

VIESTINTÄSUUNNITELMA

Stay and Live in North Karelia - Elä ja Osallistu Pohjois- Karjalassa

Lieksan osahanke



Euroopan unionin
osarahoittama

LIEKSA

Sisällysluettelo

1 Hankkeen tausta ja tavoitteet	3
2 Viestinnän merkitys hankkeessa	3
3 Viestinnän tavoitteet hankkeessa	4
4 Hankkeen ja viestinnän kohderyhmät.....	4
5 Viestintäkanavat ja -välineet.....	5
6 Viestinnän sisältö	7
7 Graafinen ohjeistus Lieksan osahankkeelle	9
8 Viestinnän seuranta ja arviointi	10
9 Viestinnän Riskienhallinta	11



1 Hankkeen tausta ja tavoitteet

Stay and Live in North Karelia - Elä ja Osallistu Pohjois-Karjalassa (ELO-hanke) on kehittämishanke, joka toteutetaan Pohjois-Karjalan maakunnassa. Hankkeen päätavoitteena on edistää ulkomailta muuttavien henkilöiden asettumista ja kotoutumista alueelle. Hanke alkaa 1.1.2025 ja päättyy 30.6.2027. Päävastuullisena toteuttajana toimii Joensuu kaupunki ja mukana ovat myös useat muut Pohjois-Karjalan kunnat sekä maakuntaliitto.

Hankkeen keskeisenä tavoitteena on kehittää maakunnallinen malli, joka tukee uusien kuntalaisten asettumista ja kotoutumista. Tämä saavutetaan tarjoamalla kehitettyjä ja vakiintuneita palveluja, vahvistamalla paikallista ja alueellista yhteistyötä sekä edistämällä sähköisten palvelujen, kuten KotoDigin, käyttöönottoa. Lisäksi hanke pyrkii parantamaan asiakasosallistumista ja vuorovaikutusta eri sidosryhmien kesken.

ELO-hanke vastaa alueen demografisiin haasteisiin ja työvoiman tarpeisiin, ja sen tavoitteena on tarjota yhdenmukaiset palvelut koko maakunnassa. Hankkeen rahoitus tulee Euroopan sosiaalirahastosta (ESR+), ja sen kokonaisbudjetti on 1 432 728 euroa, josta Lieksan kaupungin osuus on 120 360 euroa.

2 Viestinnän merkitys hankkeessa

Viestintä on ratkaisevassa asemassa Stay and Live in North Karelia - Elä ja Osallistu Pohjois-Karjalassa (ELO-hanke) -hankkeen menestyksessä. Tehokas viestintä on avainasemassa, jotta hankkeen tavoitteet ja toimenpiteet voivat saavuttaa kaikki sidosryhmät, kuten ulkomailta saapuvat uudet asukkaat, paikalliset viranomaiset, työnantajat ja muut yhteistyökumppanit.

Viestinnän avulla voidaan parantaa hankkeen näkyvyyttä ja tunnettuutta, mikä on erityisen tärkeää uusien asukkaiden houkuttelemiseksi ja heidän integroitumisensa tukemiseksi. Samalla viestintä edesauttaa sidosryhmien sitoutumista ja varmistaa, että kaikki osapuolet ovat ajan tasalla hankkeen kehityksestä ja saavutetuista tuloksista.

EU-rahoituksen näkyvyyden korostaminen on myös keskeinen osa viestintästrategiaa. Kaikessa viestinnässä on oltava selkeästi esillä, että hanke saa osarahoitusta Euroopan sosiaalirahasto plussasta (ESR+), mikä lisää hankkeen uskottavuutta ja luotettavuutta.

Avoin ja läpinäkyvä viestintä on välttämätöntä luottamuksen rakentamiseksi ja ylläpitämiseksi eri sidosryhmien kesken. Huolellisesti suunniteltu ja toteutettu viestintä tukee hankkeen päämäärien saavuttamista ja varmistaa, että hankkeen vaikutukset tulevat laajasti tunnetuiksi ja hyödynnetyiksi.



3 Viestinnän tavoitteet hankkeessa

EU-rahoituksen näkyvyys: Tärkein viestinnän tavoite on varmistaa, että EU:n rahoitus on selkeästi esillä kaikissa hankkeen viestintäkanavissa. Tämä tarkoittaa, että kaikissa materiaaleissa, kuten tiedotteissa, esitteissä, verkkosivuilla ja sosiaalisen median sisältöissä, on oltava maininta siitä, että hanke saa osarahoitusta Euroopan sosiaalirahastosta (ESR+). EU-lipputunnuksen käyttö on pakollista, ja sen yhteydessä tulee käyttää tekstiä "Euroopan unionin osarahoittama".

Hankkeen näkyvyyden lisääminen: Tavoitteena on kasvattaa Stay and Live in North Karelia - Elä ja Osallistu Pohjois-Karjalassa (ELO-hanke) -hankkeen tunnettavuutta sekä paikallisesti että laajemmin. Tämä saavutetaan monikanavaisella viestinnällä, hyödyntäen verkkosivustoja, sosiaalista mediaa, uutiskirjeitä, tiedotteita ja tapahtumia. Viestintä toimii välineenä, jolla tavoitetaan kaikki hankkeen kohderyhmät ja sidosryhmät, kuten uudet kuntalaiset, paikalliset viranomaiset, työnantajat ja oppilaitokset. Tunnettuuden lisääminen ei ainoastaan houkuttele uusia asukkaita, vaan myös varmistaa, että he ovat tietoisia hankkeen tarjoamista palveluista ja mahdollisuuksista. Tämä vahvistaa myös hankkeen uskottavuutta ja luo myönteistä julkisuuskuvaa, mikä edesauttaa hankkeen tavoitteiden toteutumista.

Sidosryhmien osallistaminen: Viestinnän keskeinen tavoite on sitouttaa hankkeen kohderyhmät ja sidosryhmät aktiivisesti mukaan prosessiin. Tämä saavutetaan vuorovaikutteisella viestinnällä, joka kannustaa osallistumiseen ja yhteistyöhön. Sidosryhmien osallistaminen alkaa jo hankkeen suunnitteluvaiheessa, jolloin heidän mielipiteitään kuunnellaan ja tarpeitaan otetaan huomioon. Viestinnän avulla varmistetaan, että kaikki sidosryhmät ovat tietoisia hankkeen tavoitteista, toimenpiteistä ja edistymisestä.

Monikanavainen lähestymistapa, joka kattaa verkkosivut, sosiaalisen median, uutiskirjeet ja sähköpostiviestit, varmistaa, että viestit tavoittavat kaikki sidosryhmät heidän valitsemissaan kanavissa. Viestinnän selkeyteen ja ymmärrettävyyteen kiinnitetään erityistä huomiota, jotta kaikki sidosryhmät voivat helposti seurata hankkeen etenemistä ja osallistua siihen.

Osallistamisen ja sitouttamisen kautta luodaan luottamusta ja vahvistetaan yhteistyötä, mikä on ratkaisevaa hankkeen tavoitteiden saavuttamiseksi. Kun sidosryhmät kokevat itsensä osaksi hanketta ja näkevät sen tuomat hyödyt, he ovat motivoituneempia tukemaan ja edistämään hankkeen menestystä.

4 Hankkeen ja viestinnän kohderyhmät

ELO-hankkeen ensisijaiset kohderyhmät koostuvat ulkomailta Pohjois-Karjalaan muuttaneista uusista kuntalaisista. Nämä ryhmät sisältävät työn, perhesyiden tai opiskelun vuoksi muuttavia henkilöitä, opiskelijoita sekä turvapaikanhakijoita. Viestinnän tehokkuus näille ryhmille on elintärkeää, sillä se varmistaa, että he saavat tarvittavat tiedot ja palvelut asettautumisen ja kotoutumisen tueksi.

