



TOJK Viestintäsuunnitelma

SEURAN TAVOITTEET:	2
SISÄINEN VIESTINTÄ:.....	2
ULKOINEN VIESTINTÄ:.....	3
Mediaviestintä	3
Hyvä tiedote:.....	4
Hyvä mielipidekirjoitus:	4
MAINOKSET JA PAINOTUOTTEET:.....	4
VISUAALISUUS JA KUVAT	4
KUVAPANKKI	4
SOME.....	5
KRIISIViestintä:	5
SUUNNITELMALLISUUS.....	6
PAINOPISTEALUEET VUOSITTAIN:.....	6

SEURAN TAVOITTEET

Tojk on torniolainen vuonna 1937 perustetun Tota:n jalanjäljissä kulkeva jalkapalloseura. Tojk:lla on toimintaa monissa ikäluokissa. Tojk järjestää kaikille halukkaille laadukasta harrastus- ja kilpailutoimintaa eri tasoilla sekä luo edellytyksiä pelaajauralla menestymiseen. Seura kannustaa sidosryhmiensä kanssa lapsia ja nuoria liikunnalliseen ja vastuuntuntoiseen elämäntapaan hauskan harrastuksen parissa. Tojk mahdollistaa monipuolisen harrastamisen myös muidenkin lajien parissa.

Vuonna 1989 perustetun Oulunsalon Pallo ry:n (OsPa) tarkoituksena on edistää jäsentensä liikuntaharrastusta, erityisesti jalkapalloilua, tavoitteena fyysisen ja psyykkisen hyvinvoinnin kehittäminen. OsPa onkin vakiinnuttanut asemansa Oulun seudulla vahvana, lähinnä juniorijalkapalloon keskittyvänä seurana. Fair play-arvot ohjaavat kaikkea toimintaa seurassa. Seuran perusarvoja ovat rehellisyys, toiminta lasten ja nuorten hyväksi, laadukas johtaminen ja valmentaminen sekä itsestä, kavereista ja ympäristöstä huolehtiminen.

SISÄINEN VIESTINTÄ

Tojk:n sisäisellä viestinnällä ja tiedotuksella huolehditaan tiedonkulusta yhdistyksen toimijoiden ja sidosryhmien välillä. Se mahdollistaa ajantasaisen tiedonkulun, innostaa mukaan sekä antaa mahdollisuuden osallistua ja vaikuttaa yhdistyksen toimintaan.

Sisäinen tiedotus koskee pääasiassa seuran toiminnassa mukana olevia jäseniä, pelaajia, valmentajia, joukkueenjohtajia sekä hallituksen jäseniä.

1. Kanavat:

Pääasiallisina tiedotuskanavina toimivat sähköposti, WhatsApp-pikaviestisovellus, Jopox-verkkosivut sekä joissain tapauksissa seuran Facebook-sivut. Näiden lisäksi viestitään harjoituksissa/kilpailuissa, virallisissa kokouksissa sekä epävirallisissa kokoontumisissa. Myös seuran järjestämät tapahtumat (kauden päättäjäiset sekä Tojk-päivä) tarjoavat tilaisuuden viestiä seuran asioista. Hallituksen kokoukset ja niistä tehtävät asiakirjat, kuten kutsu, asialista sekä pöytäkirja lähetetään hallituksen jäsenille sähköpostilla.

Toimintakertomus?

2. Vastuut:

Päävastuu tiedottamisesta on seuratasolla hallituksella. Hallitus ylläpitää seuran verkkosivuja sekä Facebook-sivuja. Viestintä seuran hallituksen ja joukkueiden johdon välillä hoituu pitkälti WhatsApp-keskusteluryhmässä. Joukkuekohtaisista asioista tiedottaminen on joukkueen johdon asia. Hallitus ohjeistaa ja tukee joukkueiden johtoa Jopoxin käytössä.

3. Rutiinit:

- Tiedottamisen vuosikello ja vuosikellon mukainen tiedottaminen.
- Pohdintaan otetaan tulisiko seuran hallituksen kokouksista tehdyistä päätöksistä tiedottaa jäseniä laajemmin. Hallituksen kokouksista kannattaisi tehdä tiedote. Se toimitetaan sähköpostilla jäsenille, hallitukselle, mahdolliselle henkilöstölle sekä seuran verkkosivuille mahdollisimman pian kokousten jälkeen.

