** Tutkimukset ovat osoittaneet, että työntekijät tuntevat vahvempaa yhteenkuuluvuuden tunnetta toisiinsa sekä työyhteisöön ja sitoutuvat siihen sitä vahvemmin, mitä parempi maine organisaatiolla on sen ulkopuolella. Siksi kuntakuvan vaaliminen ja positiivinen vahvistaminen ovat tärkeitä myös työyhteisöviestinnän näkökulmasta. Toinen työyhteisöön sitoutumista ennustava tekijä on työyhteisön arvojen ja työntekijän henkilökohtaisten arvojen yhteensopivuus. Työntekijät sitoutuvat vahvemmin työyhteisöön, jonka arvot ja ominaisuudet vastaavat työntekijöiden henkilökohtaisia arvoja.

**Jokainen työntekijä viestii, esimies vastaa viestinnästä.**

Uudet viestintäteknologiat ja sosiaalisen median laaja käyttö ovat häivyttäneet rajaa työyhteisön sisäisen ja ulkoisen viestinnän väliltä. Työntekijöiden on mahdollista jakaa tietoa ja uutisia organisaatiosta ulkoisille sidosryhmille siinä missä johtajienkin. Erityisesti asiantuntijatyötä tekeville odotetaan, että he viestivät vastuualuettaan koskeissa asioissa myös organisaation ulkoisten sidosryhmien kanssa. On kuitenkin tärkeää muistaa työntekijän lojaliteettivelvollisuus työnantajaa kohtaan. Kunnan virallisen kannan lausuu aina työnantajan edustaja.

**Esimiehillä on vastuu sisäisestä tiedonkulusta, samoin esimerkiksi hankkeiden ja projektien vetäjillä sekä palveluista ja järjestelmistä vastaavilla henkilöillä omasta vastuualueestaan tiedottamisesta.** Esimiehen tehtävä on kertoa

ensimmäiseksi henkilöstölle työhön liittyvistä muutoksista, kasvokkain, jos mahdollista. Avoimen ja riittävän aikaisessa vaiheessa käydyn keskustelun avulla on mahdollisuus välttää väärinkäsityksiä ja turhia huhuja. Esimiehillä ja johdolla on myös keskeinen merkitys avoimen ja vuorovaikutteisen kulttuurin luomisessa ja siinä, että työntekijöillä on pääsy työn suorittamisen ja kehittämisen kannalta tarvittavaan tietoon ja verkostoihin. Avoin ja arvostava johtamisviestintä maksaa itsensä ajan kanssa takaisin ja lisää työtyytyväisyyttä.

**Myös työntekijöillä on tiedonhankintavastuuta.**

Jokaisen työntekijän tulee tuntea omaan työhön liittyvät tietovarastot ja osata etsiä tietoa niistä. Työsuhteeseen ja työhön liittyvien järjestelmien käyttöön harjaantuu käyttämällä niitä ja tukea saa henkilöstökoulutuksista, järjestelmien pääkäyttäjiltä, käyttöoppaista ja kollegoilta.

### 2.1 Suullista, kirjallista ja sähköistä viestintää työyhteisössä

**Kasvokkaisviestintä on suorimpia ja vahvimpia keinoja viestiä työyhteisössä.** Kasvokkaisviestintää ovat esimerkiksi kehityskeskustelut, palaverit, työryhmät ja infotilaisuudet. Ne tavoittavat kuitenkin kerralla yhden henkilön, tiimin tai pienen osan henkilöstöstä. Kasvokkaisviestinnän voima on siinä, että se tarjoaa mahdollisuuden vuorovaikutukseen johdon ja työntekijöiden välillä.

**Viestintä tieto- ja viestintäjärjestelmien kautta on toinen työyhteisöviestinnän osa-alue.** Niiden kautta viestitään usein koko työyhteisölle organisaatiota koskevista asioista kuten päätöksistä ja muutoksista. Monesti tästä viestinnän osa-alueesta vastaa konsernihallinto tai henkilöstöhallinto. Viestintä tapahtuu muun muassa intranetin, muiden järjestelmien tai sähköisten työtilojen, sähköpostilistojen, sosiaalisen median sovellusten tai tiedotteiden kautta.

**Työyhteisöviestinnän tulee olla monikanavaista ja ajantasaista.** Suuressa organisaatiossa tieto ei koskaan kulje kaikille täysin tasa-arvoisesti. Monikanavaisuudella ja sillä, että sähköisen viestinnän lisäksi asioista tiedotetaan myös työpaikkakokouksissa, on tarkoitus luoda tasa-arvoiselle viestinnälle mahdollisimman hyvät lähtökohdat Laukaan kunnassa. Jokaisella palaveriin osallistujalla on vastuu siitä, että tieto kulkee myös palaverista työyksiköihin alaisille ja kollegoille.

#### TYÖYHTEISÖViestinnän KANAVIA

- Työpaikkakokoukset ja sisäiset tiedotustilaisuudet
- Intranet • Verkkolevyt • Sähköposti
- Yleiskirjeet ja ohjeet
- Dynasty (viranhaltijapäätökset, sopimushallinta ym.)
- Skype, WhatsApp ja muut sähköiset työskentely-ympäristöt
- Wilma (koulut)

### 2.2 Laukaan kunnan Intranet

**Intranet on keskeisimpiä työyhteisöviestinnän kanavia Laukaan kunnassa.** Lähes kaikilla Laukaan kunnan työntekijöillä on pääsy Intranetiin. Jokaisen työntekijän tulee seurata intrauutisointia päivittäin, mikäli mahdollista. Jos työntekijällä ei ole mahdollisuutta päivittäiseen tai muutoin säännölliseen intranetin käyttöön, tulee esimiehen varmistaa tiedonkulku työntekijälle muulla tavoin, esimerkiksi sähköpostilla ja kasvokkaisviestinnällä.

Laukaan kunnan intranet on koko työyhteisön uutiskanava ja tietopankki. Intranetistä löytyvät työn tekemiseen, työsuhteeseen, työhyvinvointiin ja henkilöstökoulutukseen liittyvät materiaalit, ohjeet ja lomakkeet, puhelinluettelo ja yhteystiedot sekä työyhteisöä koskevat ajankohtaiset uutiset ja tiedotteet. Intranetistä on pääsy työssä tarvittaviin henkilöstö- ja taloushallinnon tietojärjestelmiin ja palveluihin. Sieltä löytyvät myös linkit toimielinten esityslistoihin ja pöytäkirjoihin. Intranetin Ajankohtaista -osiossa voi myös seurata Laukaan kunnan ulkoisen viestinnän kanavia.

Konsernihallinto on intranetissä aktiivisimmin sisältöjä julkaiseva palvelualue. Intranetin sisällöntuotannosta vastaavat sisällöntuottajat joka palvelualueelta. Intranetin pääkäyttäjä on tietohallinto.

## 2.3 Perehdyttäminen

Työyhteisöviestintään kuuluu myös uuden työntekijän perehdyttäminen. Perehdyttämisen tarkoitus on tutustuttaa työntekijät tehtäviinsä, työympäristöön ja työolosuhteisiin. Myös oman työyksikön asema ja tehtävät koko kuntaorganisaatiossa tulee sisällyttää perehdyttämiseen. Hyvän perehdyttämisen avulla työntekijä tuntee olevansa tervetullut työyhteisöön ja integroituu siihen nopeammin.

Jokaisen vakinaiseen palvelussuhteeseen tai pitempään sijaistuuteen tai muuhun määräaikaistuuteen tulevan henkilön kanssa käydään läpi perehdyttämisohjelma. Kunnassa on henkilöstöhallinnon valmistelemaa yleistä perehdyttämisaineistoa, jonka lisäksi tulee olla työpaikkakohtaista perehdyttämisaineistoa. Osana perehdyttämistä tulee varmistaa, että uusi työntekijä tuntee, miten Laukaan kunnassa viestitään. Työntekijän perehdyttämisestä vastaa lähin esimies.



## 2.4 Muutosviestintä

Muutosviestintä on normaaliajan viestintää tehostettuna, sillä henkilöstö tarvitsee muutostilanteissa enemmän ja nopeammin tietoa.

**Muutosviestintä on keino toteuttaa, selkeyttää ja tukea muutosta.** Muutosviestinnässä kerrotaan mitä ollaan tekemässä ja miksi, mutta myös miksi muutos toteutetaan valitulla tavalla ja mitä tapahtuisi, ellei muutosta toteutettaisi. Samalla kerrotaan myös, miten eri toimenpiteiden uskotaan vaikuttavan organisaatioon, sen toimintaan, sidosryhmiin ja asiakkaisiin.

Henkilöstön tulee saada tietoa itseään koskevista asioista ensimmäiseksi kunnan sisäisistä kanavista.

**Muutoksesta kerrotaan koko henkilöstölle.** Lisäksi heille, joiden työhön muutos vaikuttaa, kerrotaan tulevista tehtävistä ja asemasta tarkemmin. Osallistamalla työntekijät jo suunnitteluvaiheessa muutoksen valmisteluun johto samalla sitouttaa heitä muutokseen. Työntekijät myös hyväksyvät muutoksen nopeammin, kun ovat suunnittelemassa sitä itse.

Muutokseen liittyy usein tekijöitä, jotka vaativat yhteistoimintamenettelyä. Se vaikuttaa muutoksen läpiviemiseen ja muutokseen tarvittavaan aikaan. Yhteistoimintalaki ohjaa työnantajan ja henkilöstön välistä yhteistoiminnan järjestämistä kunnissa ja kuntayhtymissä. Yhteistoiminnan tavoitteena on antaa henkilöstölle mahdollisuus osallistua toiminnan kehittämiseen yhdessä työnantajan kanssa ja vaikuttaa omaa työtä ja työyhteisöä koskevien päätösten valmisteluun. Yhteistyöryhmässä, johon kuuluvat työnantajan ja työntekijäjärjestöjen edustajat, käsitellään säännöllisesti henkilöstöä koskevat merkittävät asiat.

# 3 PÄÄTÖSVIESTINTÄ

## 3.1 Kuntalainen vaikuttajana

Kunta ei voi toimia, ellei sillä ole tiivistä yhteyttä asukkaisiinsa. Kuntalaisilla on oikeus tietää, miten kunnan asioita hoidetaan sekä oikeus osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan. Avoin viestintä edellyttää, että kuntaan ja päätöksentekoon luodaan avoin ja kannustava ilmapiiri. Kuntalaiset nähdään vastuullisina ja kunnan kehitykseen myönteisesti vaikuttavina toimijoina ja palvelujen käyttäjinä.

