



VIESTINTÄ-, VUOROVAIKUTUS- JA OSALLISUUS- SUUNNITELMA

LYHYESTI:

Miten vuorovaikutamme eri kohderyhmien kanssa maakunta- ja sote-uudistuksessa Lapissa?

LAPIN MAAKUNTAUUDISTUKSEN
VIESTINTÄTYÖRYHMÄ
SYKSY 2017

Sisällysluettelo

TIIVISTELMÄ.....	2
JOHDANTO: Raito matkalla uuteen Lapin maakuntaan	2
Viestinnän, vuorovaikutuksen & osallisuuden peruseräatteen ja tavoitteet	4
Muutosviestintä.....	5
Lapin maakuntaudistuksen visiohahmotelma.....	6
Yleiset perusviestit.....	7
Viestinnän kanavia ja keinoja	7
Viestintävastuut maakuntaudistuksen valmistelussa	8
Aikataulutusta	9
Viestintäsuunnitelma kohderyhmittäin.....	10
1. Lapin maakuntaudistuksessa työskentelevä valmisteluhenkilöstö, valmistelutoimielin, valmistelun tueksi perustetut työryhmät ja sparrausryhmä	10
2. Muutoksessa mukana olevien organisaatioiden henkilöstö	11
3. Esimiehet	12
4. Lappilaiset.....	13
5. Lapin maakuntaudistuksen poliittinen seurantaryhmä (tulevaisuudessa maakuntavaltuusto) ...	14
6. Sidosryhmät.....	15
6.1. Media.....	15
6.2. Kunnat	16
6.3. Muut lappilaiset poliittiset päättäjät.....	17
6.4. Muut sidosryhmät	18
Osallisuus ja osallistuminen ovat vuorovaikutusta asukkaiden ja maakunnan kesken	20
Henkilöstön osallistumisen keinot ja kanavat	21
Lappilaisten osallistumisen keinot ja kanavat	22
Uudistuksen brändityö	23
Mitä brändi on?	23
Lappi-brändi.....	24
Maakuntavaaliviestintä	25
Visuaalinen ilme	25
Kriisiviestintä	26
Viestinnän mittarit ja seuranta.....	27
Lapin maakunnan viestinnän seurannassa hyödynnettäviä mittareita.....	27

TIIVISTELMÄ

Lapin maakuntauudistuksen valmistelun viestintä on ymmärrettävää, lappilaista, luotettavaa, avointa, oikea-aikaista ja vuorovaikutteista. Viestintä tukee uudistuksen visio(hahmotelma)a: *Sujuvaa lappilaista arkea ja elinvoimaa arktisesta luonnosta – tehemä pois!*

Maakuntauudistuksen lappilaiset **perusviestit** ovat:

- 1) **Sujuvaa arkea ja elinvoimaa Lapissa.**
- 2) **Monialainen maakunta tarjoaa lappilaisille toimivat ja asiakaslähtöiset palvelut.**
- 3) **Lapin kehittämiseen panostetaan.**
- 4) **Lappilaisilla on tulevaisuudessa entistä monipuolisemmat mahdollisuudet vaikuttaa maakunnan toimintaan ja palveluihin.**
- 5) **Maakuntauudistusta valmistellaan vaiheittain ja uusi Lapin maakunta aloittaa toimintansa 1.1.2020.**

Viestinnän ja osallistumisen **kanavia ja keinoja** käytetään monipuolisesti ja kohderyhmälähtöisesti:

- johto ja esimiehet
- tapaamiset, kokoukset ja tilaisuudet
- sähköiset työtilat, sähköposti ja uutiskirjeet
- verkkosivut (www.lapinmaakunta.fi)
- some-kanavat ja perinteinen media
- sähköiset ja painetut esittelymateriaalit
- palautteenantokanavat (www.otakantaa.fi ja verkkosivujen yhteydenottolomake) ja kyselyt
- henkilöstön luottamusmiehet
- poliittiset luottamushenkilöt
- puhelin- ja chat -asiakaspalvelu (vuonna 2018 valmisteluun)

Maakuntauudistuksen valmistelussa jokainen vastaa omalta osaltaan viestin vastaanottamisesta ja välittämisestä. Päävastuu on muutosjohtajalla, käytännön vastuu johtajilla, esimiehillä ja viestijöillä, jotka raportoivat väliaikaishallinnon valmistelutoimielimelle viestintää koskevista asioista. Henkilöstöllä on vastuu ottaa selvää itseään koskevista asioista.

Viestintä on muutoksen strateginen menestystekijä ja siihen resursoidaan riittävästi. Lapin maakuntauudistuksen viestintä on linjassa valtakunnallisten maakunta- ja sote-uudistuksen viestintäsuositusten sekä lakiesitysten kanssa. Tulevassa maakunnassa asukkailla on entistä monipuolisempia vaikuttamismahdollisuuksia.

JOHDANTO: Raito matkalla uuteen Lapin maakuntaan

Tässä suunnitelmassa linjataan Lapin maakuntauudistuksen valmistelun viestintää ja vuorovaikutusta sekä lappilaisten ja sidosryhmien osallistumista tulevan maakunnan valmisteluissa. Nämä kolme dialogia kuvaavaa termiä ovat osittain päällekkäisiä ja siksi suunnitelmassa käytetään pääosin sanaa viestintä kuvaamaan kaksisuuntaista vuorovaikutusta eri konteksteissa ja eri ryhmien kesken.

Tekstissä maakunta- ja sote-uudistuksesta käytetään pääosin termiä maakuntauudistus, sisältäen myös sosiaali- ja terveydenhuollon eli sote-uudistuksen.

Viestintä on vuorovaikutusta ihmisten välillä. Organisaatioiden kohdalla viestintä tarkoittaa viestien lähettämistä ja vastaanottamista, dialogin kautta henkilöstön, asiakkaiden, sidosryhmien, sijoittajien tms. asenteisiin vaikuttamista organisaation tavoitteiden saavuttamiseksi. Julkisen hallinnon kohdalla avoin ja aktiivinen viestintä on myös demokratian edellytys.

Muutoksissa viestintä ja viestinnän kaksisuuntaisuutta korostava sana vuorovaikutus on ratkaisevaa luottamuksen rakentamisessa. Lisäksi muutostilanteissa korostuu viestintä johtamisen välineenä ja esimiesten rooli ilmapiin rakentajana.

Osallistavaa viestintää ja osallistumista Lapin maakunnan rakentamiseen ja palveluiden suunnitteluun käsitellään tässä suunnitelmassa erikseen henkilöstön, asukkaiden, asiakkaiden ja sidosryhmien näkökulmasta. Myös tulevan maakunnan brändi ja sen rakentaminen ovat osa viestintäsuunnitelmaa. Brändityössä hyödynnetään muutama vuosi sitten laajalla pohjalla työstettyä Lappi-brändiä sekä muotoilun keinoja.

Jotta viestintä olisi tehokasta, sitä kannattaa suunnitella ja sen onnistumista tarkkailla. Lapin maakunta- ja sote-uudistuksen viestintäsuunnitelma linjaa viestinnän periaatteita. Suunnitelman lisäksi tehdään vuosittain aikataulutusta käytännön viestinnän toimenpiteille. Mikään ei kuitenkaan ole yhtä varma kuin muutos. Aikataulu joustaa yllättävien tilanteiden mukaan, joihin viestinnän on pystyttävä nopeasti reagoimaan.

