

Hankeviestintä on supervoimaa - Arvokkaasta tekemisestä kannattaa kertoa aktiivisesti ja suunnitelmallisesti

ESR+-hankkeiden aloituskoulutus 6.11.2024

Viestintäasiantuntija Saara Sonninen,
Keski-Suomen ELY-keskus



**Euroopan unionin
osarahoittama**

Uudistuva ja osaava Suomi 2021–2027



**Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus**

Viestinnän keinoin hanke

**Kertoo saamastaan
EU-rahoituksesta**

**Kertoo yleisöille ja
kohderyhmille toiminnastaan
sekä hankkeessa
saavutetuista tuloksista**

**Tavoittaa uusia
kohderyhmiä, osallistaa
organisaatioita ja ihmisiä
mukaan hanketoimintaan**

**Jakaa hankkeessa kehitettyjä
toimintamalleja, parhaita
käytäntöjä ja saavutettuja
tuloksia ja tuotoksia yleisesti
hyödynnettäviksi**



**Euroopan unionin
osarahoittama**

Uudistuva ja osaava Suomi 2021–2027



**Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus**

Hankeviestintä: mitä, miksi, miten?

- Vaikuttavan toiminnan tueksi tarvitaan näkyvyyttä – eli viestintää
- Viestintä on keskeinen osa jokaisen EU-rahastosta tukea saaneen hankkeen toimintaa
- EU-rahoituksen saajilla on lakisääteinen velvollisuus ilmoittaa rahoituksen alkuperä ja varmistaa EU:lta saadun rahoituksen näkyvyys viestinnän toimilla
- Viestinnän suunnitteluun kannattaa panostaa heti alussa – suunnitelmallinen viestintä auttaa onnistumaan!



Viestinnän suunnittelu

Ydinviestit

- Ydinajatus kaiken viestinnän taustalla – ”viestinnän kivijalka”, johon kaikki viestintä ja arkinenkin tekeminen linkittyy
- Mitä toivot viestinnän vastaanottajan kuulevan ja muistavan hankkeestasi?
- Mitkä ovat ne pääviestit, joita hanke haluaa välittää?

Kanavat ja viestintämuodot

- Pidä mielessä kohderyhmä – mitä kautta heidät tavoitetaan?
- Missä kanavissa kohderyhmät ovat jo läsnä?
- Millainen sisältö on kohderyhmille mieluisinta?
- Moneenko kanavaan sisältöä ehditään ja pystytään tuottamaan?

Visuaalinen ilme

- Miltä hankkeen viestintä näyttää?
- Millainen ilme herättää kohderyhmän mielenkiinnon?

Mittaaminen ja seuranta

- Mitä asioita viestinnässä halutaan seurata?
- Miten hyvin viestit ovat menneet läpi?
- Onko tavoitteisiin päästy?

Tavoitteet

- Mitä hankkeen viestinnällä halutaan tavoittaa?
- Jos viestintä onnistuu täydellisesti, mikä on lopputulema?
- Konkreettisten tavoitteiden toteutumista on helpompi seurata
- Muista pohtia myös määrällisiä, mitattavissa olevia tavoitteita

Kohderyhmä(t)

- Kenet hankkeen viestinnällä halutaan tavoittaa?
- Kenet pitää tavoittaa, jotta hankkeen tavoitteet saavutetaan?
- Kuka voisi hyötyä hankkeen tuottamasta tiedosta?
- Ei kannata tarjota kaikkea kaikille – hyvä viestintä tavoittaa tehokkaasti oikeat ihmiset
- Kohderyhmiä voi olla useita!

Tyyli ja äänensävy

- Millaisella äänensävyllä hankkeesta kannattaa viestiä?
- Millainen tyyli tehoaa kohderyhmään parhaiten?
- Asiallinen asiantuntija vai rento hassutteleja – vai jotain siltä väliltä?
- Vältä ammattisanastoa, jos kohderyhmä ei ole kanssasi samalla alalla!

Resurssi ja vastuut

- Kuka viestintää käytännössä tekee?
- Paljonko viestintään voidaan käyttää aikaa?
- Voidaanko viestintään käyttää ulkopuolisia palveluita?



Euroopan unionin
osarahoittama

Uudistuva ja osaava Suomi 2021–2027



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus

Tavoitteet

- Mitä hankkeen viestinnällä halutaan tavoittaa?
- Jos viestintä onnistuu täydellisesti, mikä on lopputulema?
- Konkreettisten tavoitteiden toteutumista on helpompi seurata
- Muista pohtia myös määrällisiä, mitattavissa olevia tavoitteita



Ydinviestit

- Ydinajatus kaiken viestinnän taustalla – ”viestinnän kivijalka”, johon kaikki viestintä ja arkinenkin tekeminen linkittyy
- Mitä toivot viestinnän vastaanottajan kuulevan ja muistavan hankkeestasi?
- Mitkä ovat ne pääviestit, joita hanke haluaa välittää?



