

# Oma yhdistys houkuttelevaksi

31.8.2018

# TJS Opintokeskus

- Akavan ja STTK:n yhteinen koulutus- ja kehittämisorganisaatio
- Tuemme ammattiliittoja järjestötoiminnassa, työsuojelussa ja edunvalvonnassa
- Jaamme TJS-tukea
- Koulutamme ja ohjaamme kehittämisprosesseja



# Ohjelma

- 10.00 Avaus, esittäytyminen ja orientoituminen
- 10.30 Yhdistys houkuttelevaksi – toiminta ja viestintä käsi kädessä, viestinnän suunnittelu
- 12.00 Lounas (1h vai vähemmän?)
- 13.00 Edellinen aihe jatkuu ja työpaja:
  - 1) Monistettavan esitteen taittaminen
- 14.00 Kahvi
- 14.15 2) Sähköpostikampanjan suunnittelemine
  - 3) Kuinka tehdään somessa levitettävä mainos
- 15.30 Yhteenveto, tulosten tarkastelu
- 16.00 Koulutuksen päätös

# Odotukset ja esittäytyminen

- Kerro nimesi ja mistä yhdistyksestä tulet.
- Mitä odotat koulutukselta/miksi tulit?



# Orientoituminen

- Yhdistyksen houkuttelevuus – millaista viestinnän pitäisi olla?



# Yhdistyksen tekeminen houkuttelevaksi

Koulutuksessa 24.8. työstettyä:

Millaiselta toimintamme näyttää tulevaisuudessa?

# Tulevaisuus eli tavoitteet

- Tavoite on kirkas: Mihin haluamme, millainen haluamme olla
  - aseman vahvistaminen
  - rahoituksen turvaaminen
- Palautteen saaminen ja siihen reagoiminen: toiminnan kehittäminen
- On verkostoiduttu yhdistyksessä sisäisesti, ulkopuolisten toimijoiden ja koko yhteiskunnan kanssa
  - tiedonkulku kaikkiin suuntiin toimii
  - yhteistyö on hioutunut ja se tuottaa tuloksia
- Yhdistys tunnetaan
- Yhteiskunnallisen tietoisuuden lisääntyminen
- Kestävä kehitys

# Tulevaisuus eli tavoitteet

- Jäsenistö on lisääntynyt: työttömien yhdistysten jäsenkenttä on moninaistunut, on myös kannatusjäseniä
- Yhdistykset pystyvät tarjoamaan oikeita palkallisia työtehtäviä
- Jokaiselle löytyy yhdistyksen yhteisöistä sopiva ja mielekäs tehtävä ja työ on jaettu tasapuolisesti
- Yhdistyksillä osaamista tarjota aitoja jatkumahdollisuuksia
  - avoimille työmarkkinoille
  - koulutukseen
- Jatkuva, korkeatasoinen koulutus
- Tarjolla yksilöllistä tukea



# Toiminnan ja toimintatapojen kehittäminen eli keinot joilla kehittämistä voi tehdä

Koulutuksessa 24.8. työstettyä

# Keinot toimintasuunnitelmaksi

- Hallitus kiertoon
- Uudistetaan aktiiveja (siis halutaan uusia mukaan?): kysytään nuorilta, mitä he haluaisivat uudistaa
- Tehtäviä jaetaan, selkeät tehtävänkuvat, ja muodostetaan työryhmiä (jaksaminen, toiminnan joustavuus vs. toiminta yksin)
- Lisätään yhteistyötä muiden yhdistysten kanssa, mm.
  - maahanmuuttajat
  - eläkeläisyhdistykset: siirretäänkö iäkkäämmät jäsenet niihin?
- Yhteistyö sosiaali- ja terveysalan vaikuttajien kanssa

# Keinot toimintasuunnitelmaksi

- Työttömien yhdistysten ja vastaavien kelpuuttaminen ja valtuuttaminen TE-keskusten yhteistyötahoiksi
- Välityömarkkinoiden vahvistaminen
- Vaaleihin valmistautuminen