Suunnitelman on kirjoittanut touko - kesäkuussa 2017 Lapin maakuntauudistuksen esivalmistelun ohjausryhmän asettama viestinnän työryhmä: Anna-Erika Heikkilä Tornion kaupungilta, Riikka Heikkilä Rovaniemen kaupungilta, Jenni Lintula Lapin liitosta, Kaarina Mäcklin Lapin Sote-Savotta –hankkeesta, Päivi Posio Lapin sairaanhoitopiiristä, Jenni Vanhala Länsi-Pohjan sairaanhoitopiiristä, Nina Willman Kittilän kunnasta ja Eeva-Kaarina Yrjänheikki Lapin ELY-keskuksesta. Osallisuusosioon on saatu lisäksi tukea Pohjois-Suomen sosiaalialan osaamiskeskuksesta Marjaana Kirjavaiselta.

Viestintä-, vuorovaikutus- ja osallisuussuunnitelma hyväksyttiin 7. marraskuuta 2017 Lapin maakuntauudistuksen väliaikaisessa valmistelutoimielimessä.

Viestinnän, vuorovaikutuksen & osallisuuden peruseriaatteet ja tavoitteet

Maakuntauudistuksen kaltaisessa kaikkia lappilaisia, tuhansia työntekijöitä ja monia erilaisia sidosryhmiä koskevassa suuressa muutoksessa viestinnällä on olennainen merkitys. Keskeistä on tiedonsaanti ja tiedonkulku. Avoin, tehokas, oikea-aikainen ja keskusteleva viestintä antaa eväät aidosti lappilaisten omaksi kokeman maakunnan rakentamiselle. Vaikka uudistus ei ole valmis, on viestittävä siitä, miten raito kulkee.



Lapin maakuntauudistuksen viestinnän peruseriaatteet.

Tavoitteena on, että henkilöstö ja kaikki uudistuksesta kiinnostuneet lappilaiset pystyvät osallistumaan maakunnan rakentamiseen ja tietävät:

Miksi uudistus tehdään?

Mitä uudistuksessa tapahtuu?

Miten ja koska uudistus tehdään?

Miten se vaikuttaa henkilöstöön ja mitä se merkitsee lappilaisille?

Muutosviestintä

Suurten muutosten keskellä on helppo hämmentyä. Vanha ja tuttu järjestelmä tai tapa toimia tuntuu turvalliselta, kun taas muutos epäilyttää.

Laajaa maakunta- ja sote-uudistuskokonaisuutta ei ole helppo omaksua ja hahmottaa sen vaikutuksia omaan arkeen. Kokonaisuus on suuri ja raskas ja monivuotinen valmistelukin syö jo mielenkiintoa.

Tietoa uudistuksesta ja sen vaikutuksista on tarjottava helposti pureskeltavin annoksin, kokonaisuutta kuitenkin unohtamatta. Yhteisten perusviestien ja kirkkaan vision avulla vältetään ristiriitaisuuksia ja rakennetaan uudistuksesta yhtenäistä kokonaiskuvaa.



Tiedontarpeessa ja osallisuuden muodoissa huomioidaan kohderyhmien erilaiset tarpeet.

Jokaisella, aina muutosjohtajasta henkilöstön edustajaan, on vastuu viestinnästä. Etenkin esimiesten rooli viestijöinä tulee korostumaan muutosviestijöinä uudistuksen aikana. Esimiehiä, valmistelutoimielintä, vastuuvalmistelijoita ja muutosjohtajaa sparraavat viestinnän suunnittelija ja muut organisaatioiden viestinnän asiantuntijat. He huolehtivat samalla myös viestinnän kokonaiskuvasta ja sen yhtenäisyydestä.

Materiaalia muutosviestinnän tueksi tuotetaan yhdessä valmistelijoiden ja työryhmien kanssa. Samoin esimerkiksi viestintäkanavien sisällöntuotannossa, moderoinnissa ja kehittämisessä hyödynnetään valmistelijoiden laajaa osaamista.

Lapin maakuntauudistuksen visiohahmotelma

Visio voidaan määritellä tekemisen määränpääksi, unelmatulevaisuudeksi. Visio auttaa uudistuksen valmistelijoita tavoitteiden asettamisessa ja innostaa uudistuksessa mukana olevia. Visio hahmottuu uudistuksesta käytettyjen sanojen, visuaalisen viestien ja tarinoiden kautta.

Talven 2016 - 2017 aikana tehtiin kyselyjä Lapin maakuntauudistuksen esivalmistelun ohjausryhmälle, henkilöstölle ja lappilaisille. Keskiöön kaikissa vastauksissa on noussut palvelujen saatavuus ja laatu, asiakaslähtöisyys sekä ammattitaitoinen henkilöstö.

Lapin maakuntauudistuksen esivalmistelu on hahmotellut Lapin maakuntauudistuksen vision edellä mainittujen tulosten pohjalta.

Sujuvaa lappilaista arkea ja elinvoimaa arktisesta luonnosta – tehemä pois!

Onnistunut uudistus ja vision toteutuminen edellyttää meiltä:

- Järkevästi järjestettyjä julkisia palveluja
- Henkilöstön osaamista ja ammattitaitoa
 - Aktiivista asiakkuutta
 - Avointa ja rohkeaa kehittämisotetta
- Alueen erityispiirteiden huomioimista ja hyödyntämistä
 - Hyvää johtamista

Näin rakennamme laadukkaat lappilaiset palvelut, tuemme kestäväää kasvua Suomen huipulla ja teemme vetovoimaisen tulevan Lapin maakunnan.

Yleiset perusviestit

Lapin maakuntauudistuksen perusviestit on johdettu valtakunnallisista maakunta- ja sote-uudistuksen linjauksista ja tarkennettu Lappiin sopiviksi.

1. **Sujuvaa arkea ja elinvoimaa Lappiin.** Maakuntauudistus luo Lappiin nykyaikaisen, sujuvan ja kustannustehokkaan, kaikkia tasavertaisesti palvelevan julkisen hallinnon.
2. **Monialainen maakunta tarjoaa lappilaisille toimivat ja asiakaslähtöiset palvelut.** Uuden maakunnan palvelukokonaisuuksia ovat: alueiden kehittäminen, alueiden käyttö, liikenne, kasvupalvelut, maahanmuuttajapalvelut, maa- ja elintarviketuotanto, maaseudun kehittäminen, luonnonsuojelu, sosiaali- ja terveydenhuolto, pelastus- ja turvallisuus, vesien- ja merenhoito, vesi- ja kalatalous sekä ympäristöterveys.
3. **Lapin kehittämiseen panostetaan.** Aluekehitystyöllä edistetään laajasti lappilaisten toimintaa sekä vastataan työmarkkinoiden muutoksiin. Uudet kasvupalvelut kokoavat yhteen työnhakijoiden, työnantajien ja yritysten palvelut.
4. **Lappilaisilla on tulevaisuudessa entistä monipuolisemmat mahdollisuudet vaikuttaa maakunnan toimintaan ja palveluihin.** Päätöksenteko siirtyy lähemmäs lappilaista ja osallistumisen keinoja lisätään. Lapissa maakunta- ja sote-uudistus vaikuttaa kaikkien lappilaisten palveluihin ja koskee noin 9000 ihmisen työtä.
5. **Maakuntauudistusta valmistellaan vaiheittain ja uusi Lapin maakunta aloittaa toimintansa 1.1.2020.** Maakunta perustetaan ja väliaikaishallinto aloittaa lainsäädännön valmistuttua kesällä 2018. Maakuntavaltuusto valitaan syksyllä 2018 maakuntavaaleilla ja se aloittaa työnsä tammikuussa 2019. Palvelut siirtyvät keskeytyksettä uuteen maakuntaan 1.1.2020.

Viestinnän kanavia ja keinoja

Maakuntauudistuksen valmistelun viestinnässä, vuorovaikutuksessa ja osallisuudessa hyödynnetään kattavasti ja kohderyhmäkohtaisesti eri viestintäkanavia.

