



Naantalin viestintä- suunnitelma

Sisältö

- Lähtökohta
- Tavoitteet ja periaatteet
- Viestinnän elementit
- Viestinnän keinot ja kehittämiskohteet
- Viestinnän vastuut, organisointi ja roolit
- Viestinnän mittaaminen

Naantali 2030 – Rohkea, elinvoimainen ja valovoimainen kaupunki

Visiossa Naantali on kasvava, elinvoimainen ja tulevaisuuttaan rohkeasti rakentava saaristokaupunki. Luomme ainutlaatuista kaupunkiympäristöä, jossa asiat nähdään myös lasten silmin.

Kaupunkistrategian 2022 mukaan Naantalin menestystekijöitä ovat korkealaatuisten palvelujen kehittäminen ja tarjoaminen, asumisen laatuun panostaminen, ainutlaatuisen ympäristön hyödyntäminen ja yritysten kilpailukyvyyn vaaliminen.



Naantali kohti vuotta 2022

- Naantalin kaupungin tärkeimpiä tavoitteita on, että Naantali tarjoaa viihtyisää asumista ja korkeatasoisia palveluita sekä kilpailukykyistä ympäristöä yrityksille. Perheystävällisyys on jatkossa Naantalille leimallinen vahvuus.
- Kaupunkistrategian ytimessä on myös henkilöstön hyvinvointi ja osaava johtaminen. Strategiassa keskitytään myös digi-Naantalin kehittämiseen.
- Kärkihankkeet *Osaava, palveleva ja hyvinvoiva Naantali, Hyvien yhteyksien Naantali* ja *Vetovoimaisen ympäristön Naantali* edesauttavat mm. strategian tavoitteiden saavuttamista.
- Kaupunkistrategia tarvitsee toteutuakseen suunnitelmallista ja tavoitteellista viestintää.

Viestintäsuunnitelman tavoitteet

1

Viestintäsuunnitelma rakentaa kaupungin mainetta – se tukee kaupunkistrategian toteutumista ja toteuttamista.

- Strategiassa tunnistetut ilmiöt, sisällöt, teot ja tavoitteet ovat perusta Naantalin viestinnälle.
- Rakennamme pitkällä tähtäimellä Naantalin kaupungin mainetta ammattimaisella, johdonmukaisella ja strategiaan perustuvalla viestinnällä kaikissa kaupungin palveluissa.

2

Viestintäsuunnitelma sitouttaa yhteiseen tekemiseen ja luo raamit kaikelle viestinnän tekemiselle.

- Yhteinen suunnitelma sitouttaa kaupungin johdon, toimialat ja niiden henkilöstön sekä luottamushenkilöt yhteiseen tekemiseen. Viestintä kuuluu kaikille - jokainen työntekijä rakentaa kaupungin brändiä.
- Yhteisten ydinviestien kautta Naantalin viestintä näyttäytyy selkeänä, yhtenäisenä ja Naantalin brändin mukaisena.

3

Viestintäsuunnitelma tukee osaltaan toimintatapojen ja -kulttuurin muutosta.

- Palvelut ovat asiakaslähtöisiä, myös viestintä. Teemme viestinnästä entistä aktiivisempaa, avoimempaa, rohkeampaa ja yhtenäisempää.

Viestinnän periaatteet

- Naantali viestii avoimesti, proaktiivisesti, ajankohtaisesti, tasapuolisesti ja asiakaslähtöisesti.
- Viestintä on saavutettavaa ja selkeää.
- Viestintä kuuluu osana kaikkeen toimintaan ja päätöksentekoon, myös toiminta- ja hankesuunnitelmiin.
- Viestintä tukee kaupungin perustoimintoja.
- Kaupungin viestinnässä tärkeää on asioiden tekemisen ja niistä viestimisen yhdenmukaisuus.

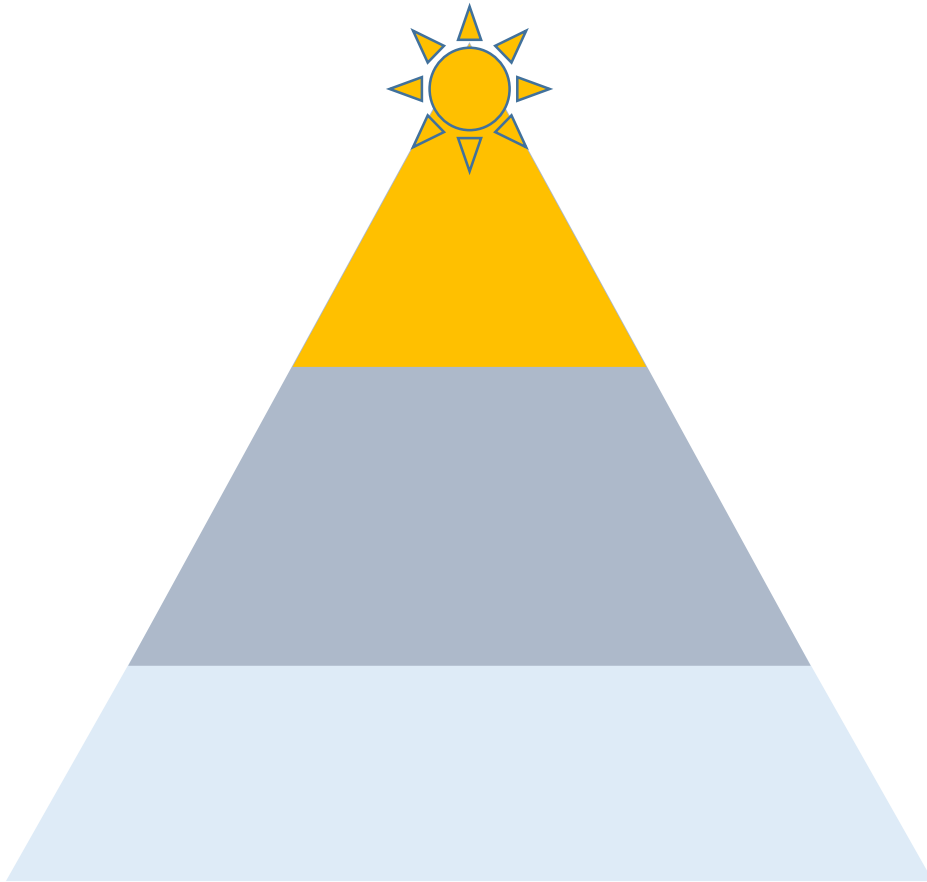
Tavoitemielikuva

Naantali on valovoimainen ja halutuin saaristokaupunki. Naantali luo tulevaisuuden asumiselle ratkaisuja valovoimaisena, sopivan kokoisena ja rohkeana kaupunkina, joka on asukasta lähellä.

Uudistumme koko ajan ja teemme entistä ympäristöystävällisempää ja parempaa kaupunkiasumista saaristossa yhdessä asukkaidemme kanssa. Tekemämme valinnat tähtäävät myös kestävään kehitykseen. Yritykset voivat luottaa siihen, että ratkaisumme edistävät niiden kilpailukykyä.

Tavoitemielikuva kertoo siitä, mitä haluamme että Naantalista tulevaisuudessa ajatellaan. Se kertoo myös siitä, miten erottaudumme muista kaupungeista. Ja on samalla kuvaus siitä tilanteesta ja asemasta, jonka haluamme kohderyhmien mielissä saavuttaa.

Erottuvuustekijät



Erottuvuustekijät:

Rohkeus, valovoimaisuus, yhteisöllisyys ja uudistuminen

Mahdollistajat:

Nopea reagointi, ketteryys, yritysystävällisyys, elävä saaristo sekä laadukas ja uudistuva asumiskokemus,

Perusta:

Laadukas asuminen, perheystävällisyys, osaava henkilöstö, osallisuus, vahva talous, merellisyys

Viestinnän ydin

VAHVUUDET

Ainutlaatuinen ympäristö
Perheystävällisyys
Vahva kuntatalous ja hyvät kasvunäkymät
Korkealaatuiset palvelut
Erottuva matkailu- ja elämystarjonta
Monipuolinen elinkeinorakenne

EROTTAUTUMINEN

Naantali on ainutlaatuinen kaupunkiympäristö saaristossa.

TAPA TOIMIA

Olemme rohkeita ja innostavia, mutta samalla inhimillisiä. Emme jäykistele, vaan olemme rentoja kumppaneita.

ASIAKASNÄKÖKULMA

Reagoimme nopeasti ja ketterästi, olemme asukkaitamme lähellä. Uudistamme ja kehitämme asumiskokemusta paremmaksi.