Kohderyhmä(t)

- Kenet hankkeen viestinnällä halutaan tavoittaa?
- Kenet pitää tavoittaa, jotta hankkeen tavoitteet saavutetaan?
- Kuka voisi hyötyä hankkeen tuottamasta tiedosta?
- Ei kannata tarjota kaikkea kaikille – hyvä viestintä tavoittaa tehokkaasti oikeat ihmiset
- Kohderyhmiä voi olla useita!



Kanavat ja viestintämuodot

- Pidä mielessä kohderyhmä – mitä kautta heidät tavoitetaan?
- Missä kanavissa kohderyhmät ovat jo läsnä?
- Millainen sisältö on kohderyhmille mieluisinta?
- Moneenko kanavaan sisältöä ehditään ja pystytään tuottamaan?



Tyyli ja äänensävy

- Millaisella äänensävyllä hankkeesta kannattaa viestiä?
- Millainen tyyli tehoaa kohderyhmään parhaiten?
- Asiallinen asiantuntija vai rento hassuttelija – vai jotain siltä väliltä?
- Vältä ammattisanastoa, jos kohderyhmä ei ole kanssasi samalla alalla!



Visuaalinen ilme

- Miltä hankkeen viestintä näyttää?
- Millainen ilme herättää kohderyhmän mielenkiinnon?



Resurssi ja vastuut

- Kuka viestintää käytännössä tekee?
- Paljonko viestintään voidaan käyttää aikaa?
- Voidaanko viestintään käyttää ulkopuolisia palveluita?



Mittaaminen ja seuranta

- Mitä asioita viestinnässä halutaan seurata?
- Miten hyvin viestit ovat menneet läpi?
- Onko tavoitteisiin päästy?



Muista myös nämä!

- Kerro aina EU-rahoituksesta logolla ja/tai sanallisesti
 - EU-lippulogo on laadun merkki: Tekeminen on arvioitu niin merkittäväksi, että hankkeelle on myönnetty rahoitus
 - Tiedotuskyltti hanketoimijan tiloissa
 - Viestintämateriaalit ja –ohjeet on koottu samalle sivulle:
 - rakennerahastot.fi/viestinta
- Huolehdi viestinnän saavutettavuudesta
 - Saavutettavuus on digimaailman vastine esteettömyydelle
 - Tavoitteena verkkopalvelut, jotka ovat yhdenvertaisesti kaikkien käytettävissä
 - Apua ja tukea saavutettaviin sisältöihin:
 - saavutettavasti.fi
 - saavutettavuusvaatimukset.fi



Projektipääalliköiden viestintäideoita 1/3

"Viestintä on tietenkin aivan keskeistä. Se täytyy ottaa suunnitelmiin mukaan alusta asti, ja sitä pitää tehdä määrätietoisesti."

- Rohkeasti mukaan tekemisessä merkityksellisiin verkostoihin.
- Kirjoita, tarjoudu puhujaksi, osallistu some-keskusteluihin: omaa asiantuntijuutta täytyy aktiivisesti rohjeta nostaa esiin ja tarjota käytettäväksi.



Projektipäälliköiden viestintäideoita 2/3

"Viestintää tehtiin alusta asti suunnitelmallisesti ja keskeiset kohderyhmät tunnistaen."

- Aloita viestinnän suunnittelu hyvissä ajoin.
- Kukapa olisi parempi viestinviejä kuin hankkeeseen osallistunut. Hyödynnä heitä!
- Kerää aktiivisesti hankkeisiin osallistuneiden kokemuksia ja viesti niistä.



Projektipääälliköiden viestintäideoita 3/3

"Tulevaisuuden hankesuunnittelussa huomioimme aiempaa paremmin aineistojen visuaalisuuden."

- Se, miltä eri aineistot näyttävät, on tärkeää. Visuaalisuuden merkitys on suuri.
- Jo hankesuunnittelussa hyvä miettiä, millaista viestintäosaamista oikein tarvitaankaan. Milloin tarvitaan esimerkiksi graafikon työpanosta?



Uudistuva ja Osaava Suomi 2021-2027:

Länsi-Suomen aamukahvitilaisuudet



7.11. Vakiosivukulumalli

14.11. Yksikkökustannusmalli

21.11. Hankeviestintä

Lue lisää ja ilmoittaudu mukaan:

[Länsi-Suomen aamukahvit \(rakennerahastot.fi\)](https://rakennerahastot.fi)



**Euroopan unionin
osarahoittama**



**Nyt on lupa
hankeviestiä –
anna mennä
vaan rohkeasti!**



**Euroopan unionin
osarahoittama**

Uudistuva ja osaava Suomi 2021–2027



**Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus**