

Hankeviestintä on supervoimaa!

Arvokkaasta tekemisestä kannattaa kertoa aktiivisesti ja suunnitelmallisesti

ESR+-hankkeiden aloituskoulutus 16.9.2025

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!



Projektipääälliköiltä kuultua

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

"Tulevaisuuden hankesuunnittelussa huomioimme aiempaa paremmin aineistojen visuaalisuuden."

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



Viestinnän suunnittelu

Tavoitteet

Ydinviestit

Kohderyhmä(t)

Kanavat

Tyyli

Visuaalinen ilme

Vastuut

Seuranta



Euroopan unionin
osarahoittama

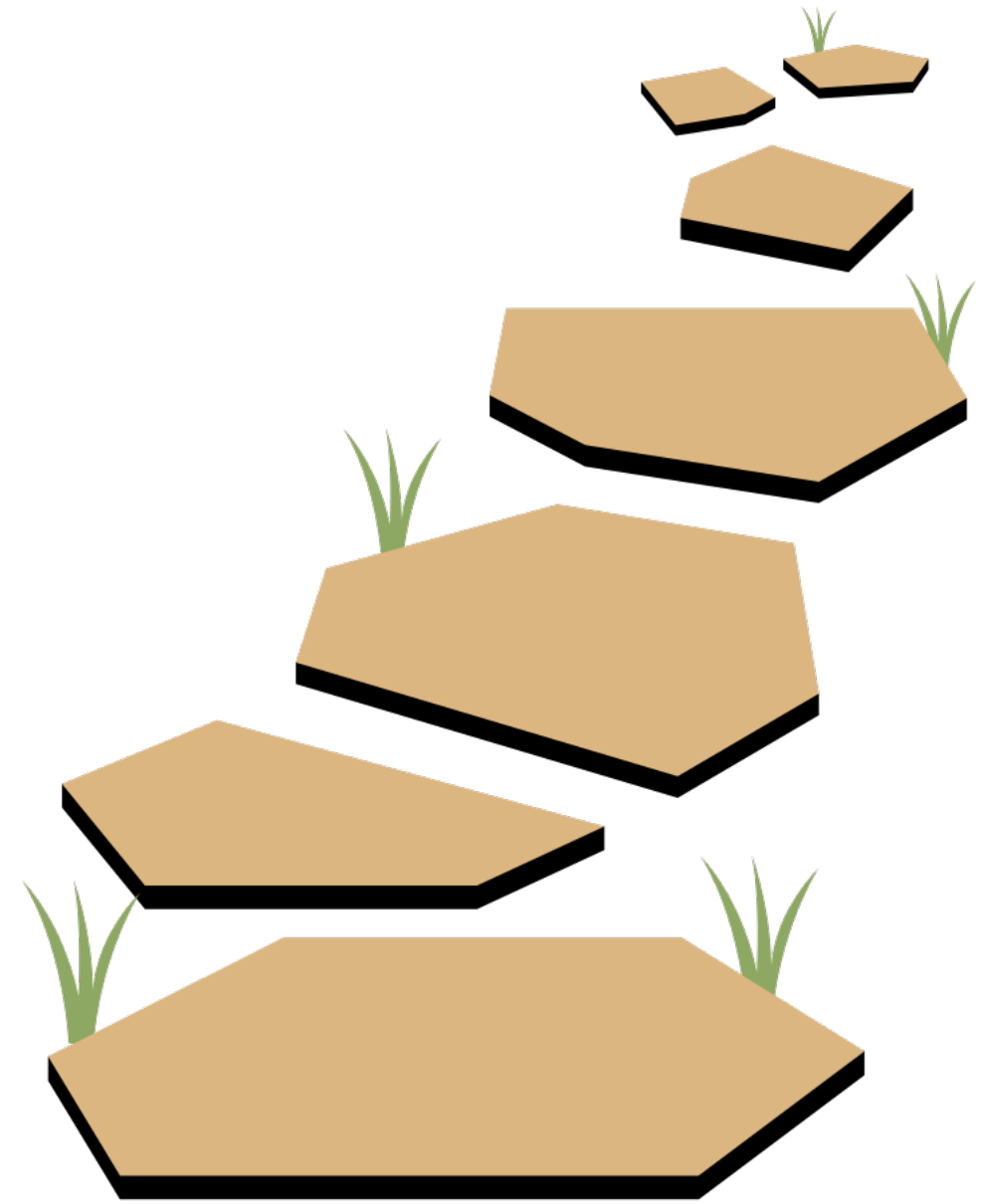
Uudistuva ja osaava Suomi 2021–2027



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus

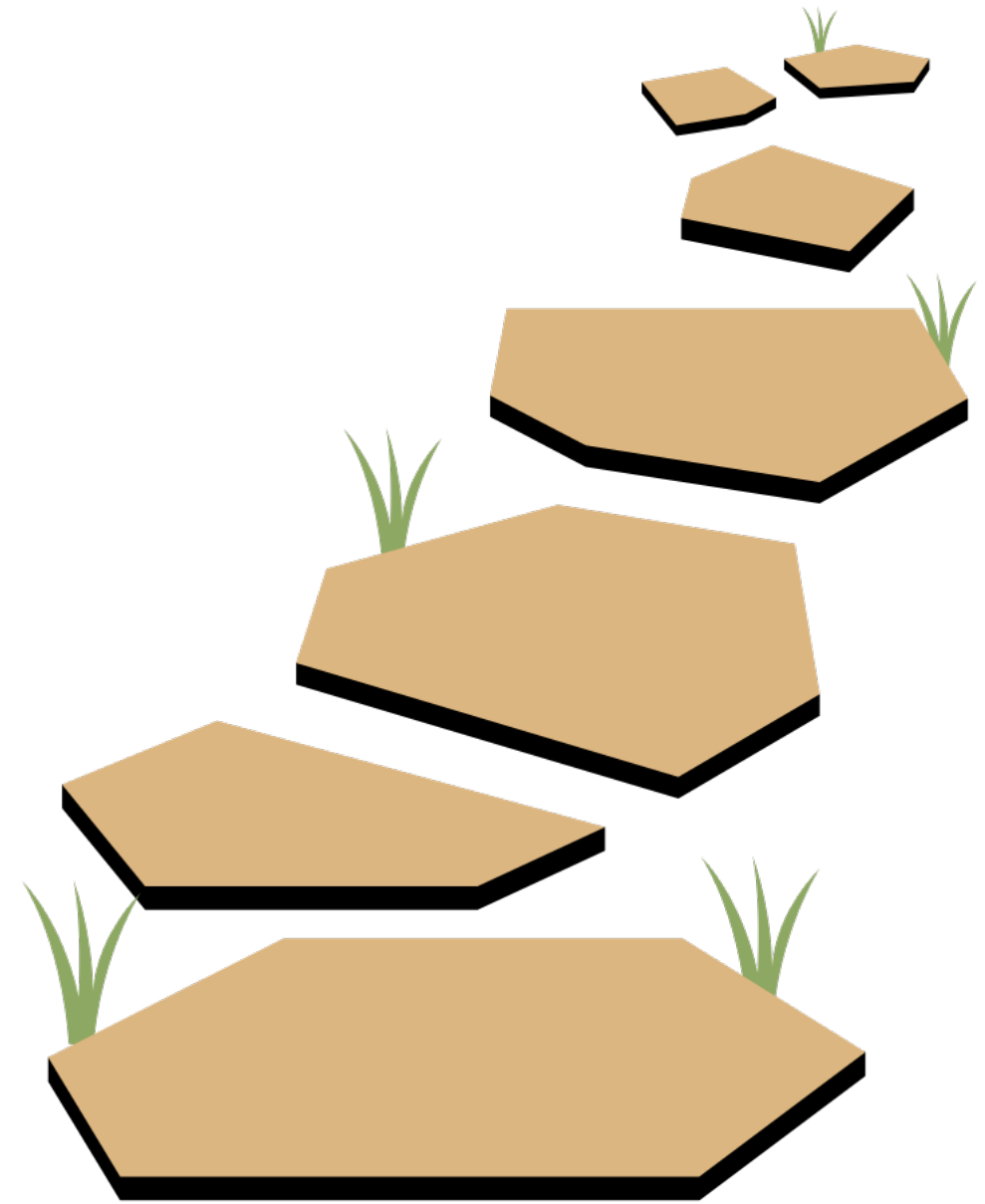
Tavoitteet

- 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



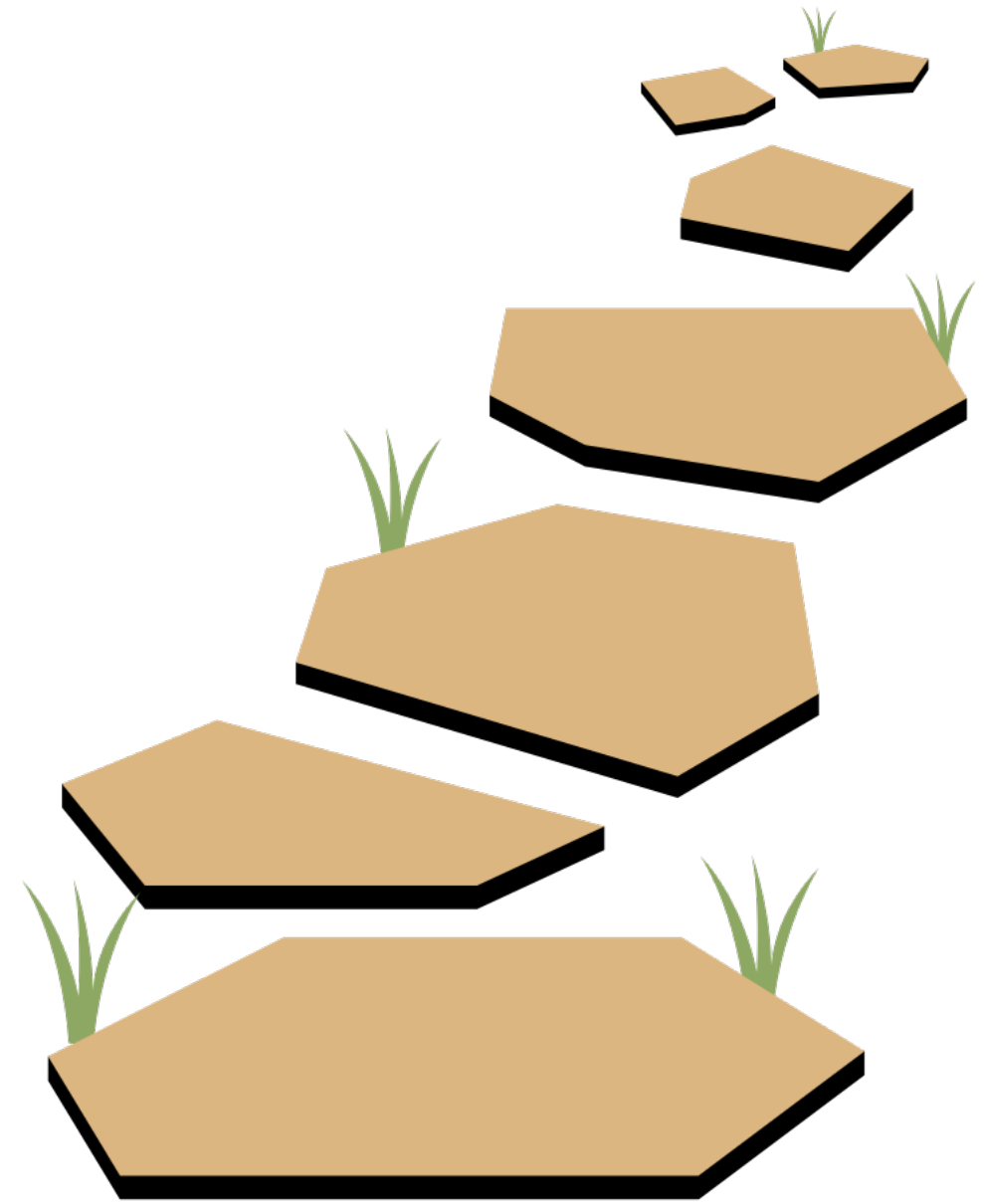
Ydinviestit

- 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?



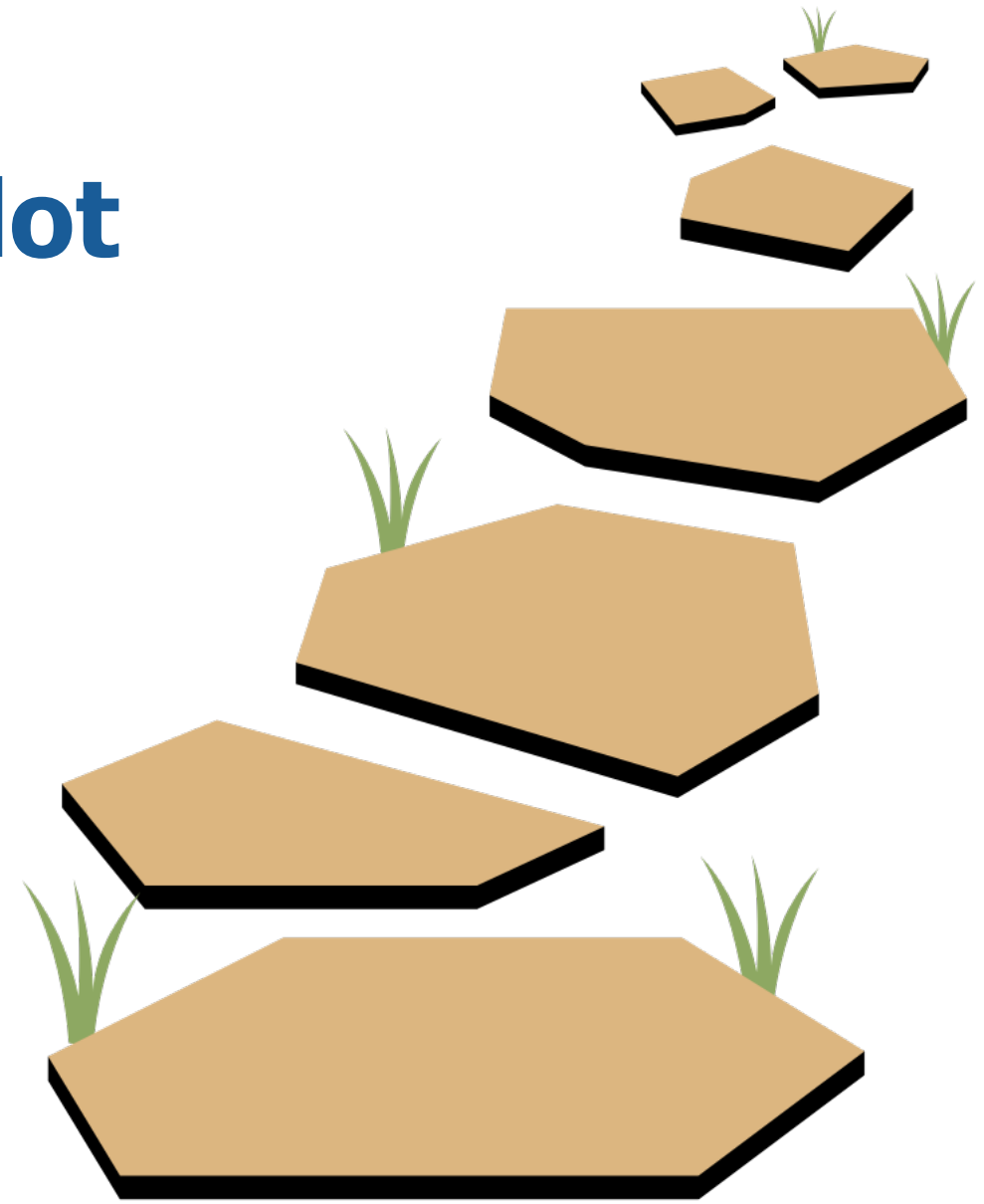
Kohderyhmä(t)

