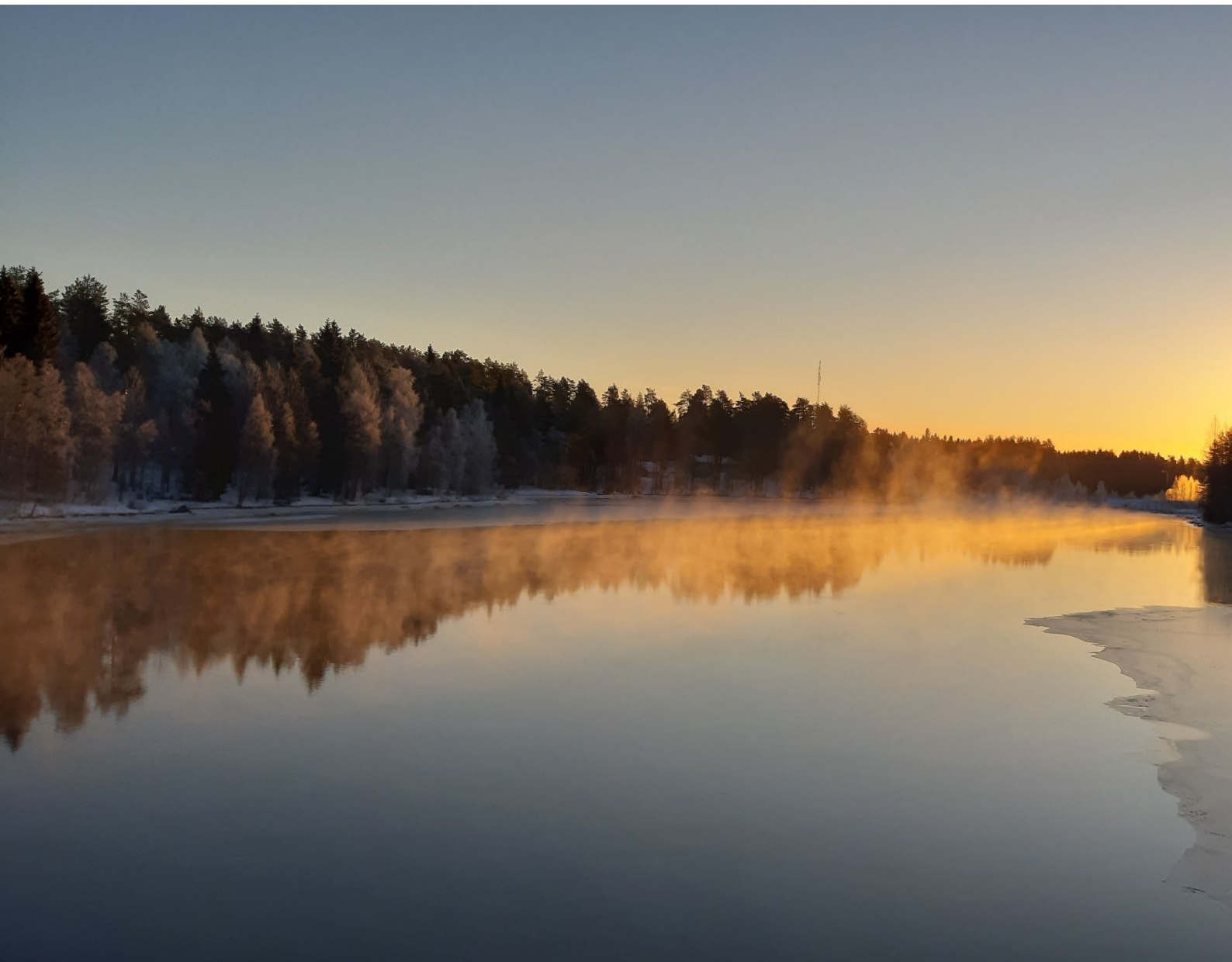




Viestintäsuunnitelma 2026-

Kunnanhallitus hyväksynyt 22.9.2026 § 182



Sisällys

1. Johdanto	3
2. Viestinnän tehtävä ja tavoitteet	3
3. Kuntastrategia 2026–2030 ja viestintä	3
4. Viestinnän periaatteet	4
5. Arvot ja viestintä	4
6. Strategian kolme kärkeä ja viestintä	5
7. Viestinnän johtaminen, roolit ja suunnittelu	5
8. Monikanavaisuus - Viestintäkanavat ja kohderyhmät	6
9. Päätösviestintä	8
10. Sisäinen viestintä – henkilöstöviestintä	8
11. Poikkeustilanteiden viestintä	9
12. Tekoäly viestinnässä	9
13. Viestinnän seuranta ja mittaaminen	9
14. Kehittämiskohteet lähivuosina	10
15. Markkinointi	10

