



# Onnistunut hankeviestintä käytännön kokemuksilla höystettynä

---

ANNE HYTÖNEN, XAMK

SONJA KÄRKKÄINEN, SAVONIA

# Keitä me olemme?



**ANNE HYTÖNEN**

TKI-asiantuntija (tiedeviestintä)

Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu Xamk

TKI-palvelut



**Kaakkois-Suomen  
ammattikorkeakoulu**



**SONJA KÄRKKÄINEN**

Digitaalisen viestinnän asiantuntija

Savonia-ammattikorkeakoulu

Kestävä ja älykäs hyvinvointi



**ammattikorkeakoulu**

# Mihin hankeviestintää tarvitaan?

---

## Kerromme työstämme

Hankkeen tavoitteet, toimenpiteet ja tulokset eri yleisöille > **vaikuttavuus**

## Sujuvoitamme yhteistyötä

Hankekumppanit, hankkeen kohderyhmä/t, sidosryhmät, rahoittaja, vanhat ja uudet verkostot > **osallistava ja keskusteleva viestintäkulttuuri**

## Tuotamme uutta tietoa

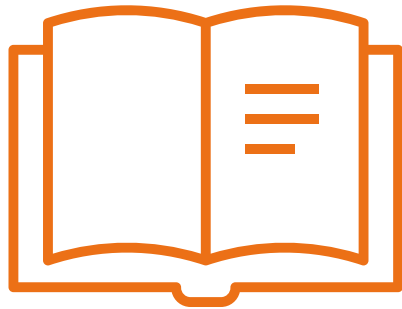
Tutkimustieto, hyvät käytännöt, mitä opittu > **tieteen ja tutkimuksen avoimuus**

## Vahvistamme brändiä

Asiantuntijuus, alueiden kehittäminen, yhteiskunnalliseen keskusteluun osallistuminen, organisaation viestintäkanavien hyödyntäminen > **vahva korkeakoulubrändi**

# Vaikuttava viestintä...

---



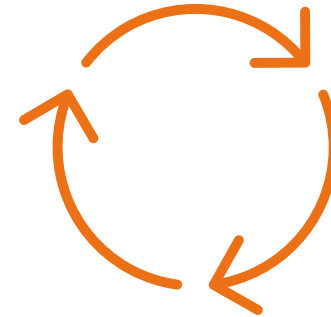
## perustuu sisältöön

Hankeessa tehtävä työ on kaiken viestinnän perusta: asiantuntijuus, kohderyhmät, sidosryhmät, kumppanit...



## kertoo ihmisistä

Miten vaikutamme ihmisten työhön ja arkeen?  
Kuka tekee ja miksi? Miten?  
Mitä opimme?



## kehittyy jatkuvasti

Viestintä elää hanketoiminnan mukana. Miten meni, mikä onnistui, missä on parannettavaa?

Sori vaan,  
hankebyrokratia ei  
kiinnosta juuri ketään...

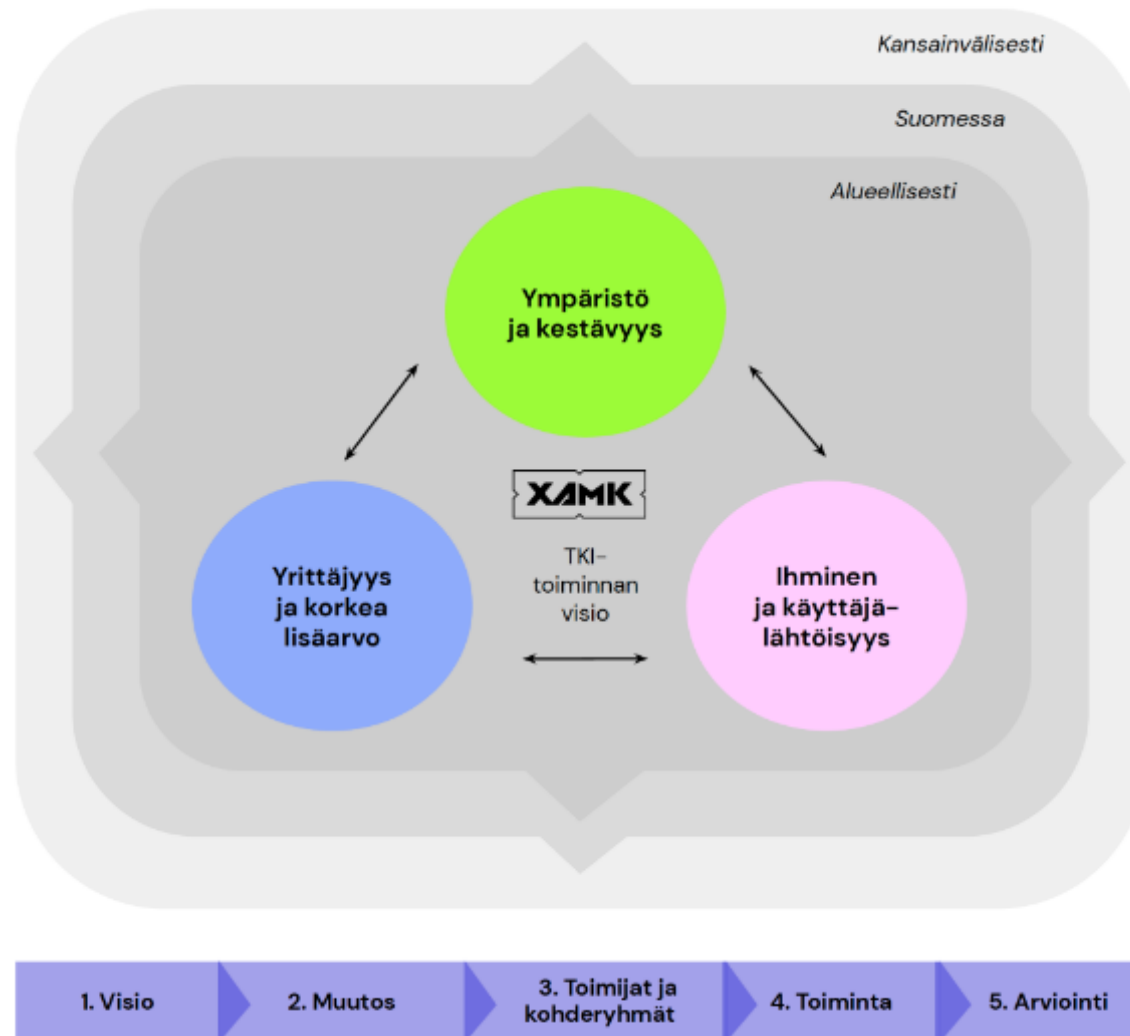
# Xamkin TKI-vaikuttavuusmalli

Ohjaa hankkeen suunnittelua

Ohjaa viestintää

Konkretisoi vaikuttavuutta

Tukee Xamkin brändiviestejä



Asiantuntijat viestivät, TKI-viestintä tukee

Brändipohjat ja työkalut

TKI-viestintävastaavien verkosto

Koulutusta, yhteistyötä Xamk-tason viestinnän kanssa





# Kohderyhmän tavoittaminen: Vireeksi-hanke

Ihmisläheisyys & luottamuksen saavuttaminen



Vaikuttava viestintä Vireeksi-hankkeessa



# Vaikuttava viestintä Vireeksi-hankkeessa

## syntyi edellä mainituista:

- Luottamuksen herättäminen
- Ihmisläheisyys & kanssakulkeminen
- Viestintä kohderyhmän tarpeesta
- Huumori & aitous

## näkyi aitoina tuloksina:

- **Kuljettajien saavutukset:** 78 % osallistujista koki, että työhyvinvointi ja työkyky parantui, 71 % pääsi asettamiinsa tavoitteisiin (n=83)
- **Pöhinä** alan verkostoissa ja kuljettajien keskuudessa jatkuu



# Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty

## SUUNNITTELE

Mitä haluat kertoa hankkeestasi? Mitä teet, miten haluat vaikuttaa?

Miten tavoitat kohderyhmäsi? Missä keskusteluissa haluat olla mukana? Onko valmiita areenoita, joita voit hyödyntää? Miten mittaat viestinnän onnistumista?

Miten kerrot eri yleisöille työsi vaikuttavuudesta? Aikatauluta ja resurssoi (raha ja aika) viestintä osaksi hanketyötä.

## VALITSE

Mikä on hankkeen ydinviesti?

Mikä on viestisi pääkanava? Valitse kanavat, joihin keskityt. Hyödynnä oman organisaatiosi vahvaa brändiä ja viestintää.

Kohderyhmä > kanava  
Sidosryhmä > kanava  
Suuri yleisö > kanava  
Tiedeyhteisö > kanava

## TOTEUTA

Hankkeen ydinviesti toistuu eri viestintäkanavissa niille sopivassa muodossa.

Tuota sisältöä oman organisaatiosi viestintään. Muista myös yhteistyökumppaneiden ja rahoittajien viestintäkanavat.

Kohdennettua viestintää eri yleisöille. Tee yhteistyötä myös viestinnässä. Hyödynnä viestintäasiantuntijoiden apua.

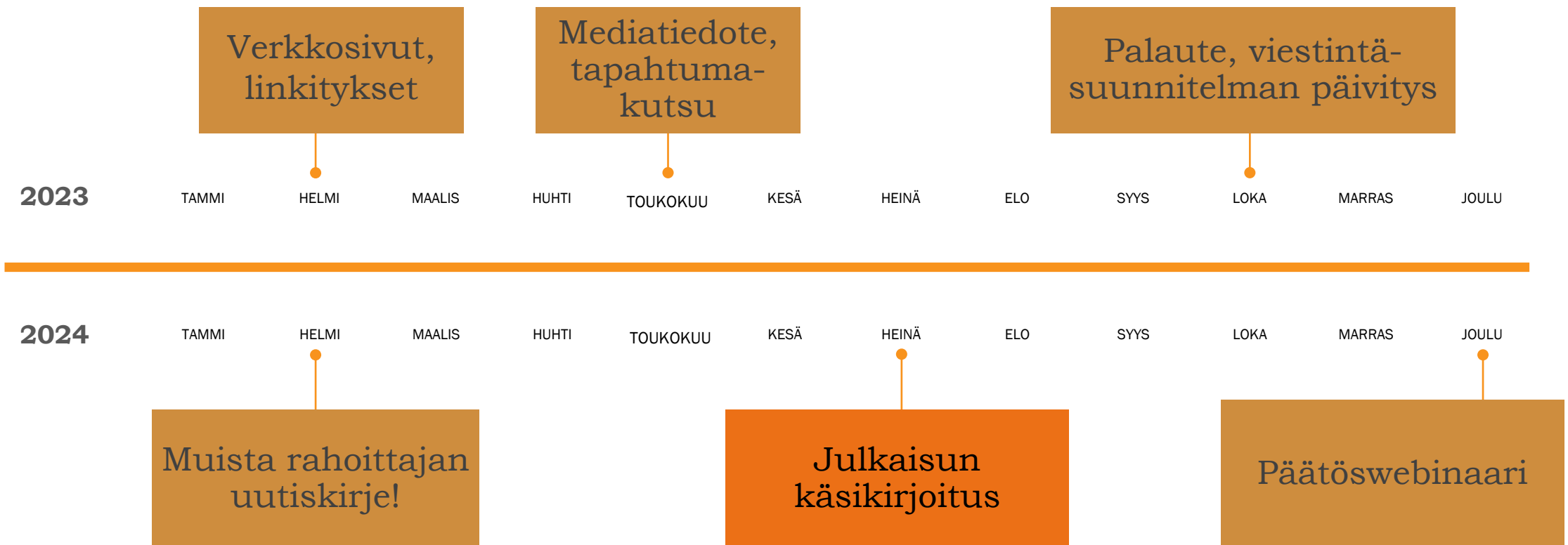
## MITTAA JA ARVIOI

Saitko viestisi perille? Millaista palautetta saat? Miten voit kehittää viestintää?

Saavutitko tavoitteesi? Mikä toimi, mikä ei toiminut? Mitä muutat, jotta pääset tavoitteeseesi?

Hankeindikaattorit  
Julkaisupisteet

# Hankkeen viestintäsuunnitelma



# Hankeviestinnän ilot ja surut

---

## Opit ja onnistumiset

- viestintä on osa asiantuntijan työtä
- viestimään oppii viestimällä
- Itselle sopivan viestintätyylin löytäminen helpottaa hengittämistä
- kaikkea ei tarvitse tehdä yksin eikä kaikkeen tarvitse taipua
- hyödynnä valmista, pyydä apua
- hyvä suunnitelma kantaa pitkälle
- opi omista ja kollegoiden kokemuksista
  
- **VIESTINTÄ ON VAIKUTTAVUUTTA!**

## Haasteet ja hankaluudet

- rahoittajien ohjekirjo ja erilaiset tulkinnat
- hanketoteuttajan ja/tai yhteistyökumppaneiden ohjeet ja niiden erilaiset tulkinnat
- hanketyön hektisyys, aikataulutukset ja resurssit
- viestintäympäristöjen ja eri viestintävälineiden toimintalogiikoiden ymmärrys

# Löydä oma tapasi viestiä



Jokaiselle löytyy se oma, työhön sopiva viestintätyyli 😊

# Hankeviestinnän huoneentaulu

---

## Viesti ymmärrettävästi



- vältä hankejargonia ja ammattitermejä
- kerro konkreettisia esimerkkejä
- valitse oikea äänensävy oikeaan kanavaan

## Hyödynnä verkostojasi

- organisaation ja yhteistyökumppaneiden somekanavat, uutiskirjeet, verkkosivut...
- kysy vinkkejä ja palautetta kollegoilta, viestinnän asiantuntijoilta, kumppaneilta...
- valmiit viestintäaineistot ja -pohjat

## Päivitä viestintäsuunnitelmaa

- viestintäsuunnitelma elää hanketyön mukana
- pyydä palautetta
- mittaa, arvioi, kehitä

## Muista työn ilo ja huumori!

- Työn ilo näkyy viestinnässä(kin)!
- Mikäli voit, laita oma persoona peliin 😊
- Voisiko huumori toimia oman kohderyhmäsi kanssa?
- Jaa onnistumiset, opi epäonnistumisista.