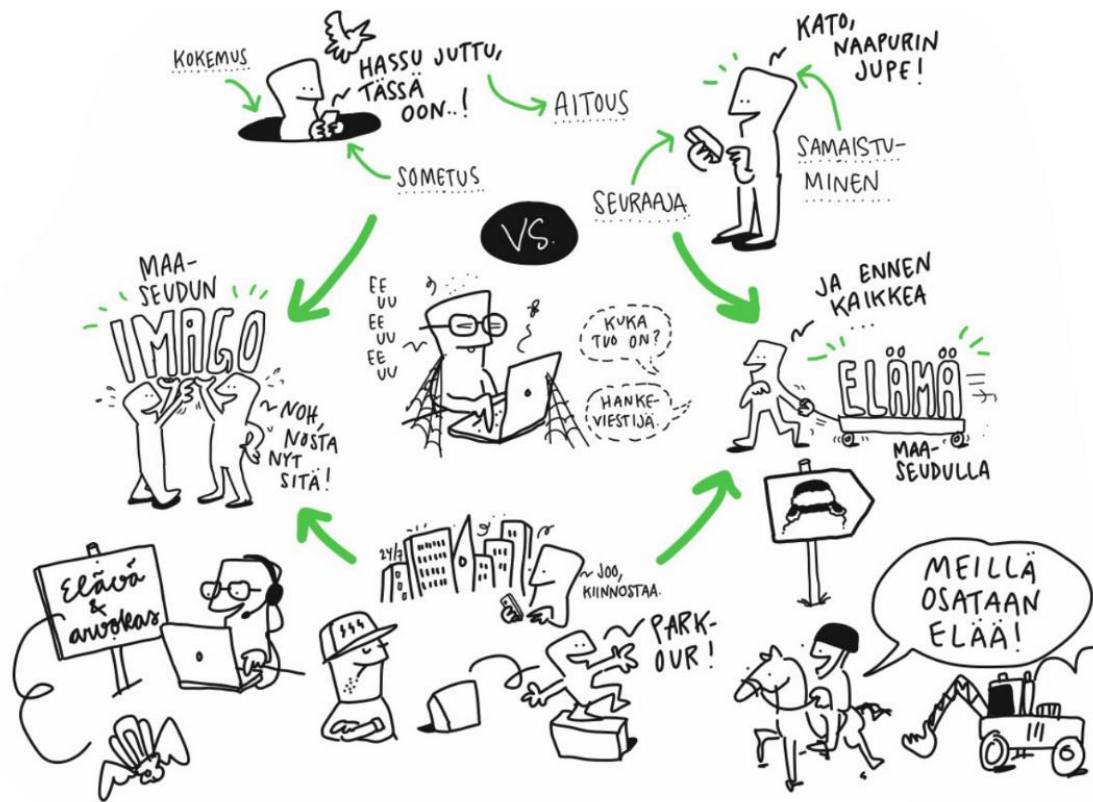


Viesti ja vaikutta!



Vaikuttavuusvinkkejä –ja tehtäviä maaseuturahaston hanketoimijalle



Keski-Suomi

Vaikuttavuus- ja viestintäoppaan tavoite: laitetaan hyvä kiertämään!

Kasvua, innovaatioita, kehitystä, jatkuvuutta. Hankkeissa saadaan aikaan valtavasti hienoja asioita, mutta kuinka kertoa niistä eteenpäin ja laittaa hyvä sana kiertämään?

Maaseuturahaston hankkeet tuottavat paljon hyvää ihmisten, yritysten ja yhteisöjen hyväksi. Jotta työn tulokset, vaikutukset ja rahoituksen merkitys saadaan näkyväksi, muutenkin kuin raporttien muodossa, jaetaan vinkkejä vaikuttavaan viestintään. Tässä oppaassa havainnoidaan hankkeiden myötä syntyneitä muutoksia ja muotoillaan ne kiinnostaviksi viesteiksi.

Hissipuhe hankkeesta

Muista, että jokainen tilaisuus ja kohtaaminen ovat mahdollisuuksia saada hankkeellesi huomiota. Tähän kannattaa valmistautua hiomalla timanttinen hissipuhe. Ydinviesti kertoo houkuttelevasti hankkeesi tärkeimmät asiat.



