

Mannerheimin Lastensuojeluliitto - Viestintäsuunnitelma 2022

MLL:n brändi ja maine rakentuvat niin yhdistysten ja piirien kuin liittotason arkityössä, kohtaamisissa ja digikanavissa. MLL:n kolmivuotistavoitteiden tärkeä menestystekijä on erottuva, vetovoimainen, yhdenmukainen viestintä kautta maan.

Viestinnän tavoitteet 2022

Vuoden 2022 viestinnällä halutaan kasvattaa ja monipuolistaa jäsenten, vapaaehtoisten, lahjoittajien sekä toimintaan osallistuvien joukkoa.

Viestintä haluaa innostaa piirit ja yhdistykset sitoutumaan aiempaa vahvemmin yhteisiin viestintälinjauksiin vuorovaikutteisella brändinkirkastuksella. Yhtenäisen markkinointiviestinnän toteuttaminen tehdään aiempaa motivoivammaksi ja helpommaksi.

MLL pyrkii säilyttämään paikkansa tunnetuimpien järjestöjen joukossa. *Luotettava ja asiantunteva* mielikuvien rinnalle vahvuuksiksi nousevat *nykyaikaisuus* ja *helposti lähestyttävyyys*. Viestintä tukee varainhankintaa. Yhteinen tavoite on, että MLL nousee kymmenen halutuimman lahjoituskohteen joukkoon.

Kohderyhmät ja kanavat

Viestinnän kohderyhmät ovat vanhemmat, lapset ja nuoret, perheiden kanssa toimivat ammattilaiset, päättäjät ja vaikuttajat, media, rahoittajat sekä MLL-yhteisö: jäsenet, vapaaehtoiset, lahjoittajat sekä keskustoimiston, piirien ja yhdistysten henkilöstö.

Viestinnän kanavat ovat verkkosivusto, ansaittu ja maksettu media, sosiaalinen media, suoramarkkinointi, julkaisut ja tapahtumat sekä henkilökohtainen yhteydenpito avainryhmiin.

Viestinnän tehtävät

Viestinnän perustehtävä on MLL-brändin vahvistaminen yhdessä piirien ja yhdistysten kanssa. Se välittää lapsia, nuoria ja perheitä koskevaa tietoa, lisää ymmärrystä lasten ja nuorten elämästä, nostaa esiin lasten nuorten ja vanhempien mielipiteitä ja kokemuksia. Se lisäksi edistää lapsen oikeuksien toteutumista, vahvistaa lasten ja nuorten huomioimista päätöksenteossa.

Keskusjärjestön viestintä vastaa mm MLL-brändin hallinnasta, valtakunnallisista linjoista viestinnässä ja markkinoinnissa, valtakunnallisesta näkyvyydestä, johon kuuluvat mediayhteydet, netti, some, julkaisut, markkinointi ja kampanjat, Lapsemmme-lehden toimituksesta.

Piirit vastaavat piirien oman toiminnan, hankkeiden ja vapaaehtoistyön viestinnästä ja markkinoinnista valtakunnallista yhtenäisyyttä tukien, paikallisen yhteistyön viestinnästä, omista viestintäkanavista, kuten somesta, verkkosivuista, uutiskirjeestä yms. sekä yhdistysten viestinnän tuesta yhdessä keskusjärjestön viestinnän kanssa.

Yhdistykset vastaavat oman toimintansa, vapaaehtoistyön ja paikallisen yhteistyön viestinnästä ja markkinoinnista valtakunnallista yhtenäisyyttä tukien sekä omien kanavien kuten verkkosivujen ja somen ylläpitämisestä.

Vuoden painopisteet

MLL:n viestinnän vuosi 2022 jatkaa liiton *vetovoimaisuuden vahvistamista* sen tukijoille, eli lahjoittajille, vapaaehtoisille ja jäsenille. Se myös *vahvistaa lasten, nuorten ja vanhempien tukea* jakamalla tietoa tästä yhä laajemmin ja tehokkaammin digitaalisissa kanavissa.

Vuoden viestinnässä painottuvat erityisesti brändiä kirkastavan vapaaehtoisikampanjan yhteinen rakentaminen, liiton viestintäsältöjen yhä vahvempi teemoittaminen sekä viestintästrategisen pohjan luominen: toimenpiteiden toteuttaminen kohderyhmäkohtaisten kirkastettujen viestien ja digianalytiikan pohjalta.

