SIMO
Voima tulee luonnosta

Simon kunta

Viestintäohje

Kunnanhallitus 19.10.2026 § 268
Voimaan 20.10.2026

Sisällys

1. Johdanto ... 3

2. Viestinnän lähtökohdat ... 5

2.1 Viestintäohje täydentää ja tukee kuntastrategiaa, kunnan visiota ja arvoja ... 5

2.2 Viestinnän periaatteet ja tavoitteet ... 6

3. Viestinnän vastuut ja organisointi ... 6

3.1 Viestinnän vastuut ja käytännön työnjako ... 6

3.2 Työntekijät viestijöinä – jokainen viestii omalla paikallaan ... 8

3.3 Luottamushenkilöt käyvät arvokeskustelua ... 8

4. Sisäisen viestinnän kohderyhmät ja kanavat ... 9

4.1 Henkilöstökokous ... 9

4.2. Johtoryhmän kokoukset ... 9

4.3 Kehityskeskustelut ... 9

4.4. Palvelualuepalaverit ... 10

4.5 Perehdyttäminen ... 10

4.6 Sähköposti ... 10

4.7 Teams ... 11

4.8 Henkilöstökokous ... 11

4.9 Sähköposti ... 12

5. Ulkoisen viestinnän kohderyhmät ja kanavat ... 12

5.1 Päätöksentekoviestintä ... 12

5.2 Kunnan internetsivut ... 12

5.3 Kuntalaistilaisuudet ... 12

5.4. Simolainen-lehti ... 13

5.5 Sosiaalinen media ... 13

5.6 Mediayhteistyö ... 14

5.7 Viralliset kuulutukset ja muut ilmoitukset ... 15

5.8. Wilma ja Daisy ... 15

6. Markkinointiviestintä ... 15

6.1 Markkinoinnin suunnittelu, vuosikello ... 15

6.2 Hastagit ... 15

6.3 Messut, näyttelyt ... 16

6.4 Tapahtumat ... 16

6.5. Graafinen ohjeistus ... 16

6.6 Markkinointimateriaalit ... 16

6.7 Vaakuna ... 16

7. Häiriö- ja kriisiviestintä ... 17

7.1. Häiriö ja kriisiviestinnän periaatteet ... 17

7.2 Viestintävastuu ... 17

8. Koulutus ... 18

9. Viestinnän ilme ... 18

1. Johdanto

Simon kunnan viestinnän perustehtävänä on edistää kuntalaisten hyvinvointia tarjoamalla tietoa kunnan toiminnasta, palveluista sekä päätöksenteosta ja sen eri vaiheista. Näin luodaan pohjaa kuntalaisten osallistumiselle ja vaikuttamiselle kunnan toimintaan. Vuorovaikutteisella viestinnällä kehitetään myös palveluita tarpeita vastaaviksi ja ohjataan palveluiden käyttöä taloudelliseksi ja tehokkaaksi.

Kunnan viestintä tukee kunnan johtamista ja kehittämistoimintaa sekä strategisten tavoitteiden toteutumista. Viestinnällä rakennetaan myös kunnan mainetta, kuntakuvaa. Maine rakentuu arkisesta työstä ja kaikesta vuorovaikutuksesta. Hyvä maine ja vahva brändi vahvistavat elinvoimaisuutta ja yhteisöllisyyttä. Siten ne tukevat myös paikkakunnan vetovoimaisuutta sekä niin sanottua pitovoimaisuutta. Brändillä on vaikutus myös henkilöstön työtyytyväisyyteen sekä työnantajamielikuvaan. Hyvin hoidettu ja toteutettu viestintä on kaikkien yhteinen etu.

Kuntalaki edellyttää avoimuutta ja vuorovaikutusta. Kuntalain 29 § Viestintä mukaan kunnan on huolehdittava, että asioiden valmistelusta annetaan riittävästi tietoja yleisessä tietoverkossa. Säännös kuuluu seuraavasti:

Kuntalain 29 § Viestintä:
”Kunnan toiminnasta on tiedotettava asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille. Kunnan tulee antaa riittävästi tietoja kunnan järjestämistä palveluista, taloudesta, kunnassa valmistelussa olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä ja päätösten vaikutuksista. Kunnan on tiedotettava, millä tavoin päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa.

Kunnan on huolehdittava, että toimielinten käsittelyyn tulevien asioiden valmistelusta annetaan esityslistan valmistuttua yleisen tiedonsaannin kannalta tarpeellisia tietoja yleisessä tietoverkossa. Kunnan on verkkoviestinnässään huolehdittava, että salassa pidettäviä tietoja ei viedä yleiseen tietoverkkoon ja että yksityisyyden suoja henkilötietojen käsittelyssä toteutuu.

Viestinnässä on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otettava huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet”.

Simon kunnan hallintosäännön 5 § Kunnan viestintä mukaan: ”Kunnanhallitus johtaa kunnan viestintää ja tiedottamista kunnan toiminnasta. Kunnanhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat. Toimielimet luovat omalla toimialallaan edellytyksiä läpinäkyvälle toiminnalle asioiden valmistelussa ja päätöksenteossa.

Kunnanhallitus, lautakunnat, kunnanjohtaja sekä toimialojen johtavat viranhaltijat huolehtivat, että kunnan asukkaat ja palvelujen käyttäjät saavat riittävästi tietoja valmisteltavina olevista yleisesti merkittävistä asioista ja voivat osallistua ja vaikuttaa näiden asioiden valmisteluun. Viestinnässä käytetään selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otetaan huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet.”

Viestintää ohjaa julkisuuslaki, kuntalaki, hallintosääntö sekä kuntastrategia. Kunnassa valtuusto luo mahdollisuudet viestintään talousarvion, toimintasuunnitelman sekä strategian avulla.

