

SASTAMALAN KAUPUNGIN VIESTINTÄPOLITIIKKA

Kaupungin viestintä on näkyvä, ja kuntalaisten kannalta keskeinen osa kaupungin asiakaspalvelua sekä yksi kaupungin lakisääteisistä tehtävistä. Kuntaviestintään sovelletaan kuntalain lisäksi mm. julkisuuslakia, henkilötietolakia, hallintolakia, digipalvelulakia ja kielilakia sekä eri hallinnonalojen erityislainsäädäntöä.

Kaupungilla on velvollisuus tiedottaa asukkailleen ja sidosryhmilleen muun muassa tuottamistaan palveluista, kaupungin taloudesta sekä asioiden valmistelusta ja päätöksenteosta. Viestinnällä tuetaan myös kaupunkistrategian toteuttamista ja edistetään kaupungin tunnettuutta ja maineen rakentamista.

Viestintä on kiinteä osa kaikkea aktiivista kanssakäymistä ja näin ollen myös jokaisen työntekijän ja luottamushenkilön perustehtävä. Tämä kaupunginhallituksen hyväksymä viestintäpolitiikka määrittelee viestinnän periaatteet, kanavat ja vastuut. Viestinnän käytännön ohjeita ja toimintatapoja päivitetään konsernipalveluissa tarpeen mukaan ja merkittävimmistä ohjeista ja niiden muutoksista päätetään kaupungin johtoryhmässä.

Viestinnän tavoitteet, arvot ja periaatteet

Sastamalan kaupungin viestinnän tärkeimmät tavoitteet ovat:

- 1) turvata kuntalaisten osallistumismahdollisuuksia,
- 2) edesauttaa strategian toteuttamista johdon työvälineenä,
- 3) rakentaa positiivista mielikuvaa ja lisätä tunnettuutta,
- 4) varmistaa edellytykset hyvälle sisäiselle tiedonkululle.

Kaupungin viestinnän tulee olla monikanavaista, objektiivista, avointa ja vuorovaikutteista.

Kaiken viestinnän keskiössä on hyvä ja rakentava, asiakaspalveluhenkinen kanssakäyminen, jota ohjaavat keskeiset viestinnän arvot ja toiminnalliset periaatteet:

- luotettavuus
- avoimuus
- aktiivisuus
- oma-aloitteisuus
- oikea-aikaisuus
- yhdenmukaisuus
- selkeys
- myönteisyys
- monikanavaisuus.

Viestinnän visuaalisuutta ohjaa graafinen ohjeistus. Graafisella ohjeistuksella tarkoitetaan koottua ohjeistusta siitä, miltä Sastamalan kaupungin visuaalinen viestintä näyttää. Ohjeistus luo rajat sekä sisäiselle että ulkoiselle viestinnälle ja toimii ohjenuorana uusien projektien aloittamisessa.

Kaupungin viestinnässä käytetään kaupungin yhteisiä, intrasta löytyviä pohjia (kirjelomakkeet, diapohjat yms.). Viestinnässä huomioidaan saavutettavuus.

Kohderyhmät

Viestinnän keskeisimmät kohderyhmät ovat:

- asukkaat
- yritykset ja elinkeinoelämä
- vierailijat / matkailijat
- henkilöstö.

Viestintää suunniteltaessa ja toteutettaessa huomioidaan seuraavat keskeisimmät sidosryhmät:

- asukkaat
- henkilöstö
- luottamushenkilöt
- media
- elinkeinoelämä
- asukasyhdistykset
- muut kunnat ja kuntayhtymät
- hyvinvointialue ja muut viranomaiset
- keskeiset yhteistyötahot kuten yliopisto ja muut oppilaitokset, paikalliset järjestöt, seurat ja yhdistykset
- etu- ja ammattijärjestöt
- kansainväliset sidosryhmät, mm. ystävyyskaupungit ja EU-kontaktit.

Kanavat

Sastamalan kaupungin kotisivut (www.sastamala.fi) on kaupungin virallinen tiedotuskanava. Kotisivut eivät useinkaan yksinään riitä, vaan viestinnän tulee olla monikanavaista, jolloin kanavat valitaan valittujen/tavoiteltavien kohderyhmien mukaan.

Tapauskohtaisesti käytetään seuraavia kanavia:

- sosiaalisen median kanavat
 - kaupungin pääkanavat sekä toimialan/yksikön omat kanavat
- mediatiedotteet ja juttuvinkit
- asiakaspalvelu ja -neuvonta (kasvotusten, puhelimitse, sähköisesti, kirjeitse)
- ilmoitukset ja mainokset
- julkaisut (tiedotuslehdet, esitteet)
- palautejärjestelmät, kyselyt
- tilaisuudet ja tapahtumat
- johtaminen ja työyhteisöviestinnän keinot (kokoukset, kehityskeskustelut, perehdytys jne.).

Viestintä eri tehtäväalueilla ja niihin liittyvät ohjeet

1. Asukas- ja palveluviestintä

Asukas- ja palveluviestinnällä kerrotaan selkeästi ja ymmärrettävästi kaupungin tuottamista palveluista, toiminnasta sekä taloudesta sen asukkaille.

Jokaisen palveluja tuottavan yksikön on vastuutettava viestinnän tehtävät ja huolehdittava siitä, että ajantasainen tieto yksikön toiminnasta saavuttaa asiakkaat kattavasti ja ymmärrettävästi.

Palveluviestinnän peruspilareita on palvelun saavutettavuus. Palveluaikojen sekä yhteystietojen tulee olla helposti löydettävissä ja ajantasaisia.

Asiakasryhmäkohtainen viestintä ja siihen valitut kanavat ja keinot valitaan tilannekohtaisesti.

Useimmat asiakkaasi ovat jo verkossa, mutta muista myös ne, jotka eivät ole.

Tähän osioon liittyvät ohjeet:

[Kotisivujen päivitysohje](#)

[Sosiaalisen median ohje](#)

[Verkkoviestinnän saavutettavuus](#)

[Ohjeet kuulutusten ja ilmoitusten julkaisemisesta](#)

2. Päätös- ja osallistumisviestintä

Kuntalaki velvoittaa tiedottamaan ja luomaan edellytykset kuntalaisille kunnan asioihin osallistumiselle ja vaikuttamiselle. Päätösviestinnän tarkoituksena on saattaa asukkaat tietoisiksi valmisteilla olevista asioista sekä päätösten vaikutuksista palveluihin ja toimintaan ja antaa ajoissa mahdollisuus osallistua ja vaikuttaa asioihin eri kanavien kautta. Viestintää toteutetaan aktiivisesti ja ymmärrettävästi koko päätöksentekoprosessin ajan.

Osallistumista verkossa sekä siihen liittyviä digitaalisia ratkaisuja edistetään ja niiden ohella järjestetään edelleen myös kasvokkain tapahtuvia asukas- ja osallistumistilaisuuksia.

Muista mediat eli tarjoa aktiivisesti juttuja jo valmisteluvaiheessa!

Tähän osioon liittyvät ohjeet:

[Tiedottaminen \(sis. tiedotusosoitteistot, paikallinen ja laaja\)](#)

3. Työyhteisöviestintä

Viestintä on toimivan työyhteisön perusedellytys ja edellyttää jokaiselta työyhteisön jäseneltä osallisuutta ja vuorovaikutteisuutta – työyhteisössä jokaisella on viestintävastuuta.

Intranet toimii koko henkilöstön sisäisenä tiedonvälityspaikkana. Intranetiin on koottu kaikki ajankohtainen tieto sekä esim. henkilöstöä koskevat ohjeet.

Jokaisen työntekijän velvollisuutena on seurata intranetiä. Esihenkilöiden tulee huolehtia, että myös henkilöstöllä, jolla ei ole vakituista päätetyöpistettä, on mahdollisuus seurata intranetiä viikoittain.

Työyhteisöviestintää ovat lisäksi muun muassa palaverikäytännöt, sähköpostiviestintä, palautteen antaminen, kehityskeskustelut ja perehdyttäminen.

