

SATAKUNNAN AMMATTIKORKEAKOULU

Lehtimäki Mirja

MINUN KANKAANPÄÄNI 2007 -PROJEKTIN VIESTINTÄSUUN-
NITELMA

LIIKETALouden KOULUTUSOHJELMA

Yritysviestinnän suuntautumisvaihtoehto

2007

MINUN KANKAANPÄÄNI 2007 -PROJEKTIN VIESTINTÄSUUNNITELMA

Lehtimäki, Mirja
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Liiketalous Kankaanpää
Liiketalouden koulutusohjelma
Yritysviestinnän suuntautumisvaihtoehto
Kesäkuu 2007
Katajamäki, Outi
Sivumäärä: 31
UDK: 659.3, 659.4

Asiasanat: yhteisöviestintä, tiedottaminen, viestinnän suunnittelu, projektityö, markkinointiviestintä, sitouttaminen.

Projekti on yhä yleisempi työmuoto halutessamme vastata tuottavuuden ja tuloksellisuuden kasvaviin haasteisiin. Toiminnallisen opinnäytetyön tarkoitus oli luoda viestintää ohjaava ja tehostava viestintäsuunnitelma Minun Kankaanpäätäni 2007 -projektille. Kyseessä on Kankaanpään oma teemavuosi, jossa Kankaanpää-aiheisten tapahtumien kokonaisuutta toteutetaan koordinoitusti yhden teeman alla. Opinnäytetyön tekijä halusi luoda projektin toteuttajille viestinnän työkalun, joka lähtee perusasioista antaen selkeät ohjeet aina käytännön toteuttamiseen saakka.

Tämä opinnäytetyöraportti perustelee teorialla viestintäsuunnitelman luomisessa tehtyjä valintoja. Raportti lähtee liikkeelle projektityön esittelyllä, mikä auttaa ymmärtämään, minkälaisia asioita projektin viestintäsuunnitelmassa täytyy ottaa huomioon. Itse viestinnän suunnittelussa käydään läpi niin projektin sisäinen kuin ulkoinenkin viestintä sekä lyhyesti kriiseihin varautuminen.

Opinnäytetyön liitteenä oleva Minun Kankaanpäätäni 2007 -viestintäohjeisto on projektissa mukana oleville laadittu viestintäsuunnitelma. Ohjeisto tehtiin palvelemaan viestinnän toteuttamisessa myös projektin ulkopuolella. Se perustuu projektin sihteerinä ja viestintäassistenttina toimineen opiskelijan ja projektipäällikön välisiin keskusteluihin sekä tukena käytettyyn, pääasiassa yhteisöviestinnän ja projektityön kirjallisuuteen. Liitteenä on lisäksi työnäytteitä, joilla työn tekijä toteutti viestintäsuunnitelmaa ulkoisen viestinnän linjausten osalta.

Raportti päättyy työn tekijän omiin johtopäätöksiin työn onnistumisesta sekä hänen arvioihinsa ammatillisesta kehittymisestään. Yhteenvedossa työn tekijä esittää myös erilaisia kehitysideoita projektikonseptin tulevaisuutta ajatellen. Kehitystä nähtiin tarpeen kohdistaa etenkin projektin suunnitteluun, joka on projektin tärkeimpiä vaiheita. Viestinnän toimivuuden kannalta nähtiin mielekkäänä tapahtumien kokonaisuus, joka olisi helpommin hallittava. Projektissa olisi tarvetta kokoaikaiselle viestinnän ammattilaisellekin.

COMMUNICATION PLAN FOR MINUN KANKAANPÄÄNI 2007 -PROJECT

Lehtimäki, Mirja

Satakunta University of Applied Sciences

Business Kankaanpää

Degree program of Business and Administration

Business communication

June 2007

Katajamäki, Outi

Pages: 31

UDC: 659.3, 659.4

Keywords: Organisational communication, information, communications planning, project work, marketing communication, committing.

A project is a more and more used working method when facing the increasing challenges of productivity and profitableness. The subject of this functional thesis was to create a communication plan for Minun Kankaanpääni 2007 -project. The project puts into practise a theme year in the city of Kankaanpää. Various events are organized and carried out by different local actors independently but under the common theme. A communication plan was needed to make clear guidelines of the fact how to collectively carry out the project and its internal and external communications as efficiently as possible. The writer of the thesis wanted to create a tool that leads from basic communication guidelines all the way to doing communication in practise.

This thesis report gave a theory-basis for the choices made in the plan. The report started with a project work, which enables the reader to understand what kind of things must be taken into consideration in a communication plan for a project. The theory continued with internal and external communications. Crisis management was presented in brief.

Minun Kankaanpääni 2007 -projektin viestintäohjeisto, as an appendix, is the communication plan, the purpose of which is to serve the project workers in and outside the project. The plan is based on conversations between the project manager and the writer of the thesis as well as on literature mainly handling corporate communication and project work. Journalistic work samples, as an appendix, implemented the communication plan concerning external communications.

The report concluded with self-assessment of the writer of the thesis. The success of the communication plan as well as the professional growth of the writer was pondered. Conclusion ended with suggestions of improvements to develop the concept of the project for future needs. Improvements were seen to be necessary in project planning as one of the most important parts of a project. The entity of events ought to be easier to control from a communicational point of view. It was also pointed out that in such a project there is a strong need for a communication consultant as a fulltime member of the team.

SISÄLLYS

1	TYÖN LÄHTÖASETELMAT	5
1.1	Minun Kankaanpääni 2007 -projekti	5
1.2	Toiminnallinen opinnäytetyö	5
1.3	Aiheen rajaus.....	6
1.4	Tavoitteet	7
2	PROJEKTILLA TULOKSEEN	7
2.1	Projektityön ominaispiirteet	8
2.2	Suunnittelu selkeyttää tavoitteet	8
2.3	Projektioorganisaatio tehostaa projektin toimintaa.....	9
2.4	Päätöstilaisuudessa katsotaan tulevaisuuteen.....	10
3	VIESTINNÄN SUUNNITTELU	10
3.1	Tavoitteet ohjaavat	11
3.2	Kohderyhmien mukaista viestintää	11
3.3	Kanavavalinnat ja keinot.....	12
4	PROJEKTIN SISÄINEN VIESTINTÄ	12
4.1	Haasteina ajantasainen tiedonkulku ja sitouttaminen	13
4.2	Vastuut tehostavat toimintaa	13
4.3	Projektin sisäiset kohderyhmät	15
4.4	Viestit perille oikeilla kanavilla	15
5	PROJEKTIN ULKOINEN VIESTINTÄ.....	16
5.1	Ulkoinen viestintä lähtee yhteisön sisältä	17
5.2	Visuaalinen ilme on tunnettuuden perusta	18
5.3	Projektin ulkoiset kohderyhmät	18
5.4	Toimenpiteet, keinot ja kanavat – ulkoisen viestinnän linjaukset.....	19
5.5	Luotaus on ennakkointia	22
6	PROJEKTIN KRIISIVIESTINTÄ.....	23
6.1	Kriisiviestintäsuunnitelman teko.....	24
6.2	Toimintamallista toimeenpanoon.....	25
7	YHTEENVETO JA KEHITYSIDEAT	25
7.1	Työlle asetettujen tavoitteiden toteutuminen	26
7.2	Työn tekijän ammatillinen kehittyminen	27
7.3	Opinnäytetyön onnistuminen	28
7.4	Kehitysideat	28
	LÄHTEET.....	31

LIITTEET

1 TYÖN LÄHTÖASETELMAT

Pääsin mukaan Minun Kankaanpääni 2007 -projektiin suuntautumisvaihtoehtoni vastaavan opettajan kautta. Lähelle käytäntöä vievä toiminnallinen työ kiinnosti ja työpanokselleni oli projektissa tarvetta etenkin sen myöhäisen käynnistymisen vuoksi. Hyöty oli molemminpuolinen.

1.1 Minun Kankaanpääni 2007 -projekti

Minun Kankaanpääni 2007 -projektin ajatus syntyi Kankaanpään taidekoulun ja Kankaanpään Taideyhdistyksen palaverissa syksyllä 2006. Kankaanpäähän haluttiin luoda kaupungin oma teemavuosi, sillä vuodelle 2007 huomattiin osuvan monta merkkivuotta niin Kankaanpäässä kuin koko Suomessa.

Tärkeimmät merkkivuodet ovat Kankaanpään kaupungin 35-vuotisjuhlavuosi ja kotiseutuyhdistys Kankaanpää Seura ry:n 50-vuotistaival. Itsenäinen Suomi täyttää 90 vuotta vuonna 2007.

Projektin idea on tuoda mukaan valittuja tapahtumia esille koordinoitusti yhteisen Minun Kankaanpääni 2007 -teeman alla. Projektissa tapahtuman järjestäjät toteuttavat ja markkinoivat tapahtumiaan omatoimisesti ja omakustanteisesti käyttäen mainoksissaan teeman yhteistä visuaalista tunnusta.

1.2 Toiminnallinen opinnäytetyö

Tutkimuksellisen opinnäytetyön rinnalla on ammattikorkeakoulussa mahdollisuus toteuttaa työelämälähtöisempi toiminnallinen opinnäytetyö. Vilka ja Airaksinen (2003, 9) muotoilevat toiminnallisen työn tavoittelevan ”ammattillisessa kentässä käytännön toiminnan ohjeistamista, opastamista, toiminnan järjestämistä ja järjeistämistä”. Tämä toteuttaa mielestäni parhaimmillaan ammattikorkeakoulutuksen tavoitetta, jonka mukaan annetun koulutuksen tuloksena opiskelijalla on valmiudet

toimia alansa asiantuntijatehtävissä ja sekä tietää että taitaa siihen liittyvät kehittämisen ja tutkimuksen perusteet. Toiminnallisessa opinnäytteessä käytännön työ yhdistetään tutkimusviestinnälliseen raportointiin. (Vilkka & Airaksinen 2003, 9, 10.) Itselleni toteutustapa on erittäin mielekäs ja motivoiva. Onhan käytännönläheisyys nimenomaan yksi syy, miksi valitsin ammattikorkeakouluopinnot.

1.3 Aiheen rajaus

Minun Kankaanpääni 2007 -projektille oli tarve saada viestintäsuunnitelma, jota alettaisiin mahdollisimman pian panna täytäntöön.

Koin olennaiseksi ensin avata lukijalle, mistä itsekin lähdin liikkeelle: Mitä projekti työtapana tarkoittaa ja mikä on olennaista toimivassa projektissa. Varsinaisesta viestinnän suunnittelusta käsitellään yleiset periaatteet sekä työssä tehdyt konkreettiset linjaukset niin yhteisön sisäistä kuin ulkoistakin viestintää koskien. Niin sisäisessä kuin ulkoisessakin viestinnässä korostuvat selkeiden tavoitteiden määrittely sekä toiminnan tavoitteellisuus ja sitoutuminen. Informoinnin merkitys painottuu yhteisön sisällä. Profiloinnin käsite avataan lukijalle ulkoisessa viestinnässä. Ennen yhteenve-toa käsitellään tiiviisti tärkeä kriisiviestinnän osa-alue.

Liitteenä (Liite 1) oleva Minun Kankaanpääni 2007 -projektin viestintäohjeisto on projektille laatimani viestintäsuunnitelma. Ojeisto sisältää selkeät ohjeet mahdollisimman onnistuneeseen viestintään Minun Kankaanpääni 2007 -projektissa. Viestintäohjeiston on tarkoitus palvella kaikkia projektissa mukana olijoita. Teksti on pyritty kautta linjan linkittämään konkreettisesti projektiin, kuitenkin riittävän yleisessä muodossa, jotta sisältöä pystyisi halutessaan hyödyntämään mahdollisimman paljon myös projektin ulkopuolella.

1.4 Tavoitteet

Minun Kankaanpäätäni 2007 -projekti lähti liikkeelle halusta kunnioittaa Kankaanpäätä ja Suomen juhluvuotta. Projektilla halutaan vaikuttaa positiivisesti kankaanpäätäisten mielikuviin ja kokemukseen kaupungistaan sekä edistää kaupunkilaisten me-henkeä. Projektin viestinnällä on tavoitteena tuoda paikallista osaamista ja tekemistä tehostusti ja koordinoitusti esille.

Toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena on luoda selkeät suuntaviivat ja ohjeet projektin sisäiselle ja ulkoiselle viestinnälle. Minun Kankaanpäätäni 2007 -projektille tehdään viestintäsuunnitelma, jolla on tavoitteena selkeyttää ja tehostaa viestintää sekä edistää mahdollisimman hyvin myös projektityöläisten yhteishenkeä ja sitoutumista projektiin, sillä teeman tunnettuus on merkittävässä määrin kiinni yhteisestä panoksesta.

Henkilökohtaisesti tähtään ammatillisen osaamisen monipuoliseen kartuttamiseen. Saan työssäni kokemusta niin viestinnän suunnittelusta kuin toteuttamisestakin. Tavoitteeni on kasvaa viestinnän ammattilaisena ja tehdä työn toiminnallisen osuuden rinnalle myös mahdollisimman onnistunut tutkimusviestinnällinen raportti.

2 PROJEKTILLA TULOKSEEN

Nyky-yhteiskuntaa on kuvattu projektiyhteiskunnaksi. Myöhemmin projektiksi kehittyvä hanke on käytetty työmuoto niin yrityksissä, julkishallinnon organisaatioissa, kuin perheissä, yhdistyksissä ja yhteenliittymissäkin. (Kettunen 2003, 15.) Projektilla vastataan yhä useammin tuottavuuden ja tuloksellisuuden kasvaviin haasteisiin. Se on myös työmuoto, joka selkeyttää hajanaisuuden. (Rissanen 2005, 4.)

2.1 Projektityön ominaispiirteet

Vaikka jokainen projekti on ainutlaatuinen, voidaan kaikille projekteille löytää tiettyjä yhteisiä piirteitä. Ensinnäkin projekti perustetaan aina tiettyä tehtävää varten. Se on suunniteltu hanke, jota ohjataan johdetusti ja sen asiantuntijoista koostuvalle työryhmälle asetetaan omat roolinsa ja vastuualueensa. Projektilla on myös aina tietty aikataulu ja päättymispäivä sekä sille määritellyt resurssit. Projekteille on tunnusomaista selkeä muutokseen tai parannukseen tähtäävä tavoite. Se on myös lähtökohteisesti ihmisten välistä yhteistoimintaa. (Kettunen 2003, 15.)

Työtapana projektin vahvuus lienee juuri tiimityöskentelyssä, joka kasvattaa voimavaroja ja tuo parempaa tulosta kuin yksilötyö. Näin varsinkin, kun tavoitteen saavuttamiseen vaaditaan monenlaisia taitoja. (Katzenbach & Smith 1993, 31.) Opinnäytetyön kohteena olevassa Minun Kankaanpäätäni 2007 -projektissa toimijoiden monialaisuus oli jopa lähtökohta projektin toteuttamiselle. Ilman toimijakaartin yhteistä panostusta projektia ei käytännössä voisi olla olemassa.

2.2 Suunnittelu selkeyttää tavoitteet

Suunnittelu on yksi projektin tärkeimmistä vaiheista. Sillä ohjataan päätöksentekoa. Minun Kankaanpäätäni 2007 -projektin viestinnälle ja koko toiminnalle asetti suuren haasteen juuri suunnitteluvaiheen lyhyys ja aikataulun kiireisyys. Kettunen (2003, 50) tuo esille, että hyvä suunnittelu lisää työryhmän yhteisymmärrystä ja kommunikatiota ja selkeyttää tavoitteita. Sen tuloksena tehokkuus kasvaa ja epävarmuus ja riskit vähenevät. Hyvä suunnitelma ei ole koskaan valmis, vaan se elää ja täydentyy koko projektin ajan. (Kettunen 2003, 49-51.) Myös Rissanen tuo esille, että viisas organisaatio pyrkii kääntämään työmenetelmien epäonnistumiset hyödyksi. (Rissanen 2002, 14.) Kirjallinen suunnitelma menettää ilman päivittämistä merkityksensä projektin ohjausmekanismina.

Projektin toimijoilla on oltava yhteisesti hyväksytty visio toiminnan halutuista tuloksista. Hyvä visio on realistinen, mutta siinä on riittävästi haastetta. Se on väljä näke-

mys asioiden mahdollisista kuluista. (Rissanen 2005, 43, 44.) Minun Kankaanpääni 2007 -projektin vision voi ilmaista yhdellä lauseella olevan projektissa mukana olevien yhteishengen välittymisen ja paikallisen osaamisen esiintuomisen tuloksena kasvanut me-henki kankaanpääläisten keskuudessa.

Visiointia seuraa tavoitteiden tarkempi määrittely. Rissanen (2005, 9) mukaan projekti on mielekästä perustaa, suunnitella ja toteuttaa vasta, kun sille on asetettu selkeät tavoitteet. Minun Kankaanpääni 2007 -projektin alussa tavoitteiden esille tuomiseen käytettiin opinnäytetyön tekijän kokemuksen mukaan vähän huomiota. Tavoitteita ei korostettu, vaikka niiden selkeämpi ääneen lausuminen olisi todennäköisesti luonut tehokkaamman lähtöasetelman työryhmän sitoutumiselle projektiin. Ilman selkeästi määriteltyjä tavoitteita ei voida myöskään todeta projektin onnistumista tai epäonnistumista (Rissanen 2005, 57). Opinnäytetyön tekijä koki näistä syistä tärkeäksi määritellä ja tuoda selkeästi esiin projektin tavoitteet niin viestintäohjeistossa kuin 11.4.2007 työryhmän kokouksessa, jossa suunnitelman päälinjaukset käytiin yhdessä läpi.

2.3 Projektiorganisaatio tehostaa projektin toimintaa

Projektin toteuttaa projektiryhmä, jonka kokosivat Minun Kankaanpääni -projektissa toimintaa johtava projektipäällikkö ja projektin liikkeelle pannut ja sen edistymistä seuraava koordinaattori. Työryhmän nimeämisen tarkoitus on selkeyttää projektin toimintaa ja vastuita hakemalla siihen sen kannalta hyödylliset avaintoimijat. Organisaatiomallin valinta riippuu yksilöllisestä tilanteesta: projektin koosta, esimiesalaisuhteista, siitä, kenelle projekti tehdään ja mitä erityispiirteitä siinä on. (Kettunen 2003, 32.)

Åberg esittää projektiorganisaatiomallin, johon kuuluvat projektin johtaja, projekti-koordinaattori, projektipäällikkö sekä projektiryhmän asiantuntijajäsenet. Lisäksi viestintäprojekteihin kuuluu lähes poikkeuksetta ulkopuolisia, kuten viestintäkonsultti tai mainostoimiston edustaja. (Åberg 1997, 196.)