Viestinnän merkitys

- Monikanavainen tiedotus lisää asukkaiden tyytyväisyyttä ja sujuvoittaa asioiden hoitamista
- Kunnan toiminnasta ja tapahtumista viestiminen lisää yhteisöllisyyttä ja sitouttaa alueeseen ja kotikuntaan
- Medianäkyvyyden (sosiaalinen media, perinteinen media) avulla lisätään kunnan tunnettavuutta ja houkutellaan niin matkailijoita kuin uusia asukkaitakin
- Aluemarkkinointi ja tonttimainonta houkuttelee uusia yrityksiä ja asukkaita alueelle

Viestintäohje koskee kaikkia kunnan ja konsernin työntekijöitä sekä kunnan luottamushenkilöitä.

Viestintäohje tulee voimaan 20.10.2026

2. Viestinnän lähtökohdat

2.1 Viestintäohje täydentää ja tukee kuntastrategiaa, kunnan visiota ja arvoja

Simon kunnan viestintä tukee kunnan visiota: *Simona Simoon*
Simon kunnassa viestintä on osa yhteistä matkaa kohti visiota *Simona Simoon* — halua innostua omasta kunnasta, vahvistaa yhteisöllisyyttä ja rakentaa tulevaisuutta yhdessä.
Viestintä heijastaa kunnan **arvoja**: luovuutta, huolenpitoa ja sisua.

LUOVUUS – Innostava, osallistava ja uusiutuva toiminta
Simon kunnan viestintä on luovaa ja uudistuvaa. Se innostaa ja osallistaa – kutsuu kaikki mukaan kehittämään Simoa.
Viestintää tehdään rohkeasti, kokeillen ja uusia kanavia hyödyntäen. Kunnan näkyvyyttä vahvistetaan erityisesti sosiaalisessa mediassa, ja kuntalaisia rohkaistaan osallistumaan vuorovaikutukseen ja keskusteluun.
Eri kohderyhmät tavoitetaan heille sopivissa kanavissa:

- Nuorisopalvelut toimivat esimerkiksi TikTokissa,
- kun taas Facebook ja verkkosivut palvelevat laajempaa yleisöä.

Seuranta ja mittarit:

- Verkkosivujen käyttäjäkyselyt
- Google Analytics -tilastot
- Sosiaalisen median sitoutumisen seuranta

HUOLENPITO – Yhteisöllisyyttä ja yhteistyön kulttuuria
Huolenpito näkyy viestinnässä avoimuutena, säännöllisyytenä ja välittämisenä.
Kunnan viestintä rakentaa yhteishenkeä ja vahvistaa luottamusta — jokainen kuntalainen on tärkeä ja osa yhteisöä.
Viestintää kehitetään suunnitelmallisesti mm. **sosiaalisen median vuosikellon** avulla.
Kuntalaisia osallistetaan kampanjoilla, kuten *"Rakkaudesta Simoon"*, jotka rohkaisevat jakamaan kotiseuturakkautta ja ylpeyttä omasta kunnasta.
Sisäisesti luodaan **sosiaalisen median ohjeistus**, joka tukee yhtenäistä ja vastuullista viestintää.

Seuranta ja mittarit:

- Sosiaalisen median analytiikka
- Käyttäjäkyselyt ja palaute

SISU – Tekemisen meininki ja elinvoimainen Simo
Sisu näkyy Simon viestinnässä tekemisen asenteena ja positiivisena otteena.
Viestinnän avulla rakennetaan mielikuva kunnasta, joka on **sisukas, viihtyisä ja vireä yrittämisen paikka**.
Kunnan viestintää kehitetään palvelemaan kuntalaisia entistä paremmin:

- Verkkosivut ja sosiaalisen median kanavat pidetään ajantasaisina
- **Simolainen-lehti** vahvistaa paikallista yhteisöllisyyttä
- Elinkeinotoiminnan viestintää ja yhteistyötä eri toimijoiden välillä lisätään

Seuranta ja mittarit:

- Viestinnän säännöllinen arviointi ja palaute
- Yhteistyön toimivuus ja näkyvyys elinkeinoviestinnässä

Yhteenveto
Simon kunnan viestintä on **luovaa, huolehtivaa ja sisukasta** – se vahvistaa kunnan strategiaa ja visiota *Simona Simoon*.
Tavoitteena on, että jokainen kuntalainen kokee olevansa osa yhteisöä, joka uskoo tekemiseen, arvostaa toisiaan ja rakentaa Simoa yhdessä.

2.2 Viestinnän periaatteet ja tavoitteet

Simon kunnan viestintä on kuntalaista kuuntelevaa ja vuorovaikutteista, avointa ja aktiivista, tasapuolista ja ymmärrettävää.

Kuntalaista kuuntelevaa ja vuorovaikutteista
Kuntalaisille annetaan mahdollisuus tulla kuulluksi ja päästä osallistumaan ja vaikuttamaan heitä koskevissa asioissa ja päätöksissä. Jokainen kunnan työntekijä on velvollinen opastamaan asiakasta tiedon ja palvelun löytämiseksi. Kuntalaisella tulee olla mahdollisuus antaa kuntaan palautetta ja käydä vuoropuhelua kunnan palveluista vastaavien viranomaisten kanssa.

Avointa ja aktiivista
Asioista tiedotetaan aktiivisesti ja avoimesti. Kuntalain mukaisesti tiedotetaan myös vireillä olevista asioista. Myös kuntalaisten palvelujen järjestämisen kannalta merkittävistä asioista tiedotetaan jo valmisteluvaiheessa sekä etukäteen tiedossa olevista tapahtumista ja palveluista tiedotetaan hyvissä ajoin.

Tasapuolista ja ymmärrettävää
Tietoa tarjotaan mahdollisimman monen kanavan kautta, huomioiden kunnan eri viestintävälineitä käyttävä väestö. Viestinnässä käytetään selkeätä ja ymmärrettävää kieltä, joka on helposti ymmärrettävää myös henkilöille, jotka eivät tunne kuntaorganisaatiota tai kuntapäätöksenteon vaiheita.