TAVOITEMIELIKUVAMME

Naantali on valovoimainen ja halutuin saaristokaupunki

ARVOT

Luottamus
Vastuullisuus
Rohkeus
Turvallisuus
Aurinkoisuus

Naantalissa on valovoimainen tulevaisuus.

Tapa viestiä

Miten Naantalin viestintä erottuu tyyllillisesti muista? Miten viestit puetaan lausemuotoon niin, että ne ovat Naantalin oloisia?

Naantalin markkinointiviestinnän tyyli on:

- Inhimillinen
- Rohkea
- Innostava
- Rento

Naantalin markkinointiviestintä on ihmisen mittaista – myönteisellä tavalla kotikutoista ja puhuttelevaa.

Millaisia viestintää teemme?

- aurinkoista
- innostavaa
- rentoa
- rohkeaa
- kasvollista
- vastuullista
- tunteita herättävää
- monikanavaista
- proaktiivista
- konkreettista
- inhimillistä
- merkityksellistä
- aitoa
- laadukasta
- faktoihin perustuvaa
- osallistavaa
- visuaalista

Millaista viestintää emme tee?

- liian asiallista, ilman tunnetta
- tekstipainotteista
- ei-systemaattista
- tiedottavaa
- reaktiivista
- sirpaleista
- kasvotonta
- etäistä
- tasapaksua ja harmaata
- passiivista
- organisaatiolähtöistä
- varovaista
- virkamiesmäistä
- Hierarkista
- Kapulakielistä
- tylsää

Asiakaslupaus

Miten Naantali vastaa kohderyhmien tarpeeseen? Asiakaslupaus kiteyttää Naantalin toiminnan tarkoituksen asukkaille, sidosryhmille ja organisaatiolle itselleen.

Naantalissa on valovoimainen tulevaisuus.

Naantalissa kuitenkin ymmärretään markkinointiviestinnän erilaiset tarpeet, eikä Naantalin markkinointia rakenneta yhden iskulauseen tai sloganin ympärille. Sen sijaan haluamme olla kiinnostava ja innostava erilaisille kohderyhmille, ja tehdä Naantalia tunnetuksi monella eri tavalla.

Iskulauseita

Nämä ovat iskulauseita, joita Naantali hyödyntää markkinointiviestinnässään. Nämä ovat samalla ydinviestejä, joilla Naantali erottautuu ja kertoo itsestään.

STRATEGISET VAHVUUDET				
Ainutlaatuinen ympäristö	Erottuva matkailu- ja elämystarjonta	Korkealaatuiset ja monipuoliset palvelut	Vahva kuntatalous ja alueen hyvät kasvunäkymät	Perheystävällisyys
Saaristoasumista kaupungissa Kaupungin elämykset, saariston tunnelma Valovoimainen Naantali	Seikkailujen kotisatama Suomen virkein unikeko Muumitkin asuvat täällä Nautinnollinen Naantali	Ihmisen mittaista hyvinvointia	Aurinkoisen energinen Naantali Luo tarinasi Naantalissa Valovoimainen Naantali	Lapsellisen elämän Naantali Aurinkoa arkenakin Hyvien tarinoiden koti Nähdään pian, sinun Naantalisi

Viestinnän keinot ja kehittämiskohteet



VIESTINNÄN KEINO/VÄLINE	TAVOITTEET	TOIMENPITEET
Verkkosivut	• Pääviestintäkanava • Sähköisten palvelujen kehittäminen • Ajantasaiset sivut • Toimiva sisällöntuotantoprosessi • Osallisuuden lisääminen	• Kävijäkokemuksen kehittäminen: asiakasraadit • Sähköisten palvelujen laajentaminen • Saavutettavuuden varmistaminen • Aktiivinen koulutus ja työpajatyöskentely • Verkkotoimituksen työskentelyn kehittäminen • Kriisiviestinnän sivut • Hakukoneoptimointi • Positiiviset nostot (esim. viikon positiivinen uutinen)
Sosiaalinen media	• Yhdenmukainen ja suunnitelmallinen viestintä • Jokaisella kanavalla on oma luonteensa; kirkastetaan jokaisen eri kanavan rooli ja tavoite	• Twitterin käyttöönotto • Kuntalaiset mukaan kaupungin markkinointiin, esim. asuminen • Visuaalisuuden lisääminen, mm. videot • Koulutukset käyttäjille • Julkaisujen aikataulutus ja ajastus
Tapahtumat	• Tapahtumat toteutetaan kaupungin ilmeen mukaisesti, konsultoidaan viestintätiimiä esim. markkinointimateriaaleissa • Asuntomessujen hyödyntäminen kaupungin markkinoinnissa	• Tiivis yhteistyö asuntomessuorganisaation ja Visit Naantalin kanssa

