

**KETKÄ HALUTAAN  
TAVOITTAAN  
VIESTINNÄLLÄ?**

**HYVINKÄÄN YHDISTYKSET RY  
HEIDI KOKKO**

# YDIN- SISÄLTÖ

Omien kohderyhmien  
tunnistaminen

Kohderyhmän käyttämät  
välineet: monikanavaisuus

Viestinnän  
suunnitelmallisuus

# ONNISTUNEEN VIESTINNÄN VAIKUTUKSET

## Näkyvyys ja imago

- Toiminta on tunnettua
- Perustehtävä on näkyvillä viestinnässä ja toiminnassa

## Keino vaikuttaa ennakko-odotuksiin

- Ilmapiiri, asenne
- Laatu, toimintatapa

## Sitoutuminen ja yhteen kuuluminen

- Helppo tulla mukaan
- Innostuminen, kiinnostuminen

## Sisäinen viestintä

- Jäsenet
- Osallistujat
- Vapaaehtoistoimijat

## Ulkoinen viestintä

- Ei-jäsenet
- Suuri yleisö
- Yhteistyökumppanit
- (Jäsenet)

# KENELLE VIESTI ON SUUNNATTU?

## MUISTA!

- Useammanlaiset viestintätavat
- Toistot 7x
- Kokemus joukkoon kuulumisesta

# MONIKANAVAISUUS

- Murroskausi: käytössä perinteiset ja modernit viestinnän keinot
- Tunnistettava ulkomuoto olennainen (logo, väri, fontti)
- Monikanavaisuus tarjoaa mahdollisuuden toistolle ja toiminnan ”hehkuttamiselle”



MAAILMA MUUTTUU  
- yhdistystoiminta muuttuu

© Heidi Kokko

## Viestinnänväylät

### Sähköinen

- [www.hyry.fi](http://www.hyry.fi)
- FB onnensilta hyvinkääläisten ilmo..
- Tapaturmakalenteri → 1280x800 px
- Toimintaviesti
- Yhdistysviesti
- Sähköinen näyttö

### Paperinen

- Toimintavihko
- Ilmoitustaulut
- Lehti-ilmoitukset
- Yhdistyspalsta

### Lisäksi:

- [www.uusimaalaiset.fi](http://www.uusimaalaiset.fi)
- Keskustelut
- Kokoukset
- Jäsenkirjeet
- Toiminta-kertomukset
- Lehdistötiedotteet
- Mieli-pidekirjoitukset

# ONNENSILLAN KOHDERYHMÄT JA KANAVAT

Kohderyhmä(t)	Missä viestitään nyt?	Missä kannattaisi viestiä?	Mitä tarvitaan?
<b>Onnensillan peruskävijä</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Toimintavihko</li><li>• Tapaamiset</li><li>• Ilmoitustaulut</li><li>• Toimintaviesti</li><li>• Kotisivut</li><li>• Facebook-sivu</li><li>• Oma sähköinen taulu</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aamupostin yhdistyspalsta</li><li>• Instagram</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Instagramin käyttö julkisessa käytössä</li><li>• Aluevaltauksia</li></ul>
<b>Jäsenyhdistykset</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yhdistysviesti</li><li>• Sähköposti</li><li>• Tapaamiset</li><li>• Kotisivut</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• IDEOITA?</li></ul>	
<b>Uudet kävijät</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tapahtumat</li><li>• Lehti-ilmoitukset</li><li>• Lehtijutut</li><li>• Facebook-ryhmät</li><li>• Kaupungin tapahtumakalenteri</li><li>• Sähköiset taulut</li><li>• Kahviliput/esitteet</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Uusimaalaiset.fi</li><li>• Viidakkorummutusta lisää</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Käyttökoulutusta</li><li>• Arjesta viestimistä kotisivuilla/facebook/Instagram</li></ul>
<b>Yhteistyökumppanit</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sähköposti</li><li>• Facebook-sivu/ryhmät</li><li>• Kokoukset/tapaamiset</li><li>• Toimintaviesti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Uusimaalaiset.fi</li></ul>	

**ERILAISIA  
KOHDERYHMIÄ  
VOIVAT OLLA  
ESIMERKIKSI:**

- Työssä käyvät nuoremmat joilla diagnoosi
- Vastaeläköityvät
- Osallistujat
- Sairastuneen läheiset
- Maahanmuuttajat
- Hoitohenkilökunta
- Vaikuttajat
- Yksinäiset
- Etäomaishoitajat
- Miehet
- Naiset
- Nuoret
- jne..

# YHDISTYKSENNE KOHDERYHMÄT JA KANAVAT

Kohderyhmä(t)	Missä viestitään nyt?	Missä kannattaisi viestiä?	Mitä tarvitaan?



MAAILMA MUUTTUU  
- yhdistystoiminta muuttuu

© Heidi Kokko



# VIESTINNÄN SUUNNITELMA

- Suunnitelma vähentää muistamista ja työtä
  - Vastuiden jako selkeä
- Toiminnansuunnittelun ohessa tehdään viestinnän vuosikello
  - Keskittäminen
    - Mitkä on teidän viestinnän ”kivijalat”?  
Keitä sen avulla tavoitetaan?
    - Riittävän ajoissa ennakkotieto + muistutukset perään
- Tapahtumaa edeltävä, sen aikainen ja jälkeinen viestintä
- Tunnistettava ulkomuoto (logot, värit, fontit)



- Mitä? Miksi?
- Kenelle?
- Milloin? Kuka?
- Miten?

# AVAINKYSYMYKSIÄ VIESTINTÄSUUNNITELMAN LAATIJALLE

- Mitkä ovat yhdistyksen viestinnän tavoitteet?
- Mikä on yhdistyksen tarina?
- Milloin viestitään?
- Miten viestitään? Mitä kanavia käytetään?
- Minkälaista viestintäosaamista yhdistyksestä löytyy?
- Kuka vastaa viestinnästä?
- Miten viestinnän onnistumista arvioidaan?
- Miten jäsenet haluavat saada tietoa yhdistyksen toiminnasta?
- Miten muut yhdistykset ja toimijat viestivät? Mitä siitä voi oppia?
- Kuka on yhdistyksen kasvot – kuka meitä edustaa?
- Mitä materiaaleja on käytettävissä viestinnän tueksi?
- Miltä yhdistys näyttää, kuulostaa, tuoksuu, maistuu?

# LINKKEJÄ

- <https://blog.avoine.fi/kirjoitukset/savumerkkien-aika-on-ohi-8-nykyaikaista-viestintakanavaajoiden-avulla-tavoitat-yhdistyksenne-jokaisen-jasenen/>
- [http://www.kansalaisareena.fi/viestintaopas\\_FINAL.pdf](http://www.kansalaisareena.fi/viestintaopas_FINAL.pdf)
- [http://www.ehyt.fi/sites/default/files/Yhdistyksen\\_viestint%C3%A4\\_ja\\_markkinointiopas.pdf](http://www.ehyt.fi/sites/default/files/Yhdistyksen_viestint%C3%A4_ja_markkinointiopas.pdf)