Päätä kenelle hissipuhe on suunnattu: asiakkaalle, päättäjälle, sidosryhmän edustajalle. Aloita hissipuhe tarpeesta, jota olet ratkaisemassa. Osoita, kuinka merkittävä tarve on ja miten suuren hyödyn hankkeesi tarjoamalla ratkaisulla voi saada. Kerro, millainen ratkaisu on ja miten se ratkaisee tarpeen. Kerro, mitä tapahtuu seuraavaksi ja ketä haluat toimintaan mukaan, jotta asia edistyy?

MIKSI?	Mihin ongelmaan hanke on ratkaisu? Muutos kohderyhmässä?
KENELLE?	Kuka hyötyy hankkeesta?
MITEN?	Millä tavoin haluttu muutos saadaan aikaan?
MIKÄ?	Hankkeen nimi ja tekijät



Mitä vaikuttavuus on?

Kerrotaan, miksi hanke on olemassa ja miksi se on tärkeä. Kerrotaan hankkeen aikaan saamasta muutoksesta. Tuloksista viestiminen osoittaa, että tekemällämme hanketyöllä on ollut myönteisiä vaikutuksia ihmisiin, yhteisöön ja ehkä jopa laajemmin yhteiskuntaan.

Hankkeen suunnitteluvaiheessa kannattaa jo miettiä, millaisia vaikutuksia hankkeella tavoitellaan. Hankkeen käynnistyessä voi miettiä, millä tavoin hankkeen vaikutuksia seurataan ja mitataan. Viesti hankkeen tuloksista ja saavutuksista koko hankkeen ajan.



Mitä ongelmaa olemme ratkaisemassa hankkeessa?

Kenen elämään vaikutamme?

Miten ratkomme ongelmaa: mitä teemme, miten, miksi?

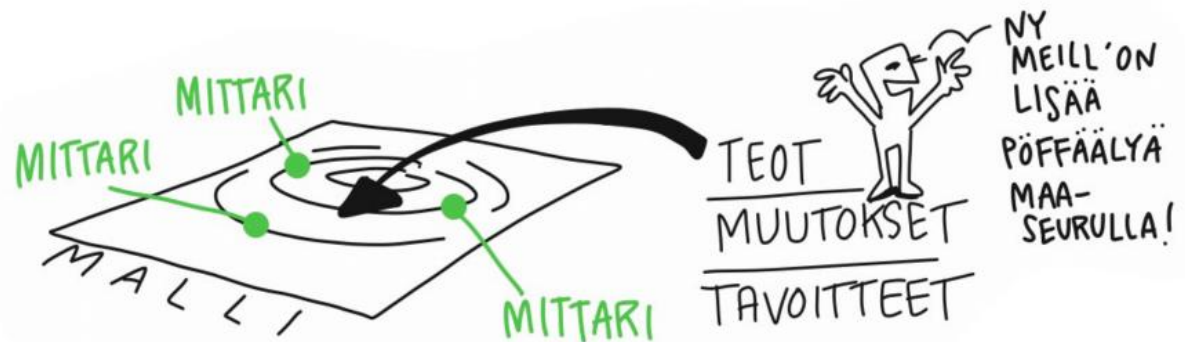
Kerro, miksi hanke on olemassa. Mitä haluamme saada aikaan?

Mitä haluamme muuttaa? Näin voit perusteella kuulijalle, että olette tekemässä tärkeää työtä.

Määrittele hankkeesi alussa ainakin yksi muutos, jonka uskot sen aiheuttavan.

Pohdi, miten tätä muutosta voidaan seurata ja mitata ja tuoda esille.

- 1) Mikä on muutos, jota hankkeella tavoitellaan?
- 2) Millä mittarilla muutosta seurataan?
- 3) Miten muutos osoitetaan?
- 4) Mikä on toisin, kun hanke loppuu?
Kuinka vaikutus pidetään yllä?



Vaikuttavuuden portaat



Erilaisia onnistumisen mittareita

Miten voit osoittaa, että hankkeestasi on ollut hyötyä? Millaisia vaikutuksia hankkeessa voi syntyä? Alla olevassa listassa on esimerkkejä, millaisia asioita voit havainnoida ja joiden muutosta seurata. Muistathan kertoa hankkeesi pienistäkin onnistumisista.

