

D8.4 Viestintäohjeistus hankekonsortiolle

Viestintäohjeita hankekumppaneille siitä, miten PlastLIFE-projektista, sen tapahtumista ja tuloksista viestitään - raportti

Johanna Kaunisto, Suomen ympäristökeskus



Kirjoittajat:
Johanna Kaunisto¹⁾

¹⁾ Suomen ympäristökeskus

Päärahoittaja: EU LIFE SIP -rahoitusohjelma
Julkaisija ja kustantaja: Suomen ympäristökeskus (Syke)
Latokartanonkaari 11, 00790 Helsinki, puh. 0295 251 000, syke.fi

Julkaisuvuosi: 2024



| plastlife.fi | [#plastlife](https://twitter.com/plastlife) |



LIFE21-IPE-FI-PlastLIFE

PlastLIFE-hanke saa EU:n LIFE-ohjelmasta rahoitusta, jolla hankkeen materiaalit on tuotettu. Materiaalien sisältö edustaa ainoastaan hankkeen omia näkemyksiä, joista CINEA/Euroopan komissio ei ole vastuussa.



Suomen ympäristökeskus
Finlands miljöcentral
Finnish Environment Institute

Tiivistelmä

D8.4 Viestintäohjeistus hankekonsortiolle

Viestintäohjeita hankekumppaneille siitä, miten PlastLIFE-projektista, sen tapahtumista ja tuloksista viestitään - raportti

Viestintäohje hankekonsortiolle (D8.4) tai laajemmin hankesuunnitelman mukaan ilmaistuna ”Viestintäohjeistus hankekumppaneille siitä, miten PlastLIFE-projektista, sen tapahtumista ja tuloksista viestitään” (hankesuunnitelmassa engl. Communicational guidance to the beneficiaries on how to communicate about the PlastLIFE project, it’s events and results) sisältää strategisen viestintäsuunnitelman (hankesuunnitelmassa engl. overall strategic communication plan), viestintästrategian ml. viestinnän periaatteet, viestinnän vuosikellon, ohjeet rahoittajan näkyvyydestä, hankkeen narratiivin (=vision, sloganin, ydinviestit ja viestinnälliset hissipuheet), omien viestintäkanavien määrittelyn, ohjeita sosiaaliseen mediaan sekä aihetunnisteet, visuaalisen ilmeen, äänensävyn määrittelyn ja yleisesityksen hankkeesta (nk. one-pager). Useita ohjeiden taustoja on työstetty yhteistyössä koordinaattorin ja hankekonsortion edustajien kanssa lukuisissa työpajoissa ja yhteistyötapaamisissa.

Tämän suomenkielisen raportin tarkoitus on koostaa laaditut ohjeet yhteen dokumenttiin ja selventää kunkin ohjeen tarkoitus ja sisältö. Ei kuitenkaan ole tarkoituksenmukaista kopioida koosteraporttiin kaikkien ohjeiden sisältöjä, vaan ohjeet on tallennettu hankekonsortion käyttöön sharepoint-pohjaiselle yhteistyöalustalle (Tiimeri) verkossa. Huomioithan, että tässä dokumentissa viitatus tiedostolinkit edellyttävät hankekonsortion jäsenille myönnettyjä käyttöoikeuksia.

Asiasanat: viestintä

Abstract

Communicational guidance for the consortium (D8.4)

Report of a Communication guidance to the beneficiaries on how to communicate about the PlastLIFE project, its events, and results.

As a summary of the report: Communicational guidance for the consortium (D8.4), or as expressed more broadly according to the project plan, Communication guidance to the beneficiaries on how to communicate about the PlastLIFE project, its events and results, includes a strategic communication plan (referred to in the project plan as the overall strategic communication plan), communication strategy including communication principles, annually updated communication plans, guidelines for the recognition of EU funding, the project narrative (vision, slogan, key messages, and elevator pitches), defining own communication channels, instructions for social media including hashtags, defining visual identity, tone of voice, and an overview presentation of the project (one-pager). The guidelines were developed with the coordinator and project consortium representatives in many workshops and collaborative meetings.

The purpose of this Finnish report is to compile the prepared guidelines into one document and clarify the purpose and content of each guideline. However, it is not appropriate to copy the contents of all guidelines into the compilation report; instead, the guidelines have been stored for the project beneficiaries' use on a SharePoint-based collaboration platform (Tiimeri) on a cloud server. Please note that the file links referenced in this document require access rights granted to consortium members.

