

Pirkanmaan hyvinvointialueen viestintäohjelma 2023-2025



Sisällys

1.	Tiedottamisesta viestintään	3
2.	Viestintä pohjautuu strategiaan	4
3.	Viestinnän kohderyhmät	6
4.	Viestinnän periaatteet	7
5.	Viestinnän palvelulupaus	8
6.	Tavoitemielikuva	8
7.	Äänensävy ja keinovalikoima	9
8.	Viestintä johtamisen tukena	9
9.	Viestinnän vastuut	10
10.	Viestintä häiriötilanteissa	11
11.	Strategiset kärkiteemat 2023-2025	12
12.	Viestinnän resurssit ja organisoituminen	14
	LIITE. Kärkiteemat, tavoitteet 2023-2025 ja esimerkkejä teoista 2023	17

1. Tiedottamisesta viestintään

Viestintä tukee hyvinvointialueen johtamista – viestintä on hyvinvointialueen toimintaa, joka tukee hyvinvointialueelle asetettujen tehtävien toteuttamista ja strategisten tavoitteiden saavuttamista.

Hyvinvointialueen toiminnalla, myös viestinnällä on vahva lainsäädäntöön perustuva pohja. Viestintää ohjaavat hyvinvointialuelain lisäksi muun muassa hallintolaki, julkisuuslaki, yhteistoimintalaki, kielilaki sekä joukko sosiaali- ja terveydenhuollon sekä pelastusalan erityislainsäädäntöä.

Hyvinvointialuelaki ohjaa erityisesti viestintää ulkoisille kohderyhmille. Hyvinvointialueen sisäistä viestintää ohjaavat sen sijaan vain yhteistoimintalaki ja hallintosääntö. Työyhteisöjen viestintään vaikuttaa ennen muuta organisaation viestintä- ja johtamiskulttuuri. Johtamisella on vahva yhteys muun muassa henkilöstön työhyvinvointiin, sitoutumiseen sekä organisaation yleiseen vetovoimaisuuteen ja maineeseen. Organisaation viestintä- ja johtamiskulttuuri tulee helposti ilmi sosiaalisessa mediassa, asiakaspalvelutilanteissa ja yhteistyössä journalistisen median kanssa, minkä vuoksi sisäinen ja ulkoinen maine kietoutuvat aina toisiinsa. Kun työntekijät kokevat yhteisöllisyyttä ja ylpeyttä työpaikastaan, se näkyy kaikille sidosryhmille.

Hyvinvointialuelain 34§:ssä todetaan, että hyvinvointialueen toiminnasta on tiedotettava hyvinvointialueen asukkaille, palvelujen käyttäjille sekä järjestöille ja muille yhteisöille. Hyvinvointialueen tulee myös antaa riittävästi tietoja hyvinvointialueen järjestämistä palveluista, taloudesta, hyvinvointialueen hallinnossa valmistelussa olevista asioista ja niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä ja päätösten vaikutuksista. Hyvinvointialueen on tiedotettava siitä, millä tavoin päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa.

Hyvinvointialueen on lain mukaan huolehdittava, että toimielinten käsittelyyn tulevien asioiden valmistelusta annetaan esityslistan valmistuttua yleisen tiedonsaannin kannalta tarpeellisia tietoja yleisessä tietoverkossa hyvinvointialueen verkkosivustolla. Hyvinvointialueen on



verkkoviestinnässään huolehdittava, että salassa pidettäviä tietoja ei viedä yleiseen tietoverkkoon ja että yksityiselämän ja henkilötietojen suoja viestinnässä toteutuu.

Lain mukaan viestinnässä on käytettävä asiallista, selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otettava huomioon hyvinvointialueen eri asukasryhmien tarpeet. Viestinnässä on myös käytettävä esteettämiä ja saavutettavia menetelmiä.

Viestintä on käytännössä aina vuorovaikutteista. Ennen pitkää yksisuuntaisetkin teot, kuten tiedotteet, some-viestit tai lausunnot muuttuvat keskusteluksi, kommenteiksi ja muiksi vastaanottajien vuorovaikutteisiksi teoiksi. Tiedottamisen muutosta viestinnäksi on tärkeää tukea myös hyvinvointialueen viestintäkanavilla ja -tekniikoilla.

Viestintää tarvitaan ennen muuta hyvinvointialueen strategisten tavoitteiden saavuttamisessa sekä arjen toiminnan onnistumisessa. Jokainen johtaja, esihenkilö, työntekijä ja päättäjät rakentaa hyvinvointialuetamme, sen mainetta sekä viestinnällistä kulttuuria omillaan teoillaan ja sanoillaan. Me yhdessä olemme Pirkanmaan hyvinvointialue.

Viestintäohjelmaa on valmisteltu syyskuusta 2022 lähtien viestinnän ammattilaisten työpajoissa sekä johtoryhmän ja viestinnän ammattilaisten yhteisessä työpajassa. Työskentelyn fasilitaattorina on toiminut Milton Oy, joka toteutti myös johdon haastattelut viestintäohjelman taustaksi marraskuussa 2022. Viestintäohjelma on käsitelty muun muassa konsernipalvelujohtoryhmässä 11.1. ja hyvinvointialueen johtoryhmässä 24.1. ja 9.5. Ohjelma on käynyt käsiteltävänä kaikissa neljässä hyvinvointialueen valiokunnassa huhtikuussa 2023. Monipalveluvaliokunta ja vähän palveluja käyttävien valiokunta toimittivat näkemyksestään kirjallisen lausunnon aluehallitukselle.

2. Viestintä pohjautuu strategiaan

Viestinnällä on vahva rooli Pirkanmaan hyvinvointialueen uuden, yhdistävän johtamis- ja toimintakulttuurin luomisessa. Viestinnän ja johtamisen avulla yhdistämme hyvinvointialueelle siirtyneet ihmiset ja palvelut yhteisöksi ja hallitsemme erilaisten kohderyhmien odotuksia. Tarjoamme osallistumisen ja vaikuttamisen mahdollisuuksia ja tuotamme viestinnän sisältöjä ja palveluja, joilla on arvoa kohderyhmillemme.

Pirkanmaan hyvinvointialueen strategiassa määriteltujen arvojen mukaisesti viestintä on ihmisläheistä, vastuullista, avointa sekä asiakasta ja työntekijää arvostavaa ja luottamusta rakentavaa. Viestintä tukee hyvinvointialueen strategian ”Tärkeintä on ihminen” -kärkiteemoja

eli ihmiskeskeisyyttä, yhdenvertaisia ja vaikuttavia palveluja, työntekijöiden hyvinvointia sekä yhteen toimivaa uutta hyvinvointialuetta ja sen verkostoja.

Kärkiteemojen lisäksi strategiassa on määritelty hyvinvointialueelle erottuvuuden ja edelläkävijyyden tavoitteita, joiden toteutuminen edellyttää viestinnän aktiivista osallistumista koko organisaation johtamisessa. Strategiasta voidaan tunnistaa muun muassa seuraavia viestinnällisiä tavoitteita:

- uuden vuorovaikutteisen viestintäkulttuurin ja yhteisen identiteetin rakentaminen
- palveluiden saatavuutta ja saavutettavuutta tukevat viestintäkanavat ja -tavat
- osallistavat, ennakoivat ja poikkeustilanteiden hallintaa tukevat viestintäkäytännöt
- sosiaali-, terveys- ja pelastusalan arvostusta, vastuullisuutta, edelläkävijyyttä, innovatiivisuutta ja yliopistollisuutta tukevat viestinnälliset teot
- viestinnän roolin vakiinnuttaminen ammattimaisena, strategisena toimintana osana palveluiden järjestämistä ja tuottamista sekä henkilöstön johtamista

3. Viestinnän kohderyhmät

Pirkanmaan hyvinvointialueella on paljon viestinnän kohderyhmiä ja kohderyhmillä toisistaan poikkeavia viestinnän ja tiedonkäsittelyn kykyjä, taitoja ja kanavia.

