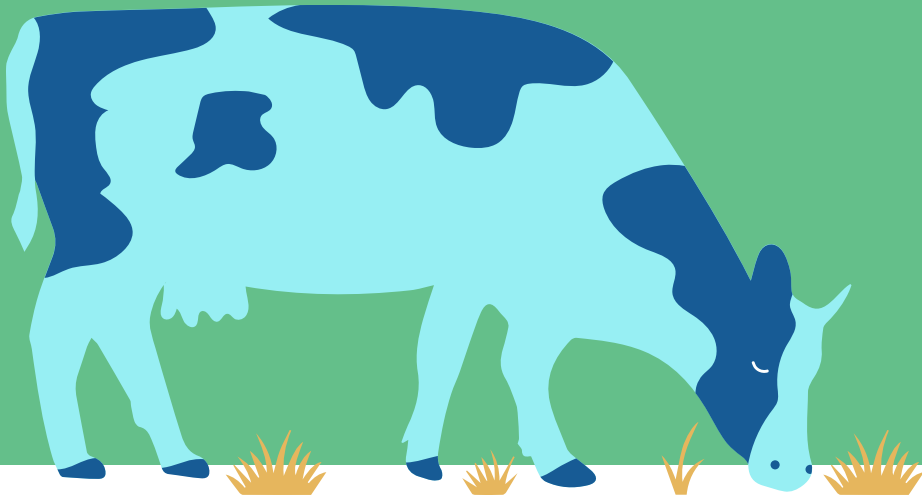


Hankeviestinnän perusteet

Hankeklubi 2.10.2024



Sisällysluettelo

- Miksi ja miten satsata viestintään?
- Tuensaajaan viestintävelvollisuudet - Mitä täytyy vähintään viestiä?
- Saavutettavuus - mitä se on?
- Hankeviestinnän kohderyhmät
- Sisällöntuotanto ja viestinnän kanavat
- Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty: viestintäsuunnitelma
- Vaikuttavuus



A hand is holding a teal rotary telephone receiver. The telephone has a coiled cord with a multi-colored pattern of blue, yellow, and red. The background is a solid, muted pinkish-brown color. The text "Miksi ja miten satsata viestintään?" is overlaid in white, sans-serif font.

Miksi ja miten satsata
viestintään?

Miksi satsata viestintään?



Aktiivinen viestintä lisää hankkeen näkyvyyttä ja vaikuttavuutta



Viestintä helpottaa hankkeen toteuttamista (yhteistyökumppanit, verkostot, suunnitelmallisuus)



Viestintä välittää tietoa hankkeen etenemisestä rahoittajalle ja henkilöille jotka voivat hyötyä hankkeesta



Viestintä aktivoi ja sitouttaa hankkeessa mukana olevia



Viestintä lisää avoimuutta ja ymmärrystä siitä, mitä julkisella rahalla saadaan aikaan

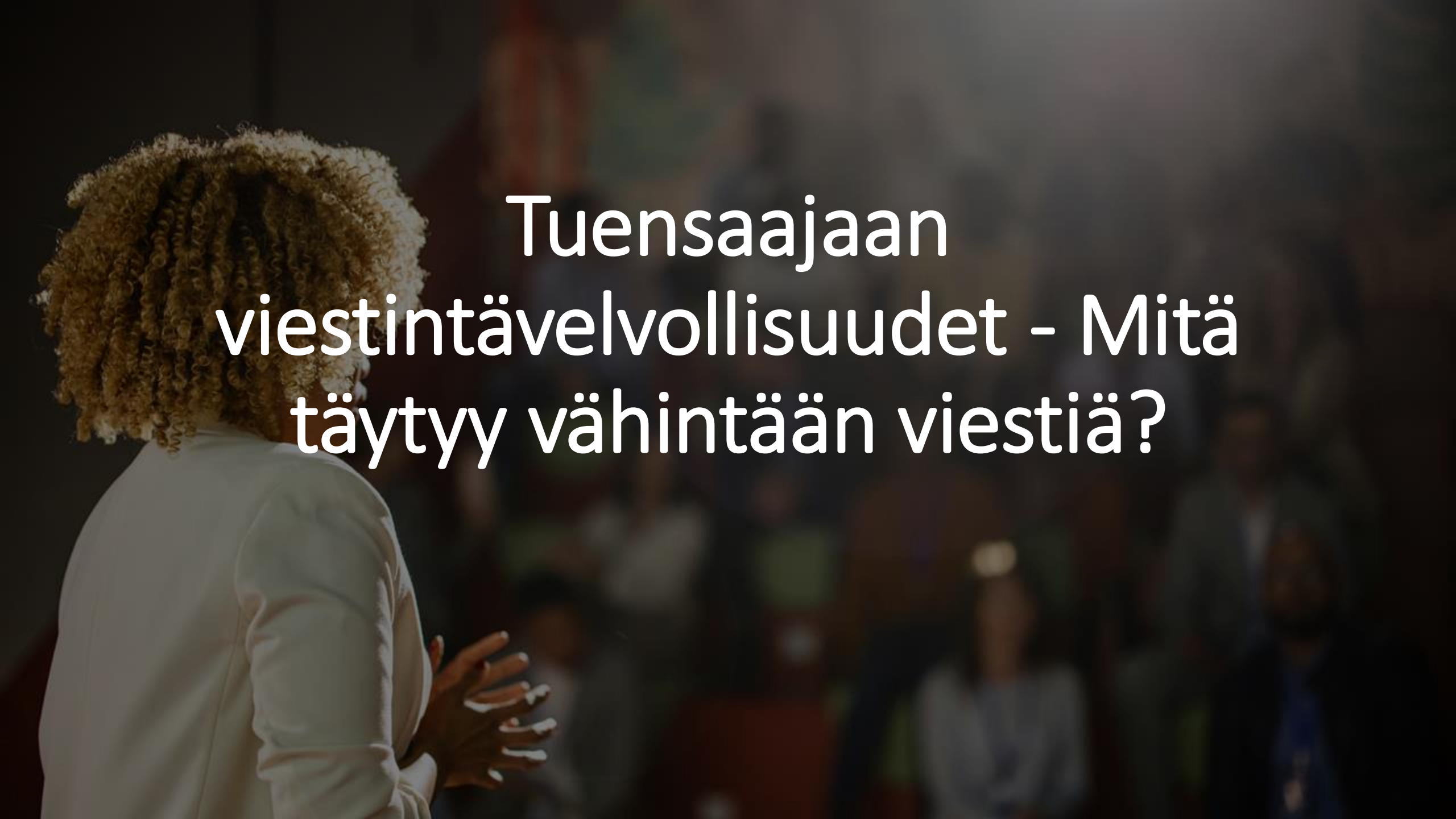


Viestintä edistää uusien ideoiden ja hyvien toimintatapojen leviämistä

Miten satsata viestintään?

- Hankeviestintä saa olla hankkeen näköistä ja kokoista
- Pelaa omilla vahvuuksilla, käytä omaa persoonaasi hyödyksi viestinnässä (tästä lisää Sadonkorjuu-tapahtumassa)
 - Oletko esimerkiksi hyvä kirjoittamaan tai kertomaan tarinoita? Vai onko vahvuutesi sosiaaliset tilanteet tai valokuvaus?
- Mieti myös paljonko sinulla on resursseja viestintään, ei tarvitse haukata liian isoa palaa kerralla
- Käytä olemassa olevia verkostoja, tunnetko esimerkiksi porukkaa paikallislehdestä?
- Kysy apua! Voit pallorella ideoita muiden hankkeiden kanssa tai kysyä apua esimerkiksi maaseutuviestinnän koordinaattorilta tai alueesi Leaderiltä

[Viestintävinkit hankkeelle \(maaseutu.fi\)](https://maaseutu.fi)

A person with curly hair, seen from the back, wearing a white long-sleeved shirt, is gesturing with their hands while speaking to a blurred audience in a dimly lit room. The text is overlaid on the right side of the image.

Tuensaajaan
viestintävelvollisuudet - Mitä
täytyy vähintään viestiä?

Viestintävelvollisuus

- Hankkeesi tukipäätöksen ehdoissa on kerrottu, **mitkä viestintävelvollisuudet saamaasi tukea koskevat**
 - Myönnettyyn tukeen voidaan tehdä 1–5 prosentin vähennys, jos viestintävelvoitteita ei ole noudatettu
- EU-tunnus on tärkein yksittäinen tunnus
 - Myös rahoittajan logo on suositeltavaa (ELY tai Leader)
 - Logot löytyvät kuvapankista: maaseutu.kuvat.fi/kuvat
- EU:n tunnuksen on oltava näkyvästi esillä kaikessa viestintämateriaalissa, jotka käsittelevät toimen toteuttamista (esim. Esitteet, lehti-ilmoitukset, verkkosivut)
- Jokaisessa hankkeen somejulkaisussa **ei täydy olla logoa**. Laita se esimerkiksi sometilin profiilikuvaan ja mainitse maaseuturahoitus tilin tiedoissa.
- [Lue lisää viestintävelvollisuudesta - maaseutu.fi](https://maaseutu.fi)



Euroopan unionin
osarahoittama



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Lappi



Kyltit ja julisteet

Viestintävelvollisuuteen kuuluu kyltin tai julisteen laittaminen hankkeen toiminta-alueelle

- **Juliste yli 10 000 euron hankkeisiin**
 - Aseta näkyvälle paikalle hanketta esittelevä juliste (esim työtila)
 - Riittää, että juliste on paikallaan hankkeen toteuttamisen ajan
 - [Julistepohja kuvapankissa](#)
- **Kyltti tai sähköinen näyttö yli 50 000 euron investointien yhteyteen**
 - Saat tiedotuskyltin ELY-keskuksesta tai Leader-ryhmästä
 - Riittää, että kyltti on paikallaan toimen toteuttamisen ajan
- **Pysyvä tiedotuskyltti yli 500 000 euron investointien yhteyteen**
 - Kiinnitä kyltti kohteeseen heti, kun aloitat toimen toteuttamisen ja pidä se paikoillaan vähintään omaisuuden käyttöajan
 - Saat tämänkin kyltin ELY:stä tai Leader-ryhmästä





Muuta huomioitavaa

- Odotus on, että hankkeesta viestitään vähintään sen alkaessa ja päättyessä
- Muista kuitenkin, että hankkeen alkaminen tai loppuminen eivät välttämättä itsessään ole mielenkiintoisia asioita, vaan tärkeintä on se, mitä hankkeella halutaan saada aikaan
- Viesti siis hankkeen toimista, mieti mikä hankkeessa on erityisen kiinnostavaa?

A photograph of a man with dark hair, seen from the side and back, wearing a light blue button-down shirt. He has a white hearing aid in his left ear and is looking down at a tablet computer he is holding. In the background, a woman with long brown hair is blurred, looking towards the camera. The setting appears to be an office or meeting room with other people and papers visible in the distance.

Saavutettavuus - Mitä se on?

Mitä on saavutettavuus?

- Saavutettavuus on esteettömyyttä digitaalisessa ympäristössä
- Tavoitteena on, että kaikki ihmiset riippumatta henkilön ominaisuuksista tai toimintarajoitteista voivat ymmärtää ja käyttää digipalveluita ja tuottamaamme materiaalia
- Saavutettavuudessa huomioidaan:
 - Tekninen saavutettavuus
 - Helppokäyttöisyys
 - Sisältöjen selkeys ja ymmärrettävyys

Miksi pitää olla saavutettava?

- Taustalla mm. laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta (306/2019)
- Saavutettavuusvaatimukset koskevat julkista sektoria sekä yhdistyksiä ja säätiöitä, **joiden rahoituksesta suurin osa tulee julkiselta sektorilta ja näin myös hankkeiden viestintää**
- Jokainen hyötyy saavutettavuudesta

Mitä minun käytännössä pitää tehdä?

- Käytä selkeää ja ymmärrettävää kieltä
- Jäsentele tekstit kappalein ja otsikoin
- Merkitse kuviin ja infograafeihin vaihtoehtokuvaukset, eli kerro kuva tekstin avulla
- Huomioi kontrasti tekstin ja taustan välillä
- Laita videoihin tekstitykset, tai kuvaile videon sisältö tekstinä videon kuvaukseen
- Tee linkeistä kuvaavia. **Vältä:** klikkaa tästä, **korvaa:** Lue lisää saavutettavuudesta
- Tarkista aina lopuksi helppokäyttöisyys powerpointissa
- Lisätietoa:
 - www.saavutettavasti.fi
 - www.saavutettavuusvaatimukset.fi

A diverse group of people of various ages are gathered outdoors in front of a house with green foliage. They are smiling and laughing, creating a warm and joyful atmosphere. The group includes a young woman with glasses, a young man with a beard, an older man in a plaid shirt, a woman in a denim jacket, and a man in a red t-shirt. The text 'Hankeviestinnän kohderyhmät' is overlaid in white on the image.

Hankeviestinnän kohderyhmät

Hankeviestinnän kohderyhmät

- Hankkeen kohderyhmää ovat kaikki ne tahot:
 - Joita hanke koskee
 - Jotka voivat hyötyä sen toimista
 - Tulisi olla tietoisia hankkeen toimista
- Esimerkkejä kohderyhmistä:
 - Hankkeen hyödynsaajat (ne kenelle hanke on suunniteltu, esim. Alueen yrittäjät tai nuoret)
 - Rahoittaja
 - Yhteistyökumppanit (muut hankkeet)
 - Hanketoteuttajan oma henkilöstö
- Pidä heidät ajan tasalla hankkeen tekemisistä ja tapahtumista!

Sisällöntuotanto ja viestinnän kanavat



Sisällöntuotanto ja viestinnän kanavat

- Valitse hankkeen käyttämät viestintäkanavat kohderyhmän mukaan
 - Mikä kanava tavoittaa parhaiten hankkeesi tärkeimmät ryhmät?
- Hankeviestintään soveltuvia viestintäkanavia ovat esimerkiksi:
 - Verkkosivut & blogit
 - Sähköposti, uutiskirjeet
 - Sosiaalinen media
 - Perinteinen media
- Myös tapahtumia kannattaa hyödyntää viestinnällisesti
 - Seminaarit, messut ja muut yleisötilaisuudet

Sisällöntuotanto ja viestinnän kanavat

Maaseutuverkosto.fi hyötykäyttöön!

- Hankerekisteri
 - Jokaisen hankkeen julkinen tiivistelmä julkaistaan automaattisesti "hankekorttina"
 - Vastuuhenkilö voi ylläpitää hankekorttia
 - Hankkeen tiedot, ajankohtaista, yhteyshenkilö, keskustelu
 - Linkki hankekortin ohjeistukseen: <https://maaseutuverkosto.fi/ohjeistus-hankekortin-kayttoon/>

Tapahtumakalenteri

- Ilmoita omasi ja seuraa muiden tapahtumia
- Linkki tapahtumakalenteriin: <https://maaseutuverkosto.fi/verkostoidu/tapahtumat/>
- Blogit
 - Blogitekstillä voit kertoa hankkeen ajankohtaiset kuulumiset tai julkaista tuloksista

A woman with long dark hair, wearing a white sleeveless top, is smiling and pointing with a green marker at a glass wall covered in colorful sticky notes. To her right, a man in a light blue shirt is partially visible, holding a white cup. The background is a modern office setting with large windows.

Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty:
viestintäsuunnitelma

Viestintäsuunnitelma - miksi?



TEHOKAS VIESTINTÄ VAATII
AINA
SUUNNITELMALLISUUTTA



VIESTINNÄN SUUNNITTELU
HANKKEEN ALUSSA KIRKASTAA
HANKKEEN TAVOITTEITA



VIESTINTÄSUUNNITELMAN
AVULLA VOIT SEURATA
HANKKEEN VAIKUTUKSIA



SUUNNITELMA SAA ELÄÄ
MATKAN VARRELLA – SEURAA
MIKÄ TOIMII JA MIKÄ EI

Viestintäsuunnitelman sisältö

Voit määritellä viestintäsuunnitelman sisällön hankkeen mukaan. Tässä muutamia pointteja mitä voit suunnitelmassa käsitellä:

- Mitä haluamme sanoa? (Ydinviesti)
 - Tärkeää, että kaikki puhuu hankkeesta samalla lailla
- Kenelle? (Kohderyhmä)
- Miten? (Keinot/välineet)
- Mitä vaikutuksia saamme aikaan? (Tulos)
- Mitä maksaa? (Budjetti)
- Kuka/ketkä tekevät? (Tekijät)
- Mitä tapahtuu viestintätoimenpiteiden jälkeen? (Seuranta)

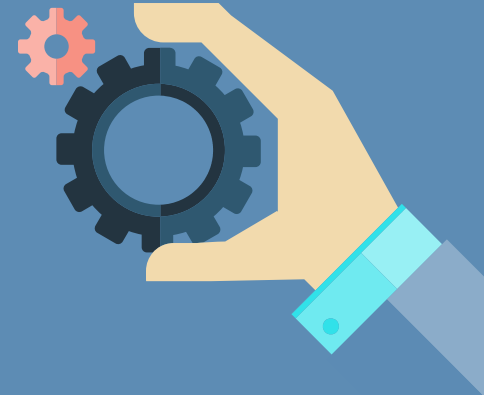
Viestintäsuunnitelmapohja

- Viestintäsuunnitelmapohjia on monenlaisia, ja voit muokata niitä oman tarpeesi mukaan
- Voit tehdä viestintäsuunnitelman Wordiin, Powerpointtiin tai esimerkiksi Canvaan
- [Pohjois-Pohjanmaan viestintäsuunnitelmapohja \(word\)](#)

Vaikuttavuus

- Pohjois-Pohjanmaalla toteutettu **Vaikuttavuus esiin** –hanke on tuottanut paljon materiaalia vaikuttavuudesta ja sen arvioinnista hanketoiminnan tueksi. Hankkeen päätoteuttaja oli Nouseva rannikkoseutu ry ja osatoteuttaja Oulun ammattikorkeakoulu
 - Materiaali löytyy Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskuksen www.maaseutu.fi sivuilta kohdasta Hankkeiden vaikuttavuuden työkalupakki
 - Tässä esityksessä on hyödynnetty ko. Hankkeen tuottamaa materiaalia soveltuvin osin

Mikä muutos halutaan saada aikaan?



Vaikuttavuuden polku



Hankkeen vaikutukset: mikä muuttuu konkreettisesti?

Kun hankkeella tavoiteltava muutos ja perustelu sille ovat hahmottuneet, tarvitaan konkretisointia. Muutosta voi lähteä palastelemaan konkreettisemmaksi kuvaamalla niitä vaikutuksia, joita hankkeella halutaan saada aikaan.

Samalla kannattaa pohtia, keiden ihmisten ja yhteisöjen toiminnassa vaikutusten pitää näkyä ja millaiset konkreettiset asiat vaikutuksia ilmentävät. Näin hankkeen kohderyhmä tarkentuu, samoin erilaiset tavat osallistaa ja sitouttaa kohderyhmää hankkeen toteutukseen.

