

Iisalmen kaupungin

VIESTINTÄOHJE

2022

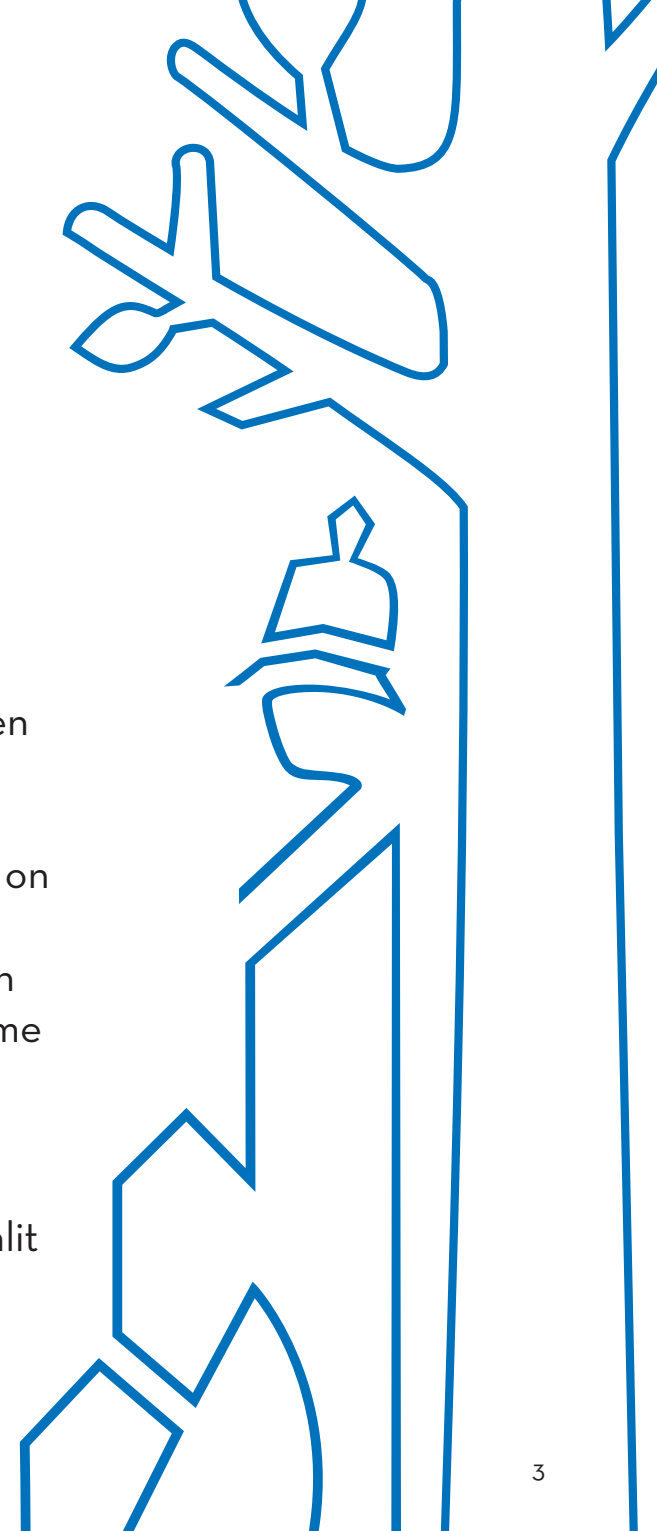


Sisällysluettelo diat/sivut

1. Viestintäohjeen lainsäädännöllinen tausta	6	7. Mediayhteistyö ja -tiedottaminen	28
1.1 Kuntalain 29 § ohjaa viestintää	6	7.1 Media on kuntaviestijän yhteistyökumppani	28
1.2 Kuntaviestintään vaikuttavat säädökset	7		
2. Viestintäohjeen strateginen tausta	9	8. Päätösviestintä	30
2.1 Viestinnällä kohti visiota	9	8.1 Tavoitteena osallistava päätösviestintä	30
3. Viestinnän vastuut ja organisointi	11	8.2 Viralliset ilmoitukset ja kuulutukset	32
3.1 Kaupunginhallitus linjaa, jokainen toteuttaa	11	9. Markkinointiviestintä ja brändit	33
3.2 Päävastuut viestinnän osa-alueista	12	9.1 Tavoitteina tunnettuus ja vetovoima	33
3.3 Luottamushenkilöt viestijöinä	13	9.2 Tavoitteina osallisuus ja pitovoima	34
4. Viestinnän kohderyhmät ja seuranta	14	10. Visuaalinen ilme, graafinen ohjeisto ja äänistrategia	35
4.1 Viestinnän avainkohderyhmät	14	10.1 Tavoitteena yhtenäinen ja tunnistettava viestintä	35
4.2 Viestinnän seuranta ja mittaaminen	15	10.2 Kaupungin vaakuna, logo ja bränditunnukset	36
5. Viestinnän kanavat	16	10.3 Markkinointi- ja viestintämateriaalit	37
5.1 Monikanavaista viestintää	16	10.4 Iisalmi-tuotteet muistoina ja lahjoina	38
5.2 Iisalmi.fi -verkkosivusto	18	10.5 Messut ja tapahtumat	39
5.2.1 Verkkosivut osallistumisen ja vaikuttamisen alustana sekä sähköinen asiointi	19	10.6 Muu markkinointi ja mainonta	40
5.3 Iisalmi sosiaalisessa mediassa	20	11. Hankeviestintä	42
6. Henkilöstöviestintä	22	11.1 Kuntalain mukaista ennakoivaa ja aktiivista hankeviestintää	42
6.1 Henkilöstöviestinnän tavoitteena hyvinvoiva ja sitoutunut henkilökunta	22	11.2 Hankeviestinnän toteutus	43
6.2 Perehdytysviestintä	24		
6.3 Rekry- ja työnantajaviestintä	25		
6.4 Viestintä muutostilanteissa	27		

Viestintäohjeen lähtökohtia

- Iisalmen kaupungin viestintäohje on laadittu linjaamaan kaupungin toimesta tapahtuvaa viestintää. Sen tavoitteena on tukea koko kaupunkiorganisaation viestinnän suunnittelua ja toteutusta siten, että kaikella kaupungin viestinnällä edistetään kaupunkistrategian ja vision toteutumista – yhteistä suuntaa ja kantavaa ideaa.
- Iisalmen kaupunkistrategian visioksi asetettiin joulukuussa 2021 ”**Suomen houkuttelevin seutukaupunki.**” Strategiassaan Iisalmi julistautuu myös Suomen ihmeellisimmäksi kaupungiksi. Suomen ihmeellisimmän kaupungin tavoitteena on rakentaa houkuttelevuuttaan kolmen strategisen teeman - **Ihana Iisalmi, Inspiroiva Iisalmi ja Ihmeiden Iisalmi** -kautta. Onnistuneella kuntaviestinnällä on strateginen merkitys: osallistamalla aktiivisen kuntaviestinnän avulla paitsi organisaation työntekijät ja luottamushenkilöt myös laajat sidosryhmät mukaan strategiaan toimenpiteisiin ja strategisten arvojen mukaisiin tekoihin, voimme me Iisalmissa tehdä ihmeitä yhdessä!
- Viestintäohjeen lisäksi viestintää ohjaavat erilaiset tarkentavat viestinnän ja markkinoinnin ohjeistot, kuten graafinen ohjeisto, kaupungin brändien manuaalit ja vastuualue- tai projektikohtaiset tarkemmat viestintäsuunnitelmat.
- Häiriötilanteiden varalle Iisalmen kaupungilla on erillinen kriisiviestintäohje.



- Viestintäohjeen perustana on strategian lisäksi Kuntalaki, joka velvoittaa katsomaan viestintää kuntalaisen eli asukkaan, palvelujen käyttäjien, järjestöjen ja muiden sidosryhmien näkökulmasta. Kuntalain mukaisesti kaupungin viestinnän tulee edistää edellä mainittujen kohderyhmien tiedonsaantia sekä osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksia.
- Viestintä pyrkii yhtäältä edistämään iisalmelaisten hyvinvointia ja vaikuttamismahdollisuuksia ja toisaalta rakentamaan viestinnällisiä suuntaviivoja sille, että Iisalmi tunnetaan myös valtakunnallisesti ja kansainvälisesti ihmeellisenä ja vetovoimaisena osaamisen paikkana. Viestinnällisten toimenpiteiden lisäksi Iisalmessa tuetaan näitä tavoitteita myös markkinoinnilla. Tämä viestintäohje ohjaa osaltaan myös markkinointia, mutta ei paneudu yksityiskohtaisempaan markkinoinnin ohjeistamiseen.
- Viestintä ei ole vain hyvänkään yksipuolisen suunnittelun lopputulos. Se on yhä enemmän jatkuvaa ja monikanavaista dialogia ympäröivän yhteiskunnan toimijoiden kanssa. Viestintä on vuorovaikutusta, joka auttaa kulloisenkin tilanteen edistämiseksi ja saattaa ihmisiä yhteen.

Viestintä tehdään yhdessä.



Iisalmelaisen kuntaviestijän **HUONEENTAULU**

Iisalmen kaupungin viestintä on aktiivista ja ennakoivaa, selkeää ja saavutettavaa, sekä avointa ja vuorovaikutteista.

Iisalmen viestinnässä asiat kerrotaan mahdollisimman objektiivisesti ja tosiasioihin perustuen. Viestintä on osa kaikkea kaupungin toimintaa ja päätöksentekoa. Jokaisella työntekijällä on vastuu hyvästä viestinnästä omassa roolissaan. Viestintää tehdään yhteistyössä.

Viestinnässä käytetään yhtenäistä, tunnistettavaa ja saavutettavuuden huomioivaa visuaalista ilmettä.

Viestintää toteutetaan monikanavaisesti tavoitteena tarjota erilaisille kohderyhmille viestit mahdollisimman oikea-aikaisesti.

Hyvä sisäinen viestintä on onnistuneen ulkoisen viestinnän edellytys.

Hyvä viestintä vaatii jatkuvaa kehittämistä sekä sidosryhmien ja toimintaympäristön ymmärrystä.

Tehdään yhdessä ihmeellisen hyvää kuntaviestintää!

- Ota huoneentaulun vinkit haltuusi ja ole ihmeitä mahdollistava viestijä!

1. Viestintäohjeen lainsäädännöllinen tausta

1.1 Kuntalain 29 § ohjaa viestintää

Ilisalmen kaupungin viestintäohjeen tavoitteena on tukea kaupungin toimialojen viestinnästä vastaavia henkilöitä viestimään *kuntalain 29§* mukaisesti

- **aktiivisesti**
- **monikanavaisesti**
- **riittävästi**
- **ymmärrettävästi ja**
- **oikea-aikaisesti**

luoden siten edellytyksiä osallistumiselle ja vaikuttamiselle.

- *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.*

1.2 Kuntaviestintään vaikuttavat säädökset

(kts. tarkemmin Kuntaviestinnän opas 2016)

Kuntalaki

22 § osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuudet

29 § viestintä

90 § hallintosääntö / viestinnän periaatteista

101 § kokouksen julkisuus

108 § kunnan ilmoitukset

109 § tietojen saatavuus yleisessä tietoverkossa

140 § päätöksen tiedoksianto kunnan jäsenelle

Hallintolaki

9 § hyvän kielenkäytön vaatimus

41 § vaikuttamismahdollisuuksien varaaminen

Julkisuuslaki

19 § viranomaisen tiedonantovelvollisuus keskeneräisissä asioissa

20 § viranomaisen velvollisuus tuottaa ja jakaa tietoa

Henkilötietolaki

Tekijänoikeuslaki (esim. valokuvat, piirroksiset)

2 Viestintäohjeen strateginen tausta

2.1 Viestinnällä kohti visiota

Iisalmen kaupungin viestintää ohjaavat kaupunkistrategian visio, teemat ja toiminta-ajatus sekä arvot ja toimintaperiaatteet.

