

VIESTINTÄOHJE | FORSSAN KAUPUNKI

SISÄLLYSLUETTELO

1. Viestinnän lähtökohdat	3
2. Viestinnän tavoitteet	3
3. Vastuut ja organisointi	4
3.1 Henkilöstö viestii	4
3.2 Toimialojen viestintä	5
3.3 Luottamushenkilöt viestijoinä	5
4. Sisäinen viestintä	6
5. Ulkoinen viestintä	7
5.1 Mediaviestintä	7
5.2 Mediatiedotteet	7
5.3 Tiedotustilaisuus	8
5.4 Haastattelut ja lähdesuoja	8
5.5 Päätösviestintä	8
5.5.1 Julkiset ja salassa pidettävät asiat	9
5.5.2 Kokousasioiden julkaiseminen nettisivuilla	9
6. Markkinointiviestintä	10
6.1 Forssan visuaalinen ilme	11
6.1.1 Graafinen ohjeisto	11
6.1.2 Markkinointitunnus	11
6.1.3 Typografia	12
6.1.4 Vaakuna	12
6.1.5 Brändikäsikirja	13
6.1.6 Brändivisualisointiohje	13
6.1.7 Graafiset ja personoidut symbolit	13
6.1.8 Forssa-kuosi – Katri Mattilan v. 1968 suunnittelema kuosi	13
6.1.9 Kuvamaailma	14
6.2 Markkinointimateriaalit	14
6.2.1 Lomakkeisto ja PowerPoint -esitykset	14
6.2.2 Esitteet	14
6.3 Markkinoinnin keinot	15
6.3.1 Ilmoitukset ja mainonta	15
6.3.2 Messut, näyttelyt, tapahtumat	16
6.3.3 PR-tuotteet	16
6.3.4 Tiedotuslehti	16
7. Verkkoviestintä	17
7.1 Intranet – Forssan Intra	17
7.2 Sähköposti	17
7.3 Kaupungin verkkosivut	17
7.4 Sähköisen asiainnin kanavat	18
7.5 Wilma ja Peda.net – koulujen viestintäkanavat	19
7.6 Sosiaalinen media	19
8. Kriisiviestintä	20
8.1 Kriisitilanteen määrittely	20
9. Hankeviestintä	21

1. VIESTINNÄN LÄHTÖKOHDAT

Viestintäohje perustuu 9.9.2019 kaupunginvaltuustossa hyväksyttyyn kaupunkistrategiaan 2030 Järkivihreä Forssa – Kestävää elinvoimaa ja toimii strategian toiminnallistamisen tukena. Kaupunkistrategian visiona on

”Haluamme forssalaisille – meille – hyvää tulevaisuutta ja uskomme saavuttavamme sen tavoittelemalla kestävä elinvoimaa.”

Kaupunkistrategian mukaan kaupungin viestinnän arvoina toimivat avoimuus, rohkeus ja vastuullisuus. Jokainen kaupungin organisaatiossa toimiva viestii koko ajan ja toimii siten Forssan brändilähtötilään.

2. VIESTINNÄN TAVOITTEET

Kunnan toiminta on julkista ja kunnalla on kuntalaissa määritelty viestintävelvoite. Viestintään sovelletaan perustuslain ja kuntalain lisäksi mm. julkisuuslakia, henkilötietolakia, hallintolakia, kielilakia sekä eri hallinnonalojen erityislainsäädäntöä. Myös EU:n yleinen tietosuoja-asetus, EU:n direktiivi saavutettavuudesta, tietosuoja- ja laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta sisältävät säädöksiä viestintävelvoitteista, viestintävälineistä ja viestintämenetelmistä.

Kaupungin viestinnän tavoitteena on lisätä kaupungin toiminnan avoimuutta ja saada aikaan jatkuvaa vuorovaikutusta kuntalaisten ja muiden kohde- ja sidosryhmien kanssa. Asiallisella, selkeällä ja ymmärrettävällä viestinnällä edistetään demokratian toteutumista osallistamalla kuntalaisia oikea-aikaisesti ja tiedottamalla päätöksentekoon vaikuttavista asioista lisäten päätöksenteon läpinäkyvyyttä. Kunnan viestintä edesauttaa myös strategian toteutumista ja edesauttaa hyvän kuntakuvan rakentamista. Viestinnän tulee olla rohkeaa ja ennakkoluulotonta sekä nykyhetken asioista että tulevaisuuden suunnitelmista viestittäessä. Viestinnän tulee perustua faktoihin ja luotettavaan taustatietoon. Viestinnän tulee olla helposti saatavissa eri kanavissa ja erityisryhmien saavutettavuus huomioiden.

Tämä viestintäohje korvaa vuonna 2015 hyväksytyn Forssan kaupungin viestintäohjeen. Ohje on laadittu Forssan kaupunkiorganisaation toiminnan tueksi, mutta erityisesti niille, joiden tehtäväkuvaan kuuluvat erilaiset viestinnälliset toimet.

Forssan kaupungin markkinointia ja viestintää ohjaa vuonna 2005 käyttöön otettu graafinen ohjeisto. Viestintäohje täydentää osaltaan Forssan kaupungin vuonna 2020 valmistunutta brändikäsikirjaa, johon sisältyy kaupunkistrategiaan perustuvat Forssan brändin perustukset, brändilupaus, kohde- ja sidosryhmät ydinviesteineen, brändiattribuutit ja brändipersoonat sekä Tone of Voice. Brändikäsikirjan liitteenä on brändivisualisointiohje. Myös sosiaalisen median ohje on osa kaupungin markkinoinnin ja viestinnän ohjeistuksen kokonaisuutta.

Kaikilla näillä viestinnän työkaluilla voidaan yhdessä rakentaa yhtenäistä ja osallistavaa, mutta samalla elävää ja raikasta kaupunkikuvaa. Viestintäohje antaa käytännön neuvoja, ohjeita ja malleja sujuvaan viestintään ja mediayhteistyöhön.

Viestintäohje löytyy Forssan Intrasta/Työn tueksi/Markkinointi ja viestintä

3. VASTUUT JA ORGANISOINTI

Kaupunginvaltuusto luo talousarviossa edellytykset viestinnälle sekä asukkaiden osallistumiselle. Kaupunginhallitus johtaa ja valvoo kunnan viestintää.

Forssan kaupungin organisaatiossa kaupunkimarkkinointi ja -viestintä kuuluu keskushallinnon toimialan tehtäviin. Vastuu kaupungin sisäisestä ja ulkoisesta viestinnästä on kaupunginjohtajalla. Kaupungin johtoryhmä tukee kaupunginjohtajaa viestinnässä ja sen suunnittelussa sekä linjaa toimialojen viestintää. Kaupunkimarkkinoinnin ja -viestinnän suunnittelu ja toteuttaminen kuuluu markkinointisihteerin ja viestintäsuunnittelijan työtehtäviin. Kaupungin palveluyksiköissä niiden viestinnästä vastaa yksikön johtaja.

Kuntakonsernin liikelaitos ja tytäryhtiöt vastaavat kukin omasta viestinnästään noudattaen soveltuvin osin kaupungin viestintäohjetta, brändikäsikirjaa ja muuta viestintäohjeistusta.

Poikkeusolojen viestintävastuut määräytyvät kriisiviestintäohjeen mukaisesti.

Viestintää suunniteltaessa ja toteutettaessa otetaan huomioon erityisesti Forssan kaupungin keskeisimmät kohderyhmät, jotka ovat asukkaat ja potentiaaliset asukkaat, yritykset ja sidosryhmät, opiskelijat ja matkailijat.

3.1 Henkilöstö viestii

Työntekijällä on oikeus sananvapauden nojalla julkisuudessa esittää näkemyksiään niistä asioista,

joita hän toimiessaan joutuu käsittelemään. Asioiden valmistelun tulee kuitenkin tapahtua organisaation sisällä, ei julkisilla kanavilla. Asioista viestittäessä on tärkeää, että se tapahtuu yhteisesti hyväksyttyjen pelisääntöjen mukaisesti ja tehtyjä päätöksiä kunnioittaen. Viestinnän tulee olla omaa työyhteisöä ja kuntalaisia arvostavaa.