Yhtä tärkeää on pohtia tässä vaiheessa myös niitä keskeisiä kumppaneita, joiden kanssa yhteistyössä muutosta saadaan syntymään.

Kun tavoiteltava muutos konkretisoituu, on helpompi määritellä myös hankkeen toimenpiteitä, eli niitä tekoja joilla vaikutuksia syntyy.

Seuraavalla sivulla on kuvattu joukko erityyppisiä vaikutuksia, joita hankkeilla tyypillisesti tavoitellaan. Mitä luettelossa mainittuja vaikutuksia sinun hankkeellasi halutaan ja voidaan tuottaa? Onko hankkeella vaikutuksia, jotka puuttuvat listasta?

Miten valitut vaikutukset ilmenevät konkreettisesti: millainen muutos hankkeen vaikutuksesta tapahtuu ja missä tai kenen toiminnassa?



Hankkeen vaikutukset

1. Vaikutuksia tietoon, osaamiseen ja henkiseen pääomaan, kuten:

- a. osaamisen lisääntyminen
- b. todennetun tiedon lisääntyminen
- c. tutkimusmenetelmien kehittyminen
- d. tiedon levittäytyminen ja hyödyntäminen laajemmalla alueella

2. Vaikutuksia yhteistyöhön, verkostoitumiseen ja sosiaaliseen pääomaan, kuten:

- a. yhteistyön, verkostoitumisen ja verkostojen vahvistuminen
- b. yhteistyön ja verkostojen pysyvyys ja aktivoituminen
- c. uudet verkostot ja yhteistyökuviot

3. Teknologisia ja kaupallisia vaikutuksia, kuten:

- a. kilpailukyvyyn koheneminen
- b. prosessien sujuvuus, kustannussäästöjen syntyminen
- c. uudet ja parannellut tuotteet, prosessit, innovaatiot ja markkinoiden laajentuminen

Alla on listattu vaikuttavuuden ulottuvuuksia. Niiden avulla voit arvioida, millaisia vaikutuksia hankkeella on ja keiden ihmisten ja yhteisöjen toimintaan sekä millaisina konkreettisina asioina vaikutukset näkyvät. Tämä auttaa hahmottamaan, millaista muutosta tällä hankkeella saadaan aikaan ja millaisia tekoja hankkeessa pitää tehdä.

4. Vaikutuksia sosiaaliseen ja fyysiseen ympäristöön, kuten:

- a. sosiaalisesti, kulttuurisesti, taloudellisesti tai ympäristöllisesti kestävä kehityksen edistäminen
- b. materiaali-, resurssi- ja energiatehokkuus
- c. infrastruktuurin kehittäminen
- d. alueellisen kehityksen ja kasvun edistäminen

5. Vaikutuksia päätöksentekoon ja julkiseen keskusteluun, kuten:

- a. päätöksenteon tukeminen
- b. kansallisten strategioiden ja lainsäädännön valmisteluun osallistuminen
- c. normien ja standardien ajantasaistus

6. Muita mahdollistavia tai merkityksellisyyttä luovia vaikutuksia



Kuvaa hankesuunnitelmaan, mitä muutoksia hankkeen vaikutuksesta tapahtuu ja keiden toiminnassa.



Millaista muutosta saatiin aikaan?

Jo hankkeen aikana ja viimeistään sen lopussa on hyvä arvioida, saatiinko aikaan haluttua muutosta? Hankkeen aikainen seuranta auttaa päätelmien teossa.

Kiitos!

Seuraa kanaviamme somessa:

Instagram: @lapinmaaseutu

Facebook: Lapin maaseutu

Täggää meidät julkaisuihin ja tarinoihin!

@lapinmaaseutu @"omaleader"
@lapinelykeskus

Ollaan yhteydessä!

Löydä ELY:n ja Leaderin yhteyshenkilöt
(maaseutu.fi)

Käytä myös hashtageja:

#Maaseuturahoitus #Lapinmaaseutu #LeaderSuomi jne :)