Kaupunkistrategian visio **”Iisalmi 2030 - Suomen houkuttelevin seutukaupunki”** on myös kaiken kaupungin viestinnän kattotavoite ja suunta. Strategisen tason viestinnällisiä toimenpiteitä ja toteutumista seurataan valituilla mittareilla.

Strategiaa toteuttavilla ohjelmilla on tarkemmalla tasolla olevia viestinnällisiä tarpeita ja tavoitteita. Tämä viestintäohje linjaa yleisellä tasolla niihin liittyviä viestintätoimenpiteitä. Kunkin ohjelman osalta on kuitenkin tutustuttava sen erityispiirteisiin voidakseen ohjata siihen liittyvää viestintää toimenpidetasolla.

Ihana ja inpiroiva ihmeiden Iisalmi rakentuu avoimen ja kannustavan viestintäilmapiirin avulla!



Suomen ihmeellisⁱⁿ kaupunki

STRATEGISET TEEMAT



Inspiroiva Iisalmi



Ihana Iisalmi



Ihmeiden Iisalmi

Kestävä
kuntatalous

Hyvinvoiva
henkilöstö

Digitalisaatio,
tiedonhallinta
ja tiedolla
johtaminen

VISIO 2030

Suomen houkuttelevin
seutukaupunki

TOIMINTA-AJATUS

Huolehdimme asukkaidemme
hyvinvoinnista ja vahvistam-
me koko seudun kilpailukykyä
ja vetovoimaa

ARVOT JA TOIMINTAPERIAATTEET

Toimimme rohkeasti maalla ja maailmalla.
Luomme vastuullista tulevaisuuden elinympäristöä.
Iisalmissa kaikki saavat onnistua.

Tutustu tarkemmin iisalmi.fi/strategia

VISIO 2030

SUOMEN HOUKUTTELEVIN SEUTUKAUPUNKI

Iisalmi on kansainvälisesti tunnettu, helposti saavutettava, rohkeasti kehittyvä ja vetovoimainen seutukaupunki, joka tarjoaa loistavat asumisen ja yrittämisen olosuhteet sekä toimivat seudulliset palvelut.

- Suomen Ihmeellisin kaupunki -

3. Viestinnän vastuut ja organisointi

3.1 Kaupunginhallitus linjaa, jokainen toteuttaa

- Kaupunginhallitus hyväksyy viestintäohjeen sekä vuosittaiset markkinoinnin ja viestinnän toimenpideohjelmat osana talousarviota. Hyväksytty viestintäohje saatetaan kaupunginvaltuustolle tiedoksi. Kaupunginhallitukselle raportoidaan markkinoinnin ja viestinnän toimenpideohjelmien ja tavoitteiden toteutumisesta kaksi kertaa vuodessa.
- Elinvoimapalveluiden vastuualueella toimiva markkinoinnin, viestinnän, matkailun kehittämisen ja tapahtumien mahdollistamisen tiimi vastaa lisälmen kaupungin yleismarkkinoinnin ja viestinnän vuosisuunnittelusta ja toteutuksen koordinoinnista sekä organisaatiolle tarjottavasta viestinnän tuesta. Lisäksi toimialojen vastuualueilla ja yksiköillä on omia viestinnän ja markkinoinnin ja viestinnän vuosikelloja ohjaamassa arjen viestintää.
- Toimialoilta koottu markkinointi- ja viestintätiimin koordinoima lisälmen kaupungin markkinointi- ja viestintäryhmä käsittelee vuorovaikutteisesti kaupunkimarkkinoinnin ja -viestinnän yhteisiä asioita: Toimialojen edustajat tuovat ryhmässä markkinointi- ja viestintätiimin tietoon oman toimialansa ja sidosryhmiensä näkökulmaa ja tarpeita, ja markkinoinnin ja viestinnän asiantuntijatiimi taas vastaa esimerkiksi ajankohtaisten koulutusten, ilmiöiden tai toimenpiteiden saattamisesta ryhmän tietoon ja yhdessä haltuun otettaviksi.
- Päivittäisestä viestinnästä ja markkinoinnista vastaa jokainen vastuualue ja työntekijä periaatteen ”se viestii, joka parhaiten tietää” mukaisesti. Vastuualueiden ja yksiköiden verkkoviestijät toimivat omissa yksiköissään käytännön viestintätoimenpiteiden toteuttajina markkinointi- ja viestintätiimin tuella.

Se viestii, joka parhaiten tietää! *Tukea viestimiseen on tarjolla.*

3.2 Päävastuut viestinnän osa-alueista

- PR- ja suhdetoiminnasta vastaa kaupunginjohtaja.
- Toimialajohtajat vastaavat kukin oman toimialansa kokonaisviestinnästä.
- Kaupunginhallituksen ja lautakuntien päätösten tiedottamisen organisointi on esitetty otsikon **Päätösviestintä ja valmisteluun osallistaminen -kohdassa**. Päävastuu tiedottamisesta ja esimerkiksi mediayhteistyöstä on esittelijällä, mutta operatiiviseen tiedottamiseen osallistuvat myös hallinto-sihteerit ja markkinointi- ja viestintätiimi päätösviestinnän ohjeen mukaisesti.
- Viestinnän ja markkinoinnin kehittämisestä ja koordinoinnista vastaa elinkeinojohtaja yhdessä markkinoinnin, viestinnän, matkailun kehittämisen ja tapahtumien mahdollistamisen tiimin kanssa.
- Markkinoinnin, viestinnän, matkailun kehittämisen ja tapahtumien mahdollistamisen tiimi vastaa markkinoinnin ja viestinnän sisäisten tukipalveluiden tarjoamisesta ja kehittämisestä koko kaupungin tasolla.
- Jokainen kaupungin työntekijä on vastuullinen viestijä omassa roolissaan noudattaen periaatetta ”se viestii, joka parhaiten tietää”.
- Kriisiviestinnän, verkkoviestinnän, sisäisen viestinnän ym. viestinnän eri osa-alueiden vastuut ja organisointi on määritelty erillisissä, säännöllisesti päivitettävissä ohjeistuksissa.

Selkeät vastuut auttavat ihmeellisen hyvän arkiviestinnän toteutuksessa!

3.3 Luottamushenkilöt viestijöinä

- Valtuusto luo mahdollisuudet ja perustan viestintään talousarvion, hallintosäännön ja strategian avulla.
- Kuntalaisten ja muiden sidosryhmien, luottamushenkilöiden ja viranhaltijoiden vuoropuhelu on hyvän yhteistyön perusta. Rakentava vuoropuhelu tuo uusia näkökulmia asioiden valmisteluun ja päätöksentekoon. Vuoropuhelua mahdollistamaan on tarjottava erilaisia kanavia ja on pyrittävä rakentamaan myös avointa vuorovaikutusta edistävää viestintäilmapiiriä.
- Luottamushenkilöiden ja kuntalaisten välistä viestintää varten kaikilla luottamushenkilöillä on luottamustoimen hoitamiseen tarkoitettut sähköpostit (etunimi.sukunimi@iisalmi.fi). Useimpien luottamushenkilöiden puhelinnumerotieto on myös kuntalaisten saatavilla iisalmi.fi -sivustolla.
- Luottamushenkilöillä on tärkeä rooli arvojen ja strategian tavoitteiden mukaisen viestintäilmapiirin luomisessa sekä arvo- ja linjakeskusteluissa. Myös sosiaalisessa mediassa keskustelu ja viestiminen on toivottavaa, sillä somekanavat tavoittavat usein myös heidät, jotka eivät muuta viranomaisviestintää aktiivisesti seuraa.
- Kuntalaisilla on mahdollisuus seurata valtuuston kokouksia live-lähetyksinä tai myöhemmin valtuustotallenteina [Iisalmen kaupungin YouTube -kanavasta](#).
- Luottamuselinten kokousaikataulut, esityslistat ja pöytäkirjat ovat kaikkien kuntalaisten saatavilla iisalmi.fi:ssä.
- iisalmi.fi -verkkosivusto tarjoaa välineet myös kuntalaisaloitteen tekemiseen.
- Valtuustokauden alussa uusia luottamushenkilöitä perehdytetään Suomen ihmeellisimmän kaupungin viestintäperiaatteisiin ja -pelisääntöihin.

Luottamushenkilö on Ihmeiden Iisalmen lähettiläs kaikilla viestintäareenoilla!

4. Viestinnän kohderyhmät

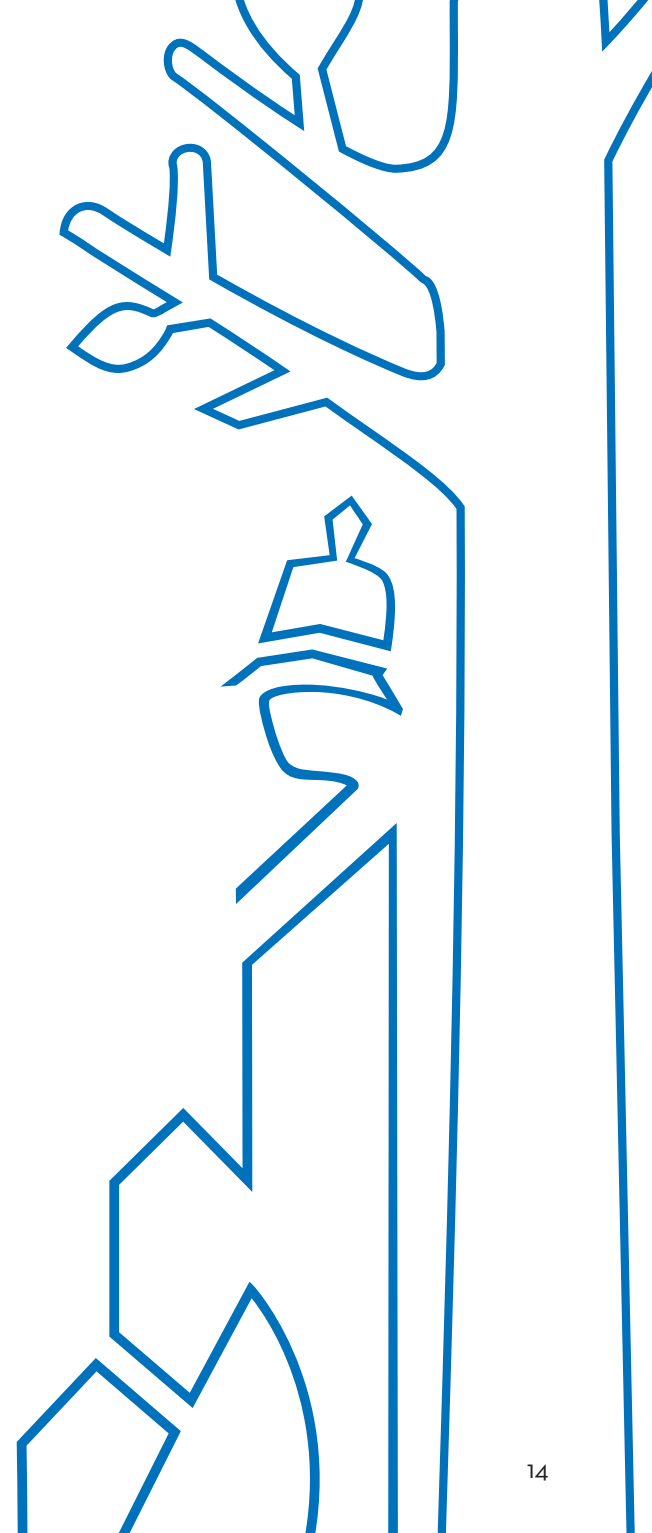
4.1 Viestinnän avainkohderyhmät

Iisalmen kaupungin viestinnän avainkohderyhmiä ovat tärkeimmät sidosryhmät

- asukkaat ja asukasryhmät (lapsiperheet, opiskelijat, ikäihmiset, työkäiset, työnhakijat, nuoret, erityisryhmät jne.)
- henkilöstö ja luottamushenkilöt
- yritykset, oppilaitokset ja elinkeinoelämä
- paikalliset yhdistykset, järjestöt ja seurat
- Ylä-Savon kunnat ja seudun asukkaat ja yritykset
- vierailijat, matkailijat, kesäasukkaat
- työ- ja opiskeluperäisen muuton kannalta potentiaaliset kohderyhmät
- media
- yhteistyökumppanit
- muut viranomaiset ja kunnat
- etu- ja ammattijärjestöt
- ystävyyskaupungit

Eri kohderyhmille suunnatusta viestinnästä on laadittu ja laaditaan erilliset toimintasuunnitelmat tarkempine kohderyhmätietoineen.