# Keinot toimintasuunnitelmaksi

- Pyritään löytämään aktivoijat, agitaattorit, innostajat, hengennostattajat!
- Tiedottaminen toiminnasta & somen hyödyntäminen
- Jalkaudutaan, avataan ovet
- Henkilökohtainen kontakti, vastaanotto...
- Brändäys – näytetään paremmalta myös ulospäin
- Verkostoitumisen lisääminen

# Keinot toimintasuunnitelmaksi

- Yhdistys tarjoaa paikan kohtaamiselle, mahdollisuuksia aktivoitumiseen sekä arjenhallinnan ja ajanhallinnan välineitä
- Poistetaan osallistumisen esteitä: kimppakyydit, lastenhoito, kokouspaikkojen vaihtelu
- Karistetaan pois epäonnistumisen pelko → yritetään (uhka)rohkeasti
- Yhteisten intressien ja tavoitteiden tähdentäminen/selkeys yhdistyksen sisällä toimijoiden kesken
- Asetetaan välitavoitteita, seurataan edistymistä

# Mitkä otetaan käsittelyyn?

- Edellä luetelluista kukin valitsee 5 tärkeintä keinoa, jolloin saadaan äänestettyä tärkeimmät keinot jatkotyöstämistä varten.
- Jakaudutaan 3 ryhmään (4 hlöä/ryhmä).
- Jokaiselle ryhmälle 2 keinoa työstettäväksi.



# Keinojen toteutus – miten?

- Miten keinot toteutetaan konkreettisesti?
- Mitä pitää ottaa huomioon?
- Millaista viestintää tarvitaan: kuka hoitaa, kenelle viestitään, missä ja mitä.



# Viestinnän rooli yhdistyksessä ja suunnittelu



# Viestinnän rooli

- Viestinnällä on merkitystä vain silloin, jos toiminnassa on oikeasti sisältöä eli jotain, mistä viestiä.
- Viestintä tukee tavoitteiden saavuttamista: viestinnän tulee olla suunnitelmallista eli toimintasuunnitelmaan sidottua.
- Toiminnan läpinäkyvyys helpottaa tiedottamista:
  - viestintävastuu jokaisella (asioista kertominen)
  - läpinäkyvyys tulee suunnitelman kautta

# Tiedonhankinta viestinnän tukena

## Viestinnän suunnittelun ja arvioinnin perustaksi:

- Mitä on meneillään
- Mistä ja mitä puhutaan
- Mitä tietoa jäsenet ja muut kohde-/sidosryhmät tarvitsevat

# Tiedonhankinnan keinoja

- palautteen kerääminen (sen mahdollistaminen ja eri tavat kerätä)
- keskustelut omissa tilaisuuksissa
- Kyselyt (esim. ilmaisen Google Formsin avulla tai Facebookissa), tutkimukset
- puskaradion seuraaminen
- sosiaalisessa mediassa asiasanojen ja aihetunnisteiden avulla tiedon hankinta
- oman viestinnän ja sen onnistumisen seuraaminen
- yleisen tiedonvälityksen ja keskustelujen seuraaminen

# Viestinnän suunnittelu

- tavoitteen asettaminen: mitä halutaan saada aikaan
- kenelle viestitään: kohderyhmä(t)
- mitä sanotaan: pääviesti, se mitä halutaan painottaa
- mitä ja miten tehdään:
  - toimenpiteiden ja viestintäkanavien ideointi (vaikuttava viestintä käyttää montaa viestintäkanavaa)
  - aikataulutus (etukäteis-, tapahtuma-, jälkitiedotus)
  - palautekanavat, vuorovaikutteisuuden mahdollistaminen
- resurssit (mm. henkilövoimavarat, budjetti)
- kuka tekee > vastuiden jako
- seuranta ja arviointi > miten viestinnässä onnistuttiin ja miksi

# Viestintäkanavat

# Viestintäkanavan valinta

## Valintaan vaikuttavat

- Viestinnän tavoitteet
- Kohderyhmä, kohderyhmän tavoitettavuus
- Aihe: yksityinen, hankala, tunteita herättävä,...
- Viestimen monipuolisuus: teksti, kuva, ääni, ilmeet, eleet
- Resurssit: helppous, maksullisuus, tekijät
- Vuorovaikutus
- Nopeus
- Huomioarvo
- Viestien säilyminen

