



Keski-Satakunnan sosiaali- ja terveydenhuollon kuntayhtymä

# Viestintäsuunnitelma

---

Käsittely:

Johtoryhmä 8.9.2021

Yhtymähallitus 15.9.2021

## Sisällys

VIESTINNÄN KESKEISET LINJAUKSET JA OHJAAVAT ASIAKIRJAT .....	2
Viestinnän perustehtävä .....	2
Viestintää ohjaavat lait.....	3
VIESTINNÄN TAVOITTEET .....	3
Ulkoinen viestintä .....	3
Sisäinen viestintä .....	4
Asiakasviestintä.....	5
Markkinointiviestintä .....	5
VIESTINNÄN KOHDERYHMÄT .....	6
VIESTINNÄN KANAVAT .....	6
VIESTINNÄN VASTUUT .....	7
TULEVAT TOIMENPITEET VIESTINNÄSSÄ.....	8
VIESTINNÄN SEURANTA .....	10

Liitteet:

Sosiaalisen median ohje

Viestinnän vastuuhenkilöt

## VIESTINNÄN KESKEISET LINJAUKSET JA OHJAAVAT ASIAKIRJAT

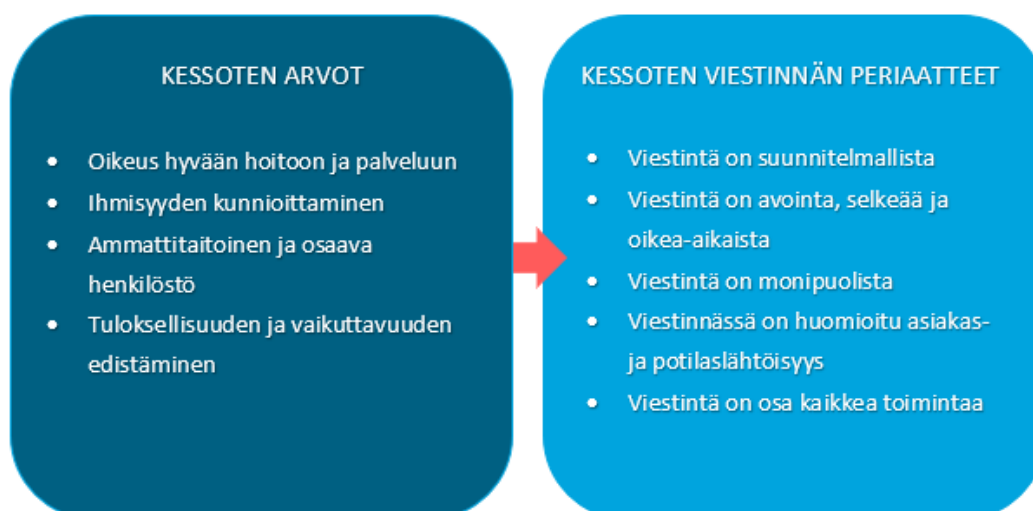
### Viestinnän perustehtävä

Keski-Satakunnan sosiaali- ja terveydenhuollon kuntayhtymän (jäljempänä Kessote) tarkoituksena on tarjota Harjavallan, Kokemäen, Nakkilan ja Eurajoen kuntien asukkaille heille lain mukaan kuuluvia terveyttä, hyvinvointia ja toimeentuloa edistäviä palveluja.

*”Viestinnän tehtävänä on tukea organisaatiota sen strategisten tavoitteiden saavuttamisessa.”*

Viestinnän tehtävänä on tukea organisaatiota sen strategisten tavoitteiden saavuttamisessa. Kessoten viestinnän perustehtävä on edistää alueen kuntalaisten hyvinvointia, terveyttä ja omatoimisuutta tarjoamalla tietoa kuntayhtymän toiminnasta, palveluista, suunnitelmista ja päämääristä. Näin luodaan edellytyksiä alueen asukkaiden osallistumiselle ja vaikuttamiselle kuntayhtymän toimintaan. Viestintäsuunnitelman tarkoituksena on määrittää viestinnän tavoitteet ja periaatteet, selkiyttää roolit ja vastuut, kuvata viestinnän kanavat ja kohderyhmät sekä yhdenmukaistaa viestinnän toimintatavat.