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

**Palautteet ja kehittämisehdotukset kunnan palveluista ohjataan antamaan ensi sijassa sähköisen palautepalvelun kautta.** Käytännössä palautetta tulee myös kunnan Facebook-sivujen ja muiden sosiaalisen median kanavien kautta sekä suoraan asiasta vastaaville viranhaltijoille.

Niin sanottu viranomaispalautte eli viralliset muistutukset, huomautukset, mielipiteet, kannanotot ym. tulee toimittaa viranomaisen ilmoittamaan sähköpostiosoitteeseen tai postiosoitteeseen. Kunnan virallinen sähköpostiosoite on kirjaus@laukaa.fi.

**Kunta järjestää asukkailleen tiedotus- ja keskustelutilaisuuksia tarvittaessa.** Valtuuston kokoukset ovat avoimia kaikille kuntalaisille. Kerran vuodessa järjestetään valtuuston kokous ja asukkaiden palaute- ja keskustelutilaisuus kiertävänä kokouksena Laukaan taajamissa tai kylillä. Tilaisuuksissa kunnan edustajat vastaavat asukkaiden kysymyksiin ja esittelevät ajankohtaisia asioita sekä saavat palautetta asukkailta palvelujen ja muiden toimintojen kehittämistä.

**Kuntalaisaloite.** Kunnan asukkaalla on oikeus tehdä aloitteita kuntaa koskevissa asioissa. Aloitteet suositellaan jättämään kirjallisesti lähettämällä aloite kunnan kirjaamoon sähköisesti tai kirjeellä tai kuntalaisaloite.fi-palvelun kautta. Aloitteen tekijälle on ilmoitettava, mitä kunnassa aiotaan asialle tehdä.

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

**Asukkaiden oikeudet.** Kunta tiedottaa asukkailleen heidän oikeuksistaan ja velvollisuuksistaan. Kunnan tulee myös kertoa tarjolla olevista palveluista ja niiden muutoksista. Henkilökohtaista neuvontaa kunnasta saa monen kanavan kautta. Jokainen työntekijä toimii kunnan palvelu- ja markkinointiviestijänä vastatessaan puhelimeen ja antaessaan henkilökohtaista neuvontaa tai lähettäessään sähköpostia kuntalaiselle tai muulle palvelun saajalle.

Puhelinvaihteesta, palveluneuvonnasta ja asiakaspalvelupisteistä sekä verkon kautta tulleet kysymykset ja palautteet välitetään asioista vastaaville viranhaltijoille ja niihin on syytä vastata mahdollisimman pian.

**Viranomaisen velvollisuudet.** Viranomaisen asiakirjat ovat pääsääntöisesti julkisia. Viranomaisen on annettava tietoja asiasta ja esillä olevista vaihtoehdoista, vaikka asia olisi vasta käsittelyvaiheessa. 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 pallorella.** Jokainen Laukaan kunnan työntekijä on velvollinen opastamaan asiakkaita oikean tiedon tai palvelun löytämiseen. Jos tiedusteltava asia ei selviä palvelutilanteesta, otetaan asiakkaan yhteystiedot muistiin. Asiakasta ei pyydetä ottamaan yhteyttä johonkukaan muuhun, vaan työntekijä selvittää, kuka asiaa käsittelee ja pyytää tätä olemaan asiakkaaseen yhteydessä. Asiakkaalle ilmoitetaan mahdollisimman pian, viimeistään viiden päivän sisällä tietoa asian käsittelystä tai arvio käsittelyajasta.

Asiakaskokemuksella on keskeinen merkitys koko Laukaan kunnasta syntyvään mielikuvaan. Palveluoltuus ja ystävällinen ja kohtelias suhtautuminen ovat avaintekijöitä välittömässä palveluviestinnässä. Tämä tulee muistaa myös sisäisessä viestinnässä työtovereiden kesken.

### 3.2 Valmistelu- ja päätösviestintä

Kuntalaki velvoittaa kuntaa muun muassa tiedottamaan valmistelussa olevista asioista sekä siitä, millä tavoin kuntalaiset voivat osallistua päätösten valmisteluun. Kuka tahansa voi aloittaa keskustelun esimerkiksi kunnassa valmisteilla olevasta hankkeesta ja päätöksistä. Mitä aikaisemmin Laukaan kunta käynnistää avoimen vuoropuhelun asukkaiden kanssa, sitä parempiin tuloksiin viestinnässä ja sitä myöten koko toiminnassa päästään.

Valtuuston kokoukset ovat julkisia tilaisuuksia, joihin kuka tahansa voi osallistua. Laukaassa valtuuston kokouksia voi seurata myös jälkikäteen videotallenteina kunnan verkkosivuilla ja Youtube-kanavalla, joissa valtuuston kokoustallenteet julkaistaan.

Valtuuston, kunnanhallituksen sekä lautakuntien esityslistat julkaistaan kunnan verkkosivuilla ennen kokousta. Kokouspöytäkirjat julkaistaan kunnan verkkosivuille yleisesti nähtäville toimielimen päättämänä päivänä kokouksen jälkeen. Valtuuston kokouksen ajasta ja paikasta tiedotetaan ennen kokousta kunnan verkkosivuilla, Laukaa-Konnevesi -lehdessä sekä kunnan ilmoitustaululla. Kokouksen jälkeen päätöksistä laaditaan kokoustiedote, joka lähetetään välittömästi kokouksen jälkeen sähköpostijakeluna mediajakelulistalle. Valtuuston ja kunnanhallituksen päätöksistä tiedottaa konsernihallinto. Jokainen palvelualue tiedottaa itsenäisesti omista ja lautakuntiansa asioista.

**Ilmoitukset ja kuulutukset.** Kunnan lakisäätteiset ilmoitukset ja kuulutukset julkaistaan kunnan verkkosivuilla, sekä kunnan virallisella ilmoitustaululla ja tarvittaessa Laukaa-Konnevesi lehdessä. Virallisia ilmoituksia ja kuulutuksia ovat muun muassa kuulutukset vaaleista sekä kaavoitusta koskevat tiedoksiannot. Kunnan ilmoitustaululla julkaistaan myös muiden viranomaisten kuten aluehallintoviraston, ely-keskuksen ja Hämeenlinnan hallinto-oikeuden kuntalaisia koskevia nähtäville asetettuja suunnitelmia, kuulutuksia ja päätöksiä. Laukaan kunnan ilmoitustaulu on Laukaan kunnantalolla osoitteessa Laukaantie 14. Ilmoitustaulun hoitamisesta vastaa Laukaan kunnan kirjaamo.

**Yhteistyöverkostot ja neuvostot osallistumisen ja vaikuttamisen kanavina.** Muita yhteistyöelimiä, joissa asukkaat ja yritykset pääsevät osallistumaan ja vaikuttamaan alueen palvelujen, demokratian ja yrittäjyyden kehittämiseen ovat Laukaan nuorisovaltuusto, vanhusneuvosto ja vammaisneuvosto sekä esimerkiksi kunnan ja yrittäjien kumppanuusfoorumi ja hankintafoorumi.

## 4 ULKOINEN VIESTINTÄ JA MEDIASUHTEET

Laukaan kunnan lisäksi monet kunnan sidosryhmät tuottavat ja jakavat sisältöä Laukaata koskevissa asioissa, joskus nopeammin kuin kunta itse. Luottamushenkilöt, aktiiviset kuntalaiset ja yhteistyökumppanit voivat olla parhaita Laukaan kunnan puolesta puhujia. Sidoryhmät voivat jakaa kunnasta myös osin puutteellista, jopa virheellistä tietoa. Siksi onkin tärkeää, että Laukaan kunta viestii aktiivisesti ja avoimesti ja sen viestintä on monikanavaista ja ajan tasaista.

### ULKOISEN VIESTINNÄN KEINOJA JA KANAVIA OVAT

- Kunnan verkkosivut • Sosiaalisen median kanavat
- Tiedotteet ja muut julkaisut • Tiedotustilaisuudet
- Asukastilaisuudet

### 4.1 Mediasuhteet

#### Uutismediat ovat kunnalle tärkeitä

**yhteistyökumppaneita.** Kumppanuutta rakennetaan kahteen suuntaan: tiedotetaan medioita kuntaa ja kuntalaisia koskevista ajankohtaisista ja tulossa olevista asioista ja vastataan median yhteydenottoihin ja heidän tiedontarpeisiinsa viivytyksettä. Uutismedioiden kautta on mahdollista tavoittaa kunnan omien viestintäkanavien tavoittamia yleisöjä laajempia yleisöjä ja sellaisia sidoryhmiä, jotka eivät kunnan omia viestintäkanavia seuraa.

### MEDIASUHTEET OVAT

- Yhteistyötä • Maksutonta maineenhallintaa

#### Uutisaiheita tulee tarjota aktiivisesti medialle itse.

Media itse määrittelee, mitä aiheita ja organisaatioita nostetaan esille uutisissa. Medianäkyvyys joko vahvistaa tai heikentää organisaation mainetta. Organisaatioilla on kuitenkin merkittävä rooli ja vaikutusmahdollisuus otsikoihin nouseviin mediasisältöihin. Tarjoamalla aktiivisesti uutisaiheita medialle organisaatio pääsee itse "kehystämään" aiheita eli tuomaan esille haluttuja näkökulmia. Medianäkyvyyttä on sekä ostettua että ansaittua. Ansaittuun näkyvyyteen organisaation on mahdollista vaikuttaa omalla aktiivisuudella ja rakentamalla yhteistyöllä medioiden kanssa.

Laukaan kunta pyrkii huolehtimaan mediasuhteista ajan tasaisella päätöstiedottamisella, julkaisemalla aktiivisesti uutisia kunnan verkkosivuilla ja sosiaalisen median kanavissa, mediatiedottein ja tiedotustilaisuuksin sekä pitämällä yllä rakentavaa ja jatkuvaa keskusteluyhteyttä erityisesti alueellisiin medioihin. Suunnitteilla ja käynnissä olevien hankkeiden eri vaiheista tiedottaminen ja esittelysivut verkossa palvelevat median ja muiden sidoryhmien tiedontarpeita.



### LAUKAAN KUNNAN TÄRKEIMMÄT MEDIAKUMPPANIT:

- Laukaa-Konnevesi -lehti
- Keskisuomalainen
- Yle Jyväskylä

**Kiinnostava uutinen voi saada alkunsa myös, kun kunnan työntekijä ottaa yhteyttä suoraan lehden, radion tai verkkomedian toimitukseen** tai tuttuun toimittajaan ja tarjoaa ajankohtaista tai muuten kiinnostavaa omaan työhön tai elämänpiiriin liittyvää uutisaihetta. Muista kuitenkin, että Laukaan kuntaa koskevista asioista ja päätöstiedottamisesta vastaa kunnan johto ja luottamukselliset kunnan sisäiset asiat jäävät luottamuksellisiksi.

