

Jaana Vetikko

8.2.2017

## VIESTINTÄSUUNNITELMA 2017-2018

Suomen Vapaa-ajankalastajien Keskusjärjestön viestintäsuunnitelma perustuu järjestön viestintästrategiaan, jossa asetettujen tavoitteiden saavuttaminen edellyttää viestinnän onnistumista. Viestintä toteutaa samalla järjestön toiminnallisia tavoitteita, jotka on määritelty järjestön toimintasuunnitelmassa.

### 1. SVK:n viestinnän tarkoitus ja tavoitteet

Tässä asiakirjassa viestinnällä tarkoitetaan järjestön sisäistä ja ulkoista tiedottamista ja tiedonvälitystä, johon liittyvät myös markkinointi ja suhdetoiminta. Viestintä on eri toimijoiden yhteistyötä.

Viestintä perustuu avoimuuteen. Järjestö viestii sisäisesti ja ulkoisesti itse ensimmäisenä omista toiminnostaan ja vireillä olevista asioista. Viestinnän tarkoitus ja tavoitteet on määritelty tarkemmin viestintästrategiassa.

### 2. Viestinnän organisointi

Viestintävastuut ja resurssit on määritelty viestintästrategiassa. Tarkempi vuosittainen työjako käy ilmi tämän asiakirjan liitteinä olevista suunnitelmista. Viestintää organisoii ja ohjaa viestintätoimikunta hallitukselta saamiensa ohjeiden mukaisesti. Työntekijätasolla viestintää ohjaavat järjestön toiminnanjohtaja ja tiedottaja.

### 3. Tavoitteet 2017-2018

Tavoitteena on järjestön jäsenmäärän kasvattaminen, uuden kalastuslain säädösten tunnetuksi tekeminen sekä kalastonhoitomaksun markkinointi. Muut viestinnälliset tavoitteet on määritelty viestintästrategiassa.

### 4. Kohderyhmät

Viestinnän kohderyhminä vuosina 2017-2018 ovat erityisesti järjestäytymättömät, kalastusta aloittelevat aikuiset sekä perheet, lapset ja nuoret. Muita kohderyhmiä ovat järjestön jäsenet, henkilökunta, sidosryhmät, suuri yleisö ja yhteiskunnalliset päättäjät.

### 5. Viestintäkanavat ja painopistealueet

Kasvokkaisviestintä: kokoukset ja keskustelut.

Tapahtumaviestintä: messut ja muut tapahtumat.

Painettu viestintä: Vapaa-ajan Kalastaja, Vapaa-ajankalastajan kalenteri, järjestön esitteet ja muut julkaisut, seura- ja piirikirjeet, tiedotteet.

Sähköinen viestintä: järjestön internet-sivut, intranet, extranet, keskustelupalsta, Facebook-sivut ja YouTube-kanava, Twitter, Instagram, tiedotejaketupalvelu, sähköposti, sähköpostijakelulistat (valtakunnallinen järjestön sisäinen lista, sisäiset listat vapaa-ajankalastajapiireittäin, toimikunnittain sekä omansa hallitukselle ja työntekijöille, lisäksi nk. pöytäkirjajakelu).

Painopistealueena 2017-2018 on järjestön kotisivujen uusiminen sekä extranetin ja sosiaalisen median käytön kehittäminen.

### 6. Toimenpiteet, aikataulut ja työjako

Viestinnän käytännön toimenpiteet, sisällöt, aikataulut ja työjako on määritelty tämän asiakirjan liitteinä olevissa vuosittain päivitettävissä seuraavissa suunnitelmissa:

- tiedotussuunnitelma (mediatiedotteet)
- seurakirjesuunnitelma

Jaana Vetikko

8.2.2017

- Vapaa-ajan Kalastajan sisältösuunnitelma
- Vapaa-ajankalastajan kalenterin sisältösuunnitelma
- markkinointisuunnitelma

Lisäksi vuosittain kartoitetaan järjestön esitetarve sekä uusien esitteiden että uusintapainatusten osalta. Vuosina 2017-2018 tuotetaan uutta esitemateriaalia lähinnä hankkeiden tiimoilta. Esitteiden taitto- ja painatusyhteyksistä vastaa järjestön tiedottaja. Esitteiden sisällön tuottamisesta sovitaan kalatalousasiantuntijoiden kesken.

Ajankohtaisia asioita päivitetään internet-sivuille ympäri vuoden. Päivityksistä vastaa läntisen alueen kalatalousasiantuntija ja järjestön tiedottaja yhdessä muiden kalatalousasiantuntijoiden, järjestöpäällikön ja toiminnanjohtajan kanssa.

Järjestön facebook-sivua ylläpidetään ja kehitetään. Päivityksistä vastaa tiedottaja. Hankkeiden facebook-sivuista vastaa kunkin hankkeen vetäjä ja Fisuun.fi fb-sivuista nuorisotoiminnasta vastaavat asiantuntijat.

Muista sosiaalisen median kanavista käytetään Twitteriä järjestön tiedottajan profiilin kautta sekä Instagramia Fisuun.fi –toiminnan kautta.

Järjestön YouTube-kanavaa ylläpidetään ja sinne tuotetaan uutta materiaalia. Toiminnasta vastaa läntisen alueen asiantuntija.

Vuosittain sovitaan neuvontatyöntekijöiden suunnittelupäivillä ja järjestön toimikuntien kokouksissa esitykset seuraavan vuoden koulutuksista, niiden aiheista ja aikatauluista sekä messuille ja muihin tapahtumiin osallistumisesta ja niillä esitettävistä ohjelmista.

Uusien hankkeiden, suurten tapahtumien ja merkkivuosien viestintään kiinnitetään erityistä huomiota. Niille laaditaan omat yksityiskohtaiset viestintäsuunnitelmansa, joiden tekemisestä vastaavat hankkeen tai tapahtuman vastaavat työntekijät.

## **7. Viestinnän vaikuttavuuden mittaaminen**

SVK:n viestinnän vaikuttavuuden mittaaminen kohdistetaan a) sisäisen viestinnän ja b) ulkoisen viestinnän viestin läpimenon mittaamiseen.

- a) piirit > jäsenseurat > yksittäinen jäsen
- b) sidosryhmät, yhteistyökumppanit, tiedotusvälineet

Käytettävät mittarit:

- Internet -sivujen kävijämäärät => laskurit
- Facebook-sivujen ”tykkääjät”
- Näkyvyys tiedotusvälineissä (lehdistöseuranta) => Tiedottaja, järjestöpäällikkö ja kalatalousasiantuntijat seuraavat oman toimi- ja vastualueensa uutisointia mediaseurantapalvelun avulla.

Lisäksi toimihenkilöt kirjaavat ylös viestinnästä saamansa palautteet ja toimittavat ne viestintätoimikunnalle. Viestintätoimikunta arvioi viestinnän vaikuttavuutta vähintään kaksi kertaa vuodessa pidettävissä kokouksissaan saadun tiedon pohjalta.