



Viestintäsuunnitelma

Rovaseudun työllisyysalue

Kausi 2025-2030

Viestintäsuunnitelman tarkoitus

Viestintäsuunnitelman tehtävä on tukea työllisyysalueen viestinnän toteuttamista.

Viestintäsuunnitelmassa määritellään muun muassa työllisyysalueen viestinnän periaatteet, tavoitteet, kohderyhmät, kanavat, sisällöt ja resurssit. Se tekee näkyväksi viestinnän tarpeen ja työn määrän sekä auttaa hahmottamaan viestinnän toimenpiteitä.

Viestintäsuunnitelman laadinnassa on hyödynnetty Rovaseudun työllisyysalueelle laadittua palvelusuunnitelmaa sekä Rovaniemen ja Ranuan kuntalaisille toteutetun asiakaskyselyn tuloksia.



Työllisyysalueen viestinnän periaatteet

Rovaniemi vastuukuntana tukee koko työllisyysalueen viestinnän toteuttamista. Kumpikin kunta viestii itse omille kuntalaisilleen oman kuntansa strategian, kunnan brändin ja muiden viestinnän linjausten mukaisesti. Rovaniemi ja Ranua tekevät läheistä yhteistyötä työllisyysalueen viestinnässä.

Työllisyysalueen kunnat vastaavat itse omien verkkosivujensa päivittämisestä. Kunta voi linkittää omille sivuilleen toisen kunnan verkkosivujen sisältöjä, jos katsoo sen hyödyttävän oman kunnan asukkaita. Kummankin kunnan verkkosivuilta löytyy linkki **Työmarkkinatorille**, joka toimii valtakunnallisena, yhteisenä alustana työpaikkojen ja työntekijöiden löytämisessä.

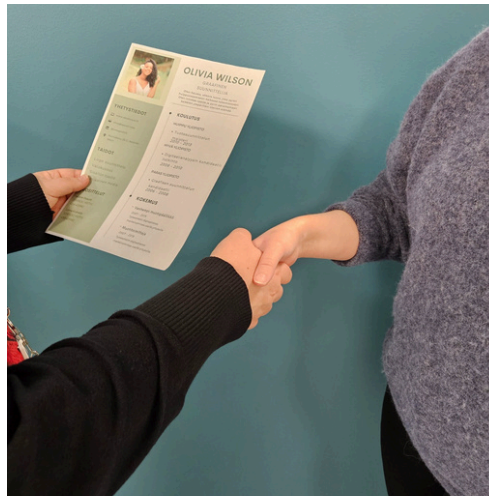
Kuva: Lapin materiaalipankki | Petri Teppo



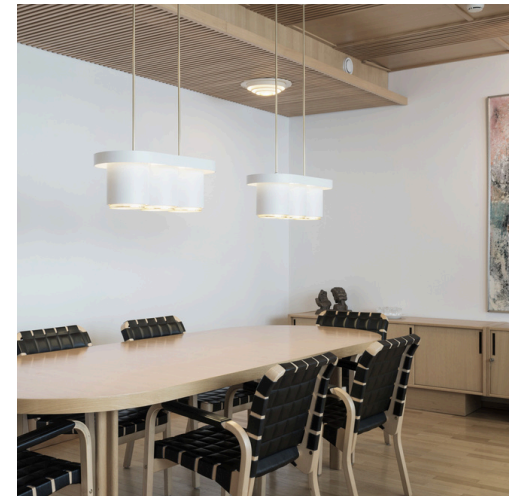
Viestinnän tavoitteet



**Lisätä tietoisuutta
työllisyyspalveluista**



**Edistää työnhakijoiden ja
työnantajien kohtaantoa
Rovaseudulla**



**Edesauttaa
työllisyyspalvelujen
verkoston viestintää**

**Viestintäsuunnitelmalla pyritään tukemaan Rovaseudun
työllisyysalueen palvelusuunnitelman toteutumista.
Tavoitteet perustuvat palvelusuunnitelmaan.**

Olemme



Avoin & osallistava

Viestintämme on helposti lähestyttävää, avointa ja kuntalaisten osallisuutta vahvistavaa.



Tietoa jakava

Viestimme ajankohtaisista, tärkeistä aiheista selkeällä ja ymmärrettävällä tavalla.

Äänensävyimme



Rento & persoonallinen

Viestimme työllisyyspalveluista, mutta ei otsa kurtussa. Kuntien oma persoona näkyy ja kuuluu.



Lämminhenkinen

Viestimme merkittävistä ihmisten elämää koskettavista, hankalistakin asioista lämmöllä ja inhimillisyydellä.



Viestinnän kohderyhmät ja pääviestit

- Työnhakija-asiakkaat

“Meiltä saat apua työnhakuun ja osaamisen kehittämiseen.”