#### TIEDOTUSVÄLINEITÄ KIINNOSTAVAT

- Ajankohtaiset asiat
- Yllättävät tapahtumat ja ilmiöt
- Tilastot • Uutuudet • Trendit
- Paikalliset erikoisuudet ja vahvuudet
- Paikalliset ihmiset ja yritykset
- Mittavat rakennushankkeet ja investoinnit
- Lukijoiden samastumisen kohteet

Journalismin tehtävä on tarkastella asioita ja ilmiöitä kriittisesti useista eri näkökulmista ja nostaa esiin myös epäkohtia ja tyytymättömyyttä aiheuttavia seikkoja. Kunnan toiminnan arvostelu on osa hallinnon julkisuutta.

#### UUSIA MEDIAYHTEISTYÖN MUOTOJA

- Vaikuttajamarkkinointi julkisuuden henkilön, blogistin tai tubettajan kautta
- Sisältömarkkinointi

#### Uutiskriteerit ja uutiskynnys

Media arvioi aiheiden uutisarvoa ja päättää uutisoidaanko aiheesta vai ei uutisen ajankohtaisuuden, kiinnostavuuden, läheisyyden, merkityksen ja yllättävyyden perusteella. Se, ylittääkö uutinen uutiskynnyksen riippuu myös tarjolla olevista muista uutisista eli päiväkohtaisesta uutistilanteesta, uutisen huomioarvosta ja vaikuttavuudesta.

Uutiskriteerit	Uutiskynnys
Ajankohtaisuus	Onko uutisia paljon tarjolla?
Kiinnostavuus	Mediajulkisuus: Odotetaanko asiasta lisätietoja?
Läheisyys	Uutiskanavien ja asiakkaiden tarpeet: Onko uutisella paljon kohteita, joihin se vaikuttaa?
Merkitys	Seuranta: Miten merkittävä tai tunnettu asia on entuudestaan?
Yllättävyys	Onko uutinen yllättävä, odottamaton tai poikkeuksellinen suuren yleisön silmin katsottuna?

**Tärkein uutiskriteeri on uutisen tai näkökulman tuoreus.** Koska media tavoittelee aina uusia tuoreita uutisia, uutinen on yleensä vain vähän aikaa esillä mediassa. Esimerkiksi sama tapahtuma ei ole uutinen vuodesta toiseen, ellei tapahtumaan ole tullut muutoksia tai tapahtumasta uutisoida jollakin lukijoita kiinnostavasta tai ajankohtaisesta näkökulmasta. Uutiseksi ei aina nouse aihe, jota medialle tarjotaan. Uutisarvo syntyy hankkeen, tapahtuman tai päätöksen sisällöstä ja merkityksestä median kuluttajille ja kohderyhmille. Viranhaltijan tai kunnan työntekijän tulisi löytää aiheesta "koukku", jolla hän saa uutisen julkaisukynnyksen yli.

## 4.2 Mediatiedotteet ja tiedotustilaisuudet

**Uutisvinkki tai tiedote yleensä riittää.** Mediatiedote on tiedotusvälineille uutisen pohjaksi tarkoitettu tiedotteen muotoon laadittu teksti. Mediatiedote lähetetään yleensä sähköpostilla tai tiedotejakelupalvelun kautta uutistoimituksiin. Mediatiedotteita lähettävät yritykset, järjestöt ja yhdistykset, joskus myös julkisuuden henkilöt. Mediatiedote liittyy usein ajankohtaiseen tapahtumaan, hankkeeseen, nimitykseen, organisaation saamaan huomionosoitukseen tai yrityksen tai yhteisön talouteen tai muuhun ajankohtaiseen asiaan, jolla lähettäjän arvion mukaan on uutisarvoa.

Yleisperiaate on, että Laukaan kunnan tiedotteet lähetetään samanaikaisesti kaikille tiedotejakelulistan tiedotusvälineille, joista keskeisimpiä ovat Laukaa-Konnevesi-lehti, Keski-suomalainen ja Yle Jyväskylä. Media tavoittelee yleisöjä kiinnostavia uutisaiheita, jotka se voi julkaista ensimmäisenä ja joihin sillä on yksinoikeus. Siksi toimittajat yleensä toivovat, että voisivat saada kiinnostavan juttuaiheen yksinoikeudella. Vain silloin, kun tiedotusväline on itse havainnut uutisaiheen tai markkinointiviestinnässä, joka ei kuulu kunnan lakisääteisen tiedottamisen piiriin, voidaan uutista tarjota yksinoikeudella valitulle tiedotusvälineelle.

Yleensä tiedotteen laatii se, jolla on asiasta eniten tietoa, tai hänen valtuuttamansa henkilö. Liitteessä 4 on ohjeet tiedotteen kirjoittamiseen.

Uutisvinkki on tiedotetta epävirallisempi tapa ottaa yhteyttä tiedotusvälineisiin. Uutisvinkkejä voivat antaa myös yksityishenkilöt sähköpostilla, verkkomedian yhteydenottolomakkeella, sosiaalisen median palvelujen kautta, puhelimitse tai tapaamisissa tiedotusvälineiden edustajien kanssa.

**Tiedotustilaisuus on aiheellista järjestää silloin, kun halutaan esitellä medialle jotain paikan päällä olevaa tai kun medialta on odotettavissa aiheesta runsaasti kysymyksiä, joihin tiedote yksin ei vastaa.** Avajaiset, vihkiäiset, merkittävän hankkeen aloittaminen ja kunnan myöntämät palkinnot ja huomionosoitukset ovat esimerkkejä tiedotustilaisuuden arvoisista tapahtumista. Myös vakava häiriötilanne, kuten onnettomuus, tulipalo, lomautukset, irtisanomiset tai laajat palvelujen muutokset vaativat tiedotustilaisuuden. Medialle on annettava tilaisuus kysyä ja saada vastauksia. Huom. Vaikka toimitus haluaisi lähettää toimittajan paikalle/juttukeikalle tilaisuuteen, toinen kiireellisempi uutisoinnin arvoinen aihe voi mennä edelle, eikä toimittaja saavukaan paikalle.

#### TIEDOTUSTILAIKUUDEN KUTSUUN

- Tiedotustilaisuuden aihe
- Aika ja paikka
- Tieto keitä kunnan edustajia on paikalla
- Kuka antaa lisätietoja ennen tiedotustilaisuutta

Tiedotustilaisuus kannattaa järjestää alkuviikosta ja aamupäivällä klo 10–14. Jos uutinen koskee tiettyä paikkaa, tiedotustilaisuus pidetään mahdollisuuksien mukaan siellä. Median julkaisu-aikataulu kannattaa huomioida. Kirjallinen kutsu lähetetään viikkoa ennen. Toimituksia voi muistuttaa tarkistussoitolla pari päivää ennen tiedotustilaisuutta. Tällöin kerrotaan lisätietoja, jos uusia asioita on tullut esille. Kriisitilanteissa kutsu luonnollisesti lähetetään heti, kun paikka ja aika on päätetty.

Tilaisuudessa on etukäteen sovittu puheenjohtaja. Puheenjohtaja avaa ja päättää tilaisuuden, esittelee paikallaolijat, jakaa puheenvuorot ja pitää huolen ajankäytöstä. Sopiva tilaisuuden kesto on maksimissaan tunti. Tiedotustilaisuuteen varataan materiaalia jaettavaksi (kutsu, tiedote, mahdolliset lisätiedot). Materiaali lähetetään tilaisuuden jälkeen medialle.



## 5 VERKKOVIESTINTÄ JA SOSIAALINEN MEDIA

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

Laukaan kunnan sidosryhmäviestinnän kanavia ovat kunnan verkkosivut ja sosiaalisen median kanavat. Laukaa.fi-verkkosivut ovat asioinnin ja palveluviestinnän tärkein kanava sekä ajankohtaisten uutisten ja tiedotteiden julkaisukanava. Verkkosivut ovat myös kuntalaisten vaikuttamismahdollisuuksista tiedottamisen kanava.

Kuntalaki määrittää, että kunnan järjestämiä palveluja ja toimintaa koskevat keskeiset tiedot tulee julkaista yleisessä tietoverkossa. Siellä tulee julkaista myös kunnan ilmoitukset, yleisen tiedonsaannin kannalta tarpeelliset tiedot, kokouskutsut, asialistat ja päätöspöytäkirjat.

Sosiaalisen median kanavat ovat yhä tärkeämpiä kuntalaisten osallistamisen ja vuorovaikutuksen kanavia. Kunnan sähköisten kanavien kohderyhmät, tavoitteet ja sisällöt on koottu alla olevaan taulukkoon.

Kanava	Kohderyhmä	Tavoite	Sisältö
<b>www.laukaa.fi</b>	Kuntalaiset Yritykset Tiedotusvälineet Muut viranomaiset Työnhakijat	Tiedonvälitys Palautteenkeruu Kuntamarkkinointi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kunnan palvelut eri sidosryhmille</li> <li>Päätösten uutisointi</li> <li>Ajankohtaiset uutiset</li> <li>Tietoa vaikuttamismahdollisuuksista</li> <li>Kehittäminen ja hankkeet</li> <li>Toiminnan muutokset</li> <li>Rekrytointi</li> </ul>
<b>Facebook</b>	Kuntalaiset Laukaasta kiinnostuneet Tulevat kuntalaiset Työnhakijat	Tiedonvälitys Vuorovaikutus Kuntalaisten osallistaminen ja sitouttaminen Kuntamarkkinointi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uutisten jakaminen</li> <li>Asiat, ilmiöt, tunnelmat</li> <li>Valokuvat, videot</li> <li>Osallistaminen ja kyselyt</li> <li>Palautteen vastaanottaminen ja palautteisiin vastaaminen</li> <li>Rekrytointi-ilmoitusten jako</li> </ul>
<b>Twitter</b>	Media Kuntalaiset Laukaasta kiinnostuneet	Tiedonvälitys Uutisten jako Vuorovaikutus	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uutiskärjet</li> <li>Tietoa ajankohtaisista vaikuttamismahdollisuuksista</li> </ul>
<b>Youtube</b>	Kuntalaiset Laukaasta kiinnostuneet	Tiedonvälitys ja kuntalaisten sitouttaminen Kunnan markkinointi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Videot (mm. tilinpäätös ja talousarvio, valtuuston kokouksallenteet, hankkeet, matkailu, tapahtumat)</li> <li>Asiat, ilmiöt, tunnelmat</li> </ul>
<b>Blogi(t):</b>	Kuntalaiset Laukaasta kiinnostuneet	Tiedon- ja tunnelmien välittäminen Tiedottaminen Kuntamarkkinointi Vuorovaikutus	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nostot ajankohtaisista asioista</li> <li>Tarinat</li> <li>Suunnitelmat / taustat</li> <li>Asiat, ilmiöt, tunnelmat</li> </ul>
<b>LinkedIn</b>	Laukaasta kiinnostuneet Tulevat työntekijät	Olemassaolo englanniksi Tiedonvälitys työpaikoista	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kunnan perusesittely englanniksi</li> <li>Kunnan työpaikat</li> </ul>
<b>Instagram (VisitLaukaa)</b>	Matkailijat Asukkaat	Mielikuvien luominen Tiedottaminen Osallistaminen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Valokuvat, videot</li> <li>Tapahtumat ja muut ajankohtaiset</li> <li>Asiat, ilmiöt ja tunnelmat</li> </ul>

