



# Vastuullisuus- viestinnän opas

mikro- ja pienille yrityksille



EUROOPAN UNIONI  
Euroopan sosiaalirahasto

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020



Elinkeino-, liikenne- ja  
ympäristökeskus

SeAMK  
SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU  
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Euroopan Unionin sosiaalirahaston ja Keski-Suomen elinkeino-, liikenne ja ympäristökeskuksen kautta osarahoittama ESR-hanke. Hanke rahoitetaan REACT-EU-välineen määrärahoista osana Euroopan unionin COVID-19-pandemian johdosta toteuttamia toimia.

Hankkeen toteuttaa Seinäjoen ammattikorkeakoulu.



## Vastuullisuus- viestinnän opas

mikro- ja pienille yrityksille



Tämän vastuullisuusviestinnän oppaan tarkoituksena on ohjata vastuullisuus-työtä aloittavia pieniä yrityksiä viestimään luotettavasti ja riittävällä laajuudella omasta vastuullisuudestaan. Huolellinen perehtyminen ja suunnittelu ovat arvokas pohja hyvälle viestinnälle. Vastuullisuusviestintä ei ole erillinen osa-alue, vaan sen tulisi olla integroituna osaksi yrityksen yleistä viestintästrategiaa. Vastuullisuusviestinnän tulee tukea yrityksen arvoja sekä heijastaa niitä kaikessa viestinnässä. Tämä opas antaa siihen valmiudet.

### 1 Arvioi nykytilanne ja määritä olennaisuudet

Vastuullisuusviestintä pohjautuu huolelliseen nykytilanteen arviointiin ja kehityskohteiden määrittämiseen. Vastuullisuuteen panostavana yrityksen on analysoitava, minne suunnata ponnistelut. Aloita työ tarkastelemalla vastuullisuuden nykytilaa käyttäen apunasi esimerkiksi vastuullisuuden itsearviointityökalua ja vastuullisuustyön käsikirjaa.

<https://www.seamk.fi/tyoelamalle/kehittamistyokalut/>

Tämän jälkeen siirry tekemään olennaisuusarviointia. Muista, ettei kaikkea tarvitse saavuttaa kerralla. On tärkeää ottaa realistinen lähestymistapa ja ajatella vuosia eteenpäin.



## Vastuullisuus- viestinnän opas

mikro- ja pienille yrityksille



Olenaisuusarvioinnin avulla määritellään yrityksen merkittävimmät taloudelliset, ympäristölliset ja sosiaaliset vaikutukset sekä yrityksen kannalta olennaisimmat vastuullisuusnäkökohdat. Yritysvastuun olenaisuusarviointi toimii perustana sille, että yrityksellä on ajantasaista tietoa siitä, minkälaisia vaikutuksia erilaisilla kestävyysriskeillä voi olla yrityksen tulokseen ja toimintaan (outside-in). Yritysten on myös tiedostettava oman toimintansa vaikutuksia ihmisiin ja ympäristöön (inside-out). Tästä kaksisuuntaisesta olenaisuusarvioinnista käytetään nimitystä kaksinkertainen olenaisuus (double materiality). Olenaisuusanalyysissa määritetään itselle ja sidosryhmille olennaiset vastuullisuusnäkökohdat, jotta vastuullisuustyö keskittyy liiketoiminnan strategian sekä sidosryhmien kannalta olennaisimpiin aiheisiin. Analysoimalla sidosryhmien odotuksia, liiketoiminta- ja yhteiskuntavaikutuksia tunnistetaan keskeiset vastuullisuusnäkökohdat, joihin yrityksen tulee panostaa.



**Vieressä virtaavaan Kyrönjokeen rakennettiin oma jäähdytysvesipumppaamo ja sen ansiosta puhtaan veden kulutus on enää murto-osa aikaisemmasta. Panimot kun tarvitsevat jatkuvasti huomattavan määrän vettä tuotantoastoiden jäähdyttämiseen.**

**(Kyrö Distillery Company)**



## Vastuullisuus- viestinnän opas

mikro- ja pienille yrityksille



## 2 Tee suunnitelma

Työskentely on hyvä aloittaa sisäisesti ja osallistaa koko tiimi mukaan jo tavoitteiden määrittelyvaiheessa. Jotta voit olla luotettavasti vastuullinen toimija sinun täytyy kertoa sama viesti kaikilla tasoilla yrityksessäsi, sillä työntekijät ovat tärkeimmät käytettävissäsi olevat viestijät. Aloita laatimalla selkeä viestintästrategia ja siihen liittyvät tavoitteet. Varmista myös henkilöstön kanssa, että kaikissa kohtaamisissa eri sidosryhmien kanssa ja jokapäiväisessä toiminnassa kokemus yrityksesi on viestisi kanssa yhtenevä. Ulkoisen ja sisäisen viestinnän tulee olla samassa linjassa, vaikka se olisi muodoltaan erilaista.

Vastuullisuusviestinnässä auttaa myös tärkeimpien viestintäkanavien määrittely yrityksesi eri sidosryhmät huomioiden. Eri sidosryhmien kuuntelu ja heidän huomioimisensa ovat vastuullisen viestinnän keskeisiä elementtejä. Käytä erilaisia viestintätapoja sidosryhmille, jotta tavoitat mahdollisimman erilaisia kohderyhmiä. Tarjoamalla tietoa eri muodoissa erilaiset ihmiset voivat valita heille sopivan tavan vastaanottaa viestiä. Mieti siis missä ja miten viestit sekä kenelle viestisi kohdistuu.

Facebook	Instagram	LinkedIn	TIKTOK
Rento puhetapa	Visuaalinen, mielikuvien luonti	Tekstuaalinen	Paljon genrejä eri käyttäjäryhmille
Laaja yleisöpohja (keski-ikä +50)	Laaja yleisöpohja	Asiantuntija-foorumi	Nuori, kasvava käyttäjäkunta
Helposti lähestyttävä	Raikas	Keskusteleva	Omaelämäkerrallinen, samaistuttavat videot
Kuvia ja tekstiä yhdessä	Teksti alisteinen kuvalle	Verkostoituminen	Vaikuttajamarkkinointi



## Vastuullisuus- viestinnän opas

mikro- ja pienille yrityksille



On tärkeää, että varaudut vastaamaan kielteiseen palautteeseen ja arvosteluun, joka tulee esiin somessa. Suunnittele valmiiksi myös neutraaleja vastauksia, kuten esimerkiksi “kiitos palautteestasi, otamme tämän huomioon jatkossa”. Voit kertoa viestinnässäsi myös saamistasi palautteista sekä toimenpiteistä, joihin olet ryhtynyt niiden perusteella. Samalla osallistat sidosryhmiäsi vastuullisuustyöhön ja ylläpidät hyvää vuoropuhelua heidän kanssaan.



**Hiilijalanjäljen pienentäminen, sen laskenta ja minimoiminen kuuluu jatkuvaan toimintaan. Raaka-aineiden ja tuotteiden kuljetus on aina merkittävä kuormittaja ympäristölle. Tätä minimoidakseen Lapuan Kankurit rakentaa nyt omaa kehräämöö sekä uutta viimeistelylaitosta Lapualle ja käyttää raaka-aineita, jotka tulevat mahdollisimman läheltä, mm. Euroopasta ja Skandinaviasta.**

(Case Lapuan Kankurit)



## Vastuullisuus- viestinnän opas

mikro- ja pienille yrityksille



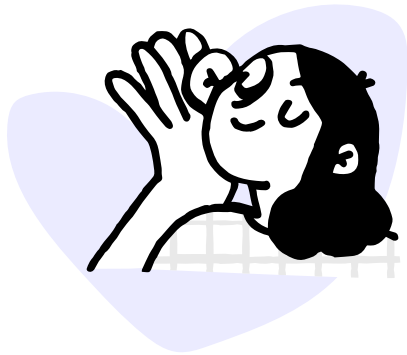
### 3 Viesti ymmärrettävällä tavalla

Pyri ilmaisemaan yrityksesi vastuullisuuden tavoitteet ja toimenpiteet helposti ymmärrettävällä kielellä. Havainnollista vastuullisuutta käytännön esimerkeillä. Kerro, miten yrityksesi toimii vastuullisesti ja mitä konkreettisia toimenpiteitä on toteutettu tai on asetettu tavoitteeksi. Tämä auttaa ihmisiä hahmottamaan, mitä vastuullisuus tarkoittaa teidän yrityksessänne.



Kuva: Kyrö Distillery Company / Veera Rislachius

Viestimällä vastuullisuudesta kerrot samalla yrityksesi tarinaa. Erilaiset visuaaliset esitystavat auttavat välittämään tietoa selkeästi ja houkuttelevasti. Ne auttavat yleisöä hahmottamaan tärkeitä viestejä nopeammin. Siksi vastuullisuusviestinnässä on hyvä tiivistää oleelliset tiedot helposti luettavaksi ja omaksuttavaksi käyttämällä esimerkiksi taulukoita, kuvia tai selkeitä listauksia, joilla erotat keskeiset tiedot.



## Vastuullisuus- viestinnän opas

mikro- ja pienille yrityksille

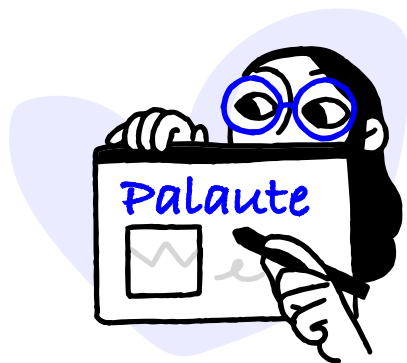


Ymmärrettävä vastuullisuusviestintä auttaa varmistamaan, että vastuullisuuden viesti välittyy tehokkaasti ja tavoittaa yleisön. Se auttaa myös lisäämään tietoisuutta vastuullisuudesta sekä innostaa ja kannustaa ihmisiä ja muita yrityksiä toimimaan vastuullisemmin. Viestiminen yhteistyöstä vastuullisesti toimivien tahojen kanssa voi toimia keinona tuoda esille yrityksen halun olla osa vastuullisesti toimivaa yhteiskuntaa. Yhteistyötahoja voivat olla esimerkiksi kansalaisjärjestöt tai paikallisyhteisöt, joiden kanssa tehdään yhteistyötä erilaisten asioiden parantamiseksi tai esiin nostamiseksi.

### **Esimerkkejä:**

Yritys haluaa olla vastuullinen työnantaja. Kerro, että teillä ei pidetä pakollisia kokouksia aikaisin aamulla tai myöhään iltapäivällä. Näin perheellisten on helpompi sovittaa työ- ja perhe-elämää.

Yritys on asettanut tavoitteekseen vähentää energiankäyttöään. Kerro yksilöidysti millaisia konkreettisia toimenpiteitä tavoitteen saavuttamiseksi on tehty.



## Vastuullisuus- viestinnän opas

mikro- ja pienille yrityksille



## 4 Ole asiakaskeskeinen

Asiakaskeskeisyys on olennainen osa menestyksestä liiketoimintaa, ja vastuullisuusviestinnässäkin se on avainasemassa. Kun olet asiakaskeskeinen, keskityt ymmärtämään asiakkaittesi tarpeita, odotuksia ja arvoja sekä pystyt rakentamaan vahvoja ja luottamuksellisia suhteita heidän kanssaan.

Näytä, miten yrityksesi arvot ja vastuullisuusohjelmat tukevat asiakkaittesi arvoja ja tarpeita. Kuuntele aktiivisesti asiakkaittesi palautetta ja toiveita, ja ota ne mahdollisuuksien mukaan huomioon toiminnassasi.

### Vinkkejä vastuullisuusviestintään

- mieti äänensävyjä**
- vastuullisuusviestinnän ei ole pakko olla aina fokuksessa - vastuullisuus voi olla sivujuonne**
- ei kaikkea tarvitse tietää, mutta on hyvä valmistautua keskusteluun**
- ihmiset ovat hyviä aistimaan falskiutta, joten liioittelu tai siloittelu ei kannata**
- tarinallista tarvittaessa**

(Brand & Communication Manager Reija Penttinen  
Kyrö Distillery Company)





## Vastuullisuus- viestinnän opas

mikro- ja pienille yrityksille



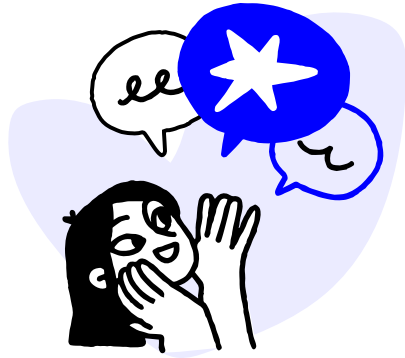
## 5 Viesti läpinäkyvästi

Vastuullisuusviestinnän läpinäkyvyys on keino osoittaa yrityksen sitoutuminen vastuulliseen toimintatapaan. Vastuullisuusviestinnän avulla voit välittää asiakkaillesi, että otat heidän tarpeensa vakavasti ja olet sitoutunut tarjoamaan heille vastuullisia ratkaisuja. Tämä voi sisältää esimerkiksi avoimen ja läpinäkyvän viestinnän tuotteiden tai palveluiden alkuperästä, ympäristövaikutuksista tai työntekijöiden hyvinvoinnista.