Viestinnän periaatteet noudattavat Kessoten arvopohjaa sekä kuntalakiin kirjattuja periaatteita selkeästä ja ymmärrettävästä kielestä ja eri kohderyhmien huomioimisesta.



Kuva 1: Kessoten arvot ja viestinnän periaatteet

## Viestintää ohjaavat lait

Kuntalaisilla on lakiin perustuva oikeus tietää, miten yhteisiä asioita hoidetaan. Kessoten viestintä pohjautuu toimintaa ohjaavaan lainsäädäntöön sekä organisaation omiin ohjeisiin. Viestintää ohjaavia lakeja ovat muun muassa perustuslaki, kuntalaki, julkisuuslaki, hallintolaki, sosiaalihuoltolaki sekä terveydenhuoltolaki. Muita huomioon otettavia säädöksiä ovat muun muassa EU:n saavutettavuusdirektiivi sekä tietosuoja-asetus GDPR.

Kuntalain (365/1995) 29 §:n mukaan kuntayhtymän ”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.”

Julkishallinnon viestintää ohjaa julkisuusperiaate, jonka mukaan jokaisella on oikeus saada tieto julkisesta asiakirjasta. Julkisuuslainsäädännön mukaan viranomaisen tulee toimia julkisuusmyönteisesti ja tiedonsaannin rajoittamiselle tulee olla perusteet. Hallintolaki edellyttää viranomaiselta selkeää, asiallista ja ymmärrettävää kieltä. Saavutettavuusdirektiivi sekä sitä seuraava kansallinen lainsäädäntö velvoittavat viranomaisia edistämään kaikkien mahdollisuuksia toimia yhdenvertaisesti myös digitaalisessa yhteiskunnassa.

Kuntayhtymän hallintosäännön 5§:n mukaan ”Yhtymähallitus johtaa kuntayhtymän viestintää ja tiedottamista kuntayhtymän toiminnasta. Yhtymähallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimittää viestinnästä vastaavat viranhaltijat. Palvelualueet luovat omalla toimialallaan edellytyksiä läpinäkyvälle toiminnalle asioiden valmistelussa ja päätöksenteossa. Yhtymähallitus sekä johtavat viranhaltijat huolehtivat, että kuntayhtymän alueen asukkaat ja palveluiden käyttäjät saavat riittävästi tietoa valmisteltavina olevista yleisesti merkittävistä asioista ja voivat osallistua ja vaikuttaa näiden asioiden valmisteluun. Viestinnässä käytetään selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otetaan huomioon alueen eri asiakasryhmien tarpeet.”

Kriisiviestintää määrittää Kessoten valmiussuunnitelma.

## VIESTINNÄN TAVOITTEET

### Ulkoinen viestintä

Kessoten viestintä tukee ja edistää kuntayhtymän perustehtävän ja strategisten tavoitteiden toteutumista. Strateginen viestintä linkittää organisaation johtamisen ja viestinnän kokonaisuudeksi, jossa jokainen

yksittäinen viestinnän teko linkittyy strategiassa asetettuihin tavoitteisiin ja tukee organisaation asemaa toimintaympäristössä. Viestinnän tavoitteena on luoda yhteisesti jäsenkuntien toiminnassa aktiivista terveydettä ja hyvinvointia edistävää ilmapiiriä ja ympäristöä.

Ulkoisen viestinnän tarkoituksena on jakaa Kessoten toiminnasta tietoa sidosryhmille ja median välityksellä yleisölle. Haluamme olla kiinnostava, hyvän maineen omaava, ajankohtainen, toimintaa aktiivisesti kehittävä, yhteistyötä tekevä ja arvostettu organisaatio. Ulkoisella viestinnällä pyritään ohjaamaan asiakkaiden toimintaa niin, että asioiden hoitaminen Kessotessa olisi mahdollisimman sujuvaa. Viestinnän päämääränä on varmistaa, että tieto on oikeaa, olennaista, riittävää ja oikea-aikaista.