Kohderyhmien tarpeet keskiöön
viestintää ja kanavavalintoja toteutettaessa!



4.2 Viestinnän seuranta ja mittaaminen

Iisalmen kaupungin viestintää seurataan, mitataan ja kehitetään tiedolla johtamisen tavoitteen mukaisesti.

Apuna seurannassa, mittaamisessa ja kehittämisessä ovat

- mediaseurannan työkalu uutis- ja someosumien ja niiden sävyn raportoijana ja mittaajana
- strategisten tavoitteiden toteutumista seuraava **Targetor**
- iisalmi.fi/palaute -sivun palautekanavan kautta tulleiden palautteiden määrä ja sävy
- iisalmi.fi -sivuston ja hakukonelöydettävyyden analytiikka
- iisalmi.fi -sivuston saavutettavuusanalyysit ja käytettävyystudkimukset
- sosiaalisen median kanavien analytiikka
- kampanjakohtaiset raportit tavoittavuuden ja vaikutusten mittaamisessa
- asiakaskohtaamiset, työpajat ja keskustelutilaisuudet teemoittain
- erilaisten verkkopalveluiden omat raportointiosiot
- sisäiset ja ulkoiset viestintää koskevat kyselyt, tutkimukset ja kehittämistyöpajat

Palautteisiin ja tutkimuksissa ilmenneisiin kehittämistarpeisiin **reagoidaan mahdollisimman nopeasti.**

Palautekanava yhdistää automatisoidusti palautteen antajan ja palautteen aiheesta vastaavan kaupunkiorganisaation yksikön, ja näin viiveetön palautteen käsittely mahdollistuu.

5. Viestinnän kanavat

5.1 Monikanavaista viestintää

Iisalmen kaupungin viralliset pääviestintäkanavat ovat kaupungin verkkosivusto iisalmi.fi ja henkilöstöviestinnän intranet.

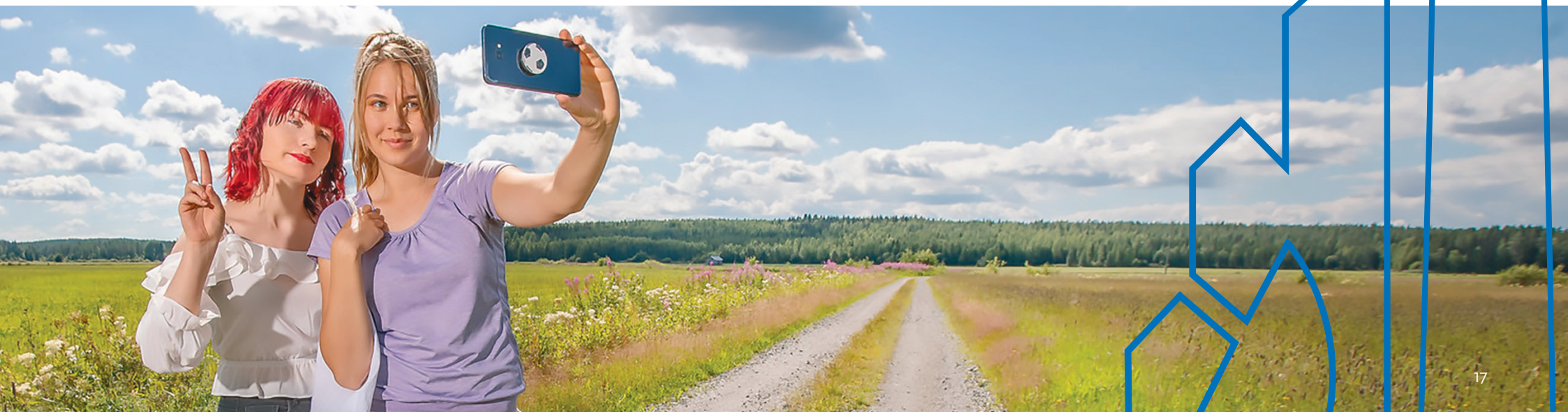
Viestintää toteutetaan aktiivisesti myös kaupungin virallisissa sosiaalisen median kanavissa kaupunki-, palvelu- ja yksikkökohtaisesti.

Muita viestinnän kanavia ovat

- sähköposti ja sähköiset, säännöllisesti julkaistavat uutiskirjeet
- info- ja keskustelutilaisuudet sekä osallistavat työpajat
- kaupungin julkaisema asukas- ja tiedotuslehti
- mediatiedotteet ja muut mediasuhteet
- lehti-ilmoitukset ja toimitukselliset, maksulliset artikkeli- ja teemasivuyhteistyöt
- kyselyt ja palautekanavat
- sähköiset infonäytöt
- Wilma (kouluissa)
- Peda.net (kouluissa)
- esityslistat, pöytäkirjat, asiakirjat, esitteet ja muut julkaisut
- palvelutiedot myös Suomi.fi:ssä

Kaikki asiakaspalvelu, neuvonta, kohtaamiset ja vuorovaikutus ovat osaltaan viestintää. Toimiva palveluviestintä auttaa yksittäistä kuntalaista, helpottaa yleisen viestinnän toteuttamista ja luo samalla tehokkaasti myönteistä mainetta.

Iisalmen kaupungin palveluviestinnän pääkanava **iisalmi.fi-verkkosivusto** tarjoaa palvelut helposti saavutettavassa muodossa.



5.2 Iisalmi.fi -verkkosivusto

- Iisalmen kaupungin verkkosivut osoitteessa www.iisalmi.fi ovat kuntaviestinnän tärkein kanava.
- Kuntalain mukaisesti Iisalmen kaupungin ilmoitukset ilmoitukset ja päätökset julkaistaan Iisalmen kaupungin verkkosivuilla.
- Verkkosivuston päivitysvastuu on jaettu kaupungin toimialojen verkkoviestijöille, jotka pitävät oman vastualueensa sivut ajantasaisina ja osallistuvat sivuston kehittämiseen oman vastualueensa osalta.
- **Toimialojen verkkoviestijöitä kannustetaan aktiiviseen verkkouutisointiin.** Iisalmi.fi:n etusivulle on suositeltavaa julkaista verkkouutinen aina, kun oman vastualueen palveluissa tulee muutoksia tai on muuta tiedotettavaa asiaa. Verkkouutisen lisäksi asiasta voi tiedottaa myös mediaa ja jakaa tiedon sosiaalisessa mediassa.
- Verkkosivuston pääkäyttäjäyys sekä vastuu sivuston kehittämisestä on **markkinointi- ja viestintätiimillä.** Tiimi järjestää verkkosivuihin liittyviä koulutuksia ja tukea sekä tuottaa ohjeistuksia.
- Iisalmi.fi-sivusto on suunniteltu kuntasivuston vaatimusten mukaisiksi. Suunnittelussa ja sivuston jatkuvassa kehittämisessä on huomioitu käyttäjäystävällisyys, saavutettavuus, helppokäyttöisyys ja esteettömyys. Sivuston saavutettavuusseloste kertoo kehittämistarpeista avoimesti.

5.2.1 Verkkosivut osallistumisen ja vaikuttamisen alustana

- [lisalmi.fi/osallistujavaikuta](https://www.lisalmi.fi/osallistujavaikuta) -sivulla voi
 - jättää sähköisen kuntalaisaloitteen
 - lukea julkaistuja kaupungin toimielinten kokousten esityslistoja ja pöytäkirjoja, viranhaltija-päätöksiä, kuulutuksia ja muita ilmoituksia
 - kirjautua palautekanavaan antamaan palvelukohtaista palautetta
 - jättää ilmoituksen viranomaisen väärinkäytöksestä
- Sivulla voidaan julkaista myös ajankohtaisiin aiheisiin liittyviä kyselyjä, joiden vastaukset julkistetaan myöhemmin infograafeina.
- [lisalmi.fi/palvelut](https://www.lisalmi.fi/palvelut)-sivulta löytyvät lisalmen kaupungin palvelut ja lomakkeet. Palvelusivuilla olemme hyödyntäneet Suomi.fi-verkkopalvelun sisältöjä.
- [Suomi.fi-verkkopalveluun](https://www.suomi.fi) on koottu lisalmen kaupungin palveluita, lomakkeita ja toimintaohjeita elämän eri tilanteisiin. Suomi.fi tarjoaa pääsyn omiin tietoihin, sähköisiin viesteihin ja valtuuksiin sekä sähköiseen asiointiin viranomaisten kanssa vahvan tunnistautumisen kautta. Suosittelemme Suomi.fi-palvelun käyttöä asiointissa.

5.3 Iisalmi sosiaalisessa mediassa

- Sosiaalinen media on vuorovaikutteisuutensa ja tavoitavuutensa vuoksi hyödyllinen ja tärkeä viestinnän kanava kunnan ja sidosryhmien välillä. Sosiaalinen media tarjoaa myös kohdennetun markkinoinnin alustan vastaten Iisalmen tarpeeseen esimerkiksi muuttaja-, matkailu- ja rekrytointimarkkinoinnissa.
- Virallisia, yleisiä sosiaalisen median tilejä hallinnoidaan markkinointi- ja viestintätiimin toimesta antaen editointioikeuksia (eli sisällöntuotantoon, julkaisuun ja tarvittaessa myös mainostamiseen liittyviä oikeuksia) esimerkiksi yksiköiden verkkoviestijärooleissa toimiville.

Iisalmen kaupungin viralliset, yleiset sosiaalisen median sivut

- Facebook: Minun Iisalmeni www.facebook.com/Minuniisalmeni
- Youtube: Iisalmen kaupunki - City of Iisalmi www.youtube.com/Iisalmenkaupunki
- Instagram: cityofiisalmi www.instagram.com/cityofiisalmi
- LinkedIn: Iisalmen kaupunki - City of Iisalmi www.linkedin.com/https://www.linkedin.com/company/iisalmen-kaupunki-city-of-iisalmi
- Twitter: cityofiisalmi www.twitter.com/cityofiisalmi @cityofiisalmi



- Markkinointi- ja viestintätiimi tarjoaa tukea ja neuvontaa yksiköiden verkkoviestijöille sosiaalisen median viestintään ja koordinoi myös some-koulutuksia yhdessä henkilöstöhallinnon kanssa.
- Markkinointi- ja viestintätiimi hankkii sosiaalisen median markkinointiin tarvittaessa myös asiantuntijapalveluja. Tiimin pääkäyttävävastuuseen sisältyy ulkoisten toimistojen oikeuksien hallinnointi ja kanavien maksuyhteyksiin liittyvät toimet.
- Kaupungin yksiköillä on myös omia sosiaalisen median tilejään, joiden kanavakulttuurin mukaisesta ja aktiivisesta sisällöntuotannosta, turvallisuudesta ja moderoinnista sekä viesteihin vastaamisesta he vastaavat itse. Yksikön esimies vastaa yksikkökohtaisen tilin avaamispäätöksestä, mutta tilin tiedot tulee ilmoittaa viipymättä markkinointi- ja viestintätiimin ylläpidolle.