3. Viestinnän vastuut ja organisointi

Nykyisessä vuorovaikutuksen maailmassa, jossa jokainen viestii, on entistä tärkeämpää, että organisaatiossa määritellään viestinnän vastuut. Osastojen ja tytäryhtiöiden viestinnän on oltava linjassa kuntastrategian tavoitteiden kanssa ja tuettava kuntastrategian toteutumista.

3.1 Viestinnän vastuut ja käytännön työnjako

Kunnanvaltuusto
Kunnanvaltuusto luo mahdollisuudet viestintään toimintasuunnitelman ja talousarvion hyväksymisen sekä voimassa olevan hallintosäännön ja kuntastrategian avulla.

Kunnanhallitus
Kunnanhallitus johtaa kunnan viestintää ja tiedottamista kunnan toiminnasta. Kunnanhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat henkilöt. Kunnan viestintää toteutetaan viestintäohjeen mukaisesti.

Kunnanjohtaja
Koko kuntaa koskevasta viestinnästä vastaa kunnanjohtaja, joka ohjaa toimintaa.

Brändin hallinta on jatkuvaa työtä ja se ilmenee jokapäiväisissä teoissa ja valinnoissa. Näissä nojataan aina kunnan strategiaan. Brändin ytimessä on materiaalien yhdenmukaisuus ja niiden hallittu kehittäminen.

Osastojen johtajat
Käytännön viestintävastuu ja työyhteisöviestintä ovat toimivalla johdolla (johtoryhmä). Osastojen johtajat vastaavat toimialojensa sisäisestä ja ulkoisesta viestinnästä ja sen resurssoinnista.

Esihenkilöt
Esihenkilöasemassa olevat vastaavat oman yksikkönsä työyhteisöviestinnästä.

Elinvoimakoordinaattori
Elinvoimakoordinaattori koordinoi yritysviestintää ja –markkinointia.

Kunnan työntekijä
Jokainen kunnan työntekijä viestii työssään kuntalaisille, asiakkaille ja yhteistyö- kumppaneille.

Päätöksentekoviestintä
Valtuuston, kunnanhallituksen, lautakuntien sekä muiden toimielinten päätösviestinnästä kokousten jälkeen vastaavat kunnanjohtaja ja osastonjohtajat. Pöytäkirja julkaistaan tarkastamisen jälkeen netissä.

Projektit
Projektien ja hankkeiden viestinnästä vastaavat projektipäälliköt.

Tytäryhtiöt
Kunnan konserniin kuuluvien tytäryhtiöiden viestinnästä vastaavat toimitusjohtajat.

Tiedotustiimi
Palvelualueet esittävät kunnanhallituksella nimettäväksi viestintävastaavat, jotka muodostavat tiedotustiimiin. Tiimi kokoontuu neljä kertaa vuodessa. Tiimin jäsenet toimivat äänitorvina edustamansa osaston ja tiimin välillä, jotta ajankohtainen tieto saadaan kulkemaan kumpaankin suuntaan. Tiimin tehtävänä on kehittää, suunnitella ja yhteensovittaa kunnan viestintää sekä huolehtia siitä, että se pysyy linjassa. Tiimin jäsenet huolehtivat myös siitä, että osastoa koskevat tiedot ovat ajan tasalla ulkoisissa ja sisäisissä viestintäkanavissa. Tiimin koollekutsujana toimii hallintojohtaja.

3.2 Työntekijät viestijöinä – jokainen viestii omalla paikallaan

Jokainen organisaation jäsen on viestijä omassa työroolissaan esimerkiksi kertoessaan omasta työstään, toimiessaan omassa työyhteisössä, asioidessaan kuntaisten kanssa ja keskustellessaan sosiaalisessa mediassa.

Julkiseen keskusteluun osallistuminen on kaikkien oikeus, mutta oma rooli, sen edellyttämä asenne ja korrekti (lojaliteettivelvoite) toimintatapa työnantajaa kohtaan on syytä muistaa. Työntekijää sitoo lainsäädännössä määritelty lojaliteettivelvollisuus työnantajaansa kohtaan. Salassa pidettävien asioiden kertominen julkisesti tai omien esihenkilöstön tai työkavereiden julkinen haukkuminen, moittiminen, arvostelu tai työnantajaa vahingoittavat julkiset puheet eivät ole hyväksyttäviä. Ristiriitatilanteet tulee aina ottaa esille lähiesimiehen tai työsuojeluvaltuutetun kanssa.

Työntekijä voi ilmaista oman mielipiteensä julkisuudessa; se tulee kuitenkin kertoa yksityishenkilönä, ei kunnan tai sen yksikön virallisena kantana. Erityisesti sosiaalisessa mediassa on tärkeä erottaa, toimiiko siellä yksityishenkilönä vai kunnan edustajana.

Työntekijän työnkuvalla ja asemalla on merkitystä: mitä vastuullisemmassa asemassa työntekijä on, sitä pienempi teko voi rikkoa lojaliteettivelvoitetta. Velvoite tulee muistaa myös sosiaalisessa mediassa toimittaessa ja keskustellessa. Varsinaiset lausunnot organisaation toiminnasta antaa aina toiminnasta vastaava johtaja.

Jokainen työntekijä vastaa myös hyvästä asiakaspalvelusta. Kaikkia asiakkaita kohdellaan samanarvoisesti ja heidän tarpeitaan kunnioittaen. Asiakaspalvelu on viestintää tehokkaimmillaan: ystävällinen, asiantunteva ja kunnan perusviestien mukainen asiakaspalvelu luo myönteistä mielikuvaa ja myönteistä henkeä ensikohtaamisesta lähtien.

3.3 Luottamushenkilöt käyvät arvokeskustelua

Luottamushenkilöiden rooli on tärkeä arvo- ja linjakeskusteluissa sekä avoimen ja hyvän viestintäilmapiirin aikaansaamisessa. On myös hyvä muistaa, että poliittiset luottamushenkilöt toimivat työnantajan roolissa, ja heidän toiminnallaan on merkitystä henkilöstön motivoinnissa. Edustaessaan kuntaa on luottamushenkilöiden viestinnän oltava linjassa kuntastrategian tavoitteiden kanssa ja tuettava kuntastrategian toteutumista.