*”Haluamme olla kiinnostava, hyvän maineen omaava, ajankohtainen, toimintaa aktiivisesti kehittävä, yhteistyötä tekevä ja arvostettu organisaatio.”*

Ulkoisen viestinnän avulla on tarkoitus saada palautetta, joka edistää oman toiminnan kehittämistä ja järjestämistä. Ulkoista viestintää toteutetaan kaikessa oman henkilöstön sekä asiakkaiden ja sidosryhmien kohtaamisessa asiayhteyteen soveltuvassa määrin.

Hyvinvointialueen muodostuminen tulee muuttamaan päätöksentekoa ja organisaatorakennetta 1.1.2023 lukien myös Keski-Satakunnassa. Uuden, maakunnallisen sote-organisaation syntyminen ei kuitenkaan muuta sitä, että viestintää tarvitaan tukemaan Kessoten toimintaa. Vahvan ja positiivisen mielikuvan muodostaminen organisaatiosta luo uskoa sen toimintaan ja kykyyn selviytyä tapahtuvien muutosten keskellä sekä pitää asiakkaille palvelutoiminnan selkeänä.

### Sisäinen viestintä

Sisäinen viestintä on nimensä mukaisesti organisaation sisäistä tiedottamista ja kommunikointia. Sisäisen viestinnän tehtävänä on rakentaa Kessote-yhteisöä, jossa jokainen ymmärtää toimintaympäristön meille asettamat haasteet, strategiset tavoitteet ja oman roolinsa niiden saavuttamisessa. Sisäinen viestintä on ennen kaikkea johtamisen työkalu. Sen on siis tuettava organisaation tarkoituksen, strategian ja toimintasuunnitelmien toteuttamista. Sisäisen viestinnän johtavana periaatteena on, että koko henkilöstö saa saman, riittävän ja kattavan tiedon yhtäaikaaisesti. Sisäinen viestintä muodostaa myös perustan ulkoisen viestinnän onnistumiselle.

Kun kehitetään ja rakennetaan organisaation mainetta, tulee lähteä liikkeelle hyvin hoidetusta sisäisestä tiedonkulusta. Sisäisellä viestinnällä on ratkaiseva rooli, kun arvioidaan sitä, millaisen mielikuvan työntekijä antaa työnantajastaan. Jokainen työntekijä viestittää ulkopuolisille asioita omasta työyhteisöstään ja

muokkaa näin ollen julkista mielikuvaa Kessotesta. Jokainen työyhteisön jäsen on omalta osaltaan vastuussa sisäisen viestinnän onnistumisesta.



Kuva 2: Hyvän viestinnän periaatteet

### Asiakasviestintä

Asiakasviestinnän päätavoite on sama kuin muullakin viestinnällä: tukea viestinnällä organisaation tavoitteiden saavuttamista viestinnän keinoin. Asiakasviestinnässä tulee ottaa huomioon Kessoten arvot. Kessoten pääkanavana asiakasviestinnässä toimivat Kessoten verkkosivut sekä jäsenkuntien verkkosivut, mutta viestintäkeinoista kasvokkain tai puhelimitse tapahtuva viestintä on yksi tehokkaimmista viestintämuodoista. Jokainen Kessoten työntekijä ja viranhaltija on velvollinen opastamaan asiakkaita ja potilaita oikeiden palvelujen ja tietojen äärelle. Printtimedian kanavana käytetään kaikille Kessoten alueen kuntalaisten saatavilla olevaa lehteä Satakunnan Viikkoa.