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



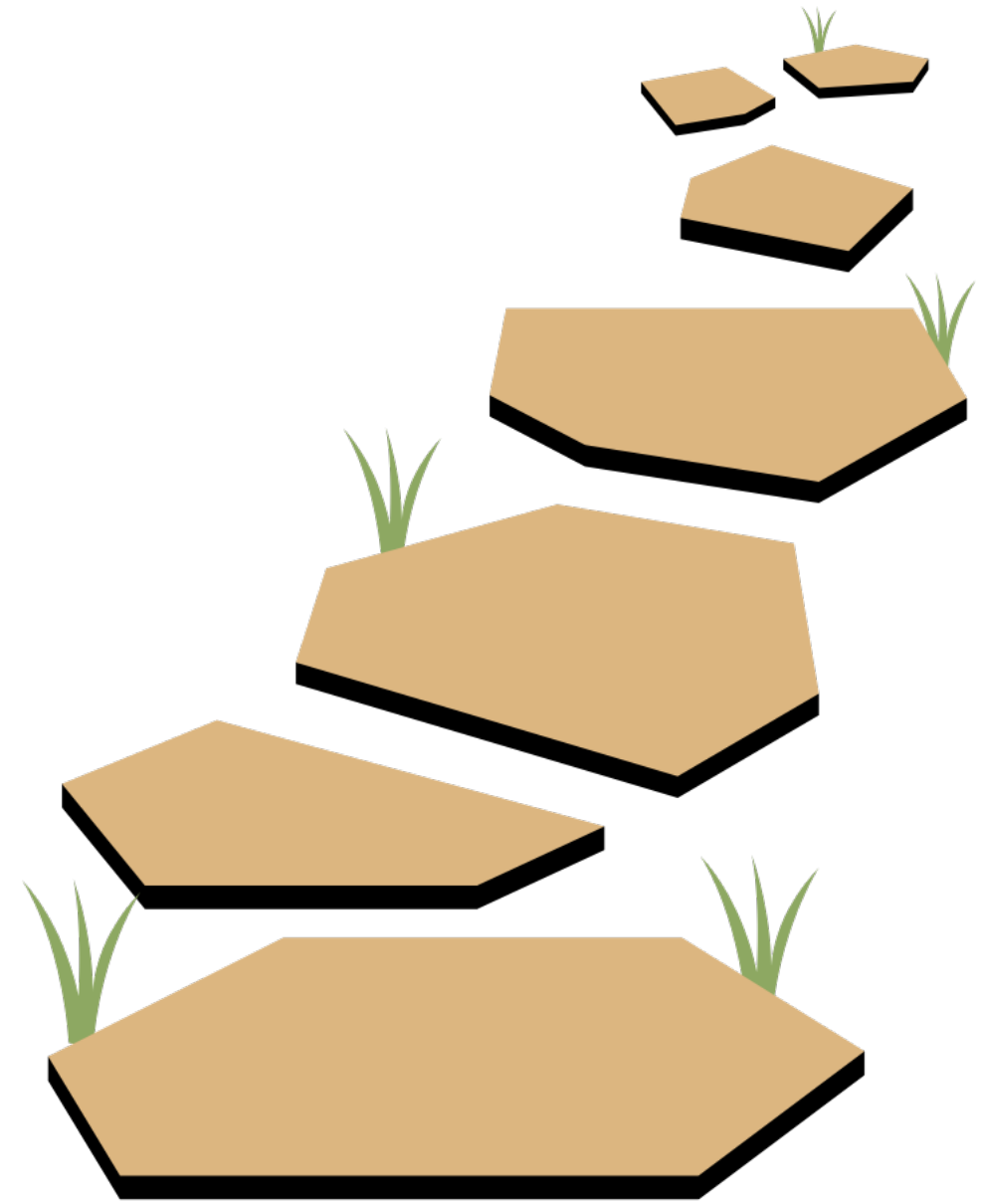
Kanavat ja viestintämuodot

