



VIHDIN KUNNAN VIESTINTÄOHJELMA 2023–2025

Helmikuu 2023



Sisältö

1. Vihdin kunta viestijänä
2. Viestintävastuut
3. Viestinnän suunnittelun tasot
4. Kuntastrategia 2022–2025
5. Visio, missio, arvot
6. Vihdin kunnan brändi
7. Kohde- ja sidosryhmät
8. Viestintä erityis- ja kriisitilanteissa
9. Kuntamarkkinointi
10. Markkinoinnin tavoitteet, toimenpiteet ja mittarit
11. Kysy lisää!



1. Vihdin kunta viestijänä

Viestintä tarjoaa ajantasaista tietoa kunnan tavoitteista, suunnitelmista, päätöksenteosta, palveluista ja toiminnasta. Viestintä kutsuu vihtiläisiä osallistumaan kunnan toimintaan ja aktivoi heitä. Yhdessä markkinoinnin kanssa viestintä edistää positiivista kuntakuvaa elinvoimaisesta Vihdistä tukien kuntastrategiassa asetettujen tavoitteiden toteutumista. Viestintä on osa kunnan johtamista ja luo työtyytyväisyyttä.

Elinvoimalautakunnan hyväksymä viestintäohjelma määrittelee kehyksen sille, miten kunnan strategia ja toiminta näkyvät viestinnässä, mitkä ovat kunnan viestinnän päätavoitteet ja kuinka niiden toteutumista arvioidaan. Viestintäohjelma yhdessä kunnan brändin kanssa luovat yhtenäisen ydinviestin ja visuaalisen toteutuksen kunnan kaikkeen viestintään ja markkinointiin.

Viestintäohjelma toimii myös kokoavana dokumenttina, josta löytyy ohjeita kunnan henkilöstölle ja luottamushenkilöille viestintään ja markkinointiin liittyvien valintojen tekemiseen sekä linkit muun muassa kuntastrategiaan, kriisiviestintäohjeeseen ja brändikäsikirjaan. – Mikäli tarvitset yksityiskohtaisempia neuvoja tai sparrailuapua, ota yhteyttä kunnan viestintä- ja markkinointitiimiin.

Kunnan viestintää ohjaavat muun muassa: perustuslaki, kuntalaki, laki viranomaisten toiminnan julkisuudesta (julkisuuslaki), hallintolaki, maankäyttö- ja rakennuslaki sekä Vihdin kunnan hallintosääntö ja toimintasääntö. Lisäksi EU:n yleinen tietosuoja-asetus, tietosuoja-asetus ja laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta sisältävät säädöksiä viestinnästä sekä sen välineisiin ja menetelmiin liittyviä velvoitteita.



2. Viestintävastuut

Vihdin kunnan viestinnästä vastaa elinvoimalautakunta, joka myös hyväksyy viestintäohjeen.

Kunnan viran- ja toimenhaltijat hoitavat kunnan viestintää: jokainen kunnan organisaatiossa työskentelevä viestii työssään koko ajan – viestintä koskettaa kaikkia. Operatiivisella tasolla päävastuu kunnan viestinnästä on kunnanjohtajalla ja elinvoimajohtajalla. Palvelukeskusten johtajat vastaavat oman toimialansa viestinnästä ja sen sisällöistä.

Elinvoimapalveluihin kuuluu viestintä- ja markkinointitiimi, jota johtaa elinvoimajohtaja. Tiimiin kuuluvat viestintäasiantuntija ja johdon assistentti. Elinvoimajohtaja vastaa yhdessä viestintä- ja markkinointitiimin kanssa viestinnän ohjeistuksesta, koordinoinnista, kehittämisestä, suunnittelusta ja toteutuksesta. Tiimi ohjaa ja tukee koko kuntaorganisaation viestintää.

Kunnassa toimii poikkihallinnollinen viestintäryhmä, johon kuuluu viestintää osana työtään tekeviä henkilöitä eri yksiköistä. Ryhmää vetää viestintäasiantuntija.

Vihdin kunnan luottamushenkilöillä on merkittävä rooli arvo- ja linjakeskusteluissa sekä avoimen viestintäilmapiirin luomisessa. Luottamushenkilöt ovat yhteiskunnallisia vaikuttajia, ja mielikuvat Vihdistä rakentuvat myös heidän toimintansa ja kannanottojensa kautta.



3. Viestinnän suunnittelun tasot



4. Kuntastrategia 2022–2025

[Vihdin kunnan strategia vuosille 2022–2025](#) ohjaa kunnan tekemiä päätöksiä ja arjen työtä.

Strategiassa korostetaan maantieteellisen sijainnin alueelle tuomia etuja: kasvava Vihti on Helsingin seudun saavutettavuuden edelläkävijä ja tarjoaa kodin ihmisille, yrityksille ja aktiiviselle elämälle.

Strategia jakautuu kahdeksaan painopisteeseen, joita ovat

- hyvinvoivat vihtiläiset
- vastuullinen taloudenpito
- Helsingin seudun kasvukunta
- koti yrityselämälle
- hyvinvoiva henkilöstö
- digitalisaatio
- ilmasto- ja ympäristötyö
- liikkuminen.

Kullekin painopisteelle on määritely valtuustokauden tavoitteet, joiden avulla strategian toteutumista on mahdollista seurata ja arvioida.

Viestinnän ja markkinoinnin tehtävä on tukea kuntastrategiassa asetettujen painopisteiden ja tavoitteiden toteutumista.

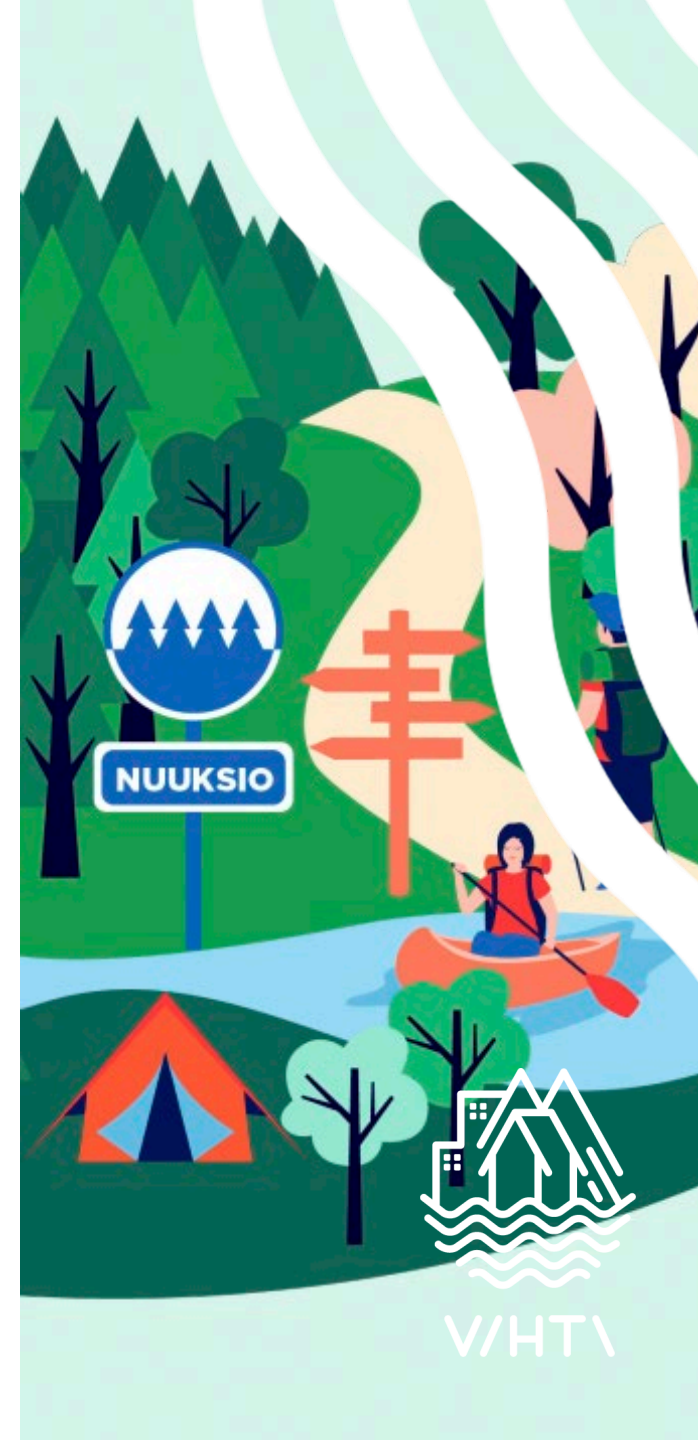


5. Visio, missio, arvot

- Visio: Vihti on koti ihmisille, yrityksille ja aktiiviselle elämälle.
- Missio: Kasvava Vihti on Helsingin seudun saavutettavuuden edelläkävijä.
- Arvot: palveluhenkisyys, vastuullisuus, yhteisöllisyys, rohkeus.
- Kuntastrategian avainsanoja: saavutettavuus, yritystoiminta, Turun tunnin juna, aktiivinen elämä, yhteisöllisyys, luonto, rohkeus, uudet kohtaamiset, lähiliikenteen kehittäminen, Helsingin seutu

”Nuuksion ja kattavien palvelujen ääreltä 20 minuuttia Espooseen ja 40 minuuttia Helsinkiin.”

