

KATOS

Webinaari: Hankeviestintä ja -disseminaatio
30.3.2021

Marlene Kohllechner-Autto
Erityisasiantuntija
marlene.kohllechner-autto@lapinamk.fi



Sisältö

- Viestintäsuunnitelma
- Hankeviestinnän esimerkkejä



Kuva: European Commission

Mikä on viestintä?

”Viestintä on prosessi, tapahtuma, jossa merkityksien antamisien kautta tulkitaan asioiden tilaa ja jossa tämä tulkinta saatetaan muiden tietoisuuteen vuorovaikutteisen, sanomia välittävän verkoston kautta.”

Åbergin (2000, 54)

Mikä tarkoittaa disseminaatio?

Disseminaatio eli levittäminen on suunniteltu prosessi, jossa tietoa hankkeiden tuloksista annetaan keskeisille toimijoille. Se tapahtuu, kun ohjelmien ja aloitteiden tulos tulee saataville.

Tähän sisältyy sanan levittäminen projektin onnistumisista ja tuloksista niin pitkälle kuin mahdollista. Muiden tietäminen projektista vaikuttaa tulevaisuudessa muihin organisaatioihin ja lisää projektia toteuttavan organisaation profiilia.

Tulosten levittämiseksi on suunniteltava asianmukainen prosessi projektin alussa. Tämän tulisi kattaa miksi, mitä, miten, milloin, kenelle ja missä tuloksia levitetään sekä rahoituskauden aikana että sen jälkeen.

Näkemyks hankeviestinnän kategorioista

Asiakkaiden ja
sidosryhmien
tavoittaminen

Tausta-
organisaation
päätoiminnan
tuki

Tulosten,
mallien ja
ideoiden
jakaminen ja
jalkauttaminen

Viestintä
suurelle
yleisölle

Hanke-
toimijoiden työn
sisäinen
koordinointi

Kuva: Ramboll

Viestinnän tavoitteet

Viestinnän tavoitteet riippuu kohderyhmästä ja sidosryhmästä:

Asiakkaat/sidosryhmät

- Saada hankkeen tavoitteiden kannalta keskeiset toimijat osallistumaan hanketyöhön

Taustaorganisaatio

- Viestinnän tavoitteena on varmistaa, että taustaorganisaatiolla tai kohderyhmällä on riittävät edellytykset tehdä päätöksiä toiminnan jatkosta

Tulosten, mallien, ideoiden jalkauttaminen ja jakaminen

- Viestinnän tavoitteena nostaa tietoisuutta, vakuuttaa ja inspiroida toiminnan hyödyistä sekä ohjeistaa käyttöönotossa

Viestintäsuunnitelma

- Miksi viestitään?
- Kenelle viestitään?
 - Sisäinen viestintä: miten, kuinka usein, millä kanavalla kommunikoi projektitiimi?
 - Ulkoinen viestintä: Rahoittajat, hyödynsaajat, kohderyhmät, sidosryhmät
- Miten viestitään?
- Kuinka usein viestitään?
- Millä kanavoilla viestitään?
- Paljonko tämä maksaa?

Viestintäkanavat

Sisäinen viestintä	Ulkoinen viestintä
Viestit: sähköposti, Whatsapp, Slack, Signal,...	SOME-kanavat
Pilvipalvelut: Onedrive, Google drive,...	Uutiskirje
Videopuhelutyökalut: Zoom/Skype	(Verkko)tapahtumat
Hybridimalli: Teams (työtilat, video-/äänipuhelut, chat,...)	Hankkeen oma verkkosivu
Yms.	Yms.

Tärkeä sopia hyvissä ajoissa, mikä työkalu käy kaikille! Kaikki organisaatiot eivät salli kaikkien työkalujen käyttöä.

Tavoitelähtein viestintäsuunnitelmapohja

Tavoite (ja mittari). Miksi viestitään?	Kohde- ja sidosryhmät Kenelle ja kenen kanssa?	Viestintätoimenpiteet ja kanavat Miten?	Avainviestit Mitä?	Aikataulu Milloin?	Vastuu Kuka?

Kuva: Ramboll

Rahoittajan vaatimukset

- Logo logo logo!

All information and publicity measures must include:

1. The European flag, in accordance with the technical characteristics set out in the Commission Implementing Regulation, together with a reference to the European Union
2. A reference to the fund: “European Regional Development Fund”

The size of the EU flag shall be appropriate to the scale of the material. For small promotional objects, point 2 does not apply.

Logon esimerkki:



Northern Periphery and
Arctic Programme
2014–2020



EUROPEAN UNION

Investing in your future
European Regional Development Fund



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

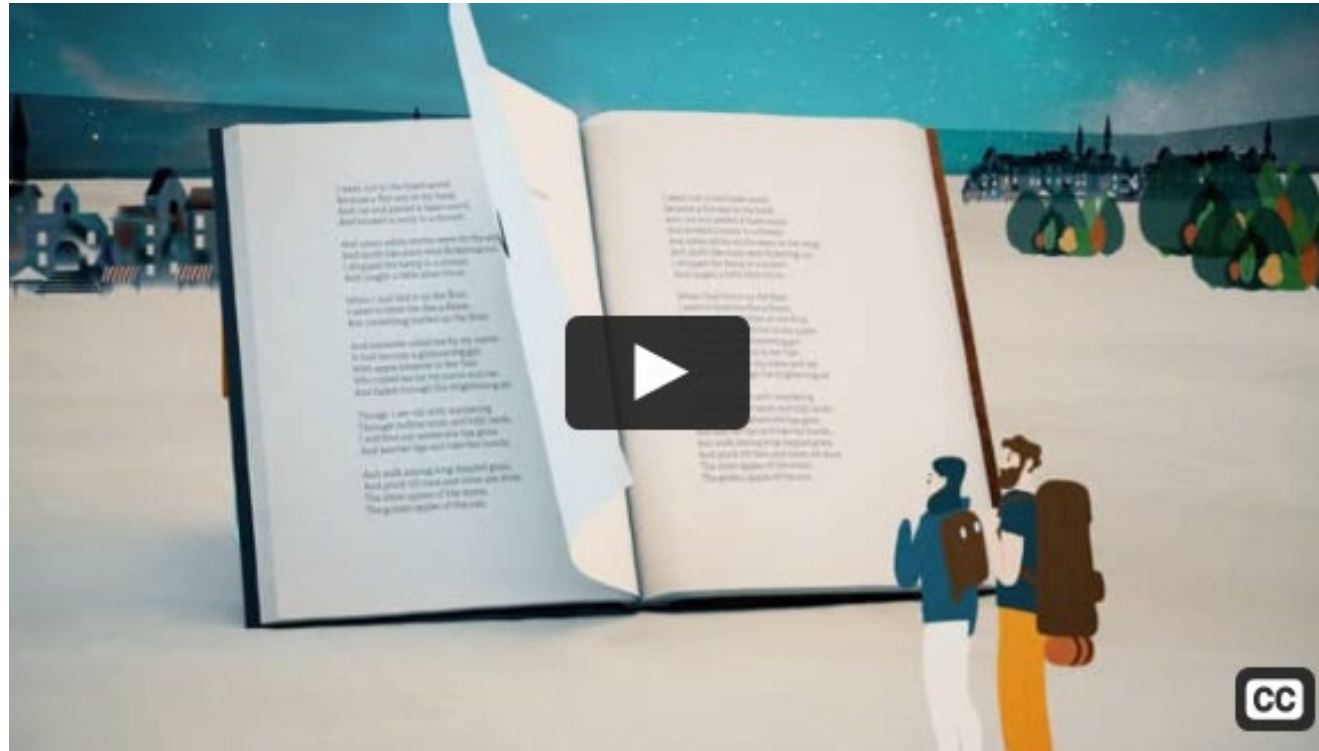


LAPIN AMK
Lapland University of Applied Sciences

Viestintästrategian esimerkki

Spotlit Introduction	2
Spotlit Communication Strategy Objectives	4
Target Audiences	5
Audience #1: NPA Literary Tourism Industry	6
Audience #2: Literary Tourist Audiences (Consumers)	12
Audience #3: Media	13
Key Messages	13
Communication Tools and Channels to Use:	13
Content Suggestions:	13
Stakeholder Communication Strategy	14
APPENDICES	16
APPENDIX I	16
Appendix II	17
Notes for Communication Consultant:	22

Hankevideon esimerkki



<https://vimeo.com/362113537>

7 vinkkiä hankeviestintään

1. Aikataulu viestintätoimenpiteet jo suunnitteluvaiheessa (esim. tilaisuuden ennen ja jälkeen)
2. Innosta hanketoimijat ja sidosryhmät viestimään
3. Valitse viestintäkanavat kohderyhmien ja resurssien mukaan
4. Hanke itsestään ei ole kiinnostava, vaan se, mitä saatiin aikaan
5. Seuraa dataa ja hyödynnä siitä kertynyttä tietoa viestinnässä
6. Hyödynnä netin ilmaiset työkalut
7. Investoi järkevästi

Aineisto

- Åberg, L. 2000. Viestinnän johtaminen. 3. painos. Helsinki: Inforviestintä Oy.
- <https://www.eamk.fi/fi/digipolytys/eamkin-7-vinkkia-hankeviestintaan/>
- <http://www.interreg-npa.eu/fileadmin/Programme Documents/Programme Manual 01.pdf>
- <https://vimeo.com/362113537>
- <https://www.rakennerahastot.fi/documents/13596/1086505/Onnistunut+hankeviestint%C3%A4%20koulutus+23.3.2017+Ramboll/c4b7045a-5499-47c6-8225-d9aabcff0494?version=1.0>
- <https://ec.europa.eu/easme/en/section/communication-toolkit>
- https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/book/export/html/378_en