6. Henkilöstöviestintä

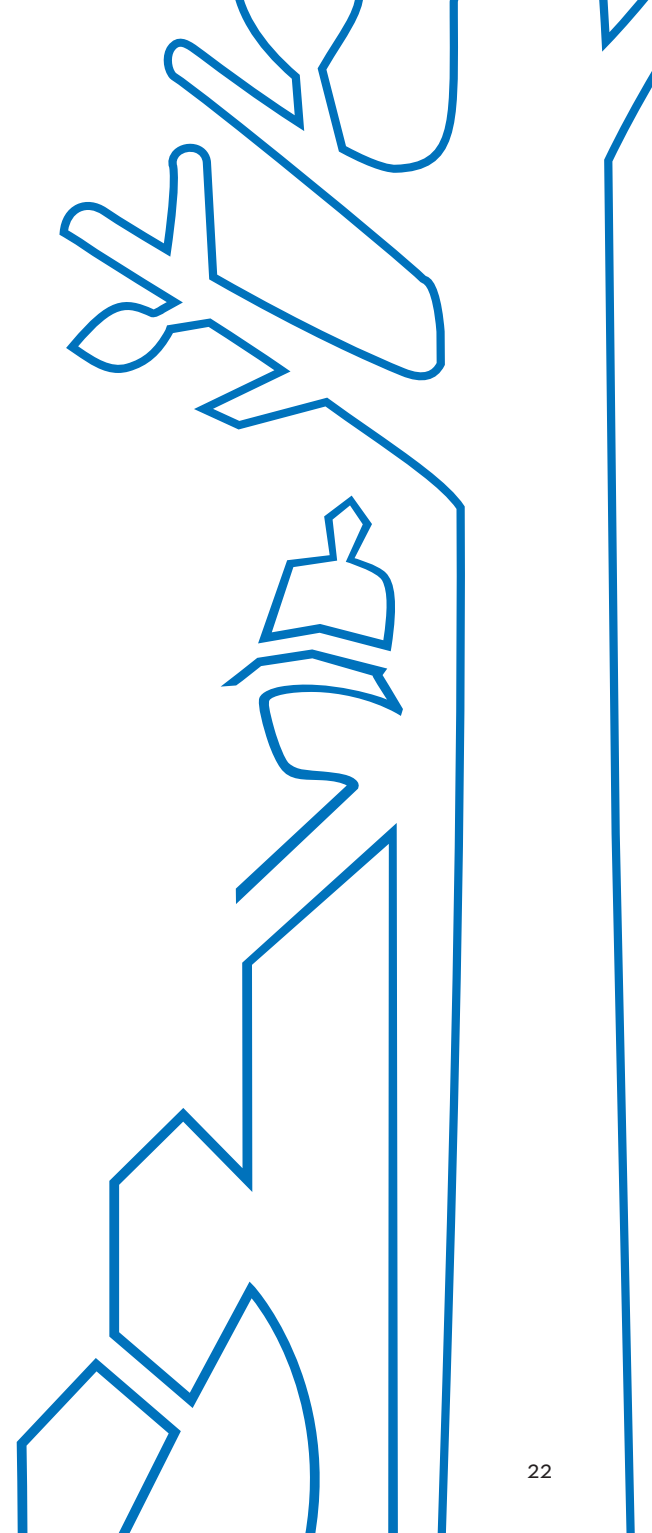
6.1 Henkilöstöviestinnän tavoitteena hyvinvoiva ja sitoutunut henkilökunta

- **Iisalmen kaupungin henkilöstöviestinnän tavoitteena on avoimuus ja oikea-aikaisuus, joilla tuetaan henkilöstön työhyvinvointia ja osaamista.**

Henkilöstöviestinnässä huomioidaan strategian mukaiset tavoitteet.

- **Hyvinvoiva henkilöstö**

- Päätöksenteko, johtaminen ja henkilöstön osallistaminen kehittämiseen ovat erinomaisella tasolla.
- Henkilöstö tietää, mitä heiltä odotetaan ja työtä tehdään innostuneesti.
- Kehitämme työhyvinvointia aktiivisesti ja pitkäjänteisesti.



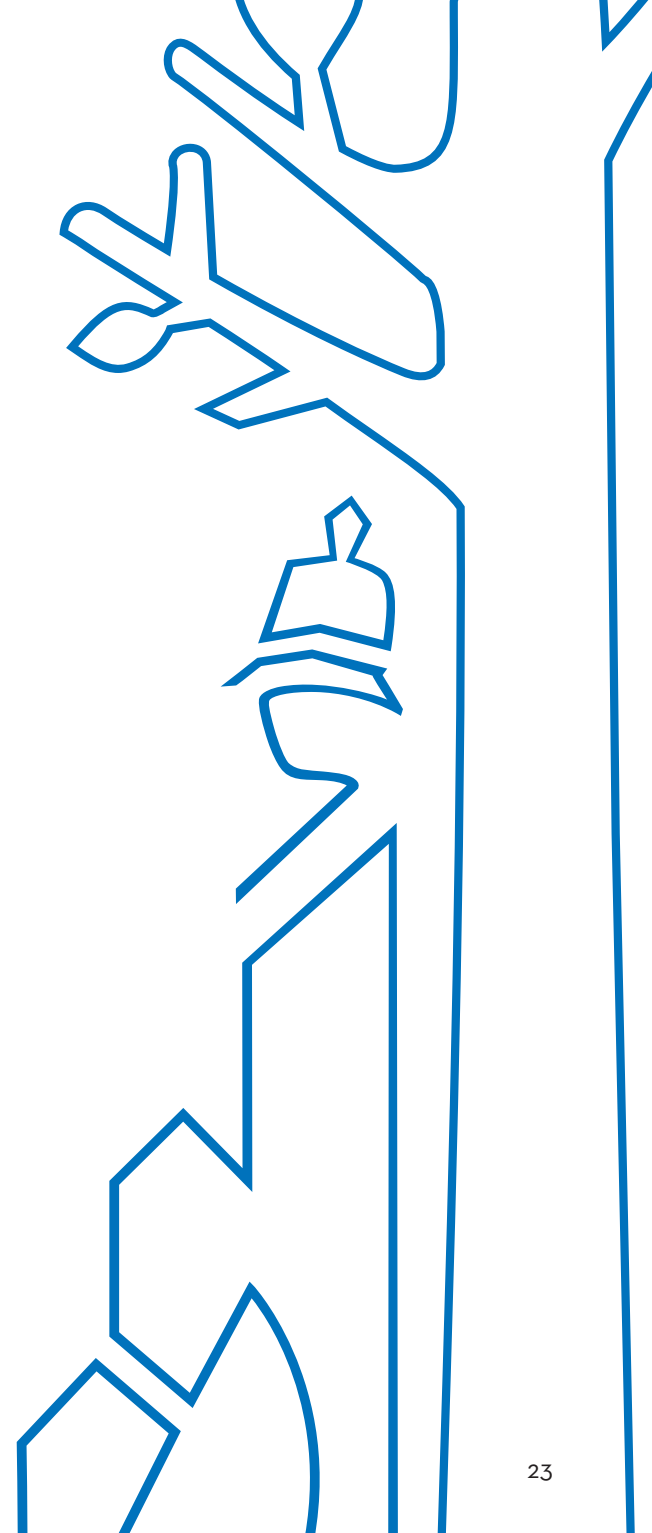
- **Henkilöstöviestinnän linjauksia**

- Johdonmukainen, samansuuntainen ja oikea-aikainen viestintä kaikilta organisaatiotasoilta.
- Sisältö on kohderyhmälle ymmärrettävää ja relevanttia.
- Viestintä ja käytännön toimenpiteet vastaavat toisiaan.
- Vastuhenkilöt nimetään ja viestinnän laatua seurataan.
- Henkilöstö tuntee ja tietää, miten ja missä asioista viestitään.

- **Henkilöstöviestinnän tärkeimpiä kanavia ovat**

- Intranet ja perehdytyskanava Intro
- Henkilöstöopas
- sähköposti sekä tarpeen mukaan muut viestinnän kanavat
- säännölliset palaverit yksiköissä ja koulutus- ja info-tilaisuudet esimiehille

Ihmeidenmahdollistajat -viestintä tukee sekä sisäistä että ulkoista työnantajakuvaa ja vahvistaa työyhteisön myönteistä ilmapiiriä!



6.2 Perehdytysviestintä

- Uuden työntekijän aloittaessa työnsä perehdyttämisjaksolla syntyy vuorovaikutteista viestintää etenkin uuden työntekijän, esimiehen ja tiiminvetäjän, sekä oman työyksikön ja henkilöstöhallinnon välille. Iisalmen kaupungin perehdytyksen pääkanavana toimii vuoden 2022 alusta alkaen Intro-ohjelma, ja lisäksi jo pitkään käytössä ollut perehdyttämisen tarkistuslista antaa tukea kaikkia osapuolia onnistuneessa perehdyttämisessä ja perehtymisessä.
- Uuden työntekijän hyvällä perehdyttämisellä varmistetaan, että jokainen Iisalmen kaupungin palveluksessa työskentelevä tuntee oman työtehtävänsä lisäksi riittävällä tasolla myös koko organisaation ja sen strategian. Lisäksi onnistunut perehdyttäminen
 - nopeuttaa työn oppimista ja itsenäiseen työhön tarttumista
 - lisää työturvallisuutta ja vähentää virheitä
 - vähentää epävarmuutta ja jännitystä
 - lisää työviihtyvyyttä
 - muodostaa realistisen ja motivoivan kuvan työstä
 - selkiyttää työroolit ja tavoitteet
 - parantaa työyhteisön yhteistyötä ja edistää oppimista.
- Uuden työntekijän perehdyttämisessä on lisäksi apuna intranetin Henkilöstöpalvelut -osio sekä Henkilöstöopas, joihin uutta henkilöä ohjataan ja kannustetaan paneutumaan myös omatoimisesti.

Ihmeidenmahdollistajat -hengen toivotaan tarttuvan jo perehdytysvaiheessa!