1 Brändiä kirkastava vapaaehtoistoiminnan kampanja - Yhdistykset ja piirit kutsutaan mukaan *Meidän MLL* -workshopeihin kirkastamaan MLL-brändiä yhä vetovoimaisemmaksi. Vahvistamme osana brändinkirkastusprosessia yhdistysten ja piirien kanssa käytävää vuoropuhelua ja suunnittelumallia. Yhteisten markkinointiviestinnän ja materiaalien käytöstä pyritään tekemään yhä helpompaa ja kivempaa. Ensi askel otetaan 2022 vapaaehtoisten maanlaajuiseen rekrytointikampanjan kautta syyskuussa. MLL:n yhdistysten ja piirien kanaviin tavoitellaan tämän myötä vähintään yhden vuosittaisen kampanjan ajaksi aiempaa yhdenmukaisempaa sisältöä, jolla liitto erottuu ja houkuttaa pariinsa yhä enemmän ihmisiä. Jatkossa kampanjointiin valjastetaan vahvasti mukaan muu media.

2 Vahva teemoittaminen –Teemoitusta vahvistetaan yhdistämällä eri kanavien ja toimintojen viestejä selkeämmiksi ja isommiksi viestintäkärjiksi

Vuonna 2022 kevään ja kesän tiedotteiden, blogien ja somesisältöjen yhteyttä *nuorten* hyvinvointiin vahvistetaan, jotta MLL:n mielikuvaan kiinnittyisi lapsiperheiden rinnalle myös nuorten eteen tehtävä työ. Syksyn painopiste koulujen aloituksen jälkeen on *vapaaehtoistoiminnassa*. Teemoissa toistuvat viestit korostavat erityisesti MLL:n työn yksinäisyyttä vähentävää, osallisuutta vahvistavaa ja kiusaamista ehkäisevää vaikutusta.

Resurssit ja organisoituminen

Keskusjärjestön viestintätiimi on kevästä 2021 asti toiminut osana viestinnän, varainhankinnan ja jäsenryhmien ryhmää. Viestintätiimissä on tiedottaja, verkkoviestinnän koordinaattori, graafinen suunnittelija, toimitussihteeri sekä viestintäpäällikkö. Lapsemme-lehden toimitus- ja taittotyö tehdään tiimissä.

Tiimin tehtävänä on suunnitella ja toteuttaa liittotason markkinointiviestintää. Se on lisäksi kiinteästi mukana varainhankinnassa media- ja markkinointiviestintätoimenpiteillä. Se auttaa piirejä ja yhdistyksiä tekemään toimintaansa tukevaa viestintää mahdollisimman yhtenäisin viestein ja ilmein. Viestinnän keskeinen tehtävä on myös toteuttaa keskusjärjestön eri toimintojen markkinointiviestintää ja kouluttaa koko organisaatiota viestinnässä.

Viestintäsuunnitelman rinnalla toimenpiteet avataan viestinnän, varainhankinnan ja jäsenryhmien viikkosuunnitelmassa sekä vuosikellossa. Pääviestit ja ilmeohjeistus on koottu viestinnän linjaukset -dokumenttiin.

Toimenpiteet ja päänostot

Viestinnän polttoaine muodostuu vuoden kiertoan vakiintuneista, yhteiskunnan tapahtumiin kiinnittyvistä tai hankkeiden sisällöistä nousevista viestintätoimenpiteistä.

Kertaluontoisina vuonna 2022 nostetaan

- yhdessä rakennettu, brändiä kirkastava vapaaehtoisten rekryointikampanja
- aluevaali- ja eduskuntavaalivaikuttaminen sekä
- tukioppilastoiminnan hyödyt nuorten hyvinvoinnille (50-vuotisjuhlavuoden kunniaksi.)

Elokuun lopussa alkava vapaaehtoistoiminnan kampanja tavoittelee piireille ja yhdistyksille sekä keskusjärjestölle yhä enemmän vapaaehtoisia. Se suunnitellaan osana brändin kirkastusta piirejä ja yhdistyksiä kuunnellen, mainostoimiston fasilitoimana. Samassa yhteydessä sujuvoitetaan materiaalipankki Gredin käyttöä ja viestintämateriaalien käytettävyyttä erilaisista lähtökohdista viestintätöitä tekeville vapaaehtoisille ja ammattilaisille.

