

# Hankeviestintä on supervoimaa - Arvokkaasta tekemisestä kannattaa kertoa aktiivisesti ja suunnitelmallisesti

ESR+-hankkeiden aloituskoulutus 26.3.2025

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!



# 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

- Mitä 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 hassuteltija – 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?



# 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 kuitenkin:

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

- William Bruce Cameron



Euroopan unionin  
osarahoittama

Uudistuva ja osaava Suomi 2021–2027



Elinkeino-, liikenne- ja  
ympäristökeskus

# 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

- Mitä 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 hassuteltija – 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?



# 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:
    - o [rakennerahastot.fi/viestinta](https://rakennerahastot.fi/viestinta)
- Huolehdi viestinnän saavutettavuudesta
  - Saavutettavuus on digimaailman vastine esteettömyydelle
  - Tavoitteena verkkopalvelut, jotka ovat yhdenvertaisesti kaikkien käytettävissä
  - Apua ja tukea saavutettaviin sisältöihin:
    - o [saavutettavasti.fi](https://saavutettavasti.fi)
    - o [saavutettavuusvaatimukset.fi](https://saavutettavuusvaatimukset.fi)



# Projektipäälliköiltä kuultua

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

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

”Tulevaisuuden hankesuunnittelussa huomioimme aiempaa paremmin aineistojen visuaalisuuden.”



# 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