### 5.1 Laukaan kunnan verkkosivut

Laukaan kunnan verkkosivut ovat sidosryhmäviestinnän pääkanava ja "kotipesä". Laukaan kunnan verkkosivujen kävijämäärät ovat kasvaneet voimakkaasti ja sivuilla vierailee vuositasolla noin 170 000 kävijää (Google Analytics –tilasto 2019), joista 4 % on sivuilla useamman kerran vierailevia kävijöitä. Kunnan verkkosivut ovat tärkeä tietolähde niin kuntalaisille, luottamushenkilöille, tiedotusvälineille kuin kunnassa toimiville yrityksille ja yhdistyksillekin.

Verkkosivuilta löytyy ajankohtaisia uutisia, tiedotteita ja kuulutuksia sekä tietoa kattavasti kunnan toiminnasta ja palveluista. Verkkosivuilta löytyvät myös kuntalaisille suunnatut asiointipalvelut ja lomakkeet ja ohjaus niihin. Tiedottamisen lisäksi Laukaan kunnan verkkosivut ovat tärkeä vaikuttamisen ja tulevaisuudessa myös kuntamarkkinoinnin kanava. Verkkosivuilla kerrotaan myös päätöksenteosta ja kuntalaisten osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksista ja ohjataan palautteenantokanaviin.

Tiedon tulee olla helposti löydettävissä ja ymmärrettävää. Jatkoissa tavoite onkin panostaa Laukaan kunnan verkkosivujen parempaan saavutettavuuteen ja palvelujen löydettävyyteen kohderyhmittäin ja palveluittain.

#### VERKKOSIVUJA KÄYTETÄÄN YHÄ ENEMMÄN MOBIILILAITTEILLA. Tekstien tulee olla entistä lyhyempiä.

- Laita tärkein asia ensimmäiseen lauseeseen
- Suosi lyhyitä kappaleita
- Käytä väliotsikoita
- Älä käytä leipätekstissä kursiiivia, alleviivausta tai värejä
- Suunnittele jokainen sivu itsenäiseksi kokonaisuudeksi, sillä et voi tietää, mistä käyttäjä tulee sivulle.

Verkkosivujen palautepalvelun kautta tullessiin kysymyksiin ja palautteisiin tulee vastata mahdollisimman pian, kuitenkin viimeistään viiden päivän kuluessa. Palautepalveluun lähetetty palaute välitetään asiasta vastaavalle kunnan viranhaltijalle tai vastuuhenkilölle. Verkkosivujen kautta lähetetty palaute välitetään aiheesta vastaavalle kunnan viranhaltijalle tai vastuuhenkilölle. Jos vastauksen selvittäminen vie aikaa, on verkkoviestintäetiketin mukaista ilmoittaa palautteen antajalle, että palaute on käsittelyssä ja hänen asiaansa palataan heti kun mahdollista.

Jos palautteen antaja on jättänyt yhteystietonsa, palautteen antajalle on hyvä vastata, vaikka palautteessa ei suoranaisia kysymyksiä esitettäisikään. Nimettömiin, epämääräisiin ja asiattomiin viesteihin ei ole tarpeen vastata. Myös palautelomakkeella ilmoitetut mahdolliset asiavirheet kunnan verkkosivuilla oikaistaan mahdollisimman pian.

#### SÄHKÖISIÄ PALVELUJA LAUKAASSA ESIM.

- Pisara-häiriötiedotepalvelu
- Karttapalvelu
- Tapahtumakalenteri » VisitLaukaa.fi
- Kuntarekry
- Rakennusvalvonnan sähköinen lupajärjestelmä
- Kuntalaisaloite.fi
- Wilma-järjestelmä kouluille, vanhemmille ja oppilaille

Laukaan kunnan konsernihallinto vastaa Laukaan kunnan verkkosivujen www.laukaa.fi ylläpidosta ja kehittämisestä. Kukin palvelualue vastaa omien sivujensa sisällöstä ja päivityksestä.



## 5.2 Viestintä sosiaalisessa mediassa

Merkittävä osa viestinnästä ja vuorovaikutuksesta käydään sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen median käyttö palvelee monia eri tavoitteita. Laukaan kunta käyttää sosiaalista mediaa tiedottamiseen, vuorovaikutukseen, osallistamiseen ja palautteenantokanavana mutta myös palvelujen markkinointiin.

Toisaalta sosiaalinen media tarjoaa työntekijöille myös mahdollisuuksia ammatilliseen verkostoitumiseen sekä osaamisen kehittämiseen ja jakamiseen. Laukaan kunta kannustaakin työntekijöitään verkostoitumaan ja tuomaan esille asiantuntemustaan sosiaalisen median välineissä kuten blogeissa, wikeissä, keskustelufoorumeilla ja yhteisömedioissa. Osallistuminen sosiaalisen median palveluihin on suotavaa, mutta ei pakollista.

Sosiaalisen median kanavat ovat erinomainen tapa keskustella asiakkaiden ja sidosryhmien kanssa, saada palautetta ja kehittää toimintaa sekä omaa osaamista ja verkostoitua myös ammatillisesti.

**Sosiaalisessa mediassa kannattaa käyttää epävirallista ja rentoa kieltä aivan kuin puhuisi vastaanottajalle.** Vaikeaselkoista viranomaiskieltä on syytä välttää. Viestit ovat usein lyhyitä. Aina, kun mahdollista, kannattaa sosiaalisen median päivityksistä linkittää yksityiskohtaisempiin tietoihin verkkosivuilla. Muun muassa Twitterissä ja Instagramissa päivityksissä on syytä käyttää hashtageja (#avainsana) eli aiheuttunneita, joilla käyttäjät hakevat palveluista ja löytävät itseään kiinnostavia sisältöjä.

### Laukaan kunnalla on sosiaalisen median tilit Facebookissa, Twitterissä, YouTubessa ja LinkedInissä.

Kunnan eri palveluilla ja yksiköillä on lisäksi omia sosiaalisen median kanavia. Kunnan sosiaalisen median kanavat on listattu kunnan verkkosivuille osoitteessa [www.laukaa.fi/some](http://www.laukaa.fi/some). Jos listasta puuttuu ylläpitämäsi kanava, ilmoita siitä kunnan tietohallintoon.

Sosiaalinen media vaatii aktiivista vuorovaikutusta. Perustettuja profiileja tulee päivittää säännöllisesti ja esitettyihin kysymyksiin ja kommentteihin vastata avoimesti ja mahdollisimman nopeasti. Kun julkaiset kuvia tms. sisältöä sosiaalisessa mediassa, huomioi tekijänoikeudet. Sosiaalisen median palvelujen ristiin linkittämiseen ja päivitysten ristiin jakamiseen kannattaa panostaa.

**Vaikka toimit sosiaalisessa mediassa yksityishenkilönä, sinua voidaan pitää myös työyhteisösi edustajana.** Jos mainitset sosiaalisen median palvelun henkilöprofiilissa työnantajasi tai työ sähköpostiosoitteesi, esiinnyt tällöin myös Laukaan kunnan edustajana. Muista lojaliteettivelvollisuus työnantajaa kohtaan. kunnan sisäiset asiat säilytetään sisäisinä.

Uuden sosiaalisen median tilin perustaminen kannattaa suunnitella palvelualueen, yksikön tai työryhmän kanssa ja pyytää perustamiseen vahvistus esimieheltä. Some-tiliä perustaessasi mieti ja kirjaa ylös ainakin: mihin tarkoitukseen tili perustetaan, ketkä ovat viestinnän kohderyhmät, ketkä ylläpitävät palvelua ja miten onnistumista ja tuloksia mitataan. Varmista myös, että palvelun ylläpitotunnukset löytyvät myös muulta tiimiltäsi ja Laukaan kunnan tietohallinnosta ylläpitäjämuidosten ja tietoturvahyökkäysten varalta.

» **Sosiaalisen median kanavat:** [www.laukaa.fi/some](http://www.laukaa.fi/some)

» **Sosiaalisen median käyttöönotto ja ohjeet:** [Intranet](#) » [Ohjeet](#) » [Viestinnän ohjeet](#)

## 5.3 Sähköposti ulkoisessa viestinnässä

Sähköposti on kohdennettu viestinnän väline, jota käytetään yhdelle henkilölle tai rajatulle joukolla suunnattuun viestintään. Sähköpostilla lähetetään myös koko henkilöstöä koskevia tiedotteita silloin, kun viestin halutaan tavoittavan välittömästi vastaanottajat, esim. kunnan palveluihin laajasti vaikuttavat häiriötiedotteet.

Liitteessä 5 on Laukaan kunnan sähköpostiohjeistus, jonka avulla pyritään tehokkaaseen viestintään sähköpostin kautta. Laukaan kunnan työntekijöiden on mahdollista käyttää myös Skype for Business -palvelua, jolla voi viestiä reaaliaikaisesti työntekijöiden kesken (chat), järjestää puhelinta ja videoneuvottelua sekä jakaa tiedostoja ja esittäjän näytön palaverin aikana siihen osallistuville. Skypessä on mahdollista lähettää pikaviestejä kahden henkilön kesken tai luoda ryhmäkeskustelu.

### PIKAVIESTINTÄ SKYPESSÄ ON KÄTEVÄ VÄLINE

- Nopeisiin kysymyksiin ja vastauksiin
- Aikataulujen sopimiseen kahden henkilön tai ryhmän kesken

Pikaviestintä sopii erityisen hyvin nopeisiin kysymyksiin ja vastauksiin sekä aikataulujen koordinointiin. Pikaviestintä helpottaa työskentelyä vain silloin, kun työpöytä koneella työskennellessä olet kirjautuneena Skypeen.