1. Johdanto

Suomussalmen kunnan kuntastrategia vuosille 2026–2030 hyväksyttiin valtuustossa joulukuussa 2025. Tämä asiakirja on kuntastrategian mukaiseksi päivitetty viestintäsuunnitelma.

Suunnitelma ohjaa kunnan viestintää tukemaan vision “Parasta elämää perheellesi” ja muiden strategiaan kirjattujen tavoitteiden toteutumista. Viestinnän tehtävänä on tehdä näkyväksi kunnassa tehtävän työn vision saavuttamiseksi. Viestintä eri muodoissaan elävöittää kuntabrändiä.

Tässä suunnitelmassa käsitellään myös muita viestinnän osa-alueita, kuten viestintäkanavia, sisäistä viestintää, tekoälyä, poikkeustilanteiden viestintää ja työnjakoa, joista osaa perusteellisemmin ja osaa lyhyemmin.

2. Viestinnän tehtävä ja tavoitteet

Suomussalmen kunta viestii tehdäkseen kunnan päätöksenteosta läpinäkyvää, tarjotakseen tietoa kunnan palveluista kuntalaisille ja muille palveluja käyttäville, osoittaakseen vaikuttamisen ja osallistumisen mahdollisuuksia sekä rakentaakseen strategian mukaista kuntakuvaa.

Kunta vastaa omasta viranomaisviestinnästään ja tarvittaessa tukee tarvittaessa muiden viranomaisten viestintää.

3. Kuntastrategia 2026–2030 ja viestintä

Suomussalmen kuntastrategia pähkinänkuoressa:



VIESTINNÄN ROOLI STRATEGIASSA

Monin eri tavoin viestimällä tuomme esiin, näkyväksi ja tunnetuksi laajalle yleisölle kunnan toiminnan ja teot vision toteuttamiseksi.

Aktiivisen, monikanavaisen ja avoimen viestinnän avulla vahvistamme myönteisiä mielikuvia (**lumovoimaa**) Suomussalmesta, ylläpidämme kunnan houkuttelevuutta asuin- ja työskentelypaikkakuntana (**vetovoima**) sekä tuemme kuntalaisten luottamusta ja uskoa hyvään tulevaisuuteen (**pitovoima**).

4. Viestinnän periaatteet

Kuntaviestinnän periaatteet löytyvät **kuntalaista** (410/2015 § 29). Kunnan toiminnasta tiedotetaan asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille.

Kunnan järjestämistä palveluista, taloudesta, kunnassa valmistelussa olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä ja päätösten vaikutuksista annetaan riittävästi tietoja. Kunta myös tiedottaa, millä tavoin päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa.

Toimielinten käsittelyyn tulevien asioiden valmistelusta annetaan esityslistan valmistuttua yleisen tiedonsaannin kannalta tarpeellisia tietoja verkkosivuilla.

Verkkoviestinnässä huolehditaan, ettei salassa pidettäviä tietoja julkaista ja että yksityisyyden suoja henkilötietojen käsittelyssä toteutuu.

Viestinnässä käytetään **selkeää** ja **ymmärrettävää** kieltä, otetaan huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet ja huolehditaan saavutettavuudesta.

Kuntalaki on tärkein kuntaviestintää ohjaava säädös. Muita viestintään liittyviä lakeja ja säädöksiä ovat esimerkiksi julkisuuslaki, hallintolaki ja saavutettavuusdirektiivi. Työtä ohjaavat myös kunnan hallintosääntö, kuntastrategia ja tämä suunnitelma.

