



Opintokeskus Sivis



---

# Klubitiedottajien valmennus

A-piiri, Linnasmäki  
19.5.2026

# Miksi viestintä on keskeinen osa lionsklubin toimintaa

---

## **Viestinnän merkitys klubille**

Viestintä parantaa klubin näkyvyyttä ja elinvoimaisuutta sekä sitouttaa jäsenet toimintaan.

## **Tiedottajan rooli**

Tiedottaja koordinoi viestintää ja varmistaa oikean tiedon kohdentamisen oikeille ryhmille.

## **Yhteistyö ja arvopohja**

Hyvä viestintä perustuu yhteistyöhön ja lionstoiminnan arvojen mukaisiin tavoitteisiin.

## **Valmennuksen tavoite**

Valmennus antaa selkeät toimintamallit ja rohkeutta viestinnän toteuttamiseen klubissa.



# Kaksi asiaa muistettavaksi

---

## Klubisähköposti ([klubinimi@lions.fi](mailto:klubinimi@lions.fi))

- Tulee Lion Portaliin kirjattuihin sähköpostiosoitteisiin presidentille, sihteerille, rahastonhoitajalle ja tiedottajalle
- Sopikaa kuka ja miten reagoi viesteihin ja miten niitä välitetään eteenpäin

## Klubin nimen kirjoitusasu

- Lions Club Kihniö
- LC Kihniö
- *Ei: LC-Kihniö, Kihniön lionsklubi...*
- Onko nimessä erikoismerkkejä: Lions Club Turku/Kupittaa, Lions Club Parainen-Pargas, Lions Club Turku/Aninkainen-Linna
- Huom. Suomessa on viisi Helmi ja Aurora(t)-klubia, joita erottaa edessä oleva kunta



# Klubin sisäinen viestintä

---

Tiedonkulku

Osallistaminen

Läpinäkyvyys





# Sisäisen viestinnän merkitys ja käytännöt

---

## **Sisäisen viestinnän rooli**

Sisäinen viestintä varmistaa tiedon kulun ja jäsenen osallisuuden klubin toiminnassa. Se luo luottamusta ja yhteishenkeä.

## **Viestinnän suunnittelu**

Tiedottajan tehtävä on sopia klubin hallituksen kanssa viestinnän sisällöstä, kanavista ja vastuista selkeästi.

## **Käytettävät viestintäkanavat**

Sähköposti, WhatsApp, Teams ja kotisivujen jäsenosio ovat tehokkaita sisäisen viestinnän kanavia klubissa.

## **Vuosikellon merkitys**

Vuosikello auttaa suunnittelemaan tiedotusta ajoissa, mikä tekee klubin toiminnasta sujuvaa ja mielekästä.

# Klubin ulkoinen viestintä

---

Vaikuttavuus

Tunnettuus

Houkuttavuus





# Näkyvyys, vaikuttavuus ja kohderyhmät

## Ulkoisen viestinnän tavoitteet

Ulkoisen viestinnän avulla lionsklubin toiminta tehdään näkyväksi ja ymmärrettäväksi yhteisölle vahvistaen vaikutusta ja tunnettuutta.

## Kohderyhmien moninaisuus

Viestiä räätälöidään eri kohderyhmille kuten paikallisille, medialle, yhteistyökumppaneille ja uusille jäsenille eri kanavissa.

## Laadukas ja arvoihin perustuva viestintä

Selkeät, positiiviset ja arvojen mukaiset viestit vahvistavat klubin mainetta luotettavana ja merkittävänä toimijana.

## Tarinankerronnan merkitys

Ulkoinen viestintä ei ole mainontaa, vaan tarinankerrontaa klubin hyvästä työstä ja ihmisten auttamisesta.