» **Sähköpostiohjeet Intrassa:** [Ohjeet](#) » [Viestinnän ohjeet](#) » [Sähköposti](#)



#### 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 ja
- mistä, milloin ja keneltä saa lisätietoja?

» Häiriötilanneviestinnän toimintaohjeet valmiussuunnitelmassa: Intranet » Ohjeet ja lomakkeet »

## 6 HÄIRIÖTILANNEVIESTINTÄ

Häiriötilanteissa ihmisten tiedontarve kasvaa. Mitä nopeammin ja avoimemmin tiedotetaan, sitä vähemmän väärät tiedot ja huhut leviävät. Häiriötilanteita ovat esimerkiksi häiriöt veden-, sähkön- tai lämmönjakelussa, vakavat onnettomuudet ja uhkatilanteet, tulipalot, tartuntatauti-epidemioiden, talouteen, rahoitukseen ja tietoturvaan liittyvät ongelmat tai oman organisaation virheet ja niistä aiheutuva negatiivinen julkisuus tai muu negatiivinen julkisuus.

**Häiriötilanneviestinnän periaatteet.** Häiriötilanteen ulkoisella viestinnällä annetaan kuntalaisille, yhteisöille ja muille sidosryhmille heidän tarvitsemiaan ohjeita, tuetaan rauhallisuuden säilyttämistä ja kumotaan vahingollisia huhuja. Ulkoisella viestinnällä tiedotetaan toimenpiteistä, joita on tehty turvallisuuden takaamiseksi ja normaalitilan palauttamiseksi. Ulkoiseen häiriötilanneviestintään sisältyy myös yhteydenpito tarvittaessa valtion viranomaisiin ja yhteistyö naapurikuntien tiedottajien kanssa.

#### Häiriötilanneviestinnän päätavoitteena on

- 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.

**Myös häiriötilanteissa sisäinen viestintä hoidetaan aina ensin.** Häiriötilanteessa oman henkilökunnan pitää tietää tapahtuneesta niin paljon, että se osaa toimia tilanteen vaatimalla tavalla. Sisäisellä tiedotuksella turvataan tiedonsaanti ja keskinäinen vuorovaikutus kunnan hallinto-organisaation sisällä sekä luottamushenkilöille.

#### **Häiriötilanteissa ulkoisen viestinnän pääkanava ovat kunnan verkkosivut ja niiden ohella sosiaalisen median kanavat sekä tarvittaessa perustettava palvelunumero.**

Kunnan vaihde ohjeistetaan tilanteen vaatimalla tavalla tarvittaessa, koska mitä tahansa on tapahtunut, lisätietoa todennäköisesti koetaan saada ensin puhelinvaihteen kautta. Häiriötilanteessa viestintäkanava valitaan tilanteen ja kohderyhmän mukaan. Häiriötilanneviestinnän muita kanavia ovat intranet, tekstiviestit asukkaille, sähköposti, mediatiedote ja tiedotustilaisuus, paikallislehti, keskusradio, ilmoitustaulut ja koulujen, päiväkotien ym. laitosten kautta jaettavat tiedotteet.

Häiriötilanneviestinnässä tulee myös varautua tilanteisiin, joissa sähköä ei ole ja tietoverkot eivät toimi. Tällöin käytettäviä kanavia ovat radio, kaiutinautot, tiedotteiden jakelu infopisteisiin sekä asukkaille suoraan postilaatikkoon jaettavat tiedotteet (lähettitoiminta).

Häiriö- ja kriisitilanteissa viestintä on tärkeä osa kunnan toimintaa. Kunnan valmiussuunnitelmasta löytyvät toimintaohjeet häiriö- ja kriisitilanteiden viestintään.

**Vastuut häiriötilanteissa.** Häiriötilanneviestintää johtaa usein viranomainen kuten pelastuslaitos, poliisi tai ympäristöviranomainen. Tällöin kunnan viestintä tukee muuta viranomaistoimintaa, ellei kunta ole johtava viranomainen tilanteessa. Poikkeusoloissa häiriötilanneviestinnän järjestämisestä paikallisella tasolla huolehtii kunta. Häiriötilanneviestinnän ylin päättävä voima on kunnanhallituksella, häiriötilanneviestinnästä ja sen johtamisesta vastaa kunnanjohtaja ja hänen alaisuudessaan konsernihallinto. Poikkeusoloissa kunnan viestintää tarvittaessa tehostetaan. Tällöin hallintojohtaja toimii johtokeskuksen tiedotuspäällikkönä apunaan tiedotusyksikkö, jonka työvoima kootaan pääosin keskushallinnon henkilöstöstä. Tiedotuspäällikkö ja tiedotusyksikkö ovat suoraan kunnanjohtajan alaisia.

## 7 MARKKINOINTIVIESTITÄ

Markkinointiviestintä on osa Laukaan kunnan viestintää ja sen kautta tuodaan esiin Laukaan kunnan vahvuuksia ja strategisia painotuksia haluttujen mielikuvien synnyttämiseksi ja kysynnän aikaansaamiseksi. Puhutaan myös kuntamarkkinoinnista.

Viestinnässä tietoa kunnasta ja sen palveluista ja vahvuuksista jaetaan tasapuolisesti eri sidosryhmille. Markkinointiviestintä on tavoitteellisempaa ja valituille ja rajatuille kohderyhmille suunnattua. Viesti on pohjimmiltaan sama, mutta markkinointiviestinnässä se muotoillaan usein tiiviimmin ja iskevämmin.

### Markkinointiviestinnän kanavat ja tavat.

Markkinointiviestinnän muotoja ovat mainonta lehdissä, verkossa ja hakusanainmainonnan avulla, tiedotus- ja suhdetoiminta muun muassa sponsorointi- ja tapahtumayhteistyön kautta ja myynninedistäminen esimerkiksi messuilla ja näyttelyissä, hakukoneoptimointi ja vaikuttamisviestintä.

Sähköistä markkinointiviestintää on helpompi kohdentaa, sen vahvuutena on vuorovaikutteisuus ja sen tuloksia on myös helpompi mitata. Onnistunut sisältömarkkinointi kuten blogit ja niin kutsutut natiiviartikkelit printti- ja verkkomedioissa voivat parhaimmillaan johtaa laajaan myönteiseen näkyvyyteen verkossa.

Laukaan kunta pyrkii toteuttamaan myönteisiä mielikuvia herättävää ja mieleenpainuvaa markkinointiviestintää useissa eri kanavissa ja eri kohderyhmille. Yksi keskeinen imagomarkkinoinnin keino Laukaassa on tapahtumien tukeminen. Kunta saa myönteistä näkyvyyttä tapahtumissa, hyödyntää tapahtumia suhdetoiminnassa ja samalla tukee kunnan elinvoimaa ja yrittäjyyttä. Tapahtumayhteistyöhön lähtemisen periaatteena on, että tapahtuma sijoittuu Laukaaseen tai liittyy jollakin muulla tavoin laukaalaiseen toimijaan ja se hyödyttää Laukaan asukkaita, yrityksiä tai yhdistyksiä.

### MARKKINOINTIVIESTITÄÄ ON

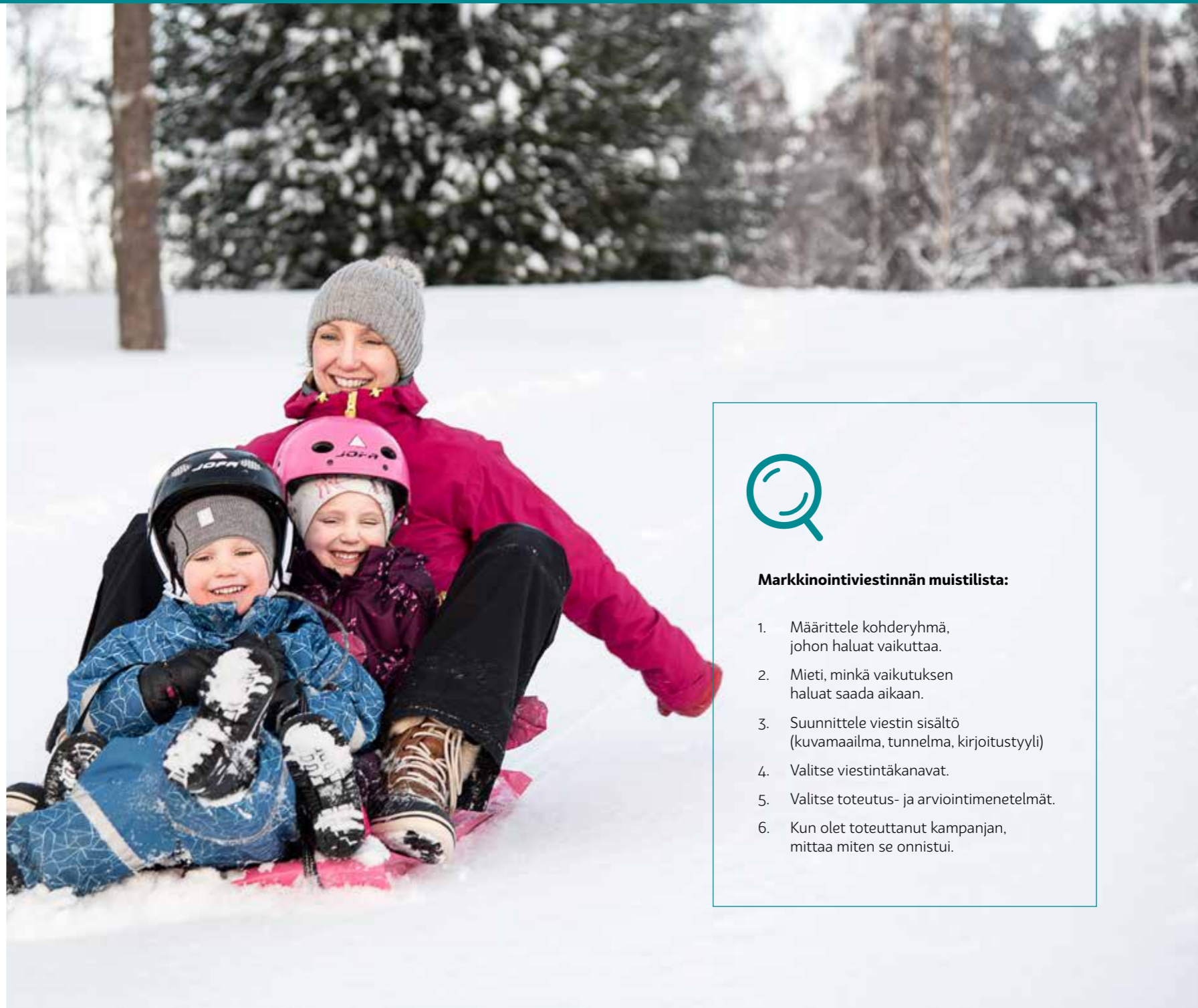
- Mainonta
- Tiedotus- ja suhdetoiminta
- Myynninedistäminen
- Hakukoneoptimointi
- Sisältömarkkinointi
- Vaikuttamisviestintä

### Kunnan markkinointiviestinnän kohderyhmiä ovat

- asukkaat
- (paluu)muuttajat
- osaajat
- yritykset
- investorit
- päättäjät
- tapahtumakävijät
- kunnan vieraat

### Markkinointia ei voi kokonaan ulkoistaa.

Palvelualueet markkinoivat omia palvelujaan ja hankkeitaan osaamisellaan. Parasta markkinointia onkin hyvästä asiakaspalvelusta, aidosta osaamisesta ja asiantuntijuudesta nouseva palvelun laatu. Konsernihallinto auttaa kaikessa markkinointiin liittyvässä, kuten esitteiden ja muun materiaalin teossa. Osa markkinointiviestinnästä kannattaa toteuttaa kunnan ulkopuolisilla viestintäammattilaisilla.



### Markkinointiviestinnän muistilista:

1. Määrittele kohderyhmä, johon haluat vaikuttaa.
2. Mieti, minkä vaikutuksen haluat saada aikaan.
3. Suunnittele viestin sisältö (kuvamaailma, tunnelma, kirjoitustyyli)
4. Valitse viestintäkanavat.
5. Valitse toteutus- ja arviointimenetelmät.
6. Kun olet toteuttanut kampanjan, mittaa miten se onnistui.

## 8 BRÄNDI JA VISUAALINEN ILME

Jokaisella kunnalla on maine – positiivinen, negatiivinen tai neutraali. Kaikki kunnan teot ja tekemättä jättämiset vaikuttavat maineeseen. Maine rakentuu arkisesta työstä ja vuorovaikutuksesta, kohtaamisista ihmisten välillä. Siksi jokainen Laukaan kunnan työntekijä ja kuntalainen on brändilähtettiläs.

Vahva brändi on kunnan tärkein kilpailuetu. Brändityö on aktiivista positiivisen maineen vahvistamista teoin ja viestinnän avulla. Brändityön ja viestinnän avuksi on luotu Laukaan kunnan brändikirja.

**Laukaan kunnan brändikirja kiteyttää Laukaan kunnan vetovoimatekijät ja pääviestit.** Se on viestintästrateginen dokumentti, joka antaa viestinnälle suunnan ja tukee kuntastrategian ja elinkeinostrategian toteuttamista. Brändikirjassa on määritelty viestinnän tavoitteet, kuntastrategian ja -vision mukaiset viestit, palvelulupaus, kilpailuedut, keskeiset kohderyhmät, viestinnässä käytettävä Laukaan persoona ja tarina sekä ydinviestit. Brändikirja ohjaa kunnan arvojen ja merkityksien viestimissä ulkoisesti ja sisäisesti, helposti ymmärrettävässä muodossa. Brändikirja on tarkoitettu ohjeeksi Laukaan kunnan johdolle, viestintä- ja kuntamarkkinointityötä tekeville työntekijöille sekä viestintää toteuttaville yhteistyökumppaneille.

Tunnistamalla brändin vahvuudet, kohderyhmät ja erottuvuustekijät luodaan yhtenäistä, puhuttelevaa ja tunteisiin vetoavaa viestintää.

### 8.1 Visuaalinen ilme ja graafinen ohjeistus

Yhtenäinen ja tunnistettava visuaalinen ilme tekee Laukaan kunnan viestinnästä erottuvan, parantaa kunnan tunnettuutta ja vahvistaa brändiä. Kaikessa Laukaan kunnan viestinnässä käytetään Laukaan kunnan graafisen ohjeiston mukaista yhtenäistä visuaalista ilmettä käyntikorteista esitteisiin ja verkkosivuista muihin sähköisiin palveluihin ja materiaaleihin.

Laukaan kunnan graafinen ohjeisto määrittelee kunnan visuaalisen ilmeen ja tarjoaa työvälineet viestinnän toteuttamiseen. Graafinen ohjeisto määrittelee logon ja vaakunan käytön sekä typografian ja eri elementtien käyttötavat. Lisäksi ohjeisto antaa esimerkkejä visuaalisen ilmeen käytöstä. Käytössä oleva graafinen ohjeisto astui voimaan joulukuussa 2016. Kunnan tytäryhtiöillä ja muutamilla muilla palveluilla on oma logo, mutta muuten viestintää toteutetaan Laukaan kunnan visuaalisella ilmeellä. Kun suunnittelet uuden materiaalin tekemistä tai vanhan päivittämistä, tutustu graafiseen ohjeistoon ja varmista, että materiaali toteutetaan yhtenäisen visuaalisen ilmeen mukaisesti. Konsernihallinnosta saat tarvittaessa apua materiaalin toteuttamiseen yhtenäisen ilmeen mukaisesti.

» [Graafinen ohjeisto: Intranet](#) » [Viestinnän ohjeet](#)



### 8.2 Logo, vaakuna ja markkinointitunnukset

#### Laukaan kunnan vaakuna

Kaikilla kunnilla ja kaupungeilla on käytössään heraldinen tunnus eli vaakuna. Laukaan kunnan vaakunaa käytetään valtuuston ja muissa virallisissa yhteyksissä.

#### Laukaan kunnan logo

Laukaa-logoa käytetään kaikissa kunnan markkinointi- ja viestintämateriaaleissa. Logoa käytetään ensisijaisesti sinisävyisenä ja tummilla väripohjilla valkoisena, harmaapohjaista versiota vain silloin, kun julkaisu on mustavalkoinen.

Laukaan tytäryhtiöillä, Laukaan kehitysytio, Laukaan vesihuolto ja Laukaan vuokratodit, on omat tunnistettavat versiot Laukaan hirvilogosta. Myös Laukaan lasten ja nuorten hyvinvointi- ja perhekeskuksella sekä Laukaan kansalaisopistolla on oma logo. Laukaan vapaa-aikatoimi käyttää viestinnässä omaa Vatti-logoa ja -maskottia. Laukaan kirjasto viestii Laukaan visuaalisen ilmeen lisäksi myös Keski-kirjastojen visuaalisella ilmeellä.

#### I love Laukaa-tunnus

I love Laukaa -tunnusta käytetään muun muassa erilaisten tapahtumien yhteydessä ja joissakin markkinointimateriaaleissa. I Love Laukaa on kuntalaisten oma merkki ja kenen tahansa käytettävissä esimerkiksi sosiaalisessa mediassa.

» [Ohjeet vaakunan ja logon käytöstä: Intranet](#) » [Viestinnän ohjeet](#)

» [Logo, vaakuna ja muut graafiset elementit: P-verkkolevy](#) » [Viestintä](#) » [Graafiset elementit](#)

### 8.3 Markkinointi- ja viestintämateriaalit

Laukaan kunnan word-pohjaiset asiakirjapohjat ja powerpoint-esityspohjat on tehty tukemaan ja helpottamaan jokaisen työntekijän viestintää. Löydät ne yhteiseltä P-verkkolevyltä Viestintä-kansiosta.

Esittelykäyttöön on lisäksi muutamia valmiita Laukaan kunnan esittelykalvosarjoja, joista voi valita omaan esitykseen sopivat diat. Kunnan yhteinen kuvapankki löytyy henkilöstön yhteiseltä verkkoasemalta P:\Viestintä. Kuvapankissa oleviin kuviin on vapaat käyttöoikeudet Laukaan kuntaan liittyvässä viestinnässä, ellei toisin ole mainittu. Kuvapankista löytyy valokuvia muun muassa henkilöistä, rakennuksista, palveluista ja tapahtumista. Muita kuvia viestintään kannattaa etsiä maksuttomista tai maksullisista kuvapankeista. Valitse kunnan brändikirjassa ja graafisessa ohjeistossa kuvattuun Laukaan persoonaan sopivia kuvia.

#### LAUKAAN KUNNAN VIESTINTÄMATERIAALIT

- Kirje-, ja käyntikorttipohjat
- Asiakirja- ja esityspohjat
- Esittelydiasarjat
- Julkaisut ja esitteet mm. tilinpäätös- ja talousarviokirjat
- Esitemateriaaleja osastoittain
- Vapaa-aikatoimen Vatti-esite - kysy ilmoitustilaa myös muille palveluille

Laukaan kunnan Youtube-kanavan videoita kannattaa hyödyntää tarpeen mukaan. Videoita löytyy muun muassa hankkeista, matkailusta, tapahtumista ja kunnan päätöksenteosta.

» [Asiakirja- ja esityspohjat sekä viestintä- ja markkinointimateriaalit: P-verkkolevy](#) » [Viestintä](#)

## 8.4 Messut, näyttelyt ja tapahtumat

Laukaan kunta on mukana monissa tapahtumissa, näyttelyissä ja messuilla. Apua messuosaston suunnitteluun Laukaan kunnan brändi-ilmeen mukaiseksi voit pyytää konsernihallinnosta. Konsernihallinnosta on lainattavissa messu- ja tapahtumakäyttöön brändi-ilmeen mukaisia roll-ujeja, messutiski, surffilippuja ja mainoslakanoita. Muista osastokalusteista ja niiden painatuksista vastaa tapahtumasta vastaava vastuualue tai yksikkö.

» [Apua messuosaston suunnitteluun ja messutarvikkeet:](#)  
[Konsernihallinto](#) » [Johdon sihteeri ja elinkeinotoimi](#)

## 8.5 Muu maksettu mainonta ja työpaikkailmoitukset

Laukaan kunta toteuttaa maksettua mainontaa tilanne- ja kampanjakohtaisesti erillisten markkinointisuunnitelmien mukaisesti sekä digitaalisesti että printtimedioissa. Käytettäviä paikallisia printtimedioita ovat muun muassa Laukaa-Konnevesi -lehti, Keski-suomalainen ja kaupunkilehdet. Palvelualueet voivat mainostaa palveluitaan itsenäisesti harkitsemisensa kanavissa. Ilmoitukset tulee toteuttaa Laukaan kunnan graafisen ohjeen mukaisesti.