Graafisen ohjeen noudattaminen tekee julkaisuista tunnistettavaa ja tyylikkään yhtenäistä. Myös muita viestintään liittyviä ohjeita noudatetaan.

5. Arvot ja viestintä

Toimintaa ohjaavat arvot on kirjattu omaksi kohdakseen kuntastrategiassa. Kunnan toiminnan läpileikkaavina arvoina ovat yhteisöllisyys, oikeudenmukaisuus, rohkeus ja luottamus.

Yhteisöllisyys ilmenee viestinnässä vuorovaikutteisuutena, monikanavaisuutena, aktiivisena, saavutettavana ja osallisuutta vahvistavana. Myös henkilöiden esittelemisen lisää yhteisöllisyyttä, etenkin kuntaorganisaation sisällä.

Oikeudenmukaisuus viestinnän näkökulmasta tarkoittaa tasapuolista, saavutettavaa, oikeaan tietoon perustuvaa ja kattavaa viestintää.

Rohkeus ilmenee viestinnässä uusina tapoina osallistaa yhteisömme jäseniä ja ottaa käyttöön uusia viestintätapoja ja -kanavia. Rohkeutta on kertoa yleisölle valmisteilla olevista asioista, ja ottaa esille ristiriitoja herättäviä aiheita ja kuulla yhteisön näkemyksiä.

Luottamusta vahvistaa oikean tiedon julkaiseminen sekä ajantasainen ja aktiivinen viestiminen. Yhteisöllisyys ja oikeudenmukaisuus rakentavat ja ylläpitävät yhteisön ja muiden sidosryhmien luottamusta kuntaan.

6. Strategian kolme kärkeä ja viestintä

1. VÄESTÖMUUTOKSEEN VAIKUTTAMINEN JA INVESTOINNIT MAHDOLLISTAVAT KESTÄVÄN KASVUN

Suomussalmi houkuttelee uusia asukkaita ja investointeja tekemällä viestinnän avulla näkyväksi Suomussalmen luonnon ja luonnonvarat, turvallisen arjen, sekä työn ja yrittäjyyden mahdollisuudet.

Kerromme tavoista, joilla kunta edistää yritysten toimintaedellytyksiä, investointeja ja matkailun kasvua. Kunnan ja yritysten verkosto toimii tiiviisti. Yhteistyön näkyväksi tekeminen viestinnän avulla luo positiivista mielikuvaa yrittäjämysteistä kunnasta.

Kerromme viestinnän ja markkinoinnin keinoin mm. kunnan uusista tukimalleista lapsiperheille sekä muista kunnan tarjoamista asumisratkaisuista.

2. TARJOAMME ELEMENTIT HYVINVOIVAAN JA TURVALLISEEN ARKEEN

Viestinnällä tuetaan tavoitetta tarjota turvallinen, hyvinvoiva ja yhteisöllinen arki kaikille kuntalaisille. Viestinnän avulla tehdään näkyväksi kunnan peruspalvelujen toimivuus, toisen asteen koulutusmahdollisuudet sekä liikuntaharrastuksia tukevat rakenteet, jotka mahdollistavat aktiivisen arjen. Kerromme kunnan tuesta aktiivisille toimijoille, myös kylillä.

3. LUONNOLLISESTI UUDISTUVA SUOMUSSALMI

Kestävän uudistuminen tavoitteen alle on yhdeksi kärkitoimenpiteeksi kirjattu erityisesti viestintään liittyvä kärkitoimenpide: *Elävöitämme kuntabrändiä viestinnällä ja markkinoinnilla.*

Koska brändi rakentuu ennen kaikkea konkreettisista teoista, on kunnan palveluista ja tekemisestä kerrottava aktiivisesti. Nostetaan myös tekijöitä esiin. Vuorovaikutuksesta kuntalaisten ja sidosryhmien kanssa pidetään huolta. Myös yhtenäinen visuaalinen ilme rakentaa kuntabrändiä.

Palvelutuotantoa tukevat hallinto ja toimintatavat tarkoittavat viestinnänkin toiminnan kehittämistä teknologisten ratkaisujen avulla ja yhteistyön edelleen vahvistamista viestinnässä yli toimialarajojen.