Viestinnässä on tärkeää ottaa huomioon eri kohderyhmien erityistarpeet ja hyödyntää monipuolisia viestintäkanavia.



Työn vuoksi muuttavat: Viestintä tapahtuu työnantajien kautta, LinkedInissä, ammatillisissa verkostoissa sekä sähköpostitse. Viestintä on pääasiassa englanniksi ja suomeksi.

Perhesuhteen vuoksi muuttavat: Viestintä paikallisten yhteisöjen ja järjestöjen kautta, Facebook-ryhmien, paikallisten tapahtumien ja muiden medioiden avulla. Viestintä tapahtuu suomeksi ja englanniksi, tarvittaessa myös muilla kielillä.

Opiskelijat: Viestintä oppilaitosten kautta, sosiaalisen median alustoilla (kuten Instagram ja TikTok), oppilaitosten verkkosivuilla ja uutiskirjeissä. Viestintä on englanniksi ja suomeksi.

Turvapaikanhakijat: Viestintä vastaanottokeskusten ja kotoutumispalvelujen kautta, suoran viestinnän ja esitteiden avulla. Viestintä tapahtuu suomeksi ja tarvittaessa muilla kielillä.

Välilliset kohderyhmät: ELO-hankkeen välillisiin kohderyhmiin kuuluvat kotoutumispalveluja tarjoavat henkilöt, kuntien työntekijät, työnantajat, järjestöt, työllisyyspalvelut, oppilaitokset ja muut kuntalaiset. Viestinnän kohdentaminen näille ryhmille on elintärkeää, jotta he voivat tukea hankkeen tavoitteita ja hyödyntää sen tarjoamia resursseja ja palveluja.

Viestintästrategiassa on tärkeää huomioida eri kohderyhmien tarpeet ja käyttää monikanavaista lähestymistapaa. Esimerkiksi:

Kotoutumispalveluja järjestävät henkilöt: Viestintä suoraan sähköpostitse, ammatillisissa verkostoissa ja koulutustilaisuuksissa.

Kuntien henkilöstö: Viestintä sisäisten tiedotteiden, intranetin ja koulutustilaisuuksien kautta.

Työnantajat: Viestintä paikallisten yritysverkostojen, kauppakamarien ja LinkedInin kautta.

Järjestöt: Viestintä yhteistyötapaamisten, sähköpostien ja sosiaalisen median kautta.

Työllisyyspalvelut: Viestintä suoraan sähköpostitse, ammatillisissa verkostoissa ja koulutustilaisuuksissa.

Oppilaitokset: Viestintä oppilaitosten kautta, uutiskirjeet ja sosiaalinen media.

Kuntalaiset: Viestintä paikallisten medioiden, tapahtumien ja sosiaalisen median kautta.

Kohderyhmien moninaisuus vaatii viestinnän sopeuttamista eri kanaviin ja kieliin, jotta viestit tavoittavat kaikki ryhmät tehokkaasti ja ymmärrettävästi. Viestinnän merkitys ei voi olla liioiteltua, sillä se on avainasemassa hankkeen onnistumisessa ja eri osapuolten välisessä vuorovaikutuksessa.

5 Viestintäkanavat ja -välineet

Verkkosivut ja sosiaalinen media: Hankkeen viestintä toteutuu Lieksan kaupungin ja työllisyyspalveluiden olemassa olevilla sosiaalisen median alustoilla, kuten Facebook ja Instagram. Uusia somekanavia ei perusteta, vaan hyödynnetään jo käytössä olevia kanavia, joissa kotoutumiskoordinaattorin ja työhön liittyvien tahojen sisältöä jaetaan.

Verkkosivut: Hankkeelle omistetut verkkosivut toimivat tärkeänä tiedonlähteenä. Niillä julkaistaan ajankohtaisia uutisia, tapahtumia sekä hankkeen edistymistä ja tuloksia. Verkkosivut tarjoavat



myös sidosryhmille ja kohderyhmille mahdollisuuden saada lisätietoja hankkeesta ja sen tarjoamista palveluista.

