



Parkanon kaupungin
viestintäsuunnitelma



Sisällys

1 Parkanon kaupunki viestijänä – viestinnän tarkoitus ja periaatteet	3
1.1 Parkanon kaupungin strategia	3
1.2 Viestinnän periaatteet ja lainsäädäntö	4
2 Ulkoinen viestintä	6
2.1 Verkkoviestintä	6
2.2 Valmistelu- ja päätösviestintä, kokoustiedottaminen	7
2.3 Sosiaalinen media	8
2.4 Tiedotteet ja tiedotustilaisuudet	9
2.5 Markkinointi ja tapahtumat	10
2.6 Kuntalaisten osallistaminen	10
3 Sisäinen viestintä	12
3.1 Henkilöstöviestinnästä	12
3.2 Sisäinen viestintäkanava intra	12
3.3 Office 365 –paketin työkalut	13
3.4 Muu sisäinen viestintä	14
4 Kriisi- ja häiriötilanne viestintä	15
4.1 Kriisitilanteen viestinnän periaatteet	15
4.2 Viestinnän tilannekuva häiriö- tai kriisitilanteen alussa	15
4.3 Häiriö- tai kriisiviestinnän käynnistyminen ja ilmoitusvelvollisuus	16
4.4 Häiriöiden ja kriisien tasot sekä tilanteen eteneminen	16
4.5 Muistilista häiriö- tai kriisitilanteen viestintäjärjestykseen	18
5 Kaupungin viestinnän organisointi, vastuut ja seuranta	19
5.1 Viestinnän organisointi ja vastuut	19
5.2 Viestinnän seuranta	20

1 Parkanon kaupunki viestijänä – viestinnän tarkoitus ja periaatteet

1.1 Parkanon kaupungin strategia

Parkanon kaupunki toimii kuntalaisia varten, joten kuntalaisille tulee viestiä siitä, miten asioita hoidetaan sekä mahdollistaa osallistuminen kaupungin toimintaan. Parkanon kaupunki viestii kaupungin palveluista ja toiminnasta. Onnistuneella viestinnällä edistetään kaupunkilaisten hyvinvointia ja luodaan edellytykset avoimelle vuorovaikutukselle sekä vaikutusmahdollisuuksille.

Parkanon kaupungin viestintä tukee johtamista ja kehittämistä kaupungin strategian mukaisesti. Parkanon kaupungin vuoteen 2021 ulottuvan strategian yhtenä visiona on, että Parkano on elinvoimaisin keskus Tampereen ja Seinäjoen välillä. Tähän asetettuna tavoitteena on onnistunut markkinointi ja viestintä. Kokonaisuudessaan Parkanon kaupunki haluaa tarjota asukkailleen viihtyisän asuin ympäristön sekä mahdollisuuden vaikuttaa ja osallistua aktiivisesti. Strategian kärkiteemoja ovat elinvoimaisuus, asumisviihtyvyys ja osallisuus, hyvät palvelut sekä taloudellinen kestävyys.

Johdonmukainen viestintä on tärkeä keino tehdä Parkano tunnetuksi ja vahvistaa kaupungin asemaa seudullisesti. Strategiassa on määritelty, että Parkanon tavoitteena on olla houkutteleva paikkakunta, jossa on myönteinen ilmapiiri. Parkanon kaupungin halutaan koettavan palveluistaan huolehtivana, vetovoimaisena ja asukasystävällisenä keskuksena, joka houkuttelee uusia asukkaita ja yrityksiä paikkakunnalle sekä saa täällä asuvat pysymään parkanolaisina sekä tyytyväisinä kotikaupunkiinsa.

Kaupunginhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat. Toimielimet päättävät viestinnästä ja valmistelun julkisuuden toteuttamisesta omissa asiakirjoissaan. Kaupunginhallitus, lautakunnat, kaupunginjohtaja sekä toimialajohtajat huolehtivat, että kaupungin asukkaat ja palvelujen käyttäjät saavat riittävästi tietoja valmisteltavina olevista yleisesti merkittävistä asioista.

Parkanon kaupunki pyrkii viestinnällään tavoittamaan eri sidosryhmät: Yritykset, asukkaat, matkailijat, luottamushenkilöt, kesäasukkaat ja median edustajat. Kaupungin asukkaat ja yhteistyökumppanit ovat keskeistä strategiassa. Heille tarjotaan monipuolista ja luotettavaa tietoa asioista, jotka koskevat kaupungin päätöksiä, toimintaa ja palvelutarjontaa. Asukkailla on oikeus tietää, miten yhteisiä asioita hoidetaan ja miten he voivat osallistua ja vaikuttaa. Markkinoinnista on kaupungilla erillinen suunnitelma, jonka toteutuksesta vastaa markkinointiryhmä.

Onnistunut viestintä tukee koko kaupungin kehitystä, johtamista ja vuorovaikutusta kuntalaisten kanssa. Toimivilla viestintämalleilla lisäämme tietoisuutta eri palveluista, hallinnosta, taloudesta ja kehittämishankkeista sekä innostamme kaupunkilaiset osallistumaan ja vaikuttamaan asioihin.

1.2 Viestinnän periaatteet ja lainsäädäntö

Parkanon kaupunki viestii asiat mahdollisimman objektiivisesti ja monipuolisesti faktoihin perustuen. Tiedottaminen perustuu kaupungin viralliseen kantaan, ja tiedottamisen vastuut on jaettu selkeästi. Tämä Parkanon kaupungin viestintäsuunnitelma koskee kaikkia kaupungin työntekijöitä ja toimialoja, kuntakonsernia sekä luottamushenkilöitä. Kaupungin viestintä lähtee vastaanottajan tarpeista, ja kaupunki viestii selkeällä ja ymmärrettävällä kielellä siten, että myös kaupunkiorganisaatiota ja päätöksentekoa huonosti tunteva henkilö pääsee käsitykseen asioista.

Kunnan viestinnän perustana ovat lainsäädäntö, ohjeet ja suositukset. Perustuslaki, julkisuuslainsäädäntö, kuntalaki sekä hallintolaki säätelevät kunnan viestintävelvollisuutta. Kuntalain (29 §) mukaan:

”Kunnan toiminnasta on tiedotettava asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille. Kunnan tulee antaa riittävästi tietoja kunnan järjestämistä palveluista, taloudesta, kunnassa valmistelussa olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä ja päätösten vaikutuksista. Kunnan on tiedotettava, millä tavoin päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa.

Kunnan on huolehdittava, että toimielinten käsittelyyn tulevien asioiden valmistelusta annetaan esityslistan valmistuttua yleisen tiedonsaannin kannalta tarpeellisia tietoja yleisessä tietoverkossa. Kunnan on verkkoviestinnässään huolehdittava, että salassa pidettäviä tietoja ei viedä yleiseen tietoverkkoon ja että yksityisyyden suoja henkilötietojen käsittelyssä toteutuu.

Viestinnässä on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otettava huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet.”

Saavutettavuusdirektiivi ja sitä seuraava kansallinen lainsäädäntö vaativat viranomaisia tekemään digitaaliset palvelut saavutettaviksi. Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta (306/2019) tuli voimaan 1.4.2019. Sääntelyn tarkoituksena on ohjata kunnan digitaalisten palvelujen kehittämistä ja päivittämistä saavutettavuusvaatimusten mukaiseksi. Lisäksi kunnan viestintää ohjaavat julkisuuslaki, tietosuojalaki, GDPR sekä tekijänoikeuslaki. Huomioon on otettava myös maankäyttö- ja rakennuslaki sekä laki työnantajan ja henkilöstön välisestä yhteistoiminnasta kunnissa. Viestinnän perustehtävä on välittää tietoa kaikista niistä asioista, joista se on tarpeellista. Entistä monimutkaisempi toimintaympäristö haastaa kunnat yhä tiiviimpään vuorovaikutukseen asukkaiden ja muiden toimijoiden kanssa.

Kunnan elinvoimaisuus perustuu kuntalaisten itsehallinnolle ja osallistumiselle, jolloin vuorovaikutus ja tiedon saatavuus ovat osallistumisen edellytys.

Parkanon kaupungin viestintäsuunnitelma pitää sisällään sekä sisäisen että ulkoisen viestinnän. Niin sisäinen kuin ulkoinen viestintä ovat tärkeitä, henkilöstön työssä käyttämiä välineitä. Jotta työntekijät ja luottamushenkilöt kykenevät tiedottamaan oikein, heidän on tunnettava julkiset ja ei-julkiset asiat. Tiedotettaessa valmisteluvaiheessa olevista asioista on otettava huomioon julkisuuslainsäädännön asettamat rajoitteet. Viestinnän ja tiedottamisen osaamista tuetaan järjestämällä henkilöstölle tarpeen mukaan koulutusta lainsäädännön kehittyessä.

Tämän viestintäsuunnitelman tarkoitus on koota yhteen Parkanon kaupungin viestinnän välineet sekä niitä koskevat periaatteet ja näin ollen selkiyttää kaupungin viestintää ja vastuita. Tämä suunnitelma on ohje henkilökunnalle sekä myös kuntalaisten näkökulmasta tärkeää infoa sisältävä.

Parkanon kaupungin viestintäkanavat ja -tavat kohderyhmittäin:

Ulkoiset kohderyhmät	Kanavat
Kuntalaiset	Kokoustiedottaminen, verkkosivustot, kuntalaistiedotteet, asukastilaisuudet, paikallismedia, sosiaalinen media, suorat kontaktit
Järjestöt ja seurat	Järjestö- ja seuratapaamiset, infokirjeet, suorat kontaktit
Paikalliset yritykset	Kehitys-Parkki, suorat kontaktit, kokoustiedottaminen, verkkosivusto, yritystapaamiset, sosiaalinen media, Parkanon Yrittäjät
Yhteistyökumppanit	Suorat kontaktit, verkkosivusto, yritystapaamiset
Matkailijat / mökkiläiset	Verkkosivusto, sosiaalinen media, Koti Parkanoon, markkinointimateriaalit, kesätapahtumat
Media	Lehdistötiedotteet, -tilaisuudet, haastattelut, sosiaalinen media
Potentiaaliset uudet asukkaat ja matkailijat	Verkkosivusto, markkinointimateriaalit, messut, mainonta, asiakastapaamiset, sosiaalinen media

Sisäiset kohderyhmät	Kanavat
Henkilöstö	Intranet, sähköposti, henkilöstöinfot, toimialakokoukset, kehityskeskustelut
Luottamushenkilöt	Kokoustiedottaminen (esityslistat, pöytäkirjat), verkkosivusto, sähköposti, kokoukset, asukastilaisuudet

2 Ulkoinen viestintä

2.1 Verkkoviestintä

Verkkosivut ovat keskeisin kaupungin viestinnän väline. Verkkosivut palvelevat suoraan muun muassa asukkaita ja mediaa kuin myös kaupunkikonsernin työntekijöitä. Kaikessa viestinnässä on kuitenkin otettava huomioon, että tiedon kulku ja palvelut eivät saa olla yksinomaan verkkoviestinnän varassa, jotta myös verkkoyhteyksiä vailla olevat saavat tarvitsemansa tiedot ja palvelut.

Parkanon kaupunki käyttää tai on esillä seuraavilla verkkosivustoilla, joista kullakin on oma tarkoituksensa ja kohderyhmänsä:

- www.parkano.fi
 - kaupungin pääverkkosivusto, jonka päätavoitteena on antaa tietoa kaupungin toiminnasta ja palveluista sekä toimia kaupungin pääviestintäkanavana.
 - Päivittämisvastuu jaettu kaupungin henkilökunnan kesken.
- www.parkanoon.fi
 - Parkanon kaupungin oma markkinointisivusto, jolla esitellään kaupungin mahdollisuuksia ja palvelutarjontaa sekä mahdollisille uusille että nykyisille asukkaille.
 - Päivittämisestä vastaa kaupungin tiedottaja ja markkinointiryhmän puheenjohtaja.
- www.visitparkano.fi
 - Parkanon virallinen matkailusivusto on matkailijoille suunnattu sivusto, jonka päätavoitteena on kertoa kaupungin matkailutarjonnasta ja houkutella matkailijoita kaupunkiin käyttämään matkailupalveluita.
 - Parkanon matkailu ry verkkosivu
- www.kehitysparkki.fi
 - Kehitys-Parkki Oy on Parkanon kaupungin ja Kihniön kunnan omistama elinkeinoyhtiö, joka tarjoaa alueen yrittäjille neuvontapalveluja, verkostoja ja yritystapahtumia. Verkkosivuilta löytyy infoa yritystoimintaan liittyen, oli kyseessä sitten aloittava tai kasvua ja kehitystä tavoitteleva yritys.

Kaupungin verkkosivut ovat organisaation käyntikortti ja kuntalaisten näkökulmasta tärkein tiedotuskanava. Kaupungin nettisivut tarjoavat kuntalaisille ajankohtaista ja ajan tasalla olevaa tietoa, minkä vuoksi uuden tiedon päivittäminen ja vanhentuneen tiedon poistaminen on toteuduttava mahdollis-

simman ajantasaisesti. Kaupungin palveluista pyritään tiedottamaan kattavasti niin, että tieto on ymmärrettävää ja kaikkien saatavilla. Tiedotusvälineissä tiedotettavat asiat tulee löytyä myös kaupungin kotisivuilta.

Kaupungin internet-sivuilla kuntalainen voi etsiä tietoa haluamistaan palveluista, antaa palautetta ja ottaa kantaa sekä vaikuttaa Parkanon kehittämiseen, seurata päätöksentekoa esityslistoilta ja pöytäkirjoista sekä katsoa valtuuston kokoukset suorana tai myöhemmin tallenteelta kaupungin YouTube-kanavalta.

Kaupungin verkkosivuja ylläpitää ryhmä, joka koostuu eri toimialojen työntekijöistä.

2.2 Valmistelu- ja päätösviestintä, kokoustiedottaminen

Parkanon kaupungin eri lautakuntien, kaupunginhallituksen ja -valtuuston esityslistat ja pöytäkirjat julkaistaan kaupungin internetsivuilla. Lisäksi pöytäkirjat ovat nähtävillä kaupunginvirastolla toimielinkohtaisesti päätetyn mukaisesti. Toimialajohtajat tiedottavat mediaa kokousten jälkeen tarpeen mukaan vastaamansa toimielimen osalta.

Valtuuston, kaupunginhallituksen ja alla mainittujen lautakuntien sekä muiden toimielinten pöytäkirjat niihin liitettyine oikaisuvaatimusohjeineen tai valitusosoituksineen pidetään Kuntalain 140 §:n mukaan tarkastamisen jälkeen nähtävänä kaupungin verkkosivuilla, jollei salassapitoa koskevista säännöksistä muuta johdu.

Pöytäkirja tarkastetaan toimielimen kokouksessa ja pöytäkirja on yleisessä tietoverkossa nähtävillä kokouksen jälkeisenä päivänä. Poikkeuksena perusturvalautakunta, elinvoimatoimikunta, tarkastuslautakunta ja henkilöstöjaosto, joiden pöytäkirjat tarkastetaan kokouksen jälkeisenä päivänä ja julkaistaan yleisessä tietoverkossa tarkastamisen jälkeen.

Pöytäkirjat ovat nähtävillä yleisessä tietoverkossa kaksi vuotta julkaisupäivästä. Esityslistat (kokouskutsut) näkyvät yleisessä tietoverkossa pöytäkirjan julkaisuun saakka.

Viranhaltijoiden tekemät muutoksenhakukelpoiset päätökset julkaistaan yleisessä tietoverkossa päätöksen allekirjoittamisen jälkeisenä päivänä. Rakennuslupapäätökset annetaan julkipanon jälkeen, mistä ilmoitetaan kaupungin ilmoitustaululla.

Kaupungin kuulutukset ja muut ilmoitukset julkaistaan kaupungin ilmoitustaululla, paikallislehdessä sekä kotisivuilla.

- Ilmoitustaulut löytyvät Parkanon kaupungintalolta sekä kirjastosta.
- Internet-sivut www.parkano.fi
- Paikallislehtenä toimii Ylä-Satakunta -sanomalehti.

Kaikista päätöksistä tiedotetaan hallintolain mukaisesti joko kuuluttamalla tai lähettämällä ote päätöksestä asianosaiselle. Asioiden ja prosessien tullessa valmisteille, kuntalaisille on annettava mahdollisuus kertoa mielipiteensä. Vuonna 2015 voimaan tullessa uudessa kuntalaissa on huomioitu kuntalaisten osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuudet, joita ovat mm. keskustelu- ja kuulemistilaisuudet sekä asukkaiden mielipiteiden selvittäminen ennen päätöksentekoa. Lisäksi voidaan järjestää mahdollisuuksia osallistua talouden suunnitteluun sekä palveluiden kehittämiseen.

Vaikuttamistoimieliminä Parkanon kaupungissa toimivat nuorisovaltuusto, vanhusneuvosto sekä vammaisneuvosto. Kuntalaisilla on myös aloiteoikeus kunnan toimintaa koskevissa asioissa. Aloitteen tekijälle on ilmoitettava aloitteen johdosta suoritettavat toimenpiteet, ja aloitteet on saatettava valtuuston tietoon vähintään kerran vuodessa.

2.3 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media on nykypäivänä hyvin keskeinen viestintäväline myös julkishallinnon organisaatioille. Parkanon kaupunki on aktiivinen useissa sosiaalisen median kanavissa. Sosiaalisen median kanavista vastaa pääasiassa kaupungin tiedottaja.

Parkanon kaupungilla on käytössään seuraavat sosiaalisen median kanavat:

- Facebook: [Parkanon kaupunki - City of Parkano](#)
- Kaupungin vapaa-aikapalvelujen omat Facebook-sivut: [Parkanon vapaa-aikapalvelut](#)
- Instagram: [@parkanon_kaupunki](#)
- Twitter: [@ParkanoKaupunki](#)
- YouTube-kanava (valtuuston kokousten striimaus): [Parkanon kaupunki](#)

Sosiaalinen media on tänä päivänä selkeä osa kaupungin viestintää. Sosiaalinen media on myös nopein tapa viestiä ja jakaa tietoa. Kaupungin viestinnässä sosiaalisen median välineitä hyödynnetään muun muassa markkinoinnissa, tiedottamisessa, tiedonjakamisessa, palveluiden tunnetuksi tekemisessä, palautteen keräämisessä ja vastaanottamisessa sekä osallisuuden edistämässä.

Kaupungille on tärkeää tuoda some-viestinnällä esiin monipuolisesti Parkanon aktiivisuutta, vireyttä ja elinvoimaa. Some-päivityksen tekoa arvioidaan siitä näkökulmasta, tuoko asian julkaisu esiin jotain uutta, erityisen merkittävää ja mielenkiintoista ja se tukeeko se kaupungin strategiaa, imagoa ja brändiä. Sosiaalisen median kanavat eivät ole virallisen asioinnin välineitä ja se tulee tuoda palveluissa selkeästi esille.

Kaupungin henkilöstö sosiaalisessa mediassa

Sosiaalisen median viestintäkulttuuri poikkeaa olennaisesti totutusta asiakirjallisesta valmistelusta ja päätöksenteosta. Koska sosiaalinen media on alun perin kehittynyt yksityishenkilöiden viestinnän ja vuorovaikutuksen kanavaksi, sen soveltaminen virka/työtehtäviin vaatii harkintaa erityisesti viranhaltijan/työntekijän yksityisen ja toisaalta työroolin linjauksista. Esimerkiksi miten kussakin asiayhteydessä erotetaan se, milloin henkilö esiintyy yksityishenkilönä ja milloin työnsä puolesta.

Kaupunki suhtautuu kuitenkin myönteisesti oman henkilöstönsä työhön liittyvään läsnäoloon sosiaalisessa mediassa. Sosiaalinen media tarjoaa hyvän kanavan asiantuntijavuorovaikutukselle ja kaupungin asiantuntijuuden esille tuomiselle. Henkilöstön positiivinen läsnäolo sosiaalisessa mediassa on myös yksi tapa luoda positiivista mielikuvaa kaupungista ja kaupunkiorganisaatiosta.

Kaupunkikonsernin henkilöstön on kuitenkin huolehdittava siitä, ettei yksityinen esiintyminen sosiaalisessa mediassa anna mielikuvaa siitä, että kyseessä olisi organisaation virallinen tiedotustoiminta tai virallinen kanta. Toisaalta silloin, kun viranhaltija/työntekijä toimii kaupunkikonsernin edustajana, on hänen verkkopuheenvuorojaan voitava pitää kaupungin/toimialan/yhtiön virallisena kantana.

Toimittaessa sosiaalisessa mediassa kaupunkikonsernin edustajien tulee noudattaa samoja toimintatapoja ja harkintaa kuin muussakin viestinnässä muun muassa tietojen julkisuuden suhteen. Viestinnän tyylin tulee puolestaan noudattaa kyseessä olevan sosiaalisen median yhteisön viestinnän tapaa ja tyyliä.

2.4 Tiedotteet ja tiedotustilaisuudet

Lehdistötiedote voidaan tehdä aiheesta, jolla on uutisarvoa ja joka kiinnostaa asukkaita. Selkeä tiedote on usein käyttökelpoisin ja tehokkain tapa saattaa asia tiedotusvälineiden ja kuntalaisten tietoon. Tiedotteen tulee olla myönteinen ja informatiivinen. Keskushallinto ylläpitää keskitetysti listaa tiedotusvälineistä, joille tiedotteet toimitetaan. Kaikki kaupungin tiedotteet julkaistaan myös kaupungin verkkosivuilla. Asiat, jotka koskevat laajasti henkilökuntaa, julkaistaan kaupungin intranetissä.

Tiedotustilaisuus järjestetään vain, kun kyseessä on merkittävä ja laajasti mielenkiintoa ja huomiota herättävä asia, josta joukkoviestimien uskotaan tekevän runsaasti kysymyksiä. Tiedotustilaisuuskäytännöistä sovitaan tapauskohtaisesti, ja kutsussa on hyvä mainita tilaisuuden aika, paikka, aihe sekä asiaa esittelevien henkilöiden nimet. Tiedotustilaisuudet pidetään aikataulullisesti siten, että tiedotusvälineiden edustajien on mahdollista päästä paikalle. Kriisitilanteissa tiedotustilaisuus on kuitenkin järjestettävä tilanteen mahdollistamissa raameissa mahdollisimman nopeasti, myös viikonloppuisin. Kriisitilanteista ohjeistetaan enemmän kaupungin valmiussuunnitelmassa.

2.5 Markkinointi ja tapahtumat

Kaupunkimarkkinoinnin tavoite on luoda tunnettavuutta ja tuoda matkailijoita, asukkaita, opiskelijoita sekä yrityksiä alueelle käyttämään palveluja. Parkanon kaupungin markkinoinnin tavoite on luoda sekä vahvistaa kaupunkistrategian mukaista kaupunki-imagoa. Ydintehtävä on toteuttaa kaupungin tavoitteiden mukaista erottuvaa markkinointiviestintää, joka luo positiivista mielikuvaa kaupungista.

Markkinointi ja viestintä kulkevat käsi kädessä ja markkinointia tehdään myös viestinnän keinoin. Markkinointiviestintä tukee kaupungin perusviestien levitystä eri kohderyhmille mm. jatkuvana someviestintänä ja erillisinä kampanjoina. Kampanjat toteutetaan yleensä markkinointityöryhmän johdolla. Kampanjoilla on omat myynnilliset tai saavutettavuustavoitteensa. Toimialojen kampanjat tai toimenpiteet toteutetaan yhteistyössä toimialojen kanssa. Markkinoinnissa on tavoitteena toteuttaa yhteisiä tapahtuma- ja näkyvyyskokonaisuuksia.

Myös yhtenäinen graafinen ilme on kunnille tärkeä imagotekijä ja viestinnän työkalu. Yhtenäisellä visuaalisella ilmeellä tehostetaan viestinnän vaikutusta ja positiivisen kaupunkikuvan syntymistä. Parkanon kaupungilla on käytössään yhtenäiset asiakirjapohjat sekä tunnistettava liekkilogo. Aineisto on saatavilla henkilöstön työkäyttöön kaupungin intrassa.

Parkanon kaupungin markkinoinnista vastaa markkinointityöryhmä, joka toimii markkinointiin varatun budjetin asettamissa raameissa. Markkinointityöryhmä valmistelee säännöllisesti myös markkinointisuunnitelman.

2.6 Kuntalaisten osallistaminen

Uusi kuntalaki painottaa entistä enemmän kuntalaisten osallistumista ja vaikuttamista asioiden valmisteluun ja kunnan toimintaan. Kuntalaisten osallistaminen täydentää edustuksellista demokratiaa

ja julkista palvelutuotantoa. Tavoitteena on saada kuntalaisten aktiivisuus ja osaaminen käyttöön yhteiseksi hyväksi, sillä kunnan asiantuntijoiden ja kuntalaisten vuorovaikutus varmistaa päätösten laadun. Osallistumisen edellytyksenä on aktiivinen viestintä asioista, joita valmistellaan ja joihin voi vaikuttaa. Osallistuminen vaatii aikaa ja työtä valmisteluvaiheessa, mutta sujuvoittaa päätöksentekoa ja vähentää aikaa vieviä valitusprosesseja. Jokaisen kunnan työntekijän, asiantuntijan, virkamiehen ja johtajan vastuulla on mahdollistaa kuntalaisten ja sidosryhmien osallistuminen valmisteltaviin asioihin ja toiminnan kehittämiseen.

Kuntalain 22 §:n mukaan kuntalaisten osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksia voidaan lisätä esimerkiksi:

- 1. järjestämällä keskustelu- ja kuulemistilaisuuksia sekä kuntalaisraateja;*
- 2. selvittämällä asukkaiden mielipiteitä ennen päätöksentekoa;*
- 3. valitsemalla palvelujen käyttäjien edustajia kunnan toimielimiin;*
- 4. järjestämällä mahdollisuuksia osallistua kunnan talouden suunnitteluun;*
- 5. suunnitteleamalla ja kehittämällä palveluja yhdessä palvelujen käyttäjien kanssa;*
- 6. tukemalla asukkaiden, järjestöjen ja muiden yhteisöjen oma-aloitteista asioiden suunnittelua ja valmistelua.*

Parkanon kaupungilla kuntalaisten osallistamista viestinnän keinoin pyritään toteuttamaan seuraavilla tavoilla:

- Valtuuston vuosittainen torikokous, kuntalaisten kyselytunti
- Asukastyytyväisyyskyselyt
- Kuntalaisaloitteet
- Järjestö- ja seurataapaamiset
- Aktiivinen tiedottaminen
- Sosiaalinen media
- Palautteen käsittely ja reagointi
- Elinkeinotoimintaan liittyvät info- ja keskustelutilaisuudet
- Kaupungin edustus kaupunkilaisten tavattavissa eri tapahtumissa

3 Sisäinen viestintä

3.1 Henkilöstöviestinnästä

Osaamista, johtamista, työkykyä, työolosuhteita ja töiden sisältöä voidaan kehittää vain yhteistyössä henkilöstön kanssa. Hyvä organisaatiokulttuuri rohkaisee keskusteluun sekä työyhteisön sisällä, että sidosryhmien kanssa. Oma henkilökunta välittää tehokkaasti tietoa kunnan asioista organisaation ulkopuolelle. Organisaation maineen tai brändin rakentaminen lähtee aina liikkeelle hyvästä sisäisestä tiedonkulusta. Myönteinen työnantajamaine vaikuttaa siihen, saadaanko kuntiin tulevaisuudessa osaavia työntekijöitä.

Kunnan visio, strategia ja tavoitteet toteutuvat käytännössä vasta arkisessa työssä. Hyvin hoidettu henkilöstöviestintä on välttämätöntä tulokselliselle toiminnalle ja työelämän laadun kehittämiseksi. Talousarvioon, kuntasuunnitelmaan tai niiden muutoksiin sisältyvistä, henkilöstön asemaan olennaisesti vaikuttavista asioista on tiedotettava.

Nykyaikainen teknologia luo uusia mahdollisuuksia henkilöstöviestintään ja mahdollistaa organisaatiokulttuurin kehittymisen avoimemmaksi ja vuorovaikutteisemmaksi. Sisäisen viestinnän onnistuminen on kuitenkin ennen kaikkea kiinni organisaatiokulttuurista. Henkilöstöviestintä voi olla suullista, kirjallista tai verkkoviestintää. Keinoja ovat mm. kehityskeskustelut, työnohjaus, palaute työstä, tiimityö, perehdyttäminen, työpaikka- ja henkilöstökokoukset, tiedotteet, henkilöstölehdet, sähköpostiviestit ja intranetit. Eri välineiden käytölle on syytä olla yhteiset pelisäännöt.

3.2 Sisäinen viestintäkanava intra

Parkanon kaupungin keskeisin sisäisen viestinnän kanava on koko kaupunkiorganisaation yhteinen intranet Pakki, joka otettiin käyttöön tammikuussa 2020. Pakissa julkaistaan niin henkilöstölle tärkeitä tiedotteita ja ajankohtaisia asioita kaupungilla, kuin myös palvelussuhteeseen ja työntekoon liittyviä tärkeitä ohjeistuksia ja aineistoa.

Kaupungin intranet on Sharepoint-pohjainen ja näin ollen työntekijöiden käytössä millä tahansa tietokoneella tai mobiililaitteella omilla tunnuksilla. Intrasta on tarkoitus muodostaa luotettava, dynaaminen ja ajantasainen tiedonvälityskanava. Ajantasaisuuden takaamiseksi jokaisella kaupungin työntekijällä on vastuu virheellisten ja vanhojen tietojen poistamisesta tai päivityspyynnön lähettämisestä intran päivittämisestä vastaavalle. Päivittäjien yhteystiedot löytyvät intrasta.

Jokaisella tietokonetta käyttävällä on velvollisuus lukea intran tiedotteita säännöllisesti. Intranetin kautta tiedotetaan henkilökunnalle asioista, joista aiemmin lähetettiin sähköposti tai muu vastaava tiedote. Intranetillä tavoitetaan samanaikaisesti lähes koko kaupungin henkilöstö. Intran käyttöön-oton yhteydessä on varmistettu, että jokaisella kaupungin työntekijällä on vähintään mobiililaitte käytössään, joten jokaisen työntekijän pääsy kaupungin intraan on turvattu.

Kaupungin intranetin sisällöllisestä ja teknisestä kehittämisestä vastaa kaupungin tietohallinto yhdessä kaupungin intran päivittäjäryhmän sekä johtoryhmän kanssa. Toimialat vastaavat omalta osaltaan intranetin päivityksestä.

3.3 Office 365 –paketin työkalut

Parkanon kaupungilla on käytössä Office 365-palvelu, joka on Microsoftin pilvipalvelu. Palvelun kautta kaupungin työntekijöillä on käytössä Officen perustyökalut eli Office-sovellukset, sähköposti- ja kalenteritoiminnot, helppo tiedostojen tallennuksen ja jakamisen työkalu sekä tiimityövälineet. Palvelu mahdollistaa yhä enemmän myös etätöiden tekemisen kaupungin työntekijöille.

Parkanon kaupungin työntekijät hyödyntävät ensisijaisesti O365-paketin ohjelmia seuraavanlaisesti:

- **Word, Excel, PowerPoint** – yleisimmät toimisto-ohjelmistot
 - asiakirjavalmistelu, taulukot, esitykset yms.
- **Outlook** – sähköposti, kalenteri ja yhteystiedot
- **SharePoint ja Onedrive for Business** – tiedostot työssä ja intranet
 - Sisäinen viestintä, ajankohtiasiat ja asiasisällöt, dokumenttienhallinta
 - Onedrive avulla voi tallentaa ja suojata tiedostoja, jakaa niitä muiden kanssa ja käyttää niitä missä tahansa kaikissa laitteissa.
- **Teams, Yammer ja Kaizala** – Ryhmätyö ja keskustelualustat;
 - Ryhmätyö sisäisesti ja sidosryhmien kanssa, verkostoituminen, keskustelukanavat
- **OneNote** – Muistiinpanot

Kaupungin työntekijöille, jotka hyödyntävät työssään aktiivisesti O365-paketin ohjelmia, järjestetään kevään 2020 aikana käyttökoulutusta paketin tehokkaan hyödyntämisen varmistamiseksi. Samalla ohjeistetaan linjaukset siitä, mitä tietoja pilvipalveluihin saa viedä ja miten tietoja käsitellään.

3.4 Muu sisäinen viestintä

Työpaikkakokoukset, ilmoitustaulut, tiedotteet, kehityskeskustelut sekä uusien työntekijöiden perehdyttäminen ovat osa sisäistä viestintää. Koko henkilöstöä koskeva tiedottaminen tapahtuu sähköisesti henkilöstön intrassa. Sujuvan arkiviestinnän edellytyksenä on, että sekä puheluihin että sähköpostiviesteihin reagoidaan nopealla aikataululla. Erytysuomiota tulee kiinnittää siihen, että työntekijän poissa ollessa sähköpostissa ja puheluisissa on tieto poissaolosta, paluusta sