

Hyvinvointi- keskus, Tuusula

Viestintäsuunnitelma

keusote.fi

HYVINKÄÄ | JÄRVENPÄÄ | MÄNTSÄLÄ | NURMIJÄRVI | PORNAINEN | TUUSULA



Tulevaisuuden hyvinvointikeskus-

laaja-alainen hyvinvointikeskus, jossa tuotetaan asiakaslähtöisiä, saavutettavia palveluita keskiuusimaalaisille hyödyntämällä uudenlaista työnjakoa, digitalisaatiota ja eri ammattilaisten ja erityistason konsultaatiota.

Hyvinvointikeskuksen valmistelun viestintä

- Hyvinvointikeskuksen viestintä jakautuu useampaan eri vaiheeseen, joista keskeisimpiä ovat:
 - valmistelun viestintä,
 - rakentamisaikainen viestintä ja
 - käyttöönoton palvelu-/asiakasviestintä.
- Hyvinvointikeskuksen valmistelun viestintää johtaa projektiorganisaatio, Keusoten ja Tuusulan kunnan viestinnän tukemana.
- Viestintää tehdään osakokonaisuuksien alla huomioiden yhteinen päätöksenteon aikataulu, kattoviestintä tai muilta osin tarpeen mukaan integroitava viestintä, esim. rakentamisvaiheessa.

Hyvinvointikeskuksen viestintäroolit

Viestinnän tarve: hankkeen käynnistäminen, valmistelu, tavoitteet, päätöksenteko

Viestintävastuu: projektiorganisaatio, Keusoten ja Tuusulan kunnan viestintä

Valmistelun viestintä

Viestinnän tarve: rakentamisen käynnistyminen, rakennuttaminen, valmistuminen ja muu yhteistyö

Viestintävastuu: Rakennuttaja

Rakentamisaikainen viestintä

Viestinnän tarve: Palvelu- ja asiakasviestintä asiakkaille ja henkilöstölle

Viestintävastuu: projektiorganisaatio, Keusoten ja Tuusulan kunnan viestintä, muut palvelutuottajat

Käyttöönoton viestintä

Hyvinvointikeskuksen ja viestinnän tavoitteet

Hyvinvointikeskuksen päätavoitteet:

Hankkeen tavoitteita ei ole vielä määritelty, Syksyllä 2023 järjestetään työpaja aiheesta.

Hyvinvointikeskuksen viestinnän päätavoitteet:

Rakennuttaja yhdessä projektiorganisaation kanssa määrittelee rakentamisen aikaisen viestinnän tavoitteet. Niissä huomioidaan tulevien toimijoiden tavoitteet hankkeelle.

Valmistelun ja käyttöönoton viestinnän päätavoitteita ovat:

Yhteisen ymmärryksen luominen. (valmisteluviestintä) Viestintä on selkeää, johdonmukaista ja informoivaa. Valmistelusta ja tavoitteista viestitään avoimesti, säännöllisesti ja konkreetian kautta. Viestinnällä tarjotaan tietoa tavoitteista ja valmistelun etenemisestä yhteisen tavoitteen edistämiseksi.

Osallistaminen ja vuorovaikutus. (valmisteluviestintä) Viestinnässä huomioidaan eri kohderyhmien näkökulma ja mahdollistetaan vaikutusmahdollisuudet. Kaikessa viestinnässä korostetaan ja edistetään vuorovaikutusta.

Muutoksen tukeminen. (Käyttöönoton viestintä) Hyvinvointikeskus on osa Keusoten palveluverkkosuunnitelmaa, joka vaatii viestinnällistä muutoksen tukemista. Muutosviestinnällä turvataan turvallinen palvelujen siirtymä uuteen Hyvinvointikeskukseen. Vahvistetaan positiivista työnantajakuvaa ja imagoa sote-palvelujen tuottajana.

Viestinnän peruseriaatteen

Viestinnän taustalla vaikuttavat hyvinvointialueen ja Tuusulan kunnan viestinnänpääperiaatteet. Hyvinvointikeskuksen kattoviestintää tekevät eri toimijat yhdessä, ja osakokonaisuuksien viestintää integroidaan ja koordinoidaan vahvasti.

Miksi viestintä?

Tietoisuuden lisääminen, miksi hyvinvointikeskus rakennetaan, mitä palveluita siellä tuotetaan ja miten keskus edistää Keusoten alueen asukkaiden terveyttä ja hyvinvointia. Varmistetaan sitoutuminen tavoitteisiin. Varmistetaan tavoitteiden toteutuminen. Mahdollisesta osallistuminen. Varmistetaan muutoksen onnistuminen. Rakennetaan luottamusta.

Miten?

Viestintä on ajankohtaista, ymmärrettävää, läpinäkyvää ja monikanavaista. Viestinnässä huomioidaan kohderyhmä tietotarpeineen.

Kuinka toimitaan?

Viestintä on aktiivisesti mukana. Viestintä huomioidaan etenemisen eri vaiheissa. Huomioidaan johtamisviestinnän roolit.

Viestinnän kohderyhmät

Viestinnän kohderyhmiä on useita, joten on tärkeää valita keskeiset viestit kohderyhmäkohtaisesti.



Pääviestit

Pääviesti	Hyvinvointikeskus...
Henkilöstö	
Päätäjät	
Media	
Asukkaat	

Viestinnän osa-alueet



Päätösviestintä

- Päätösten valmistelu, tehdyt päätökset, päätösten vaikutukset, edelläkävijyys



Kansalais- ja osallisuusviestintä

- Hyvinvointikeskuksen palvelut, alueen asukkaiden ja asiakkaiden hyvinvoinnin ja terveyden edistäminen



Henkilöstö- ja osallistumisviestintä

- Yhteiseen tavoitteeseen tähtäävä muutosviestintä, yhdessä kehittäminen, uudet työtavat

Rakentamisvaiheeseen liittyvä viestintä tapahtuu rakennuttajan toimesta, integroituna tarvittavilta osin palvelutuottajien viestintään



Kohderyhmät, kanavat, sisällöt, vastuut

Kohderyhmä	Kanavat	Sisältö	Vastuuhenkilö
Esimiehet, henkilöstö	Päätöksenteon rakenteet, tiimipalaverit, henkilöstöinfot, Intra, www-sivut, tiedotteet, uutiskirjeet, henkilöstölehdet, esihenkilöaamut, tukimateriaalit, osallisuustyöpajat, julkinen viestintä	sitouttaminen, eteneminen, osallistaminen. merkitys- ja muutosviestintä.	projektipäällikkö, viestintä
Johto, poliittinen päätöksenteko, kunnan johto	Hallituksen ja -valtuuston kokoukset, iltakoulut, seminaarit, työpajat, kuntajohtajien kokoukset	sitouttaminen, eteneminen, osallistaminen. vaikutus- ja merkitysviestintä, luottamuksen rakentaminen, päätöksenteon tuki, vuoropuhelu	projektipäällikkö, valmistelijat
Sidosryhmät, yhteistyökumppanit, järjestöt	Yhteistyöverkostot, sidosryhmätiedotteet, julkinen viestintä	eteneminen, osallistaminen, vaikutuksista ja merkityksistä viestiminen, vuoropuhelu	projektipäällikkö, valmistelijat
Rakennuttaja	Yhteistyöverkostot, tiedotteet, verkkosivut	luottamuksen rakentaminen, vuoropuhelu, vaikutus- ja merkitysviestintä	Rakennuttaja, projektipäällikkö, valmistelijat
Asukkaat, asiakkaat	Tiedotteet, verkkosivut, printti- ja digiviestintä, asiakasrajapinnassa työskentelevä henkilöstö, kampanjat, muu julkinen viestintä	merkityksistä viestiminen, vuoropuhelu, muutosviestintä	projektipäällikkö, viestintä
Media	Mediatiedotteet, mediatilaisuudet, julkinen viestintä	vaikutuksista ja merkityksistä viestiminen, muutosviestintä, luottamuksen rakentaminen	projektipäällikkö, rakennuttaja, viestintä

Kanavista

- Verkkosivuston osa Keusoten verkkosivustolla - linkitetään tarvittaviin paikkoihin, kuten Tuusulan kunnan verkkosivuille.
- Rakennuttajalla on aikanaan oma, rakentamisen aikaiseen viestintään tarvittava verkkosivusto tai verkkosivuston osa omalla sivustollaan. Varmistetaan, että sivustolta on linkitys Keusoten ja Tuusulan kunnan sivuille.
- Tiedotteet voidaan julkaista Keusoten ePressi-tunnuksilla.
- Molemmat, sekä Keusote että Tuusula, julkaiset tiedotteen pohjalta uutisen omilla verkkosivustoillaan.
- Hyödynnetään sekä Keusoten että Tuusulan sosiaalisen median kanavia (Facebook, Twitter, tarpeen mukaan myös LinkedIn). Tuusula voi välillä jakaa Keusoten postauksia, tai tekee tarvittaessa omansa.