Keskeisimpiä kohderyhmiämme ovat muun muassa

- Asukkaat ja asiakkaat
- Työntekijät ja työnhakijat
- Päätöksentekijät
- Kuntien ja valtion toimijat
- Yhteistyöalueemme hyvinvointialueiden toimijat
- Opiskelijat, oppilaitokset, tutkijat ja tiedeyhteisöt
- Palvelujen ja tuotteiden sopimustuottajat
- Mediat
- Yhdistykset ja järjestöt sekä muut kolmannen sektorin toimijat
- Muut alueelliset ja valtakunnalliset vaikuttajat ja verkostot

Eri kohderyhmien saavutettavuus ja erilaiset tarpeet huomioidaan kaikessa viestinnässä - niin päätöksentekoviestinnässä kuin asiakas-, henkilöstö- ja sidosryhmäviestinnässäkin.

Hyvinvointialueen viestinnän keinot nojaavat ensisijaisesti ymmärrettäviin sisältöihin ja digitaalisiin kanaviin, jotta viestintä olisi mahdollisimman saavutettavaa, vaikuttavaa ja kustannustehokasta. Eri väestöryhmien saavutettavuus edellyttää kuitenkin myös rinnakkaisia ja monikanavaisia viestinnän keinoja. Viestien vahvistuminen ja omaksuminen vaativat useimmiten saman viestin toistoa eri kanavissa.



4. Viestinnän periaatteet

Viestintämme on avointa ja palveluhenkistä

Viestimme läpinäkyvästi ja luotettavasti, jotta kykenemme perustelemaan päätökset, viemään muutokset käytäntöön ja olemme asukkaiden ja henkilöstön luottamuksen arvoisia kaikissa tilanteissa. Viestimme merkittävistä asioista jo niiden valmisteluvaiheessa henkilöstölle, asukkaille, asiakkaille, päättäjille ja medialle. Tuomme oma-aloitteisesti esille myös epäkohtia, joilla on merkitystä luottamuksemme säilyttämisessä ja lisäämisessä. Viestinnällä pyrimme aina auttamaan asiakasta ja tukemaan yhdistävää toimintakulttuuria.

Viestintämme on saavutettavaa

Otamme huomioon erilaiset asukas-, asiakas- ja työntekijäryhmät ja niiden mahdollisuudet saada tietoa ja ymmärtää viestintää. Verkon ja sosiaalisen median viestintämme on sisällöllisesti ja visuaalisesti saavutettavaa. Tuetaan selkokielisyyttä ja otetaan eri kieliryhmien tarpeet huomioon.

Viestintämme on oikea-aikaista

Viestintämme on ennakoivaa ja strategisten tavoitteiden näkökulmasta oikein ajoitettua. Vaikuttamiselle ja osallistumiselle varataan aikaa. Kohderyhmillä on riittävästi aikaa reagoida, jos viestittävä asia edellyttää heiltä toimenpiteitä tai asialla on merkittäviä vaikutuksia heidän elämäänsä tai toimintaansa.

Viestintämme on vastuullista

Viestimme rehellisesti - emme lupaa asioita, joita emme voi realistisesti toteuttaa. Viestintä on meille keino selvittää kohderyhmien odotuksia ja vaikuttaa niihin toimintamme mukaisesti. Käytämme vastuullisia viestintämenetelmiä, kanavia ja materiaaleja. Vaikka viestintämme on monikanavaista, pyrimme selkeisiin ja ymmärrettäviin kokonaisuuksiin.

Viestintämme on vaikuttavaa

Käytämme viestinnän keinoja, kanavia ja ilmaisutapoja, jotka tavoittavat ja puhuttelevat kohderyhmiä. Viestinnällä ohjaamme ja kohdennamme palvelujen käyttöä ja autamme ehkäisemään häiriökysyntää. Viestintämme on kustannustehokasta, joten käytämme keinoja ja kanavia, joilla tavoitetaan haluttuja kohderyhmiä mahdollisimman edullisesti. Emme tee

materiaalia tai pidä yllä kanavia, jotka eivät tuota arvoa yleisöille. Seuraamme ja mittaamme erityisesti digitaalisen viestinnän näkyvyyttä ja huomionarvoa sekä kanavien kävijämääriä- ja profiileja.

Viestintämme on rohkeaa

Viestintämme tukee perustehtäväämme mutta myös omaleimaisuuttamme - erottautumista muista hyvinvointialueista, Pirkanmaan toimijoista sekä sosiaali-, terveys- ja pelastusalan toimijoista. Suurimpana hyvinvointialueena olemme suunnannäyttäjä ja kehittäjä. Olemme myös yliopistollinen hyvinvointialue, jolla on edellytyksiä tuoda osaamistaan esille rohkeasti, mutkattomasti ja oma-aloitteisesti. Olemme rohkeita kysymään palautetta toiminnastamme tai tunnustamaan virheitämme, jos niitä sattuu.

5. Viestinnän palvelulupaus

Viestintämme on hyvinvointialuetta yhdistävää. Viestinnän kokonaisuus rakentuu organisaation eri osien välisenä yhteistyönä palveluhenkisesti. Viestimme ymmärrettävästi, saavutettavasti ja ammattimaisesti yhteisiä periaatteita ja linjauksia noudattaen. Työmme perustuu parhaaseen osaamiseen ja vaikuttaviin viestintäkeinoihin ja -kanaviin sekä yhdessä työskentelyyn. Viestinnällämme on arvoa yhteisöllemme ja se vahvistaa erityisesti palvelujen käyttäjien, päättäjien, työntekijöiden, työnhakijoiden ja median luottamusta hyvinvointialueeseemme ja koko julkiseen sektoriin. Viestintämme on keskeinen osa hyvää ihmisläheistä asiakas- ja työntekijäkokemusta, jota kehitämme, mittaamme ja analysoimme systemaattisesti.

6. Tavoitemielikuva

Pirkanmaan hyvinvointialueen brändi on aluehallituksen päätöksen mukaisesti helposti lähestyttävä, mutkaton, rohkeaa, lämmin ja valoisa. Olemme kuten pirkanmaalaiset muutenkin - tuttavallinen, arkinen ja turvallinen kumppani ja rinnalla kulkija elämän eri käännekohtissa. Aluevaltuuston strategian mukaan meillä tärkeintä on ihminen ja annamme sen myös näkyä viestinnässämme.

Palvelumme koetaan ja tunnetaan ihmisläheisinä ja niistä on kaikkien helppo saada tietoa. Organisaatiomme toimii vuorovaikutuksessa asukkaiden kanssa, ja tarjoaa mahdollisuuden yhteiskehittämiseen ja osallistumiseen.

Olemme tunnettuja yliopistollisena hyvinvointialueena, joka tarjoaa nykyaikaisia, vaikuttavia ja laadukkaita palveluja yhdenvertaisesti. Monialainen tutkimus- ja kehittämistoimintamme tukee mielikuvaamme edelläkävijänä ja luotettavana hyvinvointialueena. Maineemme on niin hyvä, että meille hakeudutaan töihin ja hoitoon myös muualta Suomesta. Olemme haluttu kumppani, oppimis- ja kouluttautumispaiikka sekä kehitys- ja innovaatiotoiminnan yhteistyöalusta.

Koska ihminen on meille tärkein, meidät tunnetaan arvostavasta ja palvelevasta asenteesta paitsi asiakkaita, myös työntekijöitä, päättäjiä ja yhteistyökumppaneitamme kohtaan.

7. Äänensävy ja keinovalikoima

Viranomaisina vastaamme siitä, että viestintämme pohjautuu oikeaan tietoon ja julkinen tieto on yhdenvertaisesti saatavilla. Koska kilpailemme jatkuvasti ihmisten huomiosta, pelkkä tieto ei aina yksin riitä. Mieleenpainuva viestintä herättää myös tunteen. Tunteita herätämme muun muassa kokemus- ja vertaistarinoiden avulla. Potilaan, asiakkaan tai työntekijän oma kertomus on usein painava viestintäteko. Myönteisen kokemuksen jakaminen kertoo myös halusta sitoutua ja tukea hyvinvointialuetta.

Viestintämme päähenkilö on ihminen. Palveluviestinnässä hyödynnämme asiakkaiden kokemuksia. Puhuttelemme kohderyhmiä arvostaen ja konteksti huomioiden tuttavallisesti mutta ihmisten erilaisuutta arvostaen - olemmehan kaikki erilaisia pirkanmaalaisia.

Henkilöstöviestinnässä ja rekrytointimarkkinoinnissa esillä ovat ihmiset, jotka yhdessä rakentavat yhteisöämme. Arvostamme moniäänisyyttä mutta ulkoisessa viestinnässä säilytämme meille tyypillisen tunnistettavan yhdenmukaisuuden. Käytämme brändi-ilmettä vahvistamaan tätä tunnistettavuutta kaikessa hyvinvointialueen toiminnassa.

Tarjoamme vaikuttamisen, osallistumisen ja mielipiteen ilmaisemisen kanavia henkilöstölle, jotta kokisimme kaikki kuuluvamme hyvinvointialueen yhteisöön. Näiden kanavien avulla voimme käsitellä yhteisöämme koskevia haasteita ensisijaisesti yhteisömme sisällä. Tunnistamme, että yhteisöömme kohdistuvat kielteiset hyökkäykset heikentävät kaikkien työhyvinvointia, ja omaaloitteisella avoimella viestinnällä voimme ohjata julkista keskustelua myös vaikeissa asioissa.

8. Viestintä johtamisen tukena

Johtaminen on myös viestintää kaikilla johtamisen tasoilla. Viestintä on organisaation ja sen eri osien johtamista päivittäisessä työssä sekä strategisten kokonaisuuksien eteenpäin viemisessä.

Johtamisviestintämme on kaikkien sidosryhmien luottamusta ja toivoa herättävää, ystävällistä ja palvelevaa, mutta se on samalla myös linjaavaa ja kantaa ottavaa.

Hyödynnämme toimielinten, sähköisten foorumeiden ja tapahtumien mahdollisuudet asukkaiden ja henkilöstön osallistumisessa ja päätöksenteon valmistelussa. Viestintä ja kohderyhmien osallistumismahdollisuudet huomioidaan valmistelun aikatauluissa.

Johtamisviestinnässämme painottuvat uuden organisaation luominen sekä aktiivinen kuunteleminen, yhdessä tekeminen. Viestimme henkilöstölle läpinäkyvästi ja ennakoivasti. Tiedostamme vastuullisen esimerkillä johtamisen vaikutukset erityisesti oman henkilöstömme keskuudessa.

Kannustamme henkilöstöä ja muita sidosryhmiämme palautteen antamiseen ja epäkohtien esille tuomiseen. Hyödynnämme tietoa ripeästi epäkohtien korjaamiseksi ja ennaltaehkäisemiseksi. Näemme palautteen osoituksena siitä, että henkilöstö ja muut sidosryhmämme välittävät aidosti organisaatiosta ja haluavat sitoutua hyvinvointialueeseemme.

Kuuntelemme aktiivisesti ihmisiä myös ymmärtääksemme erilaisia maailmankatsomuksia, näkökulmia, arvoja ja uskomuksia. Osoitamme arvostusta henkilöstölle olemalla läsnä ja jalkautumalla henkilöstön pariin mahdollisuuksiemme mukaan. Osoitamme arvostusta henkilöstölle myös julkisesti kiittämällä. Arvostamista on myös se, että tuemme henkilöstön omaehtoista ja innostavaa viestintää eri foorumeilla, kuten sosiaalisessa mediassa.

9. Viestinnän vastuut

Hyvinvointialuejohtaja vastaa koko hyvinvointialueen viestinnästä. Aluehallitus päättää viestintäohjelmasta ja viestinnän periaatteista.

Johtaja tai esihenkilö vastaa linjaorganisaation mukaisesti oman alueensa (esim. tehtäväalue, palvelulinja, vastuualue, vastuuyksikkö) viestinnästä ja pääviesteistä. Viestinnän ammatillaiset tukevat viestinnän suunnittelussa ja toimeenpanossa. Viestinnän ammattilaisten tarjoamaa palvelua viestinnän vastuualueella johtaa viestintäjohtaja konsernipalvelujohtajan alaisuudessa. Viestintäjohtaja päättää viestintää koskevista ohjeista ja linjauksista. Viestin sisällöstä päättää kunkin toiminnon vastuullinen johtaja.

Päätöksentekoviestinnästä vastaavat yhteistyössä toimielimen esittelijä ja puheenjohtaja. Aluevaltuuston kokoukset ovat julkisia ja ne striimataan ja julkaistaan tekstitettyinä verkossa

kahden viikon kuluessa kokouksesta. Aluehallituksen, jaostojen ja valtuuston valiokuntien sekä vaikuttamistoimielinten kokoukset eivät ole julkisia, ellei toimielin erikseen päätä pitää niitä julkisina.

Aluevaltuuston ja aluehallituksen kokouksista tehdään ennako- ja päätöstiedotteet. Myös jaostoissa käsiteltävistä merkittävistä asioista voidaan tehdä tiedotteita. Muiden toimielinten kokousasioista tiedotetaan tarvittaessa, mikäli toimielimessä käsitellään asukkaiden tai työntekijöiden kannalta merkittäviä asiakokonaisuuksia. Viestinnän asiantuntija voi osallistua tarvittaessa jaoston tai valiokunnan kokoukseen.

Jokainen työntekijä on viestijä omassa työtehtävässään. Jokaisella on velvollisuus välittää ja hankkia oman työnsä edellyttämää tietoa. Työntekijä on usein myös tärkeä vaikuttaja omassa lähipiirissään ja vapaa-ajallaan. Kunnioitamme tietosuojaa ja yksityisyyttä mutta kannustamme jakamaan myönteisiä työntekijäkokemuksia ja tietoa eri ammateista kanavissamme. Tunnistamme, että meillä olevan työntekijän suosittelu tai hyvä julkinen esilläolo voi olla ratkaiseva tekijä uuden työntekijän rekrytoinnissa.

Jokainen työntekijä voi kertoa medialle omasta työstään ja kertoa omalla vastuullaan olevista julkisista asioista. Koko hyvinvointialuetta koskevista aiheista lausuntoja antavat hyvinvointialueen johtoryhmän jäsenet tai heidän delegoimansa henkilöt. Esihenkilö pidetään ajan tasalla annettavista lausunnoista. Esihenkilö linjaa tarvittaessa sisältöjä. Viestinnän ammattilaiset ja esihenkilöt ohjaavat ja auttavat toiminnassa median kanssa.

Häiriötilanteissa keskitämme ulkoisen viestinnän, jotta työyhteisö saa keskittyä ydintehtäväänsä.

Konserniohjeella ohjataan konserniyhteisöjen viestintää. Konserniyhteisöt tuottavat tietoa toiminnastaan ja palveluistaan ohjeen mukaisesti. Koska asukkaan tai asiakkaan ei tarvitse tuntea organisaatiomme rakennetta, kannamme yhdessä vastuuta koko konsernin hyvästä asiakaskokemuksesta ja tiedonsaannista osakeyhtiölaki huomioiden.

10. Viestintä häiriötilanteissa

Häiriötilanteet voivat olla esimerkiksi infrastruktuurin häiriötilanteita, kuten veden, sähkön, tietoliikenteen tai tietojärjestelmien häiriöitä, suuronnettomuuksia, epidemioita, tulipaloja,

lakkoja, väärinkäytöksiä tai mainekriisejä. Yhteistä häiriötilanteille on, että ne vaarantavat tai haittaavat hyvinvointialueen toimintaa, väestön turvallisuutta tai mainetta tavalla, joka ylittää arkisen toimintakyvyn tai resurssit tai herättää median kiinnostuksen.

Häiriötilanteessa viestintä on erityisen nopeaa, ymmärrettävää ja luotettavaa. Häiriöjohtamisen tehtävänä on jakaa oikeaa tilannekuvaa, ohjata asukkaiden käyttäytymistä lisävahinkojen välttämiseksi sekä rauhoittaa asukkaita.

Viestinnässä hyödynnetään ensisijaisesti verkkoviestintää, sosiaalisen median kanavia ja mediaviestintää. Pitkittyneissä häiriötilanteissa huolehditaan siitä, että myös ne asiakasryhmät, jotka eivät ole digitaalisen viestinnän tavoitettavissa, saavat tietoa hyvinvointialueen henkilöstön tai sen yhteistyökumppaneiden, kuten järjestöjen, avulla.

Häiriötilanteessa perustetaan hyvinvointialueen häiriötilannejohtoryhmä.

Häiriötilannejohtoryhmä sopii viestintävastuista. Häiriötilanteissa hyvinvointialueen viestintä keskitetään, jotta henkilöstö voi keskittyä perustehtäväänsä ja viesti pysyy yhdenmukaisena. Koko hyvinvointialuetta koskevissa erityis- ja häiriötilanteissa viestinnästä ja sen sisällöstä vastaavat ensisijaisesti johtoryhmän jäsenet tai heidän valtuuttamansa henkilö. Viestintäjohtaja vastaa viestinnän vastuualueen kanssa viestinnän organisoinnista ja toimeenpanosta eri kohderyhmille.

Moniviranomaistilanteissa viestintää johtaa se viranomainen, jolla on johtovastuu tapahtumassa (esimerkiksi poliisi, pelastuslaitos tai sairaala). Häiriötilanneviestintää ohjeistetaan tarkemmin hyvinvointialueen viestintäohjeessa.

11. Strategiset kärkiteemat 2023-2025

Tärkeintä on ihminen

- Viestintämme pääosassa ovat ihmiset ja heidän toimintaympäristönsä
- Alueen väestö saa tietoa päätöksistämme ja palveluistamme ajantasaisesti, ymmärrettävästi ja saavutettavilla tavoilla
- Verkkokanavamme vastaavat asukkaiden ja henkilöstön odotuksia, ja tyytyväisyyttä mitataan säännöllisesti

- Toimintamme on eettistä ja kestää kaikissa tapauksessa julkista tarkastelua - kerromme epäkohdistakin oma-aloitteisesti
- Viestintämme tukee turvallista toimintaympäristöä, ennaltaehkäisyä ja hiljaisten signaalien tunnistamista

Yhdenvertaiset, ennaltaehkäisevät ja vaikuttavat palvelut

- Asukkaat tuntevat meidät ja tietävät, mistä saa tietoa palveluista ja oikeuksista
- Edistämme terveyttä ja hyvinvointia asiantuntijaviestinnän ja tapahtumien avulla sekä kumppanien kanssa yhteistyössä
- Viestintäkeinomme ovat vaikuttavia ja vastuullisia
- Meidät tunnetaan yliopistollisena, tutkimusta tekevänä hyvinvointialueena ja vaikuttavuustyön pioneerina
- Johtamistyötä tekevillä on käytössään selkeät viestinnän ohjeet, toimintamallit ja ammattimaista viestinnän tukea, jota hyödynnetään osana strategista johtamista

Hyvinvoivat työntekijät

- Johtamisviestintämme on kasvollista, vuorovaikutteista sekä erilaisia kanavia ja keinoja hyödyntävää
- Työntekijämme toimivat mainelähettiläinä ja saavat siihen tarvitsemansa tuen ja ohjeet viestinnästä
- Sisäisen viestinnän kanavamme tukevat henkilöstön osallistumista ja vaikuttamista eri työtehtävät ja työajat huomioon ottaen
- Viestinnän ammattilaisilla on ajan hermoilla olevat taidot, tiedot, välineet ja vaikutusmahdollisuudet toimia organisaation johdon ja esihenkilöiden tukena
- Viestinnän roolit ja vastuut suhteessa organisaatiokokonaisuuteen ovat selkeät, ja resurssit ovat odotuksiin nähden riittävät ja ajantasaiset

Yhdessä yhteen toimiva hyvinvointialue

- Meillä on yhtenäiset viestinnän ohjeet ja käytännöt, joita henkilöstö ja päättäjät ovat sitoutuneet noudattamaan
- Uusi toimintakulttuurimme on yhteisöä innostava ja yhdistävä sekä vakauttava, avoin, läpinäkyvä ja vuorovaikutteinen, nämä näkyvät myös ulospäin
- Hyvinvointialue on haluttu kumppani ja yhteistyöalusta - hyödynnämme myös muiden tarjoamia foorumeita ja tapahtumia vuorovaikutuksen, näkyvyyden ja tunnettuuden edistämiseksi

12. Viestinnän resurssit ja organisoituminen

Viestinnän kehittämiskohteiden resurssointi

Vaikka hyvinvointialue on aloittanut toimintansa, uusi organisaatio tai muutos ei ole vielä valmis. Hyvinvointialueen tunnettuutta kasvatetaan ja muutosta viestitään ensimmäisten toimintavuosien ajan. Hyvinvointialueen viestinnässä korostuvat alkuaikoina etenkin saavutettavuus, selkeys ja ymmärrettävyys sekä uudet viestintä-, asiointi- ja vaikuttamiskanavat. Yhdistävä viestinnällinen johtajuus on tärkeää niin sisäisesti kuin poliittisessä viestinnässäkin.

Strategiaan pohjautuvalla viestintäohjelmalla ja strategian toimeenpano-ohjelmalla asetetaan viestinnän kehittämisen painopisteet tuleville vuosille. Toimeenpano-ohjelmaan nostetuille hankkeille laaditaan mittarit. Viestintäohjeella puolestaan kuvataan viestinnän käytäntöjä, keinoja ja kanavia, joita hyvinvointialueella on käytössään.

Viestintäohjelman ja toimeenpano-ohjelman määrittelemien kehityskohteiden eteenpäin viemiseksi viestinnälle varmistetaan asetettujen tavoitteiden mukainen resurssointi.

Määräaikaisten hankkeiden resursoinnissa hyödynnetään muun muassa valtion hankerahoitusta. Hankerahoitusta kohdennetaan muun muassa verkkoviestinnän, digiasioinnin ja asukas- ja asiakasviestinnän kehittämiseen sekä osallisuusohjelman edellyttämän viestinnän kehittämiseen. Erityistä resurssia kohdennetaan myös työvoiman saatavuutta tukevan työntekijäkokemuksen ja rekrytointimarkkinoinnin kehittämiseen.

