

Vates-säätiön viestintäsuunnitelma strategian pohjalta v. 2017 alkaen

Vates-säätiö on asiantuntijaorganisaatio, jossa työ on tieto- ja asiantuntijaperusteista sekä verkostomaista. Viestintä on keskeinen osa vaikuttamista niin johtamisessa kuin organisaation toiminnassa ja vaikuttamistyössäkin. Viestinnän tehtävä on tukea Vatesille asetettuja tavoitteita vammaisten, osatyökykyisten ja pitkäaikaissairaiden henkilöiden työllistymiseksi.

Vates-säätiön viestinnän lähtökohta on, että koko viestinnän resurssit – muutkin kun viestintään osoitettu henkilökunta – valjastetaan käyttöön yhteisten tavoitteiden saavuttamiseksi.

Sisällys

1.	Viestinnän arvot.....	2
2.	Viestintä osana Vatesin strategiaa.....	2
	Viestinnän osa-alueet ja keinot.....	3
3.	Vatesin viestinnän kohderyhmät	4
	Sidosryhmät	4
	Verkostot.....	4
4.	Viestinnän tavoitteet ja arviointi	5
5.	Sisäinen viestintä.....	5
6.	Ulkoisen viestintä	5
7.	Kriisiviestintä	6
8.	Viestinnän henkilöresurssit.....	6

1. Viestinnän arvot

Vates-säätiön arvot ovat *rohkeus*, *asiantuntijuus* ja *muutosvalmius*. Viestinnän näkökulmasta arvojen sisältöinä on:



2. Viestintä osana Vatesin strategiaa

Vatesille luotiin uusi strategia vuonna 2016. Viestintä kattaa osana strategiaa säätiön kaikki toimintakokonaisuudet ja toteuttaa strategiassa asetettuja tavoitteita ja tehtäviä. Strategia ulottuu vuoteen 2030 asti, ja sitä päivitetään tarvittaessa. Myös viestintäsuunnitelmaa päivitetään tarpeen mukaan.

Vatesin strateginen tavoite on **edistää vammaisten, osatyökykyisten ja pitkäaikaissairaiden henkilöiden kuntoutusta ja työllistymistä**. Menestystekijöitämme ovat **kokoava yhteistyö, valtakunnallinen asiantuntijuus** ja **monimuotoisen työelämän edistäminen**. Viestinnän strategisena tavoitteena on, että vammaiset, osatyökykyiset ja pitkäaikaissairaajat henkilöt otetaan huomioon Vatesin viestinnässä.

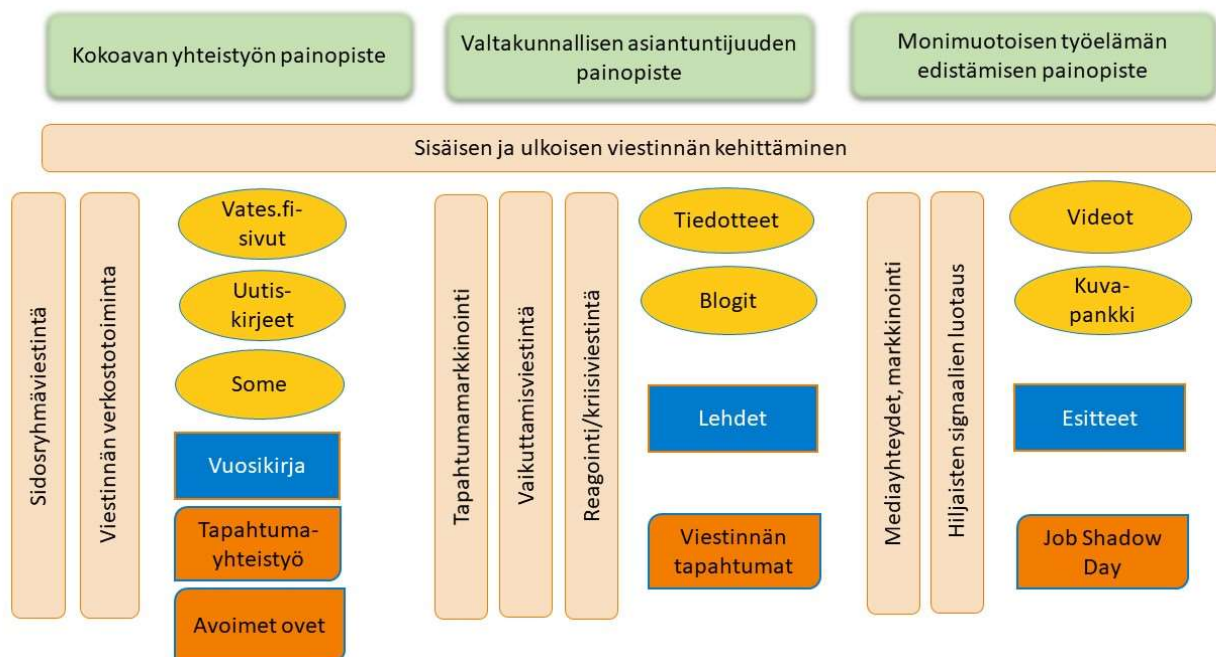
Vatesin toiminnan lähtökohta on, että kohderyhmät työllistyvät. Pääviestejä ovat strategisen tavoitteen pohjalta muun muassa:

”Jokaisella ihmisellä on tasavertainen oikeus työhön”. ”Suomi tarvitsee myös osatyökykyisen työpanosta.” ”Vamma ei tee ihmisestä työkyvyttöntä.” ja ”Työhön ja työssä kuntoutus lisäävät kaikkien työhyvinvointia.”

Viestinnän osa-alueet ja keinot

Seuraavassa kuvassa esitetään **viestinnän osa-alueet** (vaalean oranssit laatikot) ja niihin kuuluvat **viestinnän keinot** (keltainen = sähköiset, sininen = printti, oranssi = tapahtumat), jotka on sijoitettu *pääasiallisen painopisteensä* mukaiseen kohtaan. Myös osa-alueet on merkitty *pääasiallisen painopisteen* ja samalla *pääasiallisten viestintäkeinojen* kohdalle.

Vatesin strategia 2030



3. Vatesin viestinnän kohderyhmät

Vatesin toiminnan vaikutuksen kohderyhminä ovat vammaiset, osatyökykyiset ja pitkäaikaissairaat henkilöt sekä heidän lähipiirinsä. *Viestinnän pääasialliset kohderyhmät* ovat Vatesin *sidosryhmät*, joiden kautta Vatesin kohderyhmien työelämätilannetta pyritään parantamaan.

Sidosryhmät

Tärkeä osa Vatesin viestintää ovat sidosryhmät ja verkostot. Ne eivät ole vain viestinnän kohde, vaan myös kumppaneita. Sidosryhmillä tarkoitetaan niitä henkilöitä tai tahoja, jotka ovat Vatesin kanssa tekemisissä, joihin toimintamme vaikuttaa tai jotka vaikuttavat Vatesin toimintaan.

Vatesin sidosryhmiä ovat



Verkostot

Vates-säätiön mitattavissa olevista verkostoista suurin on Kyvyt käyttöön -verkosto ja sen kehittämisryhmät. Lisäksi viestinnällä on Vatesin koordinoima viestintäverkosto, jossa on jäseniä mm. vammais- ja muista järjestöistä. Lisäksi viestintä- ja muu henkilöstö on mukana erilaisissa pysyvissä ryhmissä sekä määräaikaisissa hankkeissa, jotka muodostavat omat verkostonsa.

Vates välittää myös taustayhteisöjen ja muiden verkostojen viestintää omilla kanavillaan säätiön toimialaan kuuluvista asioista.

Säätiön strategisena tavoitteena on laajentaa verkostoja uusille tahoille Vatesin osaamisen ja asiantuntijuuden vahvistamiseksi, sekä vahvistaa verkostotoimintaa ja yhteydenpitoa taustayhteisöihin ja sidosryhmiin. Viestinnän tehtävänä on määritellä keinot, joilla verkostojen ylläpito, kehittäminen ja tavoittaminen onnistuvat parhaiten sekä valita tarkoituksenmukaisimmat viestintäkanavat verkostojen tavoittamiseksi.

4. Viestinnän tavoitteet ja arviointi

Viestinnän päätavoitteena on avata Vatesin viestien keskeiset sisällöt kaikille vastaanottajille ymmärrettävästi, perustellusti ja vaikuttavasti sekä laajentaa viestien tavoitavuutta suunnitellusti. Nämä tavoitteet ja niiden painopisteet tarkennetaan vuosittain toteuttamissuunnitelmassa.

Viestinnän tavoitavuutta seurataan ja arvioidaan lukumääräisesti eri kanavien seuranta- tai tilaajamäärillä sekä sanallisilla palautteilla esim. palautekyselyissä tai epämuodollisissa yhteyksissä.

Säännöllinen seuranta ja arviointi on todettu tärkeäksi viestinnän kehittämisen välineeksi. Arvioinnin välineitä ovat viestintäkysely, lehden lukijakysely ja verkkosivujen kävijäkysely. Keskeistä arvioinnissa on, että viestintä ja luonnollisesti koko organisaatio saavat siitä eväitä toimintansa tarkistamiseen pitkin vuotta.

Vatesin itsearviointissa arvioidaan viestinnän onnistumista ja kehittämistarpeita. Arviointia kehitetään omaa työtä paremmin tukevaksi ja huomioidaan rahoittajien vaatimukset. Viestinnän vastuuna on esitellä Vatesin toimintaan soveltuvia arviointimenetelmiä muulle henkilöstölle ja olla tukena niiden käyttöönotossa.

5. Sisäinen viestintä

Vatesin sisäiseen viestintään kuuluvat yhteispalaverit, johtoryhmän kokoukset, kehittämis- ja hanketyön sisäiset tai niiden väliset palaverit sekä viestinnän sisäiset kokoukset. Lisäksi jokaisen tehtävä on tiedottaa muuta henkilökuntaa tärkeiksi katsomistaan asioista ryhmäsähköpostilla tai henkilökohtaisesti. Myös Vatesin kalenteri on sisäisen viestinnän työkalu.

Viestintävastaava huolehtii siitä, että viestintäpalavereita on riittävän usein. Palavereihin osallistuu hänen lisäksi muut viestintää ja/tai kehittämistyötä tekevät henkilöt, joita aiheet kulloinkin koskevat.

Viestintävastaavan tehtävä on rohkaista kaikkia esittämään toiveitaan ja näkemyksiään sisäisen viestinnän parantamiseksi.

6. Ulkoinen viestintä

Vates-säätiön ulkoiseen viestintään kuuluvat kohdassa 2 mainitut viestinnän osa-alueet ja keinot, lukuun ottamatta viestinnän kehittämistä ja hiljaisten signaalien luotausta. Ulkoista viestintää toteutetaan erilaisin painopistein ja eri kanavilla riippuen siitä, mitä kohderyhmiä tavoitellaan.

Yhtenä strategisena linjauksena on kuvallisen viestinnän lisääminen ja some-kanavien säännöllinen ja entistä suunnitelmallisempi päivittäminen. Viestinnässä pidetään tärkeänä jakaa tietoa sekä printti- että sähköisillä kanavilla, sisältäen sosiaalisen median, sillä ne tavoittavat osittain eri henkilöitä ja täydentävät toisiaan. Tulevina vuosina kuitenkin seurataan painotuotteiden merkityksen muutosta järjestöviestinnässä ja arvioidaan, väheneekö sen osuus Vatesin viestinnässä 2020-luvulle tultaessa.

Viestinnän kanavat todetaan toimintasuunnitelmassa ja linjaukset seuraavan vuoden pääasiallisista kanavista kerrotaan toteuttamissuunnitelmassa.

7. Kriisiviestintä

Kriisi- ja poikkeustilanteissa on tärkeää, että vastuuhenkilöt ovat tiedossa. He toimivat niin, että tietoa on saatavilla ja kaikille asianosaisille on selvää, miten tilanteessa toimitaan. Vatesissa pääasialliset vastuuhenkilöt ovat johtaja ja viestintävastaava. Lisäksi mukana on mahdollinen kolmas osapuoli/osapuolet, jota/joita kriisi koskettaa vastuualueensa kautta tai henkilökohtaisesti.

Esimerkkejä kriisistä ovat vakava tapaturma tai kuolema, joka koskettaa Vatesin henkilöstöä tai tapahtuu säätiön tilaisuudessa, työpaikkakiusaaminen tai -häirintä tai säätiön henkilöstöön tai tiloihin kohdistuva uhkaus. Se voi olla myös tavallista rajumpi palaute säätiön toimintaa kohtaan tai työntekijän tekemä vakava virhe tai huolimattomuus. Kriisitilanne käydään läpi koko henkilöstön kesken johtajan määräämänä ajankohtana. Myös hallitukselle on viestittävä tilanteesta.

Olennaista on, että henkilöstö saa nopeasti tiedon tilanteesta. Arvioidaan myös, onko tarpeen viestiä asiasta laajemmin kuin sisäisesti. Jokaisen työntekijän on ilmoitettava johtajalle tai viestintävastaavalle, jos kokee, että säätiö on joutumassa/nut poikkeustilanteeseen eikä kumpikaan ao. henkilöistä ole asiasta tietoinen esimerkiksi poissaolon takia.

8. Viestinnän henkilöresurssit

Vatesin viestintävastaava on vastuussa yhtenäisestä ilmeestä ja eri kanavien monipuolisesta hyödyntämisestä Vatesin tavoitteiden toteuttamiseksi viestinnän keinoin. Viestinnän tehtävä on myös muun henkilöstön coachaus niin, että itse kukin edistää Vatesin viestien leviämistä osana omaa työtään.

Vatesin viestinnän resursseihin kuuluu paitsi viestintähenkilöt, myös säätiön muu henkilöstö ja hankkeet. Lisäksi viestinnän resursseihin vaikuttaa se, missä määrin viestintävastaava osallistuu itse sellaisiin projekteihin, joiden puitteissa Vatesin omaa viestintää ei voida toteuttaa tai kehittää.

Viestinnän toteutusta tilataan myös ulkopuolelta silloin, kun jonkin osa-alueen osaamisen tarve ei ole jatkuva.