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



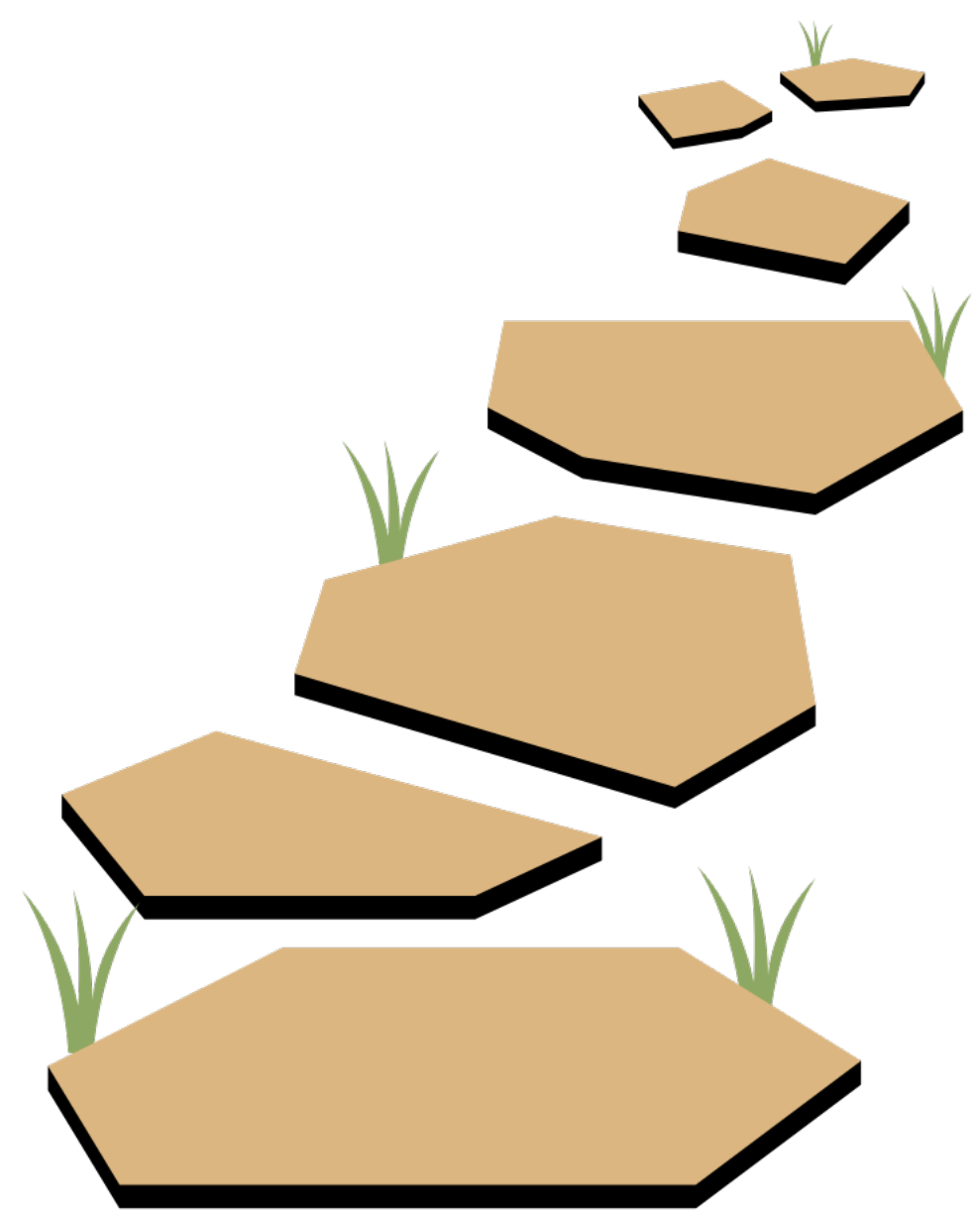
Tyyli ja äänensävy

- 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!



