



KUUMA-viestinnän kehittäminen

KUUMA-hallitus 12.2.2008

Viestinnästä

Viestintä on menestystekijä, jolla tuetaan yhteisten päämäärien saavuttamista. Avoin yhteistyötä tukeva viestintä tukee kuntien tavoitteita rajattomasta kumppanuudesta ja palveluja uudistavasta sekä alueen vetovoimaa ja kilpailukykyä rakentavasta kunta-yhteistyöstä.

Viestintä on osa johtamista, asioiden valmistelua, hallintoa ja päätöksentekoa. KUUMA-yhteistyö on tulevaisuuden ennakointia ja suunnittelua. Viestintä auttaa asukkaita seuraamaan muutoksia ja reagoimaan niihin. Henkilöstö on avainasemassa muutosten valmistelussa ja toteutuksessa. Vuorovaikutteinen viestintä on muutosten onnistumisen edellytys.

KUUMA-viestinnän tulee olla ennakoivaa ja innovatiivista: teemme ehdotuksia, julkistamme selvityksiä, tiedotamme asioiden valmistelusta hyvissä ajoin. Sisällön on oltava totta ja täsmällistä.

Uutisten kiinnostavuus on keskeinen kriteeri. Yhteiskunnallisesti ja taloudellisesti tärkeät asiat linkitetään ihmisten elämään ja arkeen. Aitous, vuorovaikutteisuus ovat hyvän viestijän ominaisuuksia. Visuaalisuus on hyväksi. Informaatiotulvan keskellä hyvä kuva pysäyttää ihmiset.

Uutisoinnin rytmi kiihtyy - verkkoviestinnän on oltava reaaliaikaista, ja eri joukkoviestimiä on palveltava niiden toimitusrytmin mukaisesti. Illan kokouksista on tiedotettava mahdollisuuksien mukaan jo samana iltana. Tärkeissä asioissa on viestittävä suoraan asianosaisille, jotta viesti menee perille. Henkilökohtainen tapaaminen on aina tehokkain viestintämuoto.

Mielikuva KUUMA-yhteistyöstä ja sen tuloksista syntyy kokemuksista. Kaikki yhteistyössä mukana olevat ovat viestijöitä, ja kaikki tarinat kertovat kuntien välisistä toimintatavoista. Viestinnän tapa ja johdonmukaisuus lopulta ratkaisee, miten yhtenäistä mainetta pystymme viestimään.

Sisältö:

Viestinnästä.....	2
Viestinnän tehtävä.....	4
1. Viestinnän haasteet.....	4
2. Viestinnän kehittäminen.....	5
Tavoitemielikuva	
Perusviestit	
3. Viestinnän toimintaperiaatteet.....	6-7
Kohderyhmät	
Visuaalinen ilme	
4. Viestinnän kehittämisen painopisteet 2008 – 2010.....	8
5. Tavoitteet viestinnän painopistealueilla.....	8-10
Luottamushenkilöviestintä	
Mediaviestintä	
Verkkaviestintä	
Henkilöstöviestintä	
Markkinointiviestintä	
6. Viestinnän nykytilan kuvaus.....	10-12
Viestinnän johtamisjärjestelmä	
Luottamushenkilöt viestijöinä	
Viestinnän resurssit	
Viestinnän pääkanavat	
7. Viestinnän arviointi.....	12

Viestinnän tehtävä

Viestintä edistää KUUMA-kuntien yhteistyön toteuttamista hyväksytyjen arvojen pohjalta. Tavoitemielikuva tuloksellisesta ja onnistuneesta kuntayhteistyöstä vahvistuu.

1. Viestinnän haasteet

KUUMA on kuuden kunnan yhteistyötä. Väestöpohja on lähes 170 000 asukasta. Kuntien lisäksi yhteistyökumppaneita ovat alueen oppilaitokset ja lukuisat muut toimijat. Kysymys on laajasta verkostosta, jossa asioiden valmisteluun, käsittelyyn ja päätöksentekoon osallistuu suuri määrä asiantuntijoita ja luottamushenkilöitä. Kysymys on strategisesta kumppanuudesta, jossa vuorovaikutteisesti eri intressien pohjalta haetaan yhteistä näkemystä Keski-Uudenmaan kehittämisen kannalta keskeisistä asioista. Käsittely tapahtuu eri organisaatioissa ja päätöksentekijöitä on lukuisia.

KUUMA-maineen vahvuuksia ovat kuntayhteistyön onnistuminen ja vaikuttamisen tehokkuus sekä sijainti osana Helsingin seutua. KUUMA on kokonaisuutena kuten Espoo tai Vantaa. Haasteena on tukea KUUMA-identiteettiä kuntakokonaisuutena, jolla on kyky koota voimavaransa ja esiintyä yhtenäisenä, metropolialueen kehittämisestä vastuun kantavana osapuolena.

KUUMA-tiedottamista on pidetty riittämättömänä ja byrokraattisena. Haasteena on asukkaita ja luottamushenkilöitä laajemmin kiinnostava ja puhutteleva viestintä. Miten tehdä tulevaisuuteen tähtäävät suunnitelmat ja kehittämishankkeet arkiseksi ja jo tänään kiinnostavaksi uutiseksi. Heikkous on myös se, että henkilöstöviestintä kulkee usein jälkijunassa.

KUUMA-yritys-, matkailu- ja kulttuurimarkkinointi tapahtuu nyt yhtenäisesti Kehittämiskeskus Oy Forumin toimesta. Helsinki Region Marketing Oy hoitaa kansainvälistä markkinointia, ja sen toiminta on myös KUUMA-kuntien edun mukaista. KUUMA-viestintä voisi olla vielä nykyistä verkottuneempaa muiden toimijoiden, kuten yritysten, oppilaitosten ja erilaisten yhdistysten kanssa. Haasteena on kohderyhmien löytäminen ja tavoittaminen.

Haasteena on myös pidettävä aika ajoin KUUMA-tavoitteiden kanssa ristiriitaisilta näyttävien hankkeiden valmistelua ja niiden käsittelyä julkisuudessa. Kunnallisdemokratiaan kuuluu aloitteellisuus, ehdotusten tekeminen ja niistä käytävä avoin keskustelu.

Uhka KUUMA-viestien välittymiselle on, jos vaikuttajat eivät tunne kuntien yhteistyötä eivätkä pidä KUUMA-kuntia kehitysmuotoisina ja yhteistyökykyisinä. Tällöin viestintä voi kääntyä puolustustaisteluksi.

2. Viestinnän kehittäminen

Tavoitemielikuva

Tavoitemielikuva on ilmaistu KUUMA-visiossa, tavoitteissa ja arvoissa. Niissä korostuvat palvelujen uudistaminen etujoukoissa, monipuolisten asumiseen liittyvien vaihtoehtojen tarjoaminen asukkaille, hyvä sijainti yritystoiminnalle ja dynaaminen yhteistyö sekä alueen sisällä että muiden kumppaneiden kanssa.

Perusviestit

Yhteisökuvan rakentaminen on pitkäjänteistä ja määrätietoista työtä, jossa käytännön tekojen ja viestinnän on oltava yhtä. Perusviestejä on toistettava riittävän pitkän aikaa, vähintään 10 vuotta, jotta ne yhdistyisivät vastaanottajien mielikuviin KUUMA-kunnista ja niiden keskinäisestä yhteistyöstä.

KUUMA-perusviestit painottuvat:

- 1) palvelujen uudistamiseen: kuntarajat ylittävät, hyvät ja tehokkaasti tuotetut palvelut,
- 2) yhdyskuntarakenteen kehittämiseen kokonaisuutena ja osana Helsingin seutua sekä
- 3) erinomaisena yritysten sijaintipaikkana ja alueena, jossa on monipuolista ammatillista koulutusta.

Perusviesti on myös se, että KUUMA on itsenäisten kuntien toimivaa yhteistyötä.

Palvelujen uudistamisessa korostuvat luovuus ja innovatiivisuus. Tällä tarkoitetaan uusien asioiden ja ideoiden tuottamista ja käyttöönottoa, jatkuvaa monipuolista kokeilu- ja kehitystoimintaa sekä nopeaa omaksumista ja oppimista. Palveluiden kehittämisessä painotetaan asiakaskeskeisyyttä, erilaisten vaihtoehtojen tarjoamista ja ongelmien ennaltaehkäisyä. Johtamisen kehittäminen ja työhyvinvointi tukevat asemaa tulevaisuuden työnantajina.

KUUMA-alueen asukasmäärät kasvavat, ja alueen vetovoima yritysten sijaintipaikkana on houkutteleva. Pohjatyöt alueen yhdyskuntarakenteen tarkastelussa on tehty, maakäytön kehityskuva, asuntopoliittinen ohjelma ja Helsingin seudun maankäytön ja asumisen ohjelma ovat valmistuneet. Yhteistyön kohteet ja kipupisteet on määritelty, ja seuraavaksi siirrytään toteuttavaan vaiheeseen. Erityisesti nyt tarvitaan kuntien ennakkoluulotonta, ja Helsingin seudun kilpailukyvyyn takaavaa yhteistyötä, jossa hyötyjä tarkastellaan koko seudun näkökulmasta.

KUUMA-perusviestit ovat näistä lähtökohdista:

- *uudistaminen ja luovuus*
- *kaavoituksen yhteensovittaminen*
- *erinomainen ammatillinen koulutus*
- *yhdessä vaikuttaminen*

Viestejä on tarpeen kiteyttää. Viestien tulee perustua KUUMA-strategiaan ja määrätietoiseen kehittämistyöhön sekä soveltua moniin erilaisiin käyttötarkoituksiin.

3. Viestinnän toimintaperiaatteet

KUUMA-tavoitteiden edistäminen ja perusviestin läpivienti edellyttävät myös viestinnältä avoimuutta ja innovatiivisuutta. Viestinnän kehittämiseksi on tarpeen määritellä sen mukaiset toimintaperiaatteet, joita noudatetaan kaikessa KUUMA-viestinnässä niin sisäisesti kuin ulkoisesti.

KUUMA-viestintä on oma-aloitteista, ennakoivaa ja aktiivista.

Viestinnän toimintatapaa kuvaavat seuraavat ominaisuudet

- avoimuus
- luotettavuus
- vuorovaikutuksellisuus
- suunnitelmallisuus
- ennakoivuus
- nopeus

Viestintä toimii näiden periaatteiden mukaisesti myös silloin, kun toimintaa kohtaan esitetään kritiikkiä tai viestintätilanne muutoin koetaan vaikeaksi.

KUUMA-kuntien yhteistyön maineen rakentaminen lähtee kunnista ja asioiden käsittelystä kuntakohtaisesti. Siksi erityistä huomiota on kiinnitettävä siihen, että kunnissa tapahtuva henkilöstöviestintä ja päivittäinen esimiesten ja henkilöstön välinen vuorovaikutus toimii näiden periaatteiden mukaisesti.

Kohderyhmät

Viestinnässä asetutaan vastaanottajan asemaan, sillä tiedon tulvassa vain itseä kiinnostava ja koskettava viesti tehoaa. Parhaimmillaan viestintä voi luoda aktiivisia verkostoja ja tuoda puolestapuhujia, jotka vievät KUUMA-viestiä edelleen omiin sidosryhmiinsä.

Viestinnän asiakaskeskeisyys merkitsee sitä, että:

- tunnemme kohderyhmät
- ennakoimme viestintätarpeet
- rakennamme verkostoja
- valitsemme oikeat välineet kohderyhmien tavoittamiseen
- viestintä on monikanavaista ja vuorovaikutteista
- viestinnän sisällöt ovat korkeatasoisia ja kattavia
- kuuntelemme palautetta ja etsimme entistä tehokkaampia tapoja viestiä.

KUUMA-viestintä suunnitellaan niin, että se tavoittaa keskeisten hankkeiden ja palveluiden osalliset ja kohdeyleisöt. Tärkeitä kohderyhmiä ovat mm.

- kuntalaiset
- luottamushenkilöt – hallitus- ja parlamentti, kaupungin/kunnanhallitukset, valtuustot ja lautakunnat
- henkilöstö, kumppaneiden henkilöstö
- henkilöstöjärjestöt
- yritykset - kaupungille palveluja tuottavat yritykset sekä muut
- yliopistot ja oppilaitokset
- seurakunnat
- kolmas sektori - järjestöt, seurakunnat, yhteisöt
- valtion viranomaiset
- Helsingin seudun kunnat
- valtakunnalliset kunta-alan järjestöt - etujärjestöt, puolueet

Visuaalinen ilme

Maine syntyy tekojen sekä sanallisten ja sanattomien viestien avulla. KUUMA-kuvan muodostumista edistää visuaalinen yhtenäisyys. Siksi viestinnässä noudatetaan graafista ohjeistusta, jota on soveltaen noudatettava kaikessa viestinnässä. Ohjeistus tukee suunnitelmallista brändin rakentamista.

KUUMA-yhteistyö tulee tunnistaa. Tunnus näkyy, kun kysymys on kuntayhteistyöstä.

4. Viestinnän kehittämisen painopisteet 2008 - 2010

Viestinnän kehittämisen painopisteet vuosina 2008-2010 ovat mediayhteyksien ja verkko-viestinnän parantaminen, luottamushenkilöille tapahtuvan viestinnän suunnitelmallisuus, palvelukeskusten perustamisen edellyttämä henkilöstöviestinnän toimintatapojen tehostaminen sekä markkinointiviestinnässä toteutettava KUUMA-tavoitekuvan mukainen yhteisökuvan rakentaminen.

Keskeistä on toimivan viestintäsuunnitelman laatiminen, myönteisen viestintäilmapiirin luominen, viestintäryhmän ja valmistelusta vastaavien työryhmien aktivointi sekä viestintäprosessien kehittäminen.

KUUMA-yhteistyössä otetaan huomioon viestinnän kohderyhmät, ja kohdennetaan viestintä niin, että tieto tavoittaa mahdollisimman hyvin sitä tarvitsevat. Asukastiedottamista tehostetaan.

Kehittämishankkeissa ja muussa valmistelussa varaudutaan avoimeen ja vuorovaikutteiseen tiedottamiseen laatimalla hankekohtainen viestintäsuunnitelma.

5. Tavoitteet viestinnän painopistealueilla

Luottamushenkilöviestintä

KUUMA-kuntien luottamushenkilöt ovat avainasemassa, kun kuntayhteistyön sisältöä, tavoitteita ja tuloksia arvioidaan kuntien ja niiden asukkaiden näkökulmasta. Heillä tulee olla käsiteltävinä olevista asioista ajantasaisesti ja riittävästi tietoa valmistelussa olevista asioista. Ennen kaikkea on tärkeää, että toteutuneesta yhteistyöstä tiedotetaan ja sen tuloksia seurataan ja niistä raportoidaan säännöllisesti. Ylintä päätösvaltaa KUUMA-kuntien yhteistyössä käyttävät kuntien valtuustot. Valtuustoryhmien merkitys korostuu.

Luottamushenkilöviestinnän tavoitetila

- luottamushenkilöt saavat tietoa yhteistyön etenemisestä, ja asioiden valmistelusta kattavasti ja ennakoivasti
- KUUMA viestintämateriaali toimitetaan kaikille valtuutetuille ja kunnanhallitusten jäsenille
- KUUMA kuntien luottamushenkilöiden yhteisiä tapaamisia järjestetään säännöllisesti
- avoin vuoropuhelu kuuluu demokratiaan ja sen nähdään voimavarana.