Facebook ja Instagram: Sosiaalisen median kanavilla on laaja yleisö, ja niiden kautta voidaan jakaa monipuolista sisältöä, kuten kuvia, videoita, tapahtumakutsuja ja uutisia. Nämä kanavat mahdollistavat vuorovaikutuksen kohderyhmien kanssa, jolloin kysymyksiin voidaan vastata nopeasti ja tehokkaasti. Viestinnässä otetaan huomioon eri kanavien kohderyhmät, ja viestit muokataan sopiviksi.

WA-ryhmät: WhatsApp-ryhmiä käytetään nopeaan ja tehokkaaseen tiedottamiseen, erityisesti hankkeen sisällä ja maahanmuuttaja-asiakkaiden informoimiseksi. Liittyminen ryhmiin on vapaaehtoista, ja tällä hetkellä käytössä on kolme erilaista WhatsApp-ryhmää.

Tapahtumat, seminaarit ja vierailut: Järjestettävät tapahtumat tarjoavat mahdollisuuden suoraan vuorovaikutukseen kohderyhmien ja sidosryhmien kanssa. Tapahtumat, kuten työpajat ja infotilaisuudet, auttavat levittämään tietoa hankkeen tavoitteista ja edistymisestä. Eri toimintamuotojen, kuten kielikahviloiden ja asiakasraatien, avulla osallistujat voivat syventää ymmärrystään.

Vierailut ja työvarjotyöt: Vierailut ja työvarjostukset tarjoavat hankehenkilöstölle ja kotoutumistyön ammattilaisille mahdollisuuden kehittää ammatillista osaamistaan ja ymmärrystään erilaisista käytännöistä. Tällaiset kokemukset edistävät yhteistyötä ja tiedonvaihtoa eri organisaatioiden välillä.

Esitteet: Painetut ja sähköiset esitteet tarjoavat tiiviin ja visuaalisesti houkuttelevan katsauksen hankkeen tavoitteista, toimista ja saavutuksista. Esitteitä jaetaan tapahtumissa, virastoissa ja muissa julkisissa paikoissa. Joensuun päähanke vastaa koko hankkeen yleisen esitteen toteuttamisesta.

Julisteet: Julisteet auttavat lisäämään hankkeen näkyvyyttä paikallisesti. Ne voidaan sijoittaa esimerkiksi kirjastoihin, koulujen ilmoitustauluille ja muihin julkisiin tiloihin. Lieksan osahanke voi tuottaa julisteita mm. paikallisesti toteutettavista tapahtumista ja tempauksista. Osahanke tulostaa ja laittaa näkyvälle paikalle EU-rahoituksen vaatiman A3-julisteen.

Yhteenveto: Viestinnän merkitys hankkeessa on keskeinen, sillä se mahdollistaa tiedon tehokkaan jakamisen ja vuorovaikutuksen eri sidosryhmien kanssa. Hyvin suunnitellut viestintäkanavat ja -välineet tukevat hankkeen tavoitteiden saavuttamista ja auttavat luomaan yhteisön, jossa kaikki osallistujat voivat osallistua aktiivisesti ja hyötyä hankkeen tarjoamista mahdollisuuksista. Lieksa osahanke käyttää sosiaalista mediaa sekä kaupungin verkkosivuja viestinnässään.



6 Viestinnän sisältö

Keskeiset viestit eri kohderyhmille Lieksan kaupungin osahankkeessa

Ulkomailta muuttaneet uudet kuntalaiset

Lieksa tarjoaa turvallisen ja mukautuvan ympäristön, jossa voit asua, työskennellä ja nauttia vapaa-ajasta. ELO-hanke on tukenasi asettumisprosessissa ja kotoutumisessa, tarjoten monipuolisia palveluja ja mahdollisuuksia, jotka auttavat sinua löytämään paikkasi uudessa ympäristössä. ELO-hanke on tukenasi asettautumisen ja kotoutumisen aikana, tarjoten monipuolisia palveluja ja mahdollisuuksia.

Paikalliset viranomaiset ja kaupungin henkilöstö

ELO-hanke vahvistaa kotouttamispalveluja Lieksassa ja edistää yhteistyötä eri toimijoiden kesken. Yhdessä voimme luoda laadukkaita ja tehokkaita palveluja, jotka palvelevat kaikkia uusia kuntalaisia ja tekevät Lieksasta entistä houkuttelevamman paikan asua.

Työnantajat

ELO-hanke tukee ulkomaalaisista taustoista tulevien työntekijöiden asettumista Lieksaan. Yhteistyössä voimme lisätä alueen elinvoimaisuutta ja kilpailukykyä, mikä hyödyttää sekä työnantajia että työntekijöitä.

Järjestöt ja yhteisöt

ELO-hanke tarjoaa mahdollisuuden osallistua ja vaikuttaa Lieksan kehitykseen. Yhdessä voimme rakentaa inklusiivisen ja monimuotoisen yhteisön, jossa jokainen tuntee itsensä tärkeäksi. Teidän panoksenne on ratkaiseva tämän tavoitteen saavuttamiseksi.

Oppilaitokset

ELO-hanke tukee opiskelijoiden kotoutumista ja tarjoaa mahdollisuuksia ammatilliseen kehittymiseen. Yhteistyössä voimme parantaa opiskelijoiden ja maahanmuuttajien integroitumista sekä työllistymismahdollisuuksia alueellamme, mikä hyödyttää koko yhteisöä.

Hyvinvointialue

ELO-hanke edistää ulkomailta muuttaneiden asettumista ja kotoutumista Lieksassa ja Pohjois-Karjalassa, parantaen alueen hyvinvointia ja yhteisöllisyyttä. Yhteistyössä hyvinvointialueiden kanssa voimme varmistaa, että kaikki uudet lieksalaiset saavat tarvitsemansa palvelut ja tuen, mikä parantaa heidän elämänlaatuaan ja integroitumistaan yhteiskuntaan.



Sisällön suunnittelu ja aikataulutus

Aikataulut: Viestintäsuunnitelman aikataulut määritellään hankkeen eri vaiheiden mukaan. Tarkempi aikataulutus löytyy liitteenä olevasta Excel-tiedostosta.

Alkuvaihe: Viestintätoimenpiteet aloitetaan hankkeen alussa, mukaan lukien tiedotteet, verkkosivujen ja sosiaalisen median päivittämiset.

Välikatsaukset: Säännölliset päivitykset hankkeen edistymisestä.

Tapahtumat: Viestintä ennen ja jälkeen tapahtumien, sisältäen kutsut, ohjelm tiedot sekä muut mahdolliset viestintäkanavat, kuten sosiaalinen media.

Loppuraportointi: Viestintä hankkeen päättyessä, sisältäen loppuraportin julkaisemisen ja hankkeen tulosten esittelyn.

Viestinnälliset vastuut

Viestinnän merkitys ELO-hankkeessa on keskeinen, sillä se mahdollistaa tiedon jakamisen ja vuorovaikutuksen eri kohderyhmien kanssa. Tehokas viestintä luo luottamusta ja ymmärrystä kaikkien osapuolten välillä, mikä on välttämätöntä hankkeen onnistumiselle. Se myös varmistaa, että kaikki ovat tietoisia tarjolla olevista mahdollisuuksista ja resursseista, mikä edesauttaa kotoutumista ja yhteisön kehitystä.

Päätoteuttaja / Joensuun kaupunki: Vastaa hankekokonaisuuden yleisestä tiedottamisesta ja viestinnästä sekä hankkeen visuaalisen ilmeen luonnista.

Lieksan osahankkeen kotoutumiskoordinaattori: Vastaa viestintäsuunnitelman toteutuksesta, koordinoinnista ja seurannasta Lieksan kaupungin osahankkeen osalta. Viestintää voidaan toteuttaa yhteistyössä työllisyyspalveluiden ja Lieksan kaupungin kanssa. Lisäksi hankkeen edetessä mm. tapahtumien viestintää voidaan toteuttaa yhteistyössä muiden tapahtumajärjestäjien kanssa.

Laatii tiedotteet, uutiskirjeet, verkkosivujen ja sosiaalisen median sisällöt osahankkeelle. Järjestää ja koordinoi kuntakohtaisia tapahtumia, sekä vastaa niihin liittyvästä viestinnästä. Vastaa visuaalisten materiaalien, kuten esitteiden, julisteiden ja infografiikoiden suunnittelusta, huomioiden ESR+ hankkeen, päähankkeen ja Lieksan kaupungin visuaalisen ilmeen sekä graafisen ohjeistuksen osahankkeelle.

7 Graafinen ohjeistus Lieksan osahankkeelle

Yleiset ohjeet

EU-lipputunnus ja yleistä tiedottamisesta: Kaikessa viestinnässä ja viestintämateriaaleissa, mukaan lukien esitteet, julisteet, verkkosivut ja sosiaalisen median julkaisut, tulee käyttää EU-lipputunnusta, jonka yhteydessä on teksti "Euroopan unionin osarahoittama".

Lipputunnuksen käytössä on noudatettava EU:n alue- ja rakennepolitiikan ohjelmien verkkopalvelussa annettuja ohjeita. Lipputunnukset löytyvät täältä:

https://ec.europa.eu/regional_policy/policy/communication/online-generator_fi?lang=fi

Tarkemmat tiedotusohjeet hankkeelle löytyvät täältä: <https://rakennerahastot.fi/viestinta>

Pysyvä tiedotuskyltti: Asetettava selvästi näkyvälle paikalle heti, kun hankkeen toteuttaminen alkaa. Kyltti muokattavissa ja tulostettavissa täältä:

https://ec.europa.eu/regional_policy/policy/communication/online-generator_fi?lang=fi

Verkkosivu: Tuensaajan virallisella verkkosivustolla tai sosiaalisen median tileillä on julkaistava kuvaus hankkeesta ja sen tavoitteista ja tuloksista. Kuvauksessa on tuotava esiin Euroopan unionilta saatava rahoitustuki.

Lieksan kaupungin logo: Kaikessa paikallisessa materiaalissa, kuten esitteissä, julisteissa ja tiedotteissa, tulee olla Lieksan kaupungin oma logo. Tämä koskee erityisesti materiaaleja, jotka on tarkoitettu paikalliseen käyttöön ja osahankkeen toiminnan esittelyyn. Viestinnässä on noudatettava tämän lisäksi Lieksan kaupungin graafista- ja viestinnällistä ohjeistusta. Lieksan kaupungin graafinen- ja viestinnällinen ohjeistus on Lieksan intranetissä ja logot löytyvät täältä: www.lieksa.fi/viestintaohje-ja-graafinen-ilme

ELO-hankkeen logo: ELO-hankkeen oma logo tulee olla näkyvillä kaikissa hankkeen materiaaleissa. Tämä logo edustaa hankkeen identiteettiä ja tulee käyttää johdonmukaisesti kaikessa viestinnässä. Logo on löydettävissä ELO-hankkeen yhteiseltä Teams-kanavalta.

Materiaalien suunnittelu

PowerPoint-pohja: Pää toteuttaja tuottaa PowerPoint-pohjan, jota osahankkeet voivat hyödyntää omissa esityksissään. Tämä pohja sisältää valmiit paikat EU-lipputunnukselle, ELO-hankkeen logolle ja tarvittaessa Lieksan kaupungin logolle.

Paikallinen käyttö: Jos PowerPoint-esitystä käytetään paikallisesti osahankkeen toiminnan esittelyyn, Lieksan kaupungin logo lisätään esitykseen.

Koko hanketta koskeva käyttö: Jos PowerPoint-esitys koskee koko hanketta ja hankekokonaisuutta, Lieksan kaupungin logoa ei lisätä esitykseen.

Muut koko hanketta koskevat materiaalit, kuten esitteet yms. toteuttaa ja tuottaa päähanke ja osahanketta koskevat materiaalit toteuttaa ja tuottaa osahanke huomioiden rahoittajan ja päähankkeen tiedottamisen linjat.

Visuaalinen ilme

Värit: Viestintää ja materiaalia toteutettaessa rahoittajan, päähankkeen sekä kaupungin logojen värejä ei saa muuttaa vaan niiden värit tulee säilyttää alkuperäisinä tai niistä on käytettävä tarvittaessa valmiita mustavalkoisia materiaaleja.

Fontit: Lieksan osahanke käyttää omissa raporteissaan ja teksteissään pääasiallisesti Arial -fonttia. Esitteissä ja muussa visuaalisessa viestinnässä olevan tekstin tulee käyttää myös selkeitä ja luettavia fontteja, mutta näissä voidaan hyödyntää erilaisia fontteja elävöittämään materiaalia.

Kuvitus: Kuvituksessa tulee käyttää selkeitä ja informatiivisia kuvia, jotka tukevat hankkeen viestejä.

Asemointi: Teksti, kuvat ja logot kaikissa viestinnällisissä materiaaleissa tulee asemoida riittävän väljästi, että teksti on luettavaa, kuvista saadaan selvää ja logojen ympärillä on riittävästi tilaa.

Esimerkkejä logojen sijoittelusta

Esitteet ja julisteet: EU-lipputunnus teksteineen sijoitetaan esitteiden ja julisteiden ylä- tai alareunaan. Lieksan kaupungin logo ja ELO-hankkeen logo sijoitetaan näkyvälle paikalle, esimerkiksi esitteiden etusivulle ja logojen ympärille tulee jättää riittävästi tilaa.

Verkkosivut: EU-lipputunnus teksteineen sijoitetaan verkkosivujen alatunnisteeseen. Lieksan kaupungin logo ja ELO-hankkeen logo sijoitetaan verkkosivujen yläosaan tai sivupalkkiin.

Sosiaalinen media: EU-lipputunnus teksteineen tulee olla näkyvillä kaikissa sosiaalisen median julkaisuissa ja paras paikka on julkaisujen kuvat. Lieksan kaupungin logo ja ELO-hankkeen logo lisätään pääasiallisesti myös julkaisujen kuviin tai videoihin.

8 Viestinnän seuranta ja arviointi

Mittarit: Miten viestinnän onnistumista mitataan

Verkkosivujen kävijämäärät: Seurataan hankkeen verkkosivujen kävijämääriä.

Sosiaalisen median sitoutuminen: Mitataan sosiaalisen median kanavien, kuten Facebookin ja Instagramin, näyttö ja reagointikertoja. Tämä sisältää tykkäykset, jaot, kommentit ja seuraajamäärät.

Tapahtumien osallistujamäärät: Mitataan hankkeen järjestämien tapahtumien, työpajojen ja seminaarien osallistujamääriä.

Medianäkyvyys: Seurataan hankkeen näkyvyyttä mediassa, kuten lehtiartikkeleissa

Tieto kerätään mittareista puolivuositain ja tilastoidaan hankeraportoinnin yhteydessä.

9 Viestinnän Riskienhallinta

Riskien tunnistaminen

Viestinnällisten riskien tunnistaminen on keskeistä, jotta voimme ennakoida ja hallita mahdollisia ongelmatilanteita. Lieksan osahankkeen viestinnässä on useita mahdollisia riskejä, joita on syytä huomioida:

1. Väärinymmärrykset ja tiedon puutteet:

Kielimuuri: Maahanmuuttajien heikko suomen kielen taito voi johtaa väärinymmärryksiin viestinnässä. Tämä voi hankaloittaa tiedon välittämistä ja palvelujen saavutettavuutta, mikä voi johtaa ongelmiin sekä yhteisön että hankkeen kannalta.

Kulttuurierot: Eri kulttuuritaustat voivat aiheuttaa väärinymmärryksiä ja erimielisyyksiä, mikäli viestintä ei ole kulttuurisensitiivistä. Tämän vuoksi on tärkeää huomioida kulttuuriset näkökulmat viestintästrategioissa, jotta kaikki osapuolet voivat ymmärtää toisiaan paremmin.

2. Negatiivinen julkisuus:

Ennakkoluulot ja asenteet: Paikallisyhteisössä voi esiintyä ennakkoluuloja ja negatiivisia asenteita maahanmuuttajia kohtaan. Tällaiset asenteet voivat vaikuttaa yhteistyöhön, nousta esille julkisuudessa ja heikentää hankkeen mainetta, mikäli niihin ei puututa aktiivisesti.

Hankkeen epäonnistumiset: Mikäli hankkeen toimenpiteet eivät tuota toivottuja tuloksia, se voi johtaa negatiiviseen julkisuuteen. Tämä puolestaan heikentää luottamusta hankkeeseen ja sen tavoitteisiin, mikä voi estää tulevia yhteistyömahdollisuuksia.

Viestinnän epäonnistuminen

Kohderyhmien tavoittaminen: Viestintäkanavat eivät aina saavuta kaikkia kohderyhmiä, kuten maahanmuuttajia, paikallisia yrityksiä ja järjestöjä. Tämä voi johtaa tiedon puutteeseen ja osallisuuden heikkenemiseen, mikä voi vaikuttaa negatiivisesti yhteisön integraatioon ja yhteistyöhön.

Viestinnän resurssit: Viestinnän toteuttamiseen tarkoitetut resurssit voivat olla riittämättömiä, mikä heikentää viestinnän laatua ja vaikuttavuutta. Tämä voi johtaa epäselviin viesteihin ja siten ymmärryksen puutteeseen.



Kriisitilanteet

Häiriötilanteet: Odottamattomat häiriötilanteet, kuten tekniset ongelmat tai luonnonkatastrofit, voivat vaikeuttaa viestintää ja tiedon välittämistä. Tällöin on tärkeää, että viestintä on joustavaa ja mukautuu muuttuviin olosuhteisiin.

Konfliktit: Mahdolliset konfliktit maahanmuuttajien ja paikallisyhteisön välillä voivat vaatia nopeaa ja tehokasta kriisiviestintää. On tärkeää, että viestintä on selkeää ja rauhoittavaa, jotta luottamus voidaan säilyttää.

Riskien hallintakeinot

Selkeä ja monikanavainen viestintä: Varmistamme, että viestit ovat selkeitä ja ymmärrettäviä kaikille. Hyödynnämme monikanavaista viestintää, kuten verkkosivuja, sosiaalista mediaa, paikallislehtiä ja tapahtumia, jotta viestintä tavoittaa kaikki kohderyhmät. Tarvittaessa käytämme tulkkeja ja käännämme tekstejä eri kielille.

Kulttuurisensitiivisyys: Huomioimme eri kulttuuritaustat viestinnässä ja varmistamme, että viestit ovat kulttuurisensitiivisiä ja helposti ymmärrettäviä. Tämä edistää avointa vuoropuhelua ja vähentää väärinkäsityksiä.

Ennakoiva viestintä: Tunnistamme mahdolliset riskit etukäteen ja laadimme suunnitelmat niiden hallitsemiseksi. Pidämme säännöllisesti yhteyttä kohderyhmiin ja pidämme heidät ajan tasalla hankkeen etenemisestä.

Kriisiviestintäsuunnitelma: Laadimme selkeät toimintamallit kriisitilanteiden varalle, mukaan lukien viestintäkanavat, viestien sisällöt ja aikataulut. Nimeämme kriisiviestinnästä vastaavat henkilöt ja varmistamme, että heillä on tarvittavat valmiudet ja koulutus. Hyödynnämme kaupungin kriisiviestinnän ohjeita ja konsultoimme kaupungin viestinnän ammattilaisia tarpeen mukaan.