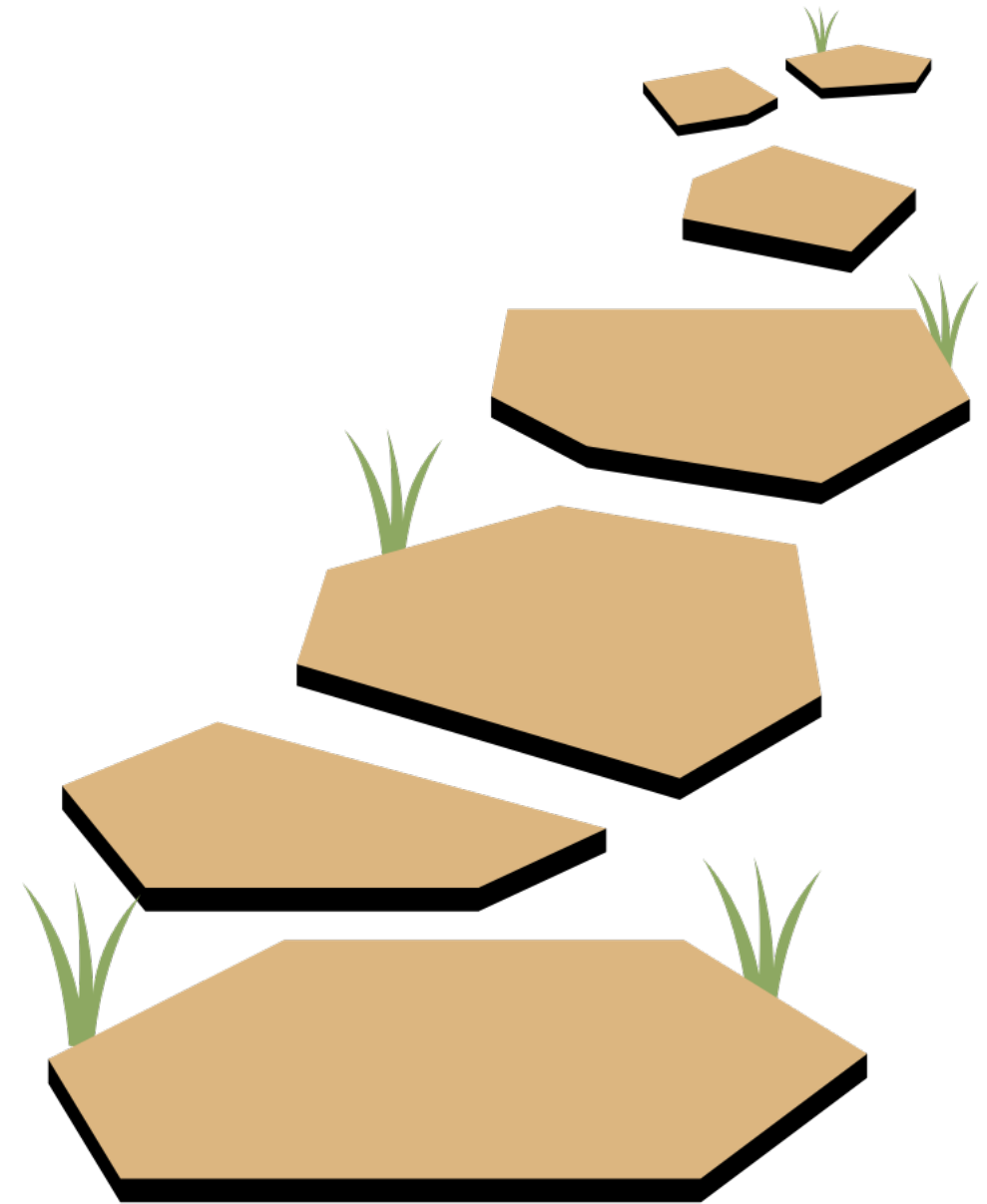
Visuaalinen ilme

- Miltä hankkeen viestintä näyttää?
- Millainen ilme herättää kohderyhmän mielenkiinnon?
- Yhtenäinen visuaalinen ilme auttaa tunnistamaan hankkeen



Vastuut ja resurssit

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



Mittaaminen ja seuranta

- Mitä asioita viestinnässä halutaan seurata ja miten usein?
- Miten hyvin viestit ovat menneet läpi?
- Mitä tavoitteisiin liittyvää voidaan mitata ja miten?
- Onko tavoitteisiin päästy?



...muista kuitenkin:

"Kaikki tärkeä ei ole mitattavissa, eikä kaikki mitattava ole tärkeää."

- William Bruce Cameron



Viestinnän suunnittelu

Tavoitteet

Ydinviestit

Kohderyhmä(t)

Kanavat

Tyyli

Visuaalinen ilme

Vastuut

Seuranta



Euroopan unionin
osarahoittama

Uudistuva ja osaava Suomi 2021–2027



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus

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



Viimehetken vinkit

Aloita

viestinnän
suunnittelu
hyvissä ajoin!

Hyvin suunniteltu
viestintä tavoittaa,
vaikuttaa ja
inspiroi.

Osallistu

Lähde rohkeasti
mukaan
tekemisessä
merkityksellisiin
verkostoihin

Muista

visuaalisuuden
merkitys!

Se, miltä eri
aineistot näyttävät,
on tärkeää.

Nosta

esiin omaa ja
hankkeesi
asiantuntijuutta!

Kirjoita, tarjoudu
puhujaksi, osallistu
somekeskusteluihin –
omaa asiantuntijuutta
kannattaa tarjota
käytettäväksi!

Kerää

hankkeesi toimintaan
osallistuneiden
kokemuksia ja viesti
niistä!

Kuka olisikaan parempi
viestinviejä kuin
hankkeeseen
osallistunut?

Viesti!



Euroopan unionin
osarahoittama

Uudistuva ja osaava Suomi 2021–2027



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Kiitos!

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



**Euroopan unionin
osarahoittama**

Uudistuva ja osaava Suomi 2021–2027



**Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus**