



MAASEUTU 2020



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



Sykettä

©maaseutuverkosto Kuvaaja: Martina Motzbäuche

Hanketoteuttajan viestintäohjeet

Sykettä Keski-Suomen maaseutuviestintään

Manner-Suomen maaseudun
kehittämishjelma 2014–2020





MAASEUTU 2020



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Viestintä on tiedon välittämistä

- Viestintä on sanomien siirtämistä ja merkitysten tuottamista
- Olennaista ei ole vain tiedon välittäminen vaan yhteisen ymmärryksen tuottaminen

10 syytä viestiä hankkeesta

1. Lisätään hankkeen näkyvyyttä
2. Helpotetaan hankkeen toteuttamista
3. Aktivoidaan ja sitoutetaan hankkeen toteuttamisessa mukana olevia ihmisiä
4. Välitetään tietoa hankkeen etenemisestä rahoittajalle
5. Välitetään tietoa henkilöille, jotka voivat saada hyötyä hankkeesta
6. Informoidaan suurta yleisöä ja näin lisätään tietoa sekä omasta hankkeesta että hanketoiminnasta yleensä
7. Kerrotaan muutoksista, etenemisestä, tapahtumista
8. Luodaan verkostoja ja kootaan ihmisiä yhteen. Laajojen verkostojen avulla hankkeen viesti voi levitä todella laajalle alueelle.
9. Annetaan mahdollisuus vaikuttaa hankkeeseen sen eri vaiheissa
10. Toteutetut hankkeet ovat esimerkkinä ja oppina uusille hankkeille

Viestintä kannattaa suunnitella

Viestinnän suunnittelu:

Mitä haluamme sanoa? -Sanoma

Kenelle? -Kohderyhmä

Miten? -Keinot/välineet

Mitä vaikutuksia saamme aikaan? –Tulos

Mitä maksaa? –Budjetti

Kuka/ketkä tekevät? –Tekijät

Milloin on h-hetki? –Aikataulu

Mitä tiedottamisen jälkeen? –Seuranta

Viestinnän
toteuttamista ja
seuranta helpottaa
esimerkiksi
taulukoon tehty
viestintäsuunnitelma

Kohderyhmä	Perusviestit/ sanomat	Keinot/kanavat	Ajoitus	Totutusvastuu	Budjetti
<ul style="list-style-type: none"> • hankehenkilöt • kyläläiset • rahoittajat • viranomaiset • media • asiakkaat • jne. 	Mitä viestejä kullekin kohderyhmälle halutaan viestiä	Millä keinoin viestit saadaan perille? <ul style="list-style-type: none"> • sähköposti • internet/extranet • tiedotteet • esitteet • lehti t • seminaarit • tapahtumat • kampanjat • jne. 	Milloin toimenpiteet tehdään Mitä tehdään itse ja mitä ostetaan ulkoa?	Kuka vastaa mistakin toimenpiteestä?	Toimen- piteisiin varatut rahat





MAASEUTU 2020



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Viestintäkanava valitaan tavoitteen, kohderyhmän ja sisällön mukaan

- Lehtiartikkelit, tiedotteet ja ilmoitukset (paikallis- ja maakuntalehti, valtakunnalliset lehdet, ammattilehdet)
- Radio ja televisio
- Oma internet-sivu sekä linkitykset yhteistyökumppaneiden sivuille
- Sosiaalinen media, kuten Facebook, Twitter, Instagram, Youtube
- Esitteet, julkaisut ym. painettu viestintä, hankekohtainen lehti tai liite
- Tapahtumat, koulutustilaisuudet, seminaarit, messut, tiedotustilaisuudet
- Sähköposti
- Ilmoitustaulut, tapahtumakalenterit
- Videot, äänitteet, www-sivut, bannerit, ym. sähköinen viestintä
- Henkilökohtainen keskustelu ja esittely