Vakiintuneita ja liiton tavoitteita tukevia toimenpiteitä ovat muun muassa (ks tarkemmin vuosikello alla)

- Educa- ja Nuori-messut, joiden yhteydessä viestitään vahvasti tukioppilastoiminnan hyödyistä (Educa on peruttu)
- Mediakasvatusviikko
- Lasten ja nuorten sekä vanhempainpuhelimien ja -chattien vuosiraporttien viestiminen.
- Neuvolapostitus
- Lapset ensin -keräyksen viestintä
- Äitienpäivä, jonka yhteydessä vuonna 2022 korostetaan vanhemmuuden tukea nuorille tytöille *Tyttö olet helmi* -mielenterveysteeman kautta.
- Kevään koulupostitus: levitetään ammattikasvattajille tieto auttavista puhelimista ja nettipalveluista sekä tukioppilastoiminnasta.
- Koulun aloitus, jossa medianäkyvyyteen panostetaan selkeällä kiusaamisen ehkäisyyn liittyvällä viestintäkärjellä ja vanhempia tuetaan *Hyvä alku koulutielle* ja *Hyvä alku yläkouluun* -materiaaleilla.
- Syksyn varainhankintakampanjan ja Auta leipomalla -tempauksen viestintä
- Isänpäivä, jonka yhteydessä korostetaan vapaaehtoistyön merkitystä vanhemmuuden tuelle (päivystys)
- Lapsen oikeuksien viikko osana LOS-verkostoa
- Vapaaehtoisten päivä, jolloin korostetaan MLL:n vapaaehtoisten merkitystä
- Joulukeräyksen viestintä

Kehityshankkeet

Viestinnän ja sen sisäisten asiakkaiden *yhteistyökulttuurissa vahvistetaan ennakoivaa otetta*, kokonaissuunnittelua ja selkeitä, avattuja prosesseja.

Viestintästrateginen työ aloitetaan syksyllä kirkastamalla viestinnän kohderyhmät, näihin liittyvät tavoitteet sekä pääviestit.

Vuonna 2021 työstetty *somestrategia jalkautetaan*. Tällä tavoitellaan valittujen kohderyhmien yhä sitouttavampaa puhuttelua ja tehokkaampaa ohjaamista palvelujen ja toiminnan pariin. Äänensävy ja sisältöjen konseptointi rakentavat vahvempaa brändipersoonaa, minkä seurauksena vapaaehtoistoiminnan, lahjoittamisen ja nuoria ja vanhempia tukevien sivujen ja palvelujen käyttäjämäärät kasvavat.

Lapsemme-lehti uudistuu yhä vahvemmin liiton tukijoita palvelevaksi. Printtilehden ilmestymiskerrat tiivistyvät kahteen ja lehti laajenee sivumäärältään.

Kuvapankista työstetään paremmin sisäisiä asiakkaita ja viestinnän ja varainhankinnan työprosesseja tukeva palvelu.

Mediavaikuttaminen ja yhteiskunnallinen keskustelu

Vuonna 2021 aloitettu proaktiivinen mediavaikuttaminen jatkuu. Liiton mediaosumia ja niiden vaikuttavuutta työn tuloksille analysoidaan säännöllisesti.

Selkeät sisällöt rakennetaan Lasten ja nuorten puhelimen ja chatin sekä vanhempainpuhelimen ja -netin vuosiraporttien, koulujen alun, mediakasvatuksen, tukioppilastoiminnan, säätiön syksyisen tutkimusseminaarin, Auta leipomalla -kampanjan ja alue- ja eduskuntavaaliohjelman ympärille. Liitto hyödyntää yhä määrätietoisemmin lapsiperheiden ja nuorten tilanteesta kertyvää ajankohtaista tietoaan. Viestintä ja vaikuttamisen asiantuntijat työskentelevät tiiviissä yhteistyössä vaalivaikuttamisen tiimoilla.

Liitto osallistuu yhteiskunnalliseen keskusteluun 2022 erityisesti nuorten hyvinvoinnin, yksinäisyyden ja kiusaamisen teemoilla ja toimii aktiivisena äänenä mielipidepalstoilla ja tiedottein. Se tukee piirejä ja yhdistyksiä mediayhteyksissään yhä ennakoivammalla otteella.

Se jatkaa aktiivista twitterin hyödyntämistä nimenomaan vaikuttamiseen ja puhuttelee siellä ennen kaikkea päättäjiä. Twitterin merkitys aluevaalien ja eduskuntavaalien viestintäkanavana on merkittävä.