Viestinnän ammattilaisten palvelut

Hyvinvointialueen viestinnän ammattilaiset tukevat hyvinvointialueen johtamista ja palvelutuotantoa. Tehtäväalueiden tarvitsema viestinnän tuki tuotetaan strategisen ohjauksen ja järjestämisen tehtäväalueelta viestinnän vastuualueelta. Pelastuspalvelujen viestinnällinen tuki tuotetaan vuonna 2023 pelastuspalvelujen omalla tehtäväalueella, jossa viestintäpalvelua johtaa tiedotuspäällikkö. Pelastuspalvelujen viestintä vastaa erityisesti hyvinvointialueen turvallisuusviestinnästä.

Viestinnän vastuualue tarjoaa sekä kaikille suunnattua keskitettyä viestinnän palvelua (henkilöstö- ja rekrytointiviestintä, videopalvelut, verkkotoimitus ja graafinen suunnittelu) että erityisesti sosiaali- ja terveystieteiden tehtäväalueen tueksi kohdennettua päivittäisviestinnän palvelua (palvelulinjojen vastuuviestijät). Vastuuyksiköitä johtavat viestintäpäälliköt. Vastuualueen johtotiimiin kuuluvat viestintäjohtajan lisäksi viestintäpäälliköt ja viestintäassistentti.

Viestinnän vastuualue tuottaa myös johtoryhmän, päätöksentekuelinten ja vaikuttamistoimielinten viestinnässä tarvittavaa viestinnän palvelua. Niiltä osin, kun resurssia tai osaamista hankitaan ostopalveluna, käytetään Tuomi Logistiikan viestinnän ja markkinoinnin strategisen ja taktisen palvelun kilpailutuksessa valittuja toimijoita.

Jatkossa varmistetaan viestinnän resurssit niin, että viestinnän palveluilla voidaan tukea kaikkien tehtäväalueiden johtamista ja palvelutuotantoa sekä hyvinvointialueen ydintehtäviä niin normaalioloissa ja kuin häiriötilanteissakin. Viestinnän palvelua kehitetään asiakaslähtöiseksi ja palvelevaksi yhteistyössä hyvinvointialueen johdon ja tehtäväalueiden kanssa. Osana kehittämistä mitataan tehtäväalueiden tyytyväisyyttä palvelujen käyttöön ja yhteistyöhön. Viestinnän palvelujen vakiinnuttamisen kannalta on keskeistä, että työnkuvat ovat selkeitä, yhteistyö toimivaa ja työsuhteet ovat pitkäjänteisiä.

Hyvinvointialueen viestinnän vastuualueella ja pelastuspalvelujen viestinnällä on yhteinen johtamisen foorumi, jossa koko hyvinvointialueen viestinnän ammattilaiset kokoontuvat joka toinen viikko. Hyvinvointialueen yhdenmukaisten viestintäkäytäntöjen kannalta on tärkeää, että viestinnän ammattilaisilla on samat toimintamallit ja ajantasainen osaaminen. Viestinnän ammattilaisten kehittämistä tukevat muun muassa yhteiset koulutusmahdollisuudet ja työkierron mahdollistaminen.

Verkkopalvelujen sisällön ylläpito tuotetaan viestintäverkostossa, jossa hyvinvointialueen henkilöstö tuottaa sisältöä osana omaa työtään.

Viestinnän ammattilaiset kuuluvat eri ministeriöiden, laitosten ja yhteistyökumppaneiden yhteistyöverkostoihin. Hyvinvointialue vastaa Pirkanmaan kuntien ja hyvinvointialueen viestinnän ammattilaisten yhteistyöverkostosta, joka kokoontuu säännöllisesti.

LIITE. Kärkiteemat, tavoitteet 2023-2025 ja esimerkkejä teoista 2023

Kärkiteema: Tärkeintä on ihminen	Tavoitteet 2023-2025	Esimerkkejä teoista 2023
<p>1. Viestintämme pääosassa ovat ihmiset ja heidän toimintaympäristönsä</p>	<p>Jokainen työntekijä tunnistaa olevansa hyvinvointialueen viestijä erilaisissa asiakaskohtaamisissa.</p> <p>Asiakkaat voivat osallistua palvelujen ja asiakaskokemusten kehittämiseen. Asiakaspalautetta kerätään systemaattisesti ja palvelukokemusmittarin (NPS) tietoa hyödynnetään myös viestinnässä.</p> <p>Strategia viestitään henkilöstölle ja erityisesti Tärkeintä on ihminen -kärki toimeenpannaan viestinnän materiaaleissa koko toiminnassa.</p> <p>Viestintämateriaaleissa näkyvät pirkanmaalaiset ihmiset ja heidän toimintaympäristönsä.</p>	<p>Henkilöstölle on tarjolla tukea ja koulutusta asiakaskokemuksen ja asiakasviestinnän kehittämiseksi. Henkilöstö viestii ymmärrettävästi sekä palvelutilanteissa, ohjeissa ja päätöksissä. Henkilöstölle tarjotaan koulutusta ymmärrettävän, selkokiehisen ja saavutettavan viestinnän tuottamiseksi.</p> <p>Sosiaalisen median sisältöä tehdään verkostomaisesti yhdessä ja pääosassa ovat asukkaiden palvelut.</p> <p>Osallisuusohjelman toimeenpanoa tuetaan viestinnällisin keinoin eri kanavissa.</p> <p>Asiakastyytyväisyydestä ja suositteluindeksin tuloksista viestitään avoimesti verkossa ja muissa kanavissa, esimerkiksi toimipisteiden infonäytöillä.</p> <p>Palvelujen viestinnässä ja rekrytointimarkkinoinnissa on ihminen edellä ja strategian kärjet hyödynnetään viestinnällisesti. Myös pelastuspalvelujen viestinnän pääosassa ovat ihmiset.</p> <p>Kuvataan monikäyttöinen aineistopankki ihmisistä heidän toimintaympäristössään.</p> <p>Hyvinvointialueen brändiaineistoissa hyvinvointialueesta kertovat pirkanmaalaiset ihmiset ja se on osa strategista viestintää.</p>