4. Sisäisen viestinnän kohderyhmät ja kanavat

Sisäinen viestintä on organisaation sisällä tapahtuvaa, työyhteisön jäseniin kohdistuvaa ja heidän välillään tapahtuvaa tiedonkulkua ja vuorovaikutusta. **Jokainen työntekijä tekee sisäistä viestintää.** Organisaation sisäisessä viestinnässä esihenkilöillä on keskeinen rooli.

Sisäisen viestinnän läpinäkyvyys on tärkeää, koska se rakentaa luottamusta, parantaa yrityskulttuuria ja lisää työntekijöiden motivaatiota. Kun kaikki saavat saman tiedon, työntekijät tuntevat olevansa samalla viivalla kunnan tavoitteiden kanssa, mikä edistää luottamusta sekä toisiin työntekijöihin että johtoon. Läpinäkyvyys auttaa työntekijöitä ymmärtämään oman työn merkityksen ja siten lisää heidän sitoutumistaan ja motivaatiotaan.

Kunnan sisäisen viestinnän keskeiset kohderyhmät ovat henkilöstö, tytäryhtiöt ja luottamushenkilöt. Sopivat kanavat valitaan viestittävän asian ja kohderyhmän mukaan, jotta viesti tavoittaa tehokkaasti ne, joille halutaan viestiä.

Kunnassa on seuraavat sisäisen viestinnän kanavat:

4.1 Henkilöstökokous

Hallintosäännön 19 § Henkilöstökokoukset:

Kunnanjohtaja kutsuu koolle henkilöstökokouksen, kun tavoitteiden saavuttaminen tai tiedottaminen sitä edellyttävät.

Palvelualuekokouksia pidetään palvelualuejohtajan ja henkilöstön sopimassa laajuudessa.

Henkilöstö- tai palvelualuekokous on kutsuttava koolle, mikäli yksi kolmasosa asianomaisesta henkilöstöstä sitä ilmoittamaansa asiaa varten vaatii.

4.2. Johtoryhmän kokoukset

Johtoryhmän tehtävänä on tukea ja kehittää kunnan kokonaisjohtamista yhteistyössä henkilöstön ja luottamushenkilöorganisaation kanssa. Johtoryhmä kokoontuu säännöllisesti. Näissä kokouksissa käsitellään osastojen ajankohtaisia asioita ja sovitaan niihin liittyvistä linjauksista.
Johtoryhmän muodostavat kunnanjohtaja ja palvelualuejohtajat.
Johtoryhmän jäsenet vievät johtoryhmässä käsitellyt asiat omiin työyksikköihinsä tiedoksi.
Johtoryhmän koollekutsujana on kunnanjohtaja.

4.3 Kehityskeskustelut

Kehityskeskustelut pidetään kerran vuodessa. Kehityskeskustelut ovat luottamuksellisia työntekijän ja esimiehen keskusteluja, joissa käydään läpi työhön ja työyhteisöön liittyviä asioita. Kehityskeskustelut ovat molemmille osapuolille sekä oikeus että velvollisuus.

Tarkempia ohjeita kehityskeskustelun käymiseen ja kehittämiskeskustelulomakkeet löytyvät yhteisistä kuntatiedoista.

4.4. Palvelualuepalaverit

Palvelualuepalaverit ovat tehokkaita työyhteisöviestinnän muotoja, koska ne ovat välitöntä viestintää. Kysymyksiä on mahdollista esittää kasvotusten ja niihin on mahdollista saada vastaukset nopeasti. Osastopalavereja järjestetään mahdollisuuksien mukaan säännöllisesti ja riittävän usein. Osastopalaverien järjestämisvastuu on osaston johtajilla ja esihenkilöillä. Työntekijällä on myös oikeus pyytää osastopalaveria.

4.5 Perehdyttäminen

Perehdyttämisen tavoitteena on tutustuttaa ja sitouttaa uusi työntekijä tuleviin tehtäviinsä, Simon kuntaan sekä oman organisaationsa/yksikkönsä toimintaan. Työhön perehdyttämisen avulla uusi työntekijä oppii tuntemaan työyhteisönsä, sen toimintatavat ja ihmiset sekä työtehtävänsä ja niihin liittyvät odotukset. On tärkeää, että uusi työntekijä tuntee olevansa tervetullut. Perehdyttämisestä on aina vastuussa esihenkilö. Perehdyttämisvastuuta ei voi siirtää työntekijälle, jolle tehtävien hoito ei kuulu.

Perehdyttämiskansio löytyy Yhteiset kuntatiedot -kansiosta *sekä yhteisistä kuntatiedoista.*

4.6 Sähköposti

Sähköpostia voi käyttää pienen joukon sisäiseen viestintään. Sähköpostin yhteydessä tulee käyttää sähköpostin allekirjoitusmallia.

Ystävällisin terveisin,

työntekijän nimi
Osoite
puhelin
sähköpostiosoite

SIMO
Voima tulee luonnosta

Logon lisääminen sähköpostin allekirjoitukseen (Outlook)
Avaa Outlook.
Valitse Tiedosto → Asetukset → Sähköposti → Allekirjoitukset.
Valitse allekirjoitus tai luo uusi.
Vie nuoli kohtaan, johon haluat logon.
Klikkaa Lisää kuva -ikonia.
Valitse logotiedosto koneeltasi.
Tallenna OK.

4.7 Teams

Teams on aktiivisesti kunnan käytössä. Tiimejä perustetaan tarpeen mukaan ja hyödynnetään sovelluksen suomia mahdollisuuksia tarpeen mukaan esimerkiksi kokoukset ja materiaalien jakaminen. On toivottavaa, että yleiset keskustelut ryhmän kanssa käydään Teamsissa sähköpostin sijaan.

Teamsin taustakuvat löytyvät Yhteiset kuntatiedot -kansiosta.