Hissipuhe on ensivaikutelma hankkeesta

- Hissipuhe on iskevä, tiivis ja positiivisen mielikuvan herättävä esitys hankkeestasi ja sen ja sen päämääristä.
- On tärkeää oppia esittämään asiansa niin, että kuulija kiinnostuu ja haluaa tutustua siihen tarkemmin.
- Kerro muutama mielenkiintoa herättävä avainkohta. Älä yritä tiivistää ensimmäiseen minuuttiin kaikkea mitä tiedät ja haluaisit jakaa kuulijan kanssa.
- Hissipuhe muuttuu kuulijan, tilanteen ja puheenpitäjän myötä. Tunne hankkeesi hyvin, jotta voi muokata hissipuhetta tarpeen mukaan.
- Hankkeella ei ole vain yhtä ja ainoaa hissipuhetta. Varaudu lisäkysymyksiin, pidä taustatiedot ja tarkennukset mielessä tai lähettyvillä





MAASEUTU 2020



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Tiedotteen kirjoittaminen

- Tiedotteen tavoite on herättää toimittajien mielenkiinto ja saada heidät kirjoittamaan hankkeesta
- Joskus toimittajat julkaisevat tiedotteen sellaisenaan, joskus he lyhentävät, täydentävät tai kommentoivat sitä, joskus he kirjoittavat tiedotteen pohjalta kokonaan uuden jutun
- Tiedotteen tulee käsitellä jotain uutta ja ajankohtaista, yleisesti kiinnostavaa asiaa
- Tarkastele asiaa toimittajan, älä hankkeesi näkökulmasta

Vinkkejä tiedotteen ja jutun kirjoittamiseen

- Napakka otsikko herättää lukijan kiinnostuksen ja kertoo tiedotteen aiheen
- Ingressi on uutisen kärki, johon on tiivistetty uutisen pääasia
- Mitä, missä, milloin, miten, miksi, kuka? Tärkeimmät asiat heti tiedotteen alkuun, mahdollisimman selkeästi ja ytimekkäästi.
- Muista lyhyet kappaleet ja elävöittävät väliotsikot
- Tiedotteen maksimipituus yksi A4. Jos teksti menee jakeluun printattuna, käytä logollista word-pohjaa
- Tiedotteeseen kannattaa pyytää 1-3 kommenttia aiheeseen liittyvältä henkilöltä, koska ihmisten kommentit kiinnostavat aina lukijaa.
- Tiedotteen loppuun kannattaa aina laittaa yhteyshenkilön tiedot (nimi, titteli, puhelinnumero)
- Kuva elävöittää tekstiä ja nostaa sen arvoa lukijan silmissä. Jos mahdollista, medioille tulisi aina tarjota kuvamateriaalia.

Kuvien hyödyntäminen viestinnässä

- Kuvilla hanke voidaan tehdä kiinnostavasti näkyväksi, joten kuvaa paljon ja erilaisia kuvia
- Kuvaa ihmisiä, toimintaa ja tekemistä
- Mene riittävän lähelle kuvattavaa, huomioi kuvan tausta, kuvaa mahdollisimman paljon luonnonvalossa
- Kuvankäsittelyllä kuvaa muokataan paremmaksi ja käyttötarkoitukseen sopivaksi
- Myös kännykkäkameran kuvia voi hyödyntää
- Muista videomahdollisuus, videomateriaali on nykyaikainen viestintätapa





MAASEUTU 2020



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Suosituimmat sosiaalisen median kanavat

Facebook – Yhteisöpalvelu, jossa voit mm. julkaista kuvaa, videoita, tekstipäivityksiä, jakaa linkkejä ja lähettää yksityisviestejä

Twitter – Henkilöiden ja yritysten yhteisö, jossa käytetään enintään 140 merkin viestejä. Twitterin toimintamalli perustuu seuraamiseen: käyttäjä valitsee, keiden twiittejä haluaa seurata ja kirjautuu näiden seuraajaksi.

