

Länsi-Uudenmaan sote -hanke: Osallisuus, viestintä ja markkinointi, suunnitelma

Sisällys

Lähtökohta	1
Hyötytavoitteet.....	1
Viestinnän periaatteet	2
Ydinviestit.....	2
Kohderyhmät / sidosryhmät	3
Viestinnän ja osallistamisen kanavat ja keinot	3
Resurssit.....	5
Budjetti.....	5
Aikataulu: ensimmäiset toimenpiteet	5
Seuranta ja arviointi	6
Liite 1. Länsi-Uudenmaan sote: Brändin kehittäminen	8
Perusta	8
Vaiheet	8
Tavoitteet.....	8
Toimenpiteet.....	8
Tuotokset	8
Eteneminen.....	8
Liite 2. Länsi-Uudenmaan sote: Osallisuus ja osallistuminen	9
Perusta	9
Tavoitteet.....	9
Toimenpiteet.....	9
Tuotokset	9
Eteneminen.....	9

Lähtökohta

Viestintää ja osallistamista tehdään yhtenä kokonaisuutena, jotta saamme kaikki osapuolet mukaan rakentamaan yhdessä Länsi-Uudenmaan sote-palveluja. Viestinnän ja osallistumisen lähtötilanne Länsi-Uudellamaalla:

- 10 kuntaa, 9 sote-organisaatiota
 - 2 suomenkielistä kuntaa
 - 6 kaksikielistä kuntaa, joissa pääkieli suomi, yhdessä asukasviestintää myös englanniksi ja harvinaisemmilla kielillä
 - 2 kaksikielistä kuntaa, joissa pääkieli ruotsi
- jokaisessa kunnassa omat kanavat, viestinnän tavat ja tekijät; Espoossa ja Kauniaisissa on sote-viestinnän tiimit
- asukkailla on ollut erilaisia osallistumisen mahdollisuuksia muutostilanteissa
- nuorisovaltuusto, vammaisneuvosto, vanhusneuvosto ovat olleet muutoksissa yhteistyökumppaneina, ja myös kokemusasiantuntijoita on hyödynnetty jonkin verran.

Rakenteilla on aidosti uudenlaista palvelua ja yhteistä tekemistä, johon halutaan luoda yhteiset viestinnän ja osallisuuden periaatteet sekä yhteinen ilme. Länsi-Uudenmaan sote -hankkeen viestintäpäällikkö kokoaa Länsi-Uudenmaan kuntien viestintäverkoston, jossa varmistetaan, että viestinnän ja osallistumisen kanavat ovat avoinna kaikissa kunnissa. Viestinnässä noudatetaan sote-uudistuksen valtakunnallisia viestintälinjauksia, ja niitä täsmennetään valtakunnallisessa sote-uudistuksen viestintäverkostossa ja Uudenmaan sote-viestintäverkostossa.

Yksityiskohtainen toimenpide- ja aikataulusuunnitelma tehdään, kun Länsi-Uudenmaan sote -projektikonaisuus täsmentyy ja kun valtakunnalliset ja Uudenmaan tasoiset viestintätoimenpiteet täsmentyvät. Länsi-Uudenmaan osallisuus ja viestintä -suunnitelmassa painottuvat vuosina 2020-2021 avoin tiedonkulku ja yhteinen ideointi sekä yhteishengen ja uusien osallistumisen muotojen rakentaminen. Vuodelle 2022 tehdään yksityiskohtainen muutosviestinnän ja osallisuuden suunnitelma, jossa valmistaudutaan palvelujen ja organisaatioiden muutokseen ja uuden organisaation tarvitsemien viestintävälineiden kilpailuttamiseen.

Hyötytavoitteet

Tätä tavoitteleamme:

- Rauhallinen yleistilanne: asukkaat, henkilöstö ja sidosryhmät kokevat tulevansa kuulluksi, myönteinen suhtautuminen uudistukseen
- Asukkaat ovat ajan tasalla siitä, mitä tapahtuu, milloin ja miten asioihin voi vaikuttaa.
- Henkilöstö on ajan tasalla siitä, mitä tapahtuu, milloin ja miten asioihin voi vaikuttaa. Henkilöstö osaa vastata asiakkaiden kysymyksiin.
- Henkilöstön yhteishenki ja yhteisen kehittämisen meininki vahvistuvat.
- Päätöksentekijät ovat ajan tasalla siitä, mistä päätetään, milloin ja mitkä ovat vaihtoehdot ja eri valintojen seuraukset.

Tavoitteiden saavuttamiseksi:

- kuulemme ja keräämme henkilöstön ja asukkaiden näkemyksiä palveluiden laadusta ja saatavuudesta
- kannustamme mukaan kehittämiseen: tehdään yhdessä palveluja meille kaikille.
- kerromme selkeästi, miten palvelut kehittyvät ja milloin muutoksia on tulossa
- tuemme henkilöstöä ja asiakkaita uusien digitaalisten välineiden ja toimintamallien käyttöönotossa viestinnän keinoin
- kerromme sidosryhmillemme, miten sosiaali- ja terveystalouden johtamista ja ohjausta on tarkoitus kehittää.

Viestinnän periaatteet

Sote-uudistus tehdään ihmisille – palvelut edellä!

- Luotettavasti ja asiantuntevasti: Viestinnällä varmistetaan, että ihmiset voivat luottaa saavansa oikeaa ja luotettavaa tietoa tasapuolisesti ja oikea-aikaisesti. Sote-uudistuksesta viestitään punnitun ja tutkitun tiedon perusteella.
- Avoimesti ja realistisesti: Viestintä on avointa ja läpinäkyvää. Ei luvata liikojia.
- Selkeästi ja saavutettavasti: Sote-uudistuksesta viestitään hyvällä ja selkeällä kielellä. Tieto on helposti löydettävissä ja saavutettavassa muodossa.
- Rohkeasti: Uudistuksesta käytävää keskustelua seurataan ja siihen osallistutaan rohkeasti. Myös keskeneräisistä asioista viestitään.
- Yhdessä, kuunnellen ja vuorovaikutuksessa: Viestintä on avainasemassa uudistuksen onnistumisessa. Onnistuminen varmistetaan avoimella vuoropuhelulla ja luottamuksellisen ilmapiirin rakentamisella kaikkien sidosryhmien kesken.
- Osallistaen: Sitoutamme sote-ammattilaisia uusiin toimintatapoihin tuomalla esiin onnistumisia sekä asiakkaiden ja ammattilaisten tyytyväisyyttä. Osallistamme myös asukkaita suunnitteluun alusta alkaen.

Kerromme säännöllisesti hankekokonaisuuden etenemisestä. Sisäinen ja ulkoinen viestintä nivotaan yhdeksi kokonaisuudeksi niin, että ne täydentävät toisiaan.

- iso kuva: tätä kohti mennään
- missä vaiheessa olemme menossa
- mitkä ovat seuraavat askeleet ja miten niihin voi vaikuttaa
- miten aiemmin esitetyt näkemykset on otettu huomioon valmistelussa

Ydinviestit

- Terveys- ja hyvinvointihyötyä asukkaille
 - Palveluihin pääsee nopeasti
 - Apua saa helposti
 - Sähköiset palvelut helpottavat arkea ja tuovat palvelut kotisohvalle
 - Palveluja saa kattavasti suomeksi ja ruotsiksi
- Kehitetään yhdessä!
- Varaudutaan yhdistymään

- turvallisesti ja vakaasti kohti uutta
- säilytetään hyvä ja tehdään siitä vielä parempaa

Kohderyhmät / sidosryhmät

Länsi-Uudellamaalla:

- kuntien henkilöstö
- asukkaat / sote-palvelujen asiakkaat
- päätöksentekijät
- vanhus- ja vammaisneuvostot, nuorisovaltuustot, kokemusasiantuntijat
- yritykset, järjestöt, seurakunnat
- valtakunnallinen ja alueellinen media
- sote-alan media

Muut

- Uudenmaan muut alueet ja Uudenmaan sote-viestintäverkosto
- HUS
- THL
- STM ja kansallinen sote-viestintäverkosto
- valmistelijat muissa maakunnissa ja valtionhallinnon hankkeeseen liittyvät toimijat

Viestinnän ja osallistamisen kanavat ja keinot

Valitsemme viestinnän kanavat valita tarpeen ja tilanteen mukaan. Huomioimme erityisryhmien (kieliryhmät, vanhuksset, vammaiset, työttömät) tarpeet ja varmistamme, että viestintämme saavuttaa myös heidät. Hyödynnämme viestinnän kanavia monipuolisesti siten, että tavoitamme asukkaat ja henkilöstön mahdollisimman laajasti.