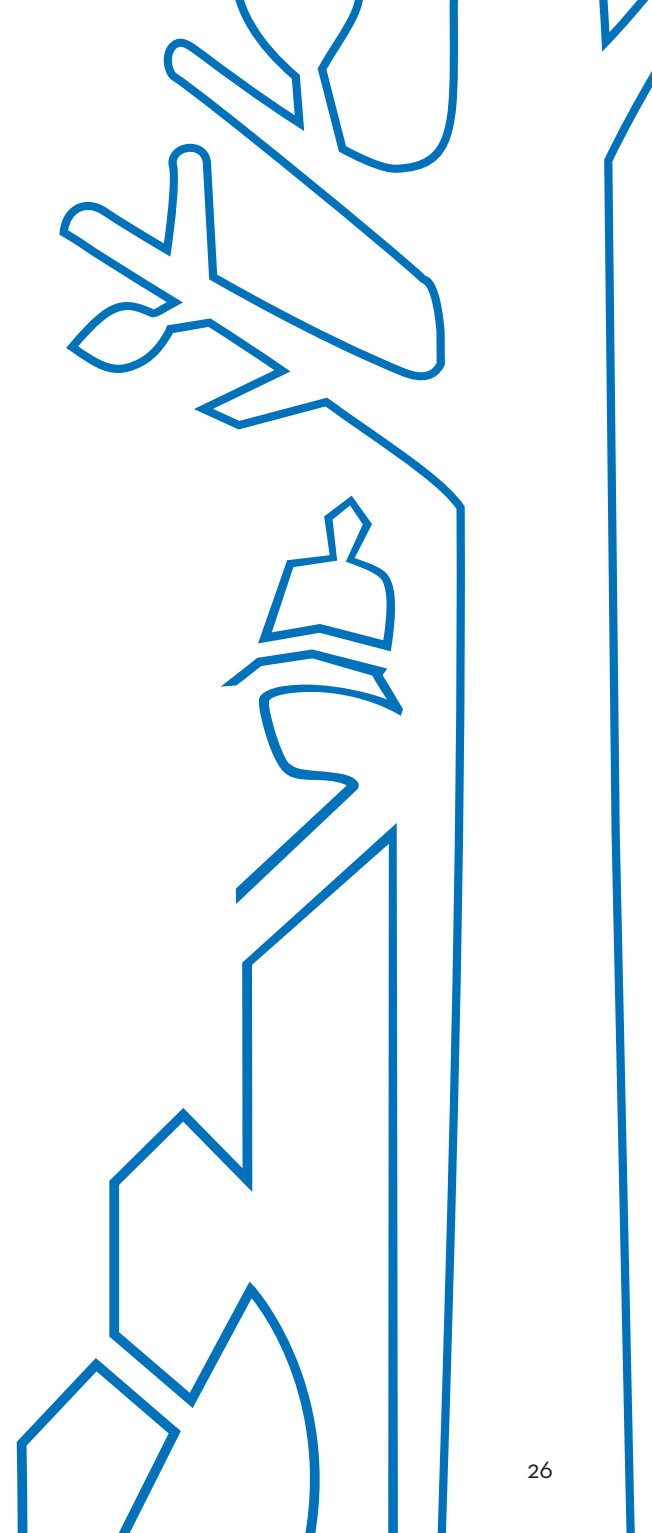
6.3 Rekry- ja työnantajaviestintä

- Iisalmen kaupungin henkilöstöpalvelut tarjoavat keskitetyn tuen kaikille kaupungin rekrytoinneille. Henkilöstöpalvelut toimivat asiantuntevana ja vuorovaikutteisena, rekrytointiprosessien laadunvarmistavana tahona - työtä tarjoavan yksikön ja hakijoiden kumppanina läpi prosessin aina hakemusvaiheesta valintapäätöksestä tiedottamiseen ja perehdytyksen aloittamiseen asti.
- Rekrytointikanavana toimii pääsääntöisesti **Kuntarekry.fi** ja lisäksi tilanteen mukaan arvioidaan muiden rekrytointipalveluiden- ja kanavien tarve.
- Iisalmen kaupungin rekrytointi- ja työnantajaviestinnässä henkilöstöpalveluiden tukena on myös markkinointi- ja viestintätiimi. Markkinointi- ja viestintätiimi vastaa henkilöstöpalveluiden antamista rekrymarkkinointitoimeksiantojen toteuttamisesta valituissa kanavissa. Digitaaliset rekrymarkkinoinnit ovat nykyisin pääsääntöinen valinta, mutta tarvittaessa myös muita medioita käytetään haluttujen osaajien tavoittamiseen.
- Työtä tarjoavalla yksiköllä on oma roolinsa onnistuneessa rekrytointiviestinnässä - mitä paremmin on kuvattu tarvittava osaaminen ja muut rekrytoinnin yksityiskohdat, sitä paremmin myös markkinointi onnistutaan kohdentamaan halutuille osaajille!



- Henkilöstöpalvelut ja markkinointi- ja viestintätiimi tekevät yhteistyötä myös houkuttelevan sisäisen ja ulkoisen työnantajakuva ylläpitämiseksi ja kehittämiseksi luoden yhdessä osallistavia ja aktivoivia sisäisiä ja ulkoisia kampanjoita tukien näin johdonmukaisesti tavoitetta kaikin tavoin hyvinvoivasta työyhteisöstä ja houkuttelevasta työnantajasta. **Ihmeidenmahdollistajat -työntekijälähettiläät** kertovat aitoja työntekijäkokemuksiaan somessa ja muissa valituissa kanavissa - työyhteisön sisäisen viestintä ja työnantajakuva on kaikkien yhteinen asia!
- Tärkeässä roolissa lisälmen kaupungin rekrytointien houkuttelevuuden kannalta on myös kaupungin ja kumppaniyritysten ja -oppilaitosten yhteinen **By lisalmi -brändimarkkinointi**, jolla luodaan vetovoimaista kuvaa **ihmeidentekijöiden lisalmesta** - kaupungista, jossa eletään yhtä aikaa maalla ja maailmalla, kansainvälisten uramahdollisuuksien ja luonnon äärellä.
- lisälmen kaupunki on osa mielenkiintoisten työnantajien verkostoa, jonka palveluksessa pääsee rakentamaan hyvinvoivien yritysten ja onnellisten ihmisten lisälmeä.

Merkityksellistä työtä osaavassa ja kannustavassa työyhteisössä
- työtä, jolla mahdollistetaan ihmeitä.



6.4 Viestintä muutostilanteissa

- Muutostilanteessa viestinnällä pyritään tukemaan yhteisymmärryksen syntymistä muutoksen tarpeellisuudesta ja tavoitteista. Muutostilanteissa viestintävastuu jakautuu tilannekohtaisesti ja rooleista sovi-taan kussakin tilanteessa selkeästi. Kunnan johto antaa myös muutostilanteessa viestinnälle kasvot, sekä motivoi, sitouttaa ja näyttää suuntaa omalla esimerkillään.
- Muutostilanteissa on tärkeää, että sekä henkilöstö että luottamushenkilöt ovat ajan tasalla tilanteen ete-nemisestä ja päätöksistä tiedottaminen on avointa ja tasapuolista. Myös kuntalaiset ja muut sidosryhmät tarvitsevat jatkuvasti tietoa muutoksen vaikutuksista palveluihin tai muuhun kunnan toimintaan.
- Muutostilanteet herättävät usein kysymyksiä ja epävarmuutta. Siten onkin erityisen tärkeää esittää asiat niin, että kaikki voivat ne ymmärtää. Vuorovaikutteisuus on tärkeää, jotta ihmiset voivat tuntea olevansa mukana uuden rakentamisessa ja kokevat, että heidät otetaan huomioon ja heidän toivomuksiaan kuunnellaan.
- Henkilökohtainen kasvokkain tapahtuva viestintä on paras viestinnän muoto muutostilanteessa.

Henkilöstöhallinto pyrkii muutostilanteissa tarjoamaan

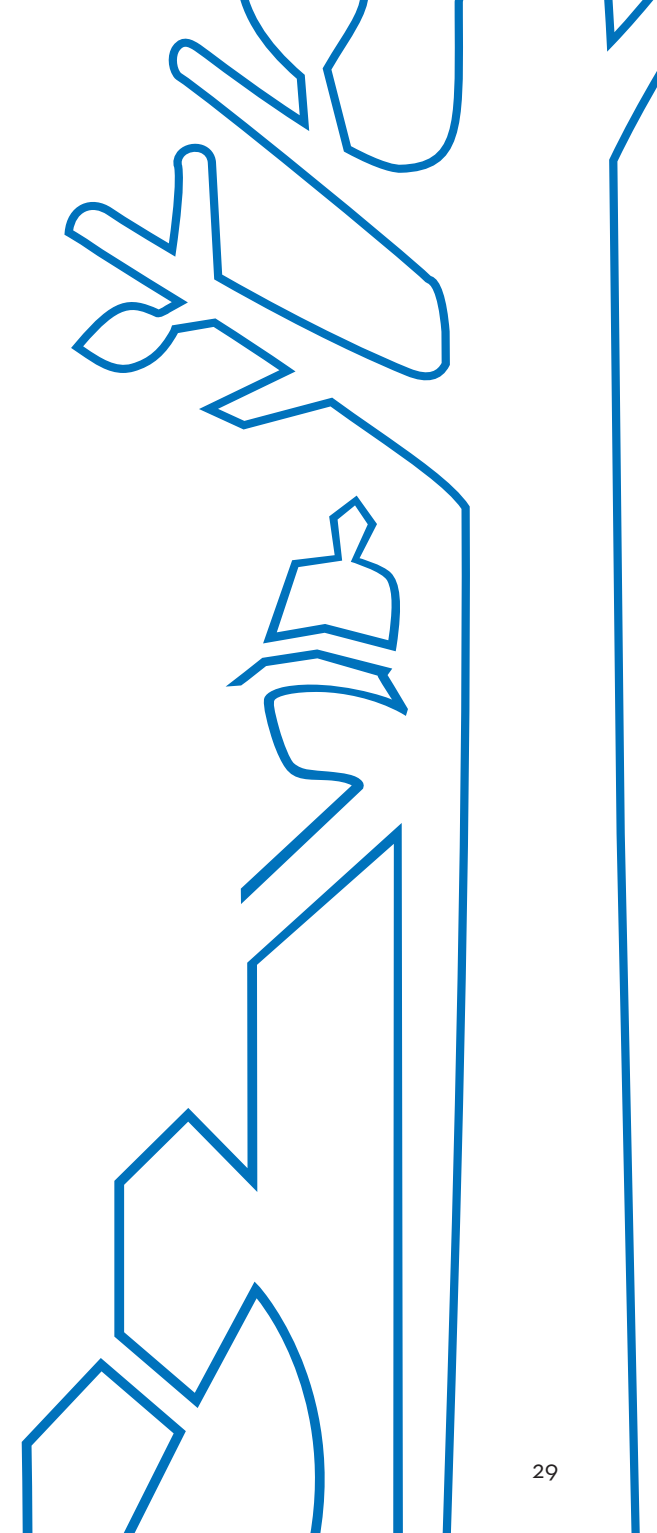
- viestintää muutoksen syistä ja tavoitteista
- valmennusta kohdata muutosprosessin aiheuttamat tunteet
- koulutuksia ja kursseja osaamisen kehittämiseksi
- mentorointia muutosjohtajuuden kehittämiseksi uusille esimiehille
- yhteisiä tilaisuuksia niin tunteiden tuulettamiseksi kuin uusiin työntovereihin tutustumiseksi
- riskien arviointia niin muutosprosessin seuraamusten arvioimiseksi kuin uusien työtapojen turvallisuuden varmistamiseksi

7. Mediayhteistyö ja -tiedottaminen

7.1 Media on kuntaviestijän yhteistyökumppani

- Suuri osa kuntaa koskevista tiedoista välittyy kuntalaisille tiedotusvälineiden eli median kautta. Median rooliin kuuluu tulkita ja havainnollistaa kunnan suunnitelmia ja päätöksiä, ja etenkin paikalliset tiedotusvälineet ovat usein vahvoja mielipidevaikuttajia omalla seudullaan. Lisälmen kaupungin tavoitteena on toimia hyvässä yhteistyössä median kanssa ja tarjota aktiivisesti tietoa, jota media voi välittää omalle lukija- ja kuulijakunnalleen. Median ja kunnan hyvästä yhteistyöstä hyöttyy viimekädessä aina kuntalainen.
- Mediayhteistyön organisointi vastaa yleistä kaupungin viestinnän organisointia: Se tiedottaa, joka parhaiten tietää. Toimialoittain toimialajohtajat vastaavat siis mediayhteistyöstä.
- Tukea mediaviestintään tarjoaa kaupungin viestintähenkilöstö tai oman yksikön viestintävastaava.
- Mediatiedottamiseen on käytettävissä median jakelulista ja tiedotepohja, joka auttaa rakentamaan tiedotteesta median eli toimittajien kannalta toimivan sekä sisällön että muotoseikkojen osalta. Tiedotteessa tulee olla aina lisätietojen antajan yhteystiedot, ja median haastattelupyyntöihin suhtaudutaan myönteisesti. Haastateltavan tulee tietää, missä haastattelu julkaistaan ja mihin sitä käytetään. Teksti tai muu lopputulos on syytä pyytää tarkistettavaksi asiavirheiden varalta ennen sen julkaisua.

- Tiedotusvälineisiin suhtaudutaan tasapuolisesti, ystävällisesti ja aktiivisesti: Tietoa eri tiedotusvälineille tarjotaan samanaikaisesti ja samansisältöisenä. Poikkeuksena ovat ainoastaan mediakumppaneiden kanssa tehdyt markkinointiyhteistyöt. Varsinaista viestintää ja tiedottamista koskee aina tasapuolinen avoimuus.
- Media- ja verkkotiedottamisen aktivoimiseksi henkilöstölle järjestetään säännöllisesti koulutuksia ja intranetissä on tarjolla tukimateriaalia myös mediaviestintään.
- Kaupungin johto ja viestintähenkilöstö pitävät säännöllisesti yhteyttä alueen tiedotusvälineisiin ja sopivat kulloisiinkin tilanteisiin parhaista menettelytavoista, kuten esimerkiksi mediati-laisuuksien järjestämisestä. Tiedotustilaisuudet voivat olla myös avoimia sekä medialle että kuntalaisille: esimerkiksi kaavoituskat-saus ja hankintainfo ovat tällaisia eri sidosryhmiä yhdistäviä vuorovaikutteisia tilaisuuksia.



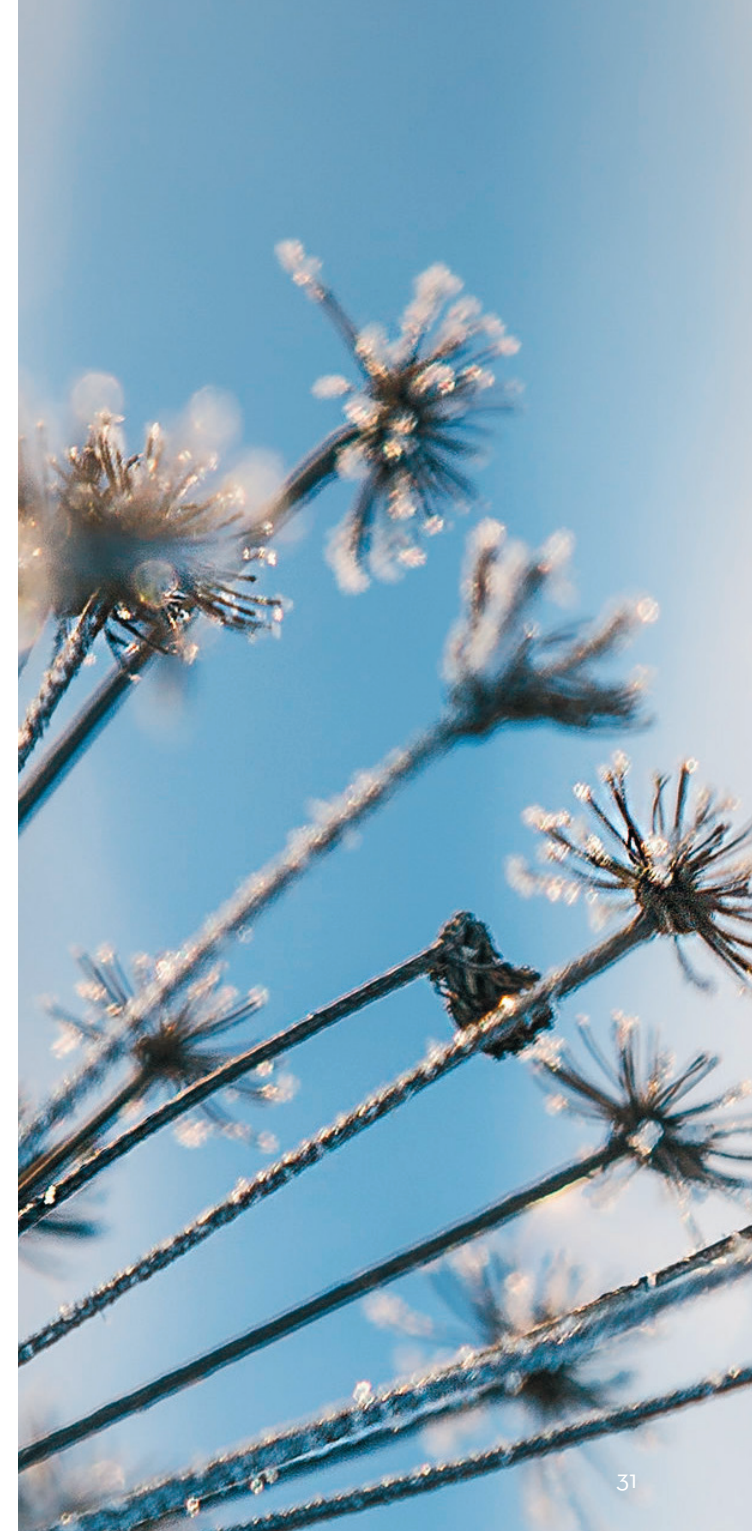
8. Päätösviestintä ja valmisteluun osallistaminen

8.1 Tavoitteena osallistava päätösviestintä

- Kuntalaki 29 § velvoittaa kuntaa mm. tiedottamaan valmistelussa olevista asioista sekä siitä, millä tavoin kuntalaiset voivat osallistua päätösten valmisteluun.
- Kaupungin esityslistat, pöytäkirjat ja viranhaltijapäätökset ovat luettavissa netissä iisalmi.fi/paatokset -sivulla.
- Osallistamista kuntapäätöksentekoon edistetään tiedottamalla kaupungin toimielinten kokouksista
 - esityslistat julkaistaan neljä vuorokautta ennen kokousta
 - esityslistan julkaisusta tiedotetaan [iisalmi.fi:n](https://iisalmi.fi) ajankohtaisissa uutisissa (sis. tärkeimmät käsiteltävät asiat otsikkotasolla, kokousaikataulu ja seuraamisen kanavat)
- Päätöksistä viestitään pöytäkirjojen julkaisemisen lisäksi kokouksen jälkeisenä päivänä [iisalmi.fi:n](https://iisalmi.fi) ajankohtaisissa uutisissa.

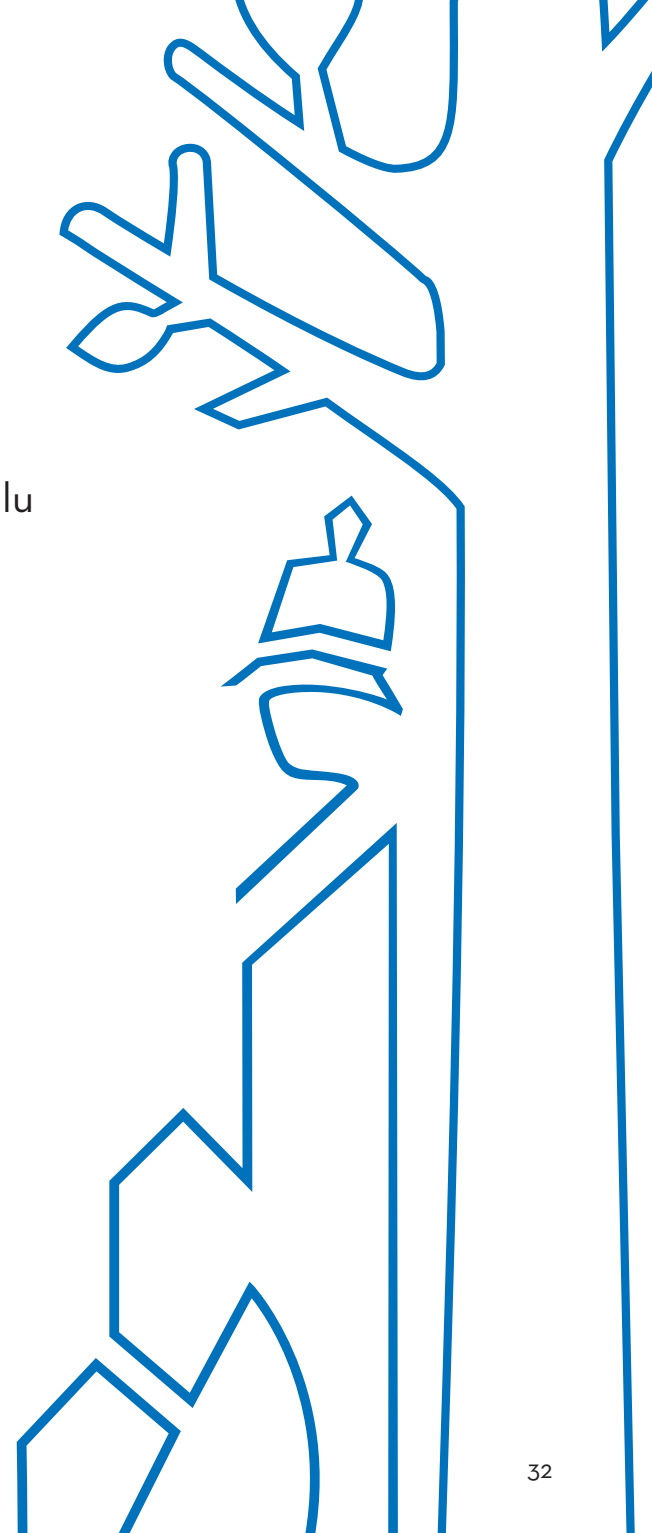
Aktiivisella ja johdonmukaisella päätösviestinnällä pyritään
aktivoimaan kuntalaisia seuraamaan kuntapäätöksentekoa ja osallistumaan valmisteluun!

- Tärkeimmistä kuntalaisia koskevista päätöksistä tai niihin liittyvistä valmisteluista jaetaan myös sometiedotteita, jotka kannustavat tutustumaan tai osallistumaan päätöksentekoon oikea-aikaisesti. Lisäksi tärkeimmistä kuntalaisia tai muita sidosryhmiä koskevista päätöksistä tai valmisteluista toteutetaan kaupungin toimesta syventäviä toimituksellisia uutisia, videoita tai muita viestinnällisiä kokonaisuuksia, jotka kannustavat kuntalaisia osallistumaan ja vaikuttamaan.
- Kuntalaisten osallistumista valmisteluun pyritään lisäämään mm. kysymällä heidän mielipidettään vireillä olevista asioista esimerkiksi verkkokyselyillä, järjestämällä päätöksentekoon ja valmisteluun osallistavia keskustelutilaisuuksia sekä kuntalaisaktiivisuuteen kannustavalla ja houkuttelevalla sosiaalisen median viestinnällä.



8.2 Viralliset ilmoitukset ja kuulutukset

- Kuntalain mukaisesti lisälmen kaupungin päätökset ja ilmoitukset julkaistaan lisälmen kaupungin verkkosivuilla.
- Kaupungintalon (Pohjolankatu 14) pääsisäänkäynnin yhteydessä on ilmoitustaulu välttämätöntä viestintää varten. Kirjaamo vastaa ilmoitustaulun ylläpidosta.
- Kaupungintalolla on asiakaskäyttöön tarkoitettu tietokone, jonka käyttöön **i-pointti** tarvittaessa opastaa.
- Lisäksi ilmoitukset voidaan julkaista kilpailutetussa paikallislehdessä. Viran- ja toimenhakuilmoitukset julkaistaan harkinnan mukaan muissa sanomalehdissä ja ammattijulkaisuissa sekä aina Kuntarekryssä.



9. Markkinointiviestintä ja brändit

9.1 Tavoitteina tunnettuus ja vetovoima

lisalmen kaupungin brändillisen viestinnän ja muun markkinointiviestinnän tärkeimpänä tavoitteena on kaupunkistrategian mukaisesti tukea vision ”**Suomen houkuttelevin seutukaupunki**” toteutumista.

Markkinointiviestinnällä pyritään kasvattamaan lisalmen tunnettuutta ja houkuttelevuutta eli vaikuttamaan myönteisesti lisalmen maineeseen ja vetovoimaan. Lisäksi markkinointiviestinnällä vahvistetaan pitovoimaa sekä kuntalaisten että seudulla toimivien yritysten keskuudessa.

Pitkäjänteistä ja systemaattista, valtakunnallista tai valituille oman seudun ulkopuolisille kohdealueille suuntautuvaa kaupunkimarkkinointia toteutetaan osallistuvan budjetoinnin menetelmällä yrittäjä-, järjestö- ja oppilaitoskumppaneiden kanssa toteutettavan **By lisalmi**-brändityön sekä seudullisen matkailumarkkinoinnin **lisalmi ja tienoot** -brändityön kautta.



9.2 Tavoitteina osallisuus ja pitovoima

Paikallisesti iisalmelaisille ja Ylä-Savon seutukunnan asukkaille toteutetaan innostavaa, oivalluttavaa ja osallistavaa markkinointiviestintää, joka nostaa esille strategisten painopistealueiden mukaisesti hyvin toimivia ja laadukkaita palveluja, monipuolisia tapahtumia ja harrastusmahdollisuuksia, sekä viihtyisää asumista ja turvallista ympäristöä lähellä luontoa ja kansainvälisiä opiskelu-, ura- ja yrittämisen mahdollisuuksia.

By Iisalmi -ja **Iisalmi ja tienoot** -brändien lisäksi etenkin kulttuuri- ja liikuntapalveluista kertova **Elämäni kunnossa** -konsepti tuo edellä mainittuja pehmeitä vetovoimatekijöitä houkuttelevasti kuntalaisten tietoisuuteen.

Johdonmukaisuus ja uskollisuus valituille teemoille kaupungin vahvuuksista viestittäessä mahdollistaa toivotun mielikuvan ja maineen syntymisen ja vahvistumisen. Tunnetusti hyvä maine kestää myös pieniä kolhuja.

Ihana, inspiroiva ja ihmeidentäyteinen Iisalmi haluaa olla aktiivinen kuntatoimija, johon liitetään myönteisiä mielikuvia.

**Elämäni
kunnossa**
By Iisalmi



10. Visuaalinen ilme, graafinen ohjeisto ja äänistrategia

10.1 Tavoitteena yhtenäinen ja tunnistettava viestintä

- Kaupungin eri yksiköiden lehti-ilmoitusten, esitteiden ja muiden painatusten samoin kuin digitaalisten graafisten sisältöjen tulee olla ilmeeltään tunnistettavissa yhden ja saman kaupunkiorganisaation julkaisuiksi. Yhdennäköinen visuaalinen ilme parantaa kaupungin tunnettavuutta ja saavutettavuutta sekä vahvistaa brändiä. Lisälmen kaupungin visuaalista ilmettä ja graafisia toteutuksia ohjaa graafinen ohjeisto.
- Lisälmen kaupungin graafinen ohjeisto auttaa lisälmen tarinan kertomisessa antamalla raamit viestinnällisen ilmeen luomiselle. Graafisen ohjeiston taustalla on kaupungin strategia, arvot ja palvelulupaus. Ohjeisto huomioi myös kaupungin verkostobrändit, jotka olennaisesti kuuluvat lisälmen tarinaan ja tulevaisuuden rakentamiseen.
- Graafinen ohjeisto ei anna vastauksia kaikkiin tilanteisiin, mutta se antaa raamit, joiden sisällä liikutaan luodessa uusia sisältöjä ja visuaalisia ilmentymiä lisälmen tarinalle ja viesteille.
- **Graafisen ohjeiston tavoitteena on, että**
 - kaupungin viestintä- ja markkinointimateriaalit ovat kaikkien elementtiensä (mm. kuvat, typografia, värimääritykset) laadukkaita, tunnistettavia, saavutettavia ja visuaalisesti houkuttelevia
 - eri yhteistyökumppaneiden kanssa toimiminen mm. graafisen suunnittelun, painatusten tms. palvelujen osalta on kustannustehokasta ja sujuvaa
 - yksiköiden arkiviestinnässä tuotettavat omat julkaisut, kuten asiakirjat, esitysmateriaalit jne. pystytään ilman erill. ammattilaisohjelmia toteuttamaan käyttäjäystävällisesti ja viestinnällisiä linjauksia noudattaen.
- Markkinoinnin ja viestinnän painottuen yhä vahvemmin digitaalisiin kanaviin lisälmen kaupunki ottaa vuonna 2022 käyttöönsä myös videoiden ja muiden äänisisältöjen tuotantoa ohjaavan äänistrategian ja tunnistettavan äänilogon.

10.2 Kaupungin vaakuna, logo ja bränditunnukset

- Vaakunan käyttötarkoituksesta päättää kaupunginhallitus. Voimassaolevan ohjeistuksen mukaisesti Iisalmen kaupunki käyttää vaakunaa lähinnä viranomaisten välisessä viestinnässä. Muussa viestinnässä vaakunan käyttöä tunnisteena on vähennetty.
- Iisalmen kaupungin visuaalisen ilmeen tärkeimmät elementit ovat ns. **Iisalmen sininen väri** ja **IISALMI-logo**, joka toistuu joko sinisenä, negatiivimuodossa tai mustana.
- Graafinen ohjeisto opastaa myös virallisen kaupunkisloganin **”Emme odota ihmeitä. Teemme niitä.”** sekä yksiköiden tai konseptien omien logojen tai muiden vakiintuneiden graafisten tunnusteiden käyttöön. Markkinointibrändeillä on lisäksi omat brändimanaalinsa, jotka antavat yksityiskohtaisemman ohjeistuksen ko. tunnusteiden hallintaan. Brändimanaalien ja -elementtien tulee olla ajantasaisena etenkin brändikumppaniverkostoilla, jotka tekevät ko. brändien nimissä yhteismarkkinointia kaupungin kanssa.
- Iisalmen kaupungin äänistrategia ja -logot muodostavat video- ja äänisisältöihin vastinparit graafisen ohjeiston mukaisille logoille ja tunnisteille.
- Kaikki graafisia elementtejä koskevat ohjeistukset löytyvät kaupungin sisäiseen käyttöön intranetistä. Yhteistyökumppaneille ohjeistukset ja graafiset elementit annetaan käyttöön kuva- ja aineistopankin välityksellä. **Graafinen ohjeisto on saatavilla myös [iisalmi.fi/viestinta](https://www.iisalmi.fi/viestinta) -sivulla.**

10.3 Markkinointi- ja viestintämateriaalit

- Kaupungin yhtenäistä markkinointia ja viestintää varten on toteutettu graafisen ohjeiston mukaisia mallipohjia, kuten asiakirja-, PowerPoint- ja lehti-ilmoituspohjia. **Pohjat ja elementit ovat henkilöstön saatavilla intranetin kautta** – varsinaisena tallennuspaikkana voi olla IITA tai kuva- ja aineistopankki, mutta linkitys intraan helpottaa saavutettavuutta.
- Toimialat ja yksiköt voivat valmiita mallipohjia hyödyntäen toteuttaa omia asiakirjojaan, tiedotteitaan, julisteita tai muita viestinnällisiä toteutuksia.
- Varsinaista taittotyötä vaativissa toteutuksissa on suositeltavaa kääntyä markkinointi- ja viestintätiimin tai sopimusmainostoimistojen puoleen. Työn luonteesta riippuen se toteutetaan joko omana työnä tai voimassa olevien mainostoimistosopimusten mukaisilla kumppaneilla.
- Graafisen suunnittelun mainostoimistopalveluiden sopimuskumppaneilla on hallussaan kaikki taittamistyöhön tarvittavat ohjeistot ja elementit, joten käytännön työskentely on sujuvaa ja kustannustehokasta. Valokuvaus- ja videotuotannon palveluja toimittaville sopimuskumppaneille on syytä antaa toimeksiantokohtaiset ohjeistukset, jotta tuotanto olisi molemmin puolin toimivaa.
- Kaupungin koordinoimien brändiverkostojen käyttöön tai laajemmin koko iisalmelaisyhteisön käyttöön tarkoitetut markkinointi- ja viestintämateriaalit tallennetaan kuva- ja aineistopankkiin, josta niiden jakaminen erilaisilla käyttöoikeuksilla on helppoa. Kuva- ja aineistopankkiin on syytä tehdä kansiokohtaisia ohjeistuksia, mikäli jaettaviin aineistoihin liittyy käyttöä rajoittavia tai ohjaavia yksityiskohtaisempia ohjeita.

10.4 Iisalmi-tuotteet muistoina ja lahjoina

- Markkinointi-, viestintä- ja tapahtumat -tiimin (tapahtumamarkkinoinnista vastaavan markkinointiasiantuntijan) vastuulla on huolehtia kaupungin mobiilimessuosaston ajantasaisuudesta ja varauksista eri käyttötarkoituksiin.
- Asiakastilaisuuksiin, messuille ja muihin tapahtumiin on tilattavissa markkinointi- ja viestintätiimin kautta kaupungin logolla tai markkinointitunnuksella varustettuja karkkeja, kyniä tai muita tilanteeseen sopivia jakotuotteita. Saatavuuden varmistamiseksi toimeksianto tilaukseen on tehtävä hyvissä ajoin, mielellään viimeistään kuukausi ennen tilaisuutta.
- Edustettaessa kaupunkia messuilla tai muissa tapahtumissa **kaupungin logon on suositeltavaa olla esillä** vaatetuksessa tai vähintään kaulanauhaan ripustettavassa nimikyltissä. Messuille on lainattavissa kevyitä kuitukangasliivejä ja tilattavissa erikseen t-paitoja tai muita asusteita kaupungin tunnuksilla.



10.5 Messut ja tapahtumat

- Messut ja tapahtumat ovat tärkeä kasvokkaisen kohtaamisen sekä yhteisöllisyyden ja kuntalaisten osallistamisen paikka kaikille kaupungin toimialoille. Kaupungin markkinointi- ja viestintätiimillä on tapahtumien mahdollistajan ja markkinointituen tarjoamisen tukipalvelua sekä kaupungin toimialoille että myös muille lisälnessä tapahtumia järjestäville tahoille.
- Kaupungin yksiköiden osallistuessa tapahtumiin valitaan teema, jonka ympärille tapahtumaosallistuminen ja -markkinointi punoutuu. Usein jo itse tapahtuma on suunnattu tietylle kohderyhmälle, joten messuosastolla esille tuotavia markkinointiviestejä ja toiminnallisuuksia pyritään miettimään ko. kohderyhmän tarpeiden kannalta relevantiksi.
- Jos messuosaston puitteet rakennetaan järjestäjän puolesta, on messurakentajalle toimitettava osaston ilmettä ohjaamaan graafinen ohjeisto ja elementit. Mikäli messuosaston pystytys tapahtuu omatoimisesti, valitaan markkinointi- ja viestintätiimin kanssa yhteistyössä parhaiten tilanteeseen sopivat messukalusteet ja -materiaalit, kuten messupöydät, roll up -telineet, esitteet, pöytäpuhujat ja messuseinäkkeet. Tarvittaessa tilataan erikseen ko. tapahtumaan tuotetut messumarkkinoinnin painatukset ja kalustot, mutta kertakäyttöisyyttä pyritään välttämään.
- Markkinointi- ja viestintätiimi tarjoaa messuille osallistuvalla yksiköllä tukea myös tapahtuman ennako- ja jälkimarkkinointiin. Myös messuedustukseen liittyviä toiminnallisuuksia voidaan suunnitella yhdessä. Messuille osallistuvan yksikön omat asiantuntijat ovat tärkeässä roolissa kohtaamassa messu- tai tapahtumavieraista, ja heidän on hyvä olla mukana suunnittelemassa toteutusta alusta alkaen, jotta myös messutilanne olisi antoisa ja onnistunut.

Yhteisölliset tapahtumat houkuttelevat kävijöitä lisälnessä, ja *lisälmi* inspiroi myös muualla järjestettävillä messuilla!