Instagram – Kuvien jakopalvelu

YouTube – Videoiden jakopalvelu

Periscope – Suorat nettivideolähetykset ja kommentointi

LinkedIn – Ammattilaisille tarkoitettu verkostoitumispalvelu

SlideShare – Power point -esitysten jakopalvelu. Esitys ladataan SlideShare-palveluun, minkä jälkeen sitä voi katsoa suoraan selaimessa. SlideShareen jaetun esityksen voi myös upottaa kotisivulle.

Flickr - Valokuvien jakamispalvelu, jonne ihmiset voivat tallentaa valokuviaan omiin kansioihin ja jakaa sitten linkkejä näihin kansioihin.

Blogit - blogit ovat tehokas tapa kertoa uutisista. Suosittuja blogialustoja ovat Googlen Blogspot sekä WordPress.

Tuensaajan viestintä

- Hankerahoituksen pelisääntöihin kuuluu, että hankkeista viestitään avoimesti.
- Viestintä on räätälöitävä kullekin hankkeelle sopivaksi, koska hankkeiden kohderyhmät ovat erilaiset.
- Sisäinen viestintä on hankkeesta kertomista niille, joita hanke koskee ja jotka voivat saada hankkeesta jotain hyötyä. Sisäisen tiedottamisen tavoitteena on saada asianosaiset mukaan hanketta toteuttamaan.
- Ulkoista viestintää on hankkeesta kertominen ulkopuolisille, esimerkiksi tiedotusvälineiden välityksellä.
- Viestintämateriaali tarkoittaa esimerkiksi nettisivuja, esitteitä, markkinointimateriaalia, lehti-ilmoituksia ja kaikkea muuta vastaavaa materiaalia.
- Jos hankkeella on verkkosivusto, esitä sivustolla hankkeesta lyhyt kuvaus, josta käy ilmi hankkeen tavoitteet, tulokset ja EU:n rahoitusosuus.





MAASEUTU 2020



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Tunnusten käyttäminen

- Tiedota hankkeen toiminnasta ja EU:n rahoitusosuudesta hankkeessa tarkoituksenmukaisella tavalla.
- Tiedotusmateriaalissa tulee käyttää EU-lippua ja maaseuturahaston tunnuslausetta: "Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin". Pääsääntöisesti lausetta käytetään aina, kun sille on riittävästi tilaa eli tekstistä on saatava selvä.
- Jos hankkeen rahoitus on saatu Leader-ryhmältä, tulee käyttää myös EU:n Leader-logoa.

Mallikuvat viestintämateriaaleissa käytettävistä logosta

Käythän lataamassa painokelpoiset logo-tiedostot www.maaseutu.kuvat.fi/kuvat

EU-lippu ja maaseuturahaston tunnuslause (logon käyttö pakollista):



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Jos maaseuturahaston tunnuslauseelle ei ole tilaa, käytetään lippua, jonka alla on rahaston lyhenne "maaseuturahasto"



maaseuturahasto

Jos hankkeen rahoitus on saatu Leader-ryhmältä, tulee käyttää myös EU:n Leader-logoa. (logon käyttö pakollista, jos Leader-rahoitteinen hanke)



Maaseutu2020-logo (logon käyttö vapaaehtoista):



MAASEUTU 2020

https://www.maaseutu.fi/fi/hakijalle/tuensaajan_viestintaohjeet/Sivut/default.aspx





MAASEUTU 2020



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Julisteet

- Jos hankkeen julkisen tuen kokonaismäärä ylittää 50 000 euroa, sijoita hankkeen toteuttamisen ajaksi toimea ja sille saatavaa EU-tukea esittelevä A3-kokoinen juliste näkyvälle paikalle, esimerkiksi toimitiloihin.
- Täytä julisteeseen kuvaus hankkeesta. Kuvauksessa voit kertoa esimerkiksi hankkeen nimen, kuka hanketta toteuttaa ja mitä hankkeessa tehdään sekä sen, että hanke on toteutettu EU:n maaseuturahaston tuella. Jos hakijalla on monta hanketta, niiden tiedot voi esittää yhdessä julisteessa. Julisteessa on kuitenkin oltava yksilöityä tietoa jokaisesta hankkeesta.
- Muokattava julistepohja:
https://www.maaseutu.fi/fi/hakijalle/tuensaajan_viestintaohjeet/Sivut/default.aspx



