



# **Viestintäohje ja suunnitelma 2026-2030**



**Tämä viestintäsuunnitelma tukee Rantasalmen  
kuntastrategian 2025–2030 toteuttamista.**

**Viestintä ei ole erillinen toiminto, vaan keskeinen työkalu  
strategisten tavoitteiden saavuttamisessa, kuntakuvaan  
vahvistamisessa ja kunnan elinvoiman kehittämisessä.**

**Viestintä kattaa sisäisen viestinnän, ulkoisen viestinnän,  
markkinoinnin sekä kriisiviestinnän.**



# Viestinnän strateginen rooli

Viestintä lisää näkyvyyttä, luottamusta ja osallistumista sekä tukee uusien asukkaiden, yritysten ja matkailijoiden houkuttelua.

Viestinnällä tuetaan erityisesti seuraavia kuntastrategian päämääriä:

- Monipuolinen elinkeinoelämä ja kokeileva kunta
- Aktiivinen ja osallistava kuntayhteisö
- Energiaomavaraisuus ja kestävä kehitys
- Laadukkaat palvelut ja hyvinvoiva arki

# Viestinnän tavoitteet 2025-2030

- Lisätä kuntamarkkinoinnin näkyvyyttä
- Tukea positiivista väestökehitystä
- Vahvistaa matkailun kasvua
- Parantaa kuntalaisten osallistumismahdollisuuksia
- Rakentaa houkuttelevaa työnantajakuva



## Osallistava viestintä

### Viestinnällä:

vahvistetaan yhteisöllisyyttä  
lisätään osallistumista päätöksentekoon  
tuetaan nuorten ja ikäihmisten osallisuutta  
Kunta toimii alustana ja mahdollistajana.

## Kestävä viestintä

### Viestintä tukee:

- hiilijalanjäljen pienentämistä
- kiertotalouden edistämistä
- vastuullista matkailua
- luonnon arvojen näkyväksi tekemistä

### Ydinviesti:

Rantasalmi – kestävä luonnostaan.



# Sisäinen viestintä

## TAVOITTEENA

- avoin tiedonkulku
- henkilöstön sitoutuminen strategiaan
- yhteistyön vahvistaminen
- strategian näkyminen arjen työssä



## INTRA

**Pääasiallinen** tiedon-  
jakelukanava henkilöstölle.

**Ajantasaiset ohjeet, uutiset  
ja sisäiset tiedotteet.**

## SÄHKÖPOSTI

**Kiireellisten** viestien  
välittäminen:

*ensisijaisesti julkaistaan  
tiedote intraan ja jaetaan  
sieltä sähköpostiin - mikäli asia  
vaatii välitöntä huomiota*

## HENKILÖSTÖTILAISUUDET

Strategisten linjausten ja  
**ajankohtaisten asioiden  
käsittely.**

**Vuorovaikutteinen**  
keskustelu ja palautteen  
kerääminen.

VIESTINNÄN OSA-ALUE	TAVOITE	TOIMENPIDE	KANAVA	AIKATAULU	VASTUUHENKILÖ
<b>Intranet</b>	Tiedon kulku	Päivitä viikoittaiset uutiset ja ohjeet	Intranet	Jatkuva	Markkinointi- ja viestintäkoordinaattori, viestintätiimi
<b>Sähköposti-tiedotteet</b>	Kiireellisen tiedotteen tavoitavuus	Vahvista tiedotteen tavoitavuutta lähettämällä sähköposti.	Sähköposti	Tarvittaessa	Markkinointi- ja viestintäkoordinaattori
<b>Kokoukset</b>	Osallistaminen	Järjestä kuukausittaiset henkilöstöinfot	Teams	Kuukausittain	Toimialajohtajat
<b>Työpajat</b>	Sitoutuminen	Toteuta tiimikohtaisia strategiatyöpajoja	Työpaja	Kvartaaleittain	Toimialajohtajat
<b>Viestintätiimi</b>	Toimialat ylittävä tiedon kulku	Ajantasainen tiedonkulku	Teams	Kuukausittain	Markkinointi- ja viestintäkoordinaattori
<b>Toimialaviestintä</b>	Tiedon kulku	Tarvekartoitus ja ajankohtainen tieto	Teams, F2F	Kuukausittain	Markkinointi- ja viestintäkoordinaattori

Raportointi: Markkinointi- ja viestintäkoordinaattori raportoi JORY:lle kuukausittain/ kvartaaleittain

# Ulkoinen viestintä

## TAVOITTEENA

- vahvistaa kunnan mainetta ja tunnettuutta
- lisätä vuorovaikutusta kuntalaisten kanssa
- tukea elinvoimaa ja palveluiden käyttöä



### VERKKOSIVUT

**Viralliset** tiedotteet, palvelukuvaukset ja ajankohtaiset uutiset.

**Kuntalaisten** osallistumismahdollisuudet ja palautejärjestelmät.

### SOSIAALINEN MEDIA

**Vuorovaikutus** kuntalaisten kanssa ja palautteen kerääminen.

Nopeat päivitykset ja **ajankohtaiset** tiedotteet.

### MEDIATIEDOTTEET

**Merkittävien** uutisten ja päätösten välittäminen medialle.

Kunnan **näkyvyyden** ja **tiedottamisen** parantaminen.

Avoin **tiedonvälitys** ja **vuorovaikutus** kuntalaisten kanssa.

**Ajankohtaisten** asioiden käsittely ja kysymysten esittäminen.

### TAPAHTUMAT

Osallistutaan messuille ja järjestetään **kohtaamisia**, joilla lisätään kunnan **näkyvyyttä**, **vahvistetaan suhteita** ja houkutellaan **uusia asukkaita, yrityksiä** ja **matkailijoita**.

### DIGINÄYTÖT

Hyödynnetään diginäyttöjä **ajankohtaiseen tiedottamiseen**, palveluiden ja tapahtumien **markkinointiin** sekä **kunnan brändin näkyvyyden vahvistamiseen**.

VIESTINNÄN OSA-ALUE	TAVOITE	TOIMENPIDE	KANAVA	AIKATAULU	VASTUUHENKILO
Verkkosivut	Tiedon saatavuus	Julkaise ajankohtaiset tiedotteet ja tapahtumat	Verkkosivut	Jatkuva	Markkinointi- ja viestintäkoordinaattori, viestintätiimi
Sosiaalinen media	Vuorovaikutus	Postaa viikoittain päivityksiä	Facebook, Instagram	Markkinointi-suunnitelman mukainen	Markkinointi- ja viestintäkoordinaattori
Mediatiedotteet ja -tilaisuudet	Laaja tiedotus	Lähetä lehdistötiedote merkittävistä uutisista ja päätöksistä	Sähköposti, tilaisuudet	Tarvittaessa	Markkinointi- ja viestintäkoordinaattori
Työnantaja-mielikuva	Positiivinen mielikuva kunnasta työnantajana	Viesti kunnan arvoista, työyhteisön ilmapiiristä ja tarjoamista mahdollisuuksista	LinkedIn, Facebook, Insta	Jatkuva	Markkinointi- ja viestintäkoordinaattori

Raportointi: Markkinointi- ja viestintäkoordinaattori raportoi JORY:lle kuukausittain/ kvartaaleittain

## Viestintä edellyttää vastuullisuutta

- Pysy totuudessa ja varmista tietojen oikeellisuus ennen niiden jakamista
- Huolehdi, ettet levitä arkaluonteista tai luottamuksellista tietoa
- Muita tulee kohdella kunnioittavasti. Viesti kohteliaasti ja rakentavasti, kuuntele ja vastaa asiallisesti myös eriäviin mielipiteisiin. Älä provosoidu tai osallistu asiattomaan keskusteluun.

## Sosiaaliseen mediaan / verkkojulkaisuihin ei tule kommentoida

- Tarvittaessa kommentteja pyydetään, jos ne katsotaan tarpeellisiksi.
- Viestintään päätöksistä lisätään yhteystiedot lisätietoja varten.

## Kuntaa ei saa tagätä vaalimainontaan liittyviin julkaisuihin

## Viestinnässä on tärkeää käyttää oikeita kanavia

- Tiedotteet jaetaan **luottamushenkilöintran** kautta
- Pikaviestintään käytetään **Teamsia**

# Kriisiviestintä

## TAVOITTEENA

- Nopea ja tehokas tiedottaminen kriisitilanteissa
- Luottamuksen ja turvallisuuden tunteen ylläpitäminen



### JOHTORYHMÄ

**Koordinoi ja hallinnoi** viestintää kriisitilanteissa.

**Yhteistyö** viranomaisten ja sidosryhmien kanssa.

### SISÄINEN

**Kiireellinen ja suora** tiedottaminen kriisitilanteissa:

**Sähköposti**  
**Signal**

### ULKOINEN

**Virallinen tiedottaminen** ja medialle suunnattu viestintä:

**Verkkosivut**  
**Mediatiedotteet**



# Mittarit ja seuranta

---

## SMART-tavoitteet ja seuranta

- verkkosivujen ja somen analytiikka
- kuntalaisten tyytyväisyyskyselyt
- medianäkyvyys
- osallistumisaste
- strategisten mittareiden toteutuminen