Jokainen kaupungin työntekijä on velvollinen opastamaan kuntalaisia oikeiden tietojen ja palvelujen lähteille. Neuvontaan on suhtauduttava asiakkaan näkökulmasta ja oltava valmiina auttamaan asiakasta eteenpäin myös oman vastuualueen ulkopuolelle menevissä kysymyksissä.

Asiakaspalvelu eri yksiköissä on oleellisesti kaupungin imagoon vaikuttava tekijä. Kaupungin työntekijät viestivät omalta osaltaan kuvaa Forssan kaupungista ja sen palveluista. Jokaisen työntekijän tulee hallita viestinnän perusasiat, kaupungin toimintatavat ja ohjeet sekä tarvittava lainsäädäntö.

3.2 Toimialojen viestintä

Toimialojen viestintää toteutetaan yhteistyössä kaupungin johdon kanssa. Viestintää varten voidaan toimialoilla nimetä oto:na toimivia viestintävastaavia. Oma motivaatio, osaaminen ja innostus viestintätehtäviin ovat avainasioita tehtävien hoitamiselle.

Viestintävastaavan tehtävänä voi olla yhdessä toimialajohdon kanssa mm.

- vastata toimialansa markkinointi- ja viestintämateriaaleista eri kanavissa
- huolehtia toimialansa näkyvyydestä henkilöstötiedottamisessa ja mediassa
- rohkaista johtoa ja henkilöstöä viestimään ajankohtaisista/kiinnostavista aiheista eri kanavissa
- toimia toimialansa yhdyshenkilönä medialle
- seurata eri medioissa julkaistuja kaupunkiin liittyviä artikkeleita ja asioita sekä huolehtivat osaltaan siitä, että ko. asioista vastaava oikaisee medioissa mahdollisesti esiintyneet virheelliset tiedot

Tärkeä tehtävä on lisätä ja päivittää toimialan tietoja ja ajankohtaisia asioita sähköisiin kanaviin sekä aktivoida myös muita toimialalta samaan toimintaan. Kaupungin verkkosivut www.forssa.fi ovat yhteispäivitettävät ja kukin toimiala vastaa palvelujensa tiedoista ja niiden ajantasaisuudesta. Päivityksien hoito ja vastuut voidaan jakaa usealle päivittäjälle.

Viestintävastaavat ovat osa kaupungin markkinointi- ja viestintäryhmää, joka kokoontuu yhteispalaveriin säännöllisesti käsittelemään kaupungin sekä palvelualueiden ja -yksiköiden markkinointi- ja viestintäasioita kaupungin viestintähenkilöstön johdolla. Ryhmälle järjestetään myös markkinointiin ja viestintään liittyviä koulutuksia, joihin voivat osallistua myös kaikki muut viestinnästä kiinnostuneet työntekijät.

3.3 Luottamushenkilöt viestijöinä

Kuntalaisten, luottamushenkilöiden ja viranhaltijoiden vuoropuhelua tulee edistää. Rakentava vuoropuhelu tuo uusia näkökulmia asioiden valmisteluun ja päätöksentekoon.

Kaupungin luottamushenkilöllä on oikeus saada kaupungin toimialoilta tietoja, joita hän luottamustoimissaan pitää tarpeellisina ja jotka viranomaisten toiminnan julkisuudesta annetun lain mukaan eivät ole vielä julkisia, jollei salassapitoa koskevista säännöksistä muuta johdu. Toimielimen jäsenenä luottamushenkilöllä on oikeus niihin salassa pidettäviinkin tietoihin, joita tarvitaan toimielimen käsiteltävinä olevissa asioissa. Luottamushenkilön on pidettävä saamansa tiedot salassa.

Luottamushenkilön tulee edistää kunnan ja sen asukkaiden etua sekä toimia luottamustehtävässään arvokkaasti tehtävän edellyttämällä tavalla. Luottamushenkilön oletetaan ottavan asioista selvää, olevan aloitteellinen, avoin ja rehellinen sekä esiintyvän selkeästi ja puhuvan arkikieltä.

Osana uuden valtuustokauden koulutuksia luottamushenkilöille järjestetään myös viestintäkoulutusta.

4. SISÄINEN VIESTINTÄ

Sisäinen viestintä lähtee toisen ihmisen kunnioittamisesta – hyvästä käytöksestä ja ystävällisestä vuorovaikutuksesta. Avoin sisäinen viestintä luo kannustavaa, keskustelevaa ja kehittyvää työilmapiiriä.

Hyvä henkilöstöviestintä on välttämätöntä tulokselliselle ja tavoitteelliselle toiminnalle, palveluiden laadun kehittämiseksi ja työhyvinvoinnille.

Työntekijöiden tulee olla selvillä kaupungin ja sen eri yksiköiden nykytilanteesta, sen tulevaisuuden näkymistä ja mahdollisten muutosten vaikutuksista omaan työhön ja tulevaisuuteen.

Sisäisen viestinnän piiriin kuuluvia asioita ovat erityisesti talousarvioasiat, oman palvelualueen ja työyksikön päämäärät ja toiminta-ajatus sekä muutokset työyksikön toiminnassa sekä koulutusmahdollisuudet. Sisäiseen viestintään kuuluu myös uuden työntekijän perehdyttäminen kunnan toimintaan ja hänen työtehtäviinsä sekä asemaansa organisaatiossa. Myös säännöt ja ohjeet sekä lähimmät työtoverit tehdään hänelle tutuiksi. Vastuu perehdyttämisestä kuuluu yksikön esimiehelle.

Kaupungin sisäisen viestinnän tulee olla joustavaa ja avointa sekä organisaatiossa pysty- ja vaaka-suorassa suunnassa tapahtuvaa ja vuorovaikutteista. Suuri vastuu sisäisestä tiedonkulusta on palveluyksiköiden johdolla, joka viestii henkilöstölleen jatkuvasti ajantasaisin tiedottein, palaverien ja päivittäisessä kommunikoinnissa. Asioista tiedotetaan henkilöstölle riittävän varhaisessa vaiheessa ja tasapuolisesti, jolloin ehkäistään huhujen syntyminen. Työntekijällä on vastuu selvittää asioita myös oma-aloitteisesti.

Henkilöstöviestinnän välineitä ovat mm. työpaikkakokoukset, tiedotustilaisuudet, tiedotteet, ohjeet ja viestintä sähköisten kanavien kautta.

5. ULKOINEN VIESTINTÄ

5.1 Mediaviestintä

Mediaa ei voi hallita, mutta sen toimintamekanismeja voi oppia tuntemaan ja ymmärtämään. Suuri osa tiedonvälityksestä kunnan ja asukkaiden välillä kulkee median kautta. Yhteistyö median edustajien kanssa tulee olla sujuvaa ja aktiivista. Myös kielteisistä asioista tulee kertoa, mikäli niillä on yleistä merkitystä.

Eri medioiden edustajia tulee kohdella tasapuolisesti ja tiedot tulee antaa samanaikaisesti ja samansisältöisinä. Etuoikeus on sillä medialla, joka on ensin havainnut uutisaiheen. Parhaaseen tulokseen päästään avoimella ja myönteisellä suhtautumisella toimittajan työhön. Molemmipuolinen luottamus on tärkeä takuu joustavalle tiedonkululle. Keskeneräisistäkin asioista tiedottaminen lisää asukkaiden luottamusta kunnan hallintoon. Kuntalaisten tulee saada ajoissa kertoa mielipiteitään valmisteltavista asioista.

5.2 Mediatiedotteet

Mediatiedotteessa asiat tulee kertoa selkeästi ja yksinkertaisesti. Tiedotteelle kannattaa laatia kertova ja kiinnostava otsikko. Tärkein asia kirjoitetaan aina tiedotteen ensimmäisille riveille ingressiin. Tiedotteesta tulee selkeästi käydä ilmi mitä on tapahtunut, missä ja mitkä ovat asian vaikutukset.

