



Viestintäohje | 2020

LAUKAAN KUNTA

SISÄLLYS

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Viestintä Laukaan kunnassa | 4 |
| 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 |
| 2 | Työyhteisöviestintä | 8 |
| 2.1 | Suullista, kirjallista ja sähköistä viestintää työyhteisössä | 9 |
| 2.2 | Laukaan kunnan Intranet | 9 |
| 2.3 | Perehdyttäminen | 10 |
| 2.4 | Muutosviestintä | 10 |
| 3 | Päätösviestintä | 11 |
| 3.1 | Kuntalainen vaikuttajana | 11 |
| 3.2 | Valmistelu- ja päätösviestintä | 12 |
| 4 | Ulkoinen viestintä ja mediasuhteet | 13 |
| 4.1 | Mediasuhteet | 13 |
| 4.2 | Mediatiedotteet ja tiedotustilaisuudet | 15 |
| 5 | Verkkoviestintä ja sosiaalinen media | 16 |
| 5.1 | Laukaan kunnan verkkosivut | 17 |
| 5.2 | Viestintä sosiaalisessa mediassa | 18 |
| 5.3 | Sähköposti ulkoisessa viestinnässä | 19 |
| 6 | Häiriötilanneviestintä | 20 |
| 7 | Markkinointiviestintä | 22 |
| 8 | Brändi ja visuaalinen ilme | 24 |
| 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
TAI sähköpostietiketti Laukaan kunnassa

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 perustelemaan 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, imago- 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 koskevissa 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 tuntee 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 intranetisointia 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.

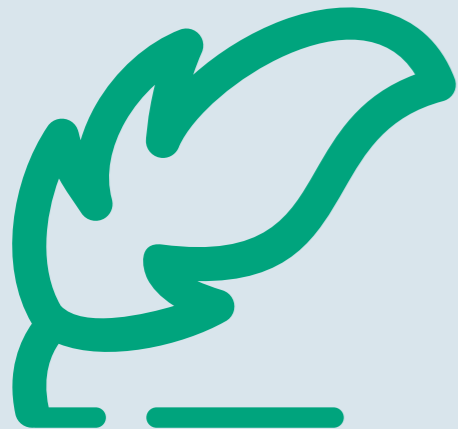
Laukaan kunnan intranet on koko työyhteisön uutiskanava ja tietopankki. Intranetistä löytyvät työn tekemiseen, työsuhteeseen, työhyvinvointiin ja henkilöstökoulutukseen liittyvät materiaalit, ohjeet ja lomakkeet, puhelinluettelo ja yhteystiedot sekä työyhteisöä koskevat ajankohtaiset uutiset ja tiedotteet. 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 viranomaispalaute 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
- Keskiuomalainen
- 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 |
|--------------------------------|--|---|---|
| www.laukaa.fi | Kuntalaiset Yritykset Tiedotusvälineet Muut viranomaiset Työnhakijat | Tiedonvälitys Palautteenkeruu Kuntamarkkinointi | <ul style="list-style-type: none"> Kunnan palvelut eri sidosryhmille Päätösten uutisointi Ajankohtaiset uutiset Tietoa vaikuttamismahdollisuuksista Kehittäminen ja hankkeet Toiminnan muutokset Rekrytointi |
| Facebook | Kuntalaiset Laukaasta kiinnostuneet Tulevat kuntalaiset Työnhakijat | Tiedonvälitys Vuorovaikutus Kuntalaisten osallistaminen ja sitouttaminen Kuntamarkkinointi | <ul style="list-style-type: none"> Uutisten jakaminen Asiat, ilmiöt, tunnelmat Valokuvat, videot Osallistaminen ja kyselyt Palautteen vastaanottaminen ja palautteisiin vastaaminen Rekrytointi-ilmoitusten jako |
| Twitter | Media Kuntalaiset Laukaasta kiinnostuneet | Tiedonvälitys Uutisten jako Vuorovaikutus | <ul style="list-style-type: none"> Uutiskärjet Tietoa ajankohtaisista vaikuttamismahdollisuuksista |
| Youtube | Kuntalaiset Laukaasta kiinnostuneet | Tiedonvälitys ja kuntalaisten sitouttaminen Kunnan markkinointi | <ul style="list-style-type: none"> Videot (mm. tilinpäätös ja talousarvio, valtuuston kokouksallenteet, hankkeet, matkailu, tapahtumat) Asiat, ilmiöt, tunnelmat |
| Blogi(t): | Kuntalaiset Laukaasta kiinnostuneet | Tiedon- ja tunnelmien välittäminen Tiedottaminen Kuntamarkkinointi Vuorovaikutus | <ul style="list-style-type: none"> Nostot ajankohtaisista asioista Tarinat Suunnitelmat / taustat Asiat, ilmiöt, tunnelmat |
| LinkedIn | Laukaasta kiinnostuneet Tulevat työntekijät | Olemassaolo englanniksi Tiedonvälitys työpaikoista | <ul style="list-style-type: none"> Kunnan perusesittely englanniksi Kunnan työpaikat |
| Instagram (VisitLaukaa) | Matkailijat Asukkaat | Mielikuvien luominen Tiedottaminen Osallistaminen | <ul style="list-style-type: none"> Valokuvat, videot Tapahtumat ja muut ajankohtaiset Asiat, ilmiöt ja tunnelmat |

5.1 Laukaan kunnan verkkosivut

Laukaan kunnan verkkosivut ovat sidosryhmäviestinnän pääkanava ja "kotipesä". Laukaan kunnan verkkosivujen kävijämäärät ovat kasvaneet voimakkaasti ja sivuilla vieraile 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.