Viestinnän graafinen ilme

- Hyvinvointikeskuksen sisällöllistä valmistelua tehdään vahvassa yhteistyössä projektiorganisaation ja valmistelijoiden kesken.
- Palvelutuottajat viestivät palveluistaan oman graafisen ilmeen mukaisesti.
- PowerPoint-esityksissä käytetään lähtökohtaisesti Keusoten pohjia.
- Yhteisesti sovituissa tiedotteissa, mediatiedotteissa jne. voidaan käyttää kaikkien palvelutuottajien logoja sekä hyödyntää yhteisesti sovittuja #hastageja ja valokuvia someviestinnässä.

- Yhteiset sovitut #hastagit?
 - #Keusote
 - #Tuusula
 - #hyvinvointikeskus

Lausunnonantajista ja viestinnän toteuttajista

- Median yhteydenotot ohjataan Riina Kotaviidalle.
- Lausuntoja medialle antavat: Kalle Ikkela ja Mikko Komulainen (toiminnan näkökulma + Tuusulan edustajalla erityisesti Tuusulaan esim. kaavaan liittyvät näkökulmat).
- Rakentamisvaiheessa myös rakennuttajan/investorin nimeämä edustaja voi antaa lausuntoja rakentamisen osalta.
- Kuntien viestinnät toimivat käytännön tukena, esim. julkaistaan käytännössä tiedotteet ePressissä ja uutiset verkkosivuilla sekä postaukset sosiaalisessa mediassa.

Riskienhallintasuunnitelma

	Riski	Kuvaus	Vakavuus 1-4	Toden- näköisyys	Riskinhallintatoimenpiteet
1	Ennakkoluulot, negatiiviset tulkinnat	Päätäjien, kuntalaisten ennakkoluulot ja pelot vaikeuttavat oikeiden ydinviestien läpimenoa	4		Viestinnän aktiivisuus, avoimuus, läpinäkyvyys, valmistelusta kertominen avoimesti. Hyötyjen kautta viestiminen. Osallistaminen ja
<p>Nämä ovat vanhasta suunnitelmasta - mitkä ovat tässä projektissa keskeisiä riskejä? Riskityöpajat ovat syksyllä. Esimerkiksi kaavoitukseen ja aikatauluun liittyvät riskit.</p>					
2	Väärä tieto, huhu	Väärien tietojen kautta syntyy huhu puheita.	3		sovitussa linjassa. Viestintä on suunnitelmallista ja ennakoivaa – ei pimitetä tietoa. Reagoidaan ja oikaistaan huhut, väärä tieto. Aktiivinen luotaaminen.
3	Luottamuspula	Riittämättömän ja väärän tiedon kautta syntyy luottamuspulaa.	4		Aktiivinen avoin viestintä, perustelut. Osallistaminen. Esitetään faktat, tuodaan esille hyöty ja saavutettava arvo asiakkaalle, henkilöstölle ja kunnille.
4	Resurssit	Viestinnälle ei varata riittävää resurssia.	2		Viestinnän roolit ovat selvät, ja jokainen huolehtii viestinnästä oman johtamisvastuunsa mukaisesti.

Viestinnän arviointi ja mittaaminen

Asukas-/asiakas,
henkilöstökyselyt,
osallisuustyökalut

Spontaanit ja
kerätyt palautteet

Mediaseuranta

Analytiikkatyökalut
(verkko, some,
media)

Bränditutkimus

Itsearviointi ja
vertaisarviointi

Viestintää seurataan
aktiivisesti. Se, mikä ei
toimi, karsitaan.
Viestintäsuunnitelma
elää tarpeen ja
tilanteen mukaan.

Budjetti

- Hyvinvointikeskuksen valmistelun ja käyttöönoton viestintää tehdään Keusoten ja Tuusulan kunnan viestintäyksiköiden resurssein.
- Asiakas- ja asukasviestinnän markkinointikulut kuuluvat palveluita tuottavien organisaatioiden omaan budjettiin.
- Kiinteistössä tarvittavien asiakaskylttien ja opasteiden kustannukset kuuluvat rakennushankkeelle, eli joko rakennuttajalle tai rakentajalle, riippuen hankkeen kilpailutuksesta ja toteutuksesta.
- Rakentamisen aikaiset opasteet yms. kuuluvat niin ikään rakennushankkeelle.
- Rakentamisen aikaisen viestinnän kulut kuuluvat rakentajalle ja rakennuttajalle.



Kiitos

Tulevaisuuden sote-palvelut
#yhteistyöllä



KEUSOTE
Keski-Uudenmaan hyvinvointialue