



LEMIN KUNNAN VIESTINTÄOHJE

*Hyväksytty Khall
20.09.2021 § 171*

Sisällys

Lemin kunnan viestintä	3
Viestintä tukee kuntastrategiaa	3
Lemin kuntastrategia	4
Lemin kunnan viestinnän vastuutahot ja organisointi	4
Kuntaviestinnän osa-alueet	5
Valmistelu ja päätöksenteko	5
Verkkoviestintä ja sosiaalinen media	5
Verkkosivut	5
Sosiaalinen media	6
Ohjeita sosiaalisen median käyttäjälle	6
Työyhteisöviestintä	7
Markkinointiviestintä	7
Visuaalinen ilme	8
Kriisiviestintä	8
Tiedottamisen ja viestinnän kehittäminen ja seuranta	9

Lemin kunnan viestintä

Lemin kunnan viestintäohjeen perustehtävä on edistää lemiläisten hyvinvointia tarjoamalla tietoa kunnan palveluista, toiminnasta, taloudesta, suunnitelmista ja tavoitteista. Kunnan viestinnällä edesautetaan kuntastrategian toteutumista. Viestintä tukee johtamista, kehittämistä ja kuntavisioiden toteutumista.

Viestintä on vuorovaikutusta kuntalaisten ja päättäjien kesken. Viestinnällä osallistetaan asukkaita tarjoamalla tietoa osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksista. Viestintä on yhteistyötä.

Viestinnässä käytetään selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otetaan huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet (Lemin kunnan hallintosääntö 6 § Kunnan viestintä). Kaiken viestinnän pitää perustua tosiasioille ja kielteisetkin ilmiöt on käsiteltävä.

Viestintä tavoittaa kuntalaiset varmimmin, kun käytetään useita erilaisia viestintäkanavia. Sähköisten kanavien käyttö ja yleistyminen lisää tiedon esteettömyyttä ja saatavuutta

Viestintä tekee tunnetuksi kunnan, joka tarjoaa asukkaille turvallisen ja hyvän elämän hyvillä palveluilla. Yrityksille viestitään elinvoimasta; Lemillä on kannattavaa harjoittaa yritystoimintaa ja sillä on hyvät toimintaedellytykset.

Viestinnän tavoitteet

Viestintäohjeen tavoitteena on tukea viestinnästä ja verkkoviestinnästä vastaavia henkilöitä viestimään kuntalain 29 § mukaisesti:

- Antamalla riittävästi tietoa kunnan järjestämistä palveluista, Lemin kunnassa valmisteluissa olevista asioista ja niitä koskevista suunnitelmista, taloudesta, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä ja päätöksien vaikutuksista.
- Tiedottamalla miten päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa.
- Huolehtien, että toimielinten käsittelyyn tulevien asioiden valmistelusta annetaan esityslistan valmistuttua tarpeellisia tietoja yleisessä tietoverkossa.
- Huolehtien, ettei salassa pidettäviä tietoja viedä yleiseen tietoverkkoon ja että yksityisyyden suoja henkilötietojen käsittelyssä toteutuu.
- Käyttäen selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja ottamalla huomioon Lemin kunnan eri asukasryhmien tarpeet.

Viestintä tukee kuntastrategiaa

Lemin kunnan viestintä tukee strategisten tavoitteiden saavuttamista, johtamista sekä kehittämistä. Viestintä edistää kuntalaisten ja matkalaisten hyvinvointia tar-

joamalla tietoa kunnan toiminnasta, palveluista sekä suunnitelmista. Viestintä parantaa tiedon laatua, ajankohtaisuutta ja saatavuutta. Viestintä lisää kuntalaisten osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksia sekä tukee kunnan vetovoimaisuutta.

Hyvä muistilistaus Lemin kunnan viestintään tiivistettynä (Lähde Kuntaviestinnän opas, Suomen Kuntaliitto 2016):

1. Viestintä lähtee kuntalaisten tarpeista.
2. Henkilöstö, sidosryhmät ja luottamushenkilöt on pidettävä ajan tasalla.
3. Viestintää on suunniteltava ja vastuut pidettävä kirkkaina.
4. Perustiedot palveluista ovat verkossa joka hetki kunnossa.
5. Sosiaalinen media on kanava muiden joukossa – harkitse mitä julkaiset.
6. Brändityö vahvistaa kunnan elinvoimaa.
7. Viestinnän on oltava selkeätä – erityisesti poikkeustilanteessa.

Avoin ja kuunteleva viestintä helpottaa kunnan johtamista. Selkeä asioiden esittely vähentää valituksia tai väärinkäsityksiä. Kunnalla on entistä suurempi rooli alueen elinvoiman kehittämisessä; elinkeino- ja matkailumarkkinointi on tärkeitä. Sen rinnalla viestiminen on tärkeää muiden elinvoiman tekijöiden osalta: asuminen, palvelut, ympäristö, liikenne, harrastusmahdollisuudet/vapaa-aika sekä kulttuuri ja henkinen ilmapiiri. Sosiaalinen media on tärkeä Lemin kunnan maineen rakentaja, mutta ei pidä unohtaa ammattimaista markkinointia esimerkiksi alueen vahvuuksien esille nostamiseksi.

Lemin kuntastrategia

Lemin kunta on itsenäinen, maalaishenkinen ja leppoisa asuin- ja työskentelypaikka; leppoisasti Lemillä/-ltä on lemiläisten yhteinen sanonta. Lemillä on helppo asioida ja elää, kunta on sopuisa ja yhteisöllinen. Päätöksenteko ja viestintä ovat avointa ja joustavaa; etsimme yhdessä ideoita ja edistämme luovuutta. Ideoimme asioita mm. palvelujen, elinvoiman, hyvinvoinnin ja talouden kehittämiseksi. (Talousarvio 2021)

Kuntastrategian tavoitteena vuoteen 2025 mennessä ovat kuntalaisten hyvinvointi, palveluiden saatavuus ja parantaminen, kunnan vetovoimaisuus ja talouden tasapaino. Nämä tavoitteet ohjaavat myös viestintää.

Lemin kunnan viestinnän vastuutahot ja organisointi

Lemin kunnan hallintosäännön 6 §:n perusteella kunnanhallitus johtaa kunnan viestintää ja tiedottamista kunnan toiminnasta. Kunnanhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat.

Kunnanhallitus, lautakunnat, kunnanjohtaja ja toimialojen johtavat viranhaltijat huolehtivat, että kunnan asukkaat ja palvelujen käyttäjät saavat riittävästi tietoa

valmisteltavina olevista asioista ja voivat osallistua ja vaikuttaa näiden asioiden valmisteluun.

Lemin kunnan viestinnästä vastaa kunnanjohtaja. Kukin toimialajohtaja vastaa viestinnästä oman toimialansa osalta. Kunnanjohtaja osoittaa henkilöstöstä viestintävastaavan, joka toimii yhdyshenkilönä arjen viestinnän koordinoinnissa.

Kunnanhallitus vastaa kunnan virallisen kannan muodostamisesta ja kantaa keskeisen vastuun kuntakuvan muodostumisesta.

Jokainen kunnan henkilöstöön kuuluva viestii omassa työroolissaan kunnan puolesta. Asiakaspalvelu on merkittävä kunnan imagoon vaikuttava tekijä. Viestinnän tulee olla kuntalaisia, omaa työyhteisöä sekä työnantajaa arvostavaa.

Kuntaviestinnän osa-alueet

Valmistelu ja päätöksenteko

Kuntalaki 29 § edellyttää, että kunnan tulee antaa riittävästi tietoja kunnan palveluista, valmisteluissa olevista asioista, taloudesta, suunnitelmista, tehdyistä päätöksistä ja päätöksien vaikutuksista. Esityslistan valmistuttua annetaan riittävä tietoa yleisessä tietoverkossa. Salassa pidettäviä tietoja ei viedä tietoverkkoon. Verkossa on oltava ainakin seuraavat asiakirjat: Kuntastrategia, hallintosääntö, talousarvio- ja suunnitelma sekä tilinpäätös.

Verkkoviestintä ja sosiaalinen media

Lemin kunnan pääasiallinen viestinnän kanava on kunnan kotisivut sekä kunnan Facebook. Sosiaalisen median käyttö ja vaikuttavuus lisääntyy valtavasti ja on tätä päivää. Tulevaisuudessa tulee koko ajan uusia sosiaalisen median kanavia, joita kannattaa ottaa harkiten Lemin kunnan käyttöön viestinnässä ja myös markkinoinnissa. Niiden käyttö on syytä tarkastella kohderyhmien mukaisesti, sillä eri ikäryhmät käyttävät eri sosiaalisia medioita. Kunnan verkkosivuja sekä Facebook-tiliä käytetään myös kunnan kriisiviestinnän kanavana. Kunnan ilmoitukset julkaistaan kunnan verkkosivuilla ja Facebookissa sekä tarpeen vaatiessa muulla kunnan päättämällä tavalla.

Kunnan kotisivut uudistettiin vuonna 2020. Kunnalle tehtiin myös keväällä 2021 Instagram ja YouTube -tilit, joiden pääasiallinen tarkoitus on kunnan brändin luominen, kunnan markkinointi.

Verkkosivut

Lemin kunnan verkkosivuilla www.lemi.fi on luettavissa ajan tasalla olevaa tietoa kunnasta, tapahtumista sekä vapaa-ajan kohteista. Sivuston sisältämän informaation on tarkoitus helpottaa niin kuntalaisten kuin ulkopaikkakuntalaisten tiedonhakuja. Verkkosivuston saavutettavuus, toimivuus kaikilla laitteilla, sisällön ajantasaisuus ja kehittäminen sekä esteettömyys ovat huomioitava ylläpidossa. Verkkosivujen teknisenä tukena toimii Liana Technologies. Lemin kunnan virallinen sähköpostiosoite on: leminkunta(at)lemi.fi. Henkilöstön osoitteet ovat muotoa etunimi.sukunimi(at)lemi.fi., opetushenkilöstöllä etunimi.sukunimi(at)edu.lemi.fi. Verkkosivujen sisältöä luovat ja pitävät ajan tasalla kunnan erikseen siihen osoitetut henkilöt.

Kunkin toimialan on huolehdittava kotisivuilla olevan tiedon ajantasaisuudesta, edustamiensa palvelujen osalta.

Sosiaalinen media

Ohjeet on tarkoitettu helpottamaan organisaation tai työyhteisön omien sääntöjen laadintaa. Sääntöjä ja ohjeita on hyvä aika ajoin tarkistaa, kun toiminnassa tai sosiaalisen median ympäristössä tapahtuu merkittäviä muutoksia.

Sosiaalisen median edut kunnan viestinnässä ovat: monipuoliset asiasisällön jakomahdollisuudet (valokuvat, videot, kyselyt, live-lähettykset, haastattelut), tavoitettavuus, reaaliaikaisuus sekä maksuttomuus.

Sosiaalisessa mediassa kerrotaan ajankohtaisista tapahtumista, kyselyistä sekä osallistetaan kuntalaisia. Sosiaalisessa mediassa osallistutaan myös keskusteluihin. Sosiaalisen median tiedottaminen ja viestiminen on tehtävä asiallista kieltä käyttämällä ja selkeästi viestimällä. Tehdyt päätökset on syytä perustella niin, ettei siitä seuraa epävarmuutta.

Tärkeimpiä sosiaalisen median kanavia Lemin kunnalla ovat Facebook ja Instagram. Erona näiden välillä on se, että Instagram on vahvasti kuviin perustuva kanava, jolla luodaan Lemin brändiä ”meidän Lemiämme” niin kuntalaisille, mutta etenkin ulkopaikkakuntalaisille. Instagram on vahvasti kuviin perustuva sovellus, joten sen sisältöön onkin syytä kiinnittää huomiota, jotta tietty visuaalisuus säilyy ja Lemin kunnan Instagram näyttää yhtenäiseltä ja houkuttelevalta. Lemin kunnan Instagramissa käytetään kuvien yhteydessä samoja neljää toistuvaa # tägiä. Ne ovat #lemi #leminkunta #leppoisastilemiltä ja #visitlemi.

Facebook toimii taas monipuolisempina kanavana tiedotteille, tapahtumille tai esittelyille.

Lemin kunnalla on myös käytössään keväällä 2021 luotu YouTube -kanava. Sen tarkoitus on niin ikään toimia Lemin kunnan brändin luojana, toimia markkinointikanavana. YouTube:n tehtävä on kertoa tarinoita kunnasta, kuntalaisista ja tapahtumista videoiden muodossa. Tonttimarkkinointia kannattaa myös tehdä YouTube -kanavalle.

Ohjeita sosiaalisen median käyttäjälle

- Ole järkevä ja ystävällinen. Osoita arvostusta lukijaa kohtaan.
- Mieti ennen kuin julkaiset. Muista, että julkaistua ei voi peruuttaa. Verkossa kirjoitus voi saada laajemman julkisuuden kuin oli tarkoitus.

- Kunnioita verkkoyhteisöjen sääntöjä ja tekijänoikeuksia. Sisällön julkaisijana sinulla on oltava käyttöoikeus julkaisemaasi materiaaliin (teksti, valokuva, video, piirros, kaavio, animaatio jne.)
- Muista mainita kuvan ottaja, jos valokuvaaja et ole sinä. Ala-ikäisten kuvien julkaisuun niin, että kasvot näkyvät on oltava molempien vanhempien kirjallinen suostumus.
- Pitäydy vastuullesi kuuluissa asioissa, mikäli kirjoitat työhön liittyvistä asioista. Käsittele työn piiriin kuuluvia asioita muutenkin harkiten.
- Ole lojaali työyhteisöllesi, myös vapaa-aikana. Työnantajan tai työtovereiden kritisoiminen somessa ei kuulu hyvään työkäyttöön. (Lähde: Työturvallisuuskeskus, Sosiaalisen median työkäyttö – työsuojelunäkökulma)

Jokaisen tulisi erityisesti sosiaalisen median päivityksissä muistaa myös se, että kukaan ei ole vain yksityishenkilö, vaikka toimisi henkilökohtaisella profiililla. Eri-tyisesti sosiaaliseen mediaan pikaisesti tehtyjen päivitysten osalta kannattaa pohtia päivityksen merkitystä myös kunkin aseman, työnantajan, työyhteisön ja läheisten kannalta.

Työyhteisöviestintä

Vastuu toimivasta sekä hyvästä tiedottamisesta kuuluu jokaiselle työntekijälle. Tehokkainta sisäinen viestintä on kasvotusten tai vuorovaikutuksiin perustuvissa tilaisuuksissa. Lemmin kunnan sisäisen viestinnän välineitä ovat sähköposti, videoneuvottelut, tekstiviestit, WhatsApp -ryhmät, yhteiset kalenterit, tiedotteet, osasto- ja muut sisäiset palaverit sekä epäviralliset keskustelut. Tiedon on oltava luotettavaa ja tavoitettava tasapuolisesti sitä koskevat henkilöt.

Markkinointiviestintä

Markkinointiviestintä nojautuu Lemmin kunnan kuntastrategiaan, jossa kunnan muuttovoittoisuutta pidetään yllä, edistetään matkailua sekä taataan riittävä ja houkutteleva tonttitarjonta. Markkinoinnissa otetaan rohkeasti käyttöön uusia viestimismuotoja ja kunnan Instagram -tiliä käytetään markkinointiin. Instagramilla verkostoidutaan ja luodaan kuvaa kauniista, turvallisesta, maalaishenkisestä Lemmin kunnasta. Instagramiin ei laiteta tiedotteita, vaan pidetään tili pelkätään Lemmin kunnan tunnettavuutta ja ajankohtaisuutta kertovana kanavana. Instagramiin laitetaan kuvia Lemiltä, lemiläisistä, ajankohtaisista tapahtumista. Käytetään aina samoja # kuvien yhteydessä, jotta tili saa vahvuutta ja brändiä.

Näkyvyyttä nostavia markkinointia

Tontit ja asuinalueet tai kylät

- Yhteistapahtumat asukas- ja kyläyhdistysten kanssa
- Uuden asukkaan palveluopas, muuttajan tai rakentajan infoesite tai sivu
- Sosiaalisen median mainoskampanjat

Palvelut ja yritykset

- Tontti- ja toimitilamarkkinointi
- Kuntarekry sivuston ylläpito houkuttelevasti (kuvat, kuvaukset)
- Yhteistapahtumien järjestäminen yrittäjäjärjestöjen kanssa

Kesäasukkaat- ja matkailu

- Vapaa-ajan tapahtumia sekä yhteisen asukastilan käyttö tapahtumien tai työpajojen muodossa
- Sosiaalisen median mainoskampanjat
- Visit Lemi verkkosivut, vapaa-ajan asukkaiden kesäesite

Visuaalinen ilme

Lemin kunnan graafisessa ohjeessa on määritelty logon, typografian, värien käytön periaatteet. Ohjetta noudattamalla luodaan kunnan viestintään ja kunnalle yhteneväinen ilme ja saadaan tunnistettava kuntakuva. Kunnan vaakunaa käytetään tarkoin harkituissa tilanteissa kuten kauan säilytykseen jäävissä asiakirjoissa sekä kunniakirjoissa. Logoa käytetään muussa viestinnässä. Logon ja vaakunan samanaikaista käyttöä on syytä välttää.

Graafinen ohjeistus on tehtävä Lemin kunnalle samalla, kun kunnan mahdollinen visuaalinen ilme logoineen on päivitetty ja uusittu.

Kriisiviestintä

Kriisiviestintä on tehostettua viestintää silloin, jos organisaation toimintaedellytykset tai maine on uhattuna. Kriisi voi koskea organisaatiota tai sen toimintaa (sisäinen kriisi), tai jos on kyse normaaliarkea häiritsevystä syystä, joka aiheuttaa äkillisen informaatioviestinnän tarpeen (ulkoinen kriisi).

Kriisiviestinnässä periaatteet ovat nopeus, avoimuus sekä rehellisyys. Kriisien aikana vuorovaikutus on tärkeää kuntalaisten taikka asianosaisten kanssa. Heille on annettava mahdollisuus kysymyksiin ja palautteeseen.

Häiriö/kriisitilanteissa on estettävä väärän tiedon leviäminen. Keskeistä on täsmällinen ja totuudenmukainen tieto seuraavista asioista:

- mitä on tapahtunut,
- mistä se johtuu,
- mitä asialle ollaan tekemässä,
- kuinka kuntalaisten tulee vallitsevassa tilanteessa toimia,
- miten tapahtuma vaikuttaa normaaliin elämään ja kunnan palveluihin.

Kriisiviestinnästä vastaa kunnanjohtajan johdolla kunnan johtoryhmä. Kriisitilanteissa sosiaalinen media ja verkkosivusto ovat hyödyllisiä kanavia, sillä kriisitilanteessa ilmaisen tiedon tarve kasvaa. Mitä nopeammin ja avoimemmin asiasta

tiedotetaan sitä vähemmin tilanne aiheuttaa huolta tai väärää tietoa. Muita kriisiviestinnän kanavia käytetään sovitusti taikka sovitaan erikseen muidenkin osapuolten osallistumisesta (poliisi, pelastuslaitos, SPR, Eksote).

Onnettomuustilanteissa tiedotusvastuu kuuluu pelastustöitä johtavalle viranomaiselle. Vesikriisissä johto- ja tiedotusvastuu kuuluu Lappeenrannan seudun ympäristötoimelle.

Jokaisen kunnan työntekijän on ilmoitettava välittömästi esimiehelleen tai tarvittaessa viranomaisille, jos poikkeuksellinen tilanne niin vaatii. Esimies arvioi kriisiviestinnän tarpeet ja tarvittaessa ottaa yhteyden kunnan johtoryhmään.

Negatiivisen julkisuus kriisin pelko voi tulla esiin, jos erehdyksiä taikka erilaisia virheitä pääsee tapahtumaan. Tällöin on paras tuoda asia julkisuuteen avoimesti kertoen ko. toimialajohtajan tai kunnanjohtajan tiedonannolla.

Tiedottamisen ja viestinnän kehittäminen ja seuranta

Kunnan tiedotustoiminnan ja viestinnän kehittämisestä kokonaisuutena koko organisaation tasolla vastaa kunnan johtoryhmä. Kunnan viestintää kehitetään ottamalla tarpeen mukaan uusia viestintävälineitä ja – kanavia, parantamalla henkilöstön viestintätaitoja ja luomalla viestinnällä myönteistä ilmapiiriä koko organisaatioon. Viestinnän seuranta:

- Palveluiden käyttäjäpalautteet ja asiointikokemukset,
- Verkkosivujen ja sähköisten palveluiden käyttöaste / kävijämäärät
- Sosiaalisen median seuraajien ja tykkääjien määrä
- Keskustelu- ja yleisötilaisuudet
- Mediaseuranta
- Työyhteisöviestinnän sisäiset kyselyt ja kehityskeskustelut (viestinnän osaamisen kehittäminen)

Viestintäohjetta päivitetään tarpeen mukaan sekä vähintään kerran valtuustokauden aikana.