Kaikkea ei tarvitse viestiä,  
mutta valittuja asioita  
johdonmukaisesti





# Sosiaalinen media klubin viestinnässä

---

## Tärkeimmät kanavat klubeille

- **Facebook**

Paikallisesti tehokkain kanava: tapahtumat, keräykset, palveluaktiviteetit  
→ tavoittaa eri ikäryhmät, erityisesti paikallisyhteisössä

- **Instagram**

Visuaalinen näkyvyys: kuvat, videot, tarinat  
→ tärkeä nuorempien kohderyhmien ja potentiaalisten uusien jäsenten tavoittamisessa

- **Kotisivut + some yhdessä**

Some ohjaa kiinnostuneet lisätiedon äärelle  
→ tapahtumatiedot, yhteystiedot, lionsklubin tarina

## Täydentävät kanavat

- Paikalliset Facebook-ryhmät
- YouTube (videot projekteista, tempaukset)
- LinkedIn (valikoidusti, esim. yhteistyökumppanit)

Tykkää ja jaa Lions Internationalin, Lionsliiton, piirien ja muiden klubien päivityksiä



# Miksi sosiaalinen media?

## Näkyvyys ja tunnettuus

- Lionstoiminta tehdään näkyväksi arjessa, ei vain jäsenille
- Paikallinen hyvä työ tulee näkyväksi tekijöidensä kautta

## Uusien jäsenten ja vapaaehtoisten houkuttelu

- Some on ensikosketus lionsklubiin monille
- Tarinat, kuvat ja videot madaltavat kynnystä tulla mukaan

## Vaikuttava tarinankerronta

- Mitä teemme, ketä autamme, miksi se merkitsee
- Tukee Lions-brändiä vastuullisena ja aktiivisena toimijana

## Tuki varainhankintaan ja tapahtumiin

- Parempi näkyvyys = parempi osallistuminen
- Tieto leviää tehokkaammin kuin vain perinteisillä kanavilla



Jos emme kerro toiminnastamme itse, ei sitä kukaan muukaan tee.



# Tapahtumaviestintä

## ENNEN tapahtumaa – kiinnostus ja osallistujat

- Kerro mitä, missä, milloin ja miksi
- Nosta esiin kenelle tapahtuma on tarkoitettu
- Hyödynnä kotisivut (pysyvä tieto), some (Facebook, paikalliset ryhmät), yhteistyökumppanit ja henkilökohtaiset verkostot
- Julkaise ajoissa ja muistuta lähempänä tapahtumaa

## TAPAHTUMAN AIKANA – näkyvyys ja fiilis

- Jaa kuvia ja lyhyitä päivityksiä valmisteluista, tunnelmasta, toiminnasta
- Tuo esiin **ihmiset ja tekeminen**, ei vain lopputulos
- Muista lupa-asiat ja hyvä maku (erityisesti lapset)

## TAPAHTUMAN JÄLKEEN – vaikutus ja jatkuvuus

- Kiitä osallistujia, vapaaehtoisia ja kumppaneita
- Kerro **mitä saatiin aikaan ja miksi se merkitsee**
- Jaa kuvia ja lyhyt kooste sekä mahdollinen jatko: *“Tule mukaan”, “Seuraa meitä”*
- Hyödynnä sisältöä jäsenhankinnassa ja seuraavan tapahtuman markkinoinnissa

Hyvä tapahtuma näkyy kolmesti: ennen, aikana ja jälkeen



# Kotisivut viestinnän perustana

---





# Kotisivujen rooli ja ylläpito

---

Kotisivut ovat viestinnän ankkuri somealustojen mielivaltaa vastaan!

## **Kotisivujen merkitys viestinnässä**

Kotisivut ovat klubin viestinnän keskus ja tarjoavat ajantasaisen kuvan toiminnasta sekä luotettavaa tietoa uusille jäsenille ja yhteistyökumppaneille.

## **Selkeys ja helppokäyttöisyys**

Hyvin suunnitellut kotisivut vastaavat helposti peruskysymyksiin kuten kuka, mitä, missä ja kehen voi ottaa yhteyttä.

## **Sisällöntuotannon yhteistyö**

Tiedottaja koordinoi sisältöä, mutta sisällöntuotanto tapahtuu yhteistyössä eri henkilöiden kanssa, jotta sivut pysyvät ajantasaisina.

## **Säännöllinen päivitys**

Kotisivujen päivittäminen säännöllisesti vahvistaa klubin uskottavuutta ja tehostaa muita viestintäkanavia.



# Yhdistysavaimen kotisivupaketti klubeille



- **20 % alennus** Yhdistysavaimen maksullisista versioista lionsklubeille
- **Valmis Lions-ulkoasu**
- **Maksutta lions.fi-verkkotunnuspääte** (esim. *klubinnimi.lions.fi*)
- Mahdollisuus käyttää myös **omaa verkkotunnusta** (Start-versiosta alkaen)

Versio	Kenelle	Keskeistä	Hinta lionsklubille
Free	Alkuun / kokeiluun	Enintään 5 sivua, ei ylläpitomaksua	<b>0 € / kk</b>
Start	Perusklubisivusto	Rajattomasti sivuja, oma domain, tapahtumat	<b>18,39 € / kk (-20 %)</b>
Plus	Aktiivinen klubi	Useita suljettuja sivuja, monikielisyys (3 kieltä)	<b>n. 32 € / kk (-20 %)</b>
Premium	Iso / monitoiminen klubi	Rajoituksetta ryhmä- ja alisivustot	<b>n. 50 € / kk (-20 %)</b>

## MIKSI?

- Kotisivut, uutiset, tapahtumat ja jäsenrekisteri **samassa palvelussa**
- Helppo päivittää vapaaehtoisvoimin
- Toimii yhdessä somen kanssa (sivut = pysyvä tieto, some = ajankohtaiset nostot)

# Uuden kauden alkaessa

---





# Tiedottajan muistilista ja onnistumisen avaimet

---

## Kauden alun valmistelut

Tiedottajan tulee määritellä roolinsa ja sopia yhteistyö klubin johtoryhmän kanssa kauden alussa. *(esim. Miten klubisähköpostien kanssa toimitaan)*

## Viestintävälineiden tarkistus

On tärkeää varmistaa viestintäkanavien toimivuus ja kotisivujen ajantasaisuus kauden alussa. ***Käyttäjäoikeuksien hallinta!***

## Jatkuvuus ja säännöllisyys

Pienet ja säännölliset viestintätoimet ovat tehokkaampia kuin harvat suuret ponnistukset.

## Palvelutehtävä ja vaikuttavuus

Tiedottajan tehtävä on auttaa klubia tekemään hyvää työtä näkyväksi selkeällä ja rehellisellä viestinnällä.

# Tekoäly

Uhka vai mahdollisuus?





# Mihin tekoälyä voi hyödyntää?

---

- Tekstien ideointiin ja luonnosteluun (uutiset, somejulkaisut, tapahtumatekstit)
- Pitkien tekstien tiivistämiseen ja otsikointiin
- Käännösten ja muiden kieliversioiden pohjaksi (*aina ihmisen tarkistamana*)
- Kielenhuoltoon (varauksella)

## Oikeakielisyys ja laatu aina ihmisen vastuulla

- Tekoälyn tuottama teksti voi sisältää asiavirheitä, kömpelyyksiä tai sävyvirheitä
- Kaikki julkaistavat tekstit on oikoluettava: kieli, sävy, paikkakunnan nimet, järjestön termit
- Hyvä kieli = luottamusta herättävä ja uskottava Lions-brändi



# Käytä tekoälykuvia harkiten

## Tekoälykuvat:

- eivät kerro teidän klubinne todellisesta toiminnasta
- voivat heikentää aitouden ja paikallisuuden mielikuvaa

**Lions-brändi rakentuu aitoihin kuviin oikeista ihmisistä ja teoista**

## Suosi:

- omia kuvia tapahtumista ja aktiviteeteista
- liiton kuvapankkia



Kokeile: Lion AI

<https://www.lionsclubs.org/fi/lion-ai>

Kuvalähde Facebook ja Instagram



## WHAT DOES THE TAIL TWISTER DO?

**Spoiler Alert:**  
They don't hand out fines... they hand out **FUN!** 😊



### THE ROLE:

The Tail Twister brings energy, laughter, and engagement to our meetings!



### WHAT THEY DO:

Lead fun and friendly activities, icebreakers, and challenges that get everyone involved and help our club feel like family.