4. Toteutus:

- asioista tiedotetaan ajoissa, muistutetaan lähempänä
- asiat esitetään yksinkertaisesti ja lyhyesti
- viestinnässä harrastetaan kohderyhmäajattelua, ei kaikkea kaikille
- käytetään samanaikaisesti useita tiedotuskanavia – myös yhdistyksen jäsenet seuraavat eri tavoin eri viestintävälineitä

5. Vuorovaikutuksellisuus (kehitetään):

- kerätään palautetta tiedotuksen onnistumisesta (vuosittain kysely?)
- kysytään jäsenistöltä mikä tiedotuksessa toimii ja mikä ei
- otetaan oppia ja ideoita muilta yhdistyksiltä ja toimijoilta

ULKOINEN VIESTINTÄ

Ulkoisella viestinnällä pyritään tekemään yhdistystä, sen toimintoja, sisältöjä ja tuloksia tunnetuksi yhteistyötahoille ja laajemmalle yleisölle. Tiedotuskanava ja tyyli valitaan sen mukaan, mistä kerrotaan ja kenelle. Näkyvyys vaikuttaa yhdistyksen uskottavuuteen, kiinnostavuuteen, uusien jäsenten ja yhteistyökumppaneiden saantiin. Seuran hallitus ja sen nimeämät vastuuhenkilöt vastaavat ulkoisesta viestinnästä.

1. Kanavat ja vastuut:

Pääasiallisina tiedotuskanavina toimivat yhdistyksen verkkosivut, tapahtumat (avoimet ovet Tojk-päivä), tiedotteet, lehtiutiset, henkilökohtainen yhteydenpito/ tapaamiset, lehti-ilmoitukset, **raportit ja toimintakertomukset**. Hallitus pyytää aktiivisesti jäseniä keräämään materiaalia Facebook-päivityksiin.

Sisältö kotisivuilla:

Missä ja miten yhdistys toimii

Mitä se tarjoaa jäsenilleen

Kuka toiminnasta vastaa

Miten voi tulla mukaan

Tapahtumatiedot

Yhteystiedot

Ajankohtaisia uutisia

Mediaviestintä

Paikallismediat: Lounasi-Lappi, Torniolainen, Lapin Kansa. Kirjoitetaan ja tarjotaan tiedotteita ja uutisjuttuja. Tärkeimmät kohderyhmät ulkoisessa viestinnässä ovat kuntalaiset, virkamiehet, jäsenet, yhteistyökumppanit.

2. Toteutus

Lehdistötiedote

Tiedotustilaisuus

Vierailukutsu

Sähköposti

Soitto

Käynti toimituksessa

Mielipidekirjoitus/ kirjoitukseen vastaus

Keskustelupalstoille kirjoittaminen

Hyvä tiedote

Tee aiheesta uutinen

Tee aiheesta paikallinen

Lähesty aihetta ihmisen kautta

Tee lyhyt ja ytimekäs otsikko

Kirjoita selkeästi ja lyhyesti

Pituus puolikas A4-liuska

Hyvä mielipidekirjoitus

Perustuu faktoihin, mutta myös omiin mielipiteisiin

Selkeä rakenne: alku, keskikohta, loppu

Oikeakielisyys, tyylihelty

Kirjoita itsesi näkyväksi

MAINOKSET JA PAINOTUOTTEET:

Mainosten ja painotuotteiden tulisi jatkaa yhtenäistä valittua tyylilinjaa. Viirit ja tarrat uudistettu v. 2017.

VISUAALISUUS JA KUVAT

Tuorein logo on ladattavissa Tojk:n nettisivuilla. PP-esityksiä sekä uutiskirjettä varten on tehty seuran värejä mukailevat pohjat. Seuran värit ovat sininen ja valkoinen.

KUVAPANKKI

Seuralla on kuvapankki dropbox-tilillä. Seuratoimijoita rohkaistaan ottamaan kuvia tapahtumista, ja tilaisuuksista ja jakamaan niitä seuran Facebook-sivuilla.

Kaikilta pelaajilta pyydetään kuvauslupa, joka on ladattavissa seuran verkkosivuilta. Jos käytetään internetin kuvapankkeja, muistetaan tarkistaa kuvan käyttöoikeudet.

SOME

Seuralla on ajantasaiset Facebook-sivut, joiden tavoitteena on:

- pitää yhteyttä jäseniin
- jakaa tietoa entistä monipuolisemmin
- saada lisää jäseniä mukaan toimintaan
- yhdistyksen, hankkeiden sisäisen ja/tai ulkoisen viestinnän monipuolistaminen ja tehostaminen
- sisältöjen monipuolisempi ja monimuotoisempi (teksti, kuvat, videot) jakaminen ja levittäminen
- kokemusten ja aineiston monimuotoisempi kerääminen ja dokumentointi
- osallistaminen, vuorovaikutuksellisuuden lisääminen ja palautteen keruu

Lisäksi seuralla on profiili Instagramissa. Sen tavoitteena on:

- sisältöjen monipuolisempi ja monimuotoisempi (teksti, kuvat, videot) jakaminen ja levittäminen
- kokemusten ja aineiston monimuotoisempi kerääminen ja dokumentointi

KRIISIVIESTINTÄ:

Seurassa on varauduttu kriisin mahdollisuuteen ja seurassa on tekeillä kriisiviestintäohjeistus.

Ohjeet tyypillisiä kriisitilanteita varten

- Kuka kommentoi kriisitilanteessa
- Olemme avoimia ja pyrimme vuoropuheluun
- Johdolla on hyvät valmiudet esiintyä median edessä kriisitilanteessa
- Uudet ihmiset perehdytetään kriisiviestintäohjeistoon
- Tarvittavat yhteystiedot ovat ajan tasalla ja heti saatavilla
- Seuran/järjestön perustiedot pähkinänkuoressa
(henkilöstö, organisaatio, säännöt) ovat heti saatavilla
- Kriisitilanteen eteneminen on yhteisesti läpikäyty ja kaikki tietävät kuka kommentoi ja kenelle, kuka lähettää tiedotteen, kuka informoi ja ketä ja miten.
- oman yhteisön perustiedot
- median ja tärkeimpien sidosryhmien yhteystiedot

- viestintäkäytännöt (ketkä saavat antaa lausuntoja ja haastatteluja medialle, miten saadaan annettua ensimmäiset tiedot ja kommentit mahdollisimman nopeasti
- miten järjestetään tiedotustilaisuus, miten annetaan haastatteluja

HOX! Vastuita nimettäessä on muistettava, että organisaation johtoon kuuluvat ovat vastaajia huolimatta siitä, ovatko he olleet jotenkin osallisia tai tietoisia kriisiin johtaneista tapahtumista. Kaikkien valtuutettujen ei kuitenkaan tule antaa kommentteja. Kriisiviestinnän toimintamalleissa on määriteltävä selvästi, kuka toimii puhemiehenä.

SUUNNITELMALLISUUS

Viestintää kannattaa suunnitella samaan aikaan toiminnan suunnittelun kanssa. Asiat voi lyhyestikin kirjata ylös esimerkiksi seuraavia kysymyksiä hyödyntäen:

Tavoitteet - mikä on toiminnan, entä viestinnän tavoitteet?

Sanoma - ydinviesti 1-3 lauseeseen?

Aikataulut - milloin ja millä toimenpiteillä viestitään?

Kohderyhmä - kenet halutaan tavoittaa/ kenet tavoitetaan jo hyvin?

Ohjeistukset - millaista visuaalista linjaa noudatetaan esimerkiksi logojen ja värimaailman suhteen

Vastuut - kuka vastaa sisäisestä, kuka ulkoisesta viestinnästä?

Keinot ja kanavat - missä kaikkialla viestitään, pitäisikö miettiä uusia kanavia?

Arviointi - miten arvioidaan onnistumista? Miten viestintää seurataan?

PAINOPISTEALUEET VUOSITTAIN:

Seuraavalle kaudelle on hyvä linjata yhteinen painopistealue, johon erityisesti halutaan kiinnittää huomiota. Tällaisia voivat olla esimerkiksi:

- panostaminen verkkosivuille
- tunnettuuden lisääminen
- yhtenäisen graafisen ohjeistuksen laatiminen/päivittäminen
- sähköpostin ja sosiaalisen median koulutus
- uusien jäsenien hankkiminen
- Vuosikello