[Kuntastrategia 2022–2025 laaja aineisto](#)



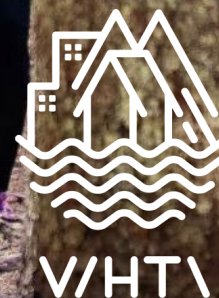
6. Vihdin kunnan brändi

Vihdin kunnan brändi muodostaa viestinnän ja markkinoinnin kaikkien toimenpiteiden punaisen langan. Kuntastrategian uudistuessa valtuustokausittain tarkastellaan kuntabrändin päivitystarve ja esimerkiksi bränditarinan jatkuminen loogisena.

Vihdin brändilupaus on ollut ”Asu siellä missä elät”. Monimerkityksisen ajatuksen taustalla ovat kunnan lukuisat harrastusmahdollisuudet, vastuullinen yhteisöllisyys ja luonnonläheisyys, jotka tukevat kuntalaisten fyysistä ja psyykkistä hyvinvointia.

Kuntabrändiin tehdään parhaillaan uudistustyötä, joka terävöittää kunnan viestinnän kärjet voimassa olevan kuntastrategian mukaisiksi. Brändi ohjaa viestinnässä ja markkinoinnissa tehtäviä arjen valintoja: mistä aiheista viestimme, miten ja missä kanavissa, mikä on äänensävyämme, mitkä ovat käytettävät visuaaliset elementit.

Uusi kuntabrändi valmistuu helmi-maaliskuussa 2023, jonka jälkeen viestintäohjelma päivitetään. Linkki uuteen brändikäsikirjaan (*lisätään sen valmistuttua*)



7. Kohde- ja sidosryhmät

Keskeisimmät kohderyhmät, joille viestintä suunnataan, ja sidosryhmät, jotka huomioidaan viestintää suunniteltaessa ja toteutettaessa:

- henkilöstö ja luottamushenkilöt
- nykyiset asukkaat
- yritykset ja elinkeinoelämä
- potentiaaliset asukkaat ja pois muuttaneet
- vierailijat ja matkailijat
- media
- paikalliset järjestöt, seurat ja yhdistykset ja asukasyhdistykset
- keskeiset yhteistyökumppanit: oppilaitokset, muut kunnat, hyvinvointialue, kansainväliset sidosryhmät mm. ystävyyskaupungit



8. Viestintä erityis- ja kriisitilanteissa

Vihdin kunnan kriisiviestintäohjeessa käsitellään kriisiviestintää häiriötilanteissa. Häiriötilanne on uhka tai tapaturma, joka vaarantaa kunnan turvallisuutta, toimintakykyä tai kuntalaisten elinmahdollisuuksia.

Kriisin aiheuttavia häiriötilanteita voivat olla:

1. Onnettomuudet ja luonnonmullistukset
2. Rikokset ja vihamieliset teot
3. Negatiiviset tapahtumat organisaation toimintaympäristössä
4. Virheet tai kriittiset häiriöt kunnan palveluissa
5. Kriittiset tapahtumat kunnan sisällä, jotka johtavat luottamuspuola- ja/tai mainekriisiin

Kriisiviestintätilanteessa pääjohtovastuu on aina kunnanjohtajalla.

Poikkeusolojen toiminta- ja viestintätavat ovat samoja kuin vakavissa häiriötilanteissa sillä erotuksella, että poikkeusoloissa valtiovalta johtaa ja ohjeistaa toimintaa lainsäädännöllä ja sen pohjalta annetulla ohjeistuksella.

Linkki kriisiviestintäohjeeseen *(tulossa päivitetty versio)*



9. Kuntamarkkinointi

Kunnan markkinointiviestinnän kärkiä kuluvalle valtuustokaudella ovat:

1. asumisen markkinointi potentiaalisille uusille asukkaille ja rakennusalan toimijoille
2. elinkeinotoiminnan mahdollisuuksien markkinointi yrityksille *)
3. matkailumarkkinointi erityisesti lähimatkailun näkökulmasta **)
4. työnantajamielikuvan vahvistaminen henkilökunnalle ja potentiaalisille työnhakijoille ***)

*) Elinkeinoiminnan markkinoinnin toteutusta ohjaa [Elinkeinostrategia 2021-2025](#)

***) Matkailumarkkinoinnilla (Visit Vihti) on asumista tukeva rooli: esiin nostettavat aiheet tukevat myös markkinointia asukkaille. Matkailija on potentiaalinen asukas ja asukas on potentiaalinen matkailija.