- Kasvokkaiaviestintä eli tapaamiset, yhteiset tilaisuudet, keskustelut ja tapahtumat
- Johto ja esimiehet
- Sähköiset työtilat
- Verkkopalvelu (www.lapinmaakunta.fi)
- Some-kanavat
- Media
- Tiedotteet, kokoustiedotteet ja taustoittamistilaisuudet
- Sähköposti ja uutiskirjeet
- Sähköiset ja painetut esittelymateriaalit
- Palautteenantokanavat (www.otakantaa.fi ja verkkosivujen yhteydenottolomake)
- Henkilöstön luottamusmiehet
- Poliittiset luottamushenkilöt

Vuoden 2018 aikana suunnitellaan puhelin- ja chattipalvelukanava asiakkaille. ”Lappi, miten voin auttaa?” – puhelinpalvelun tarkoituksena on sujuvoittaa asiakaspalvelua muutostilanteessa, vähentää asiakkaiden hämmennystä ja vapauttaa asiantuntijoiden työaikaa substanssitehtäviin. Palvelu aloittaa viimeistään 2019.

Tulevan maakunnan vaikuttamistoimielimet (nuorisovaltuusto, vanhus- ja vammaisneuvostot, kielivähemmistön ja saamenkielen vaikuttamistoimielimet) nähdään tärkeiksi viestinnän, vuorovaikutuksen ja osallisuuden kanaviksi.

Viestinnässä kuten muussakin maakuntauudistuksen valmistelussa saamen kieltä koskevat veloitteet otetaan huomioon sekä varmistetaan yleinen viestinnän esteettömyys ja tiedon saavutettavuus. Selkeäkielisyteen kiinnitetään huomiota.

Viestintävastuut maakuntauudistuksen valmistelussa

Nykyisessä tietoyhteiskunnassamme jokainen viestii. Organisaatiossa on kuitenkin hyvä määritellä eri viestintävastuut. Johdolla on aina päävastuu viestinnästä. Viestinnän ammattilaiset organisaatiossa tukevat johtoa ja henkilöstöä viestinnässä. Kuitenkin jokaisella organisaation jäsenellä on vastuu vastaanottaa ja välittää tietoa uudistuksesta.

Lapin maakuntauudistuksen valmistelussa:

- Viestinnän päävastuu on muutosjohtajalla.
- Käytännön viestinnästä vastaa organisaatioiden johto ja viestintähenkilöt.
- Valmistelun viestijät koordinoivat maakunnan valmistelun viestintää sekä toimivat muutosjohtajan, muiden valmistelijoiden ja valmistelutoimielimen tukena viestinnässä.
- Valmistelutoimielin vastaa valmistelun avoimuudesta tiedottamalla proaktiivisesti myös valmisteluun tulevista asioista sekä tehdyistä päätöksistä ja niiden taustoista.
- Lapin maakuntauudistuksen viestintätyöryhmä sparraa valmistelun viestijöitä sekä tukee tarpeen mukaan muita työryhmiä.
- Kaikki mukana olevat organisaatiot kattava viestintäverkosto välittää tietoa organisaatioiden sisäisiin viestintäkanaviin sekä tuo palautetta henkilöstöltä valmistelijoille.
- Esimiehet toimivat tärkeänä linkkinä henkilöstön ja johdon välillä.
- Henkilöstöllä on vastuu ottaa selvää itseään koskevista asioista, viedä kysymyksiä ja ideoita eteenpäin esimiesten kautta ja osallistua esimerkiksi palveluiden suunnitteluun.
- Henkilöstön luottamusmiehet välittävät tietoa henkilöstölle valmistelusta ja tuovat palautetta henkilöstöltä johdolle.
- Poliittiset luottamushenkilöt käyvät arvokeskustelua uudistukseen liittyen.

Aikataulutusta

Lapin maakuntauudistuksen valmistelun viestintää jatketaan katkeamatta esivalmistelun päättyessä kesäkuun 2017 loppuun. Maakuntauudistuksen jatkovalmistelun aikataulun tarkentuessa viestintäryhmä tekee väliaikaiselle valmistelutoimielimelle ehdotuksen viestinnän vuosisuunnitelman vuodelle 2018 sekä alustavan suunnitelman vuodelle 2019.

Vuosisuunnitelma sisältää maakuntauudistuksen viestinnän suunnitellun aikataulun, toimenpiteet, kanavat ja vastuuhenkilöt. Suunnitelmaa päivitetään säännöllisesti ja siinä otetaan huomioon viestinnälle tyypilliset nopeasti kehittyvät tilanteet.

Viestintäsuunnitelma kohderyhmittäin

Lapin maakuntauudistuksen viestintä- ja vuorovaikutussuunnitelma on jaettu kohderyhmittäin. Tämä siksi, että viestinnän pitää lähteä kohderyhmien viestinnän tarpeesta. Kohderyhmät on jaettu seuraavasti:

- 1) Lapin maakuntauudistuksessa työskentelevä valmisteluhenkilöstö, valmistelutoimielin, valmistelun tueksi perustetut työryhmät ja mahdollinen sparrausryhmä
- 2) Uudistuksessa mukana olevien organisaatioiden henkilöstö
- 3) Uudistuksessa mukana olevien organisaatioiden esimiehet
- 4) Lappilaiset asukkaat
- 5) Poliittinen seurantar ryhmä
- 6) Sidosryhmät
 - 6.1. Media
 - 6.2. Kunnat
 - 6.3. Muut lappilaiset poliittiset päättäjät
 - 6.4. Muut sidosryhmät

1. Lapin maakuntauudistuksessa työskentelevä valmisteluhenkilöstö, valmistelutoimielin, valmistelun tueksi perustetut työryhmät ja sparrausryhmä

a) Viestinnän ja vuorovaikutuksen tarve valmistelijoiden kanssa

Lapin maakuntauudistusta valmistelevat asiantuntijat ja valmistelutoimielin tarvitsevat ajantasaista tietoa sekä valmistelun etenemisestä että toistensa työstä. Valmistelijoiden on pidettävä tiiviisti yhteyttä paitsi toistensa myös uudistuksessa mukana olevien organisaatioiden asiantuntijoiden ja johdon sekä eri työryhmien ja yhteistyökumppanien kanssa.

Aktiivinen vuorovaikutus myös valtakunnallisen valmistelun ja ministeriöiden sekä muiden maakuntien kanssa on tärkeää.

b) Perusviestit valmistelijoille

- Sujuvaa arkea ja lappilaista elinvoimaa. Valmistelemme kustannustehokasta nykyaikaista ja sujuvaa julkista hallintoa, Lapin maakuntaa, joka tarjoaa kaikille lappilaisille mahdollisuuksia osallistua ja vaikuttaa.
- Uusi maakunta ei tarkoita kylttien vaihtamista rakennusten ovien pieleen. Resurssien pienentyessä aidot palvelujen ja rakenteiden uudelleenjärjestelyt ovat välttämättömiä.
- Uuden maakunnan valmistelun ja johtamisen on oltava avointa, jotta se ansaitsee niin henkilöstön kuin kaikkien lappilaisten luottamuksen.

c) Valmistelijoiden viestinnän kanavat ja keinot

- yhteiset viikkopalaverit fyysisesti ja virtuaalisesti
- yhteiset sähköiset työtilat
- sähköposti
- WhatsApp-ryhmä
- viestintävinkit

- muutosjohtajan ajankohtaiskatsaus
- valmistelutoimielimen kokoukset

d) Muuta huomioitavaa

Viestintäorientoitunut valmisteluhenkilöstö on maakuntauudistuksen valmistelun avoimuuden avain. Viestintä on jokaisen työryhmän kokouksen perusaiheena ja valmistelijoiden vastuulla on pitää huolta, että jokaisesta työryhmän kokouksesta tehdään tiedote www.lapinmaakunta.fi –verkkosivuille mahdollisimman pian.

