

Viestintäohjelma 2023 - 2026

Itä-Uudenmaan hyvinvointialue

Viestintä / versio 1.0

Östra *Itä* UUSIMAA
NYLAND

Hyvinvointialue
Välfärdsområde

Johdanto

Tämä on Itä-Uudenmaan hyvinvointialueen ensimmäinen viestintäohjelma ja se ulottuu strategiakauden loppuun.

Viestintäohjelma on luotu linjaamaan mitä viestinnässä tänä aikana tavoitellaan ja mihin osa-alueisiin erityisesti panostetaan.

Ohjelman toteutumista seurataan vuosittain.

Nykytila

Vuoden 2023 alusta astui voimaan yksi Suomen historian merkittävimmistä hallinnollisista uudistuksista kun vastuu sosiaali- ja terveyspalveluiden sekä pelastustoimen järjestäminen siirtyi kunnilta ja kuntayhtymiltä hyvinvointialueille.

Suuri uudistus ja sen herättämät voimakkaatkin tunteet loivat moninaiset haasteet ja varsin monitarpeisen lähtötilanteen viestinnälle.

Nykytila

Itä-Uudenmaan seitsemän kuntaa käsittävän hyvinvointialueen syntyessä syntyi myös uusi merkittävä brändi.

Uuden brändin tuominen lähelle ihmisiä, arkipäivään ja näkyväksi on iso viestinnällinen tehtävä toiminnan ensimmäisinä vuosina.

Organisaatioita yhdistettäessä syntyy tarve yhdistää, yhdenmukaistaa ja luoda uusia toimintamalleja.

Itä-Uudenmaan hyvinvointialueen viestinnän tärkeä ja isotöinen tehtävä on luoda heterogeeniselle alueelle parhaat mahdolliset tavat ja mallit viestiä.

Tavoitetila 2026

- Hyvinvointialueen synnyttämä mielikuva eri sidosryhmissä on vähintään neutraali. Viestimme aktiivisesti ja ennakoiden.
- Viestintämme on suunnitelmallista ja vaikuttavaa. Viestintä saavuttaa eri kohderyhmät hyvin ja viestinnässä otetaan huomioon kohderyhmien erilaiset tarpeet.
- Olemme luoneet yhteiset käytännöt ja toimintamallit ja tunnistamme organisaatiossamme viestinnän merkityksen ja mahdollisuudet strategian toteutumisen tukena.

Toimintaympäristö

Elämme mediayhteiskunnassa, jossa media kaikissa muodoissaan vaikuttaa jokapäiväiseen elämään, kulttuuriin, sosiaalisiin suhteisiin ja prosesseihin kaikilla yhteiskunnan ja yksityiselämän alueilla.

Viestinnällä on tänä päivänä myös kansainvälinen ulottuvuus ja globaalissa viestintäympäristössä kansallisista ja paikallisistakin uutisista voi tulla nopeasti kansainvälisiä. Itä-Uudenmaankin perinteisissä paikallismedioissa paikallisuus on kuitenkin vahvistunut. Journalistista sisältöä halutaan tuottaa nimenomaan oman alueen asukkaille ja oman alueen asukkaista ja ilmiöistä.

Toimintaympäristö

Viestinnässä uusien ja perinteisten medioiden toimintalogiikat sekoittuvat ja viestit kiertävät nopeasti eri välineissä. Julkinen keskustelu on muuttunut moniäänisemmäksi, koska uusilla media-alustoilla kuka tahansa pystyy tuottamaan ja jakamaan sisältöjä laajoillekin yleisöille.

Yleisöjen vaatimus sille, miten avoimesti ja nopeasti organisaatiot viestivät, kasvaa jatkuvasti. Erityisesti uudet mediat perustuvat nopeaan ja nopeasti muuttuvaan sisältöön. Tämä on lisännyt kärsimättömyyttä ja yleisö odottaa, että tietoa, vastauksia ja vuorovaikutusta on hyvin nopeasti saatavissa. Mikäli tietoa ei tule sen ensisijaiselta omistajalta, niin ”tietoa” jaetaan siltä pohjalta, mitä on saatavissa. Tämä osaltaan rapauttaa tiedon luotettavuutta isossa kuvassa.

Toimintaympäristö

Viranomaisten toimintaa pyritään yhä useammin horjuttamaan eri hybridivaikuttamisen keinoin.

Hybridivaikuttamisen tavoitteena on usein vääristää tarkoitushakuisesti yhteiskunnallista keskustelua, kärjistää vastakkainasetteluja ja heikentää kansalaisten luottamusta viranomaisten toimintaan ja kykyyn toimia haastavissa olosuhteissa. Esimerkiksi sosiaalisen median alustat tarjoavat eri toimijoille uusia vaikuttamismahdollisuuksia.

Ohjelmakauden tavoitteet viestinnässä

TAVOITE	MITTARI(T)	KEINOT
Hyvinvointialueen asukkaat tietävät, mitä hyvinvointialueen toiminta on, mistä palveluista se vastaa ja miten niihin hakeudutaan.	Asukaskokemus.. Eri palvelujen käytön määrä.	Verkkopalvelun kehittäminen. Viestintäkampanjat. Sosiaalinen media. Ulkoisen uutiskirjeen kehittäminen.
Hyvinvointialueen työntekijät kokevat olevansa osa uutta organisaatiota ja he ovat hyvin tietoisia organisaationsa keskeisistä asioista.	Henkilöstön tyytyväisyys. Henkilöstön kokemus tiedon saavuttavuudesta.	Intranetin kehittäminen. Henkilöstöinfot. Sisäisen uutiskirjeen kehittäminen.

Ohjelmakauden tavoitteet viestinnässä

TAVOITE	MITTARI(T)	KEINOT
Olemme houkutteleva työnantaja omille työntekijöille ja myös uusille ammattilaisille niin Itä-Uudellamaalla kuin sen ulkopuolella.	Hakijamäärät. Näkyvyys valituissa kanavissa.	Työnantajamielikuva kampanjat. Sosiaalinen media. Messut.
Digitaalisten palvelujen käyttö lisääntyy ja niiden tarjoamista mahdollisuuksista on asukkailla hyvin tietoa.	Asiakaskokemus. Digitaalisten palvelujen käytön määrä.	Palveluiden markkinointikampanjat. Sosiaalinen media.

Kanavat ja ensisijaiset kohderyhmät

	Lapset, nuoret, perheet	Työkäiset	Ikäihmiset	Henkilöstö	Potentiaaliset työntekijät (työnantajamielikuva)	Sidosryhmät
Verkkopalvelu	X	X	X		X	X
Intranet				X		
Tiedotteet	X	X	X			X
Asukaslehti	X	X	X			
Facebook	X	X	X			
Instagram	X	X				
LinkedIn					X	X
X						X
Palveluiden somekanavat	X	X	X		X	X
Uutiskirjeet				X	X	X
Lehti-ilmoitukset			X		X	
Digitaalinen markkinointi	X	X			X	

Viestinnän kehittäminen

Hyvinvointialueen viestinnässä on säännöllinen tarve kehittämiselle. Prosessien, toimintamallien ja päivittäistyön jatkuvan kehittämisen lisäksi ohjelmakaudelle on nostettu esille kolme laajempaa kehittämiskokonaisuutta:

1. Verkkopalvelu

Yhteistyökumppanimme kanssa teemme verkkopalvelun kehittämistyötä jatkuvan kehittämisen mallilla strategisella, taktisella ja operatiivisella tasolla läpi ohjelmakauden.

2. Intranet

Ohjelmakauden aikana uudistamme intranetin palvelemaan yhä paremmin hyvinvointialueen eri yksiköitä ja moninaisia ammattiryhmiä. Työ on aloitettu henkilöstökyselyllä.

3. Sosiaalinen media

Sosiaalisen median suunnittelua ja toteuttamista kehitetään strategisesti tavoitteellisemmaksi. Pyritään kohdentamaan sosiaalisen median viestinnälle lisää resursseja.



Itä UUSIMAA
Östra NYLAND

Hyvinvointialue
Välärdsområde