### Työpaikkailmoitukset

Avoimista työpaikoista ilmoittamisesta vastaa kunnan henkilöstöhallinto yhdessä rekrytoivan osaston kanssa. Laukaan kunnassa avoinna olevista työpaikoista ilmoitetaan kunnan verkkosivuilla, Kuntarekry.fi-palvelussa ja harkinnan mukaan TE-palvelujen www.mol.fi -palveluissa, Kuntalehdessä, muissa ammattilehdissä, paikallislehdissä tai Helsingin sanomissa.

» [Avoimet työpaikat:](#)  
[www.laukaa.fi/avoimet-tyopaikat](http://www.laukaa.fi/avoimet-tyopaikat) & [Kuntarekry](#)

» [Työpaikkailmoitusmallit ja -pohjat:](#)  
[P-verkkolevy](#) » [Viestintä](#) » [Rekrytointiohjeet](#)





## LIITE 1.

# VIESTINTÄÄ OHJAAVA LAINSÄÄDÄNTÖ

## Kunnan asukkaiden osallistuminen ja julkisuuslainsäädäntö

Kunta on osa julkista hallintoa. Sen viestintää ja tiedottamista koskevat useat eri lait. Näitä ovat mm. perustuslaki, kuntalaki, hallintolaki ja julkisuuslainsäädäntö, laki viranomaisten toiminnan julkisuudesta, maankäyttö- ja rakennuslaki, laki yksityisyyden suojasta työelämässä, tekijänoikeuslaki ja sosiaalilainsäädäntö.

**Kunnan toimintaa ohjaava tärkein laki on kuntalaki. Kuntalaissa viestintään liittyvät seuraavat säädökset:**

### 22 § Osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuudet

*Kunnan asukkailla ja palvelujen käyttäjillä on oikeus osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan. Valtuuston on pidettävä huolta monipuolisista ja vaikuttavista osallistumisen mahdollisuuksista.*

#### **Osallistumista ja vaikuttamista voidaan edistää erityisesti:**

- 1) järjestämällä keskustelu- ja kuulemistilaisuuksia sekä kuntalaisraateja;
- 2) selvittämällä asukkaiden mielipiteitä ennen päätöksentekoa;
- 3) valitsemalla palvelujen käyttäjien edustajia kunnan toimielimiin;
- 4) järjestämällä mahdollisuuksia osallistua kunnan talouden suunnitteluun;
- 5) suunnitteleamalla ja kehittämällä palveluja yhdessä palvelujen käyttäjien kanssa;
- 6) tukemalla asukkaiden, järjestöjen ja muiden yhteisöjen oma-aloitteista asioiden suunnittelua ja valmistelua.

### 29 § Viestintä

*Kunnan toiminnasta on tiedotettava asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille. Kunnan tulee antaa riittävästi tietoja kunnan järjestämistä palveluista, taloudesta, kunnassa valmistelussa olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä ja päätösten vaikutuksista. Kunnan on tiedotettava, millä tavoin päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa.*

*Kunnan on huolehdittava, että toimielinten käsittelyyn tulevien asioiden valmistelusta annetaan esityslistan valmistuttua yleisen tiedonsaannin kannalta tarpeellisia tietoja yleisessä tietoverkossa. Kunnan on verkkoviestinnässään huolehdittava, että salassa pidettäviä tietoja ei viedä yleiseen tietoverkkoon ja että yksityisyyden suoja henkilötietojen käsittelystä toteutuu.*

*Viestinnässä on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otettava huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet.*



## LIITE 2.

# VIESTINNÄN OHJAAVAT KUNNAN OMAT SÄÄNNÖT JA STRATEGIAT

## Hallintosääntö

Kunnan toimintaan liittyvistä säännöistä tärkein on hallintosääntö. Hallintosääntö määrittelee muun muassa viestinnän vastuutahot ja ohjaa kokouksista ja luottamustoimielinten päätöksistä tiedottamista.

Hallintosäännön mukaan kunnan tiedottamista johtaa kunnanhallitus. Kunnanhallitus vastaa tiedottamisen yleisohjeista. Se hyväksyy yleiset ohjeet kunnan viestinnän ja tiedottamisen periaatteista ja päättää tiedottamisesta vastaavista kunnan viranhaltijoista. Lisäksi hallintosäännössä määrätään, että hallintojohtaja vastaa valtuuston ja kunnanhallituksen päätösten hallinnollisesta täytäntöönpanosta ja tiedottamisesta sekä vastaa kunnan yleisestä viestinnästä ja sen kehittämisestä.

Linkki hallintosääntöön: <https://www.laukaa.fi/tietoa-laukaasta/saannot-ja-ohjeet> › Hallintosääntö

## Kuntastrategia

Laukaan kuntastrategiassa valtuustokaudelle 2017–2021 viestintään liittyvät olennaisesti arvot **Avoimuus:** Vuorovaikutus, Läpinäkyvyys, osallistuminen, **Sydän:** Ihmisläheinen palvelu sekä **Tekemisen meininki:** yhteisöllisyys. Kuntastrategian kärkiteemoissa nostetaan esiin samoja asioita tavoitetasolla: olemme yhteispelin kunta (Elinvoima ja kilpailukyky), Laukaan kunta osallistaa asukkaitaan ja kannustaa kuntalaisia osallistumaan tulevaisuuden Laukaan kehittämiseen (Hyvinvointi) ja Haluamme markkinoida luontoharrastamisen mahdollisuuksia myös Laukaan ulkopuolisille tahoille (Luonto ja elämykset).

Linkki kuntastrategiaan: <https://www.laukaa.fi/tietoa-laukaasta/strategiat> › Kuntastrategia

## LIITE 3.

# KUN TOIMITTAJA OTTAA YHTEYTTÄ – MEDIAHAASTATTELU

Haastattelu voidaan suorittaa sähköpostilla, puhelimesta, tiedotustilaisuudessa tai muussa tapahtumassa tai niin, että toimittaja sopii tapaamisen haastateltavan kanssa.

### Valmistaudu haastatteluun huolella

- Kuuntele tarkkaan, mitä toimittaja haluaa. Oletko sinä paras haastateltava aiheesta?
- Hanki taustatiedot asiasta.
- Käy kollegan tai kunnan viestinnän ammattilaisen kanssa läpi pääviestit ja mahdolliset ongelmakohdat.
- Onko aiheesta jotain muuta tai uutta kerrottavaa, mikä toimittajan olisi hyvä tietää?
- Muotoile viesti, kiteytä ja yksinkertaista.
- Muista kielikuvat ja vertaukset.

### Haastattelussa

- Käytä kiteytettyjä viestejä.
- Älä anna toimittajan johdatella, pidä aloite itselläsi.
- Ole empaattinen.
- Puhu totta. Tunnusta tehdyt virheet – kaikkea ei ole kuitenkaan pakko sanoa.
- Toista pääviestisi.
- Jos et osaa vasta kysymykseen, kerro ottavasi asiasta selvää tai palauta keskustelu omaan perusviestiisi.
- Toista.
- Pidä mitä lupaat. Jos lupaat palata asiaan tai toimittaa taustatietoa tee se sovitussa aikataulussa. Lehti menee painoon ja uutinen julkaistaan tietyllä kellonlyömällä!

### Haastattelun jälkeen

Pyydä toimittajalta teksti tarkistettavaksi, jos uutisen julkaisuaikataulu sen sallii. Mahdolliset korjaukset tulee tehdä vain asiavirheisiin. Kirjoituksen tyyliin, toimittajan omiin näkemyksiin tai toisten haastateltavien antamiin kommentteihin ei ole syytä puuttua.

## LIITE 4.

# KUINKA KIRJOITAN HYVÄN TIEDOTTEEN?

**Tiedotteessa tärkeintä ovat otsikko ja kolme ensimmäistä riviä, joiden tulee sisältää olennaisin ja kiinnostavin asia tiedotettavasta asiasta.** Hyvä tiedote on mahdollisimman lyhyt. Sama asia kerrotaan vain kerran. Asiasta kerrotaan myös ongelmalliset puolet.

Embargo on tiedottajien ja toimittajien välinen käytäntö, jossa tiedottajat voivat julkaista tiedotteen ennen kuin se on julkinen. Teksti "Embargo + pp.kk.vvvv kello xx.yy" tai "Julkaisuvapaa + pp.kk.vvvv kello xx.yy" tiedotteen alussa tai otsikossa tarkoittaa ajankohtaa, jolloin tiedotteessa kerrotut asiat ovat julkisia ja niistä on lupa uutisoida. Embargo antaa toimittajille aikaa perehtyä aiheeseen etukäteen. Tiedottajille embargo antaa tilaisuuden valmistella tiedote etukäteen ja avata uutisen sisältöä kattavammin kuin hätäisellä aikataululla julkaistussa tiedotteessa. Yleensä embargoa käytetään asioissa, jotka herättävät suurta mielenkiintoa. Näin vähennetään uutiskilpailun vaikutusta juttujen sisältöön.

**Hyvässä tiedotteessa käytetään selkeää yleiskieltä, ei ammattislangia.** Suosi lyhyitä virkkeitä pää- ja sivulauseilla. Vältä lauseenvastikkeita ja lyhenteitä. Lyhyt virke sisältää enintään 15 sanaa, verkossa vieläkin lyhyempi ilmaisu on eduksi.

Otsikko ei vaadi aina verbiä, etenkin olla-verbiä. Tiedotteessa ei tule käyttää vahvoja adjektiiveja tai epäselvää byrokraattista kieltä kuten puitteissa-, taholta- tai toimesta-ilmaisuja. Suosi tekemistä ilmaisevia verbejä, esimerkiksi suorittaa valmistelu › valmistele.

## Tiedotteen rakenne:

TIEDOTE  
pp.kk.vvvv + Paikkakunta  
(Julkaisuvapaa pp.kk.vvvv + kello xx.yy)

### Otsikko

Otsikon tarkoitus on kiinnittää toimittajan huomio ja kuvata ytimekkäästi uutisen pääasia. Otsikko voi olla myös provosoiva. Sähköpostilla lähetettäviin tiedotteisiin otsikko laitetaan sähköpostin aihekenttään.

### Esittelykappale

Esittelykappale kertoo uutisen pääasian otsikkoa tarkemmin. Kappaleen tulee vastata peruskysymyksiin mitä, missä ja milloin.

### Pääkappale(et)

Pääkappaleissa kerrotaan yksityiskohtaisemmin uutisesta ja sen taustasta. Lisäksi mainitaan perustiedot tiedotteen julkaisesta yrityksestä tai yhteisöstä.