# Viestinnän kanavia

- Tiedotteet, mainokset, esitteet, kokouskutsut
- ilmoitustaulut, sähköposti, verkkosivut, sosiaalinen media
- Paikallislehdet (yhdistyspalsta, lyhyet jutut toimitukselle): mm. tapahtumat, kokouskutsut
- Jäsenkirje/kuukausitiedote/uutiskirje: postijakelu tai sähköposti, myös nettiin. Ilmainen uutiskirjeohjelma Mailchimp.
- Facebook-ryhmä tai -sivu
- Twitter (erityisesti vaikuttamiseen), Instagram (nuorten herättelyyn), WhatsApp (nopeaan ryhmäviestintään, ryhmän jäsenten viestit menevät kaikille ryhmän jäsenille), muut some-kanavat

# Viestinnän kanavia

- Jäsentilaisuudet/tapahtumat
- Puskaradio ja suullisesti muutenkin
- Ajankohtaisinfot/ tiedotustilaisuudet
- Hallituksen sisäisesti: tapaamiset/kokoukset, sähköposti, puhelin ja tekstarit, messenger, WhatsApp, oma Facebook-ryhmä



# Verkkosivujen hyödyistä

- Verkkoviestinnän peruspilareita ovat omat verkkosivut sekä sähköposti.
- Tieto on aina saatavilla
- Tieto on haettavissa
- Nopeaa tiedontarjontaa = ajankohtaista tietoa
- Kun verkkosivut ovat ajan tasalla, ne ovat kiinnostava ja luotettava tietolähde. Sinne kannattaa mennä uudelleen.
- Parhaimmillaan vuorovaikutteista: palaute, ideat, erilaiset kyselyt
- Voi linkittää eri tietolähteisiin, myös videoita
- Kustannustehokasta

# Suunnitelmallisuus sosiaalisessa mediassa

**On syytä tehdä oma suunnitelma siitä, miten sosiaalista mediaa käytetään, esim. Facebook:**

- Mitä haluamme saavuttaa Facebook-viestinnällä?
- Kenelle viestimme?
- Millaisia viestejä lähetämme ja mistä aiheista (muista paikallinen näkökulma)? Miten emme viesti ja mistä aiheista?
- Kuinka usein FB-sivua päivitetään?
- Kenen suulla ao puhuu Facebookissa?
- Miten jäsenet mukaan viestimään?
- Kuka vastaa päivittämisestä/seurannasta/sisällönsuunnittelusta?

# Viestinnän erottuvuus ja houkuttelevuus

# Miten saada viestit huomatuksi?

- Vaikuttava viestintä on monikanavaista! (eri viestintävälineet)
- Otsikointi:
  - kertoo olennaisen, kysyy, kärjistää
  - sisältää verbin! → aktiivinen, kiinnostava
- Olennaisen erottaminen, asian tiivistäminen (tekstikin lyhentyy)
- Selkeä jäsentely, väliotsikot
- Asioiden ”auki” kirjoittaminen, havainnollistaminen esimerkein

# Miten saada viestit huomatuksi?

- Elämysten antaminen ja tunteiden herättäminen antaa lisäarvoa
- Tekstin ja kuvan (tai muun esitystavan) vuoropuhelu
- Materiaalin ulkonäkö
- Viestien henkilökohtaistaminen
- Uutuus ja yllätyksellisyys

# Hyvän tekstin ominaisuuksia

- Käytettävyys
  - sisältö kohdillaan (vastaanottaja saa tarvitsemaansa tietoa)
- Silmäiltävyys
  - otsikko, väliotsikot, kappalejako, luettelointi
  - tehokeinoja harkitusti
  - graafit, kuvat
- Luettavuus
  - looginen, ymmärrettävä ja sujuva kieli
  - oikeinkirjoitus ja sopiva termistö

# Tekstin tavoite

## Miksi teet tekstin?

- Miksi kirjoituksesi on lukijoille tärkeä?
- Mitä lukijan täytyy ainakin tietää?

→ Kun mietit tavoitteen, niin tekstin tekeminen on helpompaa.

