



Kainuun sote

Viestintäsuunnitelma 2015–2016

Kainuun sosiaali- ja terveydenhuollon kuntayhtymä

Kainuun sosiaali- ja terveydenhuollon kuntayhtymän

Viestintäsuunnitelma 2015–2016

Kainuun sote
Urho Kekkosen katu 2-4
87100 Kajaani
Puh. 08 615 61
Faksi 08 6155 4260
kirjaamo@kainuu.fi
<http://sote.kainuu.fi>
Kuvat: Pixhill

1. Painos

A:1
ISBN: 978-952-6691-07-7
ISSN: 2323-8208 (verkkojulkaisu)

Kajaani 2015

Sisällysluettelo

| | |
|--|-----------|
| Johdanto | 1 |
| 1. Viestinnän tavoitteet ja ydintehtävät..... | 1 |
| 2. Viestinnän osa-alueet..... | 2 |
| 3. Sisäinen viestintä | 2 |
| 3.1. Sisäisen viestinnän vastuut | 2 |
| 3.2. Sisäisen viestinnän käytännön toteutus ja viestintäkanavat..... | 3 |
| 3.3. Sisäisen viestinnän tavoitteet ja mittarit | 4 |
| 4. Asiakasviestintä..... | 4 |
| 4.1. Asiakasviestinnän vastuut | 4 |
| 4.2. Asiakasviestinnän käytännön toteutus ja viestintäkanavat..... | 5 |
| 4.3. Asiakasviestinnän tavoitteet ja mittarit | 7 |
| 5. Maineviestintä | 8 |
| 5.1. Maineviestinnän vastuut | 8 |
| 5.2. Maineviestinnän käytännön toteutus ja viestintäkanavat..... | 8 |
| 5.3. Markkinointiviestinnän tavoitteet ja mittarit | 9 |
| 6. Kriisiviestintä | 10 |
| 7. Viestinnän suunnittelu..... | 10 |
| 8. Viestinnän painopisteet 2015–2016..... | 11 |
| | |
| Liitteet | 12 |

Liitteet

Liite 1 Viestinnän kymmenen käskyä

Liite 2 Viestinnän suunnittelujärjestelmä kuvana

Johdanto

Viestintäsuunnitelmassa määritellään Kainuun sosiaali- ja terveydenhuollon kuntayhtymän (Kainuun sote) viestinnän tavoitteet ja keskeiset kohderyhmät sekä vastuiden jako sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä. Viestintäsuunnitelmaa täydentävät vuosittain päivitettävät vuosisuunnitelmat, koko henkilöstön käyttöön tarkoitettu kriisiviestintäsuunnitelma ja valmiussuunnitelman viestintäosio.

Lähivuosien painopistealueet ja käytettävät viestintäkanavat on valittu viestinnän ja viestinnän toimintaympäristön nykytilan arvioinnin ja ennakoitavissa olevien muutosten perusteella.

Yleensä valtuustokausittain päivitettävä viestintäsuunnitelma sisältää myös kuvauksen viestinnän suunnittelujärjestelmästä.



Viestinnän tavoitteet ja ydintehtävät

Viestintä on perusluonteeltaan enemmän näkökulma kuin erillinen toimintasektori. Tämä tarkoittaa sitä, että viestinnällinen näkökulma on läpäisyperiaatteella mukana kaikessa organisaation toiminnassa. Keskeinen viestintää ohjaava asiakirja on siis Kainuun soten strategia, ja viestinnän ydintehtävä on edesauttaa strategian tavoitteiden toteutumista.

Kainuun soten viestinnän tavoitteena on näin ollen edistää kainuulaisten hyvinvointia ja osallisuutta sekä tukea Kainuun soten vastuulla olevien sosiaali-, terveys- ja muiden palvelujen järjestämistä asiakaslähtöisesti, tehokkaasti ja vaikuttavasti. Viestintä myös tekee Kainuun sotea tunnetuksi houkuttelevana työpaikkana sekä yleisemmin arvostettuna edelläkävijänä sosiaali- ja terveydenhuollon palveluiden järjestämisessä ja kehittämisessä.

Viestinnällisestä näkökulmasta koko kuntayhtymän toimintaa ohjaavat viestinnän periaatteet eli kansankielellä viestinnän kymmenen käskyä (liite 1). Käskyt tulkitsevat viestinnän näkökulmasta Kainuun soten arvoja eli asiakaslähtöisyyttä, avoimuutta ja luottamusta sekä oikeudenmukaisuutta ja vastuullisuutta.

2

Viestinnän osa-alueet

Kainuun soten viestinnällä on kolme keskeistä kohderyhmää: 1) nykyinen henkilöstö, 2) nykyiset ja mahdolliset tulevat asiakkaat sekä 3) alueelliset ja valtakunnalliset sidosryhmät sekä potentiaaliset uudet työntekijät. Jokainen kohderyhmä muodostaa oman viestinnällisen osa-alueensa, jolla on omat tavoitteensa, kanavansa ja keinonsa sekä onnistumisen mittarinsa. Nämä kolme osa-aluetta ovat:

- sisäinen viestintä (jakso 4)
- asiakasviestintä (jakso 5)
- maineviestintä (ml. rekrytointiviestintä) (jakso 6)

Valmiustyöhön liittyvä kriisiviestintä on oma erityinen osa-alueensa, jota käsitellään tarkemmin kriisiviestintäsuunnitelmassa ja valmiussuunnitelman viestintäosiossa.

3

Sisäinen viestintä

Sisäisen viestinnän tehtävänä on huolehtia siitä, että työntekijät saavat riittävästi ja oikea-aikaisesti selväkielistä tietoa sekä oman yksikön että koko organisaation toiminnasta ja tavoitteista. Sisäiseen viestintään täytyy myös rakentaa toimivia palautekanavia, jotta mahdollisimman monet työntekijät pystyvät osallistumaan kuntayhtymän sisäiseen keskusteluun.

Toimiva sisäinen viestintä lisää työntekijöiden yhteishenkeä, mikä taas lukuisten tutkimusten mukaan parantaa sekä työtehoo että työtyytyväisyyttä. Hyvin toimiva sisäinen viestintä tukee myös ulkoista viestintää, maineviestintää ja rekrytointia.

3.1. Sisäisen viestinnän vastuut

Sisäinen viestintä eli henkilöstöviestintä on olennainen osa koko organisaation johtamista ja työprosessien kehittämistä.

Jokaisella työntekijällä on omalta osaltaan vastuu työyhteisön viestinnän ja vuorovaikutuksen onnistumisesta. Työntekijän tulee ottaa itse aktiivisesti selvää työyhteisöä ja koko organisaatiota koskevista muutoksista. Työn tekemiseen olennaisesti vaikuttavat tiedot kukin saa omalta esimieheltään.

Jokainen esimies on vastuussa siitä, että hänen alaisensa ovat riittävän hyvin tietoisia sekä yksikön omaan toimintaan liittyvistä asioista että koko kuntayhtymän toiminnasta ja tavoitteista. Esimies vastaa työntekijän perehdyttämisestä ja huolehtii esimerkiksi siitä, että työntekijät saavat tiedon luottamuselimissä

tehdystä heitä koskevasta päätöksistä. Samoin esimies seuraa, että hänen yksikköään koskevat tiedot ovat ajan tasalla Kaima-intrassa ja Kainuun soten verkkosivuilla.

Henkilöstö- ja talouspalvelut sekä tietohallinto vastaavat omien sektoriensa osalta siitä, että työntekijät saavat ajoissa riittävästi tietoa Kainuun soten toiminnasta ja toiminnan muutoksista, esimerkiksi uusista tietojärjestelmistä tai palvelussuhteen ehtojen muutoksista.

Viestintäyksikön tehtävä on tukea sisäistä viestintää opastamalla ja neuvomalla sekä tarjoamalla kaikkien työntekijöiden käyttöön Kainuun soten graafisen ilmeen mukaiset yhtenäiset asiakirjapohjat. Viestintä ylläpitää ja kehittää yhdessä tietohallinnon kanssa intranet-alustaa (Kaima) ja tarvittaessa myös muita koko kuntayhtymän yhteisiä sisäisen viestinnän kanavia.

Asiakirjapohjat ja lomakkeet löytyvät Kaima-intranetin viestinnän osiosta, samoin kuin keväällä 2015 koottava Viestinnän opas. Viestinnän opas sisältää yksityiskohtaiset askel askeleelta -ohjeistukset erilaisiin viestinnän tilanteisiin.

3.2. Sisäisen viestinnän käytännön toteutus ja viestintäkanavat

Yksilötasolla sisäisen viestinnän kriittisiä kohtia ovat kehityskeskustelut ja muut vastaavat säännölliset toiminnan tarkastelupisteet samoin kuin työuran käännekohdat, aloitus ja lopetus. Perehdyttämisen yhteydessä työntekijälle kerrotaan myös sisäisen viestinnän kanavista ja niiden käytöstä.

Työyhteisötasolla avainasemassa ovat viikkopalaverit tai muut säännöllisin väliajoin järjestettävät henkilöstökokoukset. Nopeassa asioiden hoidossa käytössä ovat puhelimen lisäksi sähköposti sekä pikaviesti- ja videoneuvottelusovellus Lync, joka mahdollistaa tarvittaessa osallistumisen etänä yhteisiin kokouksiin. Myös yhteishenkeä luovat virkistyspäivät, pikkujoulut ja muut epäviralliset yhteiset tilaisuudet ovat työyhteisön ilmapiirin kannalta tärkeitä.

Kainuun soten tasolla sisäisen viestinnän keskeinen kanava on Kaima-intra, joka sisältää myös Kainuun soten toimintajärjestelmän (laadunhallinta- ja potilasturvallisuusjärjestelmän). Useissa työyksiköissä Kaima avautuu ruudulle aina, kun työntekijä käynnistää selaimen. Kaimassa voidaan tarvittaessa käyttää myös kriisi- ja häiriötilaviestejä. Lisäksi Kaima-intra sisältää työryhmätilat, joita yksiköt ja työryhmät voivat käyttää oman sisäisen viestintänsä kanavana.

Verkkosivuseurannan mukaan esimerkiksi viikolla 48 Kaimassa vieraili päivittäin lähes tuhat kävijää (yhteistunnuksilla toimivat ovat yksi kävijä). Erillisiä käyntejä kertyy päivässä yli 3 000 kappaletta, ja yhden käynnin aikana kävijä katsoi keskimäärin kolmea sivua.

Esimiesten pitää kiinnittää erityistä huomiota työntekijöiden tiedon saantiin niissä tapauksissa, jolloin työntekijällä ei ole työpäivän aikana tilaisuutta käyttää intraa.

Kaima toimii samalla niin sanottuna Kainuun kunnallisintrana. Tämä tarkoittaa sitä, että Kaima on sekä Kainuun soten että Kainuun liiton intranet-alusta. Kaikilla Kainuun kuntasektorin työntekijöillä on luku-oikeus Kaimaan, ja osa Kaiman uutisista voidaan julkaista samalla Kajaanin ja Suomussalmen introissa.

Jatkossa Kaimaa pyritään kehittämään entistä yhteisöllisempään suuntaan, jotta työntekijöillä olisi nykyistä paremmat mahdollisuudet osallistua organisaation toiminnasta käytävään keskusteluun. Tällä hetkellä keskustelu on mahdollista intran blogien yhteydessä. Laajempi uudistus edellyttää kuitenkin julkaisualustan (Sharepoint) päivitystä, joka on ajoitettu alustavissa suunnitelmissa vuodelle 2016.

3.3. Sisäisen viestinnän tavoitteet ja mittarit

Sisäisen viestinnän keskeisenä tavoitteena on toimiva vuorovaikutus, jossa sekä asiantieto että kokemukset välittyvät nopeasti sekä johdon ja työntekijöiden että eri toimintasektoreiden välillä. Vuorovaikutuksen toivuutta seurataan ensisijaisesti työhyvinvointikyselyn avulla, ja tarkoituksenmukaiset mittarit valitaan kyselyn muokkaamisen yhteydessä yhteistyössä henkilöstöpalvelujen kanssa.

Kaiman käyttöä (tiedotteiden lukijamääriä jne.) seurataan jatkuvasti verkkosivujen kävijäseurannan avulla, ja perustavoitteena on kävijämäärien vakaa kasvusuunta. Tarkemmat numeraaliset tavoitteet asetetaan viestinnän vuosisuunnitelmissa niinä vuosina, kun Kaiman kehittäminen on viestinnän painopisteenä.

4

Asiakasviestintä

Asiakasviestinnän päätehtävä on tukea Kainuun soten vastuulla olevien sosiaali-, terveys- ja muiden palvelujen järjestämistä asiakaslähtöisesti, tehokkaasti ja vaikuttavasti. Käytännössä kysymys on ennen kaikkea palveluohjauksesta, johon liittyy terveyden edistämisen ulottuvuus. Tämä tarkoittaa sitä, että asiakkaita kannustetaan tekemään omassa elämässään terveyttä ja hyvinvointia edistäviä valintoja.

Viestinnän toinen keskeinen tehtävä on tukea Kainuun soten vuorovaikutusta asiakkaidensa kanssa ja mahdollistaa asiakkaiden osallistuminen sote-palvelujen kehittämiseen.

Palvelujen käyttäjien eli varsinaisten asiakkaiden lisäksi Kainuun soten viestinnässä huomioidaan väestöta-so eli kaikki maakunnan asukkaat. Viime kädessä asiakasviestinnän tavoitteena on kaikkien kainuulaisten terveys ja hyvinvointi.

4.1. Asiakasviestinnän vastuut

Jokainen työntekijä vastaa omalta osaltaan siitä, että asiakkaat huomioidaan ja heille tarjotaan riittävästi tietoa niin, että hoito- ja palvelutilanteesta syntyy mahdollisimman hyvä palvelukokemus.

Jokainen palvelua tuottava yksikkö vastaa omien palvelujensa osalta hoitoon tai muuhun palveluun liittyvästä tiedottamisesta yksittäisille potilaille. Vuorovaikutusta asiakkaiden kanssa ohjaa laadunhallinta- ja potilasturvallisuusjärjestelmä eli toimintajärjestelmä.

Kunkin vastualueen johto yhdessä palveluja tuottavien yksiköiden kanssa huolehtii siitä, että palveluista ja niiden muutoksista tiedotetaan oikea-aikaisesti ja riittävän laajasti sekä organisaation sisällä että asiakkaille. Vastualueen tehtävä on myös koordinoita vastualueen eri yksiköiden käytäntöjä niin, että ne ovat riittävän yhdenmukaisia.

Viestintäyksikkö tukee ja ohjaa tarvittaessa muiden yksiköiden ja eri vastualueiden asiakasviestintää.

Kainuun soten tulosaluejohtajat ja viestintäyksikkö vastaavat kaikille kainuulaisille ja laajoille asiakas-

ryhmille suunnatusta tiedotuksesta sekä kainuulaisten osallisuuden mahdollistamisesta. Tulosaluejohtajat vastaavat myös median kautta tulevaan asiakaspalautteeseen vastaamisesta. Kehittämisen ja suunnitteluyksiköllä on vahva rooli uusien osallistamisen tapojen ja kanavien kokeilemisessa ja kehittämisessä.

4.2. Asiakasviestinnän käytännön toteutus ja viestintäkanavat

Kaikille kainuulaisille tai laajoille kohderyhmille suunnattu asiakasviestintä ja tiedotus on tässä viestintäsuunnitelmassa jaoteltu kahteen kokonaisuuteen: Mediatyhteistyötä käsitellään omana kokonaisuutenaan, Kainuun soten omia viestintäkanavia omanaan. Soten omista kanavista huomioidaan erityisesti yhteisömedia (some), yleisötilaisuudet ja vastaavat sekä yhteistyö kuntien ja kolmannen sektorin kanssa.

Yhteistyö median kanssa

Yhteistyö median kanssa on avainasemassa asiakasviestinnässä. On kuitenkin tärkeää muistaa, että mediaviestintä pitää sisällään kolme erilaista viestinnän muotoa: a) maksulliset ilmoitukset, b) Kainuun soten lähettämät mediatiedotteet ja soten järjestämät tiedotustilaisuudet ja c) haastattelut, tietopyynnöt ja muut toimitusten yhteydenotot. Mediatyhteistyön eri osa-alueilla työnjako on Kainuun sotessa erilainen.

Maksullisia ilmoituksia käytetään silloin, kun asiakkaille pitää tiedottaa yksityiskohtaisesti esimerkiksi toiminnan muutoksista tai rokotusten aikatauluista. Ilmoitusten laittamisesta vastaa Kaima-intrasta löytyvien ohjeiden mukaisesti palvelua tuottava yksikkö. Ilmoituslehdet on kilpailutettu ja lehtiin toimitettu valmiit Kainuun sote tiedottaa -ilmoituspohjat. Ilmoittava yksikkö huolehtii sisältötekstin tuottamisesta ja ilmoituksen oikoluvusta.

Kainuun soten omasta aloitteesta lähetettävät tiedotteet valmistellaan yhteistyössä tulosaluejohdon ja viestintäyksikön kanssa. Tällä tavoin varmistetaan se, että julkistettava tieto on kaikkien asiaa hoitavien ja asiasta vastaavien henkilöiden tiedossa ennen julkaisua. Kainuun sote lähettää mediatiedotteita tai vastaavia keskimäärin kerran viikossa, tiedotustilaisuuksia järjestetään lähes joka kuukausi. Mediatiedotteet ja kutsut tiedotustilaisuuksiin lähetetään medioiden tasapuolisen kohtelun varmistamiseksi aina ST Media -jakelulistan kautta. Viestintäyksikkö pitää ajan tasalla listaa, jossa on tällä hetkellä lähes viisikymmentä yhteystietoa.

Toimittajien haastattelu- ja tietopyyntöihin vastaa se henkilö, joka on ensisijaisesti vastuussa kysytystä asiasta. Vastaukset pyritään antamaan mahdollisimman nopeasti, mikäli tietopyynnöt eivät aiheuta kohtuutonta lisätyötä. Työntekijä voi antaa omaa työtehtäväänsä koskevia haastatteluja, mikäli toimintayksikössä tai vastuualueella ei ole erikseen sovittu, ketkä tiedottavat yksikön toiminnasta. Haastatteluista ja vastaavista on kuitenkin hyvä kertoa omalle esimiehelle jos mahdollista jo ennen niiden julkaisua.

Omat viestintäkanavat

Kainuun soten verkkosivut <http://sote.kainuu.fi> ovat kuntayhtymän tärkein oma viestintäkanava, jonka merkitys kasvaa tulevaisuudessa edelleen ennen kaikkea sähköisten palvelujen lisääntymisen myötä. Sivusto sisältää kaikkien sote-palvelujen esittelyn ja jo nyt myös linkkejä sähköisiin palveluihin (esim. laboratorion sähköinen ajanvaraus). Yhteensä sivuja on lähes kaksituhatta.

Vuodesta 2010 jatkuneen kävijäseurannan mukaan soten verkkosivuilla on viime vuosina käynyt kuukausittain 20 000–30 000 eri vierailijaa. Erillisiä käyntejä kertyy kuukaudessa lähes 40 000 (esim. marraskuu 2014), ja yhden käynnin aikana vierailaan keskimäärin kolmella sivulla.

Verkkosivusto on tarkoitus uudistaa vuosina 2015–2016 vastaamaan entistä paremmin asiakkaiden tarpeita. Samalla sivuston rooli muuttuu yhä enemmän palvelualustaksi. Uudistuksen yhteydessä huomioidaan myös Kainuun soten ja kuntien verkkosivustojen rajapintojen hyödyntäminen.

Kainuun soten ulkoisten verkkosivujen päätoimittaja- ja pääkäyttäjävastuu on viestintäyksiköllä, joka ylläpitää ja kehittää verkkopalvelujen kokonaisuutta sekä tukee ja ohjaa sisällöntuotantoa. Sisällöntuotannosta vastaavat kuitenkin pääasiassa palveluyksiköt ja vastuualueet.

Kaikkiin kainuulaisiin talouksiin jaettava palveluopas julkaistaan parin vuoden välein, sillä tutkimusten mukaan yhteystietojen löytäminen on asiakkaiden keskeisin tiedon tarve. Jatkossa palveluoppaan rooli myös palveluohjauksessa korostuu. Lisäksi Kainuun soten yhteystiedot löytyvät ainakin toistaiseksi varsin kattavasti myös Fonectan puhelinluettelosta.

Kainuun sote ei tällä hetkellä julkaise erillistä asiakaslehteä, vaan on pyrkinyt sen sijaan tiivistämään yhteistyötä kainuulaisen median kanssa.

Yhteisömedia (some)

Yhteisömedian (sosiaalinen media eli some; Facebook, Twitter, YouTube, Instagram jne.) palvelut tarjoavat nopeita ja vaikuttavia viestintäkanavia. Kainuun soten työntekijät voivat käyttää some-palveluja työtehtävien hoitoon, mikäli tietoturvakäytännöt on huomioitu huolellisesti jo palvelua suunniteltaessa. Tämän vuoksi uusien yhteisömedian palvelujen käyttöönotosta pitää aina sopia sekä oman esimiehen että viestintäyksikön kanssa. Viestintäyksikkö koordinoi Kainuun soten some-palvelujen kokonaisuutta.

Twitter: Viime aikoina Kainuun sote on lisännyt erityisesti mikroblogipalvelu Twitterin käyttöä, sillä Twitter palvelee muita some-kanavia paremmin yhtä aikaa asiakaspalvelun ja valtakunnallisen maineviestinnän tarpeita. @Kainuunsote-tili perustettiin vuonna 2013 alun perin kriisiviestintää varten, mutta Twitterin käyttäjämäärän kasvaessa Kainuussa tilin käyttöä on laajennettu myös muuhun viestintään. Tilistä vastaa viestintäyksikkö.

Facebook: Suunnittelu ja kehittäminen -tulosyksikkö, rekrytointiyksikkö ja Uusi Sairaala -hanke ovat perustaneet omia sivustojaan yhteisöpalvelu Facebookiin. Jatkossa eri sivustojen käyttöä on tarkoitus koordinoida entistä tiiviimmin, jotta ne tukisivat toisiaan paremmin.

Lisäksi on huomattava, että some-palvelujen omistajat (esim. Facebook) voivat luoda sivustoja automaattisesti käyttäjiltä peräisin olevien tietojen perusteella (esim. Facebookin automaattisesti luoma Kainuun keskussairaala -sivu). Yhteisömedian käyttäjien kannattaakin aina tarkistaa sivuston ylläpitäjä. Jos ylläpitäjästä ei löydy tietoa, sivusto ei ole Kainuun soten ylläpitämä.

Keväällä 2015 laadittavaan Viestinnän oppaaseen sisällytetään sekä yksityiskohtainen ohjeistus somen käytöstä työtehtävissä että suositukset työntekijöiden yksityisestä some-käytöstä. Ohjeiden perussääntö on, että salassapidettävää tai muuten arkaluontoista tietoa ei saa koskaan käsitellä yhteisömediassa, ei edes niin sanotuissa suljetuissa ryhmissä. Henkilökohtaiseen luottamukselliseen asiakasviestintään käytetään tietoturvallista Omasote -palvelua, ja Kainuun soten sisäiset työryhmät käyttävät Kaima-intran työryhmätiloja.

Yleisötilaisuudet

Yleisötilaisuuksia tai erityisiä kuulemistilaisuuksia järjestetään tarpeen mukaan. Merkittäviä palvelujen muutoksia suunniteltaessa media- ja verkkoviestintää on hyvä täydentää kuulemistilaisuuksilla, jotka mahdollistavat välittömän palautteen antamisen. Kuulemistilaisuudet voivat olla osa IVA-menettelyä eli inhimillisten vaikutusten arviointia. Kainuun sote on myös ollut mukana useissa erilaisissa valtakunnallisissa hankkeissa, joiden tavoitteena on kehittää palveluja yhdessä kansalaisten kanssa (mm. asiakaslähtöisten lähipalvelujen kehittämishanke).

Jalkautumisesta muiden järjestämiin tapahtumiin on saatu hyvää palautetta. Esimerkiksi Kainuun soten toimintojen esittely Kajaanin Markkinakadulla heinäkuussa on tarkoitus vakiinnuttaa pysyväksi toimintamuodoksi. Viestintä on varautunut tukemaan yksiköitä, jotka haluavat kokeilla palvelujensa esittelyä erilaisissa tapahtumissa.

Yhteistyö kuntien ja kolmannen sektorin kanssa

Kainuun sote tekee yhteistyötä kuntien kanssa myös viestinnässä. Vuoden 2013 valmiusharjoituksen myötä parannettiin erityisesti kriisiviestinnän koordinaatiota. Jatkossa myös verkkosivujen suunnittelussa pyritään huomioimaan entistä paremmin rajapinnat kuntien sivustoille, jotta asiakkaat löytävät soten tuottamat palvelut yhtä helposti kuntien kuin soten sivujen kautta. Muita yhteisiä toimintoja toteutetaan aina, kun se on tarkoituksenmukaista ja kustannustehokasta. Esimerkiksi Suomussalmen kunnan kanssa kokeillaan talven 2015 aikana soten sisältöjen tuottamista kunnan infotauluihin.

Yhteistyö kolmannen sektorin kanssa kuuluu olennaisena osana moniin hankkeisiin. Potilasjärjestöjen kanssa tehdään laaja-alaista yhteistyötä, ja sote-johto tapaa potilasjärjestöjen edustajia säännöllisesti kaksi kertaa vuodessa. Tavoitteena on myös tiivistää viestinnällistä yhteistyötä sosiaali- ja terveysalan järjestöjen valtakunnallisen kattojärjestön SOSTE ry:n kanssa.

Hallituksen päätöksen mukaisesti Kainuun soten edustajat osallistuvat kuntien vanhusneuvostojen toimintaan. Myös yhteistyötä maakunnallisen nuorisovaltuuston kanssa pyritään lisäämään. Kolmannen sektorin, vanhus- ja vammaisneuvostojen sekä nuorisovaltuuston edustajat on tarkoitus ottaa mukaan muun muassa Kainuun soten uuden verkkosivuston suunnitteluun.

4.3. Asiakasviestinnän tavoitteet ja mittarit

Asiakasviestinnän onnistumisen arviointiin käytetään useita erilaisia menetelmiä. Välittömästi hoitoon tai palveluun liittyvän yksilötason asiakasviestinnän onnistumista mitataan jatkuvalla asiakastytyväisyyskyselyllä. Toimintajärjestelmään kytkeytyvän asiakastytyväisyyskyselyn tavoitteet ja mittarit määräytyvät laatujohtamisen kriteerien perusteella. Palaute käsitellään yksiköissä järjestelmällisesti.

Laajoille asiakasryhmille suunnatun viestinnän onnistumista seurataan kolmesta eri näkökulmasta.

1. Verkkosivujen kävijäseurannan avulla arvioidaan verkkopalvelujen toimivuutta, mittarina ovat kävijämäärät. Tavoitteet määritellään vuosisuunnitelmien yhteydessä.
2. Mediaviestintää arvioidaan seuraamalla omaa toimintaa eli tiedotteiden julkaisemista ja tiedotustilaisuuksien järjestämistä. Tavoitteena on nykyisen aktiivisuustason ylläpitäminen, sillä tämän tyyppisen tiedotuksen lisääminen nykyisestä ei ole tarkoituksenmukaista.
3. Kainuun sotessa on tarkoitus ottaa vuoden 2015 aikana (yhdessä Kainuun liiton kanssa) aktiivikäyttöön erityinen mediaseurantajärjestelmä. Sen avulla seurataan sitä, mitkä asiat ja missä määrin kiinnostavat mediaa. Tavoitteena on erityisesti palveluohjaukseen liittyvän tiedon mahdollisimman laaja-alainen näkyvyys.

5

Maineviestintä

Maineviestinnällä tarkoitetaan viestintää, jonka kohderyhmänä ovat erityisesti sellaiset henkilöt ja toimijat, joilla ei ole omakohtaista kokemusta Kainuun sotesta ja sen palveluista.

Maineviestintää ei kuitenkaan voida selvärajaisesti erottaa muista viestinnän osa-alueista. Sisäinen viestintä on myös maineviestintää sikäli, että se on yksi keskeinen osatekijä sisäisen työnantajakuvan muodostumisessa – ja tutkimusten mukaan ulkoinen työnantajakuva vastaa yleensä pitkälti sisäistä. Samoin asiakasviestintä on olennainen osa maineviestintää, sillä asiakaskokemukset vaikuttavat luonnollisesti organisaation maineeseen. Asiakkaiden kokemukset ja yleiset mielikuvat eivät kuitenkaan välttämättä ole yhdenmukaisia. Kainuun soten tapauksessa yleiset mielikuvat olivat ainakin edeltävän organisaation eli maakunta-kuntayhtymän aikana selvästi kielteisempiä kuin asiakaskokemukset.

Kainuun soten maineviestinnällä on kolme eri ulottuvuutta:

1. Rekrytointiviestinnän tavoitteena on henkilöstön saatavuuden varmistaminen ja Kainuun soten tekeminen tunnetuksi houkuttelevana työpaikkana.
2. Brändityön tavoitteena on, että Kainuun sote erottuu myönteisesti muista vastaavista toimijoista – että Kainuun sote on hyvä brändi.
3. Kainuun yleinen maakuntakuva vaikuttaa myös Kainuun soten toimintaedellytyksiin, esimerkiksi Kainuun soten vetovoimaisuuteen työnantajana.

5.1. Maineviestinnän vastuut

Rekrytointiyksikkö vastaa varsinaisesta rekrytointiviestinnästä. Toimiva rekrytointi edellyttää kuitenkin tiivistä yhteistyötä soten muiden asiantuntijoiden, viestinnän ja soten omistajakuntien kanssa.

Kainuun soten johto ja viestintäyksikkö vastaavat Kainuun soten brändin kehittämisestä luottamushenkilöjohdon antamien suuntaviivojen mukaisesti. Viestintä yhdessä muun sote-johdon tuen kanssa huolehtii yhteisistä esitteistä, markkinointimateriaaleista ja liikelahjoista.

Samoin johto ja viestintä vastaavat soten osalta positiivisen maakuntakuvan rakentamisesta yhdessä maakunnan muiden toimijoiden kanssa.

Maakuntakuvaan liittyvät tavoitteet on määritelty kesäkuussa 2014 hyväksytyssä Kainuu-ohjelmassa. Siinä todetaan, että Kainuuseen vahvasti liitetyt luontomielikuvat eivät ole riittävä vetovoimatekijä. Sen vuoksi maakunnallisessa markkinointiviestinnässä tuodaan esille myös hyvää arkea, uusia toimialoja ja monipuolista osaamista. Kainuun sotella maakunnan suurimpana työnantajana ja sote-ratkaisujen valtakunnallisena edelläkävijänä on oma tärkeä roolinsa myönteisen Kainuu-mielikuvan rakentamisessa.

5.2. Maineviestinnän käytännön toteutus ja viestintäkanavat

Rekrytointiviestintää ohjaa rekrytoinnin ohjausryhmä, johon kuuluu kaikkien keskeisten sisäisten sidosryhmien edustajia. Ryhmä päättää rekrytointiin varatun budjetin käytöstä ja laatii rekrytointitapahtumien vuosikellon.

Kainuun soten brändin rakentaminen toteutuu läpäisyperiaatteella kaikessa viestinnässä. Brändin rakentamisen pohjana ovat Kainuun soten toimintaa ohjaavat linjaukset, jotka on tiivistetty organisaation strategiaan ja arvoihin. Strategia uudistettiin vuonna 2014, joten brändityön seuraavassa vaiheessa muotoillaan Kainuun soten ydinviestit (ns. hissipuhe).

Brändin ulkoisena ilmenemismuotona on Kainuun soten yhtenäinen graafinen ilme, jota käytetään kaikissa julkaisuissa ja muissa materiaaleissa. Valmiit asiakirja- ja julkaisupohjat löytyvät Kaima-intrasta, ja tarvittaessa viestintä tilaa uusiin tuotteisiin uusia graafisen ilmeen sovelluksia.

Maakunnan suurimpana työnantajana Kainuun sotella on tärkeä rooli myös koko maakunnan markkinointiviestinnässä. Kainuun vetovoiman lisäämiseen tähtäävän viestinnän onnistuminen edellyttää laaja-alaista ja tiivistä yhteistyötä Kainuun kuntien, Kainuun soten, maakunnan liiton, kehittämissyhtiö Kainuun Edun, oppilaitosten ja yrittäjäjärjestöjen kesken.

5.3. Markkinointiviestinnän tavoitteet ja mittarit

Markkinointiviestinnän keskeisenä tavoitteena on tehdä Kainuun sotea tunnetuksi houkuttelevana työpaikkana ja arvostettuna edelläkävijänä sosiaali- ja terveydenhuollon palveluiden järjestämisessä ja kehittämisessä. Kainuun soten erityisvahvuutena on sosiaali- ja terveyspalvelujen integraatio-osaaminen, jolle pyritään saamaan valtakunnallista huomiota ja arvostusta.

Markkinointiviestinnän vaikuttavuuden mittaaminen on vaikeaa. Rekrytoinnin ja henkilöstöhallinnon mittareiden (työtyytyväisyys, hakijat per avoin työpaikka tms.) ja viestinnän yleisten mittareiden (verkkopalveluiden kävijäseuranta, mediaseuranta, oman toiminnan seuranta) lisäksi markkinointiviestinnän vaikuttavuutta on kuitenkin tarkoitus ryhtyä seuraavaan erillisellä, säännöllisin väliajoin tehtävällä sidosryhmäkyselyllä.

Koko Kainuun markkinointiviestinnän vaikuttavuudesta saadaan välillistä tietoa joka neljäs vuosi toistuvan perinteisen Kainuun liiton maakuntakuvatutkimuksen avulla. Seuraava maakuntakuvatutkimus tehdään vuonna 2015.

6

Kriisiviestintä

Kriisiviestinnän perustavoitteena on ehdottoman luotettava ja riittävän nopea tiedonvälitys, joka ohjaa kansalaisia ja työntekijöitä hallittuun varautumiseen ja toimintaan. Kriisitilanteisiin varaudutaan valmiussuunnitelun ja valmiusharjoitusten avulla. Itse kriisitilanteessa toimintaa ohjaa voimassaoleva valmiussuunnitelma.

Koska valmiussuunnitelma ei ole julkinen asiakirja, sitä ei voida käyttää koko henkilöstön ohjeistuksena. Sen sijaan kriisiviestinnän toimintaperiaatteet ja perusohjeet sisältävä kriisiviestintäsuunnitelma löytyy Kaima-int-rasta.

Kriisitilanteen viestinnän kulmakiviä ovat toimiva arkiviestintä, normaalitilanteen organisaatio ja kaikkien tiedossa oleva vastuunjako. Kriisitilanteessa viestinnän intensiteettiä kuitenkin nostetaan tilanteen vaatimalle tasolle. Lähtökohtana on ajatus, että kriisitilanteessa kansalaisten tiedontarve on suuri ja siihen on pystyttävä vastaamaan viestintää tehostamalla.

Yksi onnistuneen kriisiviestinnän avaimista on tarkoituksenmukainen yhteistyö eri viranomaisten ja muiden toimijoiden kesken. Olennaista on muistaa, että viestintävastuu on sidoksissa johtovastuuseen: Organisaatio, joka johtaa toimintaa, tiedottaa tilanteesta kansalaisille huolehtien samalla myös muiden kriisin hoitoon osallistuvien organisaatioiden tiedontarpeista. Toisaalta jokainen toimija on vastuussa kansalaisille tiedottamisesta oman vastuualueensa osalta.

Mainekriisien hoidossa toimitaan normaalin viestinnän työnjaon mukaisesti.

7

Viestinnän suunnittelu

Viestinnän suunnittelujärjestelmän (liite 2) lähtökohta on Kainuun sotien strategia, jota täydennetään viestinnän näkökulmasta kymmenen käskyn muotoon puetuilla peruslinjauksilla.

Taktisella tasolla keskeinen asiakirja on valtuustokausittain päivitettävä viestintäsuunnitelma, jossa määritellään toimintaperiaatteet ja vastuut keskipitkällä aikavälillä. Sen rinnalla kulkee valmiussuunnitelma, jossa määritellään viestinnän tavoitteet, tehtävät ja työnjako kriisitilanteessa.

Lyhyen tähtäimen tavoitteet, keinot ja vastuut sekä mittarit määritellään operatiivisissa vuosisuunnitelmissa.



Viestinnän painopisteet 2015–2016

Viestinnän painopisteet tarkennetaan vuosittain päivitettävässä viestintäsuunnitelmassa. Vuonna 2014 keskeisiä tavoitteita ovat olleet viestinnän suunnittelujärjestelmän kehittäminen, brändityön aloittaminen ja verkkosivuston uudistuksen esivalmistelu.

Vuoden 2015 tärkein tehtävä on verkkosivuston uudistus, johon kytkeytyy myös monia muita viestinnällisiä ratkaisuja. Toinen keskeinen asia on brändityön jatkaminen (ydinviestien muotoileminen). Kolmantena painopistealueena on maakunnallisen maineviestinnän ja siihen kytkeytyvän rekrytointiyhteistyön kehittäminen muun muassa Kainuu Connection -tapahtumien avulla.

Uusi verkkosivusto otetaan käyttöön vuonna 2016. Tämän jälkeen edessä on todennäköisesti Kaima-intran julkaisualustan päivitys. Suunnittelukauden viimeistä vuotta leimannevat myös uuden sairaalan rakentaminen ja valmistautuminen vuoden 2017 sote-uudistuksen toteutumiseen. Tällöin Kainuun soten on varauduttava suurten muutosprosessien viestintään sekä henkilöstölle ja asiakkaille että sidosryhmille.

Liitteet

Liite 1: Viestinnän kymmenen käskyä

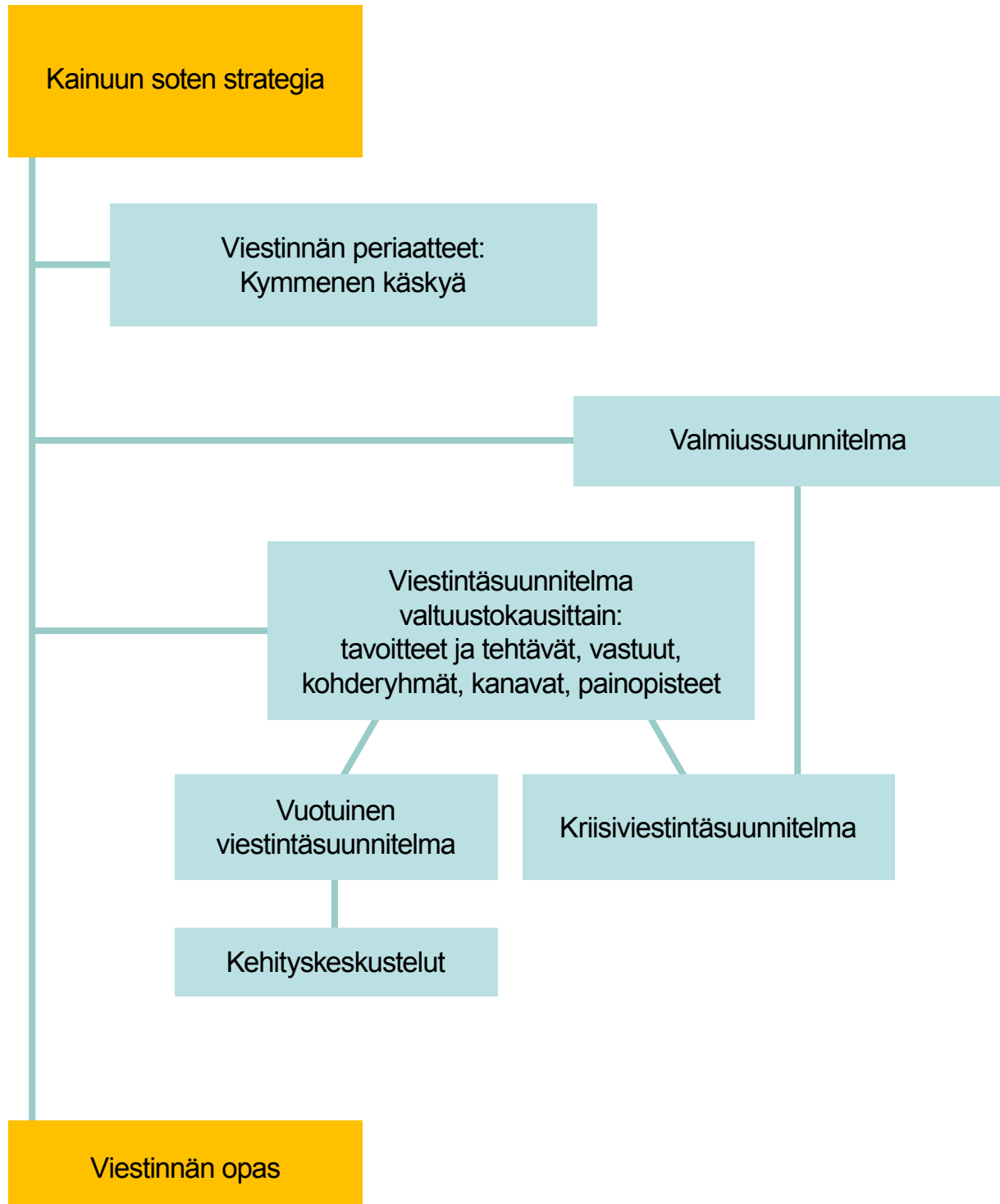
Viestinnän käskyä 10

- 1. Ole aktiivinen!** Kerro, kun sinulla on kerrottavaa – muista myös hyvät uutiset!
- 2. Ennakoi!** Jos valmistelet ristiriitaista päätöstä, huomioi viestintä alusta pitäen!
- 3. Vaikuta!** Toista samaa perusviestiä monta kertaa!
- 4. Puhu suomea!** Selväkielinen ilmaisu säästää aikaa, rahaa ja hermoja.
- 5. Kuuntele palautetta!** Ylimielisyys voi kaataa hyvänkin hankkeen.
- 6. Älä provosoidu!** Muista, että asioita voidaan katsoa monesta eri näkökulmasta!
- 7. Älä salaile turhaan!** Muista kuitenkin, mikä on lakisääteisesti salassapidettävää!
- 8. Älä piiloudu kapulakielen taakse!** Selvästi sanottu on selvästi ajateltu.
- 9. Älä polta siltoja!** Yksin on vaikea pärjätä tässä maailmassa.
- 10. Älä masennu!** Kaikki ei mene niin kuin toivotaan, mutta aina voi yrittää uudelleen.



Kainuu

Liite 2: Viestinnän suunnittelujärjestelmä kuvana



Julkaisuluettelo

KAINUUN SOTE

Julkaisuluettelo 1.1.2013 alkaen

Sarja A: virallisesti hyväksytyt julkaisut

Sarja B: selvitykset ja tutkimukset

Sarja C: hallinnolliset asiakirjat

Sarja D: monistesarja

| SARJA A | | |
|----------------|--------------------------------|------|
| A:1 | Viestintäsuunnitelma 2015–2016 | 2015 |

| SARJA B | | |
|----------------|--|------|
| B:1 | Vammaispalveluhankkeen Kainuun osahankkeen loppuraportti | 2013 |
| B:2 | Tukeva 3 -juurruttamishanke, lasten, nuorten ja lapsiperheiden hyvinvoinnin tukeminen Pohjois-Suomessa, Kainuun osahanke, loppuraportti 1.10.2012–31.10.2013 | 2013 |
| B:3 | Virta – Pidämme huolta työ ja toimintakyvystämme sekä tulevaisuudestamme 2011–2013 -loppuraportti | 2013 |

| SARJA C | | |
|----------------|--|------|
| C:1 | Talousarvio 2013 ja taloussuunnitelma 2014–2016 | 2012 |
| C:2 | Vuosikertomus 2012 Kainuun maakunta -kuntayhtymä | 2013 |
| C:3 | Talousarvio 2014 ja taloussuunnitelma 2015–2017 | 2014 |
| C:4 | Vuosikertomus 2013 Kainuun sosiaali- ja terveydenhuollon kuntayhtymä | 2014 |
| C:5 | Kainuun lasten ja nuorten hyvinvointisuunnitelma 2014–2015 | 2014 |
| C:6 | Talousarvio 2015 ja toiminta- ja taloussuunnitelma 2016–2018 | 2015 |
| C:7 | Vuosikertomus 2014 Kainuun sosiaali- ja terveydenhuollon kuntayhtymä | 2015 |

| SARJA D | | |
|----------------|---|------|
| D:1 | Tieto toiminnaksi -hankkeen raportti, lapsiperheiden ja nuorten päihdepalvelujen kehittämislinjauksia – Tietoa päihteistä ja päihdepalvelujen tarpeesta Kainuussa | 2013 |
| D:2 | Osallisuutta ja sosiaalista vahvistumista Kainuussa – Virta Kainuu -osahankkeen loppuraportti | 2013 |
| D:3 | Palvelutarjotin 2013 – Päivätoimintaa ja matalan kynnyksen kohtaamispaikkoja Kainuussa, Virta Kainuu -osahanke | 2013 |

| | | |
|------|--|------|
| D:4 | Selvitys tehostetun palveluasumisen palvelusetelin hinnoittelusta – Aktiiviasiakashankkeen selvityksiä | 2013 |
| D:5 | Strengthening the Customer's Freedom of Choice – Aktiiviasiakashanke Alankomaissa ja Belgiassa syksyllä 2013 | 2013 |
| D:6 | Aktiiviasiakashankkeen loppuraportti – Kyllä kai minä itse parhaiten tiedän, mitä palveluja tarvitsen | 2013 |
| D:7 | Hyve – johtamisen kartta, vuorovaikutuksellisella johtamisella uusiin tavoitteisiin -hanke 1.3.2012–31.10.2014, Kainuun osahanke, loppuraportti | 2014 |
| D:8 | Ikäihminen toimijana -hanke – Vanhuspalvelulain toimeenpanoa Pohjois-Suomessa 2013–2014, 1.7.2013–31.10.2014, Kainuun osahanke, loppuraportti | 2014 |
| D:9 | Terveempi Pohjois-Suomi 2, 1.3.2012–31.10.2014, Kainuun osahanke, loppuraportti | 2014 |
| D:10 | Selvitys kotona asumista tukevien palvelujen tuotteistamis- ja ryhmitteilytavoista taustainformaatioksi Hyvinvoinnin palvelutarjottimen kehittämistä varten | 2015 |
| D:11 | Selvitys laatutakuusta ja palvelutuotekuvauksista taustainformaatioksi Hyvinvoinnin palvelutarjottimen kehittämistä varten | 2015 |
| D:12 | Hyvinvoinnin palvelutarjotin – käyttöopas palvelusetelituottajille | 2015 |
| D:13 | Hyvinvoinnin palvelutarjotin – käyttöopas palveluntuottajille | 2015 |
| D:14 | Rekisteröitymisopas – näin annat perustietosi Hyvinvoinnin palvelutarjottimelle | 2015 |
| D:15 | Hyvinvoinnin palvelutarjottimen käyttöopas ympärivuorokautisia hoivapalveluja tuottaville palveluntuottajille | 2015 |
| D:16 | Ylläpitäjän ohje – rekisteröintianomuksen käsittely ja palveluntuottajan lopullinen hyväksyminen Hyvinvoinnin palvelutarjottimelle | 2015 |
| D:17 | Ylläpitäjän opas – Hyvinvoinnin palvelutarjottimen eManagement-järjestelmään | 2015 |
| D:18 | Hyvinvoinnin palvelutarjottimen käyttöopas asiakasohjaajille | 2015 |
| D:19 | Hyvinvointi hakusessa – riippuvuus riskinä, päihde- ja mielenterveyspalveluketjujen, kuntoutusyhteistyön ja työmenetelmien kehittäminen Lapissa ja Kainuussa 1.3.2013–31.10.2015, loppuraportti, Kainuun hankeosio | 2015 |



Kainuun sote

Kainuun sote,
Urho Kekkosen katu 2-4,
Puh. vaihde 08 615 61,
s-posti kirjaamo@kainuu.fi

sote.kainuu.fi