Näin lisäät oman taustakuvan Teamsissa
Liity kokoukseen tai aloita kokous.
Klikkaa yläreunasta Kolme pistettä (…).
Valitse Käytä taustatehosteita / Taustatehosteet.
Klikkaa Lisää uusi (+).
Valitse kuva omalta koneeltasi.
Paina Käytä.
Valmis! Taustakuva näkyy nyt muille kokouksessa.
Vinkki: Parhaiten toimivat vaakakuvat, esim. 1920 × 1080 px.

4.8 Henkilöstökokous

Henkilöstökokouksia pyritään järjestämään 1 - 3 kertaa vuodessa. Henkilöstökokouksissa käsitellään ajankohtaisia aiheita. Palvelualuejohtajat valmistelevat henkilöstökokouksiset-yhdessä hallintojohtajan kanssa. Henkilöstökokous voidaan pitää Työhyvinvointia edistävän tapahtuman yhteydessä.

4.10 Sähköposti

Sähköpostia käytetään kunnan sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä erityisesti työtehtäviin liittyvien asioiden hoitamiseen ja tiedon välittämiseen. Sähköpostiviestinnän tulee olla selkeää, asiallista ja vastaanottajat huomioivaa. Viestien otsikoinnissa tulee kiinnittää huomiota siihen, että viestin sisältö käy ilmi jo otsikosta. Sähköpostia lähetettäessä tulee harkita viestin tarpeellisuutta ja vastaanottajajoukkoa. Kiireellisissä asioissa suositellaan ensisijaisesti puhelimitse tapahtuvaa yhteydenottoa.

5. Ulkoisen viestinnän kohderyhmät ja kanavat

Ulkoisella viestinnällä tarkoitetaan organisaatioista ulospäin suuntautuvaa tiedottamista ja vuorovaikutusta. Sen tehtävänä on kasvattaa tietoisuutta organisaation olemassaolosta, tekemästä työstä ja tavoitteista.

Simon kunnan ulkoisen viestinnän keskeisiä kohderyhmiä ovat kuntalaiset, yrittäjät ja elinkeinoelämä, media, kolmas sektori, erilaiset kansalliset ja kansainväliset yhteistyötahot ja sidosryhmät, muut kaupungit ja kunnat sekä muut viranomaiset. Sopivat viestintäkanavat valitaan viestittävän asian ja kohderyhmän mukaan, jotta viesti tavoittaa tehokkaasti ne, joille halutaan viestiä.

Kunnan ulkoisen viestinnän kanavia ovat:

5.1 Päätöksentekoviestintä

Kunnanvaltuuston ja toimielinten esityslistat julkaistaan kunnan www-sivuilla ennen kokousta. Päätökset ovat luettavissa kunnan www-sivuilla tarkastuksen jälkeen.

5.2 Kunnan internetsivut

Simon kunnan verkkosivusto on kunnan keskeinen tiedotuskanava ja simolaisten tärkein tiedonlähde kunnan palveluihin ja kehittämiseen. Simo.fi – verkkosivusto on myös kunnan käyntikortti, joka vaikuttaa omalta osaltaan siihen, millainen mielikuva Simosta syntyy. Verkkosivulla julkaistaan kaikki kuntaa ja sen palveluja koskeva oleellinen tieto.

Vastuu Simo.fi – sivuston ylläpidosta ja päivityksestä on hajautettu osastoille. Jokainen osasto on vastuussa siitä, että sivustolla on ajantasaista ja totuudenmukaista tietoa.

Palvelualuejohtajat ja tiedotustiimin jäsenet vastaavat verkkosivuston kehittämisestä, osastojen ylittävästä verkkotiedotuksesta ja auttavat tarvittaessa osastoille nimettyjä päivittäjiä.

Tiedotustiimin tapaamisissa käydään läpi sivuston päivitystarpeita. Tiedotustiimi tarkkailee, että sivusto pysyy selattavissa ja tieto löytyy helposti selkeiden polkujen avulla.

5.3 Kuntalaistilaisuudet

Kuntalaistilaisuudet ovat hyvä tilaisuus sekä kuntalaisten näkemysten, aloitteiden ja kysymysten vastaanottamiseen että kunnan näkemysten ja suunnitelmien esittelemiseen. Kunta järjestää

tarvittaessa alueellisia tai koko kuntaa koskevia kuntalaistilaisuuksia, joissa esitellään ajankohtaisia asioita.

Kunnan työntekijät ja luottamushenkilöt vierailevat mahdollisuuksien mukaan eri sidosryhmien tilaisuuksissa. Kunta myös osallistuu sidosryhmien kuntalaisille järjestettäviin tilaisuuksiin ja avustaa niiden järjestelyissä ja tiedotuksessa mahdollisuuksien mukaan.

Nykytekniikka mahdollistaa myös erilaiset verkkokeskustelut, esimerkiksi Teams, jota on myös mahdollista hyödyntää kunnan kuntalaisviestinnässä.

Vastuu kuntalaistilaisuuksien koolle kutsumisesta eri teemoin ja kohderyhmin kuuluu aina kulloisenkin osaston nimetylle vastaavalle.

5.4. Simolainen-lehti

Ilmestyy kerran kuussa paitsi elokuussa. Sen aineisto- ja postitusaikataulut löytyvät kunnan verkkosivuilta.

5.5 Sosiaalinen media

Läsnäolo sosiaalisessa mediassa vahvistaa yhteisöllisyyttä ja myönteisiä mielikuvia kunnasta. Kunnan sosiaalisen median pääkanavat ovat Facebook ja Instagram, joiden kautta kuntalaiset saavat nopeasti ja kustannustehokkaasti ajankohtaista, luotettavaa ja hyödyllistä tietoa arkeensa vaikuttavista asioista. Kanavan valinta riippuu siitä, mitä kohderyhmiä halutaan tavoittaa ja minkälaisella viestillä.

Sosiaalisen median kanavat tarjoavat nopean, helpon ja edullisen tavan viestiä tehokkaasti kuntalaisten ja sidosryhmien kanssa. Viestinnässä tavoitteena voi olla tiedon jakaminen, vuorovaikutus kuntalaisten ja sidosryhmien kanssa tai positiivisen mielikuvan luominen kunnasta.

Simon kunnan ensisijaiset sosiaalisen median kanavat:
Facebook - käytetään ensisijaisesti tiedottamiseen ja tapahtumamarkkinointiin
Instagram - käytetään ensisijaisesti positiivisen julkisuuskuvan luomiseen kuvien ja videoiden avulla sekä tapahtumamarkkinointiin
LinkedIn - käytetään ensisijaisesti elinvoimaisuuteen ja avoimiin työpaikkoihin liittyvään tiedottamiseen

TikTok – käytetään nuorille suunnattuun tiedottamiseen ja markkinointiin

Uuden tilin perustaminen
Lähtökohtaisesti suositellaan viestinnän keskittämistä kunnan yhteisille sivuille.

Uutta tiliä perustettaessa tulee arvioida:
mille kohderyhmälle tili on tarkoitettu
millaista sisältöä tilillä on tarkoitus julkaista
kuka vastaa tilistä ja kuinka usein päivittäminen on mahdollista

Tiliä ylläpitäessä tulee arvioida sen käyttöastetta: kuinka usein ehdin jakamaan julkaisuja ja johtavatko julkaisut vuorovaikutukseen kohderyhmän kanssa. Jos käyttöaste on matala, harkitse tilin sulkemista ja resurssin kohdentamista muihin kanaviin.

Mahdollisuuksien mukaan on hyvä pohtia someviestinnän keskittämistä yhdelle tilille. Esimerkiksi koulu voi perustaa oman sosiaalisen median tilin, jota päivittävät yhdessä opettajat, rehtori ja koulun harkinnan mukaan oppilaskunta. Useamman tekijän avulla huolehditaan siitä, että päivittäminen on aktiivisempaa.

Sosiaalisessa mediassa huomioitavaa

- Voit merkitä julkaisuun Simon kunnan esim. Instagramissa @simon.kunta . Näin julkaisu voidaan jakaa myös kunnan sometilillä.
- Voit käyttää mm. seuraavia Simon kunnan hashtageja: #SimonKunta #RakkaudestaSimoon #SimonaSimoon #voimatuleeluonnosta #huolenpito #luovuus #sisu

- ole aina kohtelias ja asiallinen, kunnioita kaikkia osapuolia
  negatiivisesta palautteesta kiitetään ja se ohjataan talon sisällä eteenpäin
- tilillä olisi hyvä käydä vähintään kerran päivässä vastaamassa viesteihin, jotta tili vaikuttaisi kohderyhmän suuntaan aktiiviselta
- pidä julkaisut selkeänä: mitä, missä, milloin ja yhteystieto
- vastausten on hyvä olla lyhyitä ja sisältää linkin lisäinformaatioon tai nettisivuille
- jos olet epävarma julkaisusta, pyydä työkaverilta mielipide
- jaa organisaation muiden tilien julkaisuja omissa kanavissasi, muistathan myös reagoida julkaisuihin
- varmista, että sinulla on oikeus käyttää julkaisemaasi materiaalia esim. kuvia, videoita. Huolehdi myös tarvittavista tekijänoikeusmerkinnöistä.

5.6 Mediayhteistyö

Tiedotusvälineet ovat Simon kunnalle tärkeitä yhteistyökumppaneita tiedon välittämisessä. Simon kunta kohtelee kaikki tiedotusvälineitä tasapuolisesti.

Tiedote
Tiedote laaditaan kun organisaatiossa tapahtuu jotain mielenkiintoista, yllättävää tai epätavallista, joilla arvioidaan olevan uutisarvoa. Tiedotteen tekemiselle ei tule asettaa liian korkeaa kynnystä. Keskeneräisistä asioista tiedottaminen lisää kuntalaisten luottamusta kunnan hallintoon. Myös kielteisistä asioista on kerrottava, mikäli niillä on yleistä merkitystä. Kaikki tiedotteet julkaistaan ensin kunnan verkkosivuilla, jonka jälkeen ne lähetetään tiedotusvälineille.

Hyvä tiedote vastaa kysymyksiin mitä, missä, miksi ja kuka. Tiedotteessa otsikko on tärkein: se kuvaa tiedotteen sisältöä ja herättää mielenkiintoa. Hyvän tiedotteen pituus on yksi A4 ja siinä on lisätietojen antajan yhteystiedot. Lisää tarvittaessa päivämäärä ja kellonaika, jona tiedote on vapaa julkaistavaksi.

Tiedotustilaisuus
Tiedotustilaisuus järjestetään silloin, kun on kyse merkittävästä ja erityistä huomiota herättävästä asiasta tai jos asia sisältää paikan päällä esiteltävää materiaalia. Kutsu tilaisuuteen lähetetään noin viikko etukäteen. Kutsussa mainitaan tilaisuuden aika, paikka, aihe sekä asiaa esittelevien

henkilöiden nimet. Tiedotustilaisuudessa jaetaan mahdollisuuksien mukaan myös kirjallista materiaalia. Tiedostustilaisuuden järjestämisestä päättää kunnanjohtaja.

Haastattelu
Haastattelupyyntöön vastataan heti ja ystävällisesti. Pyydä kuitenkin hetki aikaa, jotta ehdit valmistautua, tarkistaa tiedot ja miettiä tarkemmin viestiäsi. Tarkenna myös, mihin tarkoitukseen haastattelua tullaan käyttämään ja tullaanko haastattelua siteeraamaan suoraan vai käyttämään vain tausta-aineistona. Haastateltavalla on mahdollisuus pyytää haastatteluteksti tarkistettavaksi. Mahdollisia korjauksia tehdään vain asiavirheiden osalta.

Viestinnän vastuut ja käytännön työnjako myös haastattelujen osalta ovat kohdassa 3.1.

5.7 Viralliset kuulutukset ja muut ilmoitukset

Viralliset kuulutukset ja ilmoitukset julkaistaan kunnan verkkosivuilla siten kuin kuntalaissa ja erityislaeissa määrätään. Lainsäädännön edellyttäessä ja harkinnan mukaan kuulutukset ja ilmoitukset julkaistaan myös kunnanviraston ilmoitustaululla sekä kunnan virallisessa ilmoituslehdessä.

5.8. Wilma ja Daisy

Wilma on koulujen käyttämä viestintäkanava. Opetushenkilöstö, oppilaat ja huoltaja viestivät toistensa kanssa Wilmassa. Varhaiskasvatuksessa käytetään Daisya.

6. Markkinointiviestintä

Simon kunnan markkinointiviestintä pohjautuu kuntastrategiaan. Markkinointiviestinnän tavoitteet liittyvät mielikuviin, tunnettuuteen, asenne- ja mielipidemuutoksiin ja pito- ja vetovoimatekijöihin. Tavoitteiden tulee olla riittävän konkreettisia ja realistisia, jotta niitä voidaan mitata. Markkinointiviestinnän tavoitteena on tyytyväiset kuntalaiset, yrittäjät ja potentiaaliset asukkaat ja yritykset ulkopaikkakunnilta. Asukkaat ja yritykset tuovat verotuloja ja siitä seuraa hyvinvointia.

Kunnan markkinointikanavia ovat kunnan verkkosivut ja muut verkkoviestit, perinteinen media (joukkoviestimet, painotuotteet, ulkomainonta jne.), sosiaalinen media, asiakaspalvelu PR- ja suhdetoiminta ja sisältömarkkinointi (esim. bloggarit).

6.1 Markkinoinnin suunnittelu, vuosikello

Viestinnän vuosikelloon kirjataan vuosittain jo ennalta tiedossa olevat asiat, joista tullaan tiedottamaan. Vuosikellotiedoista vastaavat tiedotustiimin jäsenet.

6.2 Hastagit

Hastag, suomeksi avainsana tai aihetunniste, on kokonaisuus, joka muodostetaan ristikolla #. Hastag helpottaa viestintää, sen avulla viestit ohjautuvat oikeaan paikkaan ja sen avulla voi hakea

tiettyyn aiheeseen liittyviä viestejä. Kunnan hastagit ovat: #Simo, #rakkaudestaSimoon , #simonaSimoon #voimatuleeluonnosta #sisukassimolainen #huolenpito #luovuus #sisu

6.3 Messut, näyttelyt

Kunta esittelee toimintaansa ja samalla rakentaa julkisuuskuvaansa erilaisilla messuilla, näyttelyissä ja tapahtumissa. Messuille ym. osallistutaan yhteistyössä yrittäjien ja muiden sidosryhmien kanssa mahdollisuuksien mukaan. Osastot osallistuvat messuille ja näyttelyihin määrärahojensa puitteissa sekä ilmoittavat osallistumisestaan elinkeinokoordinaattorille, joka tarpeen mukaan avustaa messumateriaaleissa.

6.4 Tapahtumat

Tapahtumaviestinnästä vastaa ja sitä koordinoi tapahtumaa järjestävä henkilö. Tapahtumaa järjestävä henkilö laittaa tapahtumatiedon kunnan www-sivuille ja Facebookiin. Yhdistykset, järjestöt yms. voivat ilmoittaa tapahtumistaan lähettämällä www.lahella.fi -järjestelmän kautta.

6.5. Graafinen ohjeistus

Yhtenäinen visuaalinen ilme tehostaa kunnan viestintää ja parantaa Simon tunnettuutta. *Graafinen ohje löytyy myös kunnan yhteiset-kansiossa.*

Graafinen ohje ja tarvittavat viestinnän materiaalit löytyvät kansiosta Yhteiset -> Yhteistiedostot -> Yhteiset kuntatiedot -> Brändi uudistus

6.6 Markkinointimateriaalit

Esitteet
Kunta julkaisee omia yleisesitteitä määrärahojen puitteissa.

Ilmoitukset ja mainonta
Osastot päättävät määrärahojensa puitteissa, missä lehdissä haluavat ilmoitella ja markkinoida. Osastot ilmoittavat tiedon viestintä- ja markkinointisuunnittelijalle. Ilmoituksissa on huomioitava kunnan visuaalinen ilme.

PR-tuotteet
Valmistellaan yhtenäinen liikelahja.

6.7 Vaakuna

Kunnalla on käytössään heraldinen tunnus eli vaakuna. Vaakunaa käytetään virallisissa juhlallisissa yhteyksissä. Ulkopuolisten tahojen on pyydettävä lupa vaakunnan käyttöön kunnanjohtajalta.

7. Häiriö- ja kriisiviestintä

Häiriö- ja kriisiviestintä on viestintää tilanteissa, joissa organisaation toimintaedellytykset tai maine on uhattuna. Kriisi voi koskea itse organisaatiota tai sen toimintaa (sisäinen kriisi) tai siihen liittyviä palveluja (ulkoinen kriisi).

7.1. Häiriö ja kriisiviestinnän periaatteet

Kriisiviestintään on varauduttava ja häiriötilanteisiin on reagoitava nopeasti. Ihmisen tiedontarve kriisitilanteessa lisääntyy ja kyky vastaanottaa tietoa heikkenee, joten ohjeiden on oltava selkeitä ja riittävän lyhyitä. Selkeä, nopea ja johdonmukainen tiedottaminen lisää kuntalaisten turvallisuuden tunnetta ja luottamusta viranomaisten kykyyn ratkaista ongelmat. Kriisiviestinnän toimenpiteet ja työkalut määritellään sen mukana, kuinka vakavaksi kriisi arvioidaan.

Poikkeuksellisessa tilanteessa kriisiviestintäsuunnitelman on oltava ajan tasalla ja kattava. Kaikki keskeiset vastuuhenkilöt osallistuvat säännöllisesti valmiusharjoituksiin, joissa simuloidaan myös viestintää. Lisäksi on varauduttava myös muiden kuin tavanomaisten viestintäkanavien, kuten tekstiviestien ja sosiaalisen median, hyödyntämiseen esimerkiksi onnettomuuksien, sähkön tai veden jakelukatkoksissa. Monikanavaisen viestinnän tavoitteena on saavuttaa kaikki kohderyhmät mahdollisimman joustavasti.