Mediaviestintä

Tiedotusvälineet ovat mielipidevaikuttajia ja julkisen keskustelun foorumeja. Merkittävä osa kuntayhteistyötä koskevista tiedoista ja arvioista välittyy joukkotiedotusvälineiden kautta. Tiedotusvälineitä palvellaan aktiivisesti, nopeasti ja luotettavasti. Tiedotusvälineisiin pidetään säännöllisesti yhteyttä, ja sovitaan toimitukselle parhaiten sopivista menettelytavoista.

KUUMA–hallituksen ja –parlamentin esityslistat toimitetaan liitteineen etukäteen tiedotusvälineille ja julkaistaan myös internetissä. Keskeisistä asioista lähetetään mediatiedotteita jo ennakoon ja päätöksistä välittömästi kokouksen päättymisen jälkeen.

Mediaviestinnän tavoitetila

- asukkaat saavat tietoa yhteistyön etenemisestä, päätöksenteosta, asioiden valmistelusta sekä palveluista kattavasti ja ennakoivasti median kautta
- mediaviestintä on avointa, luotettavaa, aktiivista ja nopeaa
- viestintäverkosto tuntee median toimintatavat ja toimitukset
- myös kritiikki siedetään, ja median kautta tulleisiin kysymyksiin ja kannanottoihin vastataan
- toimituksiin pidetään säännöllisesti yhteyttä myös henkilökohtaisesti.

Verkkoviestintä

KUUMA-verkkosivujen tarkoitus on antaa asukkaille, luottamushenkilöille ja medialle oikeat ja ajantasaiset tiedot KUUMA-yhteistyön sisällöstä. Verkkoviestintä lisää valmistelun ja päätöksenteon läpinäkyvyyttä sekä edistää paikallista demokratiaa ja vuorovaikutusta. Sidosryhmät voidaan tavoittaa nopeasti internetin, sähköpostin ja mobiililaitteiden avulla.

Esityslistat liitteineen julkaistaan internetissä. Tiedotteet kokouksista julkaistaan uutissivulla kokouksen jälkeen. Tiivistelmä kokousten päätöksistä julkaistaan internetissä kokousta seuraavana päivänä samoin kuin varsinaiset pöytäkirjat.

Verkkoviestinnän tavoitetila

- www.kuuma.fi on sidosryhmien näkökulmasta rakennettu käyttäjäystävällinen verkkopalvelu, joka
- kertoo ennakoivasti asioiden valmistelusta ja päätöksenteosta sekä vaikuttamismahdollisuuksista
- tiedottaa ajankohtaisista asioista
- koetaan korkealaatuiseksi ja houkuttelevaksi
- verkkoviestinnän kattavuus ja ajantasaisuus taataan verkkopäivittäjien ohjauksella ja koulutuksella.

Henkilöstöviestintä

Suunnitelmallisesti ja laadukkaasti toteutettuna henkilöstöviestintä edistää tuloksellista toimintaa luomalla yhteisiä toimintatapoja ja sitouttaa strategiaan ja visioon. Hyvä yhteishenki ja innostus tukevat myös innovatiivisuutta. Varsinkin muutostilanteissa tarvitaan aktiivista ja suunniteltua viestintää. Esimiesten viestintävalmiuksia tuetaan koulutuksella ja neuvonnalla.

KUUMA-yhteistyössä hyväksytyjen tavoitteiden arvojen on heijastuttava myös henkilöstöviestintään ja päivittäiseen esimiestyöhön. Johdon ja henkilöstön välillä vallitseva luottamus ja arvostus näkyy myös yhteistyössä. Yhteistyön kehittämisessä johto näyttää esimerkkiä omalla toiminnallaan.

Henkilöstöviestinnän tavoitetila

- henkilöstöviestintä myös yhteistyöasioissa on aktiivista ja kattavaa ja edistää strategian toteutumista
- viestintäilmapiiri on avoin ja suvaitseva ja tuo esiin uusia kehittämisideoita
- johdon rooli strategia- ja muutosviestinnässä on merkittävä
- intra on nopea ja aktiivinen tiedotus- ja vuorovaikutuskanava sekä päivittäinen työväline, jonka käyttö koetaan helpoksi ja houkuttelevaksi. Viestintäryhmä välittää tiedot kuntien intraan.

Markkinointiviestintä

Viestinnän avulla tehdään KUUMA-yhteistyötä tunnetuksi ja rakennetaan alueen identiteettiä. Hyvä maine auttaa luomaan yhteiskuntasuhteita ja yhteistyöverkostoja sekä saamaan aktiivisia puolestapuhujia.

KUUMA-strategiassa mainittujen kilpailukykyyn ja yhdyskuntarakenteeseen liittyvien tavoitteiden toteuttaminen vaatii tuekseen markkinointia.

KUUMA-kunnat osallistuvat yhteiseen elinkeinomarkkinointiin, matkailumarkkinointiin sekä kulttuurimarkkinointiin. Kansainvälinen markkinointi vaatii metropolialueen kaupunkien yhteistyötä ja resursseja. Myös tällöin on tärkeä tuoda näkyviin KUUMA-tunnus viestintämateriaaleihin.

Kuntien henkilöstö, esimiehet ja luottamushenkilöt ovat avainasemassa KUUMA-mainetta rakennettaessa. Vetovoimainen kuntayhteistyö vahvistaa työnantajaimagoa ja varmistaa osaltaan työvoiman saantia tulevaisuudessa.

Markkinointiviestinnän tavoitetilä

- markkinointi tuo laajasti esiin KUUMA-kuntien tarjoamat asumisen ja yrittämisen mahdollisuudet
- markkinointiviestinnän toteutukset ovat erottuvia ja jäävät mieleen
- yhteistyöverkostoja rakennetaan aktiivisesti
- markkinointiviestintä lisää suunnitellusti alueen, palvelujen, ja tapahtumien tunnettuutta ja houkuttelevuutta
- palveluiden ja asiakaspalvelun tasoon kiinnitetään koulutuksessa ja kehittämisessä huomiota, sillä ne rakentavat yhteisten palvelujen maineen
- tiedostuslehti koetaan houkuttelevaksi

6. Viestinnän nykytilan kuvaus

Viestinnän johtamisjärjestelmä

KUUMA-kuntien valtuustot päättävät yhteistyön strategiasta ja sisällöstä. Kuntien yhteistyön viestintä pohjaa näille päätöksille. Myös yhteistyössä valmisteltavissa asioissa on pidettävä huolta siitä, että kunnan asukkailla ja palvelujen käyttäjillä on edellytykset osallistua ja vaikuttaa toimintaan.

KUUMA-hallitus vastaa tiedottamisesta, ja yhteistyöjohtaja huolehtii sen toteuttamisesta. Viestinnän suunnittelu kytketään kaupungin strategiaprosessiin sekä työryhmissä tapahtuvaan valmisteluun. Viestintä otetaan huomioon kaikkien merkittävien sisäisten ja ulkoisten hankkeiden valmistelussa alusta alkaen. Mitä suuremmasta hankkeesta on kyse, sitä aikaisemmassa vaiheessa siitä on syytä tiedottaa ja huolehtia osallistumismahdollisuuksien järjestämisestä. Keskeisille hankkeille ja työryhmille on syytä nimetä viestintävastaava.

Perusteilla olevien palvelukeskusten viestinnästä vastaavat projektipäälliköt ja yksiköiden isäntäkunnat. Viestintäryhmä tukee ja ohjaa ammatillisesti KUUMA-yhteistyön viestintää. Viestintäryhmän puheenjohtajana toimii puheenjohtajakunnan tiedottaja.

Jokainen KUUMA-kuntien työntekijä vahvistaa yhteistyön ilmettä ja imagoa hyvällä asiantuntemuksellaan ja rakentavalla toiminnallaan. Jokaisen tehtäviin kuuluu myös viestintätehtäviä. Henkilö, joka vastaa tietyistä toimintakokonaisuuksista, huolehtii myös sen kokonaisviestinnästä lainsäädännön, viestintälinjausten ja hyvän viestintäkäytännön mukaisesti.