Valmistelutoimielimen jäsenet vievät viestiä uudistuksen valmistelusta taustaorganisaatioihinsa ja tuovat sieltä terveisiä valmisteluun. Valmistelutoimielimen jäsenet luovat viestinnällään mielikuvaa tulevasta maakunnasta, jonka rakentamisen keskiössä he ovat.

2. Muutoksessa mukana olevien organisaatioiden henkilöstö

a) Viestinnän ja vuorovaikutuksen tarve henkilöstön kanssa

Henkilöstö tarvitsee tietoa miten ja koska uudistus tapahtuu sekä miten uudistus tulee vaikuttamaan omaan työhön. Henkilöstön osallisuus uudistuksessa on ratkaisevaa.

Henkilöstöllä on hiljaista tietoa ja kokemusta. He ovat oman työnsä parhaita asiantuntijoita ja heillä on merkittävä rooli palveluiden suunnittelussa ja koko uudistuksen toteuttamisessa. Siksi viestinnänkin on oltava paitsi avointa ja ajantasaista myös vuorovaikutteista henkilöstön kanssa.

Henkilöstön tyytyväisyys ja sitoutuminen uudistukseen vaikuttavat uudistuksen onnistumisen lisäksi koko tulevan organisaation maineeseen, sillä heidän kauttaan uudistuksesta välittyy kuva laajalle joukolle lappilaisia.

b) Perusviestit henkilöstölle

- Monialainen maakunta tarjoaa lappilaisille asiakaslähtöiset palvelut. Tuleva Lapin maakunta hoitaa merkittäviä tehtäviä.
- Henkilöstö on uudistuksen tärkein voimavara – rakennamme yhdessä tulevat työpaikkamme.
- Maakunta- ja sote-uudistus vaikuttaa noin 9 000 ihmisen työhön Lapissa.
- Henkilöstö siirtyy uuteen organisaatioon nykyisin työ- ja virkasuhteen ehdoin ja uudistuksessa noudatetaan hyvää henkilöstöpolitiikkaa.
- Uudistuksella ei tavoitella henkilöstövähennyksiä.

c) Henkilöstöviestinnän kanavat ja keinot

- työpaikkakokoukset, palaverit ja koulutus- ja infotilaisuudet
- Skype-kahvit eri kohderyhmille (mm. esimiehet, sote, talous- ja hallinto jne.)
- intran uutiset
- blogit
- uutiskirje
- sähköisiä työtiloja
- kysymys–vastaus -palsta ja idealaari
- luottamusmiesten välittämä tieto
- some & media
- kuntakierros ja muut valmistelijoiden tapaamiset maakunnassa
- muutosjohtajan ajankohtaiskatsaus

d) Muuta huomioitavaa henkilöstöviestinnässä

Muutoksessa mukana olevien organisaatioiden henkilökunta ei ole kohderyhmänä yhtenäinen, siksi viestintääkin voidaan valmistelun edetessä tarkentaa, esimerkiksi sote-ammattilaisille tai talous- ja henkilöstöhallinnolle, maakunnan liikelaitokseen siirtyville jne.

Työntekijän ikä, koulutus ja työhistoria, asema työmarkkinoilla, perhe ja muut sosiaaliset suhteet sekä asuinpaikka voivat vaikuttaa siihen, koetaanko muutos uhkana vai mahdollisuutena. On erityisesti esimiehen vastuulla huomioida myös nämä seikat viestinnässä.

Henkilöstön joukossa olevien luottamusmiesten rooli viestinviejinä korostuu uudistuksen aikana. Luottamusmiesten vastuulla on viedä viestiä valmistelutyöstä oman järjestönsä jäsenille sekä tuoda heidän terveisiään valmistelijoille ja johdolle. Henkilöstöviestinnässä käytetään apuna henkilöstötyöryhmää.

3. Esimiehet

a) Viestinnän ja vuorovaikutuksen tarve esimiesten kanssa

Jotta uudistus voi onnistua, on koko henkilöstön osallistuttava siihen aktiivisesti. Tämä puolestaan vaatii tavoitteellista esimiesviestintää ja johtamista. Erityistä huomiota pitää kiinnittää organisaatioiden henkilöstöjohtoon.

Lapin maakuntauudistuksen valmistelussa korostetaan lähiesimiesten roolia asenne-esimerkkinä, tiedon jakajana, dialogin ylläpitäjänä ja luottamuksen vahvistajana. Esimiehet voivat vaikuttaa myös siihen, millaisena työnantajana uusi maakunta nähdään. Tehokkaan viestinnän kannalta on tärkeää, että esimiehet tietävät itse, mistä he saavat ajantasaista tietoa ja kuinka he viestivät siitä henkilöstölle.

b) Perusviestit esimiehille

- Uudistuksen valmistelun ytimessä ovat henkilöstön kokemus ja ammattitaito.
- Uudistuksessa noudatetaan hyvää henkilöstöpolitiikkaa ja liikkeenluovutuksen periaatteita.

- Esimiehet voivat tukea henkilöstön sitoutumista uuteen maakuntaan varmistamalla, että valmistelu on avointa ja vuorovaikutteista.

c) Kanavat ja keinot esimiesviestinnässä

- esimieskahvit livenä ja virtuaalisesti
- esimiesten viestintäsparraus
- some & media
- henkilöstöviestintä
- intra
- uutiskirje
- sähköiset työtilat
- kuntakerros ja muut valmistelijoiden tapaamiset maakunnassa

d) Muuta huomioitavaa esimiesviestinnästä

Johtaja on itse monikanavainen media. Hän vetää henkilöstöpalavereita ja järjestää tiimitapaamisia, julkaisee sosiaalisessa mediassa, kirjoittaa blogia ja antaa haastatteluja medialle. Jokainen esimies rakentaa viestintäpresenssinsä itse ja omanlaiseksi.

Muutosjohtaja ja viestijät tukevat esimiesten viestintävalmiuksia ja tuottavat materiaalia viestien tueksi.

4. Lappilaiset

a) Viestinnän ja vuorovaikutuksen tarve lappilaisten kanssa

Lappilaisviestinnän tärkein tavoite antaa lappilaisille selkeä kokonaiskuva uudistuksen aiheuttamista muutoksista. Tärkeä on myös viestiä niistä asioista jotka asiakkaiden kannalta eivät muutu. Lisäksi viestinnällä pyritään pitämään yllä mielenkiintoa uudistusta kohtaan ja siten luomaan suhdetta uuteen julkiseen toimijaan, Lapin maakuntaan.

Lappilaisten tarpeiden ja toiveiden huomioiminen on tärkeää uudistusta valmisteltaessa. Heidän kokemuksensa, ajatuksensa ja ideansa auttavat valmistelijoita ja henkilöstöä palveluiden suunnittelussa. Siksi myös lappilaisviestinnän tulee olla vuorovaikutteista.

Kokonaisuutena lappilaiset ovat monipuolinen kohderyhmä. Miten uudistus muuttaa Martta-mummon elämää, entä ruuhkavuosia elävien Ruususten? Mistä lappilainen yrittäjä palkkaa työntekijöitä, kun TE-toimisto lakkaa? Miten Teuvo Tervolasta löytää lomittajan?

b) Pääviestit lappilaisille

- Sujuvaa arkea ja elinvoimaa Lapissa. Maakuntaudistuksen tavoitteena on sujuva lappilainen arki ja elinvoimainen Lappi.
- Monialainen maakunta tarjoaa lappilaisille asiakaslähtöiset palvelut. Palveluja uudistetaan entistä asiakaslähtöisemmiksi, kustannustehokkaiksi ja mahdollisuuksien mukaan digitaalisemmiksi.