Tiedotuskyltit

- Jos kyseessä on investointi, jonka julkisen tuen kokonaismäärä ylittää 500 000 euroa ja joka käsittää fyysisen kohteen hankinnan tai infrastruktuurin tai rakennushankkeen rahoittamisen, aseta näkyvälle paikalle pysyvä tiedotuskyltti. Kyltin tulee olla paikallaan viisi vuotta viimeisen maksun saamisesta. Toimen toteuttamisen ajaksi ei tarvitse kiinnittää julistetta vaan pysyvä kyltti riittää.
- Saat kyltin ELY-keskukselta tai Leader-ryhmältä.

Lisätiedot julisteista ja kylteistä:

https://www.maaseutu.fi/fi/hakijalle/tuensaajan_viestintaohjeet/Sivut/default.aspx

Tuensaajan viestinnän työkalupakki

- Tuensaajan viestinnän työkalupakista löytyy valmiita pohjia mm. tiedotteisiin, lehti-ilmoituksiin, käyntikortteihin ja roll up –mainoksiin, joita voit käyttää hankkeen omassa viestinnässä.
- Työkalupakki on kaikkien maaseutuohjelman tuensaajien käytössä.
- Viestintämateriaalien pohjia suunniteltaessa on otettu huomioon viestintää koskevat vaatimukset, joten ne helpottavat hankkeesi viestintää. Voit lisätä pohjiin esimerkiksi oman hankkeesi logon mukaan.
- Työkalupakki: <https://www.maaseutu.fi/fi/hakijalle/viestinnan-tyokalupakki/Sivut/default.aspx>



**Manner-Suomen maaseudun
kehittämisohjelma 2014-2020**





MAASEUTU 2020



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Muita viestintävinkkejä

keskisuomenmaaseutu.fi

Keski-Suomen maaseudun kehittämisestä kertova sivusto.

www.keskisuomenmaaseutu.fi ja

facebook-sivut <https://www.facebook.com/keskisuomenmaaseutu/>

Sivustolla on mm. hankerekisteri www.keskisuomenmaaseutu.fi/hankerekisteri, josta löytyy kaikki maaseutuohjelmasta rahoitetut hankkeet Keski-Suomessa.

Lisäksi sivustolle voidaan lisätä maaseudun kehittämiseen liittyviä tapahtumia, uutisia ja tarinoita hankkeista, joten toimittakaa tapahtumatietoja, uutisjuttuja ja valokuvia julkaistavaksi. Lisäksi sivustolla käynnistyy vieraskynä-blogi, johon voit kirjoittaa halutessasi jutun. Lisätiedot jenni.tiainen@jyvasriihi.fi tai 044 9882154.

maaseutu.fi

Maaseutu.fi on Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelman verkkopalvelu kaikille maaseudun kehittämisestä kiinnostuneille.

mahdollisuuksienmaa.fi

Mahdollisuuksien maa.fi –sivustolle (www.mahdollisuuksienmaa.fi) on koottu perustietoa maaseutuohjelman yritysrahoituksesta ja nostettu esiin rahoitusta hyödyntäneitä yrittäjiä.

Sidosryhmien kautta viestiminen

Lisäksi kannattaa kertoa hankkeen toiminnasta esimerkiksi kehittämissyhtiöiden, maaseututoimijoiden, yrittäjäjärjestöjen jne. nettisivujen, uutiskirjeiden, some-kanavien kautta.

Lisätiedot:

Jenni Tiainen, tiedottaja

Sykettä-viestintähanke / Leader Keski-Suomi

jenni.tiainen@jyvasriihi.fi 044 988 2154

www.keskisuomenmaaseutu.fi

www.facebook.com/keskisuomenmaaseutu