### THE GOAL:

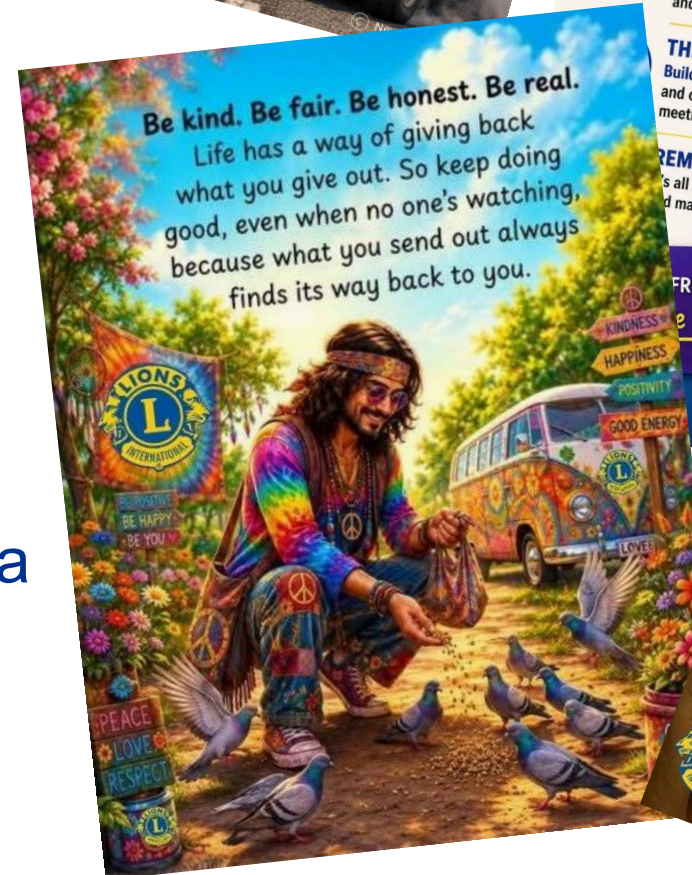
Build camaraderie, boost participation, and create a welcoming and positive meeting experience.

### REMEMBER:

It's all about fun, connection, and making memories – NOT fines!

### FRIENDSHIP. ENGAGEMENT.

See the Tail Twister Effect!



# Työn tueksi

---





# Valmennuksia ja materiaaleja

---

Canva

## Viestintävalmennukset

<https://www.lions.fi/koulutus/lions-verkkovalmennukset/verkkovalmennukset-viestinta-ja-someosaaminen/>

Facebookin perusteet, Facebook aktiivikäyttäjille, Tik Tok – Miten aloitan, Canva, kotisivut, Instagramin perusteet, Instagramin jatkokurssi, somemarkkinointi

**Klubitiedottajan pelisäännöt:** <https://bin.yhdistysavain.fi/1612020/p5CU0IOOn0rWAcz5GUK060e1i-d/Klubitiedottajan%20pelis%C3%A4%C3%A4nn%C3%B6t.pdf>

**Klubitiedottajan muistilista:** [https://bin.yhdistysavain.fi/1612020/SXhGPXacmmmDFWvTjUd0e1i-d/Klubitiedottajan\\_muistilista\\_kauden\\_alkuun.pdf](https://bin.yhdistysavain.fi/1612020/SXhGPXacmmmDFWvTjUd0e1i-d/Klubitiedottajan_muistilista_kauden_alkuun.pdf)

## Logot

<https://www.lionsclubs.org/fi/resources-for-members/resource-center/logos-and-emblems>

## Kampanjamateriaalit

- <https://www.lions.fi/aineistot/kampanjamateriaalit/>
- <https://a-piiri.lions.fi/jasenille-for-medlemmar/markkinointimateriaalit-marknadsfor/>

# Viestinnän kehittäminen on pitkäjänteistä työtä

---

Mikä on yksi konkreettinen kehitysaskel klubiviestinnässäsi ensi kaudelle?



---

Kiitos  
Tack  
Thank You