Medioille lähetettävät tiedotteet ovat median edustajille raakamateriaalia, jota heillä on oikeus lyhentää ja muokata, kunhan asiasisältö ei muutu. Toimitukset saavat usein paljon materiaalia ja jutut valitaan osin jo otsikon perusteella. Isot mediat lähtevät harvoin liikkeelle pelkän tiedotteen varassa, joten yhteydenotto toimitukseen on monesti tarpeen. Tiedotteen sisällöstä vastaa yksikön johto. Tiedotteet päivätään ja lisätään julkaisuajankohta. Lisäksi tiedotteeseen kirjataan sen laatija sekä lisätietojen antaja yhteystietoineen.

Mediatiedote julkaistaan ensin kaupungin verkkosivustoilla ja tiedotettavasta asiasta riippuen lähetetään tiedoksi myös valtuustolle. Tämän jälkeen tiedote lähetetään sähköpostilla medialle halutussa laajuudessa. Jakeluvaihtoehtoja ovat paikalliset, maakunnalliset ja valtakunnalliset tiedotusvälineet.

Malli mediatiedotteesta löytyy viestintäohjeen liitteistä.

5.3 Tiedotustilaisuus

Mikäli asia uutuuden, monimutkaisuuden tai laajuuden vuoksi edellyttää asiantuntijoiden ja toimittajien tapaamista, järjestetään tiedotustilaisuus.

Kutsu on hyvä lähettää ainakin viikkoa ennen tilaisuutta. Kutsuun tulee laittaa tilaisuuden aika, täsmällinen paikka sekä asia lyhyesti ja sitä esittelevät henkilöt. Yleensä tilaisuudessa jaetaan medialle laadittu lyhyt tiedote, jossa asiaa selvitetään kirjallisesti sekä mahdollisesti muuta lisämateriaalia. Kuvia toimitetaan tarvittaessa. Tiedotustilaisuus voidaan järjestää myös sähköisesti esim. Teamsin kautta.

Toimituksilla on nykyisin melko pienet henkilöresurssit ja osallistuminen tilaisuuksiin ei aina ole suurta. Mediatiedote kannattaa lähettää heti tilaisuuden jälkeen myös niille, jotka eivät ole päässeet paikalle.

Malli tiedotustilaisuuden kutsusta löytyy viestintäohjeen liitteistä.

5.4 Haastattelut ja lähdesuoja

Median edustajien tekemiin haastatteluihin kannattaa valmistautua keräämällä tarpeellista materiaalia ja varaamalla rauhallinen tila. Haastateltavan tulee tietää mihin mediaan haastattelua käytetään sekä miten hänen lausuntojaan käytetään. Haastateltavan pyyntöön jutun asiatietojen tarkistamisesta tulee journalistin ohjeiden mukaan yleensä suostua. Tarkistamisoikeus koskee vain omia lausumia. Tarkistamisella vältetään mahdollisten oikaisujen tekeminen jälkikäteen.

Journalistista päätösvaltaa ei luovuteta toimituksen ulkopuolelle.

Toimitus voi jutuissaan käyttää myös lähdesuojaa. Se on sananvapauteen liittyvä oikeus, jonka tarkoituksena on taata julkiselle sanalle keinot valvoa vallankäyttöä ja tuoda esiin salattuja epäkohtia. Journalistin oikeus ja moraalinen velvollisuus on pitää lähteensä salassa. Tietolähteen ei tarvitse pelätä joutuvansa painostuksen tai kostotoimen kohteeksi.

Lähdesuoja antaa viestin laatijalle ja julkaisijalle oikeuden olla paljastamatta lähteen henkilöllisyyttä. Lähdesuoja voidaan kuitenkin tietyissä tapauksissa tuomioistuimen päätöksellä murtaa.

5.5 Päätösviestintä

Päätöksentekoon tulevista asioista ja päätöksistä tiedottaminen on osa päätöksenteon prosessia. Kaupunginvaltuuston, kaupunginhallituksen, lautakuntien ja johtokuntien esityslistat ovat luettavissa ennakkoon kaupungin nettisivuilla ja niiden päätöksistä tiedotetaan heti kokouksen jälkeen. Myös viranhaltijapäätökset julkaistaan nettisivuilla kuntalain mukaisesti.

Esityslistan asioita on mahdollista käsitellä julkisuudessa ennen varsinaista päätöksentekoa ja niistä voidaan tiedottaa, mutta on tärkeää, että tällöin tuodaan selkeästi esille, ettei asiasta ole vielä päätet-

ty. Samoin käsiteltäessä asioita useammalla päätöksentekotasolla, tuodaan selkeästi esille käsittelyn kulloinenkin vaihe.

Kokouksen jälkeen tapahtuvassa päätöstiedottamisessa kerrotaan päätöksistä, mahdollisista äänestyksistä ja eriävistä mielipiteistä, pöydällepanosta tai muusta asian käsittelyyn vaikuttavasta asiasta. Kokouksissa käydyt keskustelut ovat luottamuksellisia ja niistä ei tule tiedottaa. Päätöstiedottamisesta vastaa tehtävään määrätty viran- tai toimenhaltija.

5.5.1 Julkiset ja salassa pidettävät asiat

Julkisuusperiaatteen mukaan viranomaisten asiakirjat ovat pääsääntöisesti julkisia. Salassapito edellyttää aina lakitasoista sääntelyä. Luottamuselimillä tai viranhaltijoilla ei ole valtaa määrätä muita asioita tai asiakirjoja salassa pidettäväksi.

Lain mukaan salassa pidettäviä asioita ei anneta julkisuuteen. Julkisuuslaissa on lueteltu salassa pidettävät asiat. Salassa pidettävät asiat ovat yleensä liike- tai ammattisalaisuuksia tai yksityisyyden suojaan liittyviä asioita, esimerkkeinä kaikki sosiaali- ja terveydenhuollon asiakastiedot sekä oppilaan ja hänen perheensä henkilökohtaisia oloja ja oppilashuoltoa koskevat asiat, yksityisen henkilön taloudellinen tilanne, terveydentila sekä sosiaalihuollon etuudet ja tuet.

Kokousasiat on pyrittävä kirjoittamaan niin, että käsiteltävä asia on varsinaisessa pykälätekstissä eikä liitteissä.

Pykälätekstiin ei tule merkitä henkilötietoja tai lain mukaan salassa pidettäviä tietoja, vaan ne on syytä laittaa kokousasiakirjan (salaisiin) liitteisiin. Listatekstien tulee olla selkeitä ja tiiviitä, perustelujen ja vaihtoehtojen tulee näkyä varsinaisessa listatekstissä ja päätösesitys pohjautuu lyhyenä niihin.

Kaupungille toimitetut hankinta-, urakka- ja muut vastaavat tarjousasiakirjat sekä viranomaisten laatimat edullisuusvertailulaskelmat tulevat kaikille julkiseksi vasta, kun sopimus on tehty.

5.5.2 Kokousasioiden julkaiseminen verkkosivuilla

Valtuuston, hallituksen ja lautakuntien esityslistat liitteineen julkaistaan ennen kokousta kaupungin verkkosivuilla. Pöytäkirjat julkaistaan niiden valmistuttua.

Kokousasiat julkaistaan pääsääntöisesti liitteineen, paitsi salassa pidettäviä asioita sisältävät liitteet. Muitten osapuolten kanssa tehtävät sopimukset, henkilötiedot tai lain mukaan salassa pidettävät tiedot merkitään kokousasian liitteisiin, mutta niitä ei julkaista kaupungin verkkosivuilla.

Kuntaliitto on antanut kunnille erilliset ohjeet salassa pidettävien asiakirjojen ja henkilötietojen käsittelystä ja internetissä julkaisemisesta. Tietosuojalain mukaan yksityishenkilöiden henkilötunnuksia, osoite-, puhelinnumero- tai muita yhteystietoja ei saa julkaista internetissä, ellei siihen ole asianomai-

sen suostumusta tai muuta laillista perustetta.

Myöskään henkilörekistereitä eli listoja henkilötiedoista ei saa laittaa verkkosivuille ilman rekisteröityjen suostumusta tai muuta lakiin perustuvaa syytä. Esimerkiksi luettelot viran- ja toimenhaltijoiden ansioista muodostavat henkilörekisterin, jota ei saa viedä verkkosivuille.