Asiasanat: communication

D8.4 Viestintäohjeistus hankekonsortiolle

Tiivistelmä	3
Abstract.....	4
1 Strateginen viestintäsuunnitelma	6
2 Viestintästrategia	7
3 Viestinnän vuosikello ja vuosittainen viestintäsuunnitelma.....	8
4 Visuaalinen ilme	9
5 Sosiaalisen median hyödyntäminen	10
6 Yleistä esittelymateriaalia hankkeesta	11
7 Muita ohjeita viestintään.....	12
Lopuksi.....	13

1 Strateginen viestintäsuunnitelma

Hankkeelle on laadittu strateginen viestintäsuunnitelma (engl. hankesuunnitelmassa Overall strategic communication plan) ja viestintästrategia, jotka täydentävät toisiaan.

Strategisessa viestintäsuunnitelmassa kuvataan hankesuunnitelmassa esitettyjä käytännön viestintätoimia ja niiden tarkempaa aikataulutusta. Se toimii vuosittain laadittavien viestintäsuunnitelmien pohjana. Suunnitelmassa esitetään hankkeen viestinnän pitkän aikavälin tavoitteet, mittarit, strategiat ja kanavat kohderyhmittäin. Suunnitelmassa kerrotaan, miten osatehtävien viestintää tuetaan.

Lisäksi se kokoaa yhteen dokumenttiin keskeiset viestinnän keinot, joita hankkeen viestintä ja tulosten levittäminen hyödyntää:

- Hankesuunnitelmassa luvatut tuotokset (deliverables) ja välitavoitteet (milestones)
- Hanksivu
- Verkkopalvelu
- Mediayhteistyö
- Verkostoituminen ja kansainvälisyys
- Poliittikkatoimenpiteisiin vaikuttaminen
- Kuluttajiin vaikuttaminen
- Vaikuttaminen alan yritystoimijoihin ja asiantuntijoihin
- Sosiaalinen media
- Infografiikat
- Videot ja animaatiot
- Tietopaketit
- Uutiskirje
- Blogi
- Mobiiliapplikaatio
- Tapahtumat
- Muita materiaaleja
- Raportointi

Strategista viestintäsuunnitelmaa voidaan tarkistaa tarvittaessa, vähintään aina uuden 3-vuotisjakson käynnistyessä. Tämä mahdollistaa viestintästrategian säilymisen ajantasaisena ja mukautumisen mahdollisiin muutoksiin hankkeen edetessä.

Linkit:

- [Strateginen viestintäsuunnitelma](#) [Tiimeri]

2 Viestintästrategia

Viestintästrategia kertoo, miten hankkeen strategiset tavoitteet saavutetaan viestinnän keinoin.

Viestintästrategia kattaa kaikki PlastLIFE-hankkeen tarpeelliset osa-alueet ja pyrkii huomioimaan keskeiset näkökohdat, kuten hankesuunnitelmassa esitetyt viestintäsuunnitelmat. Strategia perustuukin hankesuunnitelmassa esitettyyn viestintäsuunnitelmaan sekä sen pohjalta laadittuun strategiseen viestintäsuunnitelmaan, joita on täydennetty yhteistyössä konsortion edustajien kanssa käytännön viestintään soveltuvien osien.

Viestintästrategia määrittelee viestinnän keskeiset rakennuspalikat kuten:

- Hankkeen nimi ja slogan
- Narratiivi
- Viestinnän periaatteet
- Rahoittajan näkyvyys, LIFE-logo jne.
- Äänensävyyn määrittely (Tone-of-voice)
- Omat viestintäkanavat ja
- Käytettävissä oleva oma, ansaittu ja maksettu media

Viestintästrategia luo pohjan käytännön toimenpiteille. Se sisältää periaatteet ja lähestymistavat, joita noudatetaan viestinnässä ja määrittelee kohdeyleisöt, viestinnän kanavat ja tavoitteet.

Linkit:

- [PlastLIFE-hankkeen viestintästrategia](#) [Tiimeri]

3 Viestinnän vuosikello ja vuosittainen viestintäsuunnitelma

Vuosikello auttaa hahmottamaan ajanjaksoja, jolloin tiettyjä viestinnän toimenpiteitä tulisi toteuttaa tehokkaasti. Se helpottaa koordinointia ja aikataulutusta ja toimii vuosisuunnitelman pohjana yhteistyössä konsortion kanssa. Vuosikello pohjaa vuosittaista viestinnän ja tulosten levittämisen suunnittelua.

Vuosittainen viestintäsuunnitelma laaditaan yhteistyössä konsortion kanssa varmistaen, että strategiset tavoitteet ja käytännön toimenpiteet ovat johdonmukaisesti linjassa konsortion tarpeiden ja viestinnällisten tavoitteiden kanssa. Vuosikelloon perustuvien vuosittaisten viestintäsuunnitelmien virtuaalinen alustana toimii Miro-verkkotyötila.

4 Visuaalinen ilme

Visuaalinen ilme määrittelee hankkeen visuaalisen identiteetin, kuten logot, värit ja typografian, jotta viestintä olisi yhtenäistä ja tunnistettavaa. Lisäksi ohjeistetaan EU-rahoittajan näkyvyydestä. Tämän lisäksi saatavilla on pohjia powerpoint-esityksiin, sosiaalisen median postauksiin, raportteihin, Teams-tausta kokouksiin sekä kuvia.

Linkit

- [PlastLIFE Visuaalinen identiteetti: värit, saavutettavuus, logon käyttö](#) [Tiimeri]
- [Powerpoint-pohja esityksiin](#) [Tiimeri]
- [PlastLIFE sosiaalisen median kuvapohjat partnereille](#) [Tiimeri]
- [PlastLIFE logot ja EU-LIFE lippu ja vastuuvapauslauseke -logot](#) [Tiimeri]
- [PlastLIFE-tausta Teams-kokouksiin](#) [Tiimeri]

5 Sosiaalisen median hyödyntäminen

Ohjeita siitä, miten sosiaalista mediaa hyödynnetään projektiin liittyvän tiedon jakamiseen ja vuorovai-
kutuksen lisäämiseen kohdeyleisön kanssa.

Linkit

- [Sosiaalisen median hyödyntäminen PlastLIFE-hankkeen viestinnässä](#) [Tiimeri]

6 Yleistä esittelymateriaalia hankkeesta

Tarjoamme valmiita materiaaleja, kuten esitteitä, esityksiä ja markkinointimateriaalia, joiden avulla hanketta voidaan esitellä selkeästi ja vaikuttavasti.

Linkit

- [PlastLIFE esittely-one pagerit \(screen, print, PowerPoint\)](#) [Tiimeri]

7 Muita ohjeita viestintään

Hankkeen alussa hankkeen viestinnästä vastaava Suomen ympäristökeskus on rakentanut hankkeen viestinnälle perusrakenteet, engl Basic infrastructure for communication.

Viestinnän perusrakenteet (MS35) sisältävät mm. hankkeen verkkopalvelun perustamisen, sosiaalisen median kanavien perustamisen, konsortion viestintäverkoston ja yhteisten käytäntöjen ja vastuiden sopimisen, viestintästrategian ja viestinnän vuosittain tarkennettavan viestintäsuunnitelman sekä media-seurannan käynnistämisen ja mediaverkoston kokoamisen. Näitä on käsitelty hankesuunnitelmassa määritellyssä välitavoitteessa 35 (engl. milestone). Välitavoitteesta on tuotettu itsearviointiin perustuva raportti.

Hankkeen aikana tuotetaan ulkoiseen viestintään esimerkiksi uutisia, artikkeleita, lehdistötiedotteita, menestystarinoita, blogikirjoituksia, haastatteluja, sosiaalisen median viestejä ja kampanjoita, tapahtumia, webinaareja, esityksiä, taideteoksia, kansalaistarinoita, esitteitä, markkinointimateriaaleja, tietopaketteja, policy briefs -julkaisuja, artikkeleita, visuaalisia materiaaleja kuten infografiikkaa, videoita ja animaatioita, uutiskirjeitä ja mobiilisovellus.

Linkit

- [Ohjeita esittelyvideon tekemiseen](#) [Tiimeri]
- [EU LIFE -hankkeiden viestintäohjeita](#) [verkkosivu]

Lopuksi

Ohjeiden avulla viestimme tehokkaasti ja saavutamme kohdeyleisömme asianmukaisesti. Seuraavaksi on tärkeää ottaa nämä ohjeet koko konsortion aktiiviseen käyttöön ja varmistaa, että kaikki hankekumppanit ymmärtävät niiden merkityksen ja noudattavat niitä projektin viestinnässä.

Viestintäohjeet ja -strategia jalkautetaan konsortiokokouksessa, sekä säännöllisesti järjestettävien viestintäkoulutusten, viestintäverkostotapaamisten ja viestinnän ydintimien eli nk. viestintänyrkin kokouksissa.

Ohjeet on laadittu vahvistamaan PlastLIFE-hankkeen näkyvyyttä ja vaikuttavuutta sekä tukemaan hankkeen tavoitteiden saavuttamista viestinnän avulla.

Päiväys: 12.2.2024

Laatinut:

Johanna Kaunisto

viestintäasiantuntija

PlastLIFE Osatehtävä 8.3

Suomen ympäristökeskus (Syke)