

ROVANIEMI

Viestintä-, markkinointi- ja osallisuusohjelma
2023–2025

Luonnos, kaupunginhallitus 8.5.2023

Viestintä-, markkinointi- ja osallisuuspalvelut

Sisältö

Viestintä-, markkinointi- ja osallisuusohjelman taustat

3

Viestintä

8

Viestinnän nykytila

9

Tärkeimmät tavoitteet

10

Tiekartta

16

Markkinointi

17

Osallisuuden nykytila

18

Tärkeimmät tavoitteet

19

Tiekartta

24

Osallisuus

25

Markkinoinnin nykytila

26

Tärkeimmät tavoitteet

27

Tiekartta

32

Mittarit, arviointi ja seuranta

33

Kriittiset menestystekijät

34

Liitteet

35

Viestintä-, markkinointi- ja osallisuusohjelman taustat

Ohjelma tukee kaupunkistrategian toimeenpanoa

Viestintä-, markkinointi- ja osallisuusohjelma perustuu kaupunkistrategiaan 2030 ja kaupunkibrändiin. Ohjelma täsmentää kaupunkistrategian tavoitteita ja asettaa tärkeimmät viestinnän, osallisuuden ja markkinoinnin kehittämiskohteet tuleville vuosille. Tarkoituksena on löytää painopisteet, joilla tuetaan kaupunkistrategian toimeenpanoa.

Viestintä, osallisuus ja markkinointi ovat ensimmäistä kertaa samassa ohjelmassa.

Ydintehtävämme

Kaupungin elinvoiman ja asukkaiden hyvinvoinnin edistäminen viestinnän, markkinoinnin ja osallisuuden keinoin.

Roolimme

Kehitämme kaupungin toimintaa ennakoivaksi, avoimeksi, asiakaslähtöiseksi ja vuorovaikutukselliseksi.

Näin viestintä-, markkinointi- ja osallisuusohjelma laadittiin

- Taustakeskustelut: toimialojen johtoryhmät, alueelliset palvelut, elämänkaariverkostot
- “Tee Rovaniemestä vartissa vaikuttavampi” -viestintäkysely 9/2022
 - Laaja levikki kaupungin kanavien lisäksi mm. korkeakoulukonsernin viestintäkanavat, Kansalaistalo, Roi-kylät, kirjastoauto
- Henkilöstökysely kehittämistarpeista 29.9.-23.10.2022
- Osallisuusprofiilien testaus Osviitan avajaisissa
- Muut aineistot: mainetutkimus, kaupunkibrändi
- Nykytila-analyysi

Valmistelun vaiheet

Nykytilan analyysi

Sisällöntuotanto

Ohjelman esittely

Lausuntokierros ja viimeistely

Kaupunginhallituksen päätös

Syyskuu/talvi 22

- Taustakeskustelut: toimialojen johtoryhmät, alueelliset palvelut, elämänkaariverkostot
- Viestintäkysely kuntalaisille
- Henkilöstökysely
- Osallisuusprofiilien muodostaminen ja testaus
- Vetovoima- ja mainetutkimuksien hyödyntäminen 2022
- Kaupunkibrändin hyödyntäminen

Alkukevät 23

- Ohjelman kirjoittaminen
- Tavoitteiden ja toimenpiteiden määrittäminen
- Liitteiden valmistelu
- Tiekartan laadinta
- Säännöllinen keskustelu VMO-viikkopalaverissa
- Keskustelu markkinointitoimijoiden kanssa

Kevät 23

- 18.4. Ohjelman esittely kaupungin johtoryhmälle
- Lausuntokierroksen valmistelu
- Ohjelman visualisointi

Toukokuu 23

- 8.5. Kaupunginhallituksen ensimmäinen käsittely
- Lausunto pyydetään seuraavilta:
- Vaikuttamistoimielimet
 - Lautakunnat
 - Kuntalaisten, järjestöjen (Rovaniemen neuvokas), opiskelijajärjestöjen, asukasyhdistysten lausumismahdollisuus kyselylomakkeella
 - Asiakirjan viimeistely lausuntojen pohjalta

Kesäkuu 23

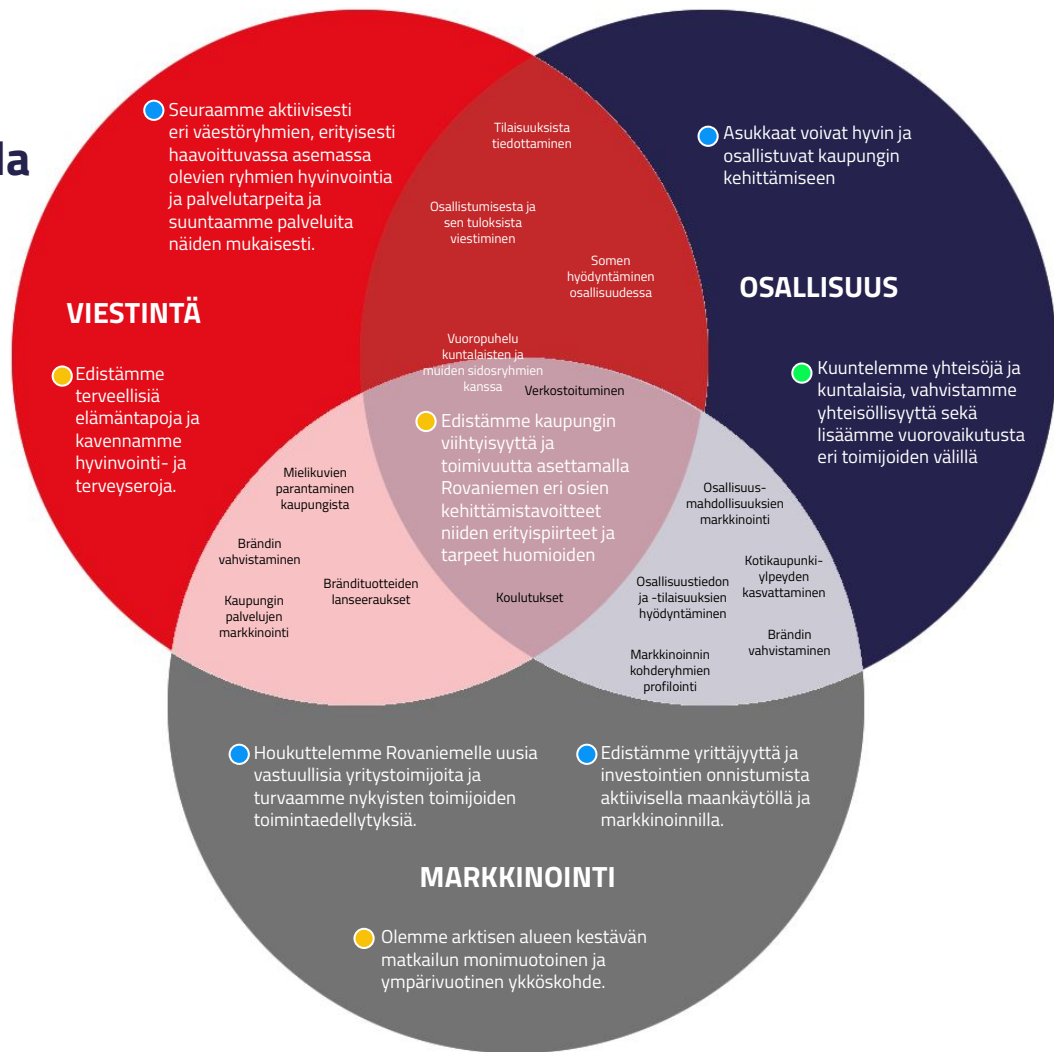
- 5.6. Ohjelman esittely kh:n iltakoulussa
- 26.6. kaupunginhallituksen käsittely
- Päätöstiedottaminen
- Toimeenpano alkaa