VIESTINNÄN KEINO/VÄLINE	TAVOITTEET	TOIMENPITEET
Visuaalinen viestintä	Uuden tavoitemielikuvan saattaminen käytännön viestintään	- Graafisen ilmeen uudistaminen - Kuvapankki omista kuvista
Nasta-lehti	Myönteinen tiedottaminen kaupungin asioista ja tapahtumista, yhteisöllisyyden lisääminen	- Positiivisten ja pienten arjen juttujen esiintuominen - Nasta edelleen yhdistysten avointen tapahtumien ja toiminnan tiedotuskanavana
Sisäisen viestinnän tehostaminen	- Uusittu intranet - Uudet tehokkaat ja joustavat työskentelytavat	- Uusittu intranetin Sharepoint-alusta, vuorovaikutteisuus, mobiilikäytettävyys - Office 365 toimistoviestintävälineiden käyttöönotto, mm. tiimityön ja ajankäytön hallinnan kehittäminen - Sähköpostiviestinnän tehostaminen, mm. koulutus
Mediayhteistyö	Aktiivinen yhteistyö media ja lisääntynyt medianäkyvyys	- Säännöllisten mediatapaamisten jatkaminen - STT:n tiedotepalvelun käytön tehostaminen - Selkeät esityslistatekstit > koulutus - Juttutarjonnan lisääminen (esim. viikon positiivinen uutinen)

Viestinnän organisointi ja vastuut

Viestinnän vastuut

Kaupunginvaltuusto päättää strategiasta ja taloudesta sekä luo edellytykset viestinnälle ja palveluiden käyttäjille ja palveluiden käyttäjien osallistumiselle kaupungin toimintaan.

Kaupunginhallitus päättää viestinnän ja markkinoinnin strategisista ratkaisuksista ja hyväksyy viestinnän kehittämistoimenpiteet sekä päättää yleisistä tiedotusperiaatteista.

Kaupunginjohtaja johtaa kaupungin operatiivista viestintää ja vastaa kaupungin kansainvälisestä viestinnästä.

Hallintojohtaja vastaa kaupunginhallituksen ja kaupunginvaltuuston päätösten tiedottamisesta

Viestintä- ja kehittämispäällikkö vastaa viestinnän koordinoinnista, yhteensovittamisesta ja kehittämisestä sekä toimii Nastan päätoimittajana.

Kulttuuri- ja tiedotussihteeri on verkkopalvelun päätoimittaja. Lisäksi hän huolehtii kaupungin viestinnän ja tiedottamisen suunnittelusta ja kehittämisestä yhteistyössä viestintä- ja kehittämispäällikön kanssa.

Viestintäassistentti toimii sosiaalisen median vastuhenkilönä ja tiedotuslehti Nastan toimitussihteerinä sekä osallistuu viestintätiimin työhön. Viestinnän journalististen sisältöjen tuottaminen.

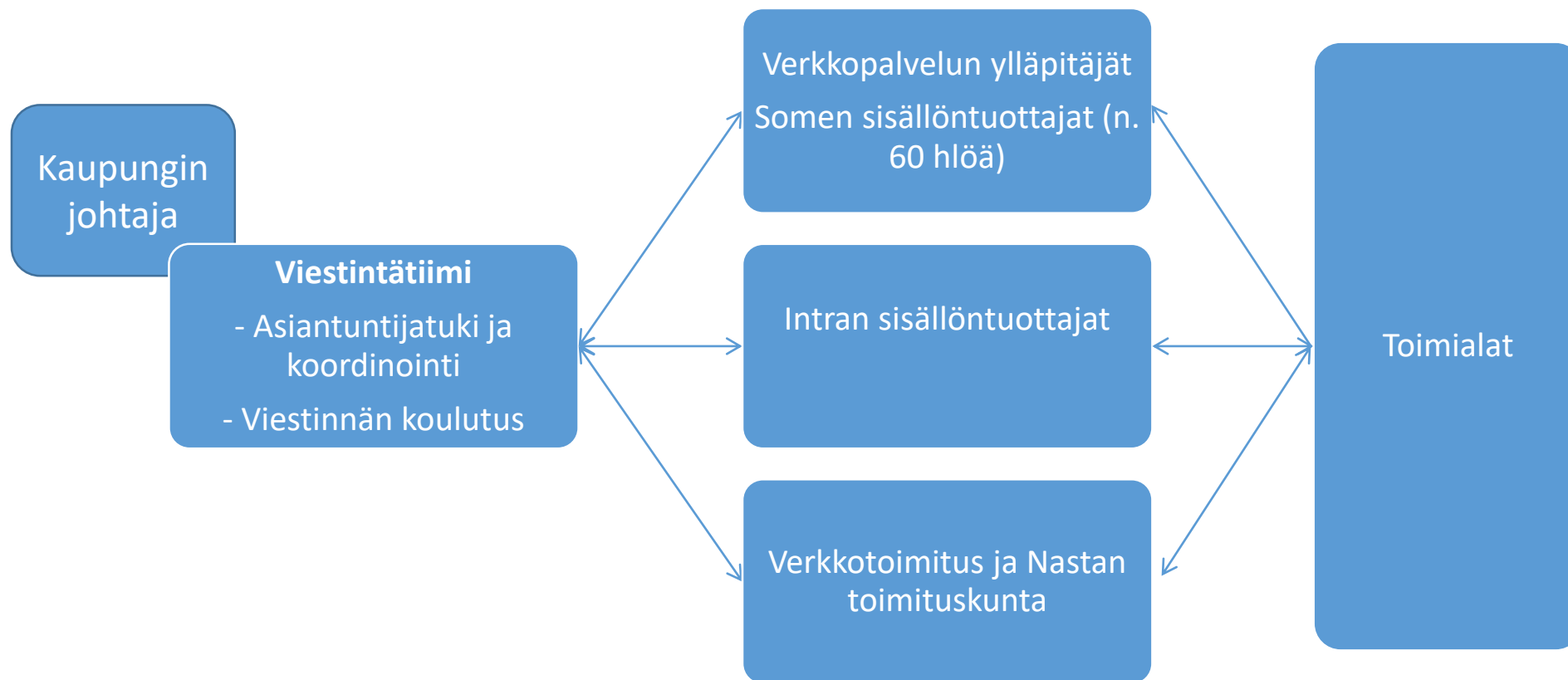
Virastojen johtajat vastaavat omien toimialojensa viestinnästä. Kukin esimies vastaa oman yksikkönsä ulkoisten toimintaverkostojen kehittämisestä. Esimiehet nimeävät viestintävastaavia, jotka voivat toimia mm. Nastan toimituskunnassa ja/tai verkkotoimituksessa.

Saariston palveluneuvojat vastaavat saaristotiedotteiden toimittamisesta.

Viestintä kuuluu kaikille

- Naantalissa toteutetaan hajautettua viestintää. Kaupungin viestintätiimi koordinoi koko kaupungin viestintää. Toimialat suunnittelevat ja toteuttavat omaa viestintäänsä yhteistyössä viestintätiimin kanssa. Hallintojohtajan rooli on huolehtia päätösviestinnästä. Koko operatiivisesta viestinnästä vastaa kaupunginjohtaja.
- Suoraan viestintään osallistuu koko henkilöstö. Viestintä kuuluu kaikille - jokainen työntekijä rakentaa kaupungin brändiä.
- Luottamushenkilöillä on viestinnässä rooli edistää positiivista viestintää, seurata aktiivisesti asioita ja käydä dialogia naantalilaisten ja virkamiesten kanssa.

Viestinnän toteuttamisen organisointi



Viestinnän mittaaminen

Viestinnän mittarit

- Laadulliset tavoitteet
 - Kuntarating (Epsi Rating Group), asukaskysely (joka toinen vuosi, yli 70 % suosittelee asuinpaikaksi)
 - Kuntien internetsivujen käyttäjätutkimus (Suomen Online-tutkimus, joka toinen vuosi) (TOP3)
- Määrälliset tavoitteet
 - Some-kanavien analyysi, kävijädatan analyysi (puolivuosittain) , esim. Facebook (v. 2020 seuraajat 5000 hlöä)
 - Verkkosivuanalytiikka, kävijädatan analyysi (puolivuosittain)
- Strategisiin painopisteisiin perustuvat mittarit
 - Suunnitelman mukaisten kehitystoimenpiteiden toteutuminen (arvioidaan vuosittain tilinpäätöksen yhteydessä , keväällä 2021 seurantaraportti)