Erityislaissa säädettyyn julkipanomenettelyyn kuuluvat lupapäätöslistat, joita pidetään yleisesti nähtävänä vain lainsäädännön edellyttämän määräajan, eivät muodosta henkilörekisteriä. Tämä koskee mm. maankäyttö- ja rakennuslain mukaisia päätöksiä erilaisten lupien saajista. Siten esimerkiksi tiedot rakennusluvan saajista voi laittaa verkkoon, kunhan laissa säädettyjä julkipanomenettelyn edellytyksiä noudatetaan tarkasti.

Henkilötietoja sisältävät kokousasiat on pidettävä internetissä vain tehokkaan tiedottamisen vaatiman ajan.

6. MARKKINOINTIVIESTINTÄ

Markkinointiviestinnän keskeisiä tavoitteita ovat

- luoda ja vahvistaa myönteistä kuvaa Forssasta
- Forssan arvostuksen edistäminen
- tavoitemielikuvaan ja maineen saavuttamiseen vaikuttaminen

Markkinointiviestinnän suunnitelmallisia tavoitteita ovat Forssan ja sen tarjoamien palveluiden tunnetuksi tekeminen, uusien asukkaiden saaminen, elinvoiman edistäminen, elinkeinoelämän toimintamahdollisuuksien ja työpaikkojen turvaaminen sekä matkailun edistäminen.

Kaupungin ja koko Forssan seudun hyvä julkinen kuva synnyttää luottamusta, vetovoimaa ja elinvoimaa. Maineenhallinta on johtamisen ydintoimintoja.

Kuva kaupungista syntyy tekojen kautta, mutta myös ulkopuolisten tahojen ja tiedotusvälineiden välittämänä. Mitä johdonmukaisemmin ja toistuvammin kaupunki viestii omia keskeisiä viestejään, sitä todennäköisemmin ne näkyvät myös kaupungin maineessa. Forssan kaupungin hyvä maine ja imago ovat tärkeitä kilpailu- ja vetovoimatekijöitä. Parasta markkinointia ovat hyvin toimivat ja laadukkaat palvelut, terve taloudenpito, toimiva vuorovaikutus ja viihtyisä ympäristö.

Kaupungin tietoinen profilointi onnistuu, kun luottamushenkilö- ja virkamiesjohdolla on yhteisesti

hyväksytty visio, näkemys tulevaisuudesta sekä sen pohjalta laadittu strategia. Profilointi on kaupungille ominaisten vahvuuksien esiintuomista pitkäjänteisesti ja suunnitelmallisesti.

Tavoiteltavan kaupunkikuvan on oltava uskottavaa ja sovittava yhteen todellisuuden kanssa, jotta se ei käännä itseään vastaan. Markkinointiviestintää toteutetaan monesti yhteistyössä seudun ja elinkeinoelämän, järjestöjen, oppilaitosten ja muiden toimijoiden kanssa, mikä vaatii yhteistä näkemystä ja sitoutumista.

6.1 Forssan visuaalinen ilme

Myös kaikki kaupungin tarjoamat palvelut ja asiakkaiden kohtaaminen ovat se pohja, jolle mainetta rakennetaan. Näiden lisäksi tarvitaan myös ulkoisia merkkejä ja tunnuksia tuomaan esiin yhtenäisyyttä ja kertomaan kaupungin toiminnoista.

Uskottava ja yhdenmukainen visuaalinen identiteetti parantaa kaupungin tunnettavuutta ja vahvistaa brändiä. Kaupunkikonsernin markkinointiviestinnän tulee olla ilmeeltään tunnistettavaa ja yhtenäistä. Visuaalisen ilmeen perustana on Forssan kaupungin graafinen ohjeisto (2005). Kaupungin brändikäsikirja ja brändivisualisointiohje ohjaavat kaupungin markkinointia ja viestintää ja niiden visuaalista ilmettä yksityiskohtaisemmin.

6.1.1 Graafinen ohjeisto

Forssan kaupungin graafinen ohjeisto on luotu kaupungin graafisen ja visuaalisen ilmeen yhtenäisen perustan ylläpitämiseksi.

Graafisen ohjeiston kulmakiviä ovat kaupungin markkinointitunnus ja sen käyttötavat sekä kaupungin oma typografia ja värimaailma. Yhdessä nämä visuaaliset tunnisteen muodostavat Forssan visuaalisen ilmeen perustan. Visuaalisten tunnisteen johdonmukaisella käytöllä rakennetaan yhtenäistä mielikuvaa kaupungista sekä vahvistetaan viestien tehokkuutta. Tavoitteena on, että Forssan tiedotus- ja markkinointimateriaali on tunnistettavaa, yhdenmukaista ja laadukasta, jolla on oma ja erottuva visuaalinen identiteettinsä.

Forssan graafinen ohjeisto liitemateriaaleineen löytyy Forssan Intrasta/Työn tueksi/Markkinointi ja viestintä.

6.1.2 Markkinointitunnus



Forssan kaupungin tunnus muodostuu kahdesta elementistä: sinivihreästä ja valkoisen ”joen” halkomasta soikeasta liikemerkistä sekä tummansinisestä nimilogosta. Tunnus symboloi Forssaa modernina, rohkeasti tulevaisuuteen katsovana kaupunkina.

Tunnuksen elementtejä ja niiden suhteita ei saa muuttaa ja niiden tulee aina olla ohjeistuksen mukaiset. Elementtejä ei myöskään saa käyttää erikseen muutoin kuin joissain poikkeustapauksissa. Tunnuksesta tulee aina käyttää graafisen ohjeiston sähköisiä originaaleja.

Graafisesta ohjeistosta löytyvät tarkemmat ohjeet tunnuksen käytöstä.

6.1.3 Typografia

Typografia on yksi yhdenmukaisen visuaalisen ilmeen tunnuselementeistä. Sopivasti persoonalliset, mutta selkeät kirjasimet varmistavat erottuvuuden ja tehostavat siten kaupungin markkinointiviestintää.

Forssan kaupungin typografiassa on käytössä kaksi kirjasinperhettä: Trebuchet MS ja New Century Schoolbook. Trebuchet MS on pääsääntöisesti käytössä otsikoissa, ingresseissä ja muissa lyhyissä teksteissä. New Century Schoolbook -fonttia puolestaan käytetään suurissa tekstimäärissä eli leipäteksteissä.

Forssan kaupungin kaikissa markkinointi- ja viestintämateriaaleissa käytetään näitä kahta tunnusfonttia. Fontit on asennettu kaikille työasemille.

6.1.4 Vaakuna

Kaikilla kunnilla ja kaupungeilla on käytössään heraldinen tunnus eli vaakuna käytettäväksi virallisissa ja arvokkaissa yhteyksissä. Sen lisäksi lähes kaikki kunnat ovat kehittäneet oman markkinointitunnuksen markkinointiin ja epävirallisempaan käyttöön.

Forssan vaakunan on suunnitellut ja piirtänyt heraldinen taiteilija Olof Eriksson (1911-1987). Vaakuna vahvistettiin vuonna 1962. Sinisessä kentässä oleva hopeinen vesiratas symboloi kosken partaalle syntynyttä teollisuutta.

Ulkopuolisten tahojen ei tarvitse enää pyytää vaakunan käyttämiseen kaupunginhallituksen lupaa, mutta sen käytöstä toivotaan ilmoitettavan kaupungille. Yleisen periaatteen mukaan vaakunaa voidaan käyttää kaikissa muissa tapauksissa paitsi, joissa se joutuu alistettuun tai tallattuun asemaan. Esimerkkeinä mainittakoon, että esim. tuolien istuinosassa, ruokaliinoissa ja matoissa vaakunan käyttö ei ole hyväksyttävää.