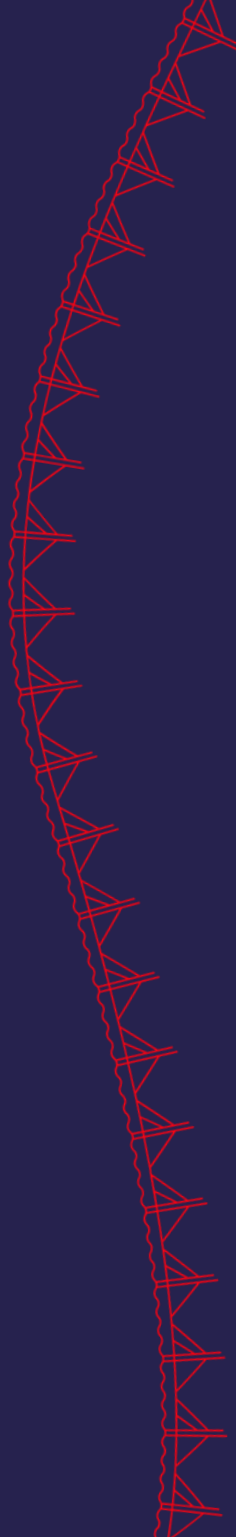
- Työnantaja- ja yritysasiakkaat

“Meillä on paikallistuntemusta ja saat meiltä apua rekrytointiin”

- Verkostot, sidosryhmät ja kumppanit

“Vahvistamme yhdessä alueen elinvoimaa. Edistämme vaikuttavasti työllisyyttä, osaavan työvoiman saatavuutta ja yritysten kasvua.”

Näiden kohderyhmien alakohderyhmät määritetään tarkemmin viestinnän toimenpidesuunnitelmassa. Suunnitelma luodaan vuoden 2025 alussa.



**Saat henkilökohtaiset,
sujuvat ja helposti
lähestyttävät
työllisyyspalvelut
omasta kunnastasi.**



Viestinnän sisällöt

Viestinnän sisältö suunnitellaan kohderyhmän ja valittavan kanavan mukaiseksi.

Sisältö voi olla esimerkiksi

- kannustusta ja opastusta palveluiden käyttöön,
- tietoa alueemme avoimista työpaikoista,
- yleistä palveluistamme tiedottamista,
- tietoa tapahtumista,
- tietoa työelämän eri vaiheisiin ja tilanteisiin,
- tietoa työnhakijan oikeuksista ja velvollisuuksista tai
- kannustusta Työmarkkinatori-palvelun käyttöön.

Viestinnässä huomioidaan myös alueella painottuvat eri kielet. Sisältöä luodaan suomen lisäksi myös vähintään englannin kielellä. Tilanteen ja tarpeen mukaan sisältöä luodaan myös muilla kielillä sekä selkokielellä. Kansainvälisen työvoiman erityistarpeet huomioidaan viestinnässä (muun muassa kausityömahdollisuudet, Suomessa työskentelyn edellytykset). Viestinnällä lisäksi tuetaan kansainvälisten työnhakijoiden työnhakuosaamista.

Viestinnän tueksi laaditaan vuosikello, josta käyvät ilmi viestinnän keskeiset teemat ja aiheet. Vuosikello laaditaan osana viestinnän toimenpidesuunnitelmaa.



Kuntalaisille toteutetun asiakaskyselyn perusteella määritetyt viestinnän kanavat ovat oleellisia.

Viestinnän kanavat

Sosiaalisen median kanavat

Sosiaalinen media on hyvä tapa tavoittaa ihmiset kanavissa, joita he jo käyttävät. Siksi myös työllisyyspalvelut hyödyntää somekanavia viestinnässään.

Verkkosivut

Rovaseudun työllisyysalueella hyödynnetään kuntien omia sivuja ja Työmarkkinatoria. Pääverkkosivuna toimivat kuntien omat verkkosivut. Työmarkkinatorin aluesivut tukevat ajankohtaisten aiheiden uutisointia. Työmarkkinatori toimii myös kaikkien asiakkaiden sähköisenä asiointikanavana.

Tapahtumakalenteri

Erilaisista työllisyysalueen, yrittäjyyteen ja kouluttautumiseen liittyvistä tapahtumista viestitään työnhakija-asiakkaille myös kuntien tapahtumakalenterien kautta.

Kasvokkaiset tapaamiset

Työnhakija- ja työnantaja-asiakkaita kohdataan kasvokkain erikseen sovituisissa tapaamisissa, mutta myös esimerkiksi rekrytapahtumissa. Työllisyysalueen tarjoamista palveluista ja tapahtumista tehdään erilaisia esitteitä kasvokkaisten tapaamisten tueksi.

Uutiskirjeet

Tuotamme uutiskirjeitä, joiden kautta työnhakija- ja työnantaja-asiakkaat saavat ajankohtaista tietoa palveluista ja tilaisuuksista.

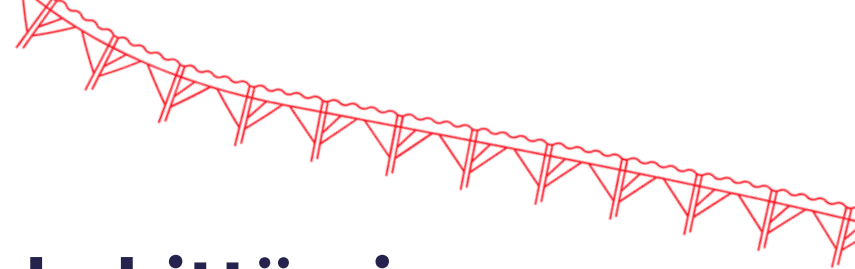
Viestinnän vastuut

Viestinnän vastuuta jaetaan työllisyysalueen viestintäasiantuntijan, työllisyyspalveluiden työsuunnittelijan ja työllisyysalueen kuntien viestijöiden kesken. Lisäksi tärkeä rooli viestinnässä on työllisyysalueen johdolla sekä koko henkilöstöllä. **“Jokainen on viestijä”** on viestinnän johtoajatus, joka korostaa, että jokaisella on vastuu viestiä vähintään omaan tehtäväkenttäänsä kuuluvista asioista. Ilman sisäistä tietoa ulkoinen viestintä ei voi onnistua: “Mistä ei tiedetä, siitä ei voida viestiä.”

Roolit ja vastuut:

- 1. Työllisyysalueen johtohenkilö:** Vastaa viestinnän strategisista päälinjoista ja linjaa, mihin suuntaan viestintää kehitetään sekä tukee viestintäasiantuntijan työtä strategisella ohjauksella. Toimii kriisiviestinnän käynnistäjänä ja ohjaa kriisiviestinnän prosesseja niiltä osin, kuin ne koskevat toimialan sisällä hoidettavia häiriötilanteita (häiriö- ja kriisiviestintäsuunnitelman vakavuusluokat 1–2).
- 2. Työllisyysalueen viestintäasiantuntija:** suunnittelee ja toteuttaa työllisyysalueen viestintää käytännön tasolla eri kanavissa sekä ulkoisessa että sisäisessä viestinnässä. Kehittää viestinnän käytäntöjä ja varmistaa niiden toimivuuden sekä koordinoi työllisyysalueen viestintää kokonaisvaltaisesti. Tämä kattaa sekä päivittäis- että päätösviestinnän. Hän toimii myös viestinnän konsulttina työllisyysalueen johdolle ja henkilöstölle. Ranuan osalta viestintää suunnittelee ja toteuttaa Ranuan viestintäkoordinaattori.
- 3. Rovaniemen kaupungin viestintäpalvelut:** Koordinoi ja kehittää koko kaupungin viestintää ja vastaa viestintäkanavien ja -järjestelmien kehittämisestä. Tukee työllisyysalueen viestintäasiantuntijaa viestinnän suunnittelussa, toteutuksessa ja kehittämisessä.
- 4. Työllisyysalueen henkilöstö:** viestii omaan työhönsä liittyvistä asioista ja tuo viestintäasiantuntijalle esille aiheita, jotka ovat ajankohtaisia asiakkaille ja yhteistyökumppaneille. Varmistaa, että asiakaspalvelu tukee viestinnän strategisia tavoitteita.

Kaikkien viestijöiden roolit ja vastuut määritellään tarkemmin viestinnän toimenpidesuunnitelmassa, joka sisältää konkreettiset työtehtävät, mittarit ja työkalut viestinnän toteutukseen.



Vaikuttavuuden seuranta ja kehittäminen

Viestinnän vaikuttavuuden seuranta on olennainen osa toiminnan kehittämistä. Seurannan avulla arvioidaan, kuinka hyvin viestintä tukee asetettuja tavoitteita, ja sen pohjalta voidaan parantaa kohdennusta, sisältöä sekä kanavien käyttöä. Analytiikan seuranta tarjoaa myös paljon tietoa eri kohderyhmien tarpeista ja mieltymyksistä.

Tavoitteena on hyödyntää kerättyä tietoa viestinnän kokonaisvaltaisessa kehittämisessä, jotta viestit ovat tehokkaita, kiinnostavia ja vaikuttavia.

Seurannan painopisteet

1. Kanavakohtainen vaikuttavuus: *Mikä toimii eri kanavissa, kuten sosiaalisessa mediassa, uutiskirjeissä ja verkkosivuilla.*
2. Sisällön kiinnostavuus: *Mitkä aiheet ja sisällön muodot herättävät eniten huomiota ja sitoutumista.*
3. Kohderyhmien tavoittaminen: *Kuinka hyvin viestit tavoittavat halutut kohderyhmät ja miten ne reagoivat.*

Mittarit ja työkalut

Viestinnän vaikuttavuutta mitataan konkreettisilla ja analysoitavilla mittareilla. Näiden avulla voidaan kohdentaa viestintää ja ajankäyttöä tehokkaammin. Jatkuva seuranta varmistaa, että viestintä pysyy ajan tasalla ja tukee strategisia tavoitteita. Mittarit ja niihin käytettävät työkalut määritellään tarkemmin viestinnän toimenpidesuunnitelmassa.



ROVANIEMI

RAHUA