Asiantunteva, osallistava ja moderni johtaminen tarkoittaa henkilöstöviestinnässä avoimuutta, aktiivisuutta ja tavoitettavaa viestintää henkilöstöön liittyvissä asioissa. Laadukas henkilöstöviestintä tukee henkilöstön hyvinvointia ja ylläpitää hyvää työnantajakuva.

Kuntaviestinnän yksi keskeisimmistä tehtävistä on vahvistaa kuntademokratiaa antamalla riittävästi tietoa valtuuston hyväksymän (valtuusto 1.6.2026 § 23) osallisuussuunnitelman periaatteiden mukaisesti päätösten valmistelusta sekä valmisteluun osallistumisen ja vaikuttamisen mahdollisuuksista.

Paikallisyhteisöä osallistetaan uudistuvan Suomussalmen rakentamiseen esimerkiksi asukastilaisuuksin, työpajoin, asiakasraatien avulla ja toteuttamalla kyselyjä.

7. Viestinnän johtaminen, roolit ja suunnittelu

Suomussalmen hallintosäännön (valtuusto 17.2.2025 § 5) mukaan kunnanhallitus johtaa kunnan viestintää ja kunnan toiminnasta tiedottamista. Kunnanhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista. Hallintojohtaja vastaa kuntaa koskevan viestinnän koordinoimisesta. Elinvoimajohtaja vastaa elinvoiman kehittämisestä sekä sitä tukevasta markkinoinnista ja viestinnästä.

Jokaisen työntekijän, yksikön ja toimialan toimintaan kuuluu viestintää. Toimialat ja yksiköt vastaavat omasta viestinnästään. Hallintopalveluissa työskentelevä viestintäsuunnittelija tukee toimialoja näiden omassa viestinnässä.

Viestintäsuunnittelija vastaa itsenäisellä työotteella kuntatason viestinnän suunnittelusta, monipuolisesta toteuttamisesta sekä asiantuntijatuesta toimialoille ja muille viestintää tekeville. Viestintäsuunnittelija on mm. verkkosivujen ja intranetin pääkäyttäjä ja tärkein sisällöntuottaja, hän vastaa myös kunnan varsinaisista some-kanavista.

Käytännön työssä toimialat ja niiden johto huolehtivat asioiden valmistelun ja päätöksenteon riittävästä läpinäkyvyydestä, tarvittaessa viestintäsuunnittelija tukena.

Organisaatioiden viestinnän yleisperiaate on, että jokainen työntekijä viestii omassa roolissaan.

VIESTINTÄRYHMÄ

Kunnan viestinnän vuosittaisen suunnittelun ja työn tärkeimpänä ohjenuorana on kunnan talousarvio ja toimintasuunnitelma. Asiakirjaan kirjataan hallintopalvelujen vastuualueelle viestinnän eri osa-alueiden vuosittaiset kehittämistehtävät, että muiden toimialojen tavoitteet, joista osa liittyy olennaisella tavalla viestintään suoraan tai ne ovat tavoitteita, jotka toteutuakseen vaativat viestimistä.

Viestintäryhmä, joka koostuu eri toimialueiden edustajista, toimii kaksisuuntaisena tiedonvälittäjänä viestittävistä asioista sekä tukena viestintäsuunnittelijalle tuomalla toimialojen näkemyksiä ajankohtaisiin viestintään liittyviin asioihin.

Viestintäsuunnittelija yhdessä hallintojohtajan ja viestintäryhmän kanssa laatii viestinnälle käytännön vuosittaiset kuntastrategian toteutumista tukevat tavoitteet, kirjaa tehtävät toimenpiteet vuosisuunnitelmaan sekä laatii eri viestintäkanaville vuosittaiset tavoite- ja toimenpidesuunnitelmat.

Viestintäryhmä suuntaa jatkuvasti tulevaisuuteen kartoittamalla viestinnän kannalta merkityksellisiä tulevia tapahtumia ja säännöllisesti kokoontumalla se seuraa tavoitteiden toteutumista.

8. Monikanavaisuus - Viestintäkanavat ja kohderyhmät

Vuorovaikutteisen kuntaviestinnän kohderyhmiä ovat ennen kaikkea kunnan asukkaat, palveluiden käyttäjät ja niiden tarvitsijat, yrittäjät, yritykset, potentiaaliset muuttajat, yhdistykset, paikkakunnalla työskentelevät, vapaa-ajan asukkaat sekä kunnan henkilöstö ja luottamushenkilöt.

YLEINEN TIETOVERKKO ELI VERKKOSIVUT

Suomussalmen kunnan tärkein viestintäkanava on verkkosivusto osoitteessa www.suomussalmi.fi. Kaikki lakisääteinen ja olennainen tieto julkaistaan verkkosivuilla. Sivustolla voi olla myös muuta kuin hallintoa tai kunnan palveluja käsittelevää sisältöä, kuten esimerkiksi Muuttajalle-sivu, jonne on koottu monipuolista tietoa kunnasta kuntaan muuttoa suunnittelevan tai vastikään muuttaneen näkökulmasta.

Asianhallintajärjestelmä Dynastysta linkitetään verkkosivulle toimielinten kokousasiakirjat, viranhaltijapäätökset ja viralliset kuulutukset. Verkkosivut toimivat siten virallisena ilmoitustauluna kuulutuksille, mutta kuulutuksiin voi tutustua myös kunnantalon A-portaan ala-aulassa olevalta digitaaliselta näytöltä.

Nuorisovaltuuston sekä vanhus- ja vammaisneuvoston kokouspöytäkirjat julkaistaan verkkosivuilla toimielinten omilla sivuilla.

Verkkosivuilta löytyvät myös esimerkiksi yhteystiedot kootusti ja ohjeet aloitteen tekemiseen tai palautteen antamiseen.

Tiedon ajantasaisuuteen ja löydettävyyteen kiinnitetään huomiota verkkosivujen päivitystyössä. Palvelujen osalta työtä helpottaa Suomi.fi-palvelun palvelutietovaranto PTV, ja sen integraatio nettisivuille. Toimialat vastaavat tietojensa ajantasaisuudesta palvelutietovarannossa ja nettisivuilla.

Merkittävistä tai kuntalaisia laajalti kiinnostavista, käsittelyyn tulevista tai kunnan toimielinten päättämistä, asioista julkaistaan verkkosivuilla kokousasiakirjojen ohella toimitettu ajankohtaista-artikkeli, joka usein toimii myös mediatiedotteena.

Verkkosivuilla julkaistaan artikkeleita myös muista merkittävistä tai yleisöä kiinnostavista asioista tai tapahtumista kunnassa. Ajankohtaista-artikkeleiden avulla tuodaan kunnan toimintaa ja työntekijöitä tutuksi yleisölle.

Verkkosivuilla julkaistaan myös häiriötiedotteet, ja tarvittaessa otetaan käyttöön erottuva häiriöbanneri.

MEDIA

Mediatiedotteita lähetetään ajankohtaisista asioista. Maksullisia ilmoituksia julkaistaan tarpeen tullen paikallis- tai muissa lehdissä, niiden paperi- ja/tai verkkoversioissa. Tiedotustilaisuuksia järjestetään erityisen merkittävistä tapahtumista. Mediakentässä tärkein yhteistyötaho on paikallislehti Ylä-Kainuu. Myös Kainuun Sanomat ja Yle Kajaani pidetään ajan tasalla tärkeimmistä kunnan tapahtumista.

SOSIAALINEN MEDIA

Pääviestintäkanava on verkkosivusto suomussalmi.fi. Viestintä sosiaalisessa mediassa, muissa kanavissa ja muilla tavoin on aina luonteeltaan täydentävää.

Sosiaalisen median eri kanavia käytetään soveltuvin osin tukemaan verkkosivuilla toteutettavaa virallista viestintää. Sosiaalisessa mediassa julkaiseminen edistää kuntalaisten ja muiden sidosryhmien tiedonsaanti- ja vuorovaikutusmahdollisuuksia. Häiriöistä tiedottaminen myös some-kanavissa auttaa tavoittamaan mahdollisimman laajan yleisön.