Verkkoviestinnässä korostuu nopeus. Verkkosivujen kautta tulleisiin kysymyksiin ja palautteisiin tulee vastata kuten muihinkin palautteisiin niin nopeasti kuin mahdollista. 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 käsitellyssä ja hänen asiaansa palataan heti kun mahdollista.

Jos palautteen antaja on jättänyt yhteystietonsa, palautteen antajalle on hyvä vastata, vaikka palautteessa ei suoranaisia kysymyksiä esitetäisikään. 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 aihetunnisteita, 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. 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

» **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 joukolle 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 päätäntävalta 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 verkkomediaossa 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

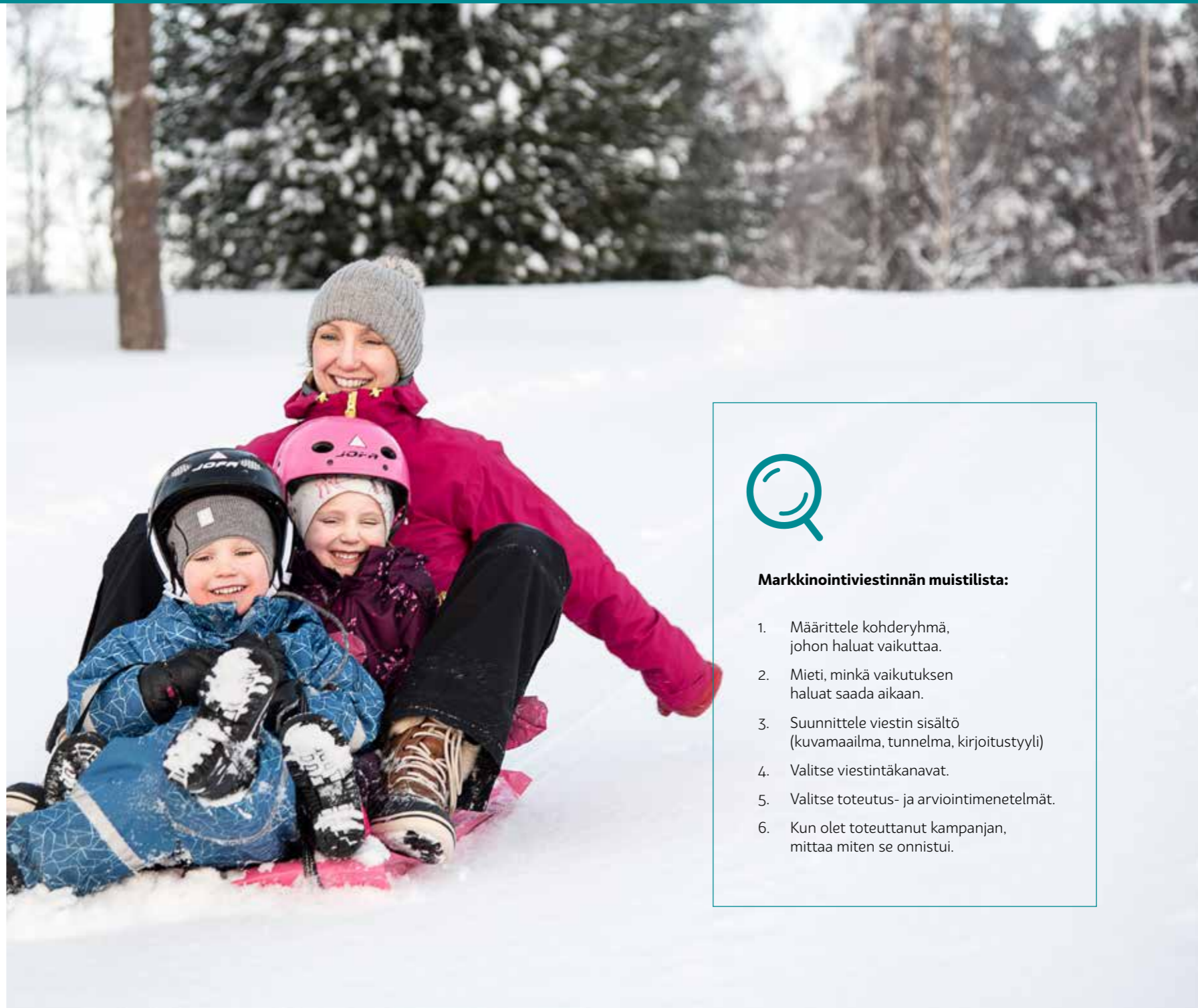
- Mainonta
- Tiedotus- ja suhdetoiminta
- Myynninedistäminen
- Hakukoneoptimointi
- Sisältömarkkinointi
- Vaikuttamisviestintä

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 & [Kuntarekry](#)

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