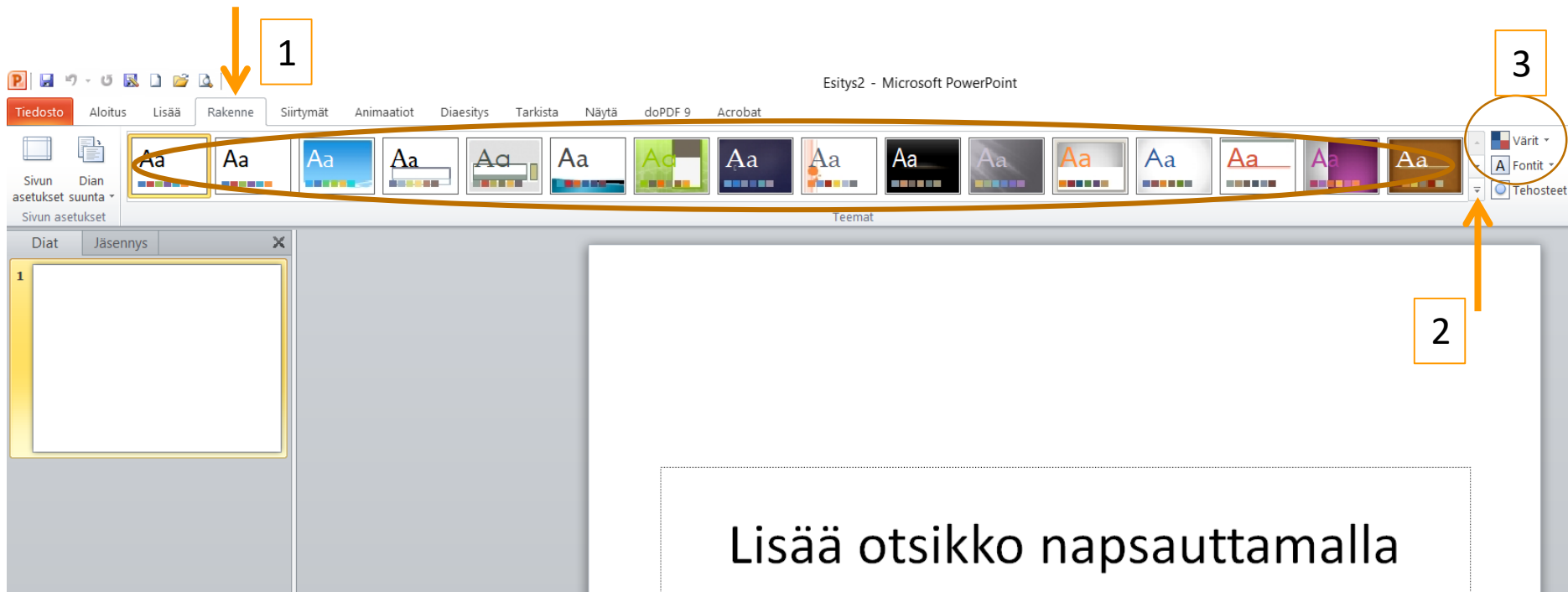
# Markkinoinnin/ilmoittelun käytännön vinkkejä



# Mainos/esite

- Käytä määritettyjä viestinnän elementtejä (graafiset ohjeet): logo, fontit, värit
- Tai luo itse materiaaleihin elementtejä, joista yhdistys on helppo tunnistaa ja käytä niitä jatkuvasti.
- Silmäiltävyys
  - otsikko, väliotsikot, kappalejako, luettelointi
  - tehokeinoja harkitusti (värit, alleviivaus, isot kirjaimet,...)
  - kuvat tukemaan erityisesti otsikointia
  - väljyys/ilmavuus auttaa usein

# PowerPointin valmiit teemat ilmoitusten/esitteiden pohjana



Valitse valikosta "rakenne" (ks. kohta 1) sopiva teema eli väripohja. Huomaa, että otsikkodiassa väritys/elementit aina vahvempia kuin muissa dioissa. Kaksoisnuolta klikkaamalla saat kaikki teemat auki (2).

Jos haluat vaihtaa tietyn teeman värejä tai fonttia, valitse ensin teema ja sitten klikkaa auki värit tai fontit (3).

# Teemaan kuuluvat pohjavaihtoehdot

Uusi tekstikehys

Tekstikehysiä pystyt liikuttamaan klikkaamalla kehystä = aktivoimalla sen ja sitten raahaamalla paikasta toiseen.

Lisää otsikko napsauttamalla

Lisää alaotsikko napsauttamalla

Palaa aloitus-valikkoon ja klikkaa uusi dia, niin saat erilaisia teemaan kuuluvia vaihtoehtoja auki.

# Jotain tämänkaltaista...

## Mistä löydän piilotyöpaikat?

27.10.2018 UUTTA ry:n kokoustila

Koulutuksessa opit mistä  
piilotyöpaikkoja voi etsiä ja ...

Kouluttaja on Merja Ansiokas.

Koulutuksen alussa kahvitarjoilu.

Ilmoittaudu 20.10. mennessä  
[osoitteeseen toimisto@uutta.fi](mailto:toimisto@uutta.fi)

# PowerPoint ilmoituksesta kuva nettiin julkaistavaksi

The screenshot shows the Microsoft PowerPoint interface. The 'Tiedosto' (File) menu is highlighted with a red circle. The 'Tallenna ja lähetä' (Save and Send) option is also highlighted with a red circle. The 'Muuta tiedostotyyppi' (Change File Type) dialog box is open, showing various file formats. The 'JPEG-tiedosto' (JPEG file) option is highlighted with a yellow box. The 'Tallenna nimellä' (Save As) option is also highlighted with a red circle.

Esitys2 - Microsoft PowerPoint

Tiedosto Aloitus Lisää Rakenne Siirtymät Animaatiot Diaesitys Tarkista Näytä doPDF 9 Acrobat

Tallenna ja lähetä

- Lähetä sähköpostitse
- Lähetä Adobe PDF jaettuun kommentointiin
- Tallenna Internetiin
- Tallenna kohteeseen SharePoint
- Lähetä diaesitys
- Julkaise diat

Muuta tiedostotyyppi

Esitystiedostotyypit

- Esitys  
Käyttää PowerPointin esitysmuotoa
- PowerPoint 97 - 2003 -esitys  
Käyttää PowerPoint 97 - 2003 -esitysmuotoa
- OpenDocument-esitys  
Käyttää OpenDocument -esitysmuotoa
- Malli  
Aloituskohda uusille esityksille
- PowerPoint-diaesitys  
Avautuu automaattisesti diaesityksenä
- PowerPoint-kuvaesitys  
Esitys, jossa jokainen dia on kuva

Kuvatiedostotyypit

- PNG (Portable Network Graphics) -muoto  
Tulostuslaatuiset kuvatiedostot kustakin diasta
- JPEG-tiedosto  
WWW-laatuiset kuvatiedostot kustakin diasta

Muut tiedostotyypit

- Tallenna muuna tiedostotyyppinä

Tiedostotyypit

- Muuta tiedostotyyppi
- Luo Adobe PDF
- Luo PDF- tai XPS-tiedosto
- Luo video
- CD-pakettiesittely
- Luo tiivistelmät

Tallenna ja lähetä

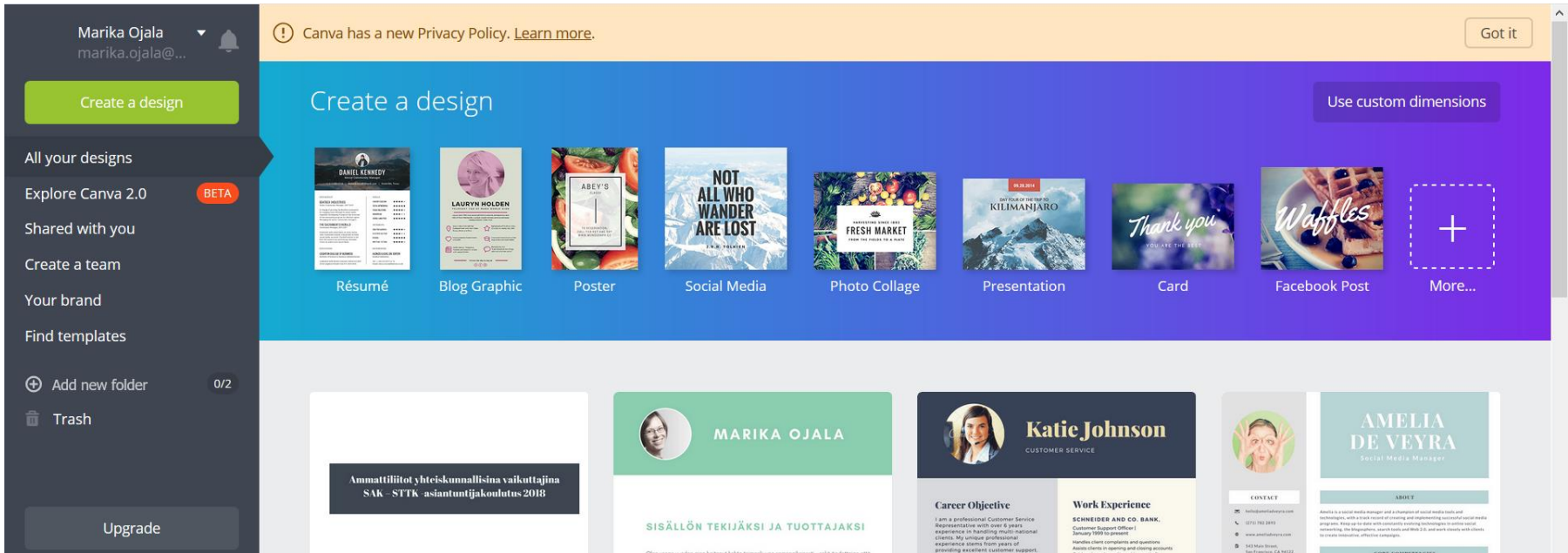
Ohje

- Asetukset
- Lopeta

Tallenna nimellä

Valitse Tiedosto-valikosta "Tallenna ja lähetä"  
→ muuta tiedostotyyppi  
→ jpeg-tiedosto  
→ tallenna nimellä  
Tallenna koneellesi ja lataa esim. Facebookiin

# Lisää mallipohjia – canva.com



Kätevä ja paljon eri tarkoituksiin mallipohjia tarjoava ilmainen, selainpohjainen ohjelma on Canva. Sitä ei siis tarvitse asentaa omalle koneelle, mutta ensimmäisellä kerralla tulee rekisteröityä.

# Mistä ilmaisia, vapaasti käytettäviä kuvia?

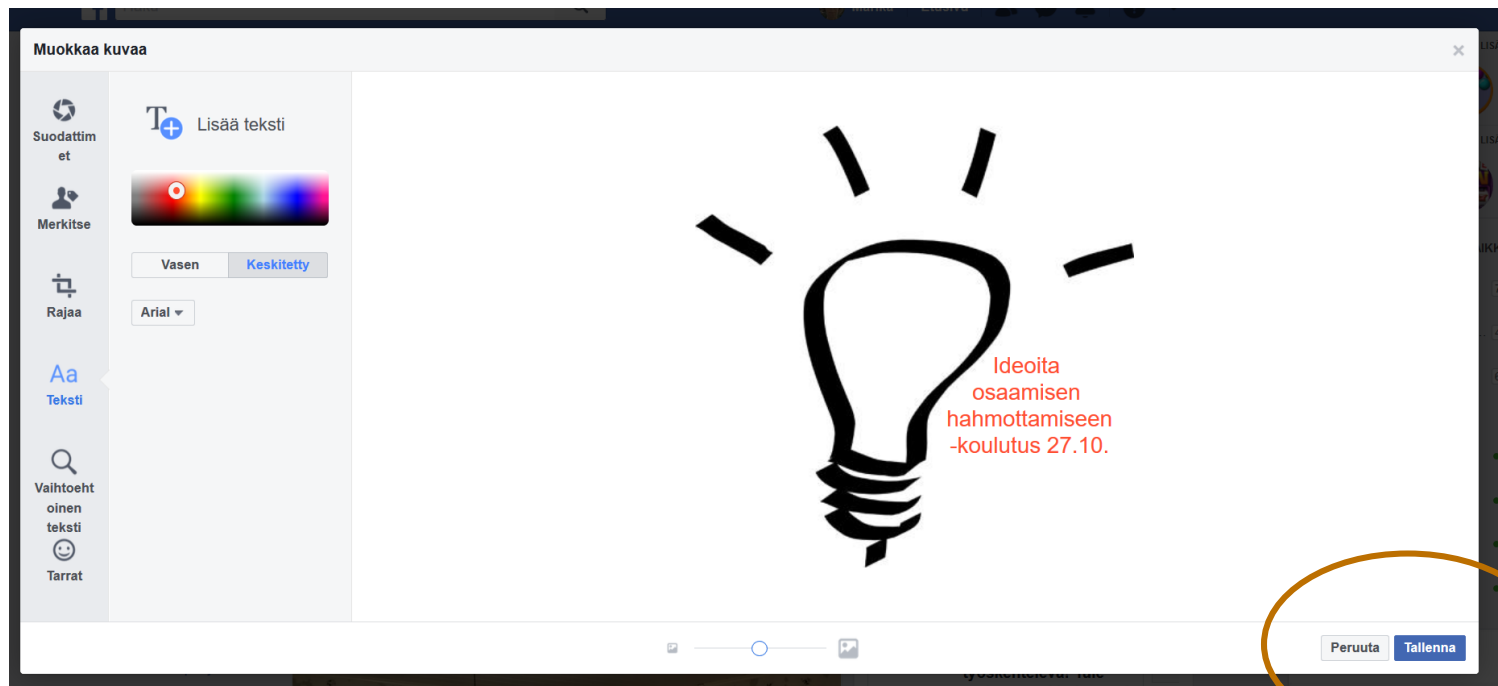
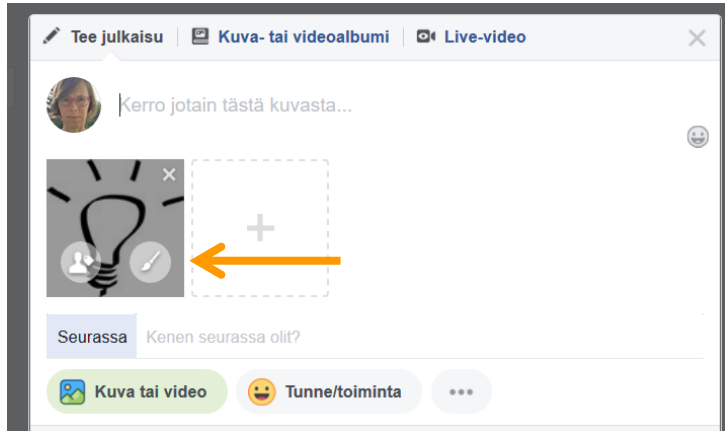
- pixabay.com – kuvien haku suomeksi
- [Unsplash.com](https://unsplash.com)
- [Pexels.com](https://pexels.com)

# Mainoksen tekeminen Facebookissa

## Helppo tapa

- Valitse aiheeseen sopiva kuva joko kuvapankista tai omista kuvistasi.
- Aloita päivitys yhdistyksen Facebook-sivulla tai -ryhmässä ja lataa päivitykseen kuva.
- Vie hiiri kuvan päälle ja valitse muokkaa → saat esim. tekstityökalun esiin, jolloin voit kirjoittaa kuvan päälle. Voit valita fontin ja värin. (ks. seur. dia).
- Kirjoita kuvaan vain jokin yksittäinen tärkeä asia. Loput tekstit päivityksen tekstikenttään.





# Sähköpostikampanjointi

- Sähköpostikampanjointi on kampanjointia siinä missä muussakin tahansa välineessä.
- Usein liittyy johonkin tavoiteltavaan toimintaan (esim. hanki uusi jäsen, käy allekirjoittamassa vetoamus) tai tietoisuuden lisäämiseen/ mielipiteen muokkaamiseen.
- Vaatii viestinnän perussuunnittelua: 1) kenelle, 2) mikä on tavoite, 3) millä pääsanomalla tavoitteeseen pääsemme, 4) millainen visuaalinen ilme ja teksti = mielikuvan luominen, 5) aikataulut: yksi vai useampi viesti?, 6) pystymmekö seuraamaan kampanjan onnistumista

# Tsemppiä viestintään!

Marika Ojala

Tiedottaja, kouluttaja

TJS Opintokeskus