Kuntakuvan luomisessa ja markkinointihenkisessä viestinnässä sosiaalisen median kanavilla, etenkin Instagramilla ja Facebookilla, on iso merkitys virallisia verkkosivuja kevyempinä viestintäkanavina. Aktiivisella somekanavien ylläpidolla varaudutaan tilanteeseen, jossa esimerkiksi verkkosivut tai jokin somekanavista ei toimi.

Sosiaalisen median kentän muutoksia seurataan, ja tilanteen mukaan jostakin kanavasta voidaan luopua ja vastaavasti uusia ottaa käyttöön. Sosiaalisen median kanavilla on omat eriytyneet roolinsa viestinnässä.

Kunnan sosiaalisen median pääkanavien päävastaava on viestintäsuunnittelija. Tilien hallittavuuden ja tietoturvan vuoksi ylläpitäjien määrä pidetään kohtuullisena. Toimialueiden työntekijöitä kannustetaan ja tarvittaessa opastetaan tuottamaan kuva- ja tekstimateriaalia julkaistavaksi.

Facebookia käytetään aikuisemman väen tavoittamiseen, perusviestinnän tukena, kunnan tapahtumista kertomiseen ja muuhun vapaamuotoisempaan viestintään. Tietoturvasyistä ja julkaisujen koordinoimiseksi ylläpito-oikeus on rajatulla määrällä henkilöitä, mutta sisällöntuotantoon kannustetaan kaikkia. Tilin

vuorovaikutteisuutta lisätään esimerkiksi tarinallisuutta lisäämällä, kyselyillä ja kilpailuilla, joiden kautta kasvatetaan seuraajien määrää ja viestinnän vaikuttavuutta.

Instagram on ennen kaikkea kuntastrategian mukaista kuntabrändin elävöittämistä kuvallisin keinoin. Se myös tukee kaikkea kunnan viestintää yleisesti. Tarinat ja videopätkät kunnan tapahtumista tai tapahtumista, joissa kunta on mukana, täydentävät kuvavirtaa.

LinkedIn toimii ennen kaikkea rekrytointien tukena, osaajien esittelyareenana ja potentiaalisten muuttajien havahduttamiskanavana. Rekrytointiviestinnällä ja henkilötarinoilla rakennetaan positiivista työnantajakuva.

YouTuben kautta lähetetään valtuuston kokousten live-lähetykset sekä mahdollisesti muiden kunnan järjestämien tapahtumien live-lähetykset, omaa tuotantoa olevat videot ja muut kuntaan liittyvät videot.

Yksiköillä voi olla omia sosiaalisen median tilejä. Tilien perustamisesta sovitaan aina viestintäsuunnittelijan kanssa. Tilien tulee olla aktiivisesti ylläpidettyjä ja some-viestinnässä täytyy hakea tasapainoa keskitetyn ja hajautetun viestinnän välillä

Kuntaviestinnässä maksullisia somejulkaisuja käytetään harkiten ja vain tilanteissa, joissa se todella on tarpeen.

MUUT KANAVAT

Toimialueilla voi olla omia viestintätapoja- ja kanaviaan. Esimerkkinä mainittakoon yrittäjille suunnatut ryhmäsähköpostit tai yrittäjähenkisten WhatsApp-viestiryhmä. Koulut viestivät huoltajille pääasiassa Wilman kautta.

Infotv-järjestelmässä on kaikkiaan 12 näyttöä eri puolilla kuntaa. Niiden avulla tavoitetaan laajasti yleisöä, ja niitä käytetään tapahtumista kertomiseen ja yleisenä tiedotuskanavana. Järjestöillä on mahdollisuus ilmoittaa maksutta ja yrityksille se on edullinen markkinointikanava.

Valtatie 5:n varren valotaulu palvelee erityisesti paikallisia yrityksiä markkinointikanavana, mutta tarvittaessa myös kunnan infotauluna.

9. Päätösviestintä

Valtuuston kokouksista kuulutetaan, julkaistaan lehti-ilmoitus ja julkaistaan tiedote keskeisistä päätettävistä asioita. Kokoukset striimataan kunnan YouTube-kanavalla, tallenne on näkyvissä parisen viikkoa kokouksen jälkeen. Keskeisistä päätöksistä tiedotetaan.