### Markkinointiviestintä

Markkinointiviestinnällä vahvistetaan Kessoten julkisuuskuva sosiaali- ja terveyspalveluiden tuottajana. Markkinointiviestinnän avulla vahvistetaan myös myönteistä työnantajan imagoa. Näkyminen paikallisessa ja alueellisessa mediassa sekä sosiaalisessa mediassa vahvistaa Kessoten työnantajaimagoa. Kessoten imagon ja kiinnostuksen vahvistaminen on tärkeätä, koska henkilöstö on Keski-Satakunnan sosiaali- ja terveydenhuollon

tärkein voimavara. Kessotessa kehitetään edelleen työpaikkailmoittelua ja osallistutaan mahdollisuuksien mukaan rekrytointitapahtumiin. Mainonnasta päätetään projektikohtaisesti.

## VIESTINNÄN KOHDERYHMÄT

Viestintää suunniteltaessa on otettava huomioon ne kohderyhmät, joita halutaan puhutella ja mistä viestinnän kanavista kyseinen kohderyhmä tavoitetaan. Viestinnällä on lukuisia eri kohderyhmiä sidosryhmien suuresta määrästä johtuen.

Ulkoisen viestinnän tavoitteena on kertoa kuntayhtymän toiminnasta ja palveluista kohderyhmille. Kessoten yhtymähallitukselle, yhtymävaltuustolle ja jäsenkuntien edustajille viestitään laajasti kaikesta toiminnasta. Kuntayhtymän alueen asukkaat ovat Kessoten viestinnän pääkohderyhmä, joille suunnattu viestintä on kohdennetumpaa. Sisäisen viestinnän kohderyhmä on oma henkilöstö. Sisäisen viestinnän tavoitteena on pitää henkilöstö ajan tasalla kuntayhtymän asioista.



kuva 3: Viestinnän kohderyhmät

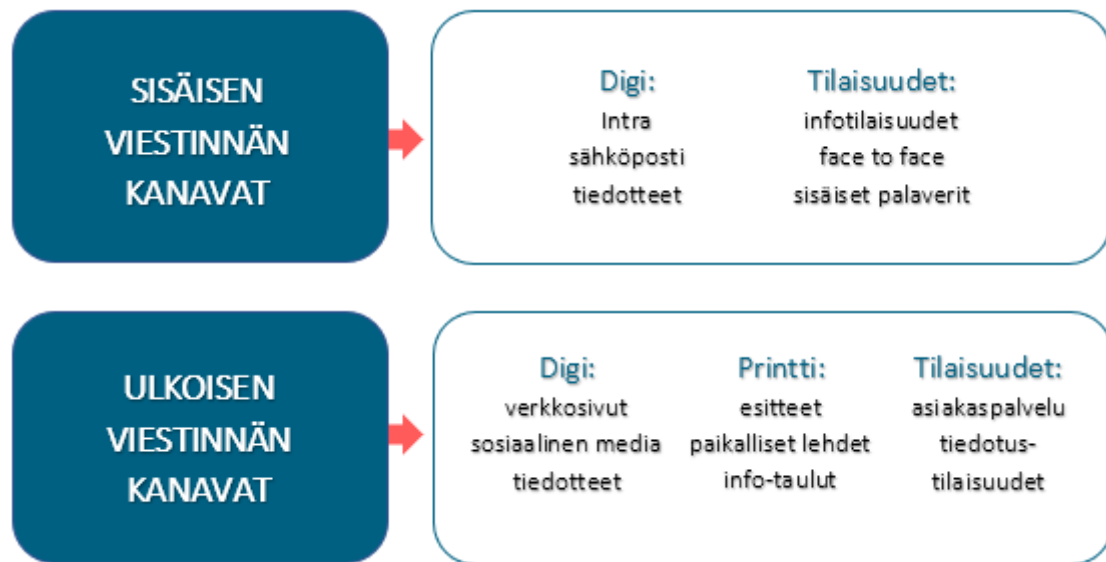
## VIESTINNÄN KANAVAT

Viestintäkanavaa valittaessa tulee pohtia, minkälainen tiedottaminen sopii kulloinkin viestittävään asiaa. Keski-Satakunnan sosiaali- ja terveydenhuollon ulkoisen viestinnän pääkanavana toimii Kessoten verkkopalvelu [www.kessote.fi](http://www.kessote.fi). Kessoten uudet verkkosivut tullaan julkaisemaan lokakuun 2021 aikana.

Verkkopalvelua täydentävät omat Facebook-sivut. Omien kanavien rooli kasvaa viestinnässä jatkuvasti, joka selittyy digitaalisten kanavien suuresta lukumäärästä. Digitaalisten kanavien kehittäminen on välttämätöntä viestinnässä onnistumiseksi ja siten keskeinen tehtävä tuleville vuosille. Tämän viestintäsuunnitelman liitteenä on erillinen ohje sosiaalisen median käytöstä.

Lisäksi ulkoista viestintää toteutetaan mm. tiedotteiden, mediayhteistyön ja erilaisten painettujen materiaalien avulla. Kessote ansaitsee kohtalaisesti mediatilaa eikä pääsääntöisesti osta sitä kuin rekrytointi- ja palvelumuutosilmoituksiin

Kessoten sisäisen viestinnän pääkanavana toimii intranet. Muita kanavia ja foorumeita sisäisessä viestinnässä ovat mm. tiedotteet, infotilaisuudet, osastojen, yksiköiden ja tiimien ym. sisäiset palaverit.



Kuva 4: Sisäisen ja ulkoisen viestinnän kanavat

## VIESTINNÄN VASTUUT

Organisaation johdolla on päävastuu viestinnän toteutuksesta, jonka tukena toimivat nimetyt henkilöt ja tiimit. Yhtymävaltuusto vastaa toiminnasta ja taloudesta, tekee strategiset linjaukset ja huolehtii kuntien asukkaiden riittävästä osallistumis- ja vaikutusmahdollisuuksista. Yhtymähallituksen tehtävänä on johtaa toimintaa ja seurata Kessoten kokonaisviestintää. Yhtymähallitus hyväksyy viestinnän ja tiedottamisen periaatteet. Viestinnän seurannasta ja toimenpiteiden päivittämisestä vastaa johtoryhmä.

Kuntayhtymän johtaja vastaa viestinnässä asioista, jotka koskevat koko kuntayhtymää tai useita palvelualueita. Palvelualuejohtajat vastaavat oman palvelualueensa viestinnästä. Kessoten viestinnän yhdyshenkilönä toimii erikseen nimetty henkilö. Korona-ajan viestinnästä vastaa pandemiaryhmä.



Viestintäsuunnitelman liitteenä on taulukko, jossa on tarkennettu viestinnän vastuita, varahenkilöitä ja oikeuksia.

## TULEVAT TOIMENPITEET VIESTINNÄSSÄ

Seuraavan vuoden aikana Kessoten viestinnän kehittämistyö keskittyy viestinnän roolin vahvistamiseen ja digitaalisten kanavien tehokkaampaan käyttöön. Kessoten viestinnän kehittämisen painopisteet ovat:

- Esihenkilöiden viestintäosaamisen kehittäminen
- Sisäisen viestinnän lisääminen ja kehittäminen
- Sosiaalisen median hyödyntäminen
- Kessoten brändin rakentaminen ja vahvistaminen
- Viestinnän suunnitelmallisuus ja yhteneväisyys
- Yhteisen viestinnän kehittäminen jäsenkuntien kanssa