- hyvät, levitetyt toimintamallit
- osaamisen lisääntyminen, tieto, taito, oppiminen
- motivaatio, asenne, toimintakyky
- asiakaspalaute, asiakastarinat, laadulliset kertomukset
- laadun parantuminen, toiminnan tehostuminen, prosessin nopeutuminen
- työllistyminen, talkootyöt, aktiivisuus
- tulot, säästöt (säästöt esim. yhteisölle, kunnalle, julkistaloudelle)
- uudet palvelut, yritykset, työpaikat
- uudet innovaatiot, kokeilut
- kävijämäärät, käyttäjät, osallistujat
- viestintä



POHDI: Millaisia vaikutuksia hankkeessasi tehdyllä työllä on saavutettu? Kirjaa ne hankevaikuttavuuden tulostauluun.

Kenelle vaikutuksista kannattaa kertoa?

Vaikutuksista viestiessä kannattaa pohtia kohdeyleisöä eli sitä, kenet on tarkoitus vakuuttaa. Pyritkö vakuuttamaan esimerkiksi maaseudun asukkaan, kuntapäätäjän, asiakkaan vai rahoittajan? Tehokkainta on osoittaa hankkeen hyöty eri kohderyhmille sopivalla tavalla.

Esimerkki: Näin voit kertoa liikuntapaikan rakentamisesta eri tahoille

Harrastajille eli kohderyhmälle: Harrastusmahdollisuudet paranevat uuden liikuntapaikan myötä

Alueen toimijoille: Uusi liikuntapaikka tuo paikkakunnalle ja maakuntaan uusia harrastajia, jotka hyödyntävät myös muita palveluita → tuo taloudellista hyötyä alueelle.

Päättäjille: Liikuntapaikka on voitu tehdä talkootyön ansiosta halvemmalla verrattuna siihen, että kunta olisi sen itse tehnyt → tämä on tuonut säästöjä kunnalle.

Toimiala/kenttä: Kunnostetulla liikuntapaikalla voidaan järjestää jopa valtakunnantasoisia kilpailuja, mikä parantaa lajin tunnettua ja ...

KEINOT, VÄYLÄT & IHMISET
- käytä & viesti!

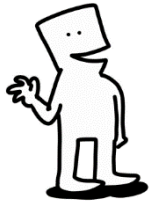


POHDI: Mille eri tahoille hankkeesi työstä ja sen tuloksista kannattaisi kertoa?

Hyödynnä verkostoa kertoessasi vaikuttavuudesta

Yksin et pysty laajaan vaikuttavuuteen, joten jaa tietoa ja innosta muutkin viestinviejiksi. Hankkeen vaikutuksia voivat esitellä monet eri tahot: hankkeen taustaorganisaatio, hankevetäjä, toimialan edustaja, kunnan edustaja, päättäjä, yrittäjä, asukas, osallistuja, yhteistyökumppani, rahoittaja, talkootyöläinen, media jne. Hyödynnä ympärillä olevat ihmiset ja innosta heidät mukaan viestimään hankkeesta ja sen vaikutuksista. Pohdi myös näitä:

- Missä sinun kohderyhmäsi pyörii? Missä sinun pitäisi olla? Kenen kanssa verkostoitua?
- Kuka jo viestii ja kenellä on valmiit väylät? Hyödynnä puolestapuhujat, eri kanavat, avainpelaajat, muut?
- Mille verkostolle jakaisit onnistumisen?



Taustaorganisaatio: Yhdistyksemme, yrityksemme...
Yhteistyökumppani, talkoolainen, asukas: Olen osallistunut...
Kunnanjohtaja: Kunnassamme tehdään...
Media: Paikkakunnalla kehitetään uutta...
Rahoittaja: Olemme rahoittamassa hienoa kehitystyötä, jossa...



POHDI: Mieti, ketkä kaikki voisivat hankkeesi työstä kertoa ja miten saat heidän innostettua ja sitoutettua viestinviejiksi?