Sidosryhmä / kohderyhmä	Kanavat	Osallistamisen keinot
Asukkaat	<p>Sähköiset aineistot</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkkosivuilla säännöllistä uutisointia • Aktiiviset some-kanavat • Esittelyvideot • Asukasinfot <p>Printtiaineistot</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kuntien asukaslehdet • Esitteet, julisteet • Julkiset tiedotteet koteihin • Lehti-ilmoitukset <p>Osallistuminen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asukas-/asiakasillat 	<p>info- ja keskustelutilaisuudet</p> <p>palvelun kehityksen työpajat</p>

	<ul style="list-style-type: none"> Asukas-/asiakasfoorumit (sähköisesti/fyysisesti) Asukasraadit Kyselyt (verkossa / puhelin, lomakkeet) <p>Henkilökohtaiset tapaamiset</p> <ul style="list-style-type: none"> palveluissa, vastaanotoilla henkilöstön kanssa johdon kanssa poliitikkojen kanssa <p>Media</p> <ul style="list-style-type: none"> tiedotteiden uutisointi mielipidekirjoitukset ja niihin vastaukset uutisointi päätöksentekijöiden mielipiteistä, lautakuntien ja valtuustojen käsittelyistä ym. 	
Sote-ammattilaiset	<p>Henkilöstön uutiskirje</p> <ul style="list-style-type: none"> ilmestyy kuukausittain <p>Johdon infotilaisuudet / kyselytunnit</p> <ul style="list-style-type: none"> hankkeen johto kuntien johto <p>Yksikkökokoukset</p> <ul style="list-style-type: none"> esimiehille yhteiset materiaalipaketit yksikkökokouksia varten <p>Intranet</p> <ul style="list-style-type: none"> hankkeen aikana kunnilla omat => viestintäverkoston kautta rakennetaan yhteinen intra hankkeen aikana <p>Kuntien henkilöstölehdet</p> <ul style="list-style-type: none"> viestintäverkoston kautta <p>Työpajat</p> <ul style="list-style-type: none"> palvelujen kehittämistyöpajat <p>Asukkaille suunnattu materiaali</p>	<p>Etenemisaikataulu koko ajan löydettävissä</p> <p>Palvelun kehittämisen työpajat, palvelumuotoilu</p> <p>Henkilöstöfoorumi (sähköisesti sekä fyysisesti)</p>
Päätäjät	<p>Kunnalliset, alueelliset ja valtakunnalliset päätöksentekofoorumit</p> <p>Yleisötilaisuudet</p> <p>Sosiaalinen media (esim. kaupunginosaryhmät, muu some-viestintä)</p> <p>Henkilökohtaiset tapaamiset</p> <p>Asukkaille suunnattu materiaali tiedoksi</p>	

Muut toimialat (mm. sivistystoimi)	Intranet Paikalliset henkilöstölehdet Asukkaille suunnattu materiaali	Osallistamisen keinot, palvelun kehittämisen työpajat, palvelumuotoilu
STM, THL	Kehittävän seurannan yhteistyö ja aluekoordinaattorin tapaamiset Viestintäverkoston tapaamiset Asukkaille tarkoitetut materiaalit	
Yritykset ja kolmas sektori	Järjestötapaamiset, kumppanuusfoorumien rakentaminen Markkinavuoropuhelut ja hankintainfot Asukkaille tarkoitetut aineistot myös järjestöjen käytössä	

Resurssit

- Länsi-Uudenmaan sote-hankkeen viestintähenkilöstö ja hanketoimisto
- Ostopalveluina hankitaan asiantuntijapalvelua brändistrategian ja visuaalisen ilmekonseptin luomiseen, sisällön ja materiaalien tuotantoon sekä osallistamiseen.
- Hankkeen viestintäpäällikkö koordinoi Länsi-Uudenmaan kuntien viestintäverkostoa, jossa varmistetaan, että tieto kulkee kaikissa kunnissa

Henkilöstöresurssit

- Viestintäpäällikkö vastaa viestintäorganisaation perustamisesta ja toiminnoista (mm. sisäiset henkilöstöresurssit ja mahdolliset ulkoiset asiantuntijapalvelut), viestinnän johtamisesta sekä seurannasta ja raportoinnista hankeorganisaation johtoryhmälle.
- Viestintäorganisaatio vastaa sisällön ja materiaalin tuotannosta. Viestinnän ja osallistamisen tueksi hankimme tarpeen mukaan asiantuntijapalveluita.

Viestintä ja vuorovaikutus kuuluvat kaikille hankkeeseen osallistuville. Kaikki hankkeeseen osallistujat vastaavat osaltaan viestinnästä omalla toimialueellaan/yksikössään/organisaatiossaan hyödyntämällä niitä kanavia, joita ko. toimialueella/yksikössä/organisaatiossa on käytössä.

Budjetti

Osallisuus ja viestintä -budjetti on 650.000 euroa vuosille 2020-2021. Laskelma on erillisessä liitteessä.

Aikataulu: ensimmäiset toimenpiteet

Tässä esitetään hankkeen ensimmäisten kuukausien yleislinjat. Yksityiskohtaiset toimenpiteet ja niiden aikataulutus suunnitellaan hankekokonaisuuden ja projektien tarpeiden mukaan.

Lokakuu 2020

- Viestintäsuunnitelma, brändisuunnitelma (liite 1) ja osallistamissuunnitelma (liite 2)
- Länsi-Uudenmaan kuntien viestintäympäristön ja -kanavien selvitys
- Ensimmäinen henkilöstötiedote
- Some-kanavat ja verkkosivut avattu
 - verkkosivut: www.lu-palvelut.fi
 - twitter: [@LU_sote](https://twitter.com/LU_sote)
 - facebook: [@LansiUudenmaanSote](https://www.facebook.com/LansiUudenmaanSote)
 - sähköpostilaatikko: lu-sote@espoo.fi
 - Viestintäyhteyshenkilöt Länsi-Uudenmaan kunnissa: säännölliset tapaamiset ja yhteinen työtila

Marraskuu 2020

- Henkilöstötiedote/- uutiskirje kuukausittain johtoryhmän/ohjausryhmän kokousten jälkeen
- Mediatiedote johtoryhmän/ohjausryhmän kokousten jälkeen, samassa henkilöstöinfon kanssa
- 12.11.2020 Länsi-Uudenmaan kuntien viestintäverkoston järjestäytyminen 12.11.2020 => menettelyt aineistojen tuottamiseksi ja jakamiseksi
- Osallisuusalustan hankinnan valmistelu käyntiin
- Visuaalisen ilmeen hankinnan valmistelu käyntiin
- Artikkelit Espoo-lehdessä 28.11.

Joulukuu 2020

- Brändistrategian, visuaalisen ilmekonseptin sekä sisällön- ja materiaalityötuotannon kilpailutukset.
- Osallisuusalusta ja siihen liittyvän asiantuntijapalvelun hankinta
- Aloittavien projektien viestintäsuunnitelmat
- Henkilöstön ja asukkaiden uutiskirjeet

Seuranta ja arviointi

Seuraamme tavoitteiden toteutumista asettamalla ja seuraamalla tavoitekohtaisia mittareita. Mittaamisessa ja seurannassa arvioidaan mennyttä ja nykyhetkeä mutta myös luodetaan tulevaa. Apuna käytetään määrällisiä ja laadullisia työkaluja:

- mediaseuranta
- verkkosivujen käytön ja sosiaalisen median analysointityökalut
- tiettyyn teemaan pureutuvat sisältöanalyysit
- kyselyt
- palautekanavat.

Alustavat viestinnän seurannan mittarit:

- Ydinviestien läpimeno: medianäkyvyys, some-vuorovaikutus, hankkeen paikallinen tunnettuus
- Hankkeen eteneminen: tilaisuuksien määrä, tilaisuuksien kävijämäärät, someseuraajat ja vuorovaikutus, medianäkyvyys, hankkeen paikallinen tunnettuus
- Tieto palveluista: medianäkyvyys, hankkeen paikallinen tunnettuus
- Asukkaiden näkemykset laadusta: tiettyyn teemaan keskittyvät analyysit, asukkaiden palaute hankkeen paikallinen tunnettuus, someseuraajat ja vuorovaikutus

- Sote-ammattilaisten näkemykset: tiettyyn teemaan keskittyvät analyysit, henkilöstön palaute, tilaisuuksien määrä, tilaisuuksien osallistujamäärät
- Sidosryhmien näkemykset: tilaisuuksien määrä, osallistujamäärät, palaute

Liite 1. Länsi-Uudenmaan sote: Brändin kehittäminen

Perusta

- Länsi-Uudenmaan soten strategia, visio ja arvot
- Kaksi-/kolmikielisyys
- Korvaa kuntien sote-palvelujen omat brändikonseptit ja visuaalisen ilmeen konseptit

Vaiheet

- Yhteisen tavoitteen määrittely ja yhteistyökumppanin kilpailutus
- Taustatutkimus ja analyysi: brändit, mielikuvat, identiteetti
- Määrittely ja konseptointi: brändikonsepti ja visuaalisen ilmeen konsepti
- Visuaalisen ilmeen ja tekstien suunnittelu
- Lanseeraus ja käytäntöön vieminen

Tavoitteet

- Yhteinen brändi Länsi-Uudenmaan soten palveluille
- Henkilökuntaa yhdistävä
- Asukkaille tunnistettava
- Ilmentää Länsi-Uudenmaan sote-palvelujen henkeä ja vahvuuksia
- Uusi toimija, silti vanha ja tuttu, luotettava, entistä ehompi ja helpommin lähestyttävä
- Houkutteleva työnantaja

Toimenpiteet

- Brändin määrittely
- Visuaalisen ilmeen suunnittelu ja vieminen käytäntöön

Tuotokset

- Brändikonsepti
- Visuaalisen ilmeen konsepti
- Brändikäsikirja
 - persoona, arvot, äänensävy, brändilupaus, ydinviestit, tarina
- Graafinen ohjeisto
 - logo, symbolit, värimaailma, fontit, kuvamaailma, infografiikat
- Näiden vieminen käytäntöön: mm. verkkosivut, esitteet, lomakkeet, opasteet, tilat, sähköiset palvelut, some-kanavat, pr-tuotteet, (työvaatteet, autot, t-paidat ...)

Eteneminen

- Taustaselvitykset
- Määrittely ja konseptointi: brändiattribuutit, viestintätyyli (tone of voice), arvolupaukset, (brändiarkkitehtuuri)
- Konseptien hyväksyntä ohjausryhmässä
- Brändikäsikirja
- Graafinen ohjeisto
- Lanseeraus ja käyttöönotto

Liite 2. Länsi-Uudenmaan sote: Osallisuus ja osallistuminen

Perusta

- Osallisuus on henkilökohtainen tunne, joka syntyy kuulumisen ja vaikuttamisen mahdollisuuksien kokemuksesta.
- Osallistuminen on mahdollisuus vaikuttaa
- Kaikilla Länsi-Uudenmaan asukkailla on aito mahdollisuus osallistua ja vaikuttaa Länsi-Uudenmaan soten ja palvelujen kehittämiseen
- Kaksikielisyys/kolmikielisyys/monikielisyys
- Huomioidaan erityisesti ne, joiden osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuudet ovat heikommat
- Painopiste: tehdään yhdessä asukkaiden, asiakkaiden ja henkilöstön kanssa

Tavoitteet

- Asukas- ja asiakaslähtöiset palvelut
- Asukkaiden osallistuminen lisääntyy
- Yhteisöllisyys vahvistuu
- Avoin vuorovaikutus
- Henkilöstön hyvinvointi työssä
- Houkutteleva työnantaja

Toimenpiteet

- Yhteisen tavoitteen määrittely ja välineiden kilpailutus
- Osallisuuden kulmakivien määrittely ja konseptointi
- Koko projektin ajan
 - Osallistumisen mahdollisuuksista viestintä
 - Vuoropuhelu ja kuunteleminen
 - Saadun palautteen analysointi => vaikutukset projektisuunnitelmiin

Tuotokset

- Uudenlaiset kohtaamiset sähköisillä ja perinteisillä ”alustoilla”
 - osallisuusalusta
 - otakantaa.fi
 - kyselyt
- Asukastilaisuudet
- Kumppanusfoorumi järjestöjen ja muiden toimijoiden kanssa
- Asukasraadit
- Kokemusasiantuntijat
- Helpot palautekanavat asukkaille ja henkilöstölle

Eteneminen

- Taustaselvitykset
- Alustojen hankinta

- Tilaisuudet ja kyselyt (aikataulut ja toteutus Tulevaisuuden sote-keskus –hankkeen projekteissa ja rakenneuudistushankkeen projekteissa)
 - saadun palautteen analysointi ja sen perusteella tehtävien toimenpiteiden viestintä