

# KÄYTÄNNÖNVIKKEJÄ TIEDOTTAMISEEN

Materiaali on koottu Hämeenlinnan setlementti ry:n Osuma-projektin (RAY) vapaaehtoistyön kehittämisryhmän toiminnan pohjalta kevään 2008 aikana.

Lisätietoja: [heli.laurikainen@hmlsetlementti.net](mailto:heli.laurikainen@hmlsetlementti.net) tai 050 5645991

## YLEISTÄ TIEDOTTAMISESTA

**Mielikuvat, imago ja maine** vaikuttavat ihmisten valintoihin ja päätöksiin. Mielikuvan luominen voi vaatia aikaa ja johdonmukaista tiedottamista. Mielikuva syntyy tekojen ja visuaalisen viestinnän kautta. Yhdistysten näkyminen ja esillä olo ovat kuitenkin erittäin tärkeä osa yhdistyksen toimintaan. Tiedottamiseen kannattaa panostaa, vaikka se vaatii aikaa, osaamista ja resursseja. Yhdistyksen toiminnassa on yhtä tärkeää sekä sisäinen että ulkoinen tiedottaminen.

**Tiedotuksessa kannattaa huomioida**, että tiedottaa hyvissä ajoin ja muistuttaa lähempänä. Tiedottamisessa tehokasta on täsmä-tiedottaminen, muista siis henkilökohtaistaa ja kohdentaa. Hyödynnä oma ja yhdistyksen verkosto. Käytä useaa tiedotuskanavaa, jotta tieto yhdistyksen olemassa olosta on saatavilla helposti eri kohderyhmille. Jos et tiedä, mikä on paras tapa tavoittaa kohderyhmä, kysy heiltä itseltään, miten he haluavat saada tiedon yhdistyksestä ja toiminnasta.

**Kaikessa tiedottamisessa kannattaa huomioida ulkoasu.** Tarkista, että teksti ja kuvat ovat selkeitä sekä painojälki hyvä. Kuvissa on vahva viesti, käytä uusia ja ajankohtaisia valokuvia värillisinä.

**Tekstissä huomioi** tekstityyppi ja fonttikoko, kappalejako sekä kieliasu ja ilmaisutapa. Hauska ja kepeä oikein kirjoitettu teksti antaa positiivisen kuvan. Teksti vaikuttaa siihen, miten asiaan suhtaudutaan ja oikeinkirjoitus tuo uskottavuutta. Tekstiin kannattaa kirjoittaa vain oleellinen, terävöitä siis tiedottamisesi kärki.

**Ideoita oman yhdistyksen tiedottamisen uudistamiseen** saa yhdessä ideoiden, vaikka yhteisen saunailan merkeissä. Tiedotetta kannatta tehdä ja oikoluke yhdessä – näin saadaan käyttöön erilainen osaaminen ja on helpompi keksiä uusia ideoita. Lehti-ilmoituksen osalta kannattaa tehdä yhteistyötä lehden toimituksen kanssa. Tarvittaessa pyydä tukea ja apua piiritoimistosta tai keskustuimistosta. Tiedota myös heille omasta toiminnasta.

**Suunnittele viestintä etukäteen osana toiminnan suunnittelua.** Voit aloittaa miettimällä vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

- Mikä on toiminnan tavoite, entä viestinnän tavoite?
- Millä toimenpiteillä ja aikataululla viestitään?
- Mikä on kohderyhmä, kenet halutaan viestillä tavoittaa?
- Miten kohderyhmä on tavoitettavissa, keinot ja kanavat?
- Mitä halutaan kertoa?
- Kuka hoitaa, kenellä on vastuu viestinnästä?
- Miten viestinnän onnistumista seurataan ja arvioidaan?

## **SEURAAVIA ASIOITA JA VAIHTOEHTOJA KANNATTA A MIETIÄ, KUN SUUNNITTELEE TIEDOTTAMISTA:**

### **1) Esitteet ja tiedotteet**

- koko ja malli
- kanteen kuva
- mitä yhdistys tekee
- millä alueella toimii
- miten pääsee mukaan toimintaa, ”pääsyaatimukset”
- miksi toiminnassa ollaan mukana
- mitä jäsenmaksu hinnalla saadaan
- liittymiskaavake, yhteystiedot
- saataville nettisivuilta

### **2) Ilmoitukset lehteen**

- yhdistyksen logosta tunnistaa helposti ja se kiinnittää huomion
- yksinkertainen ja selkeä kuva, viestii nopeasti, mistä kyse – herättää mielenkiinnon
- ilmoitukseen ”ilmavuutta”, ei liikaa tekstiä
- tekstin tasaus
- sama fontti ja väri lisäävät selkeyttä
- ilmoituksen koko ja sijainti lehden aukeamalla
- seurapalstaa lukevat eniten omat jäsenet – sisäisen tiedottamisen väline

### **3) Puffit ja lehdistötiedotteet, lehtijutut**

- hyvin kirjoitettu selkeä ja lyhyt uutisen muotoon kirjoitettu, kansantajuisuus
- pituus korkeintaan yksi A4, tiivistelmä alkuun
- otsikot osuviksi, kuvaavaan ja kiinnostavaan otsikkoon helppo toimittajan tarttua
- lehdistötiedotteen sisältö: mitä, missä, milloin, miten ja miksi
- lähettäjän tiedot, keneltä saa lisätietoja
- yhdistys
- päiväys (lähetetty, viety)
- selvitä lehtien levikki ja valitse tiedotuksen kannalta sopiva
- lehtijutut vaikuttavampia ja luetumpia kuin maksetut ilmoitukset
- uutisarvo ja sisällön merkitys – miksi pitäisi julkaista, miksi kiinnostaa laajempaakin yleisöä
- kiinnittyminen ajankohtaisiin tapahtumiin, yhteiskunnalliseen aiheeseen
- valmis teksti helpottaa sen julkaisua
- suhteet toimittajiin kannattaa pitää yllä

### **4) Tilaisuudet, tapahtumat ja tiedotustilaisuudet**

- tiedotustilaisuus, kun kyseessä suurempi uutinen ja aihe
- yleisötilaisuudelle saadaan julkisuutta ja tiedotusta ennakkojutun kautta, mutta asian osalta tärkeitä ovat myös jälkikäteen tehdyt jutut
- muista teemaviikot ja vuosittaiset tilaisuudet