Minun Kankaanpääni 2007 -projektin projektiorganisaatio on hyvin lähellä Åbergin kuvaamaa ryhmää. Avaintoimijoita ovat jo mainitut projektipäällikkö ja projektin koordinaattori sekä työryhmä, joka muodostuu 19:stä eri alojen paikallisesta toimijasta. Lisäksi projektin viestinnän toteutuksessa avustaa keväällä tämän opinnäytetyön tekijä, joka on projektin sihteeri ja viestintäassistentti. Projektin johdon tekemillä työryhmän henkilövalinnoilla on projektissa tavoiteltu parhaita mahdollisia kanavia vuorovaikutukselle ja tiedonkululle myös projektin taustayhteisöihin (Rissanen 2005, 82).

2.4 Päätöstilaisuudessa katsotaan tulevaisuuteen

Projektin selkeä päättäminen on tärkeää, jottei projekti jää elämään omaa elämäänsä. Projektin toteuttajille annetaan erityisessä tilaisuudessa mahdollisuus keskustella vuoden annista, tuloksista ja kehitysideoista ja luoda pohjaa jatkoprojekteille. Tämä vaihe on Minun Kankaanpääni 2007 -projektissa erityisen tärkeä, sillä ajatuksena on toteuttaa tulevaisuudessa vastaavanlainen seutukunnallinen projekti. Päättäjät antavat ihmisille luvan unohtaa projekti ja katsoa eteenpäin. Mukana olleille pyritään jättämään hyvä mieli projektista, joten parhaiten toimii mahdollisimman vapaamuotoinen tilaisuus. (Kettunen 2003, 172.)

3 VIESTINNÄN SUUNNITTELU

Viestintä on sanomien lähettämistä ja vastaanottamista. Yhteisö tukee tehtäväänsä, arvojansa ja määrittelemiään tavoitteita viestinnällä. Viestinnällä annetaan tietoa ja lisätään ihmisten tietoisuutta asioista. Parhaimmillaan se on kumpaakin osapuolta palvelevaa vuorovaikutteista sanomien vaihtoa.

Viestinnän suunnittelusta ei ole tarkoitus tehdä byrokraattista prosessia, mutta tärkeimmät asiat ja suuntaukset on hyvä määritellä kirjallisesti. Usein on myös tarpeen avata kirjoittamattomat sopimukset ja säännöt sekä määritellä viestinnän vastuut,

kuten on tehty myös Minun Kankaanpääni 2007 -projektin viestinnän suunnittelussa. (Juholin 2001, 56.) Kirjallisessa viestintäsuunnitelmassa määritellään siis, mitä tehdään ja miksi, kuka tekee, kenelle, miten, milloin ja millä resursseilla. Lisäksi määritellään, miten tullaan seuraamaan viestinnän toimivuutta ja tuloksellisuutta. (Juholin 2001, 58.)

3.1 Tavoitteet ohjaavat

Yhteisö vaikuttaa viestinnällään, halusi se sitä tai ei. Olipa kyse epävirallisesta rupattelusta tai virallisesta lehdistötilaisuudesta tai olipa viestintä tiedostettua tai tiedostamatonta, viestintä vaikuttaa aina vastaanottajiin. Siksi sille kannattaa myös asettaa tavoitteet. Viestinnän tavoitteilla pyritään ohjaamaan viestintää siihen suuntaan, missä se eniten yhteisöä palvelee. (Juholin 2001, 79.) Kamensky (2000, 184) muistuttaa kuitenkin, että helposti asetamme tavoitteita, joihin emme sitten sitoudukaan. ”Tavoitteiden syvin olemus eli se, että tavoite on tahto, täytyy olla mukana tavoitteiden asetannassa” (Kamensky 2000, 184).

3.2 Kohderyhmien mukaista viestintää

Viestintää suunniteltaessa määritellään kohde- ja sidosryhmät, joille viestit suunnataan ja joiden kanssa ollaan vuorovaikutuksessa. Tämä kohderyhmäanalyysi toimii pohjana viestinnän suunnittelulle. Kun tunnetaan kohderyhmien tiedon ja vuorovaikutuksen tarpeet, heidän kanssaan voidaan kommunikoida onnistuneesti.

(Juholin 2001, 69-70.)

Kohderyhmät on jaettu Minun Kankaanpääni 2007 -projektissa perinteisesti sisäisiin ja ulkoisiin kohderyhmiin. Periaatteeksi on kuitenkin kehoitettu ottamaan, että yhteisöllä on erilaisia kohde- ja sidosryhmiä, joiden kanssa sillä on tarve viestiä eri tavoin. (Juholin 2001, 28–29.) Tämä ajattelu lisää joustavuutta ja avoimuutta muuttuvissa tilanteissa. Viestinnän kohderyhmät on esitelty tässä raportissa erikseen sisäisen ja ulkoisen viestinnän alla.

3.3 Kanavavalinnat ja keinot

Kun on määritelty tavoitteet ja kohderyhmät, määritellään, mitä keinoja ja kanavia viestinnässä käytetään. Kanavalla tarkoitetaan vakiintunutta tiedonkulkuun tai vuorovaikutukseen käytettävää viestintäyhteyttä, esimerkiksi sähköposti, kirje tai viikopalaveri. Yhteisöviestinnän kanavat on jaettu kolmeen eri ryhmään riippuen siitä, ovatko ne kasvokkaisviestintää, painettua viestintää vai sähköistä viestintää. (Juholin 2001, 89-90.)

Kanavien profiloinnilla tarkoitetaan sitä, että yhteisesti määritellään, mitkä kanavat ovat ensisijaisia ja mitkä vähemmän käytettyjä eri asioiden viestinnässä. Myös Minun Kankaanpäätäni 2007 -projektin viestintäohjeistossa on haluttu tuoda esiin, kuinka mitään kanavaa projektin sisällä käytetään. Määrittelyjen ansiosta tiedon saatavuus yhteisön sisällä helpottuu ja informaation ylikuormituksen riski laskee. (Juholin 2001, 90.)

4 PROJEKTIN SISÄINEN VIESTINTÄ

Minun Kankaanpäätäni 2007 -projektissa sisäiseen viestintään kuuluu tiedon tuottamista, muokkaamista ja välittämistä sisäisille kohderyhmille. Sillä luodaan ymmärrystä eri asioista yhteisön sisällä ja kannustetaan vuorovaikutteisuuteen. Sisäisellä viestinnällä vaikutetaan aina myös yhteisön arvoja ilmentävään yhteisökulttuuriin ja yhteisyyden muovautumiseen. (Juholin 2001, 118.)

Sisäinen viestintä perustuu sille määriteltyihin periaatteisiin. Tällaisia periaatteita ovat Minun Kankaanpäätäni -projektissa viestien nopeus, vuorovaikutteisuus ja niiden luotettavuus. (Juholin 2001, 118.)

4.1 Haasteina ajantasainen tiedonkulku ja sitouttaminen

Sekä sisäinen että ulkoinen tiedotus ja yhteydenpito perustuvat informointiin. Yhteisön jäseniä ja sen sidosryhmiä pidetään informoimalla ajan tasalla heille tarpeellisista yhteisön asioista. (Juholin 2001, 32.) Kaikkien kattoviestintään osallistuvien ajantasaiset tiedot ovat edellytys Minun Kankaanpäätäni 2007 -projektin toimivalle ja uskottavalle viestinnälle. Projektin sisäisessä viestinnässä korostuu ajantasainen yhteystoiminta keväällä erityisesti projektipäällikön ja viestintäassistentin välillä.

Tavoitetta saada projektissa mukana olevat sitoutumaan tai kiinnittymään projektiin, kutsutaan sitouttamiseksi (Juholin 2001, 31). Minun Kankaanpäätäni 2007 -projekti käynnistyi aikataulullisesti myöhään ja suunnittelu- sekä sitouttamisvaihe jäivät lyhyiksi. Siksi työryhmän jäsenten sitouttaminen yhteisiin tavoitteisiin ja omaan tehtävänsä on suuri haaste. Informointi tapahtuu pääosin sähköpostitse. Kasvokkaistilanteiden eli työryhmän kokousten määrä jäänee koko projektissa neljään lukuun ottamatta päättäjäisiä. Mukana olevat tapahtuman järjestäjät, jotka eivät kuulu työryhmään, projektin sisäinen viestintä tavoittaa ehkä vain sähköpostitse lähetettävällä viestintäsuunnitelmalla.

Viestintäsuunnitelmassa sitouttamisen haasteeseen on pyritty vastaamaan selkeällä tavoitteiden määrittelyllä ja herättelemällä toimijoissa yhteisvastuuta. Me-puhuttelumuodolla on koetettu päästä lukijaa lähelle ja saada hänet kokemaan olevansa tärkeä osa yhteisöä.

4.2 Vastuut tehostavat toimintaa

Vastuut jakautuvat monesti työtehtävien perusteella. Vaikka ne tuntuisivat itsestään selviltä, ne on hyvä olla kirjattuna suunnitelmaan yleisellä tasolla. Nopeasti muuttuvissa tilanteissa unohtuu helposti informointi tai keskusteleminen aivan keskeisten henkilöiden tai ryhmien kanssa. Lisäksi se mikä yhdelle on itsestään selvää, voikin toiselle olla tulkinnanvaraista. (Juholin 2001, 70-71.)

Vaikka Minun Kankaanpääni 2007 -projektissakin viestintävastuu on jokaisella ja jokainen voi puhua omasta työstään, on niin toiminnan selkeyttä kuin yhteisökuvakin ajatellen nähty hyväksi määritellä esimerkiksi, ketkä antavat tietoja ja lausuntoja kokonaisuudesta. (Juholin 2001, 72.)

Minun Kankaanpääni 2007 -projektin viestintäohjeistossa määritellyillä viestintävastuilla tavoitellaan toiminnan selkeyttä ja tehokkuutta. Alla vastuut on lueteltu jaettuina viestintäryhmän ja tapahtuman järjestäjien vastuisiin.

Viestintäryhmän vastuut ja velvollisuudet:

- viestintäsuunnitelman laatiminen ja siitä informointi
- viestintäsuunnitelman päivittäminen projektin edetessä
- projektin kattoviestinnän käytännön toteuttaminen ja luotaus
- mediasuhteet ja julkisuustyö
- projektin viestinnän koordinointi
- lisätiedot Minun Kankaanpääni 2007 -projektista
- teemalogon jakaminen työryhmälle

Lisäksi viestintäassistentti auttaa tarvittaessa tapahtuman järjestäjiä viestien muotoilussa ja perille saattamisessa.

Tapahtuman järjestäjän vastuut ja velvollisuudet:

- teemalogon käyttäminen tapahtuman mainonnassa
- kaikkia koskevien viestien välittäminen eteenpäin (työryhmän jäsenet)
- henkilökohtainen myynti-/ tunnettuustyö
- luotaus

4.3 Projektin sisäiset kohderyhmät

Minun Kankaanpäätäni 2007 -projektin viestintää johtaa projektipäällikkö. Projektipäälliköltä lähtevien yhteisön sisälle suuntautuvien viestien tärkeimpiin kohderyhmiin kuuluvat projektin koordinaattori, viestintäassistentti sekä tapahtuman järjestäjistä koostuva työryhmä.

Myös tapahtumanjärjestäjätahot, jotka eivät kuulu työryhmään, kuuluvat sisäisiin kohderyhmiin, sillä heihin ollaan yhteydessä logon ja viestintäohjeiston välittämisen yhteydessä ja lisäksi tarvittaessa. Ohjausryhmään kuuluvat tapahtuman järjestäjät ovat yhteyshenkilöitä alansa yksittäisten tapahtuman järjestäjien suuntaan. Niinpä heidän sitoutumisensa projektiin vaikuttaa muiden tapahtuman järjestäjien tietoihin ja sitoutumiseen.

4.4 Viestit perille oikeilla kanavilla

Tiedon jakaminen ja hallinta reaaliajassa ovat avain yhteisön menestykseen. Projektin sisäiselle viestinnälle asetetut periaatteet nopeus, luotettavuus ja vuorovaikutteisuus voidaan saavuttaa käyttämällä oikeita viestinnän kanavia. (Juholin 2001, 125.)

Alla ovat projektin sisäisen viestinnän kanavat:

Kasvokkaisviestintä

Kasvotusten kohtaamista ei ole pystynyt korvaamaan mikään kanava. Kyseessä on kaikkein henkilökohtaisin viestinnän muoto. (Juholin 2001, 125.) Minun Kankaanpäätäni 2007 -projektissa kasvokkaisviestinnän tilanteita ovat ohjausryhmän kokoukset ja tarvittaessa muut keskustelut ja kasvotusten-tapaamiset. Projektin päätteeksi järjestettävä palaute- ja kehityskeskustelu, joka tuotiin esille jo aiemmin omassa alakapiteelissaan 2.4, on yksi tärkeimmistä kasvokkaistilanteista projektin sisällä.

Sähköposti

Sähköposti on käytetyin projektin sisäisen viestinnän kanavista. Sen etuna on mahdollisuus luoda jakelulistoilla käteviä sähköpostiryhmiä (Juholin 2001, 143). Sähköposti on tehokas informaation ja tiedostojen jakamisen keino. Kanavana sen rajoitteisiin kuuluu kuitenkin aidon ja nopean dialogin puuttuminen. Siksi se ei voi koskaan täysin syrjäyttää kasvokkaisviestintätilanteita. (Kettunen 2003, 129.)

Puhelinsoitto ja tekstiviesti

Puhelinsoiton etu on sen nopea tavoitavuus. Jo sen käyttö viestii asian kiireellisyydestä. Tekstiviestillä taas saa viestin helposti ja nopeasti usealle samalla kertaa (Juholin 2001, 144). Tekstiviesti on luonteeltaan kiireettömämpi kuin puhelinsoitto. Keinona nämä kaksi ovat tärkeitä nopeasti muuttuvissa tilanteissa projektin sisällä.

Kirje

Projektin alussa työryhmä sai kokouskutsun postissa, mutta ryhmän sisältä tulleesta toivomuksesta kaikki paperinen posti korvattiin sähköisellä turhan paperitulvan välttämiseksi.

5 PROJEKTIN ULKOINEN VIESTINTÄ

Ulkoinen viestintä lähtee yhteisön sisältä. Yhteisön maine syntyy kaikesta, mitä se tekee, mitä se kertoo ulospäin tai mitä kuka tahansa siitä kertoo. (Juholin 2001, 149.) Profiloinnilla yhteisö pyrkii luomaan ja vahvistamaan haluamiansa mielikuvia pitkäjänteisellä, Minun Kankaanpääni 2007 -projektissa vuoden kestäväällä työllä.

Opinnäytetyön liitteenä oleva viestintäohjeisto, jolla strategiaa ja visiota viestitään projektin sisälle, on yksi profiloinnin työkalu. Ulkoiseen profilointiin käytetään Minun Kankaanpääni 2007 -projektissa pääasiassa ilmaisjulkisuuden, mutta myös maksullisen mainonnan keinoja. Tässä kappaleessa käydään läpi Minun Kankaanpääni 2007 -projektin ulkoinen viestintä tavoitteista toiminnan linjauksiin.

5.1 Ulkoinen viestintä lähtee yhteisön sisältä

Minun Kankaanpäätäni 2007 -projektissa ulkoisella viestinnällä pyritään kasvattamaan projektin tunnettuutta nolasta mahdollisimman korkealle. Profiloinnin pääviestit ovat toiminnan yhteishenki ja kankaanpääläisyys. Profiloimisella on tavoitteena synnyttää me-henkeä ja yhteisöllisyyttä sekä vaikuttaa positiivisesti kankaanpääläisten mielikuviin kaupungistaan ja kaupunkiyhteisöstään.

Ulkoisella viestinnällä vaikutetaan myös maineeseen. Koko projektin maine tai imago kohderyhmien silmissä on myös projektiyhteisön maine ja toisin päin. Maine syntyy kaikesta, mitä projektiin yhdistettävät toimijat tai työryhmän jäsenet tekevät ja sanovat ja siitä, mitä yleisö yhteisöstä ja sen toiminnasta sanoo. Joskus viestitään tietoisesti, joskus täysin tiedostamatta. Sanojen on myös perustuttava tekoihin ollakseen uskottavia ja luotettavia. Siksi viestintäohjeistossa on haluttu painottaa sitä, että yhteishengen täytyy lähteä yhteisön sisältä, toimijoista itsestään. Hyvä maine vie lähemmäs projektin tavoitteita. (Juholin 2001, 149.)

Hyvällä maineella on todettu Juholinin mukaan olevan vaikutusta

- olemassaolon oikeutuksen vahvistamiseen
- kiinnostuksen herättämiseen
- erottumiseen
- päätöksentekoon: ostopäätös, sijoituspäätös, työsuhdepäätös, (tai tässä tapauksessa esim. päätös osallistua tapahtumaan)
- vaikuttamismahdollisuuksiin yleensä.

(Juholin 2001, 152.)

Tavoitteet voivat olla joko laadullisia tai määrällisiä. (Åberg 2006, 217.) Ulkoiselle viestinnälle Minun Kankaanpäätäni 2007 -projektissa asetetut tavoitteet kohdistuvat laatuun. Viestinnän tavoitetila eli visio, on Minun Kankaanpäätäni 2007 -projektissa teeman koordinoitu esiin tuleminen, jolla tavoitellaan mielikuvaa elävästä, tapahtumarikkaasta kankaanpääläisestä teemavuodesta ja ennen kaikkea hyvän yhteishengen toiminnasta. Tuomalla esille Kankaanpää-aiheisia tapahtumia halutaan kasvattaa tietoisuutta paikallisen osaamisen ja tekemisen monimuotoisuudesta ja antaa sille näin arvoa.

5.2 Visuaalinen ilme on tunnettuuden perusta

Juha Pohjolan (2003, 108) mukaan visuaalinen identiteetti on ”kaikki, mikä yrityksestä tai tuotteesta on silmin havaittavaa”. Minun Kankaanpääni 2007 -teeman logo kuuluu yhteisön tuotetunnukseksi visuaalisen identiteetin keskeisiin elementteihin. Teemalogo sisältyvät myös muut visuaalisen identiteetin peruselementit, joita ovat tunnusvärit ja typografia. Projektin logo kertoo tunnistettavasti ja selkeästi viestin lähettäjän. Kun visuaalisen identiteetin muodostavat elementit ovat riittävän persoonallisia ja erottuvia, niistä voi muodostua vahvan erottumisen ja yhtenäisyyden perusta. (Pohjola 2003, 108.)

