Kokkolan kaupungin

Viestinnän ja markkinoinnin kehittämisohjelma

2019-2020

Hyväksytty Kokkolan kaupunginhallituksessa 2.9.2019 § 389

Viestinnän ja markkinoinnin kehittämis-ohjelma

YKSI KAUPUNKISTRATEGIAA TOTEUTTAVISTA KEHITTÄMISOHJELMISTA

Viestinnän ja markkinoinnin kehittämisohjelma koskee kaikkia Kokkolan kaupungin toimialoja. Siinä määritellään kaupungin yleiset viestinnän ja markkinoinnin perustehtävät, eri roolit, tyypit ja vastuut sekä toimenpiteet vuosille 2019-2020.

Viestintä ja markkinointi tukevat kaupunkistrategiassa määriteltyjen tavoitteiden saavuttamista.

Kokkolan viestinnän ja markkinoinnin perustehtävä

Kokkolan kaupungin viestinnän ja markkinoinnin tavoitteena on parantaa tiedonkulkua kaupungin ja kaupunkilaisten välillä, edistää kaupungin tunnettuutta ja kehittää Kokkolan elin-, pito- ja vetovoimaa. Viestintä ja markkinointi on rohkeaa, ennakoivaa, asukaslähtöistä ja vuorovaikutuksellista.

Viestintä ja markkinointi linjaa, ohjaa ja toteuttaa kaupunkimarkkinointia ja strategista viestintää, digitaalista viestintää, toimialojen viestintää ja kriisiviestintää. Mavi-tiimi kehittää ja ylläpitää kaupungin tiedotuskanavia. Toimimme paikallisesti, alueellisesti, valtakunnallisesti ja kansainvälisesti. Viestintämme painottaa strategian näkökulmia: sopivasti lähellä, houkuttava & koukuttava, onnistumme yhdessä sekä resurssiviisas Kokkola.

Viestintä on osa kaupungin jokaisen työntekijän jokapäiväistä työtä. Viestintävalmius ja reagointikyky korostuvat muutoksissa, häiriötilanteissa ja kriiseissä. Viestintä muokkaantuu tilanteen mukaan.

Käytämme selkeää ja ymmärrettävää kieltä. Toimimme aktiivisessa vuorovaikutuksessa asukkaiden ja sidosryhmien kanssa. Huomioimme yhdenvertaisuuden, osallisuuden ja mietimme, miten asukkaiden ääni saadaan kuuluviin.

Juuret strategiassa

SOPIVASTI LÄHELLÄ

* Hyödynnämme digitalisaatiota ja kehitämme sähköisiä palveluja kuntalaisille.

* Palveluprosessit ovat selkeitä ja asiakaslähtöisiä.

HOUKUTTAVA JA KOUKUTTAVA

* Eheä kaupunkikuva, koko kunnan elinvoimaisuus.

* Aktiivinen kumppani yrityksille.

* Saavutettavuus.

* Lapsiystävällinen Kokkola.

* Hyvä maine sivistyskaupunkina

* Vahva maakuntakeskus

ONNISTUMME YHDESSÄ

* Kuntalaisten mahdollisuus kehittää omaa asuin ja elinympäristöä.

* Asukkaiden ja päättäjien vuoropuhelu, monipuolisten ja asukasystävällisten kanavien hyödyntäminen.

RESURSSIVIISAS KAUPUNKI

* Kaupunki on houkutteleva ja pidetty työnantaja.

* Tunnettu hyvästä ja korkeatasoisesta osaamisesta

* Muuntautumiskykyinen kuntaorganisaatio, jonka kuntalaiset kokevat omakseen.

Viestintä kuntalaissa

22 § OIKEUS OSALLISTUA JA VAIKUTTAA

Kunnan asukkailla ja palvelujen käyttäjillä on oikeus osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan. Valtuuston on pidettävä huolta monipuolisista ja vaikuttavista osallistumisen mahdollisuuksista. Osallistumista ja vaikuttamista voidaan edistää erityisesti: 1) järjestämällä keskustelu- ja kuulemistilaisuuksia sekä kuntalaisraateja; 2) selvittämällä asukkaiden mielipiteitä ennen päätöksentekoa; 3) valitsemalla palvelujen käyttäjien edustajia kunnan toimielimiin; 4) järjestämällä mahdollisuuksia osallistua kunnan talouden suunnitteluun; 5) suunnittelemalla ja kehittämällä palveluja yhdessä palvelujen käyttäjien kanssa; 6) tukemalla asukkaiden, järjestöjen ja muiden yhteisöjen oma-aloitteista asioiden suunnittelua ja valmistelua.

29 § VIESTINTÄ

Kunnan toiminnasta on tiedotettava asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille. Kunnan tulee antaa riittävästi tietoja kunnan järjestämistä palveluista, taloudesta, kunnassa valmistelussa olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä ja päätösten vaikutuksista. Kunnan on tiedotettava, millä tavoin päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa.

Kunnan on huolehdittava, että toimielinten käsittelyyn tulevien asioiden valmistelusta annetaan esityslistan valmistuttua yleisen tiedonsaannin kannalta tarpeellisia tietoja yleisessä tietoverkossa. Kunnan on verkkoviestinnässään huolehdittava, että salassa pidettäviä tietoja ei viedä yleiseen tietoverkkoon ja että yksityisyyden suoja henkilötietojen käsittelyssä toteutuu.

Viestinnässä on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otettava huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet

Viestinnän roolit

LUOTTAMUSHENKILÖT

luovat mahdollisuudet viestintään ja markkinointiin talousarvion, toimintasuunnitelman ja strategian sekä hallintosäännön avulla. Luottamushenkilöiden rooli on tärkeä arvo- ja linjakeskusteluissa sekä avoimen viestintäilmapiirin aikaansaamisessa. Luottamushenkilöillä on oma vastuullinen roolinsa positiivisen kaupunki-imagon luomisessa ja ylläpitämisessä.

KAUPUNGINJOHTAJA, TOIMIALAJOHTAJAT, MAVI-TIIMI, ESIMIEHET

Kaupunginjohtaja, toimialojen johto ja viestintähenkilöstö vastaavat päivittäisestä viestinnästä. Esimiehet ovat sisäisen viestinnän avainhenkilöitä.

JOKAINEN TYÖYHTEISÖN JÄSEN

Jokainen työyhteisön jäsen viestii omassa työroolissaan.

VIESTINNÄN TYYPIT: 1. VALMISTELU- JA PÄÄTÖKSENTEKOVIESTINTÄ

• tiedotteet kaupunginhallituksen kokouksista
• tehostettu viestintä merkittävistä valmistelussa olevista asioissa

Tavoitteena
• keskustelun lisääminen päätöksenteossa olevista asioista > osallistumismahdollisuuksien lisääminen
• päätöksentekoprosessin seuraamisen helpottaminen ja päätöksenteon kiinnostavuuden lisääminen

2. ASUKAS-JA PALVELUVIESTINTÄ

• monikanavainen ja asukaslähtöinen viestintä
* aktiivinen keskustelu some-kanavissa
• kokkola.fi-sivustolla ajankohtaiset asiat ja palvelutiedot

Tavoitteena
• vuorovaikutuksen lisääminen some-kanavissa
• kokkola.fi-sivuston palvelutietojen sisällön ja esitystavan kehittäminen asiakaslähtöiseksi

3. MEDIAVIESTINTÄ

- tiedotteet merkittävistä asioista ja muutoksista
- tiedotustilaisuudet
- suorat mediakontaktit

Tavoitteena

- lisätä ja kehittää yhteistyötä median kanssa

4. TYÖYHTEISÖVIESTINTÄ

- Intranet
- uutiskirjeet
- viestintäyhdyshenkilöt
- sähköposti, jakelulistojen hyödyntäminen
- esimiesinfot ja uusien työntekijöiden tilaisuudet

Tavoitteena

- henkilöstön sitouttaminen kaupunkiorganisaatioon viestinnän avulla
- esimiesten tukeminen viestinnässä
- viestintäyhdyshenkilöiden toiminnan koordinointi ja asioiden aktiivinen jakaminen

5. HÄIRIÖTILANNEVIESTINTÄ

• häiriötilanneviestintäohjeiden päivittäminen
• viestintävalmius ja nopea reagointikyky korostuvat erityisesti muutoksissa, häiriötilanteissa ja vakavissa kriiseissä
• mavi-tiimi toimialojen tukena häiriötilanneviestinnässä

Tavoitteena
• tunnistaa erilaiset häiriötilanteet, myös mainekriisi tai somekriisi ja reagoida niihin asianmukaisesti

6.MARKKINOINTIVIESTINTÄ

• Kokkolan kaupungin brändin ja ilmeen uudistaminen strategian mukaisesti, tavoitteelliset kampanjat
• tiedonvälitys ja sosiaalisen median vahvistaminen monikanavaisessa markkinointiviestinnässä
• viestitään rohkeasti, aktiivisesti, ymmärrettävästi, oikea-aikaisesti, vuorovaikutteisesti

Tavoitteena
• veto- ja elinvoiman parantaminen
• pitovoiman ja yhteisöllisyyden parantaminen
• Kokkolan vahvuuksien rohkea esillenostaminen brändityön keinoin
• digitaalisten kanavien kehittäminen
• kunnan ja kuntalaisten ́vuorovaikutuksen lisääminen
• myönteisen viestintäilmapiirin vahvistaminen

KAUPUNKIMARKKINOINTI

Tavoitteena on parantaa kaupungin asemaa kilpailussa

- osaajista
- asukkaista
- tapahtumista
- investoinneista
- matkailijoista

KAUPUNKIMARKKINOINNIN LÄHTÖKOHDAT

Brändi perustuu aitouteen ja jatkuvuuteen -markkinoinnissa on toistettava johdonmukaisesti haluttua viestiä.

Imagolliset ja pitkäkestoiset tulokset vaativat useiden vuosien systemaattisen työn.

Kaupunkimarkkinointi ei ole yksittäisiä kampanjoita tai toimenpiteitä, vaan **systemaattinen prosessi, osa kaupungin kokonaiskehittämistä**. Siinä käytetään eri kanavia ja eri kohderyhmille tarkoitettuja viestejä, jotka ovat yhtenäisiä ja pohjautuvat kaupungin strategiaan. Valinnat viestitään johdonmukaisesti myös kaupungin asukkaille, jolloin jokainen voi markkinoida omaa kuntaansa ylpeänä.

Matkailu- ja kaupunkimarkkinointi tukevat toisiaan.

Viestinnän ja markkinoinnin kanavat ja keinot

VERKKOVIESTINTÄ

-kuntalaiselle **kokkola.fi-verkkosivu** on yksi tärkeimpiä tiedonsaantikanavia, jonka tavoite on helpottaa asiointia .

-Intranet on sisäisen työyhteisöviestinnän tärkein kanava.

SOSIAALINEN MEDIA

-eri kanavat (mm. Facebook, Twitter, Youtube, blogi) ovat yhä tärkeämpiä tiedottamisen, markkinoinnin ja vuorovaikutuksen kanavia.

TIEDOTTAMINEN

-Säännölliset tiedotteet mm. palveluista, päätöksenteosta ja tapahtumista medialle ja omille kanaville

- tiedotustilaisuudet tarvittaessa

MARKKINOINTI

- kaupunkimarkkinointi
- sijoittumismarkkinointi
- matkailumarkkinointi

GRAAFINEN OHJEISTUS

Käytössä virallinen vaakunalogo ja Kokkola400-juhlavuoden ilme. Kaupungin visuaalinen ilme ja graafinen ohjeisto uusitaan v. 2019-2020.

Yhtiöillä käytössä omat visuaaliset ilmeensä.

KUNTALAIS-VUOROVAIKUTUS

Sähköisten palvelujen kehittäminen (lupapalvelut, palautejärjestelmä jne) verkkosivuilla ja sosiaalisen median kanavilla

TOIMENPITEET 2019-2020

Brändiuudistus

Kokkolan kaupungille laaditaan vuosina 2019-20 brändikonsepti, jonka tavoitteena on yhtenäistää ja selkeyttää koko kaupungin viestintää ja kaupunkimarkkinointia.

Brändikonseptin myötä laaditaan erillinen viestintä- ja markkinointiohjelma vuosille 2021-2022, joka tehostaa ja kehittää kaupungin palvelujen ja paikan markkinointia sekä työnantajakuvaa. Uusi brändikonsepti jalkautetaan Kokkola 400 -juhlavuoden päätyttyä kampanjoiden avulla.

Verkkosivu-uudistus

Verkkosivu-uudistuksessa kokkola.fi -sivut päivitetään vastaamaan saavutettavuuden, asiakaslähtöisyyden ja kaupunkimarkkinoinnin tavoitteita. Verkkosivu-uudistus etenee brändityön rinnalla ja valmistuu vuoden 2020 lopulla.

Kokkola 400 -juhlavuosi

Kokkolan 400-vuotisjuhlaa vietetään vuonna 2020. Juhlimme työn merkeissä, yhteisöllisesti, osallistaen. Kaupunkiorganisaatio toteuttaa juhlavuodenkin aikana perustehtäviään - tekemisessä on lisänä rento mutta juhlava twist, Kokkola400.

Kokkola 400 -juhlavuodelle laaditaan oma markkinointi- ja viestintäsuunnitelma. Juhlavuoden tavoitteena on, että kokkolalaiset ja Kokkolan ystävät innostuvat yhdessä tekemään ja kokemaan. Juhlavuosi on kaupunkilaisten näköinen, se jättää kestävän muistijäljen ja on ainutlaatuinen elämys myös tekijöille.

Kokkola400-juhlavuosi tuo näkyvyyttä kaupungille niin kotimaassa kuin kansainvälisestikin.

Rohkeasti uudistuva Kokkola

Kilpailukyvyn ja elinvoiman varmistamiseksi Kokkolan on jatkossa kiinnitettävä entistä enemmän huomiota kaupungin palveluiden, tonttien, työpaikkojen ja kaupunki-imagon monikanavaiseen, asukaslähtöiseen viestintään ja markkinointiin. Kaupunkimarkkinointia on tehostettava uusien asukkaiden ja yritysten houkuttelemiseksi. Markkinointi helpottuu uuden, yhtenäisen brändikonseptin, viestintä- ja markkinointiohjelman ja visuaalisen ilmeen myötä.

Viestinnässä ja markkinoinnissa kokeillaan ja käytetään rohkeita ja innovatiivisia tapoja eri kohderyhmien tavoittamiseksi sekä osallisuuden ja kaupungin tunnettuuden lisäämiseksi.