Oma yhdistys houkuttelevaksi

31.8.2018

Opintokeskus

TJS Opintokeskus

- Akavan ja STTK:n yhteinen koulutus- ja kehittämis-organisaatio
- Tuemme ammattiliittoja järjestötoiminnassa, työ-suojelussa ja edunvalvonnassa
- Jaamme TJS-tukea
- Koulutamme ja ohjaamme kehittämisprosesseja

tjs Opintokeskus

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 suunnitteleminen

3) Kuinka tehdään somessa levitettävä mainos

15.30 Yhteenveto, tulosten tarkastelu

16.00 Koulutuksen päätös

Opintokeskus

Odotukset ja esittäytyminen

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

Opintokeskus

Orientoituminen

- Yhdistyksen houkuttelevuus – millaista viestinnän pitäisi olla?

Opintokeskus

Yhdistyksen tekeminen houkuttelevaksi

Koulutuksessa 24.8. työstettyä:

Millaiselta toimintamme näyttää tulevaisuudessa?

Opintokeskus

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

Opintokeskus

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 jatkomahdollisuuksia
  - avoimille työmarkkinoille
  - koulutuksiin
- Jatkuva, korkeatasoinen koulutus
- Tarjolla yksilöllistä tukea

Opintokeskus

Toiminnan ja toimintatapojen kehittäminen eli keinot joilla kehittämistä voi tehdä

Koulutuksessa 24.8. työstettyä

Opintokeskus

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

Opintokeskus

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

Opintokeskus

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.

Opintokeskus

Keinojen toteutus – miten?

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

Opintokeskus

Viestinnän rooli yhdistyksessä ja suunnittelu

Opintokeskus

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

Opintokeskus

Tiedonhankinta viestinnän tukena

Viestinnän suunnittelun ja arvioinnin perustaksi:

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

Opintokeskus

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

Opintokeskus

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

Opintokeskus

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

Opintokeskus

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

Opintokeskus

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?

Opintokeskus

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

Opintokeskus

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.

Opintokeskus

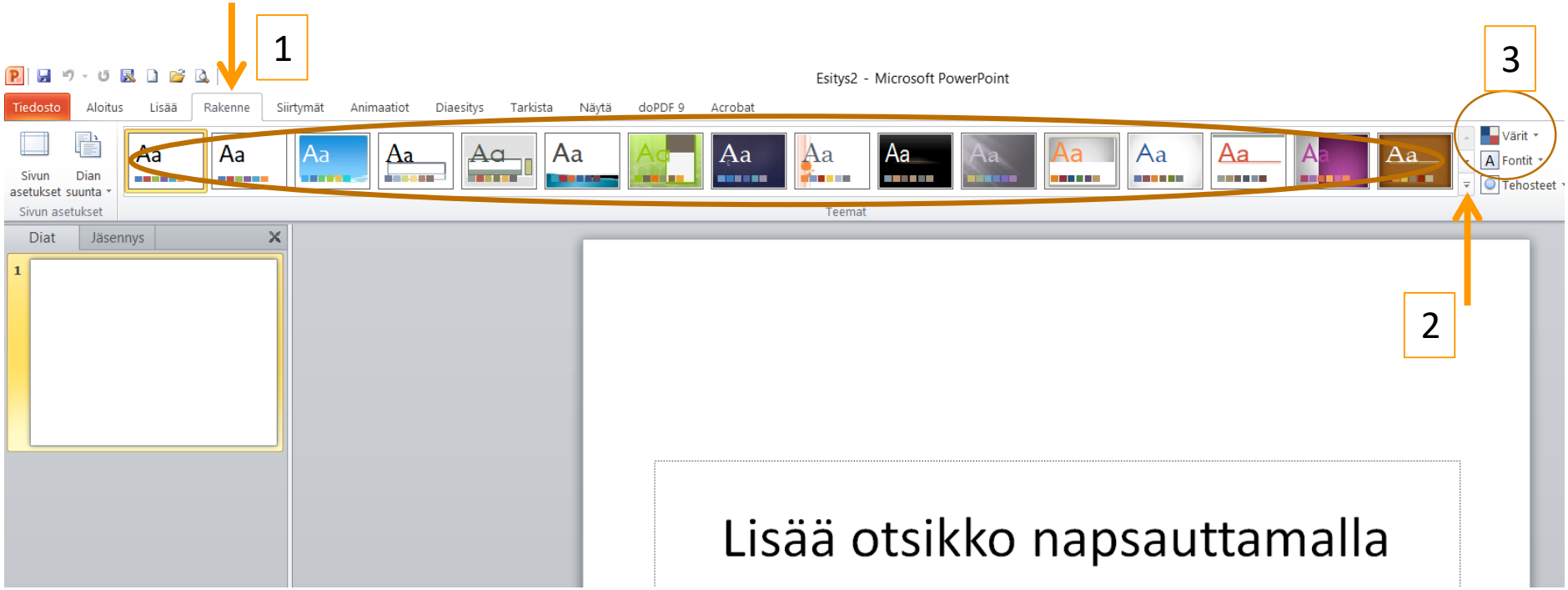
Markkinoinnin/ilmoittelun käytännön vinkkejä

Opintokeskus

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

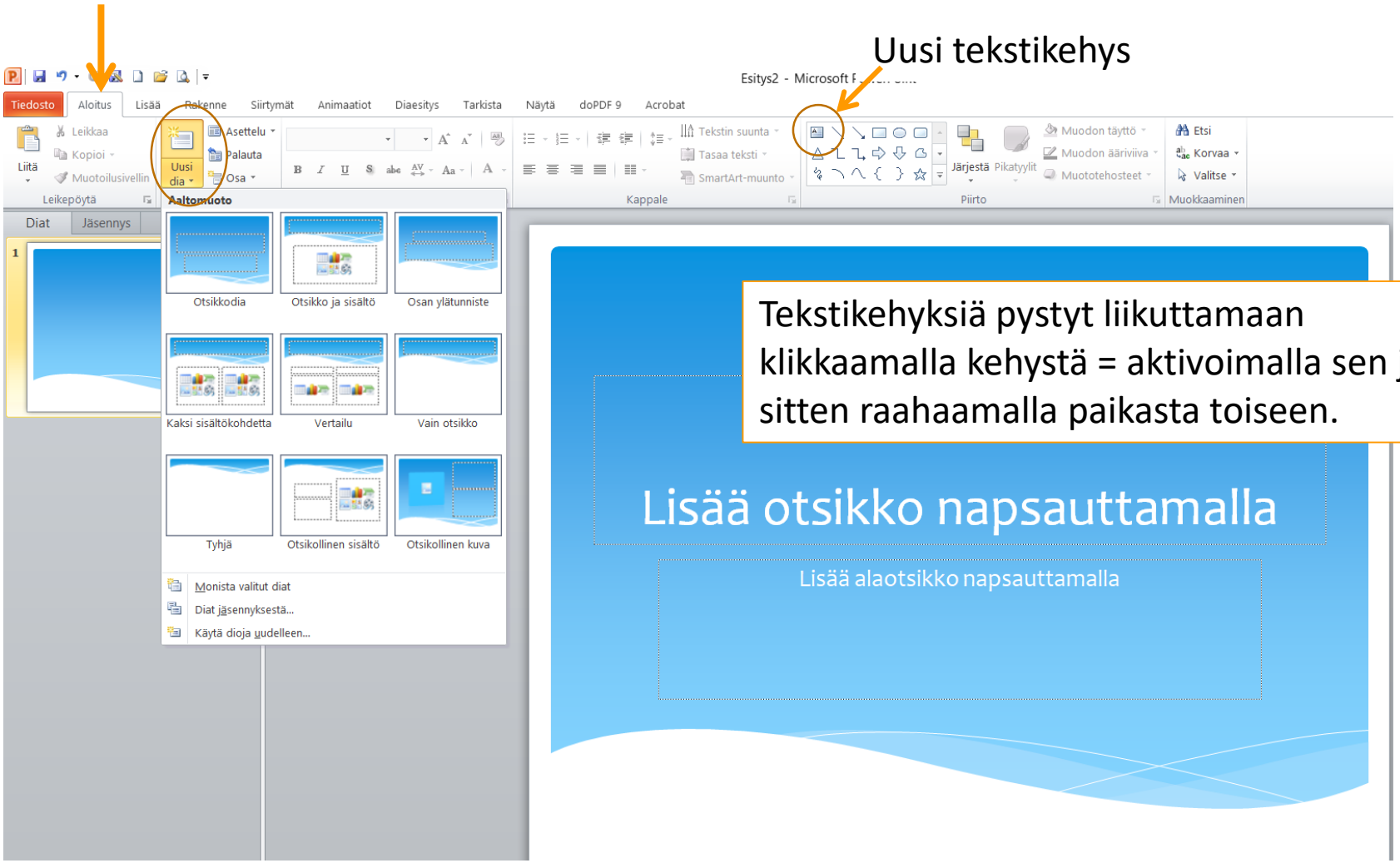
PowerPointin valmiit teemat ilmoitusten/esitteiden pohjana



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).

tjs Opintokeskus

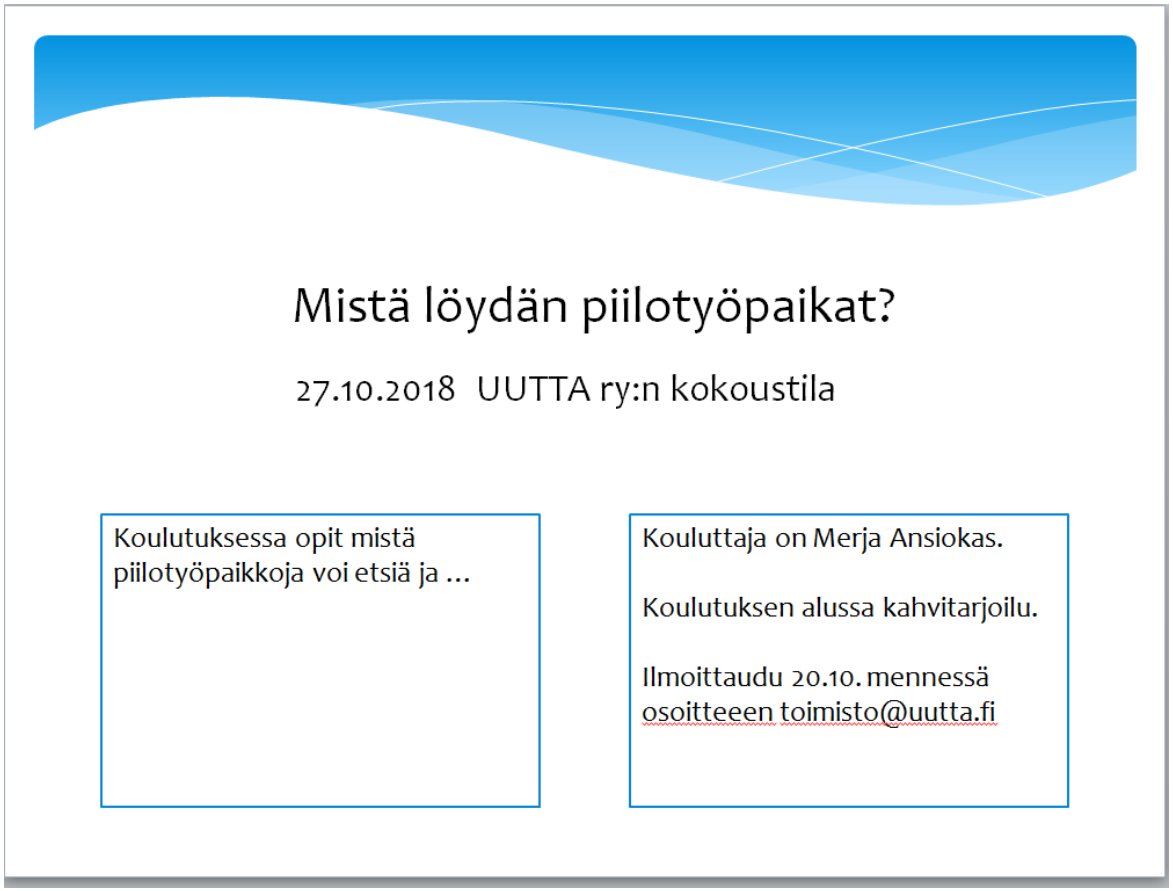
Teemaan kuuluvat pohjavaihtoehdot



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

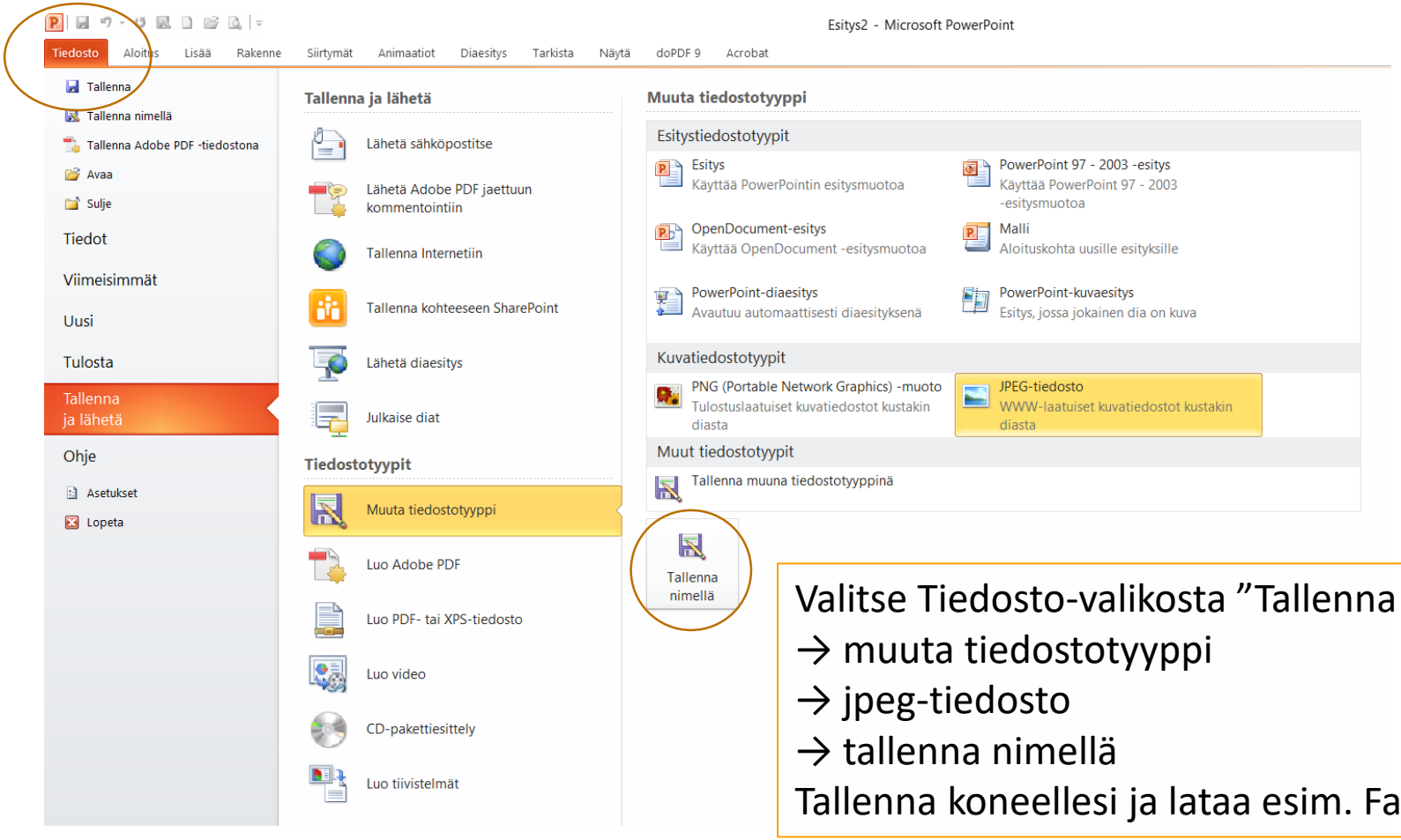
Opintokeskus

Jotain tämänkaltaista…



Opintokeskus

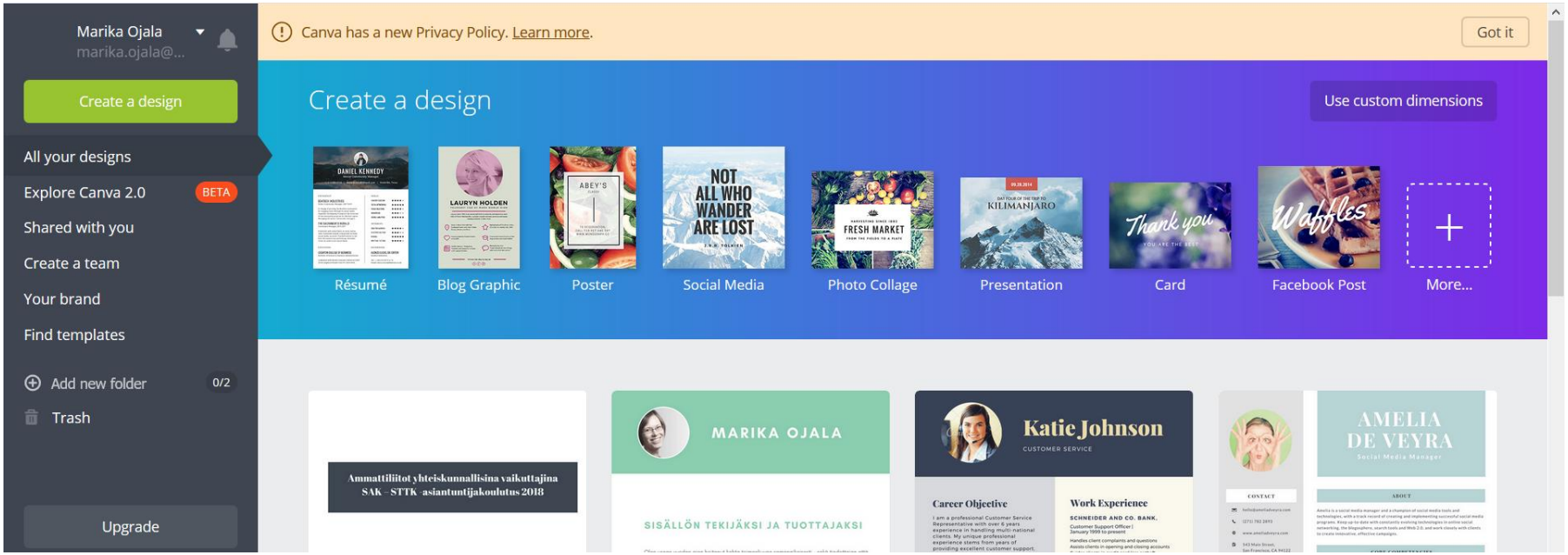
PowerPoint ilmoituksesta kuva nettiin julkaistavaksi



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

Opintokeskus

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.

Opintokeskus

Mistä ilmaisia, vapaasti käytettäviä kuvia?

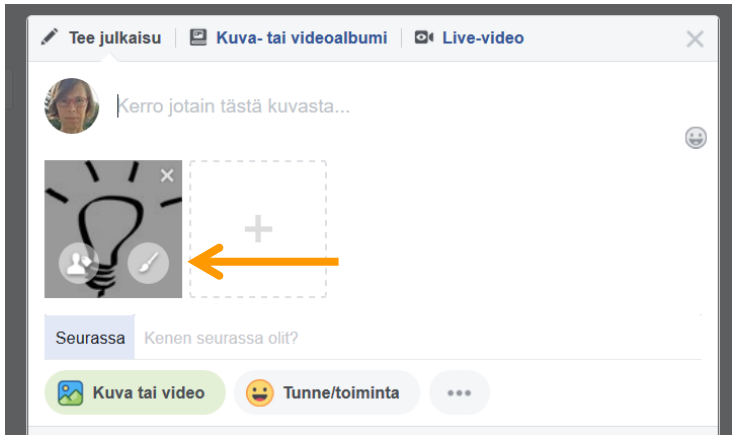
- pixabay.com – kuvien haku suomeksi
- Unsplash.com
- Pexels.com

Opintokeskus

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.



Opintokeskus

Sähköpostikampanjointi

- Sähköpostikampanjointi on kampanjointia siinä missä muussakin tahansa välineessä.
- Usein liittyy johonkin tavoiteltavaan toimintaan (esim. hanki uusi jäsen, käy allekirjoittamassa vetoomus) 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) aikataulutus: yksi vai useampi viesti?, 6) pystymmekö seuraamaan kampanjan onnistumista

Tsemppiä viestintään!

Marika Ojala

Tiedottaja, kouluttaja

TJS Opintokeskus