



## Elinvoimalautakunnan lausunto viestintä-, markkinointi- ja osallisuusohjelmaan

Ohjelma on kattava, selkeä ja konkreettinen kokonaisuus. Ohjelmassa esitetyt uudet sisäiset verkostot vaikuttavat hyvältä tavalta tiivistää osastojen välistä yhteistyötä ja kehittää organisaation sisäistä tiedonkulkua. Verkostot auttavat myös henkilöstön osaamisen kehittämisessä.

Verkostojen lisäksi sisäisen tiedonkulun osalta olisi hyvä varmistaa, että eri toimialoilta ja vastuualueilta saatu asiakaspalaute sekä asukkaiden ja muiden sidosryhmien kehittämisajatukset tulisivat poikkihallinnollisesti kuulluksi. Palautteen kuunteleminen edellyttää myös organisaation sisäistä keskustelua siitä, mitkä kehittämistarpeet priorisoidaan ja kuka niiden hoitamiseen käytännössä tarttuu. Tämä ei ole yksistään viestintäyksikön tehtävä, mutta vuoropuhelun edistämisen näkökulmasta myös sisäisen tiedonkulun kehittämiseen tulisi kiinnittää huomiota yhteistyössä muiden hallintokuntien kanssa.

Ohjelmassa päätös- ja palveluviestinnän kehittämiseksi asetetut tavoitteet ovat tärkeitä, mutta niiden toteuttaminen edellyttää tarkempaa keskustelua resursseista.

Elinvoimalautakunnan alaisessa toiminnassa tarvitaan oman henkilöstön osaamisen kehittämisen lisäksi viestintäyksikön jatkuvaa tukea käytännön viestintätoimien tekemiseen. Yhteistyötä ja resursseja tarvitaan myös markkinoinnin ja osallisuuden kehittämiseen. Elinvoimalautakunnan näkökulmasta on tärkeää, että myös sen alaiseen toimintaan tarjotaan yhtä kattavaa tukea kuin muille hallintokunnille. Yhteisen keskustelun kautta on hyvä sopia tarkemmin työnjaosta sekä käytössä olevista resursseista, sisältötyön kehittämisen lisäksi.

Markkinoinnin osalta viestintäyksikön ja Business Rovaniemen on syytä vahvistaa yhteistyötä. Kaupungin elinvoimaisuudesta viestiminen on koko organisaation ja koko Rovaniemen kannalta olennainen strateginen tehtävä. Business Rovaniemi hallinnoi suoria viestintäkanavia paikallisten yrittäjien ja elinkeinoelämän edustajien suuntaan ja siksi yksikköön on syytä varata omaa viestintä- ja markkinointiresurssia. Käytännön työssä yhteistyö viestintäpalveluiden suuntaan nähdään kuitenkin tärkeänä, jotta koko kaupungin markkinoinnissa voidaan hyödyntää tärkeää elinvoimaisuuden ja yritysmarkkinan näkökulmaa. Erityisesti yritysten sijoittumismarkkinointiin tulee kohdentaa jatkossa lisää resursseja, sillä kyse on markkinoinnin erityisasiantuntemusta vaativasta kokonaisuudesta. Käytännössä tämä tarkoittaa mm. tavoitteellisen kilpailukykyä ja sijoittautumispäätöksiä edistävän markkinointisuunnitelman sekä -budjetin laadintaa. Business Rovaniemi on hyödyntänyt yrityspalveluita kehittäessään vahvasti asiakkaiden osallisuutta ja muotoilun menetelmiä, tätä työtä on syytä jatkaa ja siitä voitaisiin ottaa oppia muuallekin kaupunkiorganisaatioon.

Työllisyyspalveluiden toimeenpanemien lakien sisällöt muuttuvat jatkuvasti ja palveluviestinnän selkokieliisyys ja asiakaslähtöisyys edellyttävät toiminnan prosesseissa



sisällä olevan viestinnän ammattilaisen työpanosta. Työllisyyspalvelujen asiakasviestinnän tarpeet vain kasvavat tulevan TE-uudistuksen myötä. Osana muutosprosessia valtiolta siirtyy kuntiin todennäköisesti myös viestinnän henkilöstöä. Asiakaspalvelun sujuvuuden takaamiseksi on tärkeää, että tämä mahdollinen tuleva henkilöstöresurssi sijoitetaan nimenomaisesti työllisyyspalveluihin, ei keskitettyyn viestintäyksikköön. Lisäksi työntekijöille tulisi tarjota säännöllisesti mahdollisuuksia esiintymiskoulutuksiin. Koulutukset tulisi olla yksiköiden tiedossa hyvissä ajoin etukäteen, jotta niihin voidaan osallistua. Esimerkiksi riittävän ajoissa suunniteltu ja yksiköille toimitettu henkilöstökoulutusten vuosikello voisi auttaa tässä asiassa.

Alueellisten palveluiden näkökulmasta viestintä-, markkinointi- ja osallisuusohjelmassa on otettu hyviä askeleita kohti entistä parempaa yhteistyötä. Tämä on näkynyt jo käytännön työn tekemisessä ja hyvin alkanutta yhteistä kehittämistyötä on syytä jatkaa. Rovaniemeä tulee markkinoida yhtenäisen brändin alla myös jatkossa ja nostaa esimerkiksi asukastoimintaa esille kokonaisuutena koko Rovaniemen alueella. On myös syytä tarkentaa käytettävien viestintäkanavien kokonaisuutta, jotta tieto kulkee oikea-aikaisesti tarvittaville sidosryhmille.

Sidosryhmätyötä kehitettäessä kyläalueiden edustajat on syytä jatkossakin ottaa huomioon yhtenä keskeisenä keskustelukumppanina. Kylien kehittämisjaosto toimii tässä hyvänä foorumina. Osallistuvan budjetoinnin osalta on toivottavaa, että yhteistyötä alueellisten palveluiden sekä viestintä-, markkinointi- ja osallisuuspalveluiden kanssa jatketaan.

Markkinoinnin osalta asukkaiden kotiseutuylpeyttä voidaan tehokkaasti kasvattaa nostamalla koko Rovaniemen alueen menestystekijöitä esille esimerkiksi aktiivisten asukkaiden ja muiden toimijoiden kautta. Yritysmarkkinoinnissa kasvuohjelman mukaisia kilpailukykytekijöitä voidaan tuoda esille tyytyväisten asiakastarinoiden avulla, kuten Business Rovaniemen toimesta on tehtykin. Ihmisen kokoisessa arktisessa pääkaupungissa aitojen ihmisten tarinat ja onnistuneet esimerkit eri toimijoiden välisestä yhteistyöstä kehittävät varmasti mielikuvaa entistä yhteisöllisemmästä, kehittyvästä ja kilpailijoistaan erottuvasta Rovaniemestä.