

Hankkeiden viestintä 2021-2022

Taustaa

Kymenlaakson sote-uudistuksen hankkeilla tuetaan sote-palvelujen tuottamista, järjestämistä ja uudistamista. Hankkeiden lähtökohtana on ollut kansallinen sote-uudistus sekä Kymsoten tarpeet ja lähtökohdat palvelujen ja asiakaslähtöisyyden parantamiseksi. Hankkeiden tavoitteena on luoda Kymenlaakson hyvinvointialueelle valmiuksia kehittää digitaalisia palveluita, parantaa asiakasohjausta ja kehittää tiedolla johtamista. Lisäksi vahvistetaan sosiaali- ja terveydenhuollon toimijoiden yhteistyötä. Kymsoten viestinnän periaatteista on johdettu myös hankkeiden viestinnän periaatteet.

Viestinnän tavoitteet

Viestinnän päätavoitteena on ollut viestiä säännöllisesti hankkeiden etenemisestä ja tuloksista keskeisimmille sidosryhmille. Viestinnän avulla osallistetaan hanketyöntekijöitä ja eri sidosryhmiä tuottamaan sisältöä hankkeesta. Hankeviestintää tukee hankehallinnon organisointi ”Big Room” -toiminnan mukaisesti. Big Roomin tarkoituksena on rakentaa yhteistä kehittämisen tilannekuvaa ja edistää kehittäjiä ja sidosryhmien viestintää. Tavoitteena on kertoa hankkeen toteutumisesta, kuvata suurimpia kehityskohteita ja viestiä uusista palvelumuodoista ja niiden käyttöönotosta. Hankkeiden viestintää on kehitetty hanketyöntekijöiden kanssa säännöllisissä Viestinnän Bigroomeissa noin kerran kuukaudessa.

Hankeviestinnässä:

- Kuulemme asukkaiden näkemyksiä palveluiden laadusta ja sujuvuudesta.
- Viestimme asukkaille uusista palvelumuodoista ja kerromme, miten niitä käytetään.
- Tuomme hankkeiden edistymisestä tietoa alueen päättäjille ja kuntatoimijoille, jotta heillä on paras mahdollinen näkemys edistymisestä ja tuloksista sekä alueen sosiaali- ja terveyskeskusten toimintakyvystä.
- Sitoutamme aktiivisella sisäisellä viestinnällä Kymsoten ammattilaiset uusiin toimintamalleihin ja käytäntöihin. Kerromme pilotoinneista eri ammattilaisten näkökulmasta ja kannustamme vuoropuheluun.
- Onnistumisten kuvaamisessa äänessä ovat ammattilaiset, jotka ovat olleet mukana uusien mallien kehittämisessä. Testasimme uusia asioita yhdessä Prototyypin ja Ammattilaisprotujen (Kymsoten omat ammattilaiset) kanssa.
- Teemme yhteistyötä THL:n johtaman kansallisen viestinnän kanssa ja varmistamme, että Kymenlaakson hyvät käytänteet ja onnistumiset tulevat kansalliseen jakeluun.
- Käymme aktiivista vuoropuhelua ja viestimme paikallisen median kanssa. Avaamme säännöllisesti median edustajille hankkeen tulevia vaiheita konkreettisella tasolla. Paikalliset mediat ovat merkittävä osahankkeen näkymistä suurelle yleisölle.

Kohderyhmät ja pääviestit

KOHDERYHMÄT JA PÄÄVIESTIT

Kohderyhmä	Ydinviesti	Tavoitteet
Asukkaat	Kaikkien kymenlaaksolaisten hyvinvointi tulee huomioiduksi ja jokainen kohdataan yksilönä. Autamme kymenlaaksolaisia eri elämäntilanteissa ja tuemme osallisuutta omasta hyvinvoinnista. Asukkaiden turvallinen ja terve arki varmistetaan sekä digitaalisin että perinteisin tavoin.	Palvelujen kehittäminen, tiedon lisääminen, vuorovaikutteisuus, digitaalisten palvelujen tunnettuus ja käyttöönotto, myönteinen mielikuva sosiaali- ja terveydenhuollosta ja alan ammattilaisista.
Työntekijät	Kymsote on luotettava ja arvostava työnantaja, joka tarjoaa monipuolisia työskentelymahdollisuuksia. Kymsotessa työskentelee osaavia ja ammattitaitoisia ihmisiä, joiden työpanosta ja näkemyksiä arvostetaan.	Kymsote on haluttu työpaikka, lisää työnhakijoita, osallistaminen ja sitouttaminen, meillä on kiva olla töissä, positiivinen viesti omasta työpaikasta, työtyytyväisyys? (mittarit?)
Päättäjät	Kymsote tekee suuria uudistuksia sote-menojen kasvun taittamiseksi ja vastaa tehokkaasti kasvavaan palvelutarpeeseen. Kymsoten varat hyödynnetään tehokkaasti vastuullisten, asukaslähtöisten ja digitaalisten palveluiden tuottamiseen.	Ovat tietoisia hankkeista ja tavoitteista, Luottamus, säännöllinen vuoropuhelu, tuloksista viestiminen (Hankeradio, uutiskirje ym.?)

KOHDERYHMÄT JA PÄÄVIESTIT

Kohderyhmä	Ydinviesti	Tavoitteet
Kuntatoimijat, järjestöt, yritykset, oppilaitokset ja muut sidosryhmät	Kymsote on luotettava yhteistyökumppani, jonka kanssa pääsee edesauttamaan alueen hyvinvoinnin ja terveyden lisäämistä. Yhteistyössä avautuu uusia toiminta- ja liiketoiminnallisia mahdollisuuksia.	Tietoisuus hankkeesta, aktiivinen yhteistyö ja viestiminen, yhteistoimijuus, osallisuuden edistäminen, oppilaitosyhteistyö.
THL ja muut kansalliset toimijat	Kymsote on kehittäjähenkinen organisaatio, joka osallistuu aktiivisesti kansalliseen kehittämiseen. Kymsoten oman kehitystyön hyvät tulokset ovat kaikkien hyödynnettävissä. Siirymme kohti aktiivista ja yhtenäistä hyvinvointialuetta.	Tiivis yhteistyö, verkostoituminen, muiden hyvinvointialueiden seuranta.
Media ja suuri yleisö	Kymsote kohtaa ihmisen kokonaisuutena ja turvaa asukkaiden arjen koko maakunnan alueella sekä digitaalisten palveluiden että toimipisteiden kautta. Verovarot käytetään hyödyllisesti, vastuullisesti ja kustannusohjautuneesti.	Tiivis yhteistyö median kanssa, hanke tunnetuksi, luottamus, teemme työtä ihmisten hyväksi, viestimme avoimesti ja aktiivisesti.

Viestinnän keinot ja tuki hankkeille

Säännöllistä hankeviestintää on pyritty edistämään monilla käytännöillä, keinoilla ja kanavilla.

- Hankeradio – joka kk ensimmäinen tiistai sote-ammattilaiset esittelevät avoimen Teamsin välityksellä vuorotellen jonkun hankkeen tuloksia. Hankeradiossa kerrotaan kehittämistyön tuloksista ja ajankohtaisista uutisista. Hankeradio on ollut avoin kaikille ja kutsua on lähetetty myös oman organisaation ulkopuolelle, esim. sidosryhmille.
- Intran kautta intra-tiedotteet sisäisesti, ja Teamsin välityksellä viestintää hankkeen sisällä; erilaiset Teams kokoonpanot.
- Ulkoisesti verkkosivujen kautta: Hyvinvointialueen sivusto <https://kymenhva.fi/> ja www.kymsote.fi

- Some-kanavissa, Kymsoten FB, Twitter, LinkedIn ja kymenlaaksonhyvinvointialue IG
- Uutiskirjeessä: hankkeiden yhteinen Hyvinvointialueen kanssa, noin 5 kertaa vuodessa – aiheet kerätään yhdessä
- Tiedotteet: sisäiset intra-tiedotteet ja tavoitteena noin 20 ulkoista/mediatiedotetta/v. 2022
- Somet – säännöllinen, uusi hyvinvointialueen Insta myös käytössä
- Prototyypit ja ammattilaisprotot – viestintäasioissa on kysytty Prototyypeiltä esimerkiksi verkkosivujen toimivuudesta ja ulkoasusta ym.
- Muut: maksetut some-kampanjat, videot ym.,
- DreamBroker video -koulutus hanketyöntekijöille useamman kerran
- Viestinnän Big Roomit kerran kuukaudessa hanketyöntekijöille: näissä on tehty viestintäsuunnitelmaa, mietitty viestinnän keinoja ja kanavia sekä ideoitu yhdessä, miten paremmin viestiä hankeasioista eri sidosryhmille.

Viestinnän tulokset

Hankkeista lähteneiden mediatiedotteiden määrä oli vuonna 2021 rakenneuudistuksen osalta 16 mediatiedotetta, ja Tulevaisuuden sote-keskuksen osalta 17 mediatiedotetta. Vuonna 2022 hankkeiden viestintä oli yhdistetty, ja yhteenlaskettujen tiedotteiden määrä oli noin 18 mediatiedotetta vuoden aikana. Kaikista mediatiedotteista on tehty myös useita some-jakoja (FB, Twitter, LinkedIn, Hva:n Instagram-tili). Lisäksi tehtiin kumpanakin vuonna lukuisa määrä sisäisiä intra-tiedotteita, keskimäärin noin 3-5 / kk.

Hankkeille tehtiin ja suunniteltiin omat verkkosivut, jotka julkaistiin 03/2021. Myöhemmin vuoden 2021 lopusta hankkeiden verkkosivut yhdistyivät Kymenlaakson hyvinvointialueen uusiin verkkosivuihin osoitteessa <https://kymenhva.fi/>. Myös Uutiskirjeet yhdistettiin vuoden 2022 alusta Hyvinvointialueen ja hankkeiden yhteiseksi uutiskirjeeksi. Hankkeiden uutiskirje on ilmestynyt s-postijakeluna noin 5 krt vuodessa, ja esitellyt hankkeiden tuloksia ja ajankohtaisia uutisia. Hankkeiden henkilöstöä koulutettiin viestintäasioissa säännöllisissä viestinnän BigRoomeissa noin kerran kuussa (Viestinnän BR-toiminta).

Yhteistyössä viestintätoimiston kanssa toteutettiin some-kampanjat (maksettu FB- ja Instagram) Mielenterveys- ja päihdepolun digihoitopolkujen markkinoinnista syksyllä 2021. Vuonna 2022 vastaavat kampanjat tehtiin Elma elintapaohjauksen palvelutarjottimen ja Terapianavigaattorin digipalvelujen markkinoinniseksi.

Rakennettiin Elintapaohjauksen palvelutarjotin Elma 2021 loppuvuodesta, osana Hyteä eli hyvinvoinnin ja terveyden edistämistä, ja siihen liittyen chat-robottiin on lisätty elintapaohjauksen osiot. Elma toimii osoitteessa <https://elma.kymsote.fi/>

Päätelmät ja huomiot

Viestinnän kehittämiskohteina viestinnän BR:ssä nousivat erityisesti esiin mm. seuraavat asiat.

- Tietoa ja yhteisiä ohjeita viestintään, sekä viestinnän koulutusta kaivattiin lisää.
- Erityisesti sisäisessä viestinnässä on haasteita: intra tai sähköposti tavoittaa kentän työntekijöitä huonosti! Tähän mietittiin yhdessä myös erilaisia keinoja ja ratkaisuja niille työntekijöille, jotka eivät ole koneen ääressä, esim. Kotihoidon paperiset/tulostettavat uutiskirjeet, videot, HR radion kautta esimiehille tiedottaminen, vierailut esim. osastopalavereissa, Hankeradio jne.
- Yleisiä ohjeita esim. (intra)tiedotteen laadintaan kaivattiin; jonkin verran kirjoituskoulutusta tästä pidettiin.
- Viestintäsuunnitelmia on tehty ja työstetty yhdessä, lähes jokaisen työpaketin kanssa on pidetty oma palaveri viestinnästä, ja/tai tehty viestintäsuunnitelma.
- Someviestintää toivottiin lisää: tässä on kuitenkin omat haasteensa. Esim. hankeviestinnän omasta some-kanavasta luovuttiin, koska päivitysresurssia sille ei varsinaisesti löytynyt. Lisäksi some-kanavan jatko hankkeen päättymisen jälkeen?
- Ulkoisen ja sisäisen viestinnän/kohderyhmien erottaminen toisistaan näyttäytyi osittain haastavana. Esimerkiksi intra- ja internet-sivuille tulevan tiedotteen eroa ei aina ymmärretty, miksi pitää olla erilaiset ja miten eroavat toisistaan.

Kaiken kaikkiaan hanketyöntekijät olivat todella innostuneita ja aktiivisia viestintäasioissa, ja niissä myös monialainen yhteistyö toteutui parhaimmillaan. Mielestäni saavutimme ainakin osan asetetuista tavoitteista viestinnän osalta hyvin, esimerkiksi tavoitteeksi asetettu viestinnän roolin ymmärtäminen hanketyössä ja työyhteisössä, viestinnän eri kanavien ja kohderyhmien tuntemus ja käyttäminen jne.