Palvelujemme rooli strategiakartalla

Viestinnällä, markkinoinnilla ja osallisuudella on strategiakartalla tavoitteita, joissa ne ovat omistajia, yhteistyökumppaneita tai eri tavoin toteutuksen apuna.

Tavoitteiden saavuttamiseksi tehtävissä toimenpiteissä on rajapintoja, joissa palvelumme toimivat yhdessä päämäärän saavuttamiseksi.

- Vahva omistajuus
- Vahva yhteistyökumppanuus
- Olemme apuna eri tavoin



Viestintä

Viestinnän nykytila

Kaupungin viestintää on kehitetty viime vuosina avoimemmaksi ja viestintää esimerkiksi päätöksenteosta on merkittävästi lisätty.

Kuntalaisille suunnatussa viestintäkyselyssä (9/2022) ongelmaksi koettiin kuitenkin edelleen seuraavat:

- Päätöksenteosta viestiminen ei ole riittävää eikä läpinäkyvää
- Palveluista ei saada tarpeeksi tietoa

Kaupungin henkilöstö koki, että viestintään osallistumisen tiellä on esteitä. Tämä heikentää kaupungin mahdollisuuksia tehokkaaseen ja oikea-aikaiseen viestintään.

Myös mainetutkimuksessa tunnistettiin tarve sille, että kaupunki viestii entistä aktiivisemmin kuntalaisia koskevista asioista, jotta päätöksistä ja suunnitelmista välittyy oikea kuva.

Tärkeimmät tavoitteet

1. Kuntalaisten luottamus päätösviestintään kasvaa
2. Viestimme palveluista enemmän ja oikea-aikaisemmin
3. Viestinnän saavutettavuus paranee
4. Viestintä on vuorovaikutuksellista
5. Henkilöstön kokemat viestinnän esteet madaltuvat

Palvelulupaus:

Kaupungin viestintä on ennakoivaa, avointa, ymmärrettävää ja vuorovaikutuksellista.

STRATEGIA

“Kuuntelemme yhteisöjä ja kuntalaisia, vahvistamme yhteisöllisyyttä sekä lisäämme vuorovaikutusta toimijoiden välillä.”

“Seuraamme aktiivisesti eri väestöryhmien, erityisesti haavoittuvassa asemassa olevien ryhmien hyvinvointia ja palvelutarpeita ja suuntaamme palveluita näiden mukaisesti.”

Tavoite 1: Kuntalaisten luottamus päätösviestintään kasvaa

Viestintäpalvelut tiivistää yhteistyötä lautakuntien kanssa

Miten?

- Kokoamme lautakuntien viestintäverkoston. Verkostoon kuuluvat ainakin lautakuntien sihteerit, esittelijät ja puheenjohtajat. Verkostoa koordinoi viestintä-, markkinointi- ja osallisuuspalvelut, joka tarjoaa verkostolle viestintätukea. Verkosto perustetaan, jotta kuntalaisia koskevat, päätöksentekoon tulevat asiat osataan nostaa esiin oikea-aikaisesti. Verkosto tiedottaa myös merkittävistä päätöksistä.
- Yhtenäistämme lautakuntien viestintää laatimalla päätösviestinnän ohjeet (talousarviokirjaus). Ohjeet laaditaan yhteistyössä viestintäverkoston kanssa. Ohjeeseen kirjataan viestinnän roolit ja vastuut. Ohjeen päivityksestä vastaa viestintäpalvelut.

Järjestämme läpinäkyvyyttä edistävää koulutusta

Miten?

- Koulutamme kaupungin viestijöitä viestinnän läpinäkyvyyden hyödyistä. Opastamme, miten läpinäkyvyyttä voi käytännössä edistää viestinnän ja osallisuuden keinoin.
- Järjestämme päätöksenteon parissa työskenteleville virkamiehille kielen ymmärrettävyyteen liittyvää koulutusta.
- Järjestämme median edustajille kunnan päätöksentekoon perehdyttävän koulutuksen.

Esittelemme päätöksentekijöitä kuntalaisille

Miten?

- Kokeilemme erilaisia viestinnällisiä tapoja tuoda esiin ihmisiä päätösten takana. Esimerkkinä merkittävien kokousten jälkeen julkaistavat videot, joissa puheenjohtaja/päätäjä avaa päätöksen taustoja.

Tavoite 2: Viestimme palveluista enemmän ja oikea-aikaisemmin

Viestintä-, markkinointi- ja osallisuuspalvelut tiivistää yhteistyötä toimialojen kanssa

Miten?

- Kokoamme sivistyksen ja hyvinvoinnin toimialalle viestintäverkoston. Tuemme verkoston jäseniä esimerkiksi viestintäsuunnitelmien teossa: viestintätarpeiden tunnistamisessa, kohderyhmien määrittelyssä, viestinnän ajoittamisessa, kanavavalinnoissa ja mediayhteistyössä. Kehitämme erityisesti vapaa-ajan palvelujen viestintää. Tuemme tarvittaessa myös markkinoinnin ja osallisuuden keinoin.
- Kokoonnumme säännöllisesti elinvoiman toimialan palvelualueiden kanssa käymään läpi ajankohtaisia asioita viestinnän, osallisuuden ja markkinoinnin näkökulmasta. Tunnistamme yhdessä kehittämisen kohteita ja löydämme ratkaisuja.

Tehostamme palveluihin liittyvistä päätöksistä viestimistä lautakuntien viestintäverkoston avulla (ks. edellinen dia)

Tehostamme viestintää kyläalueilla

Miten?

- Kokoamme yhdessä alueellisten palvelujen ja varautumisesta vastaavien henkilöiden kanssa kylien viestintäverkoston. Verkoston avulla määrittelemme välineet ja kanavat, joiden kautta kylissä asuvat rovaniemeläiset voidaan tavoittaa tehokkaasti.

Mittaamme viestinnän vaikuttavuutta

Miten?

- Mittaamme ja seuraamme viestinnän vaikuttavuutta sosiaalisen median ja verkkosivuston seurantatyökalujen ja mediaseurannan avulla.
- Teemme kuntalaisille säännöllisesti viestintäkyselyn, jossa kartoitamme mm. onko viestintä tavoittanut toivotut kohderyhmät.

Parannamme hankkeista viestimistä

Miten?

- Laadimme hankeviestinnän ohjeen yhdessä päätöksenteon ja johdon palvelujen kanssa.

Tavoite 3: Viestinnän saavutettavuus paranee

Kehitämme erityisryhmille suunnattua viestintää

Miten?

- Autamme palvelualueita saavuttamaan erityisryhmiä. Palvelualueet tuntevat omat asiakkaansa ja kohderyhmänsä. Autamme valitsemaan sopivimmat viestintävälineet ja -kanavat, joista kohderyhmät tavoittaa.
- Määrittelemme kriisiviestinnän erityisryhmät. Luomme toimintamallin esimerkiksi vammaisten, tärkeimpien kieliryhmien ja ilman nettiä elävien tavoittamiseen kriisitilanteissa.
- Tuemme esteettömyysteosta tiedottamisessa. Tarkoituksena on kannustaa omaa ja muita organisaatioita tekemään palvelupaikoista saavutettavia.
- Tehostamme viestintää maahanmuuttajille. Selvitämme, minkä viestintäkanavien ja kumppaneiden kautta heidät parhaiten tavoittaa.

- Viestintä, osallisuus- ja markkinointipalvelut tarjoaa alustat monikieliseen viestimiseen (mm. tapahtuma- ja harrastuskalenterit sekä englanninkieliset sivut) ja koulutusta työkalujen käyttöön.

Parannamme verkkosivujen saavutettavuutta

Miten?

- Saavutettavuuden kehittämisessä painotetaan tekoja, joilla on mahdollisimman kattavaa merkitystä.
- Järjestämme verkkosivujen sisällöntuottajille saavutettavuuskoulutusta
- Teemme säännöllisiä saavutettavuustarkistuksia.
- Kehitämme verkkosivujen saavutettavuuden seurantaa ja siitä saadun tiedon hyödyntämistä. Tarkoituksena on parantaa laadullista saavutettavuuden kokemusta.

Järjestämme henkilöstölle selkeän kielen koulutusta

(Ks. dia 15)

Tavoite 4: Viestintä on vuorovaikutuksellista

Lisäämme vuorovaikutusta päivittäisviestinnässä

Miten?

- Hyödynnämme sosiaalista mediaa vuorovaikutuksellisuuden ja viestinnän vaikuttavuuden edistämiseksi. Profiloimme sosiaalisen median kanavamme ja kirkastamme kanavakohtaiset tavoitteet ja kohderyhmät kanavas suunnitelmaksi.
- Järjestämme digitaalisia kyselytunteja kuntalaisille eri teemoista yhdessä toimialojen kanssa. Tarkoituksena on paitsi tarjota tietoa myös opastaa, mistä tietoa löytyy.

Järjestämme merkittävistä aiheista livestriimejä

Miten?

- Järjestämme livestriimi-tilaisuuksia merkittävistä asioista, joihin tunnistamme lisääntyntä tiedontarvetta kuntalaisilla, henkilöstöllä tai muilla sidosryhmillämme. Tilaisuuksiin otetaan osallistujilta kysymyksiä.
- Laadimme sisäisen ohjeen siitä, mitä striimin järjestäminen vaatii.
- Kriisitilanteita varten varmistamme, että viestintäyksiköllä on toimintavarma kalusto ja tilat striimin järjestämiseen nopealla aikataululla ja että viestintäyksikössä on riittävästi osaamista kaluston käyttöön.

Tavoite 5: Henkilöstön kokemat viestinnän esteet madaltuvat

Täsmennämme kyselyn avulla, mitä esteet ovat ja mistä ne johtuvat

- Tämän jälkeen poistamme esteitä siltä osin kuin viestintäyksikkö voi näin tehdä.

Ratkaisemme viestinnän esteitä viestintäverkostojen tapaamisissa

- Viestintäverkostojen tapaamisissa kuka tahansa verkoston jäsen voi nostaa esiin viestintään liittyvän ongelman. Viestintäpalvelut auttaa ongelman ratkaisussa.

Järjestämme koulutusta

- Järjestämme henkilöstölle viestintäkoulutusta, työkaluja ja opastusta työkalujen käyttöön. Koulutusten tarkoituksena on tehostaa työntekoa varmistamalla, että henkilöstöllä on tarvittava viestinnän osaaminen.

Mihin keskitymme vuositasolla 2023-2025

2023:

- Kokoamme viestintäverkostot sihy-toimialalle, lautakuntiin ja kylille
- Laadimme päätösviestinnän ohjeet
- Profiloimme somekanavat
- Määrittelemme maahanmuuttajille viestimisen kanavat ja yhteistyökumppanit
- Aloitamme viestinnän peruskoulutussarjan henkilöstölle

2024:

- Järjestämme päätösviestinnän läpinäkyvyyteen liittyvää koulutusta (henkilöstö ja media)
- Kartoitamme tarkemmin henkilöstön kokemia viestinnän esteitä ja ratkomme niitä
- Määrittelemme kriisiviestinnässä huomioitavat erityisryhmät ja näille sopivat viestintäkanavat

2025:

- Teemme kuntalaisille viestintäkyselyn kartoittaaksemme, onko vuoden 2022 lopulla tehdyn kyselyn tuloksiin tullut muutoksia
- Kohdennamme toimenpiteitä tarvittaessa tulosten perusteella.
- Kehitämme erityisryhmien viestintää monikielisen viestinnän osalta. Tarkennamme kriisiviestintäsuunnitelmaa kielten näkökulmasta

Markkinointi

Markkinoinnin nykytila

Markkinointi on uusi toiminto kaupungin palveluissa. Ansiokasta kaupunkimarkkinointia on kuitenkin tehty ja tehdään usealla taholla, mutta kyseiset markkinointia tekevät tai siihen tiiviisti vaikuttavat ja kytkeytyvät tahot toimivat nykyisin erillään.

Osa kaupunkilaista sekä kaupungin henkilöstöstä ei tunnista kaupunkimarkkinoinnin ulottuvuuksia ja markkinoinnin tarvetta.

Markkinoinnin mahdollisuuksia ei ole huomioitu riittävästi mm. kaupungin palvelujen prosesseissa tai palvelujen kehittämisessä.

Tärkeimmät tavoitteet

1. Markkinointi kehitetään luontevaksi osaksi kaupungin palveluja ja toimintaa
2. Rovaniemeläiset ovat ylpeitä kotikaupungistaan
3. Kaupungin kilpailuedut tuodaan esille yritysten ja muuttajien houkuttelemiseksi
4. Kaupunkimarkkinoinnin toimijoiden yhteistyötä parannetaan

STRATEGIA

“Kuuntelemme yhteisöjä ja kuntalaisia, vahvistamme yhteisöllisyyttä sekä lisäämme vuorovaikutusta toimijoiden välillä.”

“Edistämme yrittäjyyttä ja investointien onnistumista aktiivisella maankäytöllä ja markkinoinnilla.”

“Houkuttelemme Rovaniemelle uusia vastuullisia yritystoimijoita ja turvaamme nykyisten toimijoiden toimintaedellytyksiä.”

“Edistämme kaupungin viihtyisyyttä ja toimivuutta asettamalla Rovaniemen eri osien kehittämistavoitteet niiden erityispiirteet ja tarpeet huomioiden.”

Palvelulupaus: *Täällä on tilaa ja mahdollisuuksia onnistua, kasvaa ja kokeilla. Rovaniemi on kaupunki, jonne haluaa jäädä ja palata – se on arktinen pääkaupunki kaikille aisteille.*

Tavoite 1: Markkinointi kehitetään luontevaksi osaksi kaupungin palveluja ja toimintaa

Kaupungin palvelut tuodaan paremmin esille ja saataville.

Miten?

- Kokoamalla viestintä-, markkinointi- ja osallisuusverkosto ja koordinoimalla sen toimintaa, jotta markkinoinnin tarpeet ja mahdollisuudet tunnustetaan kaupungin palveluissa.
- Kehittämällä palvelujen prosesseja markkinoinnin osalta. Suunnittelemalla markkinointimateriaaleja, -kampanjoita ja esimerkiksi brändi-ilmeen sovelluksia palvelujen ja asiointimahdollisuuksien markkinointiin.
- Kouluttamalla henkilöstöä em. aineistojen käyttöön.
- Lanseeraamalla ja kampanjoimalla uusia, kehittyviä ja ajankohtaisia palveluja.
- Vahvistamalla ja yhtenäistämällä visuaalista ilmettä kaupungin palveluissa, asiointikanavissa ja -tiloissa, jotta ne tunnustetaan paremmin kaupungin palveluiksi.
- Hyödyntämällä osallisuustilaisuuksia ja osallisuuden tuottama tieto sekä toiminta kaupunkimarkkinoinnissa.
- Viestinnän ja markkinoinnin kumppanimme auttavat VMO-verkoston toimijoita kehitystavoitteen saavuttamisessa.
- Parantamalla ja yhtenäistämällä koko VMO-verkoston osaamista osallistamalla yhteisiin koulutuksiin.

Tavoite 2: Rovaniemeläiset ovat ylpeitä kotikaupungistaan

Nostetaan esille rovaniemeläisiä pito- ja vetovoimatekijöitä

Miten?

- Tuomalla esille rovaniemeläisiä onnistumisia, kaupungin kehittymistä, hyvää elämää ja menestystarinoita nykyhetkessä (ei pelkästään yritysten osalta) kuntalain sallimissa rajoissa.
- Tuomalla Rovaniemen pitkä historia esille erilaisissa tapahtumissa, kanavissa, kampanjoin, opastein ja kohtein.
- Edistämällä yhden, kaikille rovaniemeläisille yhteisen ja moni-ilmeisen Rovaniemen ajatusta esimerkiksi tapahtumamarkkinoinnissa.
- Markkinoimalla Rovaniemi-tuotteita ja paikallisesti tuotettuja yhteistyötuotteita sekä niihin kytkeytyvää paikallista koulutusta ja osaamisen kehittämistä.
- Tuomalla brändi vahvemmin yleiseen kaupunki-ilmeeseen.

Tavoite 3: Kaupungin kilpailuedut tuodaan esille yritysten ja muuttajien houkuttelemiseksi

Markkinoidaan Rovaniemen kilpailuetuja ja tuetaan sijoittumispalveluja yhteistyön kautta.

Miten?

- Hyödynnämme viestintä-, markkinointi- ja osallisuusverkoston tuottamaa tietoa palvelujen markkinoinnin tarpeesta.
- Vahvistamme muuttajamarkkinointia sekä brändin mukaisia mielikuvia vetovoimatekijöistä ja pitovoimatekijöistä.
- Luomme muuttajaprofililit, joiden avulla markkinointia kohdennetaan vetovoimatekijöitä hyödyntäen.
- Selvitämme markkinoinnin tarpeet eri ohjelmista (mm. kasvuohjelma) ja osallistumme niiden mukaisiin toimenpiteisiin yhdessä elinvoimapalvelujen ja kaupunkimarkkinointiverkoston kanssa.
- Tuemme markkinoinnilla kaupungin eri osien veto- ja pitovoimaa alueen identiteettiä hyödyntäen (mm. yhteistyö kylien kanssa).
- Parannamme oppilaitosyhteistyötä kaupunkimarkkinoinnissa luomalla verkoston oppilaitosten viestinnästä ja markkinoinnista vastaavien kanssa.
- Kehitämme rekrymarkkinointia ja tuemme positiivisen työnantajamielikuvan syntymistä.

Tavoite 4: Kaupunkimarkkinoinnin toimijoiden yhteistyö paranee

Eheyttämällä sirpaleista kaupunkimarkkinoinnin kenttää kaupunkimarkkinoinnin tehokkuuden parantamiseksi.

Miten?

- Olemme aloitteellisia luomaan yhteisen verkoston, foorumin ja työskentelykentän. Osallistumme viestintä- ja markkinointisuunnitelman laatimiseen, joka kirkastaa yhteiset ja erilliset tavoitteet, toimijoiden roolit ja vastuut. Osallistumme suunnitelman mukaisesti toimenpiteisiin yhdessä elinvoiman ja kaupunkimarkkinointiverkoston kanssa.
- Parannamme oppilaitosyhteistyötä kaupunkimarkkinoinnissa luomalla verkoston oppilaitosten viestinnästä ja markkinoinnista vastaavien kanssa. Hyödynnämme toimijoiden kanavia ja sisältöjä sekä yhteisessä että verkoston eri toimijoiden omassa markkinoinnissa.
- Etsimme synergiaetuja alueen muiden, kaupunkimarkkinointiin vaikuttavien toimijoiden kanssa (esim. Metsähallitus, ELY-keskus)
- Selkeyttämällä konserniyhtiöiden roolit. Määrittämällä ne tarvittaessa omistajaohjauksen sekä palvelusopimusten kautta. Selvittämällä, mitkä ovat yhteiset ja erityiset tavoitteet ja hyödyt kaupunkimarkkinoinnin näkökulmasta.

Mihin keskitymme vuositasolla 2023–2025

2023:

- Aloitamme kaupunkimarkkinoinnin toimijoiden yhteistyön parantamisen, suunnittelun ja toimenpiteet.
- Aloitamme VMO-verkoston ja osallisuuden tuottaman tiedon sekä erilaisen saatavilla olevan datan hyödyntämisen kaupunkimarkkinoinnissa.
- Teemme aineistosuunnitelman kaupunkibrändiin liittyvän materiaalin tehokkaasta hyödyntämisestä sisäisessä ja ulkoisessa markkinoinnissa.
- Teemme suunnitelman muuttajamarkkinoinnin taktiikoista ja toimenpiteistä yhdessä kaupunkimarkkinoinnin toimijoiden kanssa. Aloitamme muuttajaprofiilien luomisen.

2024:

- Kasvatamme kaupunkimarkkinoinnin kumppaniverkostoa kaupunkiorganisaatiota laajemmalle ja syvennämme yhteistyötä.
- Pohjaamme markkinointitoimenpiteitämme em. tietoon ja dataan ja olemme luoneet mittarit tulosten seurantaan.
- Olemme aloittaneet suunnitelman mukaisen materiaalin tuotannon ja aineiston tehokkaamman hyödyntämisen. Olemme tuoneet brändi-ilmettä entistä paremmin eri palveluihin, ympäristöihin ja kanaviin.
- Muuttajaprofiilien mukaisia markkinoinnin toimenpiteitä on käynnissä. Rekrytoinnin tarvitsemaa markkinointia on tehostettu. Markkinointi on mitattavissa ja tuottaa toimintaa parantavaa tietoa.

2025:

- Teemme suunniteltuja ja mitattavia kaupunkimarkkinoinnin toimenpiteitä yhteistyössä kattavan verkoston kanssa.
- Teemme dataan perustuvia valintoja kpki.markkinoinnin taktiikoissa ja toimenpiteissä. Markkinoinnin automatisointi on otettu käyttöön.
- Suunnitelman mukaiset materiaalit ja aineistot ovat laajasti ja linjakkaasti kaupungin eri toimijoiden käytössä ja näkyvät palveluissa, ympäristöissä ja kanavissa.
- Muuttajaprofiilit ovat tarkentuneet ja markkinointi on kohdennettua niin kohderyhmittäin kuin teemoittain.

Osallisuus

Osallisuuden nykytila

Viestintäkyselyn ja taustakeskustelujen perusteella osallisuuden keskeisin kehittämishaaste on osallisuuden vaikuttavuuden parantaminen. Osallistumismahdollisuuksia tarjotaan Rovaniemellä aktiivisesti, mutta koko organisaation yhteiset toimintatavat vaativat vielä kehittämistä. Tärkeää on myös lisätä osallistumisen mahdollisuuksista ja tuloksista viestimistä, jotta luottamus osallisuuden vaikuttavuuteen vahvistuu.

Henkilöstökyselyn perusteella osallisuusosaamisen, työvälineiden ja yhteisen toimintakulttuurin kehittämiseen tulee myös panostaa.

Keskeisimmät tunnistetut haasteet:

- Osallistumista ei pidetä vaikuttavana
- Ei tiedetä milloin, missä ja miten voisi osallistua
- Ei löydy sopivia tapoja osallistua
- Osallisuutta ei vielä toteuteta systemaattisesti koko organisaatiossa

Tärkeimmät tavoitteet

1. Lisäämme osallisuuden vaikuttavuutta ja teemme sen tulokset näkyväksi
2. Rovaniemeläiset tietävät milloin, missä ja miten voi vaikuttaa
3. Jokaiselle löytyy sopiva tapa osallistua
4. Osallisuudesta tulee laajasti osa kaupungin toimintaa

STRATEGIA

“Kuuntelemme yhteisöjä ja kuntalaisia, vahvistamme yhteisöllisyyttä sekä lisäämme vuorovaikutusta toimijoiden välillä.”

Palvelulupaus: *Rovaniemeläinen osallisuus on ihmisen kokoista sekä tekijöille että osallistujille. Avoimen ja varhaisen vuoropuhelun avulla rakennamme luottamusta ja mahdollistamme hyviä kokemuksia kaikille keskustelun osapuolille. Osallisuustyön avulla luomme Rovaniemestä kaupungin, jota kehitetään yhdessä asukkaiden kanssa ja jossa asukkailla on mahdollisuuksia vaikuttaa kaupungin päätöksentekoon. Yhteistyö nähdään meillä voimavarana ja laadun takeena. Pitkällä tähtäimellä osallisuudesta tulee tapa toimia.*

Tavoite 1: Lisäämme osallisuuden vaikuttavuutta ja teemme sen tulokset näkyväksi

Varmistamme, että osallisuus on oikea-aikaista ja riittävää

Miten?

- Luomme yhteisen mallin osallisuuden toteuttamiseen (=osallisuuspolku), jotta vuoropuhelu ja yhdessä tekeminen helpottuvat kaikille kaupungin toimijoille.
- Pyrimme vahvistamaan toimintakulttuuria, jossa osallisuudesta tulee kokonaisvaltainen osa kehittämistyötä.

Tiivistämme yhteistyötä järjestöjen, oppilaitosten, muiden yhteistyökumppaneiden sekä päättäjien ja viranhaltijoiden kesken

Miten?

- Järjestämme vuosittain Rovaniemi-foorumin, jossa eri sidosryhmät kohtaavat ja pääsevät keskustelemaan yhteisistä asioista.
- Pidämme säännöllisesti yhteyttä 3. sektorin toimijoiden kanssa esimerkiksi Rovaniemen Kansalaistalon kautta.
- Kannustamme toimialoja laajaan sidosryhmäyhteistyöhön.

Lisäämme ihmisten halua osallistua tekemällä osallisuuden mahdollisuudet, hyödyt ja vaikuttavuuden näkyväksi

Miten?

- Luomme osallisuustyön tulosten seurantaan koko organisaation yhteisen raportointitavan ja mittaamme määrän lisäksi myös laatua (palautekyselyt, itsearviointi).
- Teemme markkinoinnin keinoin osallistumisen vaikutukset näkyväksi asukkaille, keskeisille sidosryhmille, päättäjille ja koko kuntaorganisaatiolle mm. vuosittaisen raportin ja aktiivisen someviestinnän avulla.
- Jaamme säännöllisesti hyviä tarinoita osallistumisesta ja sen vaikutuksista, näytämme mitä rovaniemeläinen osallisuus on.
- Pyrimme varmistamaan, että osallistumisen kautta saatua tietoa voidaan helposti hyödyntää kehittämistyössä ja päätöksenteossa.

STRATEGIA: “Teemme asioita enemmän yhdessä lisäämällä avoimuutta ja vuorovaikutusta kuntalaisten, päättäjien ja viranhaltijoiden kanssa.”

Tavoite 2: Rovaniemeläiset tietävät milloin, missä ja miten voi vaikuttaa

Kerromme osallistumismahdollisuuksista selkeästi, monikanavaisesti ja kohderyhmät huomioiden

Miten?

- Tehostamme osallisuusmahdollisuuksista tiedottamista monipuolisesti eri kanavissa (lehdet, nettisivut, sosiaalinen media, tapahtumakalenteri).
- Teemme yhteistyötä järjestöjen, oppilaitosten ja muiden yhteistyökumppaneiden kanssa ja jaamme tietoa osallistumismahdollisuuksista myös heidän kanavissaan.
- Muistamme kertoa, mihin osallisuus vaikuttaa ja miksi kannattaa osallistua.

Menemme sinne, missä kuntalaisetkin ovat

Miten?

- Tiivistämme yhteistyötä kuntalaisten käyttämien kohtaamispaikkojen kanssa ja tuomme osallisuusmahdollisuuksia kuntalaisten luo (mm. Osviitta, kirjasto, Rovaniemen Kansalaistalo, kylien kohtaamispaikat).
- Järjestämme vaikuttamismahdollisuuksia asukkaille tutuissa tapahtumissa ja viestintäkanavissa.

STRATEGIA:

“Teemme asioita enemmän yhdessä lisäämällä avoimuutta ja vuorovaikutusta kuntalaisten, päättäjien ja viranhaltijoiden kanssa.”

Tavoite 3: Jokaiselle löytyy sopiva tapa osallistua

Mahdollistamme esteettömän ja saavutettavan osallistumisen

Miten?

- Huolehdimme, että tilaisuudet järjestetään esteettömissä tiloissa.
- Varmistamme, että osallisuutta tukevat välineet ja menetelmät ovat saavutettavia kohderyhmät huomioiden.

Luomme kuntalaisten osallistumisoppaan

Miten?

- Luomme yhdessä toimialojen ja asukkaiden kanssa oppaan, josta jokainen voi löytää itselleen sopivan tavan ja kanavan osallistua.
- Hyödynnämme oppaan muotoilussa asiakaslähtöistä kehittämisotetta.

STRATEGIA: “Lisäämme yhteisöjen ja yksilöiden vaikutusmahdollisuuksia itseään ja elinympäristöään koskevissa asioissa.”

Otamme käyttöön uusia digitaalisia ratkaisuja ja madallamme osallistumisen kynnystä

Miten?

- Luomme ajasta ja paikasta riippumattomia osallistumisen tapoja, esimerkiksi tallenteiden ja striimauksen avulla.
- Järjestämme hybriditilaisuuksia, jotka mahdollistavat osallistumisen sekä etänä että paikan päällä.
- Lisäämme matalan kynnyksen keinoja osallistua ja vaikuttaa, kuten äänestyksiä ja kyselyitä.
- Kokeilemme rohkeasti uusia digitaalisia osallisuuden alustoja.

Tuemme asukkaiden omaehtoista osallistumista

Miten?

- Toteutamme ja kehitämme osallistuvan budjetoinnin toimintamallia.
- Sitoudumme kansallisten dialogien toimintamallin kehittämiseen ja kannustamme eri toimijoita mukaan.

Tavoite 4: Osallisuudesta tulee laajasti osa kaupungin toimintaa

Kehitämme koko organisaation osaamista dialogisten menetelmien ja osallisuuden työkalujen käytössä.

Miten?

- Luomme henkilöstölle osallisuuden työkalupakin, jossa kuvataan tärkeimmät osallisuuden työvälineet ja toimintamallit.
- Räättälöimme henkilöstölle erilaisiin osaamistasoihin nähden sopivat koulutukset, joiden avulla osallisuusosaamista kehitetään jatkuvasti.
- Järjestämme säännöllisesti varhaisen avoimen yhteistyön koulutuksia ja ylläpidämme verkostokonsulttien verkostoa.

Tiivistämme yhteistyötä kaupunkiorganisaation toimijoiden kesken

Miten?

- Luomme kaupungin oman osallisuusverkoston, jonka tavoitteena on kehittää osallisuuden toimintamalleja muun organisaation käyttöön.

Kannustamme toimialoja osallisuustyöhön

Miten?

- Edistämme hyvien esimerkkien keinoin toimintakulttuurin muutosta kohti mahdollisimman varhaista vuoropuhelua tekemällä työstä näkyvää.
- Tuemme toimialoja asiakaslähtöisessä palveluiden kehittämisessä, nostamme esiin yhteiskehittämisen hyödyt ja tarjoamme välineitä asiakasymmärryksen parantamiseen (esim. palautteen antaminen ja kerääminen, palvelumuotoilu, dialogiset menetelmät).

STRATEGIA:

“Osallisuudesta tulee laajasti osa kaupungin toimintaa ja se huomioidaan jokaisella palvelualueella. Osallisuus ja yhteistyö on tapa toimia.”

Mihin keskitymme vuositasolla 2023–2025

2023:

- Kokoamme kaupungin oman osallisuusverkoston
- Henkilöstön työkalupakki julkaistaan
- Luomme yhteisen mallin osallisuuden toteuttamiseen (= osallisuuden polku)
- VaY-koulutukset alkavat

2024:

- Henkilöstön koulutukset käynnistyvät
- Kuntalaisen opas julkaistaan
- Rovaniemi-foorumi (kokeilu)
- Koko organisaation yhteisen raportointimallin ja osallisuustyön mittariston luominen
- Uudet verkostokonsultit valmistuvat

2025:

- Henkilöstön koulutukset jatkuvat
- Välttämättömät uudet digitaaliset ratkaisut käytössä
- Osallisuuden vuosikertomus ja muu tulosten markkinointi tehostuu ja osallisuustyön toteutumista seurataan koko organisaation tasolla

Mittarit, arviointi ja seuranta

Kaupunkistrategiaan ja sen tuloskortteihin sisältyy useita viestintä-, markkinointi- ja osallisuusohjelman teemoihin liittyviä mittareita. Strategisten mittareiden toteutumista seurataan osana kaupunkistrategian raportointia ja strategiakauden talousraportointia.

Viestintä-, markkinointi- ja osallisuusohjelman toteutumista seurataan viestintä-, markkinointi- ja osallisuuspalveluissa kuukausittain. Viestintä- ja markkinointijohtaja vastaa raportoinnista.

Ohjelmaston mittarit

- Kuntalaisten viestintäkyselyn tulokset
- Mainetutkimuksen tulokset
- Kuntaliiton osallisuuden itsearviointin tulos
- Osallisuuden määrän ja laadun seuranta
- Järjestettyjen koulutusten määrä (viestintä / osallisuus / markkinointi)
- Ohjelmassa esitettyjen toteutuneiden toimenpiteiden määrä (%).

Ohjelmakausittain tehdään analyysi, jolla seurataan ja tarkastellaan toiminnan muutosta ja vaikuttavuutta. Analyysin aineistona ovat:

- Viestintäkysely
- Mainetutkimus
- Taustakeskustelut (toimialojen johtoryhmät ym.)

Kriittiset menestystekijät

Ohjelman toteutumisen kannalta oleellisia tekijöitä ovat:

- Henkilöstön riittävä määrä, osaaminen, hyvinvointi ja oikea resursointi
- Riittävät ja oikein kohdennetut taloudelliset resurssit
- Toimivat prosessit, toimintatavat, rakenteet ja välineet
- Organisaation ja yhteistyöverkoston sitoutuminen
- Toimintaympäristön vakaus

Liitteet

- Nykytilan arviointiin liittyvät lisätiedot
 - Viestintäkyselyt
 - Taustakeskustelut
 - Mainetutkimus
- Osallisuusprofiilit
- Osallisuuspolku

Viestintäkyselyt

“Tee Rovaniemestä vartissa vaikuttavampi” -viestintäkysely

- Kyselyssä kysyttiin asukkaiden näkemyksiä Rovaniemen kaupungin viestinnästä, osallistumismahdollisuuksista ja markkinoinnista.
- Kysely oli auki 10.9–30.9.2022.
- Kyselystä tiedotettiin laajasti kaupungin sosiaalisen median kanavassa ja eri verkostojen kautta, mm. korkeakoulukonserni, Kansalaistalo, Roi-kylät, kirjastoauto, asiointipiste Osviitta.
- Vastaajia: 703

Viestintäkysely kaupungin henkilöstölle

- Kyselyssä kartoitettiin kaupungin henkilöstön näkemyksiä, osaamistasoa ja koulutustarpeita viestintään, markkinointiin ja osallisuuteen liittyen.
- Kysely oli auki 28.9–23.10.2022.
- Kyselystä viestittiin henkilöstölle sähköpostitse ja Lanssissa.
- Vastaajia: 876

Liitteenä yhteenveto kyselyiden tuloksista.

Taustakeskustelut

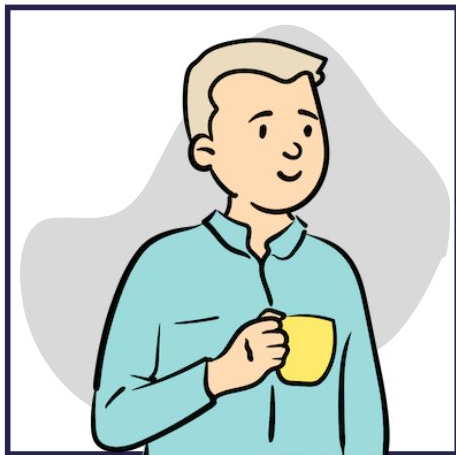
- Taustakeskustelut toimialojen johtoryhmille, alueellisille palveluille, elämänkaariverkostoille
 - Sihy-jory 21.9.2022, elinvoimajory 22.9.2022, alueelliset palvelut 5.10.2022
 - Työikäisten elämänkaariverkosto 31.5.2022, Ikäihmisten elämänkaariverkoston kokous 15.8.2022, Lasten ja nuorten elämänkaariverkosto 23.8.2022
- Taustakeskusteluissa selvitettiin mainttujen tahojen tarpeita ja haasteita viestinnän, markkinoinnin ja osallisuuden alueilla ohjelman laatimisen tueksi.

Mainetutkimus

- Rovaniemen kaupungin tilaamassa vetovoima- ja mainetutkimuksessa tarkasteltiin alueellista vetovoimaa ja käsityksiä Rovaniemestä elin- ja kotipaikkana sekä kaupungin mainetta organisaationa ja sen nauttiman luottamuksen tasoa.
- Tutkimuksen toteutti T-Media joului-tammikuussa 2021-2022.
- Tutkimus toteutetaan mahdollisuuksien mukaan kahden vuoden välein siinä tarkasteltavien asioiden kehittymisen seuraamiseksi.

Liitteenä yhteenveto tutkimustuloksista.

Osallisuusprofiilit



Tyytyväinen kuuntelija

Osallisuuden tunne tulee, kun pysyn asioista perillä

Tyytyväinen kuuntelija haluaa pysyä perillä etenkin itseään koskevista asioista. Tyytyväinen hän on silloin, kun vaikuttaminen on tehty helpoksi eikä se vaadi erityistä vaivaa. Hän vastailee mielellään kyselyihin ja äänestyksiin, jos niitä tulee vastaan.

Toivoisin että kaupunki lisäisi tiedotusta sen suhteen että missä tavallinen kansalainen pääsee milloinkin vaikuttamaan ja mihin asioihin.



Vahvuudet

Kiinnostunut kaupungin asioista

Avoin vuorovaikutukselle

Osallistuu mielellään silloin, kun osallistumisen kynnyks on tehty matalaksi



Haasteet

Ärsyttää jos tietoa ei löydy helposti ja tiivistetysti eikä lähde sitä erikseen etsimään

Ei tiedä mistä löytää tietoa tai mitä kanavia käyttäisi

Passiivinen, osallistuu vaihtelevasti



Kiireinen kommentoija

Osallisuuden tunne tulee, kun pystyn vaikuttamaan nopeasti arjen keskellä

Kiireinen kommentoija seuraa kiinnostuneena kaupungin asioista ja keskustelee niistä mielellään toisten kanssa. Kiireisen elämäntyylin vuoksi osallistumiselle ei kuitenkaan löydy aikaa. Hän haluaisi osallistua nopeasti arjen keskellä kommentoimalla, arvioimalla ja esittämällä kehitysehdotuksia.

Toivon että voisi osallistua itsenäisesti omalla ajalla ilman läsnäoloa. Toisaalta tapahtumilla ja osallistamisella on aikansa ja paikkansa, mutta kiireisessä arjessa se on liian sitovaa.



Vahvuudet

Kiinnostunut kaupungin asioista ja etsii niistä mielellään tietoa

Sopivien keinojen puitteissa olisi kiinnostunut vaikuttamaan enemmänkin

Paljon mielipiteitä ja ajatuksia



Haasteet

Haluaisi enemmän mukaan, mutta ei olosuhteiden vuoksi pääse

Turhauttaa, jos osallistuminen vie paljon aikaa

Turhauttaa, jos kiinnostavat tilaisuudet järjestetään väärään aikaan tai väärässä paikassa



Uteliias ideoija

Osallisuuden tunne tulee, kun pääsen mukaan suunnittelemaan ja arvioimaan

Uteliias ideoija haluaa olla mukana luomassa parempaa kaupunkia. Osallistuminen on hänelle uutta ja innostavaa. Hän on kiinnostunut erilaisista osallistumismahdollisuuksista ja kuulisi niistä mielellään lisää. Eniten hän haluaisi päästä suunnittelemaan ja arvioimaan.

Osallistaminen ei ole helppoa, mutta olisi keksittävä joku keino antaa muillekin kuin kovaäänisimmille mahdollisuus tuoda oma kanta ja ideat esille.



Vahvuudet

Mahdollisuus pitkäaikaiseen yhteistyöhön

Motivaatiota ja aikaa osallistumiseen

Aktiivinen, paljon ideoita



Haasteet

Tilaisuuksissa hankala saada omaa ääntään kuuluviin

Osallistuminen vaatii rohkaisemista ja selkeää prosessia

Haluaa päästä mukaan jo suunnitteluvaiheessa



Tarmokas toimija

Osallisuuden tunne tulee, kun näen työni vaikutuksen ja saan arvostusta

Tarmokas on vaikuttamisen konkari, joka on ollut jo pitkään mukana kehittämässä kaupunkia. Hän on aktiivinen toimija ja tuo miellään äänensä kuuluviin. Osallisuus on hänelle sydämen asia. Tarmokas on tuhrautunut kaupungin toimintaan eivätkä osallisuuskeinot herätä luottamusta. Hänelle tärkeintä olisi nähdä työnsä vaikutus ja saada arvostusta.

*On turhauttavaa osallistua
näennäisiin kuulemis- ja
keskustelutilaisuuksiin, kun tietää
ettei tehtyjä esityksiä aidosti kuulla
eikä huomioida päätöksenteossa*



Vahvuudet

Kiinnostunut osallistumaan pidempiin projekteihin.

Rakastaa Rovaniemeä ja haluaa sen parasta

Omatoiminen ja talkoohenkinen

Osallistuminen on tuttua

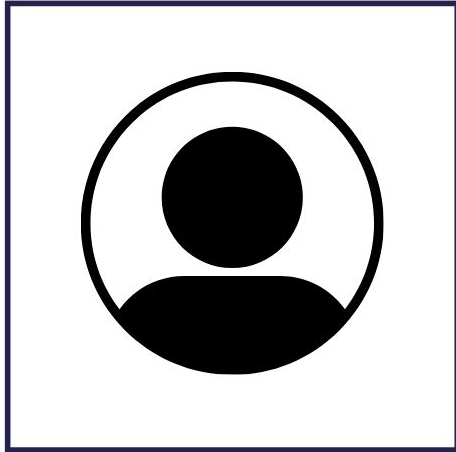


Haasteet

Kokee että hänen osallistumistaan ei arvosteta

Turhauttaa, jos ei näe osallistumisensa vaikutuksia

Ei luota kaupunkiin ja vaikuttamiskeinojen vaikuttavuuteen



Osallistuminen ei ole minua varten

Tavoittamaton

Osallisuuden tunne tulee, kun tulen nähdyksi ja kuulluksi omassa ympäristössäni

Tavoittamaton ei koe osallistumista luontevaksi. Hän haluaa pysyä omissa oloissaan ja ympäristössään. Kaupungin asiat eivät kosketa häntä eikä hän seuraa kaupungin kanavia. Hän haluaisi tulla kuulluksi ja nähdyksi hänelle sopivalla tavalla.

Vahvuudet

Mahdollisuus kokea enemmän osallisuutta, jos saa osallistua itselleen sopivalla tavalla

Palveluista tulee parempia, kun hän pääsee mukaan

Haasteet

Ei näe osallistumisen hyötyjä

Osallistuminen on vaikeaa ja hankalaa

Osallistumisen kanavat eivät ole tarpeeksi saavutettavia

Osallisuuden polku

OSALLISUUDEN POLKU

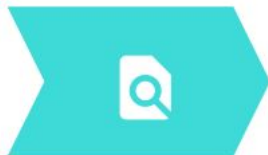
Mallikuva

Kehitystarpeen tunnistaminen



- Ketä tulisi ottaa mukaan, jotta lopputuloksesta tulisi parempi? Mihin ja keihin asia vaikuttaa?
- Millaiset resurssit on käytettävissä? Tarvitaanko ulkopuolista apua?
- Mikä ongelma halutaan ratkaista? Mitä valmisteltavalla asialla halutaan saavuttaa?

Tiedonkeruu ja asiakasymmärryksen rakentaminen



- Mitä aiheesta tiedetään jo ennalta?
- Miten saisimme asiakkaiden tarpeet selville?
- Ennakkovaikutusten arviointi
- Tiedottaminen: mistä on kyse, miten voi tulla mukaan, mihin voi vaikuttaa ja mihin ei?

Yhteinen ideointi ja ratkaisujen testaus



- Valitaan kullekin asiakasryhmälle sopivat osallistumisen tavat, osallisuusprofiilit huomioiden:
 - tyytyväiset kuuntelijat
 - kiireiset kommentoijat
 - uteliaat ideoijat
 - tarmokkaat toimijat
 - tavoittamattomat

Konseptointi ja asian viimeistely

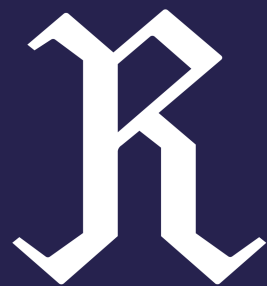


- Aineistojen yhteenveto
- Lopputuloksen viimeistely, asiakasymmärryksen ja muiden realiteettien yhteensovittaminen
- Lausuntokierrokset, kommentointimahdollisuudet osallistuneille

Päätöksenteko



- Asiasta vastaava toimielin käsittelee valmistellun asian
- Tiedottaminen lopputuloksesta yleisesti ja prosessiin osallistuneille: mitä päätettiin, miten osallistuminen vaikutti lopputulokseen, mitä tapahtuu seuraavaksi
- Valmistelun aikana kerätyn tiedon jakaminen muulle organisaatiolle (yhteinen tietopankki)



ROVANIEMI