Digiviestintä

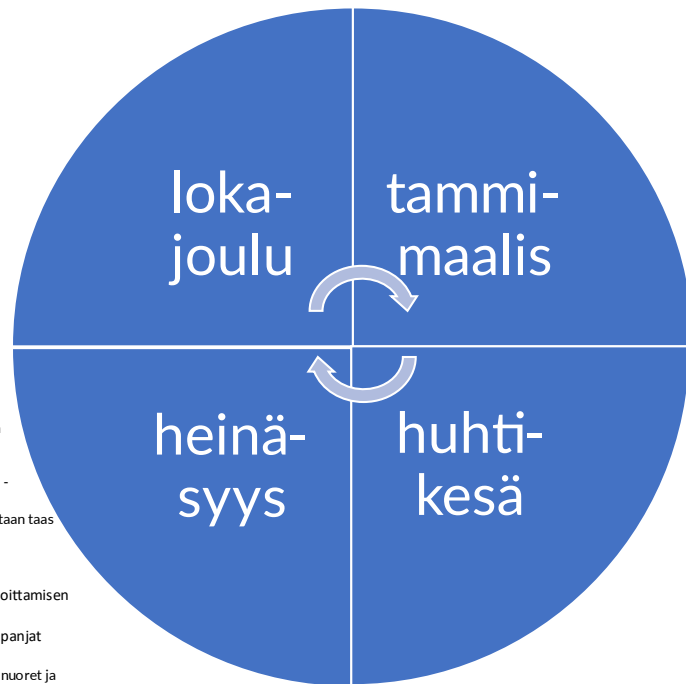
Digiviestinnässä toimitaan systemaattisesti tiedon ja analytiikan pohjalta. Somestrategian myötä käyttöön otettavan automatisoidun some-analytiikan pohjalta digisisältöjen vaikuttavuutta analysoidaan yhä järjestelmällisemmin.

Verkkosivuston mll.fi etusivun toimivuutta tarkastellaan ja kehitetään säännöllisesti analytiikan pohjalta viestinnän tavoitteisiin liittyen.

Vuosikello 2022

- Auta leipomalla 6.10.
- Eroauttamisen kampanja 5 -8.10.
- LOS -päivä 20.10.
- Isänpäivä
- Tekojen tiistai 29.11
- Vapaaehtoisten päivä (3.12?)
- Joulukeräykset
- HJM
- Jäsenkirjeet
- Eduskuntavaalivaikuttaminen

- Koulun alku, Koulurauha (17.8.), HAK HYYK, Eskarista ekalle Vanhemmuuden tukeminen syksyn käynnistymisessä
- Kauden käynnistys: yhdessä tehty vapaaehtoisten rekrytointi -kampanja 9/22, piirit, yhdistykset
- Jäsenrekrykampanja + -kirje, aletaan taas
- Varainhankinnan kampanja + vaikuttamisen vetoisuus
- Testamentti-ilta (syyskuu)
- Kansainvälinen testamenttilahjoittamisen päivä 13.9.
- Varainhankinnan F2F -/telekampanjat
- Lapsemme -lehti 2. 30.9.
- 4.10. MLL:n Tutkimusseminaari: nuoret ja osallisuus + Tukaritoiminta 50v



- Kauden käynnistyminen, vapaaehtoisten innostaminen
- Lapset ensin -keräyksen materiaalit Gredissä 20.1.
- Aluevaaliviestintä
- Tukiooppilaiden 50 v - juhluvuosi alkaa
- Educa 28-29.1.
- Järjestöpäivät 27.1.
- VK 7.3.
- Jäsenkirje (1/22), -laskut (2/22) ja -rekisterin 2. käyttöönotto (3/22)
- Mediakasvatusviikko 7 -13.2.
- LNP ja VPN -tilastojen nostot (alustava 3/22)
- Lapsemme -lehti 1. 24.3.
- Testamentti -ilta 31.3.
- Syksyn 2022 vapaaehtoistoiminnan yhteisen kampanjan suunnittelu käynnistyy piir + yhd + kj
- Valtakunnalliset tilastot (PeKa, nuorten kerhotoiminta, harrastetoiminta jne)

- Leikkipäivä 4/22
- Vuosikertomustiedot
- Koulupostitus
- Nuori -messut 26. -27.4.
- Testamentti -ilta 28.4.
- Äitienpäivä 5/22
- Kesäomat: lasten ja nuorten tuki
- Jäsenten kesäkirje