- Päätöksenteko siirtyy lähemmäs lappilaista. Maakuntauudistus lisää lappilaisten vaikuttamis- ja osallistumismahdollisuuksia maakunnan ja palveluiden kehittämiseen.

c) Lappilaisviestinnän kanavia ja keinoja

- verkkosivut
- some & media
- palautekanavat
- tilaisuudet ja tapahtumat
- printtimateriaalit palvelupisteissä
- kuntakierros

d) Muuta huomioitavaa viestinnässä lappilaisten kanssa

Viestintää pyritään tarkentamaan kohderyhmän sisällä esimerkkien avulla: miten tulevaisuudessa julkiset palvelut saa Ykä Yrittäjä, Paavo Poromies, Oili Omaishoitaja tai Emma Esikoululainen. Lappilaisviestinnässä kiinnitetään huomiota visuaalisuuteen ja selkeään kieleen.

Vuoden 2018 aikana tarkastellaan lappilaisille tarkoitettua puhelin – ja chattipalvelukanavan perustamista.

Lapin maakuntauudistuksen esivalmistelu on myös hakenut erillismäärärahaa saamenkielisten palveluiden järjestämisen valmisteluun sekä saamelaisuuden huomioimiseen osana valmistelua.

5. Lapin maakuntauudistuksen poliittinen seurantaryhmä (tulevaisuudessa maakuntavaltuusto)

a) Viestinnän ja vuorovaikutuksen tarve poliittisen seurantaryhmän kanssa

Lapin maakuntauudistuksen poliittinen seurantaryhmä seuraa työn etenemistä ja välittää näkemyksiään ja ehdotuksiaan väliaikaiselle toimielimelle liittyen maakuntauudistuksen valmisteluun.

Seurantaryhmä tarvitsee ajantasaista tietoa valmistelun suunnitelmista ja sen etenemisestä. Viestintä eroaa kuitenkin valmisteluhenkilöstön yksityiskohtaisesta päivittäisviestinnästä ja henkilöstölle suunnatusta muutosviestinnästä.

b) Pääviestit poliittiselle seurantaryhmälle

- Maakunta ja sote-uudistuksen sekä kuntauudistuksen tavoitteena on sovittaa yhteen valtion aluehallinto, maakuntahallinto sekä kuntien tehtävät
- Uudistuksessa on mahdollista aito palveluiden uudelleen tarkastelu nykylappilaisille sopiviksi.
- Lapin erityisolosuhteet (esimerkiksi saamenkieliset palvelut) vaativat erityisosaamista.
- Lapin harva asutus asettaa haasteita saavutettavuudelle (esimerkiksi osallistumisen toteutuminen harvaan asutuilla seuduilla vs. kaupungeissa)

c) Keinot ja kanavat viestintään seurantaryhmän kanssa

- Tapaamiset, taustatilaisuudet ja työpajat
- Tiedotteet

- Uutiskirje
- some & media
- verkkosivut

d) Muuta huomioitavaa

Valmistelutoimielimellä ja poliittisella seurantaryhmällä pitää olla yhteinen näkemys nykytilasta, tulevaisuudesta ja siitä miten mennään kohti yhteistä tavoitetilaa.

Poliittinen seurantaryhmä tukee valmistelutoimielintä erityisesti periaatteellisissa päätöksissä ja valmistelun linjauksissa.

6. Sidosryhmät

Sidosryhmäviestintä on vuorovaikutusta. Vuorovaikutus vahvistaa molemminpuolista luottamusta sekä sitoutumista yhteistyöhön. Samalla toimiva yhteistyö sidosryhmien kanssa luo edellytyksiä uuden maakunnan menestykselle. Hyvä sidosryhmäsuhteiden hoitaminen auttaa myös kriisitilanteissa.

6.1. Media

a) Viestinnän ja vuorovaikutuksen tarve median kanssa

Iso osa maakuntauudistusta koskevista tiedoista välittyy lappilaisille median kautta. Media nähdään kohderyhmän lisäksi myös yhteistyökumppanina. Maakuntauudistuksen valmistelun viestintä median kanssa on avointa ja aktiivista. Medialle tarjotaan taustoittavaa tietoa sekä konkreettisia aiheita ja esimerkkejä.

b) Pääviestit medialle

- Sujuvaa arkea ja elinvoimaa Lapissa. Maakuntauudistus luo Lappiin nykyaikaisen, sujuvan ja kustannustehokkaan, kaikkia tasavertaisesti palvelevan julkisen hallinnon.
- Päätöksenteko siirtyy lähemmäs lappilaista. Lappilaisilla on monipuoliset mahdollisuudet vaikuttaa maakunnan toimintaan. Lapissa maakunta ja sote-uudistus vaikuttaa kaikkien lappilaisten palveluihin ja koskee noin 9000 ihmisen työtä.
- Monialainen maakunta tarjoaa lappilaisille asiakaslähtöiset palvelut. Uuden maakunnan palvelukokonaisuuksia ovat: alueiden kehittäminen, alueiden käyttö, liikenne, kasvupalvelut, maahanmuuttajapalvelut, maa- ja elintarviketuotanto, maaseudun kehittäminen, luonnonsuojelu, sosiaali- ja terveydenhuolto, pelastus ja turvallisuus, vesien- ja merenhoito, vesi- ja kalatalous sekä ympäristöterveys.
- Lapin kehittämiseen panostetaan. Aluekehitystyöllä edistetään laajasti lappilaisten toimintaa sekä vastataan työmarkkinoiden muutoksiin. Uudet kasvupalvelut kokoavat yhteen työnhakijoiden, työnantajien ja yritysten palvelut.

- Maakuntauudistusta valmistellaan vaiheittain ja uusi maakunta aloittaa toimintansa 1.1.2020. Aluksi valmistelu tapahtuu osana Lapin liiton organisaatiota. Väliaikaishallinto aloittaa lainsäädännön valmistuttua kesällä 2018. Maakuntavaltuusto valitaan syksyllä 2018 maakuntavaaleilla ja se aloittaa työnsä tammikuussa 2019. Uudet maakunnat aloittavat toimintansa 1.1.2020. Palvelut siirtyvät keskeytyksettä uuteen maakuntaan.

c) Kanavat ja keinot mediaviestintään

- tiedotteet
- mediatilaisuudet
- uutiskirjeet
- asiantuntija-artikkelit ja alakertakirjoitukset
- aiheiden, näkökulmien ja asiantuntijahaastattelujen tarjoaminen
- taustatilaisuudet ja erilaiset toimittajatapaamiset
- some & media
- verkkosivut

d) Muuta huomioitavaa mediaviestinnästä

Perusviestien lisäksi medialle kerrotaan ajankohtaisista valmisteilla olevista asioista ja päätöksistä sekä niiden taustoista ja vaikutuksista.

Infograafit auttavat visualisoimaan esimerkiksi erilaisia raportteja. Uudistusta koskevia numerofaktoja tarjotaan medialle: Uuteen maakuntaan siirtyy yli 5 000 sopimusta, jotka on kaikki käytävä läpi yksitellen sopimusosapuolten kanssa.

Mediaviestinnässä otetaan huomioon paikallislehtien tiedon tarve verrattuna alueelliseen mediaan.

6.2. Kunnat

a) Viestinnän tarve kunnille

Maakuntaan siirtyy palveluita kunnista. Kunnat ovat siis samalla mukana uudistuksessa sekä tulevan maakunnan läheinen sidosryhmä. Maakuntauudistuksen rinnalla tehdään myös kuntauudistusta eli tulevaisuuden kuntia.

