

PlastLIFE & viestintä



PlastLIFE-projektia on valmisteltu Muovi LIFE TA-hankeella, joka on saanut EU:n LIFE-ohjelmasta Technical Assistance-rahoitusta, jolla hankkeen materiaalit on tuotettu. Materiaaleissa esitetty sisältö edustaa kuitenkin ainoastaan hankkeen omia näkemyksiä, joista EU:n komissio ei ole vastuussa.

Kirsi Norros, viestintäjohtaja
Konsortiotapaaminen 17.2.2022



PlastLIFElla hyvät lähtökohdat

- Tiekartta rakennepuuna
- Elävä verkosto, jolla kasvutarina(t) ja muutosvoimaa
- Muutoksessa jokaisella oma rooli, kytkentä muihin partnereihin ja muuhun yhteiskuntaan



Vaikuttamisen pelimerkkejä hahmotettu hyvin

- Uskottava sisältö kohderyhmien tarpeisiin
- Luotettavat tekijät, joukkovoima
- Selkeät tavoitteet, tarinallisuutta ja ymmärrettäviä viestejä
- Faktat, osallistaminen ja tunnetieto!



Mitä puuttui?

- Vielä lisää viestintäkartoituksia 😊
- Punaiset langat vielä kirkaammiksi, nk. vaikuttamistarinat -> hyödyntäkää viestinnän keinojen, aikataulutuksen, kohderyhmien valinnoissa
- Viestinnälliset kytkökset muihin paketteihin -> tuoko kiinnostavia uusia näkökulmia tuttuun asiaan?
- Viestinnän aikataulutaminen -> tunnistetaan vuosivaihtelut
- Viestintäyhteistyökumppanit

Viestintäkartoitukset tärkeitä työkaluja hakemuksen laatimiseen

- Miksi?
 - parantaa kokonaiskuvaa ja luo yhteistä tarinaa, tekee näkyväksi viestinnällisiä kytköksiä
 - selkeyttää työnjakoa ja budjettivastuita
 - helpottaa ideointia..
 - hahmottaa hankeverkoston mahdollisia viestintäpartnereita
- Hieno huomio: viestintämenoja huomioitu hyvin osapaketeissa - > viestintään ei voi varata liikaa aikaa...!
- Luvattu innovatiivisiakin keinoja, mm. kaksi appia – muuta?
- **Kiitos, että toimitatte lomakkeet!**

Viestinnän tavoite: luoda myönteistä tulevaisuuskuva ja vaikuttaa monipuolisesti

- Tavoitteet, keinot, sidosryhmät ovat hyvä perusta
- Tärkeitä myös kokonaisvaltainen punainen lanka, jossa pääroolissa ratkaisut ja parempi vaihtoehto
 - tietoisuus, toiminta, uusi tieto, innovaatiot, työkalut, toimintatapamuutokset, vaihtoehtoiset tavat, jne..
 - tieteellisistä julkaisuista kansalaisille appseja, kilpailuja?
- Media (kohdennettu) ja some keskiössä; hyviä koska joustavat moneen pitkässä hankkeessa
- Visualisointi (videot, infografiikka jne)
- Olla enemmän kuin yksittäiset osat tai edes osiemme summa: myös **yhteistä viestintää!**

Onnistunut vaikuttaminen on yhdessä tekemistä

- Kannattaa varata aikaa viestintätyöhön ja verkostoviestintään
 - Käytetään sekä omia että yhteisiä viestintäkanavia
 - Pitkä hankeaika voi tuoda uusia vaikuttamismahdollisuuksia ja –keinoja sekä mahdollisuuden kehittää viestintäosaamista
 - Suunnitellaan matkan varrella kausiviestintää
 - Esimerkiksi ILMIOviestinnän hyödyntäminen verkostona
- Hankeilme JA organisaatioilme

Ehdotus: työpakettikohtaiset tapaamiset viestinnällistä hiomista varten?