Vastuullisen viestinnän yksi kulmakivistä on aitous ja totuudenmukaisuus. Vältä vastuullisuuden alleviivaamista, sillä se antaa helposti vaikutelman viher-, pinkki- tai valkopesusta. Kerro yrityksesi konkreettisista vastuullisuusteoista sekä niihin mahdollisesti liittyvistä haasteista niin kuin ne ovat. Keskeneräisyyden ja puutteiden läpinäkyvä raportointi osoittaa sitoutumista jatkuvaan kehitykseen.



Kuva: Lenol Oy:n Vastuullisuusraportti 2022.



## Vastuullisuus- viestinnän opas

mikro- ja pienille yrityksille



### 6 Älä pelkää kertoa unelmistasi

- Inspiroidu ja innosta myös muita vastuullisuusviestinnällä

Viestinnässä on tärkeää välittää yrityksen arvot ja visiot rohkeasti. Pienikin yritys voi ottaa vahvan kannan vastuullisuuteen. Kerro siis rohkeasti, jos yrityksesi on tehnyt esimerkiksi kiertotaloudessa edistysaskeleita. Omien tavoitteiden jakaminen luo yhteyden yrityksen ja sidosryhmien välille. Vastuullisuusviestinnän avulla voit kertoa, millaisen maailman haluat luoda.

Vastuullisuusviestintä voi toimia myös innostavana esimerkkinä muille yrityksille. Kun jaat tietoa konkreettisista toimenpiteistäsi vastuullisuuden edistämiseksi, inspiroit myös muita toimimaan vastuullisemmin omalla alallaan. Yhteistyö ja yhteisten tavoitteiden jakaminen voivat edistää vastuullisuuden kehittämistä laajemmin yhteiskunnassa.



**En voi muuttaa yksin koko maailmaa,  
mutta voin muuttaa yhden ihmisen  
koko maailman.**

(Hopea-Puro Oy, Toimitusjohtaja Annika Puroaho)



## Vastuullisuus- viestinnän opas

mikro- ja pienille yrityksille



## 7 Mittaa vastuullisuusviestintäsi onnistumista

On tärkeää asettaa selkeät tavoitteet ja määrittää mittarit vastuullisuusviestinnän onnistumisen seuraamiseksi. Mittarit auttavat arvioimaan viestinnän tehokkuutta ja tarjoavat tietoa siitä, miten viestintää voidaan kehittää paremmin vastaamaan yrityksen ja sidosryhmien tarpeita. Pysy kuitenkin uskollisena omille arvoillesi ja pitkän tähtäimen strategiallesi.

Seuraa, miten eri sidosryhmät sitoutuvat ja reagoivat yrityksen vastuullisuusviesteihin. Tämä voidaan tehdä esimerkiksi palautteen, yleisen sitoutumisen tai yhteistyön kokonaistason volyymin arvioimalla. Monet yritykset seuraavat ja mittaavat jo omaa viestintäänsä eri kanavissa. Se voi tapahtua analysoimalla verkkosivustoliikennettä ja sosiaalisen median mittareita, kuten seuraajien määrää, sitoutumista (esimerkiksi tykkäykset, kommentit, jakamiset) ja sisällön kokonaisnäkyvyyden vaikutusta suhteessa liiketoiminnan kehitykseen.



**Kirjoittajat:** Emilia Kangas, Mika Koivupuisto, Aila Hemminki (2023)

**Taitto:** Mainostoimisto Riima Oy

**Julkaisija:** Pienet vastuulliset yritykset – vastuullisuudesta kilpailukykyä koronan jälkeen -hanke. Seinäjoen ammattikorkeakoulu Oy

**Lisätietoja hankkeesta, toimenpiteistä ja tuloksista:**

<https://projektit.seamk.fi/yritysjyys-ja-kasvu/pienet-vastuulliset-yritykset-vastuullista-kasvua/>

Seinäjoen ammattikorkeakoulun toteuttama ja Euroopan Unionin sosiaalirahaston rahoittama hanke Pienet vastuulliset yritykset – vastuullisuudesta kilpailukykyä koronan jälkeen kesto 1.8.2021-31.08.2023. Hankkeen kohderyhmänä eteläpohjalaiset mikro- ja pk-yritykset. REACT-EU-hankkeet rahoitetaan osana Euroopan unionin COVID-19-pandemian johdosta toteuttamia toimia.

ISBN 978-952-7515-33-4