Kunnat tarvitsevat tietoa muun muassa kunnista maakuntaan siirtyvän henkilöstön siirrosta, maakunnan palveluista sekä siitä, mikä muuttuu yhteistyössä uudistuksessa mukana olevien organisaatioiden kanssa.

b) Pääviestit kunnille

- Tulevaisuudessa Suomessa on kolmiportainen julkinen hallinto: Valtio, maakunta ja kunta julkisten palvelujen järjestäjinä.
- Maakuntauudistuksen kanssa yhtä aikaa kunnat rakentavat tulevaisuuden kuntia

- Maakunta ja sote-uudistusta tehdään yhteistyössä ja avoimessa vuorovaikutuksessa sidosryhmien kanssa.

c) Keinot ja kanavat viestintään kuntien kanssa

- kunnanjohtajat
- viestintäverkosto
- kuntien johtoryhmät ja esimiehet
- uutiskirje
- tilaisuudet
- intranet
- verkkosivut
- some & media
- media
- kuntakierros

d) Muuta huomioitavaa viestinnässä kuntien kanssa

Maakunnan ja tulevien kuntien rakentamisessa voidaan hyötyä yhteistyössä määrättyjen viestien suhteen. Mihin kunta ohjaa sote-palveluita uudistuksen jälkeen kaipailevia kuntalaisia? Miten yhteistyö aluekehittämisen suhteen kehittyi? Samansuuntaiset viestit kunnasta ja maakunnasta luovat asukkaalle turvallisuuden tuntoa ja luottamusta. Samalla organisaatioiden viestintä hyötyy yhteistyön synergiaeduista, kuten yhteisistä perusviesteistä tai materiaaleista.

6.3. Muut lappilaiset poliittiset päättäjät

a) Viestinnän tarve muille lappilaisille poliittisille päättäjille

Poliittiset päättäjät tarvitsevat ajantasaista tietoa uudistuksesta.

b) Pääviestit muille poliittisille päättäjille

- Valmistelemme kustannustehokasta uudenlaista julkista hallintoa, Lapin maakuntaa, joka tarjoaa mahdollisuuksia osallistumiseen ja vaikuttamiseen.
- Päätöksenteko siirtyy lähemmäs lappilaista. Lappilaisilla on monipuoliset mahdollisuudet vaikuttaa maakunnan toimintaan. Lapissa maakunta- ja sote-uudistus vaikuttaa kaikkien lappilaisten palveluihin ja se koskee noin 9000 ihmisen työtä.
- Kyse on koko Lapin maakunnasta ja sen asukkaista – uudistuksessa tarvitaan yhteen hiileen puhaltamista
- Uudistuksen valmistelu tehdään avoimessa vuorovaikutuksessa ja yhteistyössä lappilaisten ja sidosryhmien kanssa.

c) Keinot ja kanavat

- verkkosivut
- uutiskirje
- tilaisuudet ja tapahtumat
- some & media
- kuntakierros

d) Muuta huomioitavaa viestinnässä lappilaisten poliittisten päättäjien kanssa

Tulevan Lapin maakunnan päättäjät edustavat kaikkia lappilaisia, eivät vain omaa aluettaan.

6.4. Muut sidosryhmät

Uuden maakunnan sidosryhmiä ovat lisäksi muun muassa järjestöt ja kolmasektori, yrittäjät, palveluiden tarjoajat, kehittämis-, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, naapurimaakunnat, ministeriöt sekä kansainväliset yhteistyötahot.

a) Viestinnän tarve sidosryhmien kanssa

Sidosryhmien kanssa keskustellaan erityisesti siitä, millaisia vaikutuksia uudistuksella on maakunnan kanssa tehtävään yhteistyöhön. Mitä sidosryhmien on huomioitava oman toimintansa organisoimisessa ja omien palveluidensa tuottamisessa asiakkaidensa näkökulmasta vuonna 2020? Miten tulevaisuudessa järjestetään yrityksille suunnatut elinvoimapaalvelut, miten myönnetään hankerahoitusta tai miten voimassa oleva sopimus siirtyy uuteen maakuntaan?

b) Pääviestit sidosryhmille

- Yhdessä kaikkien Lapin alueen toimijoiden kanssa löydämme synergiaetuja toimintaan ja lappilaisten palvelujen tuottamiseen.
- Uudistuksella hillitään kustannusten nousua.

c) Keinoja ja kanavia sidosryhmäviestintään

- yhteistyö sidosryhmien viestijöiden kanssa (esimerkiksi haastattelut, artikkelit ja esiintymiset sidosryhmien tilaisuuksissa ja eri viestintäkanavissa)
- viestintäverkosto ja kirjaamot viestin välittäjinä organisaatioiden omille keskeisille sidosryhmille
- uutiskirje
- johdon informointi
- taustoittamistilaisuudet
- verkkosivut
- some & media
- kuntakierros

d) Muuta huomioitavaa viestinnässä sidosryhmien kanssa

Uudistukseen liittyviä kysymyksiä kannattaa käsitellä jo uudistusta tehtäessä. Samalla hyödynnetään sidosryhmien tietoja, taitoja ja toiveita tulevaisuuden yhteistyöstä.

Osallisuus ja osallistuminen ovat vuorovaikutusta asukkaiden ja maakunnan kesken

Tulevassa maakunnassa asukkailla on entistä monipuolisempia vaikuttamismahdollisuuksia. Osallisuus ja osallistuminen tulevassa maakunnassa tarkoittavat henkilöstön, lappilaisten, palvelun käyttäjien ja sidosryhmien mahdollisuutta tehdä aloitteita, kertoa mielipiteensä, tulla kuulluksi, kohdata päättäjiä, osallistua, kehittää palveluja sekä vaikuttaa maakunnan asioihin ja päätöksentekoon eri areenoilla. Lappilaisia aktivoidaan osallistumaan ja vaikuttamaan tulevan maakunnan palveluihin.

Maakuntalakiluonnoksessa (23 §) kirjoitetaan tulevan maakunnan osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksista näin:

Maakunnan asukkailla ja palvelujen käyttäjillä on oikeus osallistua ja vaikuttaa maakunnan toimintaan. Maakuntavaltuuston on pidettävä huolta monipuolisista ja vaikuttavista osallistumisen mahdollisuuksista.

Osallistumista ja vaikuttamista voidaan edistää erityisesti:

- 1) järjestämällä keskustelu- ja kuulemistilaisuuksia sekä asukasraateja*
- 2) selvittämällä asukkaiden mielipiteitä ennen päätöksentekoa*
- 3) valitsemalla palvelujen käyttäjien edustajia maakunnan toimielimiin*
- 4) suunnittelemalla ja kehittämällä palveluja yhdessä palvelujen käyttäjien kanssa*
- 5) järjestämällä mahdollisuuksia osallistua maakunnan talouden suunnitteluun*
- 6) tukemalla asukkaiden, järjestöjen ja muiden yhteisöjen oma-aloitteista asioiden suunnittelua ja valmistelua.*

Osallisuuden tasoja voidaan määritellä esimerkiksi:

- a) lakivelvoitteiset keinot: maakuntavaalit, nuorisovaltuustot, ym.
- b) lappilaisten tärkeänä pitämien asioiden kartoitus: kyselyt, haastattelut, kilpailut, ym.
- c) palvelujen suunnittelu: hyödynnetään käytännön kokemuksia esimerkiksi vanhuspalveluiden käyttäjiltä ja heidän omaisiltaan miten palveluita pitäisi kehittää

Osallisuustyössä kuten muussakin viestinnässä sanavalinnat ovat tärkeitä. Kumpi kiinnostaisi lappilaisia enemmän: osallistun LAPIN kehittämiseen vai osallistun maakunnan kehittämiseen?

Osallisuudella tarkoitetaan usein yksilöllistä kokemusta kuulumisesta johonkin itselleen tärkeään yhteisöön tai yhteiskuntaan. Osallisuus ja osallistuminen ovat kytköksissä toisiinsa, sillä ilman osallisuutta puuttuu osallistumiselta perusta. Osallistuminen on lähtökohtaisesti aktiivista toimintaa, joka voi parhaassa tapauksessa lisätä osallisuutta. Osallistuja tuo oman osaamisensa ja ideansa yhteiseen toimintaan. Osallisuus ja osallistuminen lisäävät yhteisöllisyyttä.