Poikkeusolot astuvat voimaan ainoastaan valmiuslainsäädännön kautta. Kunnan viestinnän tehtävänä on tukea pelastusviranomaisten toimintaa sekä varmistaa avoimen, luotettavan ja reaaliaikaisen tiedon jakaminen kuntalaisille, henkilöstölle, eri sidosryhmille ja medialle. Tärkeää on viestiä säännöllisesti ja tarjota aktiivisesti uutista sekä välittää mahdollisimman realistista tilannekuvaa.

Häiriö- tai kriisitilanteen uhatessa on jokaisen velvollisuus turvata tilanne ja tehdä välittömät toimenpiteet vahingon laajenemisen estämiseksi: siis soita apua ja ilmoita asiasta esimiehelle ja vastuuhenkilöille. Tiedotteessa kerro tilannekuva, mitä on tapahtunut ja missä. Tarvittaessa, mikäli mahdollista, anna myös toimintaohjeet. Tiedotteessa on oltava myös yhteystiedot, keneltä voi tarvittaessa kysyä lisätietoja.

7.2 Viestintävastuu

Häiriö- ja kriisiviestintätilanteissa tiedottamisesta vastaa kunnanjohtaja, jonka tukena on valmiusviestintäsuunnitelma. Viestintää kunnanjohtajan johdolla tekevät valmiuspäällikkö ja toimialajohtajat yhdessä kyseisen yhtiön, yhteisön, häiriötilanteen tai poikkeusolojen johtoryhmän kanssa.

- Päävastuu kuuluu kriisissä sille viranomaiselle, jolla on tilanteen johtovastuu. Onnettomuustilanteissa viestintävastuu on aina pelastustöitä johtavalla viranomaisella. Kunnan viestinnästä vastaa häiriö- tai poikkeusolojen johtoryhmä tai kunnan johtoryhmä riippuen tilanteen vakavuudesta.
- Kunta tiedottaa erityisesti kunnan peruspalveluista ja niiden turvaamisesta Kunnan internetsivujen kautta.
- Jokaisen toimialan on huolehdittava, että lakiin sekä muihin hallinnollisiin määräyksiin ja ohjeisiin perustuvat ilmoitusvelvollisuudet muille viranomaisille toteutuvat.
- Lisäohjeita häiriö- ja kriisiviestinnästä on valmiussuunnitelman viestintäohjeessa.

Toimialojen ja tytäryhteisöjen turvallisuussuunnitelmissa annetaan ohjeet muusta poikkeustilanteiden tiedottamisesta

Kunta osallistuu säännöllisesti valtakunnallisiin kriisi- ja poikkeusoloharjoituksiin. Poikkeusolot ja häiriötilanteet sekä niiden edellyttämät toimintaohjeet on määritelty tarkemmin valmiussuunnitelmissa ja yksikkökohtaisissa turvallisuussuunnitelmissa.

8. Koulutus

Koulutustarpeesta keskustellaan aina ensimmäiseksi esihenkilön kanssa.

Viestintä on merkittävä osa kunnan koko palveluorganisaation toimintaa, ja sen tulee olla hyvin suunniteltua ja organisoitua. Kunnan viestintäsuunnitelma- ja ohje päivitetään tarvittaessa.

Kunnan viestintää kehitetään ottamalla tarpeen mukaan käyttöön uusia viestintävälineitä ja -kanavia, parantamalla henkilöstön viestintätaitoja ja luomalla viestintämyönteistä ilmapiiriä koko organisaatioon.

Viestinnän seurantakeinoja ovat mm. asiakkailta saadut kyselyt, palautteet, työyhteisöissä käydyt keskustelut, verkkosivujen käyttäjien kävijämäärät ja sosiaalisen median seuraajat ja tykkääjät.

9. Viestinnän ilme

Simon kunta käyttää viestinnässään mahdollisuuksien mukaan kunnan käyttöön tehtyjä valmiita pohjia, jotta viestinnän ilme on yhteneväinen.

Graafinen ohje ja tarvittavat viestinnän materiaalit löytyvät kansiosta Yhteiset -> Yhteistiedostot -> Yhteiset kuntatiedot -> Brändi uudistus

Kansiota päivitetään koko ajan ja sieltä löytyvät muun muassa: Lomakkeet, käyntikorttipohjat ja kirjepohjat, Teams-taustakuvat, some-mainosten pohjat, Simon logot, Simon powerpoint-pohja jne.


SIMO

Voima tulee luonnosta

Simo on vuosisataisesti tunnettu lohipitäjä, ja sen sanotaan rakentuneen lohitalonpoikien rahoilla. Simo muodostuu vahvoista merenrannan ja jokivarren kylistä. Kalastusmatkailu nähdään yhtenä kunnan vahvana tulevaisuuden elinkeinona. Simon kunta sijaitsee Perämeren rannikolla ja se on Lapin eteläisin kunta. Simo on viihtyisän asumisen palveluiltaan ja ennakkoluuloton kunta, johon uusien asukkaiden on helppo muuttaa.

Väliotsikko

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Morbi commodo neque at ligula suscipit bibendum. In hac habitasse platea dictumst. Suspendisse vitae fringilla dui, eget condimentum diam. Sed non turpis nibh. Aliquam bibendum maximus augue, eu imperdiet dui lacinia vitae.

Väliotsikko 2

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Morbi commodo neque at ligula suscipit bibendum. In hac habitasse platea dictumst. Suspendisse vitae fringilla dui, eget condimentum diam. Sed non turpis nibh. Aliquam bibendum maximus augue, eu imperdiet dui lacinia vitae.

Kati Klaavuniemi
Elinvoimakoordinaattori


SIMO
Päätsikko
Tervetuloa Simoon
Osion otsikko
Koti Simojoen varrelta
Kiitos
SIMO
SIMO
Voima tulee luonnosta
Aloitussivu ilman tekstiä