



Viestintäpaja – Turvaverkkoja nuorten tulevaisuuteen



**Euroopan unionin
osarahoittama**

SOILA- koordinaatiohanke

Terveiden ja
hyvinvoinnin laitos

1.10.2024





13.00–13.05 Tervetuloa
13.05–13.20 ESR+ -hankeviestinnän
perustat
13.20–13.35 Tietosuoja selosteet
13.35–13.50 Saavutettavuus
13.50–14.00 Tauko
14.00–15.00 Työpaja: Viestinnän
kohderyhmät

Ohjelma



**Euroopan unionin
osarahoittama**

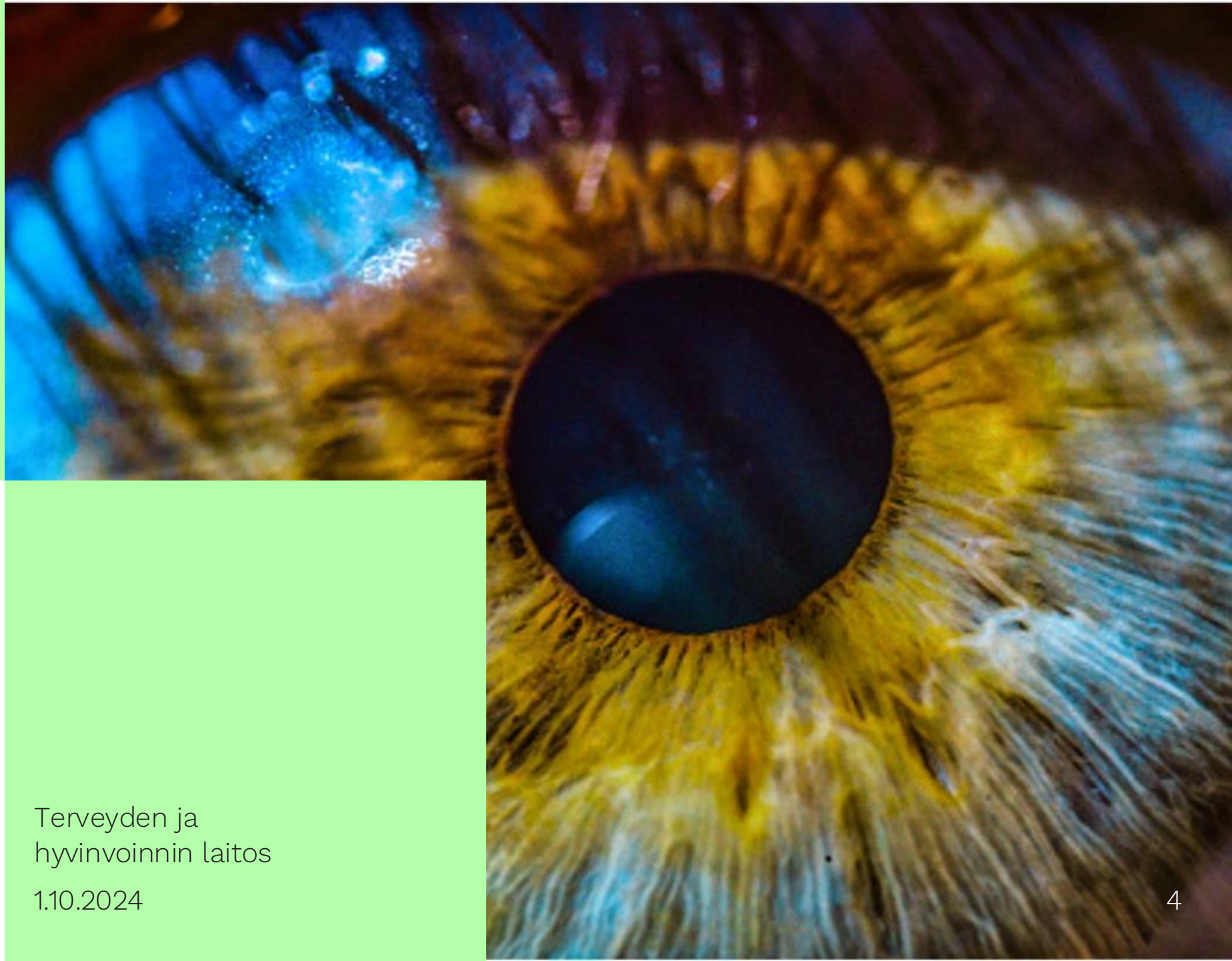
Turvallisempien tapahtumien periaatteet

- Huolehdi osaltasi, että keskustelussa kaikki saavat mahdollisuuden puhua ja tulla kuulluiksi.
- Yritä käyttää kieltä, joka on ymmärrettävää kaikille osallistujille.
- Kunnioita toisen kokemusta ja itsemäärättelyä. Älä yleistä omaa kokemustasi muita koskevaksi tai tee oletuksia toisten kokemuksista, elämäntilanteesta tai identiteetistä.
- Älä häiritse ketään sanallisesti, koskemalla tai tuijottamalla.
- Älä puhu hyökkäävästi tai käytä henkilöön käyviä puheenvuoroja paikalla olevia tai tilaisuudesta poissaolevia kohtaan.
- Muuta käytöstäsi, jos toinen sitä pyytää.



ESR+ hankeviestin nän perustat

Terveiden ja
hyvinvoinnin laitos
1.10.2024



Viestintä ESR+ hankkeessa

- ”Viestintä on keskeinen osa jokaisen EU-rahastosta tukea saaneen hankkeen toimintaa. Viestintää ja EU:n näkyvyyttä koskevat velvollisuudet koskevat kaikkea hankkeen toimintaa. EU-rahoituksen saajilla on lakisääteinen velvollisuus ilmoittaa rahoituksen alkuperä ja varmistaa EU:lta saadun rahoituksen näkyvyys viestinnän toimilla.”
- ”EU:n alue- ja rakennepolitiikan varoista rahoitetuissa hankkeissa (EAKR, ESR+, JTF) ohjelmakaudella 2021–2027 käytetään lipputunnusta, jonka yhteydessä on teksti *Euroopan unionin osarahoittama*.”
- ”Lipputunnusta käytetään kaikessa viestinnässä ja kaikilla viestintäkanavilla.”

Lähde: [Viestintä | Rakennerahastot](#)



1.10.2024



**Euroopan unionin
osarahoittama**

Saavutettavuus

- Saavutettavuus on sitä, että ihmisten moninaisuus tulee huomioiduksi ja kaikilla ihmisillä on yhtäläinen oikeus verkkopalveluiden käyttämiseen. Saavutettavuus on siis yhdenvertaisuutta. (AVI, Saavutettavuus)
- Huomioitavia asioita: Ymmärrettävän ja selkeän kielen käyttäminen, Alt-tekstit eli kuvien tekstivastineet sekä kuvien värikontrastit, Videoiden tekstittäminen.
- Käytännössä saavutettavuus tarkoittaa sitä, ettei viestin välittyminen jää vain yhden aistin varaan: heikosti näkevä voi myös kuunnella tai heikosti kuuleva voi myös nähdä viestin.



1.10.2024



**Euroopan unionin
osarahoittama**

Käytännön ohjeita saavutettavuuteen

- Tarkemmat ohjeet tähän (fonttikoot, kontrastit yms.)



1.10.2024



**Euroopan unionin
osarahoittama**

Tietosuojaselosteet

Hannalta tähän jotain?



1.10.2024



**Euroopan unionin
osarahoittama**

Hankeviestinnän prosessi

1. Tutustu rahoittajan viestintäohjeisiin huolellisesti ja noudata niitä.
2. Luo hankkeelle viestintästrategia/viestintäsuunnitelma.
3. Budjetoï viestintään tarpeeksi resursseja.
4. **Mieti kolme tärkeintä kohderyhmää ja missä kanavissa heidät tavoittaa.**
5. Hyödynnä sosiaalisen median tarjoamat mahdollisuudet.
6. Käytä samaa visuaalista ilmettä kaikissa viestintäkanavissa.
7. Osallista hanketiimi ja sidosryhmiä viestintään.
8. Kokoa viestinnän seuranta ja tilastoja.
9. Viesti hankkeen tuotoksista, virstanpylväistä ja saadusta positiivisesta palautteesta.
10. Pohdi hyvissä ajoin, miten viestitään, kun hanke loppuu



1.10.2024



**Euroopan unionin
osarahoittama**

Viestintäsuunnitelman rakentaminen

1. Viestintävastaava
2. Viestinnän tavoite
3. Kohderyhmä
4. Viestintäkanavat
5. Viestinnän aikataulu
6. Viestinnän sisältö
7. Mittarit ja seuranta
8. Budjetti
9. Kriisiviestintäsuunnitelma
10. Jatkuvuus



1.10.2024



**Euroopan unionin
osarahoittama**



Tauko

13.50 – 14.00



Työpaja



**Euroopan unionin
osarahoittama**

Terveysten ja
hyvinvoinnin laitos
1.10.2024



Tehtävä

- Viestinnän tavoite: Selvitä, mitä haluat saavuttaa viestinnällä. Voit jakaa tavoitteet lyhyen ja pitkän aikavälin tavoitteisiin. Tärkeintä on asettaa mitattavissa olevia tavoitteita, kuten sosiaalisen median kattavuus, tapahtumiin ilmoittautuneiden määrä ja mediaosumat.
- Kohderyhmät: Mitkä ovat hankkeen kohderyhmät? Valitkaa 3-5 tärkeintä. Tätä kautta selviää, mitkä ovat tärkeimmät kanavat, joilla kohderyhmät tavoittaa. Millaista viestiä heille aletaan muotoilemaan?
- Kanavat: Mitkä ovat taustatahojen jo käytössä olevat kanavat? Verkkosivut, uutiskirjeet, somekanavat, blogimahdollisuudet, videot, podcastit...



1.10.2024



**Euroopan unionin
osarahoittama**