Kokemusasiantuntijoita ja kehittäjäasiakkaita

Ihmisiä, jotka toimivat omaan kokemukseen nojautuen esimerkiksi yhteistyössä ammattihenkilöiden kanssa, kouluttajina tai järjestöissä vertaisina kutsutaan monilla nimillä. Näitä ovat esimerkiksi kokemusasiantuntija, kehittäjäkumppani, kehittäjäasiakas, vertaistoimija, kokemuskouluttaja ja kokemustoimija. Yhteistä heille kaikille on halu vaikuttaa ja auttaa. He ovat palvelun käyttäjiä tai heidän läheisiään ja heidät on valmennettu tai koulutettu tehtäväänsä. Usein kouluttajana on järjestö, mutta joskus myös julkinen sektori järjestää heille koulutusta. Käytännössä yksi ja sama henkilö voi toimia monessa eri tehtävässä.

Lapissa on kehitetty erityisesti kehittäjäasiakastoimintaa. Tämä eroaa kokemusasiantuntijatoiminnasta siten, että kehittäjäasiakkailla on usein oma voimassa oleva tai tuore asiakkuus taustalla. Toiminta suuntautuu palveluiden ja asiakasprosessien suunnitteluun tai kehittämiseen.

Kokemusasiantuntijat voivat puolestaan kehittämistehtävien lisäksi toimia myös palveluiden tuottajana yhdessä ammattihenkilöiden kanssa, kouluttajina sekä tiedotus ja vaikuttamistehtävissä. Kokemusasiantuntijoiden kotipesä on usein järjestöissä ja heillä aktiivisesta palveluiden käytöstä saattaa olla jo aikaa.

Sote-asiakosallisuus kuntakierroksen ytimessä

Lapin maakuntauudistuksen esivalmistelu on käynyt keväällä ja kesällä 2017 keskusteluja Lapin soten asiakosallisuutta työstäneen ryhmän kanssa, jota vetää Pohjois-Suomen sosiaalialan osaamiskeskus (Poske). Yhteistyön tuloksena on muun muassa suunnitteilla info- ja keskustelutilaisuuskierros kaikkiin Lapin kuntiin keväällä 2018.

Aiheina kuntakierroksella on maakuntauudistusinfon lisäksi muun muassa sote-palveluiden kehittämistoiveet, asiakosallisuus ja palvelulupaus. Kierroksella olisi tarkoitus tavata kuntien sote-toimijoita, kuntalaisia ja muiden uudistuksessa mukana olevien organisaatioiden henkilöstöä. Tarkempaa suunnitelmaa aletaan työstää valmistelijoiden aloitettua työnsä marras - joulukuussa 2017.

Ennen kierrosta tehdään sähköinen kysely, jolla kartoitetaan lappilaisten ajatuksia ja toiveita muun muassa palveluihin, viestintäkanaviin ja kierroksen sisältöön liittyen. Kyselyn on jatkoa keväällä toteutetulle lappilaiskyselylle. Kyselyn tuloksia pystytään hyödyntämään kierroksen kuntakohtaisten painotusten suunnittelussa sekä maakuntauudistuksen valmistelussa, Poske:n, kuntien, sairaanhoitopiirien, järjestöjen ym. sidosryhmien työssä.

Henkilöstön osallistumisen keinot ja kanavat

Henkilöstön sitoutuminen ja osaamisen hyödyntäminen ovat ratkaisevia maakuntauudistuksen kannalta. Vuorovaikutuksella ja osallistumisella on tässä suuri rooli. Tavoitteena on välittää viestiä siitä, että olemme kaikki pian osa uutta, yhteistä maakuntaa.

Henkilöstön osallistumisen keinoja uudistuksessa ovat muun muassa:

- yhteiset tilaisuudet ja keskustelut
- kyselyt ja kartoitukset
- tietovisat, testit ja kilpailut (joissa uudistuksen ydinsanoma välittyy helppossa, mutta vähän erilaisessa muodossa)
- esittelyt ja organisaatioiden väliset vapaammat tapaamiset

Lappilaisten osallistumisen keinot ja kanavat

Palveluiden käyttäjillä on tärkeä tietää, että kaikilla on mahdollisuus osallistumalla vaikuttaa maakunnan kehittämiseen esimerkiksi kertomalla mielipiteensä palvelujen kehittämisestä.

- kuntakierrokset ja muut valmistelijoiden tapaamiset
- työpajat eri teemoilla
- kyselyt ja kartoitukset
- some
- palautekanavat
- kokemusasiantuntijat ja kehittäjäasiakkaat
- vaikuttamistoimielimet

Kaikessa perustiedotuksessa, kuten tapahtumissa, tiedotteissa ja verkkosivuilla, tuodaan määrätietoisesti esille osallistumisen kanavia ja keinoja. Somen osallistumismahdollisuuksia, kuten kyselyjä ja pieniä kilpailuja, hyödynnetään. Eri kohderyhmät otetaan huomioon osallisuuden parantamista suunniteltaessa.

Uudistuksen brändityö

Visio antaa tekemiselle suunnan ja tukee brändityötä. Hyvä brändi parantaa tulevan maakunnan houkuttelevuutta niin työntekijämarkkinoilla kuin lappilaisten keskuudessa.

Mielikuva eli Lapin tulevan maakunnan brändi syntyy parasta aikaa, haluttiin sitä tai ei. Brändin rakentamiseen voi vaikuttaa, erityisesti sen alkuvaiheessa.

Lapin tulevan maakunnan vision ja brändin tulee olla mukana kaikessa valmistelussa palvelujen suunnittelusta aina hallinnon rakentamiseen. Brändiä tehdään tiiviissä yhteistyössä maakunnan konsernirakenteen ja strategioiden suunnittelun kanssa. Työssä hyödynnetään lappilaista muotoiluosaamista.

Tulevan Lapin maakunnan brändin rakentaminen pitää aloittaa mahdollisimman pian ja yhdessä maakunnan ilmeen ja tarinoiden kehittämisen kanssa.

Mitä brändi on?

Brändi on kokemusten, tietojen ja mielikuvien summa siitä, mitä organisaatioon tai tuotteeseen liittyy. Brändi on lupaus asiakkaalle, se on osa mainetta ja imagoa. Brändin tulee perustua tosiasioihin eli sen lupaukset pitää pystyä lunastamaan ja sen pitää näkyä tavassa toimia. Hyvä brändi on luotettava, merkityksellinen ja tunnistettava. Parhaimmillaan brändi on kilpailuetu.

Brändi johdetaan organisaation arvoista, visiosta ja strategiasta – organisaation identiteetistä. Se kuitenkin syntyy vasta yhteistoiminnassa henkilöstön, asiakkaan ja sidosryhmien kanssa. Brändi näkyy visuaalisen suunnittelun (brändäys) lisäksi teoissa ja toimintatavoissa. Brändi näkyy myös asiakaskohtaamisessa, johtamisessa ym. Brändi onkin myös johdon strateginen työkalu.

Brändi eli mielikuva organisaatiosta muodostuu monin eri tavoin: esim. tieto/tietämys, oma tai muiden kokemus, kuulopuheet, ennakkoluulot, koulutustausta, asenne, tiedotusvälineet vaikuttavat mielikuvan syntymiseen. Se voi olla positiivinen, neutraali, epäselvä tai negatiivinen. Teoilla ja yhtenäisellä viestinnällä pyritään vaikuttamaan mielikuviin ja asenteisiin.