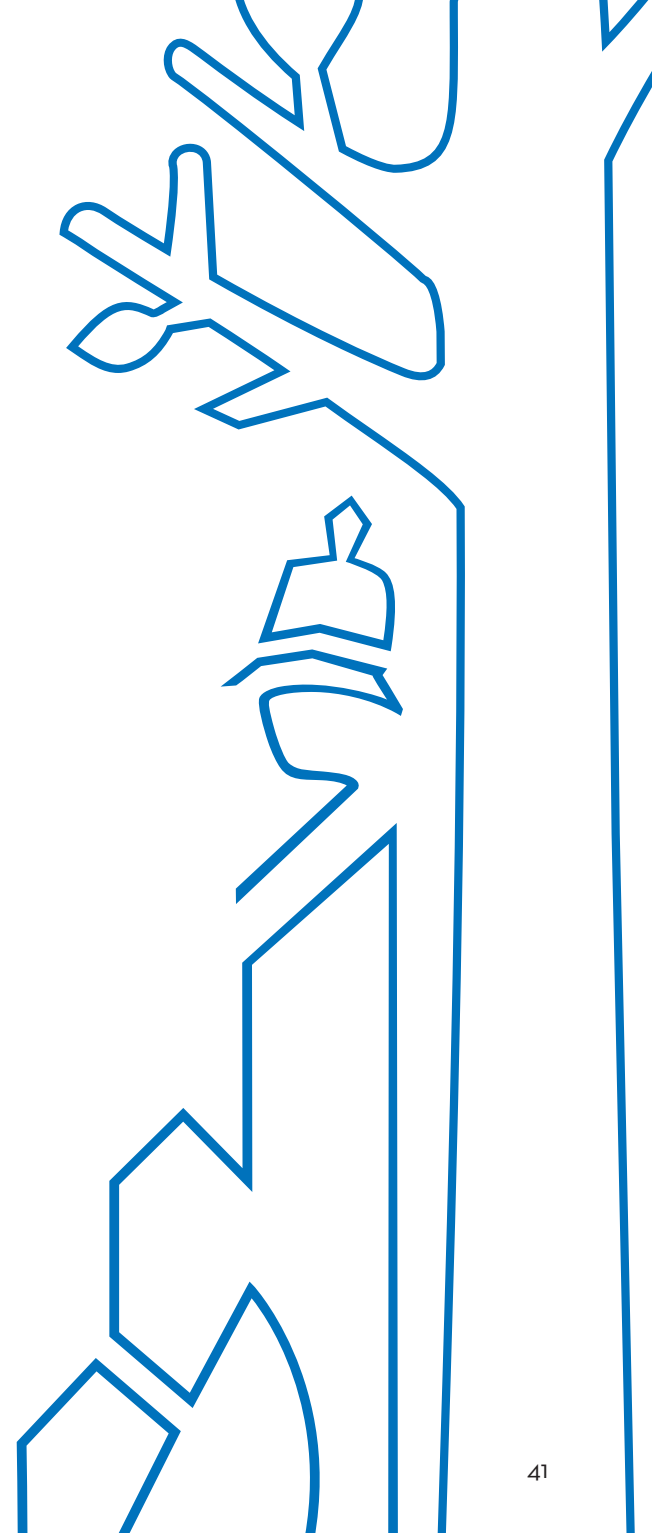
10.6 Muu markkinointi ja mainonta

- Omissa kanavissaan tapahtuvan markkinoinnin ja viestinnän lisäksi kaupunki toteuttaa maksettua mainontaa esimerkiksi kohdennetun digimarkkinoinnin, lehtimainonnan ja artikkeliyhteistyökumppanuuk-sien, ulkomainonnan ja radiomainonnan muodoissa. lisälmen markki-nointia ei tehdä kanavalähtöisesti – kohderyhmä on aina keskiössä sisältöjä ja kanavavalintoja tehdessä. Monikanavaisuus on usein oikea valinta, ja resurssit pyritään kohdentamaan niin, että tavoitet-tavuus on mahdollisimman suuri ja/tai kohdennettavuus mahdolli-simman tarkka.
- Kaupungin yleisestä, oman paikallisalueen ulkopuolelle suuntautu-vasta markkinoinnista ja viestinnästä vastaa pääsääntöisesti markki-nointi- ja viestintätiimi: Markkinoinnin ja viestinnän kaupunkitasoi-sesta kokonaissuunnittelusta ja By lisalmi –brändimarkkinoinnista vastaa markkinointi- ja viestintäsuunnittelija. Matkailumarkkinointi ja tapahtumamarkkinoinnin tuki on lisalmi ja tienoot – matkailumark-kinointia koordinoivan matkailu- markkinointiasiantuntijan vastuulla, ja markkinoinnin ja viestinnän sisäisestä tuesta toimialoille sekä verkkoviestinnästä vastaa markkinointi- ja viestintäasiantuntija.



- Kaupungin koordinoimien yhteismarkkinoinnin brändien (**By Iisalmi, Iisalmi ja tienoot**) toimenpiteistä tehdään vuosittaiset suunnitelmat, joiden valmisteluun osallistuu verkostoissa mukana olevat kumppanit (kunnat, yritykset, oppilaitokset, järjestöt). Brändejä ohjataan verkostojen kanssa yhdessä luoduilla brändistrategioilla, jotka tukevat osaltaan myös kaupunkistrategian toteutumista.
- Yksiköiden vuosittaisten toimintasuunnitelmien mukaisista markkinointi- ja viestintätoimenpiteistä vastaa kukin yksikkö: Yksilöillä on vastuu hyvissä ajoin tapahtuvasta tukitoimeksiannosta markkinointi- ja viestintätiimille ja mahdolliset yleisen markkinointi- ja viestintäbudjetin ulkopuoliset kustannukset on huomioitava ko. yksikön suunnitelmissa.

Suomen houkuttelevin seutukaupunki -visio
edellyttää houkuttelevaa ja vetovoimaista markkinointia yhdessä seudun yritysten ja muiden sidosryhmien kanssa!



11. Hankeviestintä

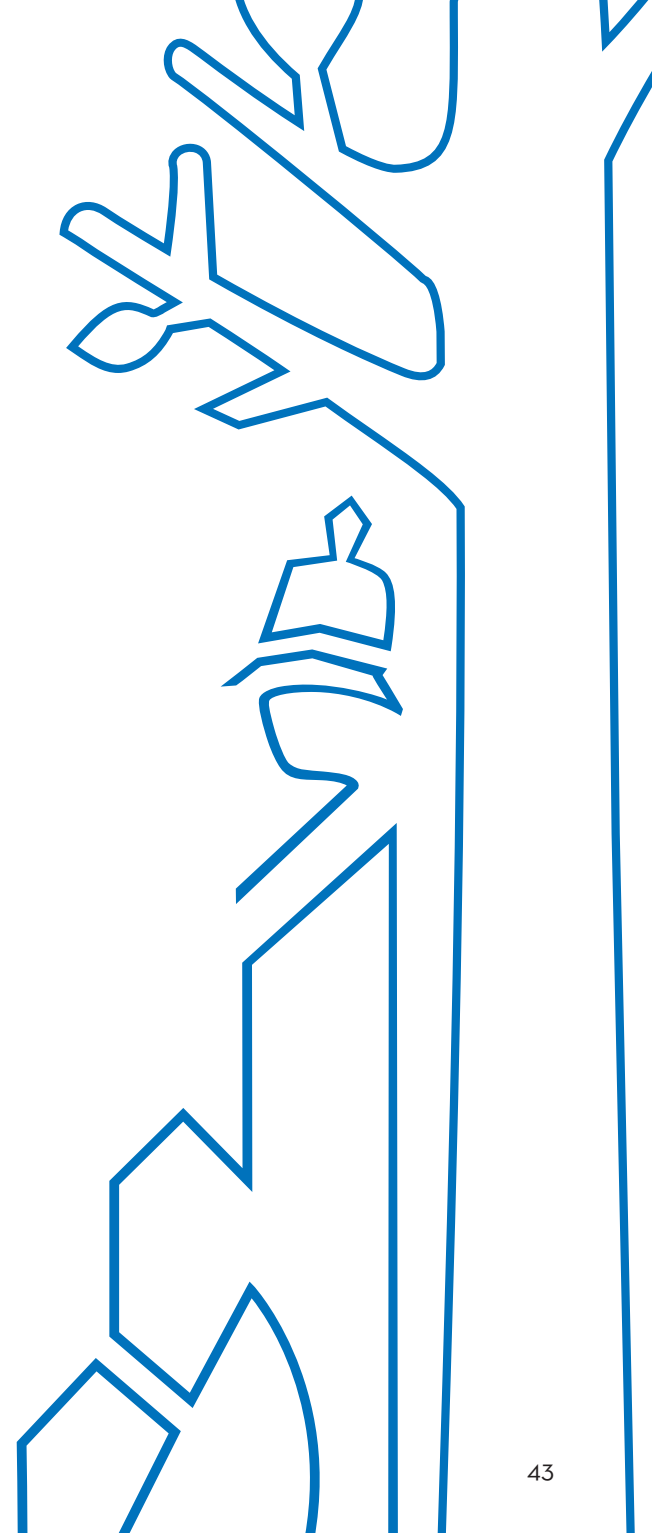
11.1 Kuntalain mukaista ennakoivaa ja aktiivista hankeviestintää

- Kehittämistoiminnan ja hankkeiden tarkoituksena on tukea kaupungin strategian toteutumista mm. kehittämällä palveluita, parantamalla kaupungin viihtyisyyttä tai tukemalla elinkeinoelämän kasvua ja kehittymistä. Iisalmen kaupungilla hanketoiminnan koordinoinnista vastaa elinvoimapalveluiden vastuualue.
- Iisalmen kaupunki hyödyntää kehittämishankkeiden toteuttamisessa erilaisia ulkoisia rahoituslähteitä. Kaupunki voi toimia hankkeissa eri roolissa – päätoteuttajana, oheistoteuttajana, yhteistyökumppanina tai joissain tapauksissa osarahoittajana.
- Kuntalaki velvoittaa ennakkotiedottamiseen käynnistyvistä, merkittävistä hankkeista. Käytännössä tämä edellytys täyttyy Iisalmen kaupungin osalta päätösten julkaisemisen kautta. Luottamuselinten kokousten esityslistat ja pöytäkirjat ovat julkisia, ja niitä seuraavat myös tiedotusvälineet. Kaikki merkittävät hankkeet käsitellään näissä elimissä jo ennen hankehakemuksen jättämistä päärahoittajalle. Myös viranhaltijapäätökset julkaistaan netissä kaupungin sähköisellä ilmoitustaululla. Kaupunki tiedottaa myös aktiivisesti alkamassa olevista hankkeista ja pitää aktiivista ja osallistavaa viestintätöitä yllä hankkeiden elinkaaren kaikissa vaiheissa huomioiden erilaiset sidosryhmät.

11.2 Hankeviestinnän toteutus

- Hankkeiden viestinnästä vastaavat yleensä projektipäälliköt tai -suunnittelijat tai muut hankkeessa viestinnän vastaaviksi nimetyt henkilöt. Iisalmen kaupungin markkinointi- ja viestintätiimi tarjoaa hankkeille tukea Iisalmen kaupungin kanaviin liittyen, ja siltä osin, mitä viestintä koskee Iisalmen kaupunkia, tulee noudattaa organisaation linjauksia. Hankkeiden käyttöön on laadittu Iisalmen kaupungin hankeohje, jossa on huomioitu myös viestinnän ja markkinoinnin ohjeistus.
- Hankkeiden markkinointiin ja viestintään varatut budjetit vaihtelevat, mikä vaikuttaa toimenpiteisiin. Markkinointi- ja viestintäpainotteisissa hankkeissa toimenpiteet voivat olla mittavia, kun taas osa hankkeista toteuttaa viestintää lähinnä hankehenkilöstön arkiviestinnän kautta omissa kanavissa ja mediaa tiedottaen.
- Hankkeiden tulee huomioida viestintä- ja markkinointitoimissaan myös rahoittajan asettamat hankeviestinnän ohjeistukset ja täyttää hanke-tiedottamiselle asetetut vaateet.

Hankeviestintää toteutetaan proaktiivisesti ja motivoiden sekä kohdennettuna kunkin hankkeen kannalta tärkeimmille kohderyhmille!



Tehdään yhdessä osallistavaa ja
vaikuttavaa kuntaviestintää!

iisalmi.fi/viestinta