Ohjausryhmän jäsen Hannele Piippo-Fair suunnitteli ja toteutti Minun Kankaanpääni 2007 -projektin nimenkirjoitusosan. Logolla on merkittävä vaikutus teeman tunnettuuteen. Lisäksi sen on tarkoitus yhdistää teeman eri tapahtumat kohderyhmien silmissä yhdeksi. Visuaalinen tunnus tukee ja vahvistaa projektin muuta viestintää ja muu viestintä samoin visuaalisen tunnuksen asemaa ja viestiä. Tällöin puhutaan integroidusta viestinnästä, jonka yhtenä perusajatuksena on saada koordinoitua eri suunnista tulevat viestit ja mielikuvat vahvistamaan ja tukemaan toisiaan. (Pohjola 2003, 108.)

Edellytyksenä onnistumiselle on luonnollisesti se, että logo saa näkyvyyttä. Liitteenä olevassa viestintäohjeistossa on teemalogon käytöstä laaditut ohjeet, joita kaikki mukana olevat tapahtuman järjestäjät sitoutuvat mukana olollaan noudattamaan.

5.3 Projektin ulkoiset kohderyhmät

Minun Kankaanpääni 2007 -projektin tärkein ulkoinen kohderyhmä, kankaanpääläiset, on kohderyhmänä laaja. Se asettaa myös ympäristön kuuntelulle ja vuoropuhelulle suuren haasteen. Viestinnällä on pystyttävä vaikuttamaan moniin erilaisiin ihmisiin ja ikäryhmiin. Projektin edellisessä alakappaleessa esitelty visuaalisen tunnuksen rooli kohderyhmien huomion kerääjänä on tärkeä. Sen on herätettävä kiinnostusta ja positiivisia mielikuvia kaikenlaisissa ihmisryhmissä.

Projektin ulkoisiin kohderyhmiin kuuluvat myös media ja tiedon tuottajat eli lehti-, radio- ja paikallis-tv:n toimittajat sekä verkkosivujen www.kankaanpaa.fi ja www.pohjois-satakunta.fi päivittäjät. He ovat projektissa niin sanottuja välillisiä toimijoita, joiden kautta pyritään vaikuttamaan kohderyhmiin (Juholin 2001, 184). Tapahtuman järjestäjiä varten on viestintäohjeistoon liitetty yhteystietojen Mediarekisteri, jota toimijat voivat halutessaan käyttää mediaviestinnän työkalunaan.

Kankaanpään Seutu -lehden rooli kohderyhmänä on kaksijakoinen. Se kuuluu projektin ulkoisiin kohderyhmiin, mutta lehden toimittajiin on aika-ajoin tarve olla yhteydessä hyvinkin tiiviisti teeman näkyvyyteen liittyvissä asioissa. Lehden toimittaja Leena Ruohola kuuluu projektin työryhmään ja Kankaanpään Seutu on lähtenyt yhteistyöhön teeman ja sen tapahtumien näkyvyyden suhteen. Teeman esiintuomiseen liittyvä yhteistyö ei kuitenkaan ole maksutonta. Lisäksi lehdellä on määräysvalta siitä, mitä tapahtumia se teemaan linkittämättä tuo tai ei tuo julkisuuteen. Kommunikointi on luonteeltaan samanlaista kuin muidenkin medioiden kanssa ja siksi lehti on jaoteltu mediana projektin ulkoisiin eikä sisäisiin kohderyhmiin.

5.4 Toimenpiteet, keinot ja kanavat – ulkoisen viestinnän linjaukset

Minun Kankaanpääni 2007 -projektille haetaan näkyvyyttä eri keinoin ja kanavin. Tärkeimpiä ovat ilmaisjulkisuuden keinot ja mainonta, joilla pyritään informoimaan teemasta ja sen tapahtumista.

Tapahtuman järjestäjiä kehoitetaan käyttämään viestinnässään maksuttomia kanavia ja siksi niiden käytöstä on projektin viestintäohjeistossa ohjeet. Maksuttomuuden lisäksi ilmaisen medianäkyvyyden vahvuus on toimituksellisen aineiston uskottavuus ja arvostus (Juholin & Kuutti 2003, 58). Seuraavaksi on esitelty projektin tärkeimmät ulkoisen viestinnän kanavat. Kanavalista havainnollistaa ilmaisjulkisuuden tavoittelemista projektissa.

Tapahtumakalenteri

Projektipäällikkö huolehtii teeman tapahtumalistian Tapahtumakalenteriin, joka sijaitsee Kankaanpään kaupungin verkkosivuilla. Kohderyhmiä ohjataan tutustumaan tapahtumiin juuri Tapahtumakalenterissa. Teeman tapahtumat löytyvät Tapahtumakalenterin yleisestä tapahtumalistasta sekä siellä sijaitsevan oman linkkinsä takaa. Tapahtuman järjestäjiä kehoitetaan lähettämään muutokset tietoihin joko projektipäällikölle tai suoraan verkkosivujen päivittäjälle, jos kyse on vain pienestä korjauksesta. Yhteystiedot löytyvät viestintäohjeistosta.

Tiedote

Tiedote on neutraali uutinen tapahtuneesta tai tapahtumassa olevasta asiasta. Mediatiedote on journalistin raaka-ainetta, jota hän voi käyttää lähes sellaisenaan tai pohjana varsinaiselle jutulleen. (Juholin 2001, 177.)

Projektin viestintäassistentti teki Minun Kankaanpäni 2007 -teemasta lanseeraustiedotteen (Liite 2) helmikuun 2007 alussa. Tiedotteeseen tarttuivat tiettävästi Kankaanpään sekä Pohjois-Satakunnan Seutuportaalin verkkosivujen päivittäjät sekä Kankaanpään Seutu -lehti. Tapahtuman järjestäjiä kehoitetaan viestintäohjeistossa harkitsemaan tiedottamista radiokanavien Menovinkeihin, mihin pääseminen toisi hyvää ilmaista mainosaikaa radioaalloilla.

Juttu

Tapahtuman järjestäjiä kehoitetaan viestintäohjeistossa lähettämään lehtiin valmiiksi tekemiään juttuja. Toimittajat ottavat niitä monesti ilolla vastaan. Kankaanpään Seutu -lehti on lupautunut yhteistyöhön Minun Kankaanpäni 2007 -teeman tapahtumien esille tuomisessa. Lehti tekee oma-aloitteisesti kaupungin verkkosivuilla olevan Tapahtumakalenterin perusteella teeman aiheista juttuja ja puffeja. Hyvät mediasuhteet auttavat myös kattoviestinnän ja tapahtuman järjestäjien omien lehtijuttujen läpikäymisessä.

Puffi

Puffi on ”journalistiseen muotoon laadittu neutraalin sävyinen juttu tai uutinen, jonka tarkoitus on tekstimainonnallinen eli saavuttaa markkinointia tukevaa ilmaisjulkisuutta” (Juholin 2001, 298). Puffin tuomaa julkisuutta käytetään teeman kattoviestin-

nässä tarvittaessa, kuten tapahtumalistaa kartutettaessa. Kuten mainittua, Kankaanpään Seutu järjestää oman arvionsa mukaan näkyvyyttä teeman tapahtumille esimerkiksi puffien muodossa. Tapahtuman järjestäjiä rohkaistaan tekemään puffeja itsekin, sillä yhteistyö paikallislehden kanssa ei takaa automaattisesti joka aiheelle ilmaista näkyvyyttä.

Mainonta

Mainonta on maksettua, suuremmalle kohderyhmälle suunnattua viestintää. Mainontaa voi olla ulkomainonta tai yhtä hyvin lehtimainos, radio-, tv- tai Internetmainos.

Minun Kankaanpäni 2007 -projektin kattoviestinnässä mainonnan keinoja käytetään ensinnäkin kolmen osittain maksullisen advertoriaalin, eli journalistisen ilmoitusliitteen muodossa. (Juholin & Kuutti 2003, 60.) Ilmoitusliitteet toteutetaan yhteistyössä Kankaanpään Seutu -lehden toimittajien kanssa. Ensimmäisen teema-aukeaman (Liite 3) materiaali valmistui täysin omin voimin, projektin viestintäassistentin sekä projektipäällikön yhteistyönä.

Ensimmäisessä ilmoitusliitteessä esiteltiin projektin idea ja sen toteuttajat sekä tuotiin logoa ja kolmea teeman ympäriltä poimittua aihetta esille. Lisäksi esillä oli tapahtumakalenteri kevään tapahtumista.

Kesän teemapaketti ilmestyy Kankaanpään Seudun kesän teemanumerossa, joka tarjoaa kiinnostavan ympäristön mainonnalle. Liitteessä tuodaan esille kesän tärkeitä tapahtumia. Syksyn ilmoitusliitteessä taas muistutetaan teemasta, kiitetään kankaanpääläisiä kesästä ja tuodaan esille loppuvuoden tapahtumat.

Toinen mainonnallinen keino projektissa on teemajuliste (Liite 4), jonka merkitys on informoiva ja muistuttava sekä haluttua positiivista yhteishengen tunnelmaa luova. Juliste tukee projektin muuta viestintää.

Mainonnan muita keinoja ovat Minun Kankaanpäni 2007 -projektissa logolla varustetut t-paidat, joita haluttaisiin myydä tapahtumissa esimerkiksi kesätorilla. T-paita -ideaan tarvittaisiin kuitenkin yhteistä rahallista panostusta, joten idean toteutusmah-

dollisuudet selviävät myöhemmin. Myytävien paitojen lisäksi tai niiden vaihtoehtona on hankkia omakustanteiset t-paidat työryhmän jäsenille.

Ilmoitustaulut

Minun Kankaanpääni 2007 -teemasta toteutetaan edellä mainittu juliste, jota jaetaan ainakin työryhmän jäsenille, kauppojen, yhdistysten ja koulujen ilmoitustauluille.

Puskaradio

Puskaradiolla tarkoitetaan epävirallisia kanavia pitkin leviävää viestintää (Juholin 2001, 298). Negatiivisten signaalien uhka on suuri, jos yhteisön sisäinen viestintä ei toimi tai on esimerkiksi salailevaa. Projektin toimijoita kehoitetaan pitämään silmällä esimerkiksi paikallislehden mielipideosastoa tai kaupungin verkkosivujen keskustelufoorumia ja kuuntelemaan ihmisten puheita kadulla. Puskaradio on myös keino, sillä sen avulla voi pyrkiä välittämään positiivisia viestejä projektista ja sen toiminnasta. Näin pyritään hallitsemaan keskusteluteemoja. (Juholin 2001, 123, 229.)

Sähköposti

Teemasta ja tapahtumista viestitään ulospäin sähköpostitse lähetettävillä tiedotteilla, kuten jo mainittu liitteenä oleva teeman lanseeraustiedote. Sähköposti on myös median kanssa käytävän kahdensuuntaisen yhteydenpidon kanava.

Puhelin

Kiireellisemmissä yhteydenotoissa käytetään puhelinta. Myös pienet lehtihaastattelut ja mediayhteydet voi hoitaa puhelimitse.

5.5 Luotaus on ennakkointia

Luotauksen avulla yhteisö pyrkii havaitsemaan ajoissa yhteisön sisältä tai sen ulkopuolelta tulevat, toimintansa kannalta hälyttävät muutossignaalit ja ottamaan ne huomioon päätöksen teossa. (Åberg 2000, 74.) Minun Kankaanpääni 2007 -projektissa korostuu ympäristöön suuntautunut luotaaminen, miksi aihe onkin tässä oppinnäytetyöraportissa otettu esille vasta ulkoisen viestinnän alla.

Johtuupa luotauksen kautta saatu tieto toimenpiteisiin tai ei, tärkeintä on tiedon tunnistaminen ja sen käsittely tulevaisuutta varten. Jos saman asian huomataan toistuvan myöhemmin, voidaan siten nopeasti todeta sen vaativan toimenpiteitä. Toisaalta voidaan myös lisätä onnistunutta viestintää. (Juholin 2001, 255.) Kuten projektityön esittelyssä kappaleessa 2.1 jo tuotiin esille, näin toimii viisas, niin sanottu oppiva organisaatio.

Muutokset, joita pyritään luotaamalla ennakoimaan ja ennaltaehkäisemään, aiheutuvat useimmiten yhteisön omasta toiminnasta. Lähes aina on kyse harkitsemattomasta kommunikoinnista tai kommunikoinnin puutteesta, joka voi lopulta johtaa yhteisön kriisiin. (Lehtonen 1999, 16.) Kriiseihin varautumista käsitellään tässä opinnäytetyöraportissa omana lukunaan ulkoisen viestinnän jälkeen.

Ulkoisen luotauksen keinoja projektissa ovat keskusteluteemojen silmällä pitäminen lehtien yleisönosastoilla ja Kankaanpään kaupungin verkkosivujen kansalaiskeskusteluissa. Tapahtuman järjestäjiä kehoitetaan viestintäohjeistossa seuraamaan projektia ajatellen myös kadulla käytävää arkipäiväistä keskustelua ja kertomaan negatiivisista projektia koskevista viesteistä projektin johdolle. Signaalit analysoi projektin johto, joka arvioi, onko syytä käynnistää erityistoimia. Keväällä mukana on myös viestintä-assistentti. Tarpeen vaatiessa kootaan paikalle koko työryhmä.

6 PROJEKTIN KRIISIVIESTINTÄ

Kriisi on yhteisön aineellisia tai aineettomia arvoja eli ihmisiä, kiinteistöjä, irtaimistoa tai yhteisön mainetta uhkaavaa tilanne. Kriisi voi olla äkillinen onnettomuus tai hitaampi poikkeustilan lopulta aiheuttava tapahtumaketju. (Juholin 2001, 227.)

Ulkoisen viestinnän yhteydessä esille tuotu luotaaminen on kriiseihin varautumista ja parhaimmillaan niiden tehokasta ennaltaehkäisyä. Kriisien ennakointi on sekä tilanteiden seurantaa ja kriisin ainesten tunnistamista että itse toimintaan varautumista.

Kriisiviestintätilanteessa yhteisö viestii lähes kuten normaalissakin tilanteessa, mutta asiat toteutetaan nopeammin ja tilanteen vaatiessa myös tehokkaampia keinoja käyttäen. Kriisien kartoittamiseen kannattaa käyttää aikaa. Kaikkein ei kuitenkaan voi olla varautunut, vaan puhutaan oppivasta kriisijohtamisesta, joka on jatkuvaa kehittämistä ja jossa poikkeustilanteen toimintamallia täydennetään kriisien kokemusten ja virheistä oppimisen myötä. Kriisiviestintä on kriisitilanteessa välttämätöntä, mutta sen ei saa olettaa poistavan itse kriisiä. (Juholin 2001, 227, 229.)

Minun Kankaanpäätäni 2007 -projektin viestintäohjeistossa on ohjeet kriisiviestintäsuunnitelman tekoon. Tässä opinnäytetyössä ei lähdetty rakentamaan kriisiviestintäsuunnitelmaa joka yhteisölle erikseen, vaan annettiin projektissa mukana oleville tahoille teoriaperusta siihen ja määriteltiin projektin potentiaaliset kriisit.

6.1 Kriisiviestintäsuunnitelman teko

Kriisiviestintäsuunnitelma tehdään yhteisön viestinnän periaatteiden, sidosryhmämäärittelyn ja vastuiden pohjalta.

Kriisiviestintäsuunnitelmassa näkyvät Juholinin (2001, 230) mukaan seuraavat tarkemmat määrittelyt:

- kriisilajien nimeäminen ja kuvaus
- viestinnän erityisperiaatteet kriisissä
- kohderyhmät
- viestintävastuut kohderyhmittäin
- kriisinhallintaryhmä
- toiminta kriisitilanteessa: prosessin kuvaus
- toimintaohjeet: tiedote, haastattelu, lausunnot, info
- tilat ja välineet
- toiminta kriisitilanteen jälkeen
- valmiudesta huolehtiminen
- sisäinen ja ulkoinen luotaus osana kriisinehkäisyä

Minun Kankaanpääni 2007 -projektissa mahdollisia kriisejä ovat vastuuhenkilön sairastuminen, negatiiviset puheet tai toisaalta vakava julkisuuden ulkopuolelle jääminen. Kriisien syinä voivat olla johdon tekemät virheet tai virhearviot. On muistettava että kaikki henkilöt, jotka ovat mukana teeman tapahtumissa, voivat toiminnallaan vaikuttaa negatiivisten signaalien syntyyn. Yksittäisessä tapahtumassa voi sattua onnettomuus tai muu selkkaus, mikä voi aiheuttaa tapahtuman järjestäjälle kriisitilanteen.

6.2 Toimintamallista toimeenpanoon

Kriisitoimintamalli pannaan täytäntöön välittömästi kriisin tunnistamisen jälkeen. Kriisiviestintää ei pidä käynnistää, jollei kriisiä todellisuudessa ole. Kriisin tunnistamisen jälkeen vaaditaan henkilöstöltä saumatonta yhteispeliä. Tiedonkululla on tärkeä merkitys. (Juholin 2001, 233.)

Kriisitilanteessa tärkeimpiä henkilöstöryhmiä ovat mahdolliset puhelinvaihteen hoitajat, johdon sihteerit ja eri toimintojen vetäjät ja johtajat, joita Minun Kankaanpääni 2007 -projektissa ovat projektipäällikkö ja koordinaattori. Käytännössä projektipäällikön tehtävä on informoida ajantasaisesti alaisiaan tai projektissa työryhmää tilanteesta, jotta nämä taas pystyvät toimimaan tilanteen mukaan ja antamaan tarvittaessa oikeaa tietoa eteenpäin. Kriisitilanteessa johdon ja viestintäyksikön on erityisen tärkeää huolehtia, että kaikki yhteisöstä ulospäin lähtevät viestit ovat yhdenmukaisia. (Juholin 2001, 233-234.)

7 YHTEENVETO JA KEHITYSIDEAT

Minun Kankaanpääni 2007 -projektin kevät oli mielenkiintoinen ja kehittävä työsarja. Tehtävät olivat moninaisia ja tunsin oppivani jatkuvasti. Toiminnallinen työ tuki opinnoissani ja työharjoittelussa oppimaani käytännön viestintätöiden, etenkin journa-

listisen puolen toteuttamista. Projektipäälliköltä saamani palautteen mukaan hyötyä tuli oman oppimiseni lisäksi projektillekin.

Kantapään kautta -ilmaisu konkretisoitui ja opetti kevään aikana monia asioita viestinnän suunnittelusta ja toteuttamisesta. Teoria ei todellakaan ole sama kuin käytäntö. Sinnikkyys sekä into soveltaa oppimaani, oppia lisää ja saada aikaan yhteistä hyötyä piti minut kuitenkin positiivisessa vireessä silloinkin, kun väsymys meinasi voittaa. Paljon jäi vielä käytännön tekemistä, mutta projekti ja sen viestintä saatiin lopulta ansiokkaasti vauhtiin huomioiden projektin valmistelun myöhäinen aloittaminen.

Tässä kappaleessa arvioin, kuinka lähtöasetelmissa esille tuomani tavoitteet lopulta toteutuivat ja kuinka työ onnistui. Lisäksi toiminnallisen opinnäytetyön kyseessä ollen on tärkeää arvioida myös työn tekijän ammatillista kehittymistä. Yhteenvedon jälkeen esitän vielä joitakin kehitysideoita projektikonseptin tulevaisuutta ajatellen.

7.1 Työlle asetettujen tavoitteiden toteutuminen

Viestintää selkeyttävän ja tehostavan viestintäsuunnitelman tarve mahdollisimman nopeasti tuntui pilottiprojektin alussa kovalta tavoitteelta. Myöhäisen suunnitteluvaiheen ja siitä johtuen hajanaisen käynnistymisen vuoksi yhteishenkeä edistävä ulottuvuuskin oli mielestäni tärkeä, muttei laisinkaan helppo tavoite liittää kirjalliseen viestintäohjeistoon. Projektin ja sen viestinnän tavoitteet asetettiin tiedostaen niiden haasteellisuus. Alemmas ei kannattanut projektin olemassa olon oikeutuksen kannalta tähdätä.

Viestintäsuunnitelman sisältö koottiin keskustelujen ja omien näkemysten pohjalta, ja sitä päivitettiin muutoksin ja lisäyksin kevään edetessä. Projektipäällikkö hyväksyi suunnitelman maaliskuussa ja se lähetettiin tuolloin työryhmän jäsenille. Suunnitelmaa hiottiin vielä ja se käytiin läpi pääkohdiltaan työryhmän kokouksessa 11.4.2007, kuten on mainittu. Suunnitelma otettiin hyvin vastaan, eikä työryhmän jäsenillä ollut huomautettavaa sen sisällöstä. Jotkut työryhmän jäsenistä tekivät kokouksessa muis-tiinpanoja esityksen aikana, minkä koin positiivisena viestinä: asia koettiin tärkeäksi.

Toisaalta se viesti myös siitä, että ohjeistoa ei ehkä oltu luettu ennen esitystä, ainakaan kovin tarkasti.

Kuten mainitsin yhteenvedon alussa, haastetta suunnitelman luomiseen toi käytännön mukanaolo ja sen huomioon ottaminen jo suunnitelmaa tehdessä. Realiteetit projektin resursseissa oli hyväksyttävä. Minun Kankaanpäätäni 2007 -projektille räätälöityä viestintäohjeistoa ei voida myöskään käyttää samanlaisena missään muussa projektissa.

Valmiissa viestintäsuunnitelmassa on haastetta ja tehtävää jäi loppuvuodeksikin viestintävastuiden toteutumisessa. Suunnitelma todettiin projektipäällikön kanssa haasteellisuudestaan huolimatta realistiseksi toteuttaa olosuhteiden ja resurssien valossa. Haastetta pitääkin olla!

7.2 Työn tekijän ammatillinen kehittyminen

Käytännön työ, jossa tunsu todella tekevänsä jotain, oli tehokas motivaattori. Jaksoin työharjoittelun ja muutamien kurssien suorittamisen ohella pinnistää ja tehdä osuuteni Minun Kankaanpäätäni 2007 -projektin viestinnässä. Koin oman panokseni tärkeäksi koko projektin kannalta.

Erityisen antoisaa oli viestinnän työtehtävien monipuolisuus projektissa. Työelämälähtöinen opinnäytetyö vahvisti opinnoissani ja työharjoittelussa kartuttamaani osaamista niin lehtijuttujen teossa, mediayhteyksien luonnissa ja ylläpitämisessä kuin viestinnän suunnittelussa ja toteuttamisessakin. Myös esiintymistaito karttui, kun esitin viestintäsuunnitelman työryhmälle. Sain kevään aikana nähdä, mitä yhteistyö viestinnän ammattilaisen ja tässä tapauksessa projektin johdon välillä voi käytännössä tarkoittaa. Saadessani toimia viestintäkonsulttina kasvoi itseluottamuksenikin.

Myös tutkimusviestinnällinen raportointi on ollut haastava osa työtä. Itse viestintäohjeistoon ei ollut tarpeellista eikä tarkoituksenmukaista sisällyttää samaa teoriasisältöä

kuin tähän teoriapainotteiseen opinnäytetyöraporttiin. Viestit pyrittiin ohjeistossa saamaan läpi kohderyhmää puhuttelevimmalla tavalla ja heille olennaisella sisällöllä.

7.3 Opinnäytetyön onnistuminen

Nyt, kun opinnäytetyön onnistumista pitäisi arvioida, alkavat vasta näkyä ensimmäiset tulokset viestinnästä. Median yhteistyöhön sitouttamisen tuloksen voi nyt nähdä selkeästi. Teemassa mukana olevat tapahtumat ovat saaneet yhteistyömedia Kankaanpään Seudussa mukavasti näkyvyyttä. Juliste on ihmisten nähtävillä ja projekti on herättänyt työryhmäläisten mukaan kiinnostusta ja kysymyksiä kankaanpääläisissä.

Opinnäytetyön voi lopulta todeta onnistuneen, sillä sille asetetut tavoitteet toteutuivat suhteellisen hyvin. Projektipäällikkö Anna-Liisa Mettälän kanssa käydyn keskustelun perusteella voin uskoa ohjeiston ja työpanokseni todella tuottaneen hyötyä projektille. Häneltä saamani palaute oli positiivista ja kannustavaa. Hän kiitteli ohjeistoa ensinnäkin selkeäksi. Lukijaa lähestyvä ote tekstissä sai myös kiitosta. Minun Kankaanpääni 2007 -projektin viestintäohjeistosta löytyvistä yleisistä viestinnän ohjeista projektipäällikkö koki olevan hyötyä myös muussa kuin projektin viestintätyössä. Hän oli jakanut ohjeistoa kollegoilleen työpaikallaan Pohjois-Satakunnan Alueopistolla.

7.4 Kehitysideat

Projektin koordinaattori Heikki Kiviniemi esitti jo suunnitteluvaiheessa ajatuksensa siitä, että projektista voisi hyväksi havaitun toiminnallisen konseptin myötä toteuttaa myöhemmin vastaavanlaisen seutukunnallisen projektin. Tätä ajatusta silmällä pitäen esitän vielä kehitysideoita projektille.

Tilanne oli teemavuoden alussa enemmän tai vähemmän luovaa kaaosta, eli juuri vastakohta sille, mitä projektilla työtapana tavoitellaan: harkittua ja suunniteltua yhteistoimintaa määriteltyyn tavoitteeseen pääsemiseksi. Minun Kankaanpääni 2007 -

projekti pääsi toteutumaan, sillä aihe on paitsi kaikkia toimijoita, myös valittuja kohderyhmiä koskettava. Aihe on lisäksi äärimmäisen ajankohtainen: Paikallisidentiteetti ja me-henki ovat olleet kuntaliitosten yleistettyä paljon esillä mediassa. Vuodelle 2007 osuvat lukuisat merkkivuodet antoivat ajankohtaiselle ja merkittävälle projektille pontta toteutua.

Valmistelun ja suunnittelun aloittaminen aikaisemmin olisi kuitenkin voinut merkitä käytännössä aivan erilaista Minun Kankaanpäini 2007 -projektia teemavuoden alusta lähtien. Se olisi parantanut jokaista osa-aluetta projektissa. Nyt viestinnän suunnittelu tapahtui toteutuksen kanssa samaan tahtiin. Viestinnän tärkeys jäi liian etäiseksi työryhmän jäsenille viestintäsuunnitelman valmistuttua vasta maaliskuussa. Suunnitelma olisi ehdottomasti pitänyt olla jo olemassa ennen teemavuoden alkua. Vaikka yhteishenki oli jo alussa hyvä ja tahtotila oli olemassa, ei viestinnän vastuita ehditty sisäistää ja niihin sitoutua vielä kevään aikana riittävästi. Vastuiden tärkeys olisi ehditty tuoda esille nimenomaan tehokkaammissa kasvokkaistilanteissa, jos suunnittelu olisi voitu käynnistää huomattavasti aiemmin. Nyt nähtäväksi jää esimerkiksi se, missä määrin teemalogo nähdään projektin tärkeimmän vaiheen eli kesän sekä loppuvuoden tapahtumien mainonnassa.

Viestinnän opiskelijana en voi olla suosittelematta viestinnän ammattilaisen ottamista projektityöryhmän vakinaiseksi jäseneksi. Uskon, että olisin itsekin onnistunut vahvistamaan projektin sisäistä viestintää ja sitoutumista tehokkaammin, jos olisin ollut täysiaikainen viestintäassistentti ja toiminut ehkä fyysisestikin kiinteämmin työparini projektipäällikön läheisyydessä ja saanut vaihdettua hänen kanssaan ajatuksia vielä tiiviimmin. Täysiaikaisen viestintäassistentin panos ja osaaminen olisi tehostanut kattoviestintäryhmän työtä kokonaisuudessaan.

Selkeämpi, vähemmän sirpaleinen tapahtumapaketti olisi myös projektin viestinnän hallintaa ajatellen mielekäs entistä laajemmassa seutukunnallisessa projektissa. Esimerkiksi logon käytön vastuusta ja valvomisesta olisi silloin helpompi pitää kiinni. Mukana olevat tapahtumat olisi myös mielekästä linkittää selkeämmin teemaan.

Jos tapahtumapaketti olisi selkeämpi ja tapahtuman järjestäjät sitoutuneempia, tapahtumat voisi linkittää teemaan myös esimerkiksi leimapassilla. Ideana on, että jokai-

sessä teeman tapahtumassa saisi passiin leiman ja tietyllä määrällä leimoja osallistuisi palkintojen arvontaan. Tämänlaiset passit ovat kuulemani mukaan saaneet ennenkin ihmiset liikkeelle Kankaanpäässä. Toteutuessaan leimapassia voisi käyttää vetonaulana teeman ja tapahtumien kattomarkkinoinnissa.

Leimapassia oli vaikea toteuttaa tässä projektissa suunnitteluvaiheen myöhäisyyden vuoksi. Toteuttamiseen olisi kaikkien tapahtuman järjestäjien sitouduttava ja järjestelyt tehtävä ajoissa. Olisi noloa julkistaa leimapassi-idea, jos tapahtumissa ei sitten saisikaan leimoja. Siinä saisi kolauksen niin tapahtuma kuin koko projektikin. Resurssit eivät Minun Kankaanpääni 2007 -projektissa riittäneet.

Ajatus projektin omista www-sivuista tuli mieleeni opiskelutovereideni kanssa keskustellessa. Sivuilta löytyisi kaikki tarpeellinen informaatio projektista. Siellä olisivat esillä kaikki tapahtumat ja linkit järjestäjien tai tapahtuman omille sivuille. Verkkosivuille voisi ideoida erilaisia vetonauloja eri kohderyhmille ja saada eri ihmisryhmät siten innostumaan projektista ja muistamaan sen. Erityisesti nuorempaan väkeen voitaisiin vaikuttaa tehokkaammin tämän kanavan kautta mahdollisesti koulujen yhteistyönkin avulla. Myös palautemahdollisuus saataisiin verkkosivuille vuoro-vaikutteisuuden tehostamiseksi. Kilpailuja voisi järjestää tai vain mainostaa verkkosivuilla. Sivut voisi toteuttaa esimerkiksi opiskelijatyönä. Päivityksen voisi hoitaa projektin vakituinen työryhmän jäsen, mahdollisesti viestintäassistentti.

LÄHTEET

- Juholin, E. 2001. *Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön*. Helsinki. Inforviestintä.
- Juholin, E. Kuutti, H. 2003. *Mediapeli – anatomia ja keinot*. Helsinki. Inforviestintä.
- Kamensky, M. 2000. *Strateginen johtaminen*. Helsinki. Kauppakaari.
- Katzenbach, J. Smith, D. 1993. *Tiimit ja tuloksekas yritys*. Espoo. Weilin+Göös.
- Kettunen, S. 2003. *Onnistu Projektissa*. Juva. WSOY.
- Lehtonen, J. 1999. *Kriisiviestintä*. Helsinki. Mainostajien Liitto.
- Pohjola, J. 2003. *Ilme – Visuaalisen identiteetin johtaminen*. Helsinki. Inforviestintä.
- Vilka, H. Airaksinen, T. 2003. *Toiminnallinen opinnäytetyö*. Jyväskylä: Tammi.
- Rissanen, T. 2001. *Projektilla tulokseen*. Jyväskylä. Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti.
- Rissanen, T. 2005. *Projektilla tulokseen*. Työkirja sosiaaliin, yhteiskunnallisiin, kulttuuri- ja EU- hankkeisiin. Jyväskylä. Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti.
- Åberg, L. 2002. *Viestinnän johtaminen*. Helsinki. Inforviestintä.
- Åberg, L. 1999. *Viestinnän strategiat*. Helsinki. Inforviestintä.
- Åberg, L. 2006. *Johtamisviestintää! Esimiehen ja asiantuntijan viestintäkirja*. Helsinki. Inforviestintä.

MINUN KANKAANPÄÄNI 2007

-PROJEKTIN VIESTINTÄOHJEISTO

SISÄLLYS

Mikä viestintäohjeisto?	4
1. Projektilla tulokseen	4
1.1. Minun Kankaanpääni 2007 – projekti	4
1.2. Toimintaa ohjaavat tavoitteet	5
1.3. Toimivassa projektissa on toimiva tiimi	5
2. Vastuut tehostavat ja selkeyttävät toimintaa	6
2.1. Projektin kattoviestinnän vastuut	6
2.2. Tapahtuman järjestäjän vastuut	7
3. Minun Kankaanpääni 2007 -projektin viestintä	8
3.1. Mihin viestinnällä pyritään?	8
3.2. Kohderyhmien mukaista viestintää	9
3.3. Viestit perille oikeilla kanavilla	9
4. Sisäinen viestintämme on kaiken perusta	10
4.1. Sisäisen viestintämme haasteet	10
4.2. Projektin sisäiset kohderyhmät ja kanavat	11
5. Ulkoinen viestintämme lähtee yhteishengestä	13
5.1. Visuaalinen tunnus pitää teeman elävänä	13
5.2. Ulkoiset kohderyhmämme	14
5.3. Ulkoisen viestinnän kanavamme	15
6. Viestinnän ajoitukset	19
6.1. Mitä ja milloin?	19
6.2. Kanavakohtaiset ohjeet	20
7. Viestinnän tulosten arviointi	22
7.1. Tavoitteista tuloksiin	22
7.2. Mittarit eli menetelmät	23
7.3. Kehityskeskustelusta pohjaa tulevalle	23

8. Kriisiviestintä	23
8.1. Valmistautumista poikkeustilaan	24
8.2. Perusmäärittelyt selväksi	25
8.3. Eri kriisilajeilla on eri kohderyhmät	25
8.4. Vastuut kriisiviestinnässä	26
Lähteet	27
Liitteet:	
Minun Kankaanpääni 2007 yhteystiedot	28
Mediarekisteri	30

Mikä viestintäohjeisto?

Tämä on viestinnän ohjeisto Minun Kankaanpäähän 2007 -projektissa mukana oleville. Ohjeistosta löytyvät projektin ulkoisen viestinnän linjaukset. Toisaalta ohjeisto käsittelee kaikkea sitä, mitä meidän tulisi huomioida viestinnässämme toteuttaaksemme mahdollisimman onnistunut projekti. Ohjeistosta toivotaan olevan hyötyä tapahtuman järjestäjälle myös teeman ulkopuolella.

Projektin viestintäryhmä jakaa ohjeiston ainakin sähköisesti tapahtumanjärjestäjien yhteyshenkilöille, joiden vastuulla taas on jakaa ohjeistoa edelleen teemassa mukana oleville alansa tapahtuman järjestäjille.

1. Projektilla tulokseen

Nyky-yhteiskuntaa on kuvattu projektityhteiskunnaksi, sillä projekti tarjoaa yhä useammin vastauksen työn tuottavuuden ja tuloksellisuuden kasvaviin haasteisiin. Se on työtapana harkittua työskentelyä tavoitteen määrittelemiseksi ja siihen pääsemiseksi. Projektin sanotaan jäsentevän hajanaisuuden. Minun Kankaanpäähän 2007 - projekti kokoaa toimijat yhteen yhteiseen projektiin.

1.1. Minun Kankaanpäähän 2007 –projekti

Projektin idea on lähtöisin Taidekoulun ja Taideyhdistyksen palaverista syksyllä 2006. Kankaanpäähän luodaan tapahtumien ketju, jossa eri toimijat toteuttavat Kankaanpää-aiheisia tapahtumiaan yhteisen vahvan teeman alla kuitenkin omatoimisesti ja omakustanteisesti.

Teeman alla tuodaan esille paikallista eri alojen osaamista juhlan kunniaksi vuonna 2007. Tänä vuonna Kankaanpään kaupunki täyttää 35 vuotta. Se

on lisäksi ollut kauppalana 40 vuotta. Myös Kankaanpään vanhin kukka-
kauppa, Kukka ja hautauspalvelu Anttila, täyttää 75 vuotta ja Kankaanpää
Seura ry 50 vuotta. Niinisalon koulu täyttää 100 vuotta ja Pohjanlinnan
koulu 30 vuotta. Muita tärkeitä juhlan aiheita ovat Suomen 90-
vuotisjuhlavuosi ja Mikael Agricolan kuolemasta kuluneet 450 vuotta.

1.2. Toimintaa ohjaavat tavoitteet

Minun Kankaanpääni – projektilla haluamme tuoda paikallista osaamista
esille, luoda Kankaanpäähän me-henkeä ja vaikuttaa positiivisesti erityises-
ti kankaanpääläisten kokemukseen kaupungistaan.

Tavoitteisiin sitoutuminen ja yhteinen päämäärä ovat menestyksen kannal-
ta tärkeitä. Minun Kankaanpääni 2007 –projekti on ennen kaikkea hyvän
yhteishengen projekti. Teemme tätä meidän kaikkien hyväksi, iloksi ja kun-
niaksi. Tällä ohjeistolla tavoittelemme mahdollisimman toimivaa viestintää
tavoitteiden saavuttamiseksi yhdessä.

1.3. Toimivassa projektissa on toimiva tiimi

Tiimityöskentely tuo parempaa tulosta kuin yksilötyö varsinkin, kun tavoit-
teen saavuttamiseen vaaditaan monenlaisia taitoja. Tavoitteena tiimeissä on
laajemman ja korkeamman asiantuntemuksen ja panoksen tehokäyttö. Tä-
stä syystä myös Minun Kankaanpääni 2007 -projektiin on koottu työryhmä,
joka koostuu eri alojen toimijoista ja osaaajista.

Huipputiimien taustalla on sitoutuminen. Omatessaan tarvittavat tiedot,
päämäärän, tavoitteet, toimintamallin ja yhteisvastuun, tiimin jäsenten on
helppo sitoutua työhönsä ja yhteisiin tavoitteisiin. Tiimin jäsenten aito si-
toutuminen ulottuu jopa tiimin itsensä elämää pidemmälle.

2. Vastuut tehostavat ja selkeyttävät toimintaa

Vastuut tulevat usein luontevasti työtehtävistä. Vaikka ne tuntuisivat itseltään selviltä, ne on hyvä kirjata ylös yleisellä tasolla.

Vaikka projektissämmeikin viestintävastuu on jokaisella ja jokainen voi puhua omasta työstään, on hyvä määritellä esimerkiksi, ketkä antavat tietoja ja lausuntoja kokonaisuudesta. Nopeasti muuttuvissa tilanteissa unohdetaan helposti informoida tai keskustella aivan keskeisten henkilöiden tai ryhmien kanssa. Lisäksi se mikä yhdelle on itsestään selvää, voikin toiselle olla tulkinnanvaraista.

2.1. Projektin kattoviestinnän vastuut

Minun Kankaanpääni 2007 -projektin viestintäryhmään kuuluvat projektin koordinaattori Heikki Kiviniemi, projektipäällikkö Anna-Liisa Mettälä ja 31.5.2007 asti viestinnän opiskelija Mirja Lehtimäki. Hannele Piippo-Fair avustaa viestinnän toteutuksessa tarvittaessa koko projektin ajan.

Viestintäryhmän vastuut ja velvollisuudet Minun Kankaanpääni 2007 – projektissa ovat seuraavat:

- viestintäsuunnitelman laatiminen ja siitä informointi
- viestintäsuunnitelman päivittäminen projektin edetessä
- projektin kattoviestinnän käytännön toteuttaminen ja luotaus
- mediasuhteet ja julkisuustyö
- projektin viestinnän koordinointi
- lisätiedot Minun Kankaanpääni 2007 –projektista
- logon jakaminen työryhmälle

Viestintäryhmän vastuut kiteytyvät projektin viestinnän käytännön toteutamisessa ja koordinoituvuudessa. Kaiken lähtökohtana on viestien sisäinen kulkeminen nopeasti ja ajankohtaisesti viestintäryhmän sisällä. Kattovies-

tintäryhmä vastaa teeman viestinnästä. Kaikkien ulospäin suuntautuvien teemaa koskevien viestien yhdenmukaisuus on olennaista, joten kaikilla on oltava ajantasaiset tiedot toiminnasta. On muistettava, että viestimme yhteisöstämme ja sen toiminnasta jatkuvasti ”tahtomattammekin” eri tilanteissa.

Projektipäällikkö johtaa projektia. Hän vastaa projektin koordinaattorin kanssa myös koko projektiin liittyvien lisätietojen antamisesta niin medially kuin yksityisillekin tahoille. Viestinnän opiskelija laatii keskustelujen perusteella viestintäsuunnitelman ja toteuttaa viestintää käytännössä esimerkiksi tiedotteiden, puffien ja lehtijuttujen eli medianäkyvyyden muodossa kevään ajan. Hannele Piippo-Fair avustaa viestinnässä aina tarvittaessa. Projektipäällikön tehtävänä on myös päivittää muutokset ja lisäykset viestintäsuunnitelmaan projektin edetessä. Näin asiat voidaan tarkistaa suunnitelmasta projektin aikana ja sen jälkeen.

Projektin viestintäassistentti voi avustaa pyydettyä tapahtuman järjestäjiä esimerkiksi viestien muotoilussa ja perille saattamisessa.

Viestintätyöryhmä jakaa kaikille työryhmän jäsenille sähköisesti tämän ohjeiston sekä logon, jota projektissa mukana olevat käyttävät mainonnassaan. Logosta lisää sivulla 13 Ulkoisen viestinnän yhteydessä.

2.2. Tapahtuman järjestäjän vastuut

Tapahtumanjärjestäjät hoitavat tapahtumansa viestinnän itse. Projektin kannalta tapahtumanjärjestäjän tärkeimpiin vastuisiin kuuluu toimiminen yhteyshenkilönä. Työryhmän jäsen jakaa sähköpostitse oman alansa tapahtumien yhteyshenkilöille logon ja viestintäohjeiston sekä tarvittaessa muun kaikkia koskevan materiaalin.

Toinen päävastuista on logon käyttäminen tapahtuman mainonnassa. Näin tapahtuman järjestäjäkin vastaa osaltaan teeman tunnettuuden lisäämisestä.

tä ja ylläpitämisestä.

Projektin esille tuominen oman tapahtumansa rinnalla eri yhteyksissä esimerkiksi suullisesti on hyvää tunnettuuden lisäämistyötä. Tällöin voidaan puhua ”henkilökohtaisesta myyntityöstä”, joka on erittäin arvokasta projektille.

Kaikkien mukana olevien toivotaan myös kuuntelevan ympäristön viestejä, positiivisia ja negatiivisia. Tätä kutsutaan luotaamiseksi. Negatiivisista viesteistä esimerkiksi kadulla tai yleisönosastoilla on syytä tiedottaa viestien aiheesta riippuen projektin tai oman organisaation johdolle nopeasti. Tämän ohjeiston lopussa on ohjeet kriisiviestintäsuunnitelman teosta, jollainen jollaisella yhteisöllä olisi hyvä olla olemassa.

Koko työryhmän yhteystiedot ovat liitteenä ohjeiston lopussa. Otetaan yhteyttä toisiimme heti, kun kysymyksiä tai ajatuksia herää.

3. Minun Kankaanpääni 2007 – projektin viestintä

Tästä kappaleesta löytyvät perusmäärittelyt, jotka auttavat ymmärtämään, miksi viestimme suunnitellusti ja mitkä ovat tärkeimmät huomioon otettavat asiat.

3.1. Mihin viestinnällä pyritään?

Viestinnällä on tarkoitus tukea yhteisön toimintaa ja olla mukana tuottamassa tulosta. Se on sanomien välitystä ja vaihdantaa. Tavoittelemme viesteillä halutunlaista reaktiota viestinnän kohteissa. Viestinnän keinoilla informoimme ja markkinoimme, mutta myös motivoimme ja hoidamme sidosryhmäsuhteita.

Minun Kankaanpääni 2007 – projektin viestinnän tavoitteena on kankaanpääläisen osaamisen esiin tuominen ja yhteisöllisyyden tunteen kasvattaminen. Näiden tavoitteiden kautta teemme samalla myös kaupungin sisäistä imagotyötä. Toivomme positiivisten mielikuvien kautta kaupunkilaisten viihtyvän Kankaanpäässä entistä paremmin. Päästäksemme tähän visioon, projektin missiona ja viestinnällisenä tavoitteena on Minun Kankaanpääni – teeman ja koko projektin tunnettuuden kasvattaminen erityisesti Kankaanpäässä. Yhteisökuvan on aina perustuttava todellisuuteen. Luodaksemme kuvaa yhteishengestä ja sen välittymiseksi ympäristöömme on meilläkin oltava sitä.

3.2. Kohderyhmien mukaista viestintää

Viestinnän suunnittelussa lähdetään liikkeelle kohderyhmien määrittelystä. Yhteisöllä on sekä sisäisiä että ulkoisia kohderyhmiä. Koska tämä jako ei aina ole kovin selvä, lähtökohtana voi pitää mielessä, että on olemassa erilaisia kohde- ja sidosryhmiä, joiden kanssa ollaan vuorovaikutuksessa eri tavoin.

Haluamme viestimällä kertoa itsestämme. Toisaalta meidän täytyy kuunnella ympäristön viestejä. Meidän on keskusteltava ja oltava vuorovaikutuksessa niin sisäisten kuin ulkoistenkin kohderyhmiemme kanssa. Minun Kankaanpääni 2007 –projektin ulkoinen kohderyhmä, kankaanpääläiset, on laaja ja asettaa myös kuuntelulle ja vuoropuhelulle suuren haasteen.

3.3. Viestit perille oikeilla kanavilla

Kanavalla tarkoitetaan tiedonkulkuun ja vuorovaikutukseen käytettävää viestintäyhteyttä tai keinoa. Kanavasunnittelussa ajatellaan kohderyhmiä ja mietitään, mitä kautta viesti menisi parhaiten perille.

Tavoitteenamme on teeman tunnettuuden kasvattaminen. Pyrimme löytämään erilaisia keinoja tuoda teemaa esille resurssien puitteissa. On muistettava, ettei viestintä ole pelkkää mediaviestintää, vaan esimerkiksi aivan arkipäiväisissä jutustelutilanteissakin voi tietoisesti tehdä projektia tunnetuksi.

Viestinnän kanavat jaetaan yleensä kolmen periaatteen pohjalta sen mukaan, tapahtuuko viestintä ja vuorovaikutus kasvokkaisviestintänä, painetuna viestintänä vai sähköisenä, tietokonepohjaisena viestintänä. Kasvokkaisviestintää ovat palaverit, kokoukset, keskustelut ja muut viralliset ja epäviralliset tilaisuudet, joissa ihmiset voivat vaihtaa näkemyksiään kasvotusten ja reagoida välittömästi saamaansa tietoon ja näkemyksiin. Painetun viestinnän keinoja ovat lehdet ja tiedotteet sekä erilaiset julisteet, esitteet tai vaikka lentolehtiset. Sähköistä viestintää edustavat esimerkiksi Internet ja sen ulottuvuudet, kuten sähköposti.

Rahalla on suuri merkitys siinä, kuinka paljon ja minkälaisia viestinnän keinoja voidaan käyttää. Rahan puutteen ei tarvitse olla este, vaan se voidaan nähdä mielikuvituksen rikastuttajana ja tahdonvoiman ja aktiivisuuden esiin tuojana.

4. Sisäinen viestintä on kaiken perusta

Kaikki ulospäin suuntautuva lähtee yhteisön sisältä. Siksi on jo tuotukin esille, että teemalla viestimämme yhteishengen on oltava olemassa. Tässä kappaleessa käsitellään niitä asioita, joita Minun Kankaanpäätäni 2007 – projektissa tulee sisäisen viestinnän osalta ottaa huomioon.

4.1. Sisäisen viestintämme haasteet

Sisäinen viestintä on tiedon tuottamista, muokkaamista, välittämistä, mutta myös ymmärryksen luomista ja yhteisyyden rakentamista. Pyrimme pro-

jektin sisäisessä viestinnässä ennen kaikkea nopeuteen, luotettavuuteen ja vuorovaikutteisuuteen.

Vastuiden selkeä jakaminen on projektin sisäisessäkin viestinnässä tärkeää. Projektin viestintätyöryhmän on olennaista pitää aktiivisesti toisensa ajan tasalla. Kattoviestinnän haasteena on tiimi, jossa projektipäällikkö toteuttaa viestintää muita henkilöitä apunaan. Tiimityöskentely ja -henki korostuvat ja aktiivinen vuoropuhelu on tämän tiimin kesken tärkeää. Kaikilla viestintätiimin jäsenillä on oltava ajantasaiset tiedot toimivan ja uskottavan viestinnän kannalta.

4.2. Projektin sisäiset kohderyhmät ja kanavat

Nopeus, luotettavuus ja vuorovaikutteisuus sisäisessä viestinnässä saavutetaan käyttämällä kohderyhmiä ajatellen oikeita kanavia. Tässä kappaleessa ovat Minun Kankaanpäätäni 2007 – projektille määritellyt sisäiset kohderyhmät. Esiteltynä ovat samoin tärkeimmät viestinnän kanavat ja kuvaukset kanavien luonteista ja vahvuuksista.

Projektimme sisäisiin kohderyhmiin kuuluvat:

- viestintäryhmä (projektipäällikkö, koordinaattori ja viestinnän opiskelija)
- muu työryhmä
- tapahtumien järjestäjätahot, jotka eivät kuulu työryhmään.

Projektipäällikkö hoitaa käytännön koordinoinnin ja projektin kattoviestinnän. Viestinnässä häntä avustaa keväällä Mirja Lehtimäki ja aina tarvittaessa Hannele Piippo-Fair. Projektipäällikkö johtaa sisäistä yhteystoimintaa.

Tärkeimmät sisäisen viestinnän kanavamme:

Kasvokkaisviestintä

Kasvotusten kohtaamista ei ole pystynyt korvaamaan mikään kanava. Minun Kankaanpääni 2007 -projektissa kasvokkaisviestinnän tilanteita ovat työryhmän kokoukset ja tarvittaessa muut keskustelut ja kasvotusten-tapaamiset. Kasvokkaisviestintä on kaikkein henkilökohtaisin viestinnän muoto. Olemme huomaamattammekin jatkuvasti kasvokkaisviestintätilanteissa. Palaute- ja kehityskeskustelu projektin päätteeksi on yksi tärkeimmistä tällaisista tilanteista projektin sisällä.

Sähköposti

Sähköposti on vallannut alaa käytännöllisyydellään, helppoudellaan ja nopeudellaan. Minun Kankaanpääni 2007 – projektissa se on käytetyin sisäisen viestinnän ja ulkoisen tiedottamisen keinoista. Sähköpostin, kuten tekstiviestinkin etuna on mahdollisuus luoda ryhmiä, jolloin jokaista viestin saajaa ei tarvitse näpytellä tai hakea erikseen.

Huomaa, että

- sähköpostissa, kuten tavallisessa kirjeessäkin on hyvä muistaa kohteliaisuus alku- ja lopputervehdyksistä lähtien.
- kun sähköpostiviestiin vastataan, poistetaan vanha viestiketju viestin lopusta selkeyden ja siisteyden vuoksi, ellei ole nimenomaista syytä säilyttää sitä osana uutta viestiä.
- sähköpostiviesti on mahdollisimman lyhyt ja ytimekäs. Turhia liitetiedostoja on syytä välttää, jos asia mahtuu luonnikkaasti sähköpostin tekstikenttäänkin. Tiedotteen lähettämistä ajatellen esimerkiksi lehtitoimittajat eivät välttämättä jaksavailla etenkään raskaita ja hitaita liitetiedostoja.
- kertova otsikko ratkaisee, luetaanko viesti tai kuinka nopeasti se päätetään lukea.

Tämänlaisia pikkuasioita huomioimalla tehdään modernista viestintäkeinosta mukavampi ja toimivampi sekä vastaanottajalle että lähettäjälle.

Puhelinsoitto ja tekstiviesti

Puhelinsoiton etu on sen nopea tavoitavuus. Jo sen käyttö viestii asian kiireellisyydestä. Tekstiviestillä taas saa tekstiviestiryhmiä luomalla halutes-

saan viestin helposti ja nopeasti usealle samalla kertaa. Tekstiviestin luonne on kiireettömämpi kuin puhelinsoiton.

Kirje

Projektin alussa työryhmä sai kokouskutsun postissa, mutta toivomuksesta kaikki paperinen posti korvattiin pian sähköpostilla turhan paperitulvan välttämiseksi.

5. Ulkoinen viestintämme lähtee yhteishengestä

Projektimme haasteisiin kuuluu yhteishengessä tekeminen vaikka tapahtumat ja niiden viestintä toteutetaankin omatoimisesti tahoillaan. Yhteishenkemme ja sitoutumisemme projektin tavoitteisiin heijastuvat meistä ulospäin kaikessa mitä teemme tai sanomme.

5.1. Visuaalinen tunnus pitää teeman elävänä

Teeman tunnettuus ja olemassaolo nojaa vankasti yhteiseen visuaaliseen tunnukseemme. Hannele Piippo-Fair on suunnitellut projektille tunnistettavan logon, jonka halutaan viestivän yhteishenkeä ja yhteistä panostusta. Logo on kaikkien teemaan osallistuvien käytettävissä.

Mielikuva yhteishengestä on projektille tärkeä. Se paikallisten halutaan yhdistävän Minun Kankaanpääni 2007 – projektiin. Logon ulkoasu viestii eteenpäin menemistä. Elävällä fonttivalinnalla halutaan viestiä helposti lähestyttävyyttä ja omaleimaisuutta. Isänmaallisuutta on tuotu sinisellä värillä.

Ainoastaan selkeällä linjalla logon näkyvyyden suhteen teema pystyy todella elämään ja konkretisoitumaan ihmisille. Siksi jokainen tapahtumassa mukana oleva järjestäjätaho kantaa yhteisvastuun käyttämällä logoa mainoksissaan.

Tapahtuman järjestäjä voi muuttaa logon kokoa mainoksen tai muun kohteen vaatimusten mukaan. Nimenkirjoitusasumme sininen väri pidetään muuttumattomana.

5.2. Ulkoiset kohderyhmämme:

Kankaanpääläiset

Tärkein ulkoinen kohderyhmämme ovat kankaanpääläiset lapsista ikäihmiisiin. Tiettyihin teeman tapahtumiin haetaan julkisuutta myös lähikunnissa. Teemasta ja projektin käynnistymisestäkin viestitään rajojen ulkopuolelle. Haluamme toivottaa juhlavuoteen tervetulleeksi myös ulkopaikkakuntalaiset, mutta energiat kohdistetaan paikalliseen näkyvyyteen ja tunnettuuteen.

Media

Media ja tiedon tuottajat (toimittajat, verkkosivujen päivittäjät jne.) ovat projektissamme välillisiä toimijoita, joiden kautta voidaan vaikuttaa kohderyhmiin. Mediajulkisuus on mainonnan rinnalla tärkein keino teeman tunnettuuden luomisessa ja ylläpitämisessä.

Vaikka media ei tarttuisi kaikkiin lähetettyihin viesteihin, se saattaa aktiivisella viestinnällä oppia muistamaan lähettäjän olemassaolon. Seuraavalla kerralla se saattaa jo tarttua tiedotteeseen ja ottaa aiheesta selvää. Viestit kohdennetaan aina vain niihin medioihin ja kanaviin, joiden voidaan todella olettaa kiinnostuvan aiheesta.

Projektin kattoviestinnässä pyritään käyttämään keinoja ilmaisen mediatiilan ja julkisuuden saamiseksi ja ylläpitämiseksi. Kankaanpään Seutu on lisäksi yhteistyössä kanssamme koskien kolmea niin sanottua teemapakettia. Viestintäryhmä toteuttaa teemapakettien sisällön mahdollisimman pitkälti. Kankaanpään Seutu myös kirjoittaa teeman tapahtumista puffeja ja juttuja vuoden mittaan.

Viestinnässä aktiivisuus on tärkeää. Tämän ohjeiston liitteenä oleva me-

diarekisteri on kätevä ulkoisen viestinnän työkalu. Projektin Mediarekisteristä löytyvät valmiiksi yhteystiedot, joita tapahtuman järjestäjät ja projektin viestintäryhmä voivat käyttää omassa viestinnässään ja täydentää rekisteriä halutessaan.

5.3. Ulkoisen viestinnän kanavamme:

Tapahtumakalenteri

Teeman tapahtumat ovat näkyvillä Kankaanpään verkkosivuilla olevassa Tapahtumakalenterissa ja sieltä teeman yleisökin ohjataan niitä selaamaan. (www.kankaanpaa.fi → Tapahtumakalenteri.)

Muutokset tietoihin voi lähettää projektipäällikölle tai suoraan verkkosivujen päivittäjälle, jos kyse on esimerkiksi vain ”hienosäätö” tai kieliopillisesta korjauksesta. (Yhteystiedot liitteenä olevassa mediarekisterissä.)

Tiedote

Tiedote on uutinen, jonka organisaatio lähettää sidosryhmilleen. Se kertoo neutraalisti asiasta, joka on tapahtunut tai tapahtumassa. Mediatiedote on journalistin raaka-ainetta, johon hän joko tarttuu tai ei. Siihen voidaan osaltaan vaikuttaa tekemällä hyvä taustatyö eli hyvä tiedote.

Toimittajalla ja tiedottajalla on usein yhteinen intressi, joka on tärkeän asian saattaminen laajaan tietoisuuteen. On kuitenkin arvostettava toimittajien arviointikykyä ja päätösvaltaa siitä, onko aihe kiinnostava ja saako se huomiota kyseisessä mediassa kyseiseen aikaan.

Kertova otsikko ja lisätietojen antajat lopussa sekä mahdollinen verkkosivulinkki ovat hyviä olla tiedotteessa. Lisätietojen antajiksi laitetaan vain sellaiset henkilöt, jotka ovat kyseiseen aikaan tavoitettavissa. Oikoluku ennen lähettämistä on tärkeää. Kirjoitus- saatikka asiavirheet tiedotteessa eivät anna kovin vakuuttavaa kuvaa.

Tapahtumien järjestäjien kannattaa lähettää SUN Radioon sekä Yle Satakunnan Radioon menovinkkitiedotteita tapahtumistaan. Yhteystiedot löytyvät mediarekisteristä sekä radiokanavien verkkosivuilta. Tiedotteissa kannattaa sekä teeman tunnettuuden että oman tapahtumansa uutisen läpipääsynkin kannalta mainita tapahtumansa kuuluvan Minun Kankaanpääni 2007-teemavuoteen.

Juttu

Lehtiin voi lähettää valmiiksi tekemiään lehtijuttuja kuvineen. Toimittajat ottavat niitä monesti ilolla vastaan. Jutun kirjoittamisessa on pidettävä mielessä lukijakohderyhmä. Liian markkinoivaa otetta ei kannata ottaa. Juttua tarjotaan niihin lehtiin, joihin aihe sopii. Ei kaikkiin mahdollisiin lehtiin. Jutussa on ytimekkäitä väliotsikoita ja selkeitä lauserakenteita. Kuvitus piristää.

Lehtikuvan täytyy olla resoluutioltaan Kankaanpään Seutu -lehdessä 200. Tämänlaiset tiedot löytyvät lehtien Mediakorteista niiden Internet-sivuilta. Kannattaa ottaa lehden taittajia ajatellen sekä pysty- että vaakakuvia. Jos et ole kokenut kuvaaja, ota mahdollisimman monta kuvavaihtoehtoa. Lehden toimitukseen voi ottaa jo ennakolta yhteyttä ja kysyä jutun pääsemisestä lehteen. Kannattaa myös kysyä vinkkiä jutun sisältöön ja kuvitukseen liittyen.

Puffi

Puffi on journalistiseen muotoon laadittu neutraalin sävyinen juttu tai uutinen, jonka tarkoitus on tekstimainonnallinen eli saavuttaa markkinointia tukevaa ilmaisjulkisuutta. Puffi on hyvä keino saada pienimuotoista ilmaista näkyvyyttä. Esimerkiksi Minun Kankaanpääni – projekti sai puffin ansiosta kerättyä uusia tapahtumia kevään tapahtumapakettiin. Kankaanpään Seutu on lupautunut järjestämään teeman tapahtumille puffien muodossa näkyvyyttä. Myös omaa puffia kannattaa tarjota lehteen varmistukseksi medianäkyvyyden saamisen tapahtumalleen.

Mainonta

Mainonta on maksettua, suuremmalle kohderyhmälle suunnattua viestintää. Mainontaa voi olla ulkomainos tai yhtä hyvin lehtimainos, radio- tai tv-mainos Internet-mainontaa unohtamatta. Vain mielikuvitus ja budjetti ovat rajana.

Ilmoitukset ovat tänä päivänä sanallisilta sisällöiltään hyvin lyhyitä. Mainoksella on vain vähän aikaa kiinnittää katsojansa mielenkiinto ja saada hänet perehtymään mainokseen tarkemmin.

Minun Kankaanpääni 2007 –projektin kattomainonta pyritään toteuttamaan pääasiassa journalistisessa muodossa eli juttujen, puffien ja tiedotteiden ilmaisjulkisuuden keinoin. Kankaanpään Seudussa ilmestyvät kolme Minun Kankaanpääni -teemapakettia ovat kuitenkin osittain maksetun mainonnan tukemia.

Projektista tehdään myös teemajuliste, jonka tehtävänä on pitää teemaa esillä ja vahvistaa muuta viestintää. Juliste vastaa kysymyksiin: kuka tekee, mitä tekee, miksi ja mistä saa lisätietoa. Teemalogo on tuotu julisteessa näkyvästi esille.

Mahdollisuutta teettää Minun Kankaanpääni 2007 –logo-paitoja selvitetään. Paitoja kaavaillaan myytäväksi kesän tapahtumissa. Mainonnan ideoita kehitetään ja toteutetaan mahdollisuuksien mukaan. Myytävien paitojen lisäksi tai niiden vaihtoehtona on hankkia omakustanteiset t-paidat työryhmälle.

Ilmoitustaulut

Ilmoitustauluilla voi mainostaa pelkillä kopiointi- tai painokustannuksilla. Loppuun asti mietitty pienenkin budjetin mainos voi olla tehokas huomionkiinnittäjä.

Kuten edellä on mainittu, Minun Kankaanpääni 2007 –teemasta tehdään juliste. Julistetta jaetaan työryhmän jäsenille, kauppoihin, yhdistyksille ja

kouluihin. Julisteen toteuttaa talkootyönä yritysviestinnän opiskelija SAMK Likkasta.

Puskaradio

Puskaradio tarkoittaa epämuodollisia ja –virallisia kanavia pitkin leviävää viestintää. Teemaa on hyvä pitää esillä kaikissa yhteyksissä, mutta on myös hyvä pitää silmällä esimerkiksi paikallislehden mielipideosastoa tai kaupungin verkkosivujen keskustelufoorumia ja kuulostella ihmisten puheita, jos projektista, sen tapahtumista tai niiden viestinnästä ollaan mitä tahansa mieltä.

Negatiiviseen kommenttiin vaikka yleisönosastolla on pyrittävä lähettämään nopeasti vastine. Jos negatiivisia viestejä havaitaan, on syytä kokoontua asian ympärille mahdollisimman pian pohtimaan syitä ja viestinnän toimintamallia jatkossa. Aihetta saattaa olla kriisiviestinnälle.

Sähköposti

Sähköpostilla ollaan yhteydessä medioihin. Tässä ohjeistossa on jo edellä käsiteltykin, kuinka tiedotteet, lehtijutut ja muut yhteydenotot tapahtuvat helposti sähköpostitse. Tiedotteissakin kerrotaan lisätietojen antajien sähköpostiosoitteet sähköistä yhteydenottoa varten. Yksi sähköpostin eduista on se, että sen voi avata ja käsitellä silloin, kun ehtii. Tarvittaessa nopeasti, mutta myös hitaampi vastaaminen on hyväksyttävää.

Puhelin

Kiireellisemmissä yhteydenotoissa käytetään puhelinta. Jo puhelimen käyttö viestii asian kiireellisyydestä.

Myös pienet lehtihaastattelut ja mediayhteydet voi hoitaa puhelimitse.

Tiedotteiden lopussa kerrotaan sähköpostiosoitteen lisäksi lisätietojen antajan puhelinumero nopeamman yhteydenoton mahdollistamiseksi.

6. Viestinnän ajoitukset

Mitä viestinnässä kannattaa tehdä ja milloin? Tässä kappaleessa on ohjeisto keinojen käytöstä ja ajoituksista niin projektin kattoviestintää kuin tapahtumien järjestäjiäkin koskien.

6.1. Mitä ja milloin?

Tapahtumien markkinoinnissa viestinnän oikealla ajoituksella voidaan vaikuttaa tunnettuuteen ja osanottajamääriin. Tapahtuman markkinoinnista kannattaa tehdä mitä ja milloin -suunnitelma. Jokainen tapahtumanjärjestäjäorganisaatio valitsee omat vastuu- ja yhteyshenkilönsä tiedottamiseen ja mainontaan.

Alla suunnitelma Minun Kankaanpäätäni 2007 – projektin markkinointiviestinnän keinoista ja ajoituksista:

Helmikuu

- teeman lanseeraus: tiedote + lehtijuttu

Maaliskuu

- julisteen toteutus.
- kevään teemapaketti ilmestyy 29.3. Aineisto Seudussa 23.3.

Projektin esittely, muutaman jutun kokonaisuus teeman ympäriltä + loppukevään tapahtumalista.

Huhtikuu

- kesän teemapaketin aineisto Seudussa 27.4.
- juliste jakoon (työryhmä, kaupat, yhdistykset, koulut.)

Toukokuu

- kesän teemapaketti ilmestyy 24.5. KS:n kesän teemanumerossa.

Esille teeman tärkeät tapahtumat kesällä.

Kesän 2007 toteutettaviksi toivotut ideat:

- tapahtumissa myytävät paidat Minun Kankaanpääni 2007 -logolla
- video- tai kuvadokumentointi tapahtumasta/tapahtumista viestinnän opiskelijatyönä (SAMK/Likka)
- viestinnän tutkimus opiskelijatyönä (SAMK/Likka)

Lokakuu

- syksyn teemapaketti 4.10. Aineiston dead line sovitaan KS:n kanssa myöhemmin.

Muistuttaminen teemasta. Kiitetään kankaanpääläisiä kesästä. Loppuvuoden tapahtumat.

Lisähuomiot:

- Hannele Piippo-Fair kirjoittaa Seutuun tammikuusta alkaen lehtijutut 12 kankaanpääläisestä.
- Kankaanpään Seutu järjestää ilmaista näkyvyyttä teeman tapahtumille poimien aiheita tapahtumakalenterista harkintansa mukaan pitkin vuotta.
- Puffia käytetään tarvittaessa tapahtumien keräämiseen.
- Toteutettaviksi toivottuja ideoita viedään eteenpäin. Niitä pidetään tärkeinä, mutta toteutusmahdollisuuksia täytyy selvittää.

6.2. Kanavakohtaiset ohjeet

Alla ovat kanavakohtaiset ohjeet projektin ja tapahtumien mainontaa tekeville. Käsiteltyinä ovat kanavat, jotka ovat käyttämisen arvoisia – ei vain kustannustehokkuutensa vaan myös toimivuutensa vuoksi.

Tiedote

Tiedote lähetetään, kun tiedotettava tapahtuma on aivan käsillä tai jo tapahtunut. Tiedote lähetetään tarkoin harkittuihin medioihin ja tehdään huolella. Lisätietojen antajat ja mahdollinen verkkosivulinkki ovat tärkeitä tiedotteessa. Lisätietojen antajiksi laitetaan vain sellaiset henkilöt, jotka

ovat kyseiseen aikaan tavoitettavissa. Tiedotteen käytöstä myös tämän ohjeiston sivulla 15 ulkoisen viestinnän alla.

Julistemainonta

Julistemainos on esillä viimeistään kuukautta ennen tapahtumaa, jotta se ehtii vaikuttaa. Mitä aiemmin, sen parempi. Julisteita levitetään mahdollisimman moniin paikkoihin; kauppoihin, yhdistysten tiloihin, kouluille, yhteistyökumppaneille tai mihin tahansa aiheeseen linkittyvään ympäristöön kohderyhmät mielessä, luvan kanssa.

Mainos www-sivuilla

Verkkosivumainos näkyville hyvissä ajoin tietenkin sisällön vaatimusten mukaan. Huomioitava on mainoksen selkeys ja toimivuus verkossa. Verkossa käytetään niin sanottuja päätteettömiä fontteja, kuten Arial tai Verdana. Liika linkkien viljely pois. Viestit ovat lyhyitä, helposti luettavia ja kertovat olennaisen. Jos mainoksesta on linkkejä muualle, on tarkastettava, että linkitykset toimivat ja tieto myös linkin takana on valmiissa muodossaan ja paikallaan.

Puffi

Puffi ajoitetaan niin, että se saa paikan lehdestä viikkoa - muutamaa päivää ennen tapahtumaa, tai jopa samana päivänä. Puffien teko on kannattavaa, eikä kovin työlästä. Neutraalin sävyinen puffi lähetetään toimitukseen sähköpostilla ja kysytään, saisiko se tilaa lehdestä.

Maksettu lehti-ilmoitus

voidaan toteuttaa ennen ja jälkeen puffin jos ilmoitetaan useamman kerran. Maksettu ilmoitus toteutetaan ajallisesti lähellä tapahtumaa.

Lehtijuttu

Yksittäisestä tapahtumasta tehty lehtijuttu julkaistaan aikaisintaan pari viikkoa ennen tapahtumaa. Jutun tekemisen vaiva kannattaa nähdä. Myös juttuvinkillä voi toki koittaa saada aihettaan läpi. Jos lehtijuttunsa haluaa

tiettyyn numeroon, voi lehden toimitukseen olla hyvä soittaa ja kysyä etukäteen, pääsisikö juttu haluttuun numeroon.

Kuvien otostakin voi kysyä vinkkiä ammattilaisilta ja varmistaa näin, että kokonaisuudesta tulee mahdollisimman onnistunut. Juttuansa kuvineen voi tarjota myös suoraan toimitukseen sähköpostilla. Mitä aikaisemmin, sen parempi ajatellen palstatilaa ja lehden taittajia. Juttu tapahtumasta ei usein saa olla liian markkinoiva. Kankaanpää-näkökulman voi esimerkiksi ottaa kantavaksi teemaksi, jonka mukana itse tapahtuma tulee jutussa esille. Lehtijutusta myös sivulla 16.

7. Viestinnän tulosten arviointi

Oikein ja mielekkäästi asetettujen tavoitteiden pohjalta onnistuu myös viestinnän tulosten arviointi. Tulokset auttavat kehittämään toimintaa ja kertovat, missä voitaisiin vielä parantaa.

7.1. Tavoitteista tuloksiin

Odotetuilla tuloksilla tarkoitetaan tilannetta, johon viestinnällä pyritään. Viestinnälle asetetut tavoitteet ovat joko laadullisia tai määrällisiä. Teeman viestinnälliset tavoitteet ovat laadullisia ja vaikeammin mitattavia. Niitä ovat esimerkiksi me-hengen lisääminen kankaanpääläisten keskuudessa ja yhteishengen mielikuva, jonka haluamme linkittyvän Minun Kankaanpääni 2007 – teemaan sekä sisäinen kaupunkikuvan kohottaminen kaiken tulokseksi.

Tulosten mittaamisen kannalta määrälliset tavoitteet ovat konkreettisempia ja helpompia mitata. Esimerkiksi yksittäisen tapahtuman osallistujamäärän tavoite tai palaverien kuukausittainen määrä voivat olla yhteisön määräll-

lisiä tavoitteita, joita yksittäisen tapahtumanjärjestäjänkin kannattaa asettaa halutessaan tehostaa jotakin viestintänsä aluetta.

7.2. Mittarit eli arvioinnin menetelmät

Viestinnän mittareilla tarkoitetaan tutkimus- tai seurantamenetelmiä, joilla seurataan systemaattisesti viestinnän tuloksia ja vaikutuksia. Minun Kankaanpäätäni 2007 – projektin viestinnän onnistumista on tarkoitus tutkia jonkin tapahtuman tai sitten teeman yleisen tunnettuuden ja sen herättämien mielikuvien osalta teemavuoden edetessä. Tutkimus tehtäisiin lomakekyselynä viestinnän opiskelijan opinnäytetyönä. Tutkimuksen toteutuminen selviää myöhemmin.

7.3. Projektin päätteeksi kehityskeskustelu

Projektimme päätteeksi järjestetään yhteenvedoksi ja kiitokseksi kaikille projektin päättäjäiset. Päättäjäiset korostavat tietenkin projektin päättymistä ja antavat mahdollisuuden kerrata yhdessä projektin saldoa palaute- ja kehityskeskustelussa. Siinä voidaan esitellä toteutettujen opiskelijatöiden tulokset. Minun Kankaanpäätäni 2007 – projektissa kehityskeskustelu on tärkeä siltäkin kannalta, että projektimme yksi viestinnällinen tavoite on luoda toimiva konsepti ajatellen vastaavanlaisia myöhempiä projekteja. Yhteenvedo on siksi oppimisenkin kannalta tärkeä.

Palaute- ja kehityskeskustelu on vapaamuotoinen tilaisuus, joka päättää projektin ja luo pohjaa tuleville projekteille ja hankkeille. Projektin kunnollinen päättäminen antaa jokaiselle osallistujalle luvan katsoa eteenpäin ja jättää projekti taakse hyvillä mielin.

8. Kriisiviestintä

Kriisillä tarkoitetaan tapahtumaa tai prosessia, joka uhkaa yhteisön aineellisia tai aineettomia arvoja eli ihmisiä, irtaimistoa, kiinteistöjä tai yhteisön mainetta. Yhteisö toteuttaa kriisissä viestinnälle laatimaansa poikkeustilan toimintamallia. Kriisiviestintä on tärkeä jokaiselle yritykselle ja yhteisölle. Siksi tässä kappaleessa on tuotu esille perusteet suunnitelman laatimiseen.

8.1. Valmistautumista poikkeustilaan

Kriisi voi olla äkillinen onnettomuus tai huomaamatta etenevä tapahtumaketju, joka aiheuttaa kriisin tai poikkeustilan. Kriisejä on olennaista ennakoida kuuntelemalla ympäristöä. Kriisien ennakointi on sekä tilanteiden seuranta ja kriisin aineiden tunnistamista että itse toimintaan varautumista. Valmiudesta huolehtiminen tarkoittaa valmentautumista niin toiminnallisella kuin varustetasollakin.

Kriisien torjumisessa, ennaltaehkäisyssä ja niistä selviämisessä auttaa toimintamalli, jossa on määritelty vastuuhenkilöt ja kuvattu kriisiviestintäprosessin eteneminen. Hallintaryhmän lisäksi määritellään johtaja ja johtosuhteet, viestinnän vastuut ja tehtäväkuvaukset, asiantuntijoiden roolit sekä ulkopuolisten yhteistyötahojen kiinnittyminen poikkeusorganisaatioon. Kriisiviestintätilanteessa yhteisö viestii oikeastaan kuten normaalissakin tilanteessa, mutta asiat toteutetaan nopeammin.

Kriisien kartoittaminen on tehtävä huolella. Kaikkeen ei tietenkään voi olla varautunut. Minun Kankaanpäätäni 2007 -projektin kannalta esimerkiksi vastuuhenkilön sairastuminen tai toisaalta negatiiviset puheet tai vakava julkisuuden ulkopuolelle jääminen ovat mahdollisia kriisejä. Yksittäisessä tapahtumassa voi sattua onnettomuus tai muu selkkaus.

Kriisien syinä voivat olla johdon tekemät virheet tai virhearviot. Kriisit voivat johtua harkitsemattomasta kommunikoinnista tai kommunikoinnin puutteesta niin yhteisön sisällä kuin sieltä ulospäinkin. Niistä on voitava oppia. Onnistumiset ja epäonnistumiset kriisiviestinnässä tulee analysoida tarkoin ja siirtää tulokset tehtyyn kriisiviestintäsuunnitelmaan. Hyvin hoidettu vies-

tintä kriisitilanteessa on välttämätöntä. Huomio: Se ei kuitenkaan poista itse kriisiä.

8.2. Perusmäärittelyt selväksi

Kriisiviestintämallia tai –suunnitelmaa tehdessä on aluksi määriteltävä, mikä on kriisi ja miten se eroaa normaalitilanteesta. On yhtä vaarallista käynnistää kriisiviestintä silloin, kun kriisiä ei ole, kuin jatkaa toimintaa kriisitilanteessa kuin kriisiä ei olisi. Tunnusmerkit ovat selvät äkillisten tilanteiden, kuten esimerkiksi sairastumisen tai julkisuudessa esitettyjen negatiivisten viestien osalta. Sen sijaan niin sanottujen hiipivien kriisien tunnusmerkkejä on vaikea antaa etukäteen.

On myös tehtävä selväksi, minkälaista strategiaa halutaan toteuttaa poikkeustilanteessa: Vetäydytäänkö vai ollaanko avoimia ja heti aktiivisia. Vastataanko vain kysyttäessä vai viestitäänkö rehellisesti mutta maltillisesti.

8.3. Eri kriisilajeilla on eri kohderyhmät

Poikkeustilannetta varten määritellään kohde- ja sidosryhmät kriisilajien mukaan, esimerkiksi sisäisten ja ulkoisten kriisien alle. Kriisit voivat koskea esimerkiksi henkilöstöä, johtoa, asiakkaita ja yhteistyökumppaneita, yritystä tai yhteisöä itseään, toimintaa ja prosesseja, tuotteita ja palveluja tai toimialaa yleensä.

Poikkeustilanteissa saattaa ilmetä uusia ennalta arvaamattomia sidosryhmiä. Esimerkiksi tapahtuman onnettomuustilanteessa uhrin ja heidän omaisensa ovat aiemmin olleet tuntemattomia. Poikkeustilanne saattaa laukaista myös sellaisten ryhmien kiinnostuksen, jotka eivät aiemmin olleet kiinnostuneita yhteisön toiminnasta. Suunnitelma poikkeustilan toimintamallia varten elää ja täydentyy jatkuvasti.

8.4. Vastuut kriisiviestinnässä

Organisaation sisältä valitaan vastuuhenkilöt kunkin lajin tiedotukseen. Yhteisön viestintäryhmä toimii yhteisön sisäisten tai ulkopuolisten tiedonlähteiden ja tiedon vastaanottajien välikätenä varmistamassa tiedonkulun sitä kaipaaville.

Poikkeustilanne vaatii yhteisön henkilöstön saumatonta yhteispeliä. Tiedonkulun on toimittava reaaliaikaisesti ja luotettavasti. Johdon vastuulla on informoida alaisia, jotta he pystyvät antamaan oikeaa ja ajantasaista tietoa esimerkiksi yhteistyökumppaneille. Yhteisöstä ulospäin lähtevien viestien on oltava yhdenmukaisia. Sisäinen tiedonkulku ensin, ulkoinen viestintä sitten ja lopuksi seuranta.

Minun Kankaanpäätäni 2007 –projektin viestintäryhmä ei ole järjestämässä tapahtumia, mutta sitä kohtaavat kriisit voivat liittyä julkisuusongelmiin ja henkilöiden sairastumisiin. Projektipäällikön sairastuessa projektin koordinaattori ottaa väliaikaisesti vetovastuun. Julkisuusongelmissa kokoontaan projektin johdon kesken ratkomaan tilannetta viipymättä. Keväällä myös viestintäassistentti on mukana. Tilanteen vaatiessa kutsutaan koolle koko työryhmä.

Lähteet:

Juholin, E. 2001. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Helsinki. Inforviestintä.

Juholin, E. Kuutti, H. 2003. Mediapeli – anatomia ja keinot. Helsinki. Inforviestintä.

Katzenbach, J,R. Smith, D.K. 1993. Tiimit ja tuloksekas yritys. Jyväskylä. Weilin + Göös.

Kettunen, S. 2003. Onnistu projektissa. Juva. WSOY.

Lehtonen, J. 1999. Kriisiviestintä. Helsinki. Mainostajien Liitto.

Pohjola, J. 2003. Ilme: Visuaalisen identiteetin johtaminen. Jyväskylä. Gummerus kirjapaino Oy.

Åberg, L. 2006. Johtamisviestintää! Esimiehen ja asiantuntijan viestintäkirja. Jyväskylä. Inforviestintä.

Åberg, L. 2000. Viestinnän johtaminen. Helsinki. Inforviestintä.

www.kukamedia.com (Mediarekisterin tiedot)

www.deski.fi →Tiedottajan abc

Minun Kankaanpääni 2007 yhteystiedot:

Projektipäällikkö: Anna-Liisa Mettälä
anna-liisa.mettala@kankaanpaa.fi
Puh. 044 577 2311.

Projektin koordinaattori: Heikki Kiviniemi
heikki.kiviniemi@kankaanpaa.fi
Puh. 044 577 2441

Viestinnän harjoittelija keväällä 2007: Mirja Lehtimäki
mirjalehtimaki@hotmail.com, puh. 044 056 4575

Musiikki ja teatteri: Hannele Piippo-Fair
hannele.piippo-fair@kankaanpaa.fi
Puh. 050 3066 854 tai 044-577 2450

Kulttuuriasiain lautakunta: Liisa Koota
liisa.koota@mol.fi
Puh. 010 19 4052 tai 010 60 45793

Kuvataide: Matti Velhonoja
matti.velhonoja@samk.fi

Käsityö: Outi Itäluoma
outi.italuoma@kankaanpaa.fi
Puh. 044 577 2444

Liikunta: Sisko Myllymäki
sisko.myllymaki@kankaanpaa.fi
Puh. 044 5772671

Nuoret ja lapset: Ullamarja Kontiainen
ullamarja.kontiainen@kankaanpaa.fi
Puh. 044 577 2691 tai 02 577 2691

Vanhukset: Anne Vanhatalo
anne.vanhatalo@kankaanpaa.fi
Puh. 044 5772 562

Yrittäjät: Helena Tuomala
marivarumo@suomi24.fi

Puh. työ 21222 tai gsm 050 3215730

Koulut: Päivi Javanainen
paivi.javanainen@kankaanpaa.fi

Kankaanpään kylät: Jarmo Lehtilä
jarmo.lehtila@suomi24.fi

Kankaanpää Seura ry: Pentti Luodetlahti
pentti.luodetlahti@messon.fi
Puh. 050 367 4055

Kaseva ry: Susanna Leed
kas.eva@dnainternet.net
Puh. 044 0713807 tai työ 040 7717425

Hyväntekeväisyysjärjestöt: Jouko Uusitalo
jouko.uusitalo@satabaana.net
Puh. 050 0132051

Niinisalon varuskunta: Riku Huhtasalo
riku.huhtasalo@mil.fi
Puh. työ 02 181 62290

Kankaanpään seurakunta: Risto Raikaslehto
rrlehto@dlc.fi
Puh. 045 676 2050 tai 050 5727 319

Kankaanpään Seutu: Leena Ruohola
leena.ruohola@sps.fi
Puh. 040 773 6099 tai työ 02 572 7423

Mallikasta matkailua – hanke: Päivi Lankoski-Raitio
paivi.lankoski-rautio@psai.fi
Puh. 044 270 1572

Kankaanpäässä asuvat ulkomaalaiset: Galina Luosalo
galina.luosalo@suomi24.fi
Puh. 041 5823305



Mediarekisteri

Paikallis- ja maakuntalehdet

	Puhelinnumero	Faksi	Sähköposti	Osoite	Ilmestymispv
Kankaanpään Seutu	(02) 572 740	(02) 572 7445	kas.toimitus@sps.fi	Linnankatu 1, PL 16, 38701 Kankaanpää	ma, to
Satakunnan Kansa	(02) 6228 111	(02) 6228 392	sk.toimitus@satakunnankansa.fi sk.kankaanpaa@satakunnankansa.fi	Valtakatu 12, PL 58, 28101 Pori	päivittäin
Lalli	(02) 6344 552 (02) 6344 563		toimitus@lalli.fi satakunnan.viikko@lalli.fi		pe la-su (1krt/vk)
Viskuri			hannele.piippo-fair@kankaanpaa.fi		
Uusi Aika	(02) 6300 200		ua.toimitus@uusiaika-lehti.fi		ti, to, pe
Yleinen uutiskanta			toimitus@stt.fi		
*Ylä-Satakunta	(03) 44 381	(03) 443 844	toimittajat@ylasatakunta.fi	Parkanontie 63, PL 6, 39701 Parkano	ti, to
*Suupohjan Sanomat	(06) 2454 450	(06) 2454 460	toimitus@suupohjansanomat.fi	Läntinen Pitkäkatu 15, 64100 Kristiinankaupunki	ke, pe

Radiokanavat

(Menovinkit!)

SunFM			studio@sunfm.fi	SUN Ideapark, Ideaparkinkatu 4, 37570 LEMPÄÄLÄ	ma-la
Yle Satakunnan Radio	(02) 6412 230	(02) 6334 773	sataradio@yle.fi	Mikonkatu 4 D, PL 113, 28101 Pori	ma-su

TV

KanTV	(02) 5722100	(02) 5783854	kantv@pinni.com	Keskuskatu 31, 38700 Kankaanpää
-------	--------------	--------------	-----------------	---------------------------------

Internet

www.kankaanpaa.fi --> Tapahtumakalenteri	jukka.ehto@kankaanpaa.fi
www.pohjois-satakunta.fi /Seutuportaali	(tai projektipäällikkö)
	tomi.kuusimaki@samk.fi, ari.peltoniemi@samk.fi

*Tähdellä merkityjä medioita ei ole käytetty kattoviestinnässä.

TIEDOTE 8.2.2007.



Minun Kankaanpääni 2007 on teemavuosi täynnä tapahtumia

Kankaanpäässä toteutetaan tänä vuonna Minun Kankaanpääni 2007 –teemavuotta. Teemavuoden aikana kankaanpääläiset toimijat toteuttavat tapahtumiaan yhteisen teeman alla. Yhteisen hiileen puhaltamisella halutaan tuoda esille paikallista osaamista ja kunnioittaa kuluva juhluvuotta.

Vuonna 2007 Suomi täyttää 90 vuotta. Kankaanpää on ollut kaupunkina 35 vuotta ja kauppalana 40 vuotta. Kankaanpää Seura ry täyttää tänä vuonna 50 vuotta ja Suomen kirjakielen isän, Mikael Agricolan, kuolemasta on kulunut 450 vuotta.

Teemavuoden tapahtumista tiedotetaan paikallisesti Kankaanpään Seudussa yhteisen Minun Kankaanpääni 2007 –logon alla. Tapahtumia voi seurata jatkuvasti myös verkossa osoitteessa www.kankaanpaa.fi ja Tapahtumakalenteri.

Minun Kankaanpääni 2007 –projektista halutaan kaikille löytyvän jotain. Mukaan ehtii vielä.
- Kevään tapahtumapaketti on saatu kokoon, mutta syksyn osalta tapahtumien järjestäjiä ehtii yhä mukaan, kertoo projektipäällikkö Anna-Liisa Mettälä. -Kaikenkirjavat tapahtumat ovat tervetulleita, hän jatkaa.

Lisätietoja:

Heikki Kiviniemi
Projektikoordinaattori
heikki.kiviniemi@kankaanpaa.fi
044-577 2441

Anna-Liisa Mettälä
Projektipäällikkö
anna-liisa.mettala@kankaanpaa.fi
044-577 2311

Minun Kankaanpääni –työryhmään kuuluvat:

Liisa Koota (kulttuuriasiainlautakunta, Anna-Liisa Mettälä (kulttuuripalvelut), Matti Velhonoja (kuvataide), Outi Itäluoma (käsityö), Hannele Piippo-Fair (musiikki ja teatteri), Sisko Myllymäki (liikunta), Ullamarja Kontiainen (nuoret ja lapset), Anne Vanhatalo (vanhukset), Helena Tuomala (yrittäjät), Päivi Javanainen (koulut), Jarmo Lehtilä (Kankaanpään kylät), Pentti Luodetlahti (Kankaanpää Seura ry), Susanna Leed (Kaseva ry), Jouko Uusitalo (hyväntekeväisyysjärjestöt), Riku Huhtasalo (Niinisalon varuskunta), Risto Raikaslehto (Kankaanpään Seurakunta), Leena Ruohola (Kankaanpään Seutu), Päivi Lankoski-Raitio (Mallikasta matkailua –hanke), Galina Luosalo (Kankaanpäässä asuvat ulkomaalaiset).

MINUN KANKAANPÄÄNI
2007

MENOVIKKEJÄ TOUKOKUUN 2007 LOPPUUN

NÄYTTELYT

Taidenäyttely: Ammattikorkeakoulujen kuvataiteen koulutusohjelmien yhteisnäyttely
Kankaanpään taidekoulun galleria, Paasikivenkatu 24, 16.3. - 3.4.2007 avoinna arkisin virka-aikana klo 8.00 - 16.00.

Taidenäyttely: Harrastajapostallimaalarit, Naiset arjessa ja juhlassa, Kankaanpään galleria, Keskuskatu 41 D, 25.3.-5.4.2007.

Taidenäyttely: Kalligrafia, päättötöyönäyttelyn avajaiset
Kankaanpään taidekoulun galleria, Paasikivenkatu 24, 8.4. - 3.5.2007 avoinna arkisin virka-aikana klo 8.00 - 16.00.

Taidenäyttely: Aukusti Manninen, Heikki Hautala, Lasse Jusula ja Päivi Karhu, Ihmiset, akryyli ja öljyväri-maalauksia kankaalle
Kankaanpään taidekoulun galleria, Paasikivenkatu 24, 6.5. - 22.5.2007 avoinna arkisin virka-aikana klo 8.00 - 16.00.

Taidenäyttely: Pisama -kuvataidekoulun päättävien oppilaiden töiden näyttely: Tunne Tila 17.5.-1.6.2007 klo 12-18 Kankaanpään galleria, Keskuskatu 41 D.

Pohjois-Satakunnan Alueopiston TAITOKEVÄT 2007 -näyttely
21.-27.4.2007 la-su klo 12-16, ma-pe 12-18, Kulttuurikorttelin (Kankaanpään galleria, Piirivintti, Wanha) Keskuskatu 41.

Pohjois-Satakunnan Alueopiston Kokeilevan käsityön näyttely: Tunne Tila
17.5.-1.6.07 klo 12-18 Kankaanpään galleria, Keskuskatu 41 D.

Kankaanpään Opiston kevätnäyttely
su 27.5.2007 kello 12-20 ja ma 28.5.2007 klo 9-20 Kankaanpään opisto Opistonkatu 5.

KONSERTIT

Cyclus Plae Cantiones 1.4.2007 klo 18, Kankaanpään kirkko.
Hiljaisen vilkon musiikki-iliat 2.-4.4.2007.
www.kankaanpaansrk.fi

Satakunnan sotilasorkesterin konsertti 20.4. kirkko.

Tempellmannit -yhtye 22.4. klo 16, seurakuntakeskus.

Musiikkioiston konsertit musiikkioisto, Keskuskatu 45.

3.4.2007 klo 18.30 1. musiikkipainotteisen luokan konsertti

4.4.2007 klo 19.00 Oppilaskonsertti

8.5.2007 klo 19.00 Oppilaskonsertti

9.5.2007 klo 19.00 5. musiikkipainotteisen luokan konsertti

16.5.2007 klo 19.00 6. musiikkipainotteisen luokan konsertti

Musiikkioiston kevätkauden päätöskonsertti

30.5.2007 klo 18.00 Kankaanpään seurakuntakeskus, Keskuskatu 44.

Kari Tapion kevätkonsertti 23.5. klo 19.30, Kamari, 25€, lippu sisältää kahvin ja leivonnaisen väliajalla. Lippuvaraus ennakkoon Kasevan toimiston puh. 657 4049.

TEATTERIESITYKSET

Ramppikuume, valtakunnalliset nuorisoteatteripäivät 20.-22.4.2007 Koulukeskus, Kangasmoisionkatu 1.
www.ramppikuume.net

Tiiliäinen, teatteritaiten perusopetuksen ryhmän esitys: Sirkus Rubenstein muuttaa kaupunkin, Pohjanlinnan koulun auditorio Kangasmoisionkatu 1, ensi-ilta to 3.5.2007 klo 19.00, la 5.5. klo 16.00.

LIIKUNTATAPAHTUMAT

Jääkiekkoa, pääsiäispäivänä 8.4. pelataan jäähällissä kaksi kansainvälistä ottelua. C-92 ja B-nuoret saavat vastaansa saksalaisen EV Duisburgin joukkueet. C-92 ottelu alkaa klo 13.30 ja B-nuorten ottelu klo 16.00.

Pesäpalloturnaus C-tytöt ja pojat

Kankaanpään liikuntakeskus
12.5. klo 9.30 - 20.30 13.5. klo 8.00 - 16.00

Lisätietoja Matti-Pekka Salo 040 - 5632800, Kankaanpään Maila.

Kankaanpään Voimistelijoiden liikuntanäytös

20.5.2007 klo 17.00.

Kankaanpään liikuntakeskus, lisätietoja Liisa Hulkkonen 044 - 5272217, Kankaanpään Voimistelijat.

IKÄIHMIEN TAPAHTUMAT

Veteraanipäivän juhla 27.4.2007.

70-vuotiaiden kirkkopyhä 17.5.2007 klo 10, kirkko.

YRITTÄJIEN TAPAHTUMAT

Hyvät kaupat Kankaanpäästä -tempausia pitkin vuotta.

Toriapäivät torstaisin Kauppatori klo 7-14.

KOULUJEN TILAISUUDET

Teemapäivä Minun Kankaanpääni -aiheesta koululla 29.5.

KANKAANPÄÄN KYLIEN TAPAHTUMAT

Kinkeriperinne, kinkereitä kylillä ajalla 18.2. -31.3.2007.

KANKAANPÄÄ SEURA RY 50 vuotta

Kankaanpää Seuran digitaalisen julkistaminen 1.5.2007
www.kankaanpaa.fi/seura/

KANKAANPÄÄN SEURAKUNNAN TAPAHTUMAT

Toivon torstait 29.3. ja 26.4., seurakuntakeskus.

Nuorten lauantait

www.kankaanpaansrk.fi

Tiedot on koottu eri lähteistä ja päivitetty 16.3. Emme vastaa mahdollisista muutoksista.

Nettyhteyks on Postellissa, Keskuskatu 51, palvelupisteessä, Keskuskatu 41 ja kirjastossa, Kangasmoisionkatu 1.

Kankaanpään kaupungin kulttuuripalvelut ja Minun Kankaanpääni -työryhmä.

Kotiseutuyhdistys on
nuorekas viisikymppinen

Mirja Lehtimäki
KANKAANPÄÄ

Kankaanpään kotiseutuyhdistys on tehnyt työtä kaupungin kehityksen hyväksi moninaisin tavoin jo 50 vuotta. Aikaansa seuraava yhdistys juhlistaa vuotta tekemällä jotain jälleen keran meille kaikille.

Kankaanpää Seura ry perustettiin 5. elokuuta 1957. Kokouksen koollektusajana ja puheenjohtajana toimi koollektuuss Kaarlo Asp. Läsänä oli yli kaksikymmentä henkilöä, joista Kimmo Asp valittiin seuran ensimmäiseksi puheenjohtajaksi.

Yhdistyksen tehtävänä perustamiskokouksessa korostettiin kotiseutuperinteen vaalimista, historian tallentamista ja Kankaanpäähen suuntautuvan matkailun edistämistä. Myös luonnon tuntemuksen edistäminen mainittiin tavoitteiksi.

- Nämä tavoitteet pätevät yhä. Kankaanpää Seura haluaa toiminnallaan edistää ja syventää hyvähenkistä kotiseutuidenteitettä, joka saa ihmiset palaamaan tänne eri vaiheidinkin jälkeen takaisin, kertoo seuran nykyinen puheenjohtaja ja Pentti Luodetlahti.

Monessa mukana

Kankaanpää Seurala on ollut myönteinen vaikutus siihen, mitä kaupunki on tänään. Seura on muun muassa vaikuttanut Kankaanpään Taideyhdistyksen syntymiseen. Kotiseutuyhdistyksen kirjallisiin ansioihin kuuluu useita arvokkaita teoksia, kuten Kasuja Kankaanpäästä ja Kukin taaplaa tyylillään. Molemmat vuodelta 1980 ja Kankaanpään kansanlaulukirja - lähes

200 tälläkäläisen musiikkikapaleen nuottijulkaisu vuodelta 1991.
Kankaanpää Seura valitsee vuosittain Kankaanpään Pitkäplakkarin ja palkitsee professori Kauko Rääkkeen suunnittelemaalla Kankaanpään puolesta-mitailla. Pitkäplakkarit palkitaan pitkävuoteista työstä Kankaanpään kehityksen hyväksi.

Kotiseutuyhdistyksen tärkeimpiin toiminnan muotoihin kuuluu vuodesta 1964 toimitettu Kankaanpään Joululehti.

- Joululehti on perinteisesti ollut foorumi kotiseutututkimuksille ja koululais-



Työn alle. Kaupunginmuseon museoammanuensis Anu Forss ja Kankaanpää Seuran puheenjohtaja Pentti Luodetlahti ovat yhtä mieltä siitä, että Kauko Rääkkeen veistosten pronsivalun aika on nyt.

ten kirjoituksille. Nykyisin lehti on kehittyneessä tutkimuksellisen julkaisun suuntaan, mutta pysyy avoimena myös muisteluille ja nuorten kirjoituksille. Seuran joululehden ilmestymisestä on muodostunut merkittävä kankaanpäläisen joulun käynnistäjä, Pentti Luodetlahti pohtii.

Erityisen tyytyväinen hän on siihen, että kaupunki on vihdoin tarttunut kaupunginmuseon ulkoiseen kunnostustyöhön. Seurala on monessa museon liittyvä hanke, joka on merkittävä sekä Kankaanpäläelle että valtakunnallisesti.

- Kauko Rääkkeen kipsi-

veistosten pronsivalun aloittamisen aika on nyt. Kankaanpää Seura tukee juhlatuotensa merkeissä valamista ja kokoelman esilletuontia 6 000 eurolla. On poikkeuksellista, että yksittäinen yhdistys avustaa kaupunkia. Pidämme kuitenkin Rääkkeen koollektuun valtakunnallisesti merkittävänä. Se tarjoaa mahdollisuuksia suhteellisen vähäisellä panostuksella. Kysymys on olemassa olevan vahvuuden hyödyntämisestä, Luodetlahti toteaa.

Merkkivuonna aktivoidutaan

Luodetlahti kuvailee Kankaanpää Seuraa nuorekkaasti ajattelevaksi viisikymppiseksi.

- Haluamme etsiä uutta. 50-vuotisjuhluvuonna kotiseutuyhdistyksen tulee mielestämme näkyä ensisijaisesti toimintansa, ei historiansa kautta.

Juhlavuoden kunniaksi seura kokoakin digitaalista perustietokantaa Kankaanpään historiasta ja kulttuurista.

Kotiseututietokanta on valmistuessaan myös seutukunnallisesti merkittävä. 50-vuotisjuhlan kunniaksi on kehitteillä lisäksi julkaisuja, pinsskejä sekä pienveistossarja, joilla tuetaan seuran toimintaa.

Kotiseututyötä tehdään Pentti Luodetlahden mukaan tässä ajassa huomista varten.

Kankaanpää Seuran tulevaisuutta on liikkuminen kotiseutujatlellussa seutukunnallisen suuntaan.

- Se vastaa paremmin sekä historiallista että tämän hetken todellisuutta, linjaa Luodetlahti.

Minun Kankaanpääni on kaikille

KANKAANPÄÄ Minun Kankaanpääni -projektin idea lähti Taidekoulun ja Taideyhdistyksen yhteisestä palaverista syksyllä 2006.

Tarkoituksena oli luoda Kankaanpäähen vuonna 2007 tapahtumien ketju, jossa eri toimijat toteuttaisivat Kankaanpää-aiheisia tapahtumia yhteisen teeman alla omatoimisesti ja omalla kustannuksella.

Paikallista osaamista

Projektin kautta haluamme tuoda esiin paikallista eri alojen osaamista.

Tavoitteenamme on myös luoda Kankaanpäähen me-henkeä ja vaikuttaa positiivisesti kankaanpäläisten kokemukseen kotikaupungistaan. Tänä vuonna Kankaanpään kaupunki

täyttää 35 vuotta ja Kankaanpää Seura ry 50 vuotta.

Siinä jäävuoren huippu. Kaikenlaisia juhlan aiheita nimittäin riittää vuonna 2007 ja niiltä pyritään tuomaan esille.

Jokaiselle jotakin

Minun Kankaanpääni -projektista halutaan kaikille löytyvän jotakin.

Tapahtumia voi seurata kätevästi verkossa osoitteessa www.kankaanpaa.fi ja Tapahtumakalenteri.

Kankaanpään Seudussa julkaistaan kolme teema-lehteä. Tässä lehdessä on juttuja kevänen tapahtumista, toukokuun lopussa ke-sän tapahtumista ja lokakuussa loppuvuoden tapahtumista.

Oma logo

Minun Kankaanpääni -teeman tapahtumat tunnustat helposti yhteisestä logostamme, joka näkyy tapahtumien mainonnassa. Hannele Piippo-Fairin suunnittelema logolla haluamme vahvistaa yhteistyön ja yhteishengen tunnelmaa. Toivomme logon herättävän eteenpäin menemisen meininkiä.

Sininen väri edustaa isänmaallisuutta, täyttään myös Suomi 90 vuotta. Lähtölehtäisyydessä seinille ilmestyy teemasta muistutava julisteemme. Elämäyhteisistä vuoden jatkoa!

Minun Kankaanpääni 2007 -projektin työryhmä: Heikki Kiviniemi, pj. Liisa Koota kulttuuriasiainlautakunta, Matti Velhonoja ku-

vataide, Outi Itälöuma käsityö, Hannele Piippo-Fair musiikki ja teatteri, Sisko Myllymäki liikunta, Ulla-marja Kontiainen nuoret ja lapset, Anne Vanhatalo vanhukset, Helena Tuomala yrittäjät, Päivi Javanainen koulut, Jarmo Lehtilä Kankaanpään kylät, Pentti Luodetlahti Kankaanpää Seura, Susanna Leed Kankaanpään Seudun valmisjärjestöt, Jouko Uusitalo hyväntekeväisyysjärjestöt, Riku Huhtasalo Niinalalon varuskunta, Risto Rääkslehto Kankaanpään seurakunta, Leena Ruohola Kankaanpään Seutu, Päivi Lankoski-Raifio Mallikasta matkailuahanke, Galina Luosalo Kankaanpäässä asuvat ulkomaalaiset, Anna-Liisa Mettälä kulttuuripalvelut ja Mirja Lehtimäki sihteeriviestintäasiantuntijana.

Arjessa ja juhlassa

Mirja Lehtimäki
KANKAANPÄÄ

Kankaanpään Kukka ja Hautausmestari Anttila on saanut seurata vuodenaikojen vaihtelua ja elämää Kankaanpäässä kauemmin kuin moni muu. 24. toukokuuta tulee täyteen kunnioitettavat 75 vuotta yrityksen perustamisesta.

– Ilma Anttila oli rohkea nainen. Hän muutti keväällä 1932 vanhempiensa kanssa Kokenmäeltä Kankaanpäähän ja perusti tänne nyt vanhimman kukka- ja hautausmestari Anttilan minä.

Anttilan liike on katsellut elämän menoa historiansa aikana neljästä eri kilmasta Kankaanpään keskustassa.

Yritystä on Piu Anttilan mukaan pidetty niin sanotussa Leppäsen talossa, Kauppayhtiön talossa ja viimeiseksi Hakalan talossa ennen nykyistä sijaintiaan Varumon liiketalossa. Liikettä pitävät nyt Ilma Anttilan poika Pekka yhdessä

vaimonsa Piuin sekä sisarensa Pirkko Puputin kanssa. Pekka hoitaa hautausmestarin, Piu ja Pirkko kukkakaupan.

Koko elämän kirjo

– Yrityksen pitkän iän salaisuus ovat varmasti perinteet ja luotettavuus, sellainen vanhanlainen yrittäminen, Piu arvioi ja muistelee omaa alkutaipaleitaan kukkakaupassa.

– Asiakkaiden tunteminen oli kunnia-asia. Ja minulla olikin uutena nimissä opettelemista. Pienessä kaupungissa kaikki tunsivat toisensa.

Piu Anttila tuli Kankaanpäähän vuonna 1971 opiskelemaan taidetta.

– Rakastuin kukkakauppiiaan poikaan. Vuonna 1987 ostin anoppini osuuden perheytyksestä. Yrittäjyys on vienyt mennessään ja siinä ollaan mukana täydellä sydämellä. Totesin jo varhain, ettei millään muulla alalla näe elämän koko kirjoja. Tuo kirjo kattaa



MIRJA LEHTIMÄKI

Työn äärellä. Kankaanpään Kukka ja Hautauspalvelu Anttila on seurannut kaupungin vaiheita 75 vuotta. Piu Anttila ei väsy työskentelemään kukkien keskellä.

syntymisen, juhlimisen ja luopumisen ajan.

Kauppa ja kaupunki

Piu Anttila muistelee, kuinka 25 vuotta sitten tehtiin paljon isoja kukkakoreja suuremmille yrityksille. Juhlilla ja vuodenaajoilla oli tuolloin selkeästi omat väriinsä.

Nyt tehdään lähinnä kukkakimppejä ja värit ovat se-

koittuneet myös kuvainnollisesti kaupungissa, johon uudet ihmiset ovat tuoneet uusia tuulia.

– Kaupunki on muuttunut entistä avoimemmaksi. Taldekoloulauset sulautuvat nykyään paremmin joukkoon ja nuoret miehet ostavat ilahduttavasti enemmän kukkia.

Kaupunkikuva on myös 35 vuodessa siistiyntyn paljon ja kaupunki on kehittyntynyt. On ollut hienoa

saada yrityksen kautta seurata ja elää kaupungin vaiheet tähän päivään asti.

Lähellä ihmistä

Kilpailu on kukka-alalla kovempaa kuin koskaan. Kaikkia asiakkaita ei voi enää tuntea, mutta heitä kohdellaan samalla tavalla. Ihmistä pyritään yhä olemaan lähellä. Piu Anttila kertoo, ettei yrityksessä olla oltu mu-

kana vain puoliksi.

– Nykyisin olemme kiinni ainoastaan joulupäivänä. Ennen kukkakauppiasta tuliti hakemaan kotoa, jos ei liike ollut auki. Vieläkin joskus soitetaan kotiin, että nyt tarvitaan kukkia.

Tulevaisuuteen katsotaan Anttilassa kuten menneeseenkin, hymyillen.

– Tämä työ on vienyt mukanaan. Mieheni äiti vaikutti yrityksessä pitkälle eläkepäivilläänkin, Piu pohtii.

Minun näköiseni Kankaanpää

Mirja Lehtimäki
KANKAANPÄÄ

Kuvataiteen ja käsityötaiteen perusopetuksessa muotoutuu kevään ja kesän ajan "Minun Kankaanpääni". Pohjois-Satakunnan Alueopiston käsityötaiteen Handu-ryhmä ja kuvataidekoulu Pisama-ryhmä ovat jo työn touhussa.

– Lähdimme teemaan mukaan Handu-käsityökoulussa valmistetaan eri tekniikoin lasten omien ideoiden mukainen Kankaanpää, kertoo Alueopiston käsityön vastaava opettaja Anja Hautala.

Ideoinnin vauhdittamiseksi oli Anu Forss Kankaanpään Kaupunginmuuseosta tutustuttanut ryhmäläiset kankaanpäälläisen käsityön historiaan. Nyt omat työt ovat jo täydessä vauhdissa.

– Lapset koristelevat kankaita värjäämällä, maalaamalla ja erilaisin pistoin, esittelee opettaja Marja-Leena Bengts.

Osa lapsista tekee ideansa tekstein, mikä sopii Mikael Agricolan juhla-vooteen. Piirivintillä valmistuvien töiden aiheet vaihtelevat sotilaskodin munkeista aurinkoiseen hiekkarantaan ja vihreään metsään. Töiden näyttelet pidetään kevään ja loppu-



MIRJA LEHTIMÄKI

Handulaiset. Anni Reiman, Linda Suwanto ja Heini Halme tekemässä vihreää metsää.

kesän aikana. Handulaisten työt ovat esillä 21.–22. huhtikuuta ja Kuvataidekoulun Pisama-ryhmän piirustus-

maalaus-, grafiikka- ja keramiikkatyöt 6.–19. elokuuta myös Kankaanpään Galleriassa.

Isojaot ja teemat

Maanantaina 2.4.

PÄÄSIÄINEN
Kankaanpää, Jämijärvi, Honkajoki

12.600

Tulossa to 19.4.

ASUMINEN JA RAKENTAMINEN

ISOJAKO
17.600

Parkano, Ikaalinen, Kiikoinen

Tulossa to 26.4.

VAPPUSÄPINÄT
Karvia, Lavia, Siikainen, Pomarkku, Suodenniemi

15.200

MAINOSPALVELU

Pirjo Sundman, puh. 5727 414
Päivi Korttesluoma, puh. 5727 415
sähköposti: etunimi.sukunimi@sps.fi
Ilmoitusten lähetyks: kas.ilmoitukset@sps.fi

KANKAANPÄÄN

SEUTU

– Paikallisten parhaaksi –



Seutu on alueen luettuun -viikottainen lukijapilto 94 %
(Lukijaturkimus 2006, Tietoykkönen Oy)

Pl. 16, 38701 Kankaanpää
puh. 02-572740, fax 5727445

www.kankaanpaa.fi → tapahtumakalenteri



MINUN KANKAANPÄÄNI 2007

-Paikallisia elämyksiä Sinulle koko vuoden

Teemavuodessa mukana:

- Koulut
- Yrittäjät
- Matkailu
- Seurakunta
- Nuorisotoimi
- Liikuntatoimi
- Vanhuspalvelut
- Kulttuuripalvelut
- Vammaisjärjestöt
- Kankaanpään Seutu
- Kankaanpää Seura ry
- Hyväntekeväisyysjärjestöt
- Kulttuuri- ja taideoppilaitokset
- Niinison varuskunta
- Kankaanpäässä asuvat ulkomaalaiset

Suomi 90v.

Kankaanpää Seura ry 50v.

Kankaanpään kaupunki 35v.