Vaakunan painoväriksi on määritelty:
mattapinta PMS 293U
kiiltäväpinta PMS 293C



Netissä värikoodi on #1860AB

Kaupungin käytössä vaakunaa on sovittu käytettäväksi juhlavissa, virallisissa ja kansainvälisissä yhteyksissä, kuten arvokkaiden juhlien yhteydessä, virka-asemaa korostavissa tehtävissä, virallisissa lomakkeissa jne. Mainoksissa, ilmoituksissa ja markkinointiluonteisissa yhteyksissä vaakunan sijaan käytetään kaupungin tunnusta.

6.1.5 Brändikäsikirja

Forssan kaupungin kaupunkistrategiaan perustuvaan brändikäsikirjaan (2020) sisältyy Forssan brändin perustukset, brändilupaus, kohde- ja sidosryhmät ydinviesteineen, brändiattribuutit ja brändipersoona sekä Tone of Voice.

Brändikäsikirja löytyy Forssan Intrasta/Työn tueksi/Markkinointi ja viestintä.

6.1.6 Brändivisualisointiohje

Brändivisualisointiohje sisältää Forssan markkinoinnin ja viestinnän keskeiset visualisointikeinot kuvin ja grafiikoin. Visualisoinnin muodostavat kaupungin omat graafiset personoidut symbolit, kaupungin toimialojen käyttöön otettu Forssa-kuosi sekä kuvamaailma/valokuvat.

Brändivisualisointiohje löytyy Forssan Intrasta/Työn tueksi/Markkinointi ja viestintä.

6.1.7 Graafiset ja personoidut symbolit

Kaupunki- ja kohderyhmämarkkinoinnissa käytetään vuonna 2016 käyttöönotettuja Forssan kaupungin graafisia ja personoitujen symboleja, joissa on kuvattu kaupungin keskeisiä kohteita ja asuinalueita. Symboleja käytetään painotuotteissa ja digitaalisissa julkaisuissa.

Kaupunkistrategian keskeisin symboli on lentoon nouseva joutsen. Symboli kuvastaa modernilla tavalla rohkeutta, raikkautta ja avoimuutta sekä ympäristöarvoja.



6.1.8 Forssa-kuosi – Katri Mattilan v. 1968 suunnittelema kuosi

Forssan hienoa tekstiiliperintöä kunnioittaen Forssan kaupungin markkinointiviestinnän visualisointimateriaaleihin on lisätty keväällä 2021 forssalaisen painokangassuunnittelija Katri Mattilan vuonna 1968 suunnittelema kuosi eri väreineen. Kaupungin kolmen toimialan käyttöön tarkoitetut kuosin väri vaihtoehdot esitellään erillisessä brändivisualisointiohjeessa. Kuosia käytetään etenkin kaupungin toimialojen sisäisessä markkinoinnissa ja viestinnässä.

6.1.9 Kuvamaailma

Raikkaalla ja aidolla kuvamaailmalla tuodaan esille Forssan persoonallisuutta. Sujuva yhteisöllinen pikkukaupungin arki on täynnä eloa ja lämminsävyisyyttä useiden sukupolvien välillä. Valokuvissa korostetaan aitoa forssalaisuutta, persoonallisia ihmisiä, turvallisuutta ja toisaalta innovointihalukkuutta. Paikalliset matkailukohteet, tapahtumat sekä muut Forssan imagolliset kohteet ovat myös hyviä kuvamaailman luomisessa.

Lämminsävyisissä valokuvissa kiinnitetään huomiota pieniin yksityiskohtiin, jotka tekevät Forssasta ainutlaatuisen. Kuvamaailman tavoite on antaa kaupungista monipuolinen ja kattava, todellisuutta heijastava kuva yllättävällä tavalla esim. odottamattomalla tapahtumalla valoku-vassa tai rohkealla perspektiivillä.

Kaupungin markkinointi- ja viestintähenkilöstöltä voi tiedustella kaupungin omistaman kuvamateriaalin käytöstä. Kuvamaailmaa ja valokuvien käyttöä markkinoinnissa ja viestinnässä eri kanavilla esitellään tarkemmin brändivisualisointiohjeessa sekä sosiaalisen median ohjeessa.

6.2 Markkinointimateriaalit

6.2.1 Lomakkeisto ja PowerPoint -esitykset

Kaupungin graafisen ohjeiston mukainen lomakkeisto on osa viestintää. Sovelluksia esim. valmiita mallipohjia asiakirjoille, kirjeille, saatteille ja tiedotteille on tarkemmin esitelty graafisessa ohjeistossa. Valmiit mallipohjat löytyvät myös omilta työkoneilta.

Kaupungin esittely- ja esitysmateriaalissa käytetään siihen graafisen ohjeiston mukaan suunniteltua PowerPoint -pohjaa, jossa on erikseen määritelty ulkonäkö esityksen aloitussivulle ja muille sivuille.

Toimialojen sisäiseen viestintään voidaan käyttää Katri Mattilan suunnittelemaan kuosiin pohjautuvia esityspohjia.

6.2.2 Esitteet

Kaupunki julkaisee määräajoin erilaisia yleisesitteitä Forssasta. Esitteisiin pyritään liittämään tiivistelmiä eri kielillä.

Toimialat julkaisevat omia esitteitään tarpeen mukaan kaupungin graafisia ohjeita noudattaen. Kaikista esitteistä on vedosvaiheessa hyvä tiedottaa markkinointi- ja viestintähenkilöstöä. Suoraan yksiköihin yhteydessä olevia esite- ja sivustomarkkinoijia voi pyytää ottamaan yhteyttä em. henkilöstöön.

Painetuista esitteistä tehdään myös verkkosivuilla julkaistavat versiot.

6.3 Markkinoinnin keinot

Markkinointiviestinnän näkyvimpiä keinoja ovat markkinointikampanjat ja mainonta printissä ja sähköisissä kanavissa. Markkinointikampanjassa käytetään usein eri kanavia ja markkinointimuotoja rinnakkain. Kampanjalle asetetaan halutut tavoitteet, hyvät keinot ja seurattavat mittarit.

6.3.1 Ilmoitukset ja mainonta

Lehti-ilmoittelua käytetään virallisimpiin kuulutuksiin, mutta myös mm. kevyempään tapahtumailmoitteluun. Ilmoituksissa ja mainonnassa käytetään kaupungin markkinointi- ja viestintämateriaaleja.

Ohjeistus lehti-ilmoitteluun

Yhteisilmoitus

- kaikkien toimialojen ilmoitukset julkaistaan pääsääntöisesti sunnuntaisin Forssan Lehdessä yhteisilmoituksena (aineiston toimitus perjantaisin klo 10.00 mennessä kirjaamo@forssa.fi)
- valtuuston kokouskutsuilmoitus julkaistaan keskiviikkoisin Forssan Lehden massajakelunumerossa (aineiston toimitus maanantaisin klo 12.00 mennessä kirjaamo@forssa.fi)
- julkaistavat aineistot toimitetaan keskushallinnon kirjaamoon kirjaamo@forssa.fi, josta toimialojen tekstit toimitetaan keskitetysti Forssan Lehteen. Kirjaamon postilaatikkoo lukee aina joku - lomista riippumatta. Ilmoitukset julkaistaan myös kaupungin nettisivuilla
- yhteisilmoitus on edullinen tiedottamiskanava, joka ei siis ole vain ns. virallisia kuulutuksia varten
- yhteisilmoituksissa käytetään Forssan tunnusta ja allekirjoituksena on Forssan kaupunki ja julkaisupäivämäärä
- yhteisilmoitus julkaistaan 4-värisenä
- ilmoitusmalli ja asetteluohjeet on toimitettu Forssan Lehteen
- tekstissä olennainen asia tuodaan esille keveästi ja selkeästi, turhaa juhlavuutta ja mahtipontisuutta tulee välttää, ilmoituksella tulee olla myös lyhyt ja ytimekäs otsikko

Muu ilmoittelu

- kaikessa kaupungin ilmoittelussa käytetään pääsääntöisesti Forssa-tunnusta
- ilmoitusten varaamiseen ja tekemiseen voi käyttää myös mainostoimiston palveluita (Huom. tuntuva mainostoimistoalennus seudun ulkopuolisissa lehdissä)
- sidosryhmien ja yhteistyökumppaneiden julkaisujen ilmoitteluun osallistumisesta kannattaa neuvotella markkinointi- ja viestintähenkilöstön kanssa. Pääsääntöisesti kaupunki osallistuu kuhunkin julkaisuun vain yhdellä ilmoituksella.