KEHITETTÄVÄT TOIMENPITEET	AJANKOHTA	LISÄTIETOJA / HUOMIOITAVAA
<b>Ulkoinen viestintä</b>		
Brändin rakentaminen ja vahvistaminen	syksy 2021 - jatkuva	Millaisena me haluaisimme muiden näkevän meidät?
Terveyden ja hyvinvoinnin edistäminen viestinnällä	vaiheittain	<ul style="list-style-type: none"> <li>• positiivinen someviestintä jäsenkuntien kanssa</li> <li>• odotustilojen info-taulut</li> </ul>
Työnantajakuvan vahvistaminen	vaiheittain	<ul style="list-style-type: none"> <li>• näkyminen paikallisessa ja alueellisessa mediassa sekä somessa</li> <li>• vastuu ja rooli jokaisella työntekijällä</li> </ul>
Sosiaalinen media	vaiheittain	<ul style="list-style-type: none"> <li>• uusien tilien perustaminen</li> <li>• nuoriso kohderyhmänä</li> <li>• Facebook-sivujen määrittely ja yhteiset pelisäännöt</li> <li>• sivujen kartoittaminen</li> </ul>
Esitteiden päivitys	syksy 2021	ajantasaiset esitteet
Uudet verkkosivut	lokakuu 2021	Satasotesta oma osio

Mediatiedotteet / Sidosryhmille tiedottaminen	1-2 krt /kk	toiminnan läpinäkyvyys
Sidosryhmät	syksy 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>sidosryhmien yhteystiedot</li> <li>pelisäännöt tiedotteiden julkaisemisesta</li> </ul>

Taulukko 1: Suunnitellut toimenpiteet ulkoisessa viestinnässä

KEHITETTÄVÄT TOIMENPITEET	AJANKOHTA	LISÄTIETOJA / HUOMIOITAVAA
<b>Sisäinen viestintä</b>		
Viikkoinfo / ajankohtaiskatsaus intraan	2-4 krt / kk	Vahvistaa sisäistä viestintää ja koota yhteen tärkeä aiheet
Henkilöstöinfo	2 krt / vuosi	
Esihenkilöviestinnän kehittäminen	vaiheittain	<ul style="list-style-type: none"> <li>verkkokommentoinnin periaatteet</li> <li>esihenkilön rooli tiedottamisessa</li> </ul>
Intranetin kehittäminen	vaiheittain	<ul style="list-style-type: none"> <li>tiedon löytyvyyden parantaminen käytettävyyden lisääminen</li> <li>positiivisuustyöryhmä</li> </ul>
Satasote viestintä	vaiheittain	hyvinvointialueen muutostiedon jakaminen ajantasaisesti
Ajankohtaiskatsaus	1 krt / kk	yhtymähallitukselle ja jäsenkuntien edustajille
Toiminnan ajankohtaiskatsaus	2-4 krt / vuosi	yhtymävaltuustolle kokousten yhteydessä
Graafinen ohjeistus	vaiheittain / tarpeen mukaan	ohjeistus logojen ja pohjien käytöstä
Kaksisuuntainen viestintä	vaiheittain	työntekijöiden mahdollisuus tuoda esiin asioita

Taulukko 2: Suunnitellut toimenpiteet sisäisessä viestinnässä

## VIESTINNÄN SEURANTA

Kessoten viestintää seurataan johtoryhmän taholta jatkuvasti sekä arvioinnin että saadun palautteen perusteella. Tavoitteena on kehittää ja parantaa myös seurannan ja mittauksen työkaluja, jotka hyödyntävät koko organisaatiota. Sisäisen viestinnän toimivuutta seurataan erityisesti kehityskeskustelujen ja henkilöstöpalautteen avulla. Ulkoisen viestinnän toimivuutta mitataan verkkopalvelun ja sosiaalisen median kävijätilastojen kautta ja verkkosivuilla olevan palautelomakkeen kautta.

Viestinnällä ei ole tällä hetkellä käytössä sähköistä mediaseurantaa, mutta uutisointia tiedotusvälineissä seurataan. Kessotessa arvioidaan jatkuvasti viestinnän toimivuutta journalistisesta sisällöstä ja sosiaalisesta mediasta sekä tehdään tarvittavia esityksiä sen tehostamiseksi. Merkittävät virheellisydet oikaistaan välittömästi ja esitettyihin kysymyksiin vastataan mahdollisimman ripeästi.