Uuden organisaation brändin rakentamisesta ei saa tinkiä, koska sillä on vaikutus kaikkeen toimintaan. Hyvä työnantajabrändi tukee parhaiden osaajien ja ammattilaisten saamista maakunnan palvelukseen ja yhteystyökumppaneiksi. Luotettavaksi koettu maakunta helpottaa suhdetta palveluiden käyttäjiin eli lappilaisiin. Hyvä organisaatiokuva ja vahva Lappi-brändi houkuttelevat myös maakunnan ulkopuolelta ihmisiä matkailemaan alueelle, sijoittamaan alueen yrityksiin tai muuttamaan alueelle.

Lappi-brändi

Muutama vuosi sitten laajasti lappilaisten toimijoiden kanssa tehty Lappi-brändi on kattobrändi kaikille lappilaisille toimijoille, myös tulevalle Lapin maakunnalle. Lappi-brändi ei kuitenkaan korvaa tai toimi sellaisenaan Lapin maakunnan (organisaatio) brändinä.

Lappi-brändin ydinviestinä on **Lapland – Above Ordinary** ja sen viisi alueelle omaa erityistä vetovoimatekijää ovat **Tehemä pois, Luonnosta ja luonnossa, Outoa taikaa, Avoin ja arktinen sekä Aitoa hulluutta**. Esimerkiksi yksi vetovoimatekijöistämme ”Tehemä pois” tuo esille alueellisen syventymän Suomen maabrändiin ydinviestiin ratkaisukeskeisyydestä.



Aluebrändit menestyvät vain jos ne perustuvat tosiseikoille, todellisille ja vaikuttaville sisällöille. Vaikka Lappi on paras arktinen alue, ei sitä aina ehkä tohdita kertoa. Työtä ohjaa ja yhtenäistää tavoitemielikuva **Lappi on henkisesti, maantieteellisesti ja teoissaan tavanomaisen yläpuolella**, johon pyrkiminen muodostaa aluebrändityön pitkän tähtäimen keskeisen päämäärän.

Kaikilla yrityksillä ja organisaatioilla on identiteetti. Tulevan Lapin maakuntaorganisaation brändi on linjassa alueen yhteisen Lappi-brändin kanssa. Lappi-brändi antaa Lapin maakuntaorganisaation brändille mahdollisuuden kiinnittyä laajempaan tarinaan ja rohkaisee kertomaan omasta toiminnastaan entistä paremmin.

Maakuntavaaliviestintä

Maakuntavaaliviestinnällä pyritään vastaamaan muun muassa seuraaviin kysymyksiin:

- Mitä äänestetään ja miksi?
- Ketä luottamushenkilöt ovat ja mistä he päättävät?
- Kuka johtaa maakuntaa, kuka luo strategiat ja visiot Lapin maakunnalle?
- Miten voin itse vaikuttaa maakunnan kehittämiseen?

Maakuntavaaliviestintää tehdään yhdessä ministeriöiden ja Kuntaliiton kanssa. Maakuntavaaliviestinnän suunnitelma tarkentuu talvella 2017 - 2018, kun uudistukseen liittyvät lait etenevät ja vaalien lopullinen aikataulu varmistuu.

Ensimmäisten maakuntavaalien viestinnällä on suuri merkitys mielikuvaan uudesta maakunnasta. Maakuntavaaliviestinnän haasteena on saada koko Lappia edustavia maakuntavaaliehdokkaita tarjolle ja äänestäjät uurnille.

Vaaliviestinnässä käytetään lappilaisille ja sidosryhmille suunniteltuja kanavia kuten verkkosivuja, printtimateriaalia ja somea sekä tehdään yhteistyötä alueellisen ja paikallisen median kanssa.

Visuaalinen ilme

Tunnistettava ja yhtenäinen visuaalinen ilme tukee Lapin maakuntauudistuksen sanomaa ja perusviestejä, Lapin maakunnan brändiä ja tavoitemielikuvaa. Lapin maakunnan brändi on linjassa Lappi-brändin kanssa. Grafiikassa hyödynnetään tarvittaessa myös valtakunnallisia elementtejä.

Lapin maakunnan visuaalista ilmettä rakennetaan valmistelun aikana, yhdessä brändin rakentamisen kanssa. Yhteistyökumppani visuaaliseen viestintään pyritään kilpailuttamaan syksyllä 2017. Lapin maakunnan visuaalisen ilmeen valmistumiseen asti uudistuksen valmistelussa on käytössä Lappi-brändin mukainen esivalmistelun käyttämä ilme.

Lapin materiaalipankkia hyödynnetään maakuntauudistuksen viestinnässä: kuvia ja infograafeja käytetään materiaalipankista ja maakuntauudistuksessa syntynyt Lapin materiaalipankkiin sopiva aineisto puolestaan luovutetaan myös materiaalipankkiin.

Kriisiviestintä

Kriisiviestinnän vastaava on muutosjohtaja, varavastaava valmistelutoimielimen puheenjohtaja ja kriisiviestinnän verkostoon kuuluvat viestinnän suunnittelija ja viestintätyöryhmä sekä muut valmistelijat ja valmistelutoimielimen jäsenet ja varajäsenet.

Kriisiviestintävinkit

1. Tarkkaile toimintaympäristön hiljaisia signaaleja
2. Kriisin poikasen havaitessasi älä provosoidu ja anna tunteille valtaa
3. Selvitä, mitä tapahtui ja missä, kuka on mukana ja mikä on kriisin laajuus
4. Kokoa ja kontaktoi nopeasti kriisiviestinnän verkosto
5. Ota kriisi haltuun: reagoi nopeasti Twitterissä, pyydä tarpeen mukaan anteeksi ja nimeä kriisi (#)
6. Tiedota omaa väkeä aiheesta
7. Muotoile (pikaisesti) viesti jokaiseen kanavaan (lehdistö, verkkosivut, some, jne.)
8. Seuraa tilannetta ja jatka oikean tiedon välittämistä
9. Käykää kriisi läpi kriisiviestinnän verkostonne kanssa: mitä opittiin?

Viestinnän mittarit ja seuranta

Viestintää seurataan, jotta osataan tarkkailla sen arvoa ja onnistumista: miten viestintä tukee organisaation visiota, strategiaa ja toimintaa. Mihin aiheisiin yleisösi sitoutuu parhaiten? Mistä kanavista suurin osa liikenteestä tulee? Mitä julkaisuja lappilaiset haluavat lisää? Minkälainen viestintä ja vuorovaikutus on tuottanut parhaimman tuloksen, missä olisi parantamisen varaa? Kvartaaliraporttien tms. lisäksi julkista keskustelua seurataan myös reaaliaikaisesti, jotta voidaan reagoida nopeasti.

Lapin maakunnan viestinnän seurannassa hyödynnettäviä mittareita

- Ulkoisen viestinnän seurantaan ja analysointiin tehokas työkalu on ostettu **mediaseuranta**.
- Yksittäisten hankkeiden viestinnän seurannassa voidaan hyödyntää **täsmäiskuja**, joilla tarkastellaan viestien läpimenoa, sävyä ja palautetta
- Sidosryhmäanalyysit, **seurantakyselyt** ja henkilöstöbarometrit toistettuna antavat tärkeää informaatiota myös viestinnän kehittämiseksi.
- Omien julkaisujen (www-sivut, FB-päivitykset, uusien seuraajien määrä, uudelleentwiittaukset jne.) **statistiikka** kertoo, minkälaiset viestit toimivat.
- Viestintää seurataan myös verkkosivujen, otakantaa.fi -palvelun sekä some-kanavien kautta saadun **palautteen** pohjalta.
- Seuranta on myös esimerkiksi seminaarien ja **tapahtumien osallistujamäärät** ja tilaisuuksista saadut palautteet.

Lapin maakunnan omien mittareiden lisäksi viestinnän seurannassa hyödynnetään valtakunnallisen maakuntauudistuksen viestinnän seurannan mittareita ja analyysijä, kuten esimerkiksi kyselytutkimuksia ja mediajulkisuuden sävyä.