Rekrytointi-ilmoittelu

Kaupungin sähköiset rekrytointi-ilmoitukset laaditaan kaupungin verkkosivulle ja some-kanaviin. Lisäksi ilmoitukset julkaistaan FCG:n kuntarekry.fi -palvelussa, josta ilmoitukset siirtyvät myös työvoimatoimiston mol.fi -palveluun.

Kaupungin verkkosivulla julkaistaan aina täydellinen työpaikkailmoitus. Tarpeen ja harkinnan mukaan voidaan käyttää myös lehti-ilmoittelua. Lehti-ilmoitus voi olla suppeampi ja ohjata lisätietojen hakemiseen verkkosivuilta. Työpaikkailmoitukset tehdään kaupungin graafisen ilmeen mukaisesti. Forssan Lehdelle on toimitettu kaupungin graafinen ohjeisto ja sovittu työpaikkailmoittelun asettelusta.

Vaikka rekrytointi-ilmoittelu toimii myös markkinointikeinona, tulee muistaa kuitenkin ilmoituksen pääasiallinen tarkoitus – houkutella osaavia hakijoita.

6.3.2 Messut, näyttelyt, tapahtumat

Kaupunki rakentaa julkisuuskuvansa myös kaikissa asiakastapaamisissa kuten erilaisilla messuilla, näyttelyissä ja tapahtumissa. Myös niissä käytetään yhtenäistä kaupungin visuaalista ilmettä ja tuodaan esiin sovittuja teemoja ja vetovoimatekijöitä.

6.3.3 PR-tuotteet

Toimialat hankkivat tarvitsemansa liikelahjat omien budjettiensa puitteissa. Painatuskeskuksella on myös joitain liikelahjoja sisäisessä myynnissä.

Hankittavissa liikelahjoissa tulee pääsääntöisesti käyttää yhteistä markkinointitunnusta ja graafisia ohjeita.

Tavoitteena ovat omaleimaiset ja laadukkaat tuotteet, jotka tavalla tai toisella liittyvät Forssaan ja/tai sen historiaan. Hankinnoissa pyritään suosimaan ekologisuutta ja mahdollisuuksien mukaan paikallisia valmistajia.

6.3.4 Tiedotuslehti

Forssan kaupungin A4-kokoinen tiedotuslehti julkaistaan kaksi kertaa vuodessa.

Lehti on julkinen tiedote, joka jaetaan kaikkiin Forssan kotitalouksiin. Lehdessä esitellään kaupungin palveluja ja ajankohtaisasioita. Tiedotuslehden sisältö teemoitetaan ja asiakokonaisuudet päätetään kaupungin johtoryhmässä ja niiden toteutus lehden toimitusneuvostossa. Tiedotuslehteä on jaossa myös kaupungin eri palveluyksiköissä.

Linkki lehden sähköiseen versioon julkaistaan kaupungin verkkosivuilla sen ilmestymisen jälkeen.

7. VERKKOVIESTINTÄ

Verkkoviestintä on intranetissä, internetissä, sähköisten sovellusten ja sosiaalisen median kanavien välityksellä tapahtuvaa viestintää. Kaupungin uuden, vuonna 2021 käyttöönotettavan intranetin, Teamsin sekä sähköpostin käytöstä on omat ohjeistuksensa. Lisäksi someohjeet on laadittu omana ohjekokonaisuutena.

7.1 Intranet – Forssan Intra

Forssan kaupungin intranet-sivusto on selainpohjainen sisäinen lähiverkko. Se on kaikkien vakituisten työntekijöiden ja muutamaa viikkoa pidempien määräaikaisten työntekijöiden kohtaamispaikka ja työtila. Intralla on tärkeä rooli sisäisessä viestinnässä.

Intra on vuorovaikutteinen sosiaalisen median väline. Intraan pääsee sekä työpaikalta että kotitietokoneelta sovelluksen kautta. Intraa käyttämällä ja seuraamalla pysyy ajan tasalla kaupungin työntekijöille tarkoitetuista tiedotteista, ohjeista, tapahtumista ja toimialojen asioista. Intrassa on käytettävissä kaupungin työhön liittyvät säännöt ja ohjeistukset sekä työssä tarvittavia lomakkeita, oppaita, suunnitelmia, koulutusmateriaalia, organisaatiokaavioita, raportteja jne.

7.2 Sähköposti

Sähköposti on kohdennettu viestinnän väline, jota käytetään yhdelle henkilölle tai rajatulle joukolle suunnattuun viestintään. Sähköpostilla tarkoitetaan Forssan kaupungin sähköpostijärjestelmässä käyttäjien välistä sähköpostiliikennettä ja kaupungin sähköpostijärjestelmästä joko ulospäin tai sisäänpäin tulevaa sähköpostiliikennettä.

Viestin ja asiakirjan raja on joissakin tapauksissa tulkinnanvarainen. Viesti saattaa asiayhteydestä riippuen olla myös julkinen asiakirja, joten viestin sisällön tulee olla aina asiallinen. Sähköisellä asiakirjalla tarkoitetaan puolestaan sähköistä viestiä, joka liittyy asian vireillepanoon, käsittelyyn tai päätöksen tiedoksi antamiseen. Viralliseen käsittelyyn tulevat, kirjattavat asiat pyydetään toimittamaan seuraaviin osoitteisiin: kirjaamo@forssa.fi, sivistyspalvelut@forssa.fi, tekninen@forssa.fi ja vesihuolto@forssa.fi.

Asiakkaiden palautteisiin ja kysymyksiin vastataan pääasiassa sähköpostin välityksellä, mikäli asiakas on jättänyt osoitteensa eikä vaadi muuta vastaustapaa.

7.3 Kaupungin verkkosivut

Internet-palvelut ovat julkishallinnon suosituin verkkopalvelu. Forssan kaupungin verkkosivustolla www.forssa.fi esitellään laajasti kaupungin kaikkia palveluja. Sivuston tärkeimpänä kohderyhmänä

ovat kaupungin asukkaat. Kaupunkilaiset odottavat löytävänsä sivuilta luotettavaa ja ajankohtaista tietoa sekä vuorovaikutteisia palveluja. Verkkosivuilla huomioidaan myös muut kohderyhmät.

Palvelumuotoja kehitetään edelleen sähköiseen muotoon ja kuntalaisia pyritään osallistamaan kaupungin toimintoihin entisestään. Forssan kaupungin verkkosivuilla on myös suoria sähköisiä palveluita esimerkiksi kirjaston aineiston varaukset ja lainojen uusinta, päivähoitohakemukset, tapahtumien ilmoittaminen ja tilavaraukset.

Verkkosivujen on oltava aina ajan tasalla ja uusien tieto päivitetään sivuille heti, kun se on tiedossa. Uutistiedotteet julkaistaan kaupungin verkkosivuilla viimeistään silloin kuin muissakin tiedotusvälineissä. Verkkosivujen etusivulla esitellään uutisnostoina toimialojen tärkeitä ja ajankohtaisia asioita.

Kaupungin verkkosivut noudattavat Forssan kaupungin graafista ohjeistoa ja ne ovat responsiiviset eli niitä voidaan käyttää eri laitteilla. Verkkosivut ovat yhteispäivitettävät ja kukin toimiala vastaa omista sivuistaan itsenäisesti. Toimialoille on nimetty verkkosivujen sisällöstä vastaavia henkilöitä ja suurissa sivukokonaisuuksissa voidaan nimetä myös eri osien päivittäjiä. Vastuuhenkilöt ilmoitetaan tietohallinnon henkilöstölle. Verkkosivujen rakenteesta ja toimivuudesta vastaa tietohallinto henkilöstö.

Tiedot kaikista kaupungin palveluista pitää löytyä kaupungin verkkosivuilta. Julkishallinnollisten yhteisöjen sähköisiä palveluja säätelee mm. EU:n yleinen tietosuoja-asetus, tietosuojalaki ja laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta.

Sivujen sisältö laaditaan sivuston tietojen lisäämisyökalun kautta, jotta sivuston saavutettavuus ja sisältö pysyvät laadukkaina. Toimialojen ja palveluyksiköiden omien sivustojen tekemistä ei suositella.

Verkkosivujen kautta kaupunkilaisilla on mahdollisuus antaa palautetta ja esittää kysymyksiä toimialoille Anna palautetta-osion kautta. Palautteisiin tulee vastata viivytyksettä. Verkkosivujen kautta voidaan julkaista ja myös mainostaa erilaisia kyselyjä, palautepyyntöjä, arviointeja ym. osallistamiskeinoja.

Verkkosivuilla julkaistaan kaikki kaupunkia ja sen palveluja koskeva oleellinen tieto suomeksi. Lisäksi sivuilla on koosteet kaupungin palveluista myös englanniksi, ruotsiksi ja venäjäksi. Kaupungin matkailukohteiden – ja palveluiden tiedot on koottu suomeksi seudulliseen forssanseutu.fi -matkailusivustoon ja englanniksi visitforssaregion.fi -sivustoon.

7.4 Sähköisen asiainnin kanavat

Kaupungin verkkosivuilla on käytössä sähköisen asiainnin kanavia kuten Suomi.fi -verkkopalvelu, Otakantaa.fi -palvelu ja Kuntalaisaloite -palvelu.

Suomi.fi -verkkopalvelusta on haettavissa tietoa eri elämäntilanteisiin ja yrityksen elinkaaren vaihei-

siin. Palvelun kautta pääsee myös tutustumaan käytettävissä oleviin palveluihin ja saa toimintaohjeita asioiden hoitamiseen.

Tunnistautumalla Suomi.fi -verkkopalveluun voi viestiä viranomaisten kanssa, antaa ja pyytää valtuuksia sekä tarkistaa omat rekisteritiedot. www.suomi.fi -verkkopalvelun kehittämisestä vastaa Väestörekisterikeskus.

Otakantaa.fi on kaikille avoin, moniääninen kansalaisten, hallinnon ja päätöksentekijöiden kohtauspaikka. Otakantaa.fi -palvelun kautta kuntalaisilla on mahdollisuus vaikuttaa asioihin jo niiden valmisteluvaiheessa. Asian valmistelun yhteydessä avataan palveluun keskustelu tai kysely ko. aiheesta.

Kuntalaki takaa kuntalaisille oikeuden tehdä kunnalle aloite sen toimintaa koskevissa asioissa. Kuntalaisaloite -palvelussa kaupungin nettisivuilla voivat kaupungin asukkaat tehdä Forssaa koskevia aloitteita. Aloitteen tekijälle ilmoitetaan aloitteen johdosta suoritettut toimenpiteet. Jos aloitteen tekijöinä on vähintään kaksi prosenttia kunnan asukkaista, asia on otettava käsiteltäväksi kuuden kuukauden kuluessa asian vireille tulosta.

Myös palvelun käyttäjällä on oikeus tehdä aloitteita kyseistä kunnan palvelua koskevassa asiassa. Lisäksi neljä prosenttia kunnan 15 vuotta täyttäneistä asukkaista voi tehdä kunnalle aloitteen kunnallisen kansanäänestyksen järjestämisestä. Kuntalaisaloite.fi on oikeusministeriön tarjoama maksuton palvelu.

7.5 Wilma ja Peda.net – koulujen viestintäkanavat

Peda.net –palvelussa sijaitsee opetustoimen yksiköiden varsinaiset kotisivut, joilla kukin yksikkö esittää haluamiansa teemoja ja aiheita. Se on myös julkinen tiedotus- ja osallistumisväylä oppilaille, kodeille ja kouluille/päiväkodeille sekä väylä opetuksen verkkopalveluihin. Ylemmillä luokilla Peda.net-palvelua käytetään opiskelun välineenä. Palvelussa on lisäksi OmaTila oppilaan itsenäiseen käyttöön.

Wilma on virallinen yhteydenpitoväline huoltajien/oppilaiden ja päiväkodin/koulun välillä sekä opettajien työväline. Palvelu toimii internetin kautta. Wilma lukee suoraan tiedot Primuksen oppilashallintojärjestelmästä ja Kurre-työjärjestysohjelmasta.

Koulujen viestintäkanavien käyttäjille lähetetään ko. palvelujen käyttöohjeet sivistys- ja tulevaisuuspalvelujen toimialan toimesta.

7.6 Sosiaalinen media

Kaupungin käytössä olevia sosiaalisen median kanavia (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn ja YouTube) hyödynnetään kaupungin palvelujen markkinoinnissa sekä muussa viestinnässä.

Sosiaalisen median kautta voidaan tavoittaa väestöryhmiä, joita ei muuten välttämättä tavoiteta.

Sosiaalisessa mediassa mukana olo vaatii jatkuvaa seuranta, tietojen päivittämistä ja mahdollisiin palautteisiin vastaamista.

Vapaa-ajalla kaupungin työntekijöiden tulee muistaa sosiaalisessa mediassa esiintyessään asiallinen käytös, virka-asemansa ja salassapitovelvoitteet.

Sosiaalisen median käytöstä on laadittu oma ohjeensa.

8. KRIISIVIESTINTÄ

Forssan kaupungilla on osana valmiussuunnitelmaa oma kriisiviestintäsuunnitelma, jonka tavoitteena on etukäteen suunnittelemalla ja vastuuttamalla varmistaa onnistunut kriisin aikainen viestintä. Kriisitilanteissa noudatetaan samoja viestinnän periaatteita kuin normaaliolojen viestinnässä kiinnittäen kuitenkin erityistä huomiota mahdollisimman tehokkaaseen ja nopeaan viestintään sekä viestintävälineiden toimivuuteen.

Kriisiviestinnän kohteet ovat kunnan asukkaiden lisäksi viranomaiset sekä kunnan muut organisaatiot. Suunnitelma sisältää ohjeet Forssan kaupungin viestintään normaaliajoista lähtien ja niiden häiriötilanteet sekä kriisitilanteet. Lisäksi näkökulmana on sisäinen ja ulkoinen viestintä ja tiedottaminen. Koska tiedon tarve kasvaa voimakkaasti onnettomuus-, uhka- ja erityistilanteissa, on viestintää tehostettava ja siihen on varattava riittävät toimintaedellytykset.

8.1 Kriisitilanteen määrittely

Kriisiviestintää vaativat esimerkiksi perusturvallisuutta uhkaavat onnettomuudet, tulipalot, kaappaukset ja uhkailu, epidemiat, laajat lakonuhat ja lakot, väärinkäytökset, rikosepäilyt, ympäristötuhot, tietojärjestelmien häiriötilanteet, saastuneiden maa-alueiden löytyminen asuntoalueelta, juomaveden pilaantuminen, sähkökatkokset tai muut palvelujen toimintaan vakavasti vaikuttavat häiriöt.

Kriisiviestinnässä keskeisenä painopisteenä on suuremman vaaran torjuminen ja korvaavista palveluista tiedottaminen, toimintaohjeiden antaminen sekä väärän tiedon leviämisen estäminen.

Keskeistä on, että kuntalaisille välittyy mahdollisimman nopeasti täsmällinen tieto siitä, mitä on tapahtunut, mistä se johtuu ja mitä asialle ollaan tekemässä.

Kaupungin kriisiviestintäsuunnitelma koostuu kaupungin yleisestä kriisiviestintäsuunnitelmasta sekä Vesihuoltoliikelaitoksen omasta kriisiviestintäsuunnitelmasta, joiden tulee yhdessä muodostaa saumaton kokonaisuus.

Kriisitilannetta johtaa toimialan ja kaupungin johto, jota viestinnän ammattilaiset tukevat.

Jokaisen kaupungin työntekijän velvollisuus on

- ilmoittaa poikkeavasta tilanteesta esimiehelle
- tarvittaessa soittaa suoraan hätäkeskukseen numeroon 112

9. HANKEVIESTINTÄ

Käynnistyvän hankkeen hankesuunnitelmaan sisällytetään viestintäsuunnitelma. Viestintäsuunnitelma voidaan hyväksyä myös erillisenä asiakirjana. Hankkeista tiedotetaan myös kaupungin nettisivuilla. Kaupungin koordinoimissa hankkeissa viestintä ja tiedottaminen toteutetaan kaupungin nettisivujen kautta.

LISÄTIETOJA VIESTINNÄSTÄ

Viestintää ohjaavia säädöksiä ja asiakirjoja

- Kuntalaki, kuntalaisten osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuudet (§ 22) ja viestintä (§ 29)
- EU:n yleinen tietosuoja-asetus (EU) 2016/679,
- Tietosuojalaki 5.12.2018/1050
- EU:n direktiivi julkisen sektorin elinten verkkosivustojen ja mobiilisovellusten saavutettavuudesta 2016/2102
- Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta 306/2019
- Järkivihreä Forssa Kestävää elinvoimaa-kaupunkistrategia 2030
- Forssan kaupungin graafiset ohjeet 2005
- Forssan brändikäsikirja 2020

Liitteet

- Malli tiedotustilaisuuskutsusta
- Mediatiedotemalli
- Tiedottajan huoneentaulu

Lue lisää:

- <https://www.kuntaliitto.fi/>
- <https://journalistiliitto.fi/fi/>
- Kuntaliiton viestintäohjeet ja oppaat: <https://www.kuntaliitto.fi/osallistuminen-ja-vuorovaikutus/viestinta-ja-markkinointi/kuntaliitto-kuntien-viestinnan-tukena/ohjeita-ja-oppaita-kuntien-viestintaan>

KUTSU MEDIAN EDUSTAJILLE

Tapahtuma: Malli tapahtuma

Paikka: Malli paikka

Päivämäärä ja kellon aika: xx.xx.20xx, xx.xx

Kutsu tiedotustilaisuuteen

Kutsu on osoitettava selvästi kutsuksi median edustajille tiedotustilaisuuteen. Sitä ei pidä voida tulkita kutsuksi kaupunkilaisille tai tiedotteeksi, jonka voi julkaista saman tien uutisena.

Kutsussa kerrotaan tilaisuuden aihe eli mistä asiasta ko. tilaisuudessa on kyse, niin, että toimittajat voivat arvioida, kannattaako tilaisuuteen tulla. Tilaisuudessa kerrottavan asian sisältöä ei kuitenkaan tule kertoa tyhjentävästi kutsussa.

Kutsussa kerrotaan selvästi tilaisuuden aika ja paikka. Lisäksi on hyvä kertoa, keitä on paikalla asiasta kertomassa.

Hyvän journalistisen tavan mukaan tiedotustilaisuudessa julkistettavia asioita ei uutisoida kutsun lähettämisen jälkeen ennen tiedotustilaisuutta. Haastatteluista voidaan sopia ennen tilaisuutta mutta silloin on varmistettava asian julkistamisajankohta.

Kutsussa tulee olla lähettäjän nimi ja yhteystiedot.

Kutsu lähetetään medioiden toimituksiin sähköpostilla ja se kirjoitetaan sähköpostin tekstikenttään eikä laiteta liitetiedostoksi.

Fiinu Forssalainen
titteli
p.03 4141 xxxx
fiinu.forssalainen@forssa.fi

KUTSU MEDIAN EDUSTAJILLE

Tapahtuma: Tiedotustilaisuus Forssan kaupungin talousarviosta
Paikka: Forssan kaupungintalo, kaupunginhallituksen kokoushuone (2. kerros)
Päivämäärä ja kellon aika: torstai xx.xx.20xx, klo 10.00

Kutsu tiedotustilaisuuteen Forssan kaupungin vuoden XXXX talousarviosta

Tervetuloa vuoden 20XX talousarviota koskevaan tiedotustilaisuuteen

Forssan kaupungintalolle kaupunginhallituksen kokoushuoneeseen (2. kerros)
torstaina xx.xx.20XX klo 10.00.

Tilaisuudessa ovat läsnä kaupunginhallituksen puheenjohtaja,
kaupunginjohtaja ja talousjohtaja.

Terveisin

Fiinu Forssalainen
titteli
p.03 4141 xxxx
fiinu.forssalainen@forssa.fi

Otsikko kertoo mediatiedotteen tärkeimmän asian

Hyvä otsikko ilmaisee tiedotteen olennaisimman asian lyhyesti, mutta mahdollisimman kiinnostavasti. Otsikon tekoon kannattaa panostaa, sillä sen perusteella lukijat päättävät, lukevatko tiedotteen loppuun.

Tärkein asia kirjoitetaan otsikon lisäksi kahteen ensimmäiseen lauseeseen tai korostettuun ingressiin. Niissä tulee olla tiivistettynä tiedotteen pääasia.

Tiedotteessa vastataan kysymyksiin kuka, mitä, missä, milloin, miten ja millaisin seurauksin. Tekstissä asiat esitetään tärkeysjärjestyksessä, tärkeimmästä vähemmän tärkeään, siten, että toimitukset voivat halutessaan jättää kappaleita pois sisällön siitä kärsimättä. Kappaleet ovat mielellään lyhyehköjä, samoin lauseet ja virkkeet.

Tiedotteen kieli on selkeää ja ymmärrettävää yleiskieltä. Vältä sivistyssanoja, ammattikieltä ja lyhenteitä, elleivät ne ole yleisesti tunnettuja.

Väliotsikointi

Vastaanottajan on voitava lukea ja ymmärtää tiedote nopeasti. Väliotsikoita voi myös käyttää, sillä ne auttavat tekstin silmäiltävyyttä ja luettavuutta. Teksti kirjoitetaan valmiiksi julkaistavaan uutismuotoon.

Hyvä tiedote on pituudeltaan noin 2000 merkkiä. Sen tulee mahtua tulostettuna yhdelle A4-sivulle, joten tiedotteessa kerrotaan lyhyesti ja uutismaisesti olennainen.

Sitaatteja voi käyttää, jotta asiasta vastaava henkilö tulee esiin jo tiedotetekstissä. Sitaattiin kannattaa sijoittaa ennen kaikkea taustoittavaa tai seurauksia arvioiva lausunto.

Tapahtumatiedotteessa tulee tarkastaa, että kaikki aika- ja paikkatiedot mainitaan tiedotteessa.

Virheet

Tiedotteessa ei saa olla virheitä. E erityisen tarkka tulee olla lukujen, nimien ja titteli

Julkaisuajankohta laitetaan yläreunaan, mikäli tiedote jaetaan ennen asian julkistamista.

Lisätietoja -kohdassa kerrotaan kuka antaa lisätietoja aiheesta, puhelinnumero ja sähköpostiosoite. Jos aiheesta saa lisätietoja kaupungin internet-sivuilta, kirjoita myös www-osoite.

Lisätiedot:

Fiinu Forssalainen

titteli

p. 03 4141 xxxx

fiinu.forssalainen@forssa.fi

TIEDOTTAJAN HUONEENTAULU

- Tiedota ajoissa, aktiivisesti, avoimesti ja tasapuolisesti
- Jokainen on tiedottaja omalla paikallaan
- Viestintä on osa kaikkea kaupungin toimintaa
- Viesti selkeästi ja ymmärrettävästi, huomioi kohderyhmä
- Tiedote on tiedottajan tärkein työkalu
 - tärkein ensin
 - keskity olennaiseen
 - kuka, mitä, missä, milloin, miten ja millaisin seurauksin
 - pituus korkeintaan yksi A4
 - keneltä lisätietoja
- Muista, että viestit myös olemuksellasi ja käytökselläsi
- Hyvä sisäinen viestintä on onnistuneen ulkoisen viestinnän edellytys
- Ole käytettävissä ja tavoitettavissa
- Kaupungin viestinnässä käytetään yhtenäistä graafista ilmettä ja monipuolisia kanavia
- Viestintä on yhteistyötä



VIESTINTÄOHJE | FORSSAN KAUPUNKI