### Yhteystiedot

Yhteystietoihin laitetaan sen henkilön puhelinnumero ja sähköpostiosoite, joka on valmistautunut vastaamaan toimittajien yhteydenottoihin ja lisäkysymyksiin.

## LIITE 5.

# SÄHKÖPOSTIN TEHOKAS KÄYTTÖ

Moni tietotyötä tekevä käyttää jopa neljäsosan työajasta sähköpostien läpikäymiseen ja niihin vastaamiseen, asiakasrajapinnassa työskentelevät sitäkin enemmän. Sähköposti poikkeaa perinteisestä kirjepostista ja toisaalta myös puhelimesta tai kasvokkain käydystä keskustelusta olennaisesti. Siksi onkin hyvä tunnistaa sähköpostiviestinnän erityispiirteet ja huomioida ne, kun kirjoitat sähköpostia.

### **Sähköposti sopii parhaiten tiedottamiseen ja sellaiseen viestintään, joka ei ole tunnepitoista.**

Koska viestiä vahvistavat äänensävyt ja kehonkieli eivät välity sähköpostilla, vahvoja tunteita herättävät asiat sekä värikkäät sanavalinnat ja tyyli synnyttävät helposti väärinymmärryksiä. Väärinymmärryksiä on myös hidas korjata toisin kuin kasvokkain tapahtuvassa viestinnässä. Sähköposti ei sovellu myöskään luottamuksellisten tietojen välittämiseen, ellei yhteys ole salattu.

**Valitse viestin sävy ja tyyli vastaanottajan, asian ja tilanteen mukaan.** Sähköposti ei ole yhtä virallista viestintää kuin kirje mutta ei myöskään yhtä epävirallista kuin puhekieli. Puhekieltä on syytä välttää muulloin kuin hyvin tuttujen henkilöiden kanssa viestissä.

**Kirjoita yksi asia yhteen viestiin. Jos käsiteltäviä asioita on useita, jaa teksti kappaleisiin.** Sähköposti on nopean viestinnän väline ja yhdelle henkilölle saattaa tulla kymmeniä, jopa satoja sähköposteja päivittäin. Helpota sähköpostien lukemista, käsittelyä ja niihin vastaamista kirjoittamalla yksi asia yhteen viestiin. Laajemmissa tiedottavissa sähköposteissa jaa teksti kappaleisiin ja käytä väliotsikoita.

**Lisää vastaanottajiksi vain henkilöt, joita asia koskee. Käytä laajoja jakelulistoja harkiten.** On vastuullista oman, kollegojen ja esimiesten työajan käyttöä miettiä ennen sähköpostin lähettämistä, millä jakelulla viestin lähettää. Pitkistä viestiketjuista kannattaa poistaa ylimääräiset henkilöt. Vastaanottaja-kenttään lisätään ne, joita asia ensisijaisesti koskee. Kopiona voidaan lähettää tiedoksi-luonteisia viestejä varsinaisia vastaanottajia useammalle henkilölle. Piilokopiota käytetään usein laajoissa jakeluissa, joissa vastaanottajan henkilöllisyys halutaan suojata, esimerkiksi uutiskirjeissä.

### **Otsikoi viestisi oikein. Hyvä otsikko kuvaa viestin sisältöä ja motivoi avaamaan sähköpostin.**

Jo viestin otsikko luo ensivaikutelman lähettäjistä ja asiasta. Tiivistä otsikkoon viestisi tärkein sisältö lyhyesti ja helposti ymmärrettävästi. Joskus voi olla hyvä laittaa otsikkoon myös päivämäärä tai mahdollisen deadline ajankohta. Älä koskaan jätä sähköpostia otsikoimatta.

**Aloita viesti tervehdyksillä ja viestin tärkeimmällä sisällöllä.** Viestin aloitus on otsikon ohella sähköpostin tärkein osa. Alkutervehdys, viestin tyyliin sopiva puhuttelu sekä aiemmasta yhteydenotosta tai viestistä kiittäminen ovat verrattavissa hyviin käytöstapoihin. Kirjoita tervehdyksen jälkeen viestin alkuun viestin tärkein asia. Sähköpostilla hyvää asiakaspalvelua on vastata asiakkaan kannalta olennaisimpiin kysymyksiin ensin riippumatta siitä, missä järjestyksessä asiakkaan kysymykset ovat. Aloita vastaus myönteisellä sanalla tai ilmaisulla, vaikka vastauksesi olisi kielteinen. Tällöin vastaanottaja ei koe itseään tyrmätyksi heti alussa. Muista myös kohtelias ja ystävällinen lopputervehdys.

### **Kerro, jos vastauksesi tulee viipymään.**

Sähköpostiviesteihin kannattaa vastata mahdollisimman pian, mielellään parin päivän sisällä. Jos asian selvittäminen vie aikaa, lähetä lyhyt viesti ja kerro milloin aiot palata asiaan. Yleisiin tiedoteviesteihin ja massajakelulla lähetettyihin markkinointisähköposteihin ei odoteta vastausta.

### **Anna aikaa vastaamiseen ja muistuta tarvittaessa.**

Vastaanottajalle kannattaa antaa pari päivää aikaa vastata lähettämäsi sähköpostiin, ennen kuin lähetät muistutusviestin. Tapahtumiin ilmoittautumisesta, kyselyihin vastaamisesta ja muista tietopyynnöistä on hyväkin lähettää muistutusviesti, kun viimeinen vastaus- tai ilmoittautumispäivä lähestyy.

**Editoi viestiketjuja.** Pitkissä viestiketjuissa olennaisen tiedon etsiminen on vaikeaa. Kun vastaat viestiketjuun, editoi viestiketjuja ja säästä vain osat, jotka ovat välttämättömiä uuden viestisi ymmärtämisen kannalta.

**Vältä vastaamasta menneeseen viestiketjuun, jos aihe on uusi.** Kun haluat lähettää ihmiselle sähköpostia aiheesta, joka ei liity menneiden viestien aiheisiin, aloita aina uusi viestiketju. Näin helpotat aiheeseen liittyvien viestien löytymistä omasta ja vastaanottajan sähköpostista. Samalla varmistat, että uusi viesti lähtee vain niille henkilöille, joille se on tarkoitettu.

**Panosta oikeinkirjoitukseen ja helpolukuisuuteen.** Sähköpostin vastaanottaja saa ensivaikutelman sinusta lähettämäsi viestin perusteella. Jos teksti vilisee kirjoitusvirheitä, vaikeasti ymmärrettävää ammattislangia ja pitkiä virkkeitä, viestin sisällön ymmärtäminen vaikeutuu mutta myös kirjoittajan ammattitaitoa ja pätevyyttä voidaan epäillä. Lue ennen viestin lähettämistä viesti ajatuksella läpi, tarkista yhdyssanat ja välimerkit, lyhennä lauseita tarvittaessa ja korjaa vaikeatajuiset virkakieliset ilmaisut helpommin ymmärrettäviksi.

**Tarkista viestin vastaanottajat ja liitteet ennen lähettämistä.** Lähetettyäsi sähköpostin, et saa peruutettua sitä. Siispä tarkista, että viesti lähtee oikeille vastaanottajille sekä se, että luvatut dokumentit ovat viestin liitteenä. Muista myös, että moni vastaanottaja ei avaa liitetiedostoja, elleivät tunne niiden lähettäjä, koska liitteiden mukana voi tulla viruksia. Sen vuoksi kannattaakin pyytää lupa, ennen kuin lähettää vieraalle vastaanottajalle liitetiedostoja.

**Pidä kuvat ja grafiikka kohtuullisen kokoisina.** Moni lukee sähköpostin mobiililaitteella, ja liian suurikokoiset tiedostot voivat jäädä vastaanottajalta avaamatta. Säästät vastaanottajan aikaa ja madallat kynnyistä lukea viestin sisältö kokonaan, kun liität tapahtumakutsut ja muut vastaavat lyhyet kuvalliset tervehdykset suoraan sähköpostin tekstikenttään kuvina erillisen liitteen sijasta. Suurikoikoisten tiedostojen, kuvien ja videoiden jakamiseen kannattaa käyttää pilvipalveluja.

**Kohtaa ihminen ihmisenä, myös sähköpostissa.** Samalla tavoin kuin puhelimesta henkilökohtaisessa asiakaspalvelutilanteessa, sähköpostissakin kasvullista palvelua osoittaa, miten viesteihin vastataan sen lisäksi, että niihin vastataan. Asiakkaan tyyliin mukautuminen, sinuttelu/teittely, sanavalinnat ja muut kielelliset seikat kertovat organisaatiosta vastaanottajalle paljon.

Laukaan kunnan arvojen mukaista sydäntä ja elinvoimaa kuvastaa parhaiten passiivin sijasta aktiivi (Viestisi on välitetty -> Olen/Olemme välittäneet viestisi), abstraktien ilmaisujen sijasta konkreettiset (Huoltomiehet tekivät siivoustoimenpiteitä -> Huoltomiehemme siivosivat), lauseenvastikkeen sijasta sivulause (Saavuttuanne Kuntalaan odottakaa aulassa. -> Kun saavutte Kuntalaan, odottakaa aulassa.). Lauseenvastikkeisiin rinnastettavat kaavamaiset sanonnat, joissa käytetään esimerkiksi sanoja johtuen, koskien viitaten tai tiimoilta, voi myös aina korvata luontevammilla vaihtoehdoilla (Asiakaspalautteesta johtuen huomasimme virheemme. -> Huomasimme virheemme, josta kirjoititte asiakaspalautteessanne.; Julkaisemme raportin tapahtuneeseen liittyen. -> Julkaisemme raportin tapahtuneesta.; Näihin syihin perustuen. -> Näistä syistä.)

**Muista allekirjoitus.** Allekirjoituksesta vastaanottaja löytää tiedon siitä, kenen kanssa hän on ollut tekemisissä ja eri tavat, joilla hän voi olla yhteydessä viestin lähettäjänsä tai organisaatioon.

## Laukaan kunnan esimerkkiallekirjoitus

### Sisäinen viestintä:

Niku Latva-Pukkila  
hallintojohtaja  
Laukaan kunta  
p. 050 3699 273

### Ulkoinen viestintä:

Niku Latva-Pukkila  
Hallintojohtaja  
Laukaan kunta  
p. 050 3699 273  
niku.latva-pukkila@laukaa.fi  
Käyntiosoite: Laukaantie 14, 41340 Laukaa  
Postiosoite: PL 6, 41341 Laukaa  
www.laukaa.fi  
www.facebook.com/laukaankunta