***) Kunnat käyvät kilpailua osaavista työntekijöistä. Viestinnällä ja markkinoinnilla vahvistamme kunnan työnantajamielikuvaa sekä edistämme työntekijöiden sitoutumista ja työhyvinvointia. Tuemme näin hyvinvoiva henkilöstö -painopistealueen toteutumista kuntastrategiassa.



10. Markkinoinnin tavoitteet, toimenpiteet ja mittarit vuosille 2023–2025

TAVOITTEET	TOIMENPITEET	MITTARIT
ASUMINEN		
<ul style="list-style-type: none"> Vihdin tunnettuuden kasvattaminen ja mielikuvan vahvistaminen kiinnostavana asuinpaikkakuntana Asukasmäärä: 30 000 asukasta vuonna 2030 Nykyisten asukkaiden sitoutuminen kotikuntaan 	<ul style="list-style-type: none"> Kuntabrändin ajanmukaistaminen uutta kuntastrategiaa tukevaksi Asuminen brändimarkkinoinnin kärjeksi Asumiseen liittyviä julkaisuja vähintään kerran kuukaudessa Aktiivinen kampanjointi yhdenmukaisella teemalla Tapahtumamarkkinointi yhdessä kulttuuripalvelujen kanssa Viestintä- ja markkinointimateriaalien uusiminen 	<ul style="list-style-type: none"> Tunnettuuden ja mielikuvan mittaus Asukasmäärän kehitys Luovutetut asuintontit Sosiaalisen median tavoitavuus Kotisivujen kävijämäärä Medianäkyvyyden määrä
ELINKEINO JA YRITYKSET		
<ul style="list-style-type: none"> Profiloituminen varteenotettavana sijoittumispaikkana 	<ul style="list-style-type: none"> VihtiBusiness-brändi ja verkkosivuston luominen (tehty) Yritysmarkkinointi pito- ja vetovoiman näkökulmasta Yritysalueiden markkinointi Elinkeinopalvelujen markkinointiviestinnän kehittäminen Yrittäjäillat Yrittäjien uutiskirjeet 	<ul style="list-style-type: none"> Taloustutkimuksen mielipidetutkimus Yrittäjien kuntabarometri Luovutetut elinkeinotontit Aloittavien yrittäjien neuvonnan määrä Yrittäjien uutiskirjeiden lukijamäärä
MATKAILU		
<ul style="list-style-type: none"> Profiloituminen mielenkiintoisena kohteena erityisesti lähimatkaillijoille Vihtiläisen luontomatkailun kiinnostuksen kasvattaminen 	<ul style="list-style-type: none"> Visit Vihti -brändin ja verkkosivuston uudistaminen (tehty) Markkinointiviestinnän kehittäminen erityisesti lähimatkaillua tukevaksi (palvelee myös asukkaita) Kampanjoiden ja kärkitapahtumien markkinointi ja toteutus Matkailuyritysten toiminnan kehittäminen hankkeiden kautta 	<ul style="list-style-type: none"> Kotisivujen kävijämäärä Sosiaalisen median tavoitavuus Kärkitapahtumien kävijämäärä Matkailuyritysten määrä
HENKILÖSTÖ		
<ul style="list-style-type: none"> Työnantajamielikuva Henkilöstön viestintäosaaminen 	<ul style="list-style-type: none"> Rekrytointiviestinnän kehittäminen Henkilöstön pito- ja vetovoimaohjelman toimenpiteiden onnistunut viestiminen Henkilöstön viestintäosaamisen kehittäminen 	<ul style="list-style-type: none"> Työnhakijoiden määrä Brändin näkyminen viestinnässä

11. Kysy lisää!



Erkki Eerola, kunnanjohtaja
Puh. 044 467 5231
erkki.eerola (at) vihti.fi

Helena Kontio, johdon assistentti
Puh. 040 158 0845
helena.kontio (at) vihti.fi



Petra Ståhl, elinvoimajohtaja
Puh. 050 576 6256
petra.stahl (at) vihti.fi

Anne Virtanen, viestintäasiantuntija
Puh. 044 042 1612
anne.virtanen (at) vihti.fi