Luottamushenkilöt viestijöinä

Luottamushenkilöiden sidosryhmäsuhteet ovat arvokkaita verkottuneessa kuntayhteistyössä. Media ja kansalaiset ovat kiinnostuneita luottamushenkilöiden näkemyksistä. Poliittiset ryhmät voivat järjestää halutessaan omia tiedotustilaisuuksia ja tiedottaa näkemyksistään. Poliittiset ryhmät samoin kuin ammattiyhdistykset huolehtivat itse tiedottamisestaan.

Tilaisuuksissa puheenjohtajakunnan valtuuston puheenjohtaja on KUUMA-puheenjohtaja, ja edustaa KUUMA-yhteistyötä. Protokollassa seuraavina ovat komission puheenjohtaja ja yhteistyöjohtaja.

Viestinnän resurssit

Yhteistyöjohtaja huolehtii tiedottamisesta. Assistentti huolehtii nettisivujen päivityksestä, ja säännöllisesti tuotettavan materiaalin laatimisessa käytetään asiantuntijapalveluja. KUUMA-puheenjohtajakunnan tiedottaja on toiminut KUUMA-tiedottajana ja koordinoi medialle ja kuntiin tapahtuvaa viestintää apunaan viestintäryhmä.

Viestintäryhmän tehtävänä on tukea KUUMA-kuntien toimialajohtoa ja asiantuntijoita yhteistyöasioiden tiedottamisessa. Ryhmä koordinoi viestintää ja laatii vuosittain viestintäsuunnitelman sekä ohjaa tiedotusmateriaalien toimitusta. Lisäksi työryhmän tehtävänä on kehittää kuntayhteistyössä tapahtuvaa tiedottamista sekä järjestää alan koulutusta ja tilaisuuksia.

Viestinnässä hyödynnetään tehokkaasti erilaisia verkostoja ja pyritään vuorovaikutukseen. Yhteistyötä rakennetaan keskeisten toimijoiden sekä Helsingin seudun viestijöiden kanssa.

Viestinnän pääkanavat

Viestinnässä käytetään luovasti erilaisia kanavia, joilla pystytään tavoittamaan halutut vastaanottajat.

Henkilöstön edustajien kokouksessa tiedotetaan henkilöstön edustajille toiminnasta sekä erityisesti sellaisista suunniteltavina tai valmisteltavina olevista asioista, joilla on vaikutusta

henkilöstön asemaan tai työoloihin sekä näissä asioissa tehdyistä päätöksistä ja toimenpiteistä. Kuntakohtainen tiedottaminen tapahtuu kussakin kunnassa sovittujen käytäntöjen mukaisesti.

KUUMA-valmistelusta tiedotetaan aktiivisesti joukkoviestimien kautta suurelle yleisölle ja kohdennettuna viestinä suoraan asianosaisille ja keskeisille sidosryhmille.

KUUMA-yhteistyönä valmistuneista selvityksistä ilmestyy runsaasti julkaisuja., jotka ovat kaikkien halukkaiden saatavissa sähköisessä muodossa.

Kaikkien KUUMA-kuntien sivuilla on linkki www.kuuma.fi -sivuille.

7. Viestinnän arviointi

Viestinnän kehittäminen on osa KUUMA-strategiaprosessia, jolloin sen päivittäminen käynnistää myös viestintäsuunnitelman ja ohjeiden tarkistamisen.

Viestinnän tuloksia arvioidaan osana tavoitteellista viestinnän kehittämistä, viestinnän toimintaympäristön muutoksen ennakointia sekä vuotuista toimintasuunnittelua. Arvioinnin kohteena ovat viestinnän painopistealueet ja saatu palaute.

Arvio tehdään keskusteluna vuosisuunnittelun yhteydessä, jolloin tiedot ovat pohjana seuraavia vuosisuunnitelmia tehtäessä.