Tähän osioon liittyvät ohjeet:

[Työyhteisöviestinnän ohjeet](#)

4. Markkinointiviestintä

Markkinointiviestinnän tarkoituksena on vahvistaa positiivisia mielikuvia ja tunnettuutta halutuissa kohderyhmissä ja tätä kautta tukea strategisia tavoitteita. Markkinointiviestintää voidaan kohdistaa myös alueen asukkaille, kun halutaan nostaa esiin jokin tietty palvelu.

Kaupungin markkinointia koordinoi kaupungin viestintä- ja markkinointipäällikkö yhteistyössä toimialojen ja niiden vastuualueiden/toimintayksiköiden kanssa. Kaupunkimarkkinoinnin kärjet linjataan kaupungin strategiassa ja siitä johdetussa elinvoimaohjelmassa.

5. Häiriö- ja kriisiviestintä

Kriisiviestintää hoidetaan täysin samoilla periaatteilla kuin viestintää yleensäkin, eli viestintä on avointa, luotettavaa ja aktiivista.

Kriisitilanteissa korostuvat erityisesti tiedon luotettavuus ja nopeus.

Kriisiviestintäohje

Viestintävastuut

Jokaisella kaupungin viranhaltijalla, työntekijällä ja luottamushenkilöllä on oma roolinsa kaupungin viestinnässä.

1. Kaupunginvaltuusto päättää viestinnän keskeisistä linjauksista kaupungin strategiassa.
2. Kaupunginhallitus johtaa kaupungin viestintää ja tiedottamista kaupungin toiminnasta.
3. Kaupunginhallitus hyväksyy kaupungin viestintäpolitiikan, joka ohjaa kaupungin viestintäohjeistusta sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat.
4. Kaupunginjohtaja johtaa viestintää kaupunginhallituksen alaisena.
5. Viestintä- ja markkinointipäällikkö toimii viestinnän asiantuntijana koordinoiden ja kehittäen kaupungin viestintää.
6. Toimielimet luovat omalla toimialallaan edellytyksiä läpinäkyvälle toiminnalle asioiden valmistelussa ja päätöksenteossa sekä tiedottavat omista asioistaan puheenjohtajan, esittelijän ja/tai sihteerin johdolla/toimesta.
7. Kaupunginhallitus, kaupunginjohtaja sekä toimialojen johtajat tai muut viestintään vastuutetut huolehtivat siitä, että kaupungin asukkaat ja palvelujen käyttäjät saavat riittävästi tietoa valmisteltavina olevista yleisesti merkittävistä asioista.
8. Johtoryhmä sovittaa yhteen ja ohjaa viestintään liittyviä käytäntöjä ja ohjeita.

9. Toimialajohtajat vastaavat toimialansa viestinnän johtamisesta ja huolehtivat siitä, että toimialalla/vastuualueella/toimintayksikössä on nimetty verkkosivujen ylläpitäjä.
10. Viestintä- ja markkinointipäällikkö ja matkailun yritysasiantuntija suunnittelevat, kehittävät ja toteuttavat koko kaupungin markkinointia yhteistyössä kaupungin eri palvelualueiden sekä yhteistyökumppanien kanssa.
11. Kuntakonsernin liikelaitokset ja tytäryhtiöt vastaavat omasta viestinnästään noudattaen tätä viestintäpolitiikkaa ja muuta viestintäohjeistusta soveltuvin osin.
12. Luottamushenkilöt toimivat luottamushenkilöroolissa, jossa he käyvät valmistelua ohjaavaa arvo- ja linjakeskustelua, luovat osaltaan avointa viestintäilmapiiriä ja noudattavat suunnitelmallista ja yhtenäistä linjaa.
13. Henkilöstö viestii omassa työroolissaan. Henkilöstöllä on oikeus saada tietoa työhönsä liittyvistä asioista ja velvollisuus hankkia sitä itse. Lojalisuus työnantajaa kohtaan on kuitenkin muistettava myös silloin, kun yksityishenkilönä viestii omaan työhönsä liittyvistä asioista.
14. Häiriötilanteiden ja poikkeusolojen viestintävastuut määräytyvät erillisten kriisiviestintäohjeiden mukaisesti.