Erilaisia tapoja tehdä hankkeen vaikutuksia näkyväksi

Pohdi, miten esittäisit hankkeen onnistumisen. Mielenkiintoa numeroihin ja faktoihin saat höystämällä tuloksia ihmisten kokemuksilla ja tarinoilla. Keinoja tuloksista ja vaikutuksista viestimiseen on lukuisia – kannattaa lähteä rohkeasti kokeilemaan uusia tapoja. Muista, että asiasisältö on tärkein, mutta visuaalisuus herättää kiinnostuksen. Hankkeen tuloksen, onnistumisen tai vaikutuksen voi osoittaa esimerkiksi seuraavilla keinoilla.

- video, elokuva, animaatio
- tarinat, haastattelut
- infograafi, kaaviokuva, piirros
- kuvat, kuvaesitykset, kuvakollaasit
- blogikirjoitus, tiedote, uutiskirje
- somekanava, verkkosivu
- julkaisu, esite
- tilaisuus, tapahtuma, livekohtaamiset
- raportti



*POHDI: Millä tavoin voisit viestiä hankkeesi myötä syntyneen muutoksen?
Mitä tietoa tai materiaalia tarvitset esitystapaa varten?*



Vaikuttavuustarina

Mielenkiintoinen vaikuttavuustarina sanallistaa tai visualisoi hankkeesi vaikutukset. Valitse tarinalle päähenkilö ja kerro miten hänen elämänsä muuttuu hankkeen ansiosta. Elävöitä tarinaa kiinnostavissa juonenkäänteillä, pohjaa tarinasi kuitenkin faktaan. Hahmottele vaikuttavuustarinasasi pääkohdat.

Päähenkilö ja sivuroolit

Tarinan tausta, miksi tarina on tärkeä?

Mikä muutos tarinan päähenkilölle tapahtuu?

Mitä ottaa huomioon vaikutuksista viestiessä medialle?

Monissa hankkeissa tehdään arvokasta työtä paikallisesti, joten huomioi erityisesti paikalliset mediat. Toisaalta ajattele rohkeasti laajasti: voisivatko esim. toimialasi tai valtakunnan mediat olla kiinnostuneita hankkeesi työstä? Muistathan mainita myös rahoittajan kertoessasi hankkeesta, siten saamme yhdessä maaseuturahoituksen vaikutukset näkyville!

- Lähestyessäsi mediaa mieti, mihin laajempaan viitekehykseen ja yhteiskunnalliseen keskusteluun juttuaiheesi sopii.
- Kytke hankkeesi viesti ajankohtaiseen teemaan tai toimialalla käytävään keskusteluun.
- Kutsu toimittajia mukaan tapahtumaan, seminaarin, koulutustilaisuuteen. Soita rohkeasti ja kerro tarkemmin tilaisuudesta. Kaiva esiin tapahtumille ja uutisille mediaa puhutteleva näkökulma ja ole ajoissa.
- Nosta jutuissa esille se, millaisia vaikutuksia hankkeilla on ollut. Mediaa kiinnostavat tarinat, henkilökuvat ja ilmiöt.
- Hanke ei itsessään ole kiinnostava, vaan se, mitä siinä saadaan aikaan (ideat, tekeminen ja tulokset) - oleellisinta on yhteys tavallisten ihmisten arkeen.
- Tiedote on edelleen hyvä tapa lähestyä mediaa, mutta muista laatia se huolella ja hyödynnä mediaverkostoasi.



*POHDI: Mikä hankkeesi vaikutus tai muutos voisi kiinnostaa mediaa? Mikä olisi kiinnostava näkökulma?
Mitkä eri mediat voisivat olla kiinnostuneita hankkeesi työstä?*

Näin homma jatkuu!

Olet nyt pohtinut hankkeessa saavutettuja muutoksia ja vaikutuksia. Olet myös pohtinut kenelle, niistä kannattaa kertoa ja miten. Seuraava vaihe on laittaa hommat rullamaan, nyt on aika laittaa suunnitelmat toimeksi.



Viestini hankkeen vaikutuksesta?

Missä ja milloin toteutus?



Muista kertoa, linkittää, jakaa somessa onnistumisesi myös rahoittajalle!
Rahoittajana haluamme olla myös jakamassa hankkeiden vaikuttavia viestejä ja onnistumisia.

Lisätiedot:

Keski-Suomen ELY-keskus

www.maaseutu.fi/keski-suomi

Keski-Suomen Leader-ryhmät, Jyväskylä, Maaseutukehitys, Vesuri-ryhmä ja Viisari

www.keskisuomenmaaseutu.fi