Kunnanhallituksen kokouksista julkaistaan tiedote keskeisistä päätöksistä kokouksen jälkeen. Myös teknisen lautakunnan ja sivistyslautakunnan keskeisistä päätöksistä uutisoidaan erikseen. Merkittävistä yksittäisistä asioista tiedotetaan aina myös erikseen, ei vain osana kokoustiedotetta.

10. Sisäinen viestintä – henkilöstöviestintä

Kunnan työyhteisön sisäistä viestintää palvelee intranet, jota täydentävät Teams, sähköpostiviestit ja henkilöstötilaisuudet. Henkilöstölle on laadittu ohje sisäisen viestinnän kanavien käytöstä.

Henkilöstöä on myös ohjeistettu sosiaalisessa mediassa toimimiseen.

Toimialoilla ja eri yksiköillä on omat käytänteensä niiden omaan keskinäiseen tiedonkulkuun.

11. Poikkeustilanteiden viestintä

Häiriö- tai poikkeustilanteissa viestintä on käytännössä kuten normaaliajan viestintä, mutta tehostetumpaa ja tilanteen viestintätarpeet huomioon ottavaa. Kunnan viestintäohje häiriö- ja kriisitilanteisiin on päivitetty viimeksi helmikuussa 2026 (kunnanhallitus 24.2.2026 § 41–43), ja se on osa kunnan valmiussuunnittelua.

12. Tekoäly viestinnässä

Tekoälyn kehitys on nopeaa, eikä sen tarjoamia mahdollisuuksia – tai uhkia – pysty ennakoimaan kovin pitkälle tulevaisuuteen. Mitä todennäköisimmin tekoälyn avulla pystytään tehostamaan hallinnon työtä myös viestinnän saralla. Kainuun kuntia ja Kainuun liittoa varten on laadittu kunnanhallituksen (16.12.2025 § 304, liite 2) hyväksymä yhteinen tekoälypolitiikka. Viestinnässäkin noudatetaan Suomussalmen tietoturva- ja tietosuojapolitiikkaa (kunnanhallitus 16.12.2025 § 304, liite 1).

Tärkeintä kunnan kaltaiselle julkiselle organisaatiolle on tekoälyn tietoturvallinen käyttö. Toinen erityisesti painotettava asia on jaettavan tai vastaanotettavan tiedon luotettavuus ja tietojen oikeellisuus. Tekoälyn tuottama tai sen muokkaama sisältö on aina tarkistettava ennen julkaisua. Vastuu säilyy aina ihmisellä. Tekoälyllä tuotettu sisältö on merkittävä julkaisuun.

Tekoäly toimii jo nyt monen ohjelman osana, kuten esimerkiksi graafisen suunnittelun ohjelma CanvaPro:ssa. Kunnan nettisivuilla chatbot on tekoälypohjainen työkalu.

Tekstinkäsittelyohjelmassa on jo nyt paljon ominaisuuksia hyvän kielen tuottamiseen, mutta tekoälyn avulla tekstistä voi saada sujuvamman ja selkeämmän.

Kuvapankkikuvia, tekoälyn luomia kuvia tai tekoälyllä voimakkaasti muokattuja kuvia julkaistaessa on se merkittävä.

Aitojen kuvien arvo kasvaa algoritmien hallitsemassa some-maailmassa. Aidoilla kuvilla voidaan myös osoittaa arvostusta omalle viestinnälle. Aidoilla kuvilla osoitetaan ja vahvistetaan myös omaleimaista ja arvokasta kuntaidentiteettiämme, kun kuvissa esiintyy paikallisia henkilöitä ja paikkoja.

Tekoälyn käytön periaatteet viestinnässä:

- Noudatetaan Kainuun kuntien yhteistä tekoälypolitiikkaa ja
- sisältö tarkistetaan ennen julkaisemista
- vastuu on aina henkilöllä
- tietoturvasta huolehditaan
- tekoälyllä tuotettu tai muokattu kuva merkitään
- noudatetaan kunnan graafista ohjeistusta myös silloin, kun tekoälyä hyödynnetään esim. esitysmateriaalien tuottamisessa.