<p>2. Asukkaat saavat tietoa päätöksistämme ja palveluistamme ajantasaisesti, ymmärrettävästi ja saavutettavilla tavoilla</p>	<p>Hyvinvointialue tunnetaan Pirkanmaalla ja sen viestintää pidetään hyödyllisinä. Viestintä vähentää häiriökysyntää ja ohjaa omatoimiseen sähköiseen asiointiin.</p> <p>Verkkosivusto on helppokäyttöinen ja siitä saadaan hyvä käyttäjäpalaute.</p> <p>Viestintäkanavissa ja -tavoissa huomioidaan eri väestöryhmien tarpeet. Tarvittaessa julkaistaan ja jaetaan viranomaistiedotteita, jotka saavuttavat myös ne taloudet, jotka eivät käytä verkkopalveluja.</p> <p>Viestintä on saavutettavaa ja mahdollisimman selkokielistä.</p> <p>Hyvinvointialueen päätökset ja ohjeet ovat ymmärrettäviä.</p> <p>Palveluista järjestetään vuorovaikutteisia asukastilaisuuksia eri puolilla Pirkanmaata. Hyvinvointialue on mukana erilaisten väestöryhmien tapahtumissa.</p> <p>Median kanssa on luotu toimivat yhteistyömallit. Mediaa palvellaan sujuvasti kaikissa tilanteissa.</p> <p>Johdon ja esihenkilöiden mediaviestintävalmiuksia kehitetään.</p>	<p>Muutosvaiheen kampanja onnistuu ja verkkosivujen käyntimäärien seuranta käynnistyy. Loppuvuodesta ylitetään yli 500 000 kävijää kuukaudessa. Käyttäjäpalautetta kerätään jatkuvasti. Käyttäjäpalaute huomioidaan verkkosivujen kehitystyössä.</p> <p>Sosiaalisen median sisältöihin luodaan eri kohderyhmiä kiinnostavia konsepteja, kuten palveluviestintää ja asiakaskokemuksen vertaistarinoita. Myös some-viestintä on saavutettavaa.</p> <p>Käynnistetään asiakasviestinnän hanke, jossa kehitetään päätösten ja ohjeiden ymmärrettävyyttä ja selkokielisyyttä.</p> <p>Puhelinpalveluista saatavaa tietoa käytetään viestinnän kohdentamiseksi.</p> <p>Hyvinvointialueen edustajia on mukana eri asukas- ja ammattilaistapahtumissa kevästä 2023 lähtien eri puolilla Pirkanmaata. Suunnitellaan ja toteutetaan konsepti, jolla toteutetaan asukastilaisuuksien sarja Pirkanmaalla.</p> <p>Kehitetään asukasviestintään laajan tiedottamisen käytäntö, joka tavoittaa kaikki kotitaloudet syksystä 2023 lähtien.</p> <p>Tärkeät asukkaita koskevat muutokset ja toimintaohjeet käännetään yleisimmille vähemmistökielille. Muun muassa videoita on saatavilla myös viittomakielisenä.</p> <p>Saavutettavien ja selkokielisten asiakirjojen tekemiseen koulutetaan riittävästi omaa osaamista. Vaikuttamistoimielinten asiakirjojen tekemisessä on toimintamalli, joka edistää saavutettavuutta.</p> <p>Median kanssa järjestetään merkittävimmistä asioista taustatilaisuuksia. Avainhenkilöt käyvät mediavalmennuksen ja sosiaalisen median valmennuksen ja osaavat kiteyttää pääviestejä ajankohtaisista teemoista.</p>
<p>3. Verkkokanavamme vastaavat asukkaiden ja henkilöstön odotuksia ja tyytyväisyyttä mitataan säännöllisesti</p>	<p>Pirha.fi-verkkosivuston sisältöä kehitetään yhteistyössä palvelulinjojen ja tehtävälalueiden kanssa. Sivusto on helppokäyttöinen ja ajan tasalla sekä visuaalisesti selkeä.</p>	<p>Verkkohanke viedään ICT-valtionavulla loppuun, palvelut on kuvattu selkeästi ja sisällöntuottajaverkosto on koulutettu.</p> <p>Käyttäjäpalaute otetaan huomioon ja kehitetään sivustoa käyttäjäkokemuksen mukaisesti.</p>

	Intran ja internetin käyttäjille suunnataan käyttäjäkyselyjä ja mahdollisuuksia osallistua kehitystyöhön. Hyödynnetään asiakas- ja potilasraateja sekä asukaspaneelleja viestinnän kanavien kehittämisessä.	Intranet tukee vuorovaikutteisuutta. Intranetin kommentointimahdollisuus otetaan käyttöön ja henkilöstön kysymyksiin luodaan nopeasti toimiva vastausmalli. Aloitetaan ekstranetin suunnittelu ja konseptointi. Ekstranet palvelee erityisesti ulkoisia palveluntuottajia ja yhteistyöalueen toimintaa vuoden 2024 alusta lähtien. Päättäjien kysymyksiin ja vastauksiin luodaan toimintamalli sekä aluehallitukselle että -valtuustolle.
4. Toimintamme on eettistä ja kestää kaikissa tapauksessa julkista tarkastelua - kerromme epäkohdistakin oma-aloitteisesti	Valmisteilla olevista asioista viestitään avoimesti henkilöstölle. Henkilöstö voi osallistua itseään koskevien asioiden valmisteluun. Henkilöstö tietää, miten toimia häiriötilanteissa ja tilanteissa, joissa tapahtuu virhe tai ilmenee merkittävä epäkohta. Teemojen hallinnan merkitys ymmärretään ja epäkohdista pyritään viestimään itse ensin. Hyvinvointialueen luottamus ja maine kehittyvät myönteisesti.	Tehtäväalueiden henkilöstöviestinnän foorumit ja keinot vakiinnutetaan. Häiriötilanteiden prosessikuvaus on käytössä. Häiriötilanneviestintää harjoitellaan säännöllisesti osana hyvinvointialueen häiriötilannejohtamista. Viestinnän eri osa-alueet ovat osa sisäistä johtamiskoulutusta ja johtamisvastuussa olevat käyvät mediaviestinnän valmennuksen. Osallistumme säännöllisesti sote-alan luottamus ja maine - tutkimukseen.
5. Viestintämme tukee turvallista toimintaympäristöä, ennaltaehkäisyä ja hiljaisten signaalien tunnistamista	Terveys- ja turvallisuusviestinnällä ehkäistään vahinkoja. Läheltä piti -ilmoitusten tekemiseen on kannustava ja luottamuksellinen ilmapiiri ja ilmoitukset käsitellään asianmukaisesti. Nimetön ilmiäntokanava on työntekijöiden ja asukkaiden tiedossa. Henkilöstö tuntee hyvän hallintotavan ja vastuullisen vieraanvaraisuuden käytännöt.	Onnettomuusviestintää tehdään saavutettavissa kanavissa ja saavutettavilla tavoilla. Pelastuslaitoksella on sosiaalisen median linjaukset, jotka tukevat turvallisuusviestintää. Intranetissä on kerrottu selkeästi potilas- ja henkilöturvallisuuden kanavien merkityksestä ja niistä koostettavaa tietoa hyödynnetään asiakaskokemuksen kehittämisessä. Väärinkäytösten ilmiäntokanava (whistleblowing) tehdään tunnetuksi osana henkilöstön epäkohtien ilmoittamiskanavien kokonaisuutta. Hyvän hallintotavan sekä vieraanvaraisuuden ohjeistusten vastuullisuutta edistävät käytännöt viestitään henkilöstölle. Ennakoidimme ja viestimme esim. juhlapyhien terveys- ja turvallisuusriskeistä media- ja some-keinoilla.

Kärkiteema: Yhdenvertaiset, ennaltaehkäisevät ja vaikuttavat palvelut	Tavoitteet 2023-2025	Esimerkkejä teoista 2023
6. Asukkaat tietävät, mistä saa tietoa palveluista ja oikeuksista ja miten palveluihin voi vaikuttaa - meidät tunnetaan laajasti	Hyvinvointialue tunnetaan palvelujen järjestäjänä ja tuottajana Pirkanmaalla. Myös digitaaliset palvelut tunnetaan ja niitä osataan käyttää (digitaalinen sote-keskus, digiklinikka, Omaolo jne). Asukkaat ottavat yhteyttä oikeilla tavoilla ja välttävät häiriökysynnältä. Viestinnällä ohjataan ja kohdennetaan palvelujen käyttöä. Asukkaiden kokemukseen vastataan viestintää kohdentamalla. Asiakkaat ja asukkaat tuntevat hyvinvointialueen osallistumisen ja vaikuttamisen keinot ja kanavat.	Verkkosivuston pirha.fi:n sisältö on ajantasaista ja helppokäyttöistä ja kävijämäärä on loppuvuodesta yli 500 000 henkilöä kuukaudessa. Digitaalisista palveluista tehdään verkko- ja some-kampanjoita, jotka lisäävät kiinnostusta ja sitoutumista digipalveluihin. Neuvontapalveluista ja asiakaskokemusmittauksista sekä vaikuttamistoimielimistä kertyvää tietoa hyödynnetään viestinnän suuntaamisessa ja kohdentamisessa. Osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksista (osallisuusohjelma, vaikuttamistoimielimet) viestitään aktiivisesti. Asukastilaisuuksissa ja tapahtumissa kohdataan asukkaita ja kerrotaan hyvinvointialueesta. Osallistutaan sote-alan mainetutkimukseen, jotta saadaan pohjatietoa hyvinvointialueen maineesta.
7. Edistämme terveyttä ja hyvinvointia sekä turvallisuutta asiantuntijaviestinnän ja tapahtumien avulla sekä kumppanien kanssa yhteistyössä	Käytössä on konsepteja asiantuntijatapahtumille. Olemme mukana kansallisissa verkostoissa, joissa suunnitellaan turvallisuutta ja terveyttä edistäviä viestinnällisiä kampanjoita ja tapahtumia.	Striimaamme esimerkiksi asiantuntijaluentoja ja teemme asiantuntijoiden kanssa verkkosisältöjä (artikkelit, some). Osallistumme mm. K50- ja TerveSos -messuille ja jalkaudumme pirkanmaalaisiin tapahtumiin ja yleisötilaisuuksiin – menemme sinne, missä ihmiset ovat. Osallistumme aktiivisesti kansallisiin viestintäverkostoihin tuodaksemme pirkanmaalaista näkemystä turvallisuuden ja terveyden edistämisen viestintään.
8. Käytämme vain vaikuttavia ja kustannustehokkaita viestintäkeinoja ja -kanavia	Viestintää tehdään suunnitelmallisesti eri kohderyhmien tarpeisiin. Viestinnässä käytetään ensisijaisesti digitaalisia kanavia ja keinoja. Hyvinvointialue ei julkaise ensisijaisesti paperilehtiä tai -esitteitä kohderyhmille, jotka käyttävät digiaineistoja.	Tuotamme hyvinvointialueen esittelyaineistot tärkeimmille kohderyhmille niillä tavoilla, joilla kohderyhmä saavutetaan parhaiten. Teemme hyvinvointialueen sosiaalisen median suunnitelman, jossa linjataan hyvinvointialueen yhteinen some-politiikka ja kanavat. Käytämme vaikuttavia kanavia kullekin kohderyhmille.

	Sosiaalisen median kanavat ovat kohderyhmien kannalta tarkoituksenmukaisia ja niillä on merkittäviä seuraajamääriä.	Luomme käytännön, jolla määritellään uusien kanavien perustaminen ja tarvittava resurssi. Kannustamme ja koulutamme henkilöstöä viestimään myös hyvinvointialueen yhteisissä kanavissa. Otamme käyttöön sosiaalisen median hallintatyökalun. Henkilöstöviestintä rakennetaan digitaalisesti intranettiin ja sisäisistä paperitiedotteista ja -lehdistä luovutaan kaikissa yksiköissä. Sidosryhmien viestinnässä käytetään esimerkiksi digitaalisia uutiskirjeitä ja verkkoon saavutettavasti laitettavia aineistomuotoja.
9. Meidät tunnetaan yliopistollisena, tutkimusta tekevänä hyvinvointialueena ja vaikuttavuustyön pioneerina	Eri tieteenalojen tutkimuksesta viestitään aktiivisesti. Tutkimusviestintää laajennetaan terveystutkimuksesta myös muille tieteenoille. Vaikuttavuuskeskus tunnetaan kansallisesti.	Vaikuttavuustyöstä ja käynnissä olevista tutkimushankkeista viestitään säännöllisesti. Lanseeraamme asukkaille yliopistollisen sote-keskuksen. Terveystutkimuksen rinnalle nostetaan monialainen tieteellinen tutkimus tiedotteissa, verkkosisällöissä ja somessa. Viestimme psykiatrian uudisrakennuksesta potilaalle tulevien hyötyjen näkökulmasta.
10. Johtamistehtävissä olevilla on käytössään selkeät viestinnän ohjeet, toimintamallit ja ammattimaista viestinnän tukea, jota hyödynnetään osana strategista johtamista	Johto eri tasoilla osaa hyödyntää viestinnän ammattilaisia strategisen viestinnän suunnittelussa. Häiriötilanteiden viestintäprosessi on kuvattu. Johtamistehtävissä toimivat osaavat toimia häiriö- ja onnettomuusviestinnässä ohjeiden mukaan. Esihenkilöt viestivät yhdensuuntaisesti ja saavat tarvittaessa apua eri viestintätilanteisiin viestinnän vastuualueelta. Päättäjillä on käytössään ajantasaista viestintämateriaalia.	Viestinnän ammattilaiset osallistuvat strategisten hankkeiden ja muutosten suunnitteluun. Tehdään viestintäohje koko henkilöstölle ja tarjotaan siitä avointa koulutusta. Esihenkilöille järjestetään johtamista tukevaa viestintäkoulutusta, esim. esiintymiskoulutusta, some-koulutusta, mediakoulutusta ja koulutusta viestintäohjeen sisällöistä. Yhtenäisellä visuaalisella ilmeellä tehdään helppokäyttöisiä tukimateriaaleja, kuten esitepohjia ja diaesityksiä. Yhteinen visuaalinen ilme otetaan käyttöön koko hyvinvointialueella.
Kärkiteema: Hyvinvoivat työntekijät	Tavoitteet 2023-2025	Esimerkkejä teoista 2023
11. Johtamisviestintämme on kasvullista, vuorovaikutteista ja nykyaikaisia kanavia	Intranet koetaan keskeisenä henkilöstöviestinnän kanavana. Intrassa ja henkilöstötilaisuuksissa vastataan henkilöstön huoliin ja kysymyksiin.	Intran uutisten kommentointi otetaan käyttöön. Johto sitoutuu osallistumaan keskusteluihin. Intrassa hyödynnetään johdon ja

ja osallistumista hyödyntävää	<p>Palvelulinjojen ja vastualueiden viestintää suunnitellaan viestintäohjelman pohjalta viestintäohjetta noudattaen.</p> <p>Palvelulinjoilla hyödynnetään viestinnän ammattilaisten osaamista.</p>	<p>asiantuntijoiden kyselytuntia tai vastaavaa keinoa päästä vuorovaikutukseen ja saada vastauksia kysymyksiin.</p> <p>Johton säännölliselle henkilöstöviestinnälle luodaan oma konsepti. Johto hyödyntää videoiden ja sosiaalisen median mahdollistamia kanavia viestinnässään.</p> <p>Palvelulinjoille tehdään omat viestintäsuunnitelmat viestinnällisten tarpeiden tunnistamiseksi ja viestinnän vakiinnuttamiseksi johtamistyön osana.</p> <p>Osallistumista ja kommentointia ja keskustelua edistetään Teams-tilaisuuksissa esimerkiksi ennakkokyselyjen ja -tehtävien avulla.</p>
12. Työntekijämme haluavat toimia mainelähettiläinä ja saavat siihen tarvitsemansa tuen ja ohjeet viestinnästä	<p>Hyvinvointialueella on viestintäverkostoja ja aktiivinen some-tuottajien verkosto.</p> <p>Henkilöstön käytössä on viestintää tukevat ohjeet ja materiaalit.</p>	<p>Hyvinvointialueen some-kanavien sisällöntuotantoon on käytössä työntekijäkokemusta tukevia visuaalisia ratkaisuja ja konsepteja, kuten Instagramin työpäivätarinoita ja julkaisupohjia.</p> <p>Viestinnän ammattilaiset tuottavat henkilöstölle muun muassa sosiaalisen median koulutusta ja valmentavat oman työntekijäkokemuksen viestintään. Hyödynnetään omassa henkilöstössä olevien some-vaikuttajien osaamista.</p> <p>Kannustamme ja tuemme kertomaan omasta työstä myös erilaisissa ammattimediaoissa ja muissa journalistisissa julkaisuissa.</p>
13. Sisäisen viestinnän kanavamme tukevat henkilöstön osallistumista ja vaikuttamista eri työtehtävät ja työajat huomioon ottaen	<p>Intrasta kehittyi työn tekoa, osallistumista ja vaikuttamista tukeva viestintäkanava.</p> <p>Työntekijöiden henkilöstötilaisuuksien ja vaikuttamismahdollisuuksien foorumit on luotu ja kaikilla on yhdenvertainen mahdollisuus saada tietoa ja vaikuttaa työpaikan asioihin.</p>	<p>Intran kommentointi- ja keskustelutoiminto otetaan käyttöön. Yksiköillä on mahdollisuus omiin uutispalstoihin.</p> <p>Henkilöstölle tuotetaan osallistumista ja yhteisöllisyyttä tukevaa viestintää, kuten keskustelutilaisuuksia.</p> <p>Henkilöstötilaisuuksien tuottamiseen vakiinnutetaan oma malli.</p> <p>Tärkeimmät henkilöstötilaisuudet ja tapahtumat striimataan. Pitkään ajankohtaiset tilaisuudet myös tekstitetään, jotta ne ovat kaikkien työntekijöiden katsottavissa ja voidaan säilyttää intranetissa yli kaksi viikkoa.</p>
14. Viestinnän ammattilaisilla on ajan hermoilla olevat tiedot, välineet ja vaikutusmahdollisuudet toimia	<p>Viestinnän välineillä ja osaamisella pystytään vastaamaan johdon, henkilöstön ja median tarpeisiin visuaalisesta ja videoitavasta viestinnästä.</p>	<p>Viestinnän sisällöntuotanto, strategiset hankkeet ja tapahtumat kootaan jatkuvasti päivittyvään suunnitelmaan ja arvioidaan tarve projektinhallintaohjelmiston käyttöönottoon.</p>

<p>organisaation johdon ja esihenkilöiden tukena</p>	<p>Strategisen viestinnän tukena käytetään kustannustehokkaita ostopalveluja.</p> <p>Verkko- ja someviestinnän tilastotietoa hyödynnetään viestinnän johtamisessa.</p> <p>Meillä on käytössä nykyaikainen mediatila, josta voidaan tuottaa myös kansallisia ja kansainvälisiä tiedotustilaisuuksia.</p>	<p>Johdon kanssa suunnitellaan säännöllisesti strategisen viestinnän sisältöjä ja hankkeita.</p> <p>Viestinnän palveluista ja tyytyväisyydestä tehdään tehtäväalueille kysely ensimmäisen toimintavuoden aikana.</p> <p>Strategisen viestinnän tukena toimivilta kumppaneilta hankitaan arvoa tuottavaa palvelua viestinnän tueksi. Tavoitteet on rakennettu viestinnän ja johdon kanssa yhdessä ja teot tukevat strategiaa.</p> <p>Mediatilaisuudet ja erilaiset videoitavat ja striimattavat tilaisuudet mahdollistava uusi mediatila (kuvausstudio) otetaan käyttöön.</p> <p>Mediatila valmistuu Finn-Medi 5:en isoon kokoushuoneeseen ja mahdollistaa erilaiset viestintätalaisuudet ja tapahtumat niin paikanpäällä kuin striimattunakin.</p> <p>Some-viestinnässä otetaan käyttöön yleisimmät kanavat yhdistävä hallintatyökalu. Some-kanavista valitaan aktiiviseen käyttöön vain arvoa tuottavat kanavat.</p>
<p>15. Viestinnän roolit ja viestinnän vastuut suhteessa organisaatiokokonaisuuteen ovat selkeät ja resurssit ovat odotuksiin nähden riittävät ja ajantasaiset</p>	<p>Yhteistyö johdon ja viestinnän ammattilaisten kesken on mutkatonta, saumatonta ja avointa. Yhteistyölle on selkeät rakenteet.</p> <p>Viestinnän ammattilaisilla on työssä onnistuakseen ja mediaa palvellakseen riittävä ja ajantasainen tilannekuva hyvinvointialueen asioista.</p> <p>Viestinnän resurssointi tukee viestintäohjelman toteuttamista ja viestinnän periaatteita kaikilla tehtäväalueilla.</p>	<p>Johdon ja viestinnän ammattilaisten välillä vakiinnutetaan toimintamalli ajantasainen tilannekuvan, tarpeiden ja tavoitteiden tuottamiseksi.</p> <p>Viestinnän ammattilaisten tehtäväkuvat luodaan selkeiksi ja ne tukevat tiiviisti muun muassa palvelutuotannon strategista johtamista ja hyvää asiakaskokemusta.</p> <p>Keskeisimpiä toimielimiä autetaan viestimään niiden valmisteilla olevista asioista ja päätöksistä yhteistyössä johdon kanssa.</p> <p>Päätäjillä on käytössään ajantasaiset viestintämateriaalit toimiakseen viestinnän rooleissaan.</p>
<p>Kärkiteema: Yhdessä yhteen toimiva hyvinvointialue</p>	<p>Tavoitteet 2023-2025</p>	<p>Esimerkkejä teoista 2023</p>
<p>16. Meillä on yhtenäiset viestinnän ohjeet ja käytännöt, joita henkilöstö ja päättäjät ovat sitoutuneet noudattamaan</p>	<p>Luodaan viestintäohje, joka sopii eri viestijärooleihin.</p>	<p>Viestintäohjeessa on kuvattu mm. eri kanavat, vastuut ja häiriötilanneviestinnän toimintamalli.</p>

		Viestintäohje valmistuu keväällä 2023, julkaistaan intran sivustona ja se on myös osa viestinnän sisäisiä koulutuksia ja sparrauksia.
17. Uusi toimintakulttuurimme on yhteisöä innostava ja yhdistävä sekä vakauttava, avoin, läpinäkyvä ja vuorovaikutteinen, nämä näkyvät myös ulospäin	Pirkanmaan hyvä yhteistyö heijastuu viestinnän sävyyn ja keinoihin. Suhtaudumme myönteisesti henkilöstöstä ja asukailta tuleviin ideoihin ja toiveisiin uuden identiteettimme rakentamisessa.	Menemme sinne, missä asukkaamme ja henkilöstömme jo ovat, kuten erilaisiin asukas- ja ammattilaistapahtumiin. Käytämme henkilöstö- ja asukasviestinnässä osallistavia ja sitouttavia menetelmiä, kuten yhteistä ideointia ja joukkoistamista.
18. Hyvinvointialue on haluttu kumppani ja yhteistyöalusta - hyödynnäme myös muiden tarjoamia foorumeita ja tapahtumia vuorovaikutuksen, näkyvyyden ja tunnettuuden edistämiseksi	Eri kumppanit haluavat toteuttaa kanssamme erilaisia projekteja, tapahtumia ja viestintätempauksia. Sidosryhmillä ja palvelutuotannon kumppaneilla on mahdollisuus saada riittävästi tietoa hyvinvointialueen linjauksista ja ohjeista.	Osallistumme ennakkoluulottomasti erilaisiin tapahtumiin ja yhteistyöhankkeisiin, jolloin näymme myös muiden foorumeilla. Tunnettuutta ja vuorovaikutusta Pirkanmaalla rakennetaan niin ammattilais- kuin asukastapahtumissakin, digitapahtumien ja striimien lisäksi. Turvaamme konsernin ja tärkeimpien palveluntuottajiemme tiedonsaannin intranetin kautta. Käynnistämme kumppaneillemme suunnatun ekstranet-osion valmistelun osana intranetin kehittämistä.