13. Viestinnän seuranta ja mittaaminen

Tärkeintä viestinnän vaikuttavuutta arvioitaessa ja sen kehittämisessä on säännöllinen seuranta. Sometilien seuraajien määrää ja julkaisujen tavoittavuutta on yksinkertaisempaa seurata kuin viestinnän vaikuttavuutta, jota luodataan esimerkiksi kävijäanalyysin ja yleisöltä saadun palautteen perusteella. Palautetta voidaan kerätä kyselyjen avulla yleisöltä, sidosryhmiltä ja henkilöstöltä.

Viestinnän toteutumista voidaan peilata myös osaan kuntastrategian mittareista, jotka liittyvät väestöön, hyvinvointiin, elinvoimaan, koulutukseen ja ympäristöön.

14. Kehittämiskohteet lähivuosina

Intranettiin on oltava sujuva pääsy myös työntekijöillä, jotka kuuluvat edu.suomussalmi.fi-järjestelmään. Nykytilanne on se, että intran käyttäjäksi lisääminen ja intran käyttö ovat monimutkaisia, joten useimmat ovat jääneet sen ulkopuolelle. Sähköpostiviestintä tai eduTeamsissa viestiminen eivät voi mitenkään korvata intraa sen sisältämän tiedon vuoksi.

Viestinnässä lisätään henkilölähtöisyyttä ja vahvistetaan erityisesti valmisteluvaiheessa olevien asioiden viestintää. Samalla kehitetään osallistamisen viestintäkäytäntöjä ja selkeytetään päätösviestintää.

Tietosuojaan vahvistamiseksi arvioidaan nykyisten viestintäkanavien käyttöä ja harkitaan tarvittaessa vaihtoehtoja esimerkiksi YouTubele. Muutoksiin liittyvät kustannukset huomioidaan päätöksenteossa.

Kunnanhallituksen ja lautakuntien kokouksista pyritään julkaisemaan esityslistan julkaisemisen jälkeen keskeisistä käsiteltävistä asioista ennakkotietoa uutisnostona, jotta kuntalaiset saavat tiedon asian käsittelystä ja heillä on mahdollisuus perehtyä asioihin ennen päätöksentekoa.

Lisäksi hyödynnetään aiempaa systemaattisemmin tarinallista viestintää nostamalla esiin henkilöstöä, muuttajatarinoita sekä kunnan arkea.

Pidetään huolta, että suomi.fi-palvelun palvelutietovarannossa palvelukuvauksissa on ajantasainen tieto, ja että kaikista mahdollisista palveluista on tehty kuvaukset, ja ne on myös integroitu kunnan verkkosivuille, joita on verkkosivujen tuottajan (Tietotalo) toimesta kehitetty niin, että sekä PTV-sisällöt että oma rikastaminen toimivat samalla sivulla

15. Markkinointi

Kunnan markkinointia ohjaa kunnanhallituksen hyväksymä markkinointisuunnitelma, jossa määritellään kuntamarkkinoinnin visio sekä Suomussalmen brändin ja kuntakuvan kehittämisen tavoitteet. Elinvoimapalvelut vastaa suunnitelman toteuttamisesta, mutta tavoitteet otetaan huomioon myös kuntaviestinnässä.

Digitaalisen kunta-, matkailu- ja tapahtumamarkkinoinnin kohderyhmät sijaitsevat oman kunnan ulkopuolella.

Kuntaan syntyneitä lapsia muistetaan neuvolan kautta annettavalla vauvalahjalla, ja kuntaan muuttaneille lähetetään tervetulokirje, jota vastaan kylpylältä voi noutaa pienen lahjan.

Kaikella viestinnällä rakennetaan kuntakuvaa, brändiä, ja toteutetaan siten kuntamarkkinointia.

Kunnan toiminnasta, palveluista ja kunnan järjestämistä tapahtumista kertominen kunnan eri kanavissa (orgaaninen, maksuton markkinointi) on niiden näkyväksi tekemistä, ja silloin se osaltaan vahvistaa myönteistä kuntakuvaa, niin asukkaiden, vapaa-ajanasukkaiden kuin potentiaalisten kuntaan muuttajien silmissä.

Kuntamarkkinointi näkyy kunnan nettisivuilla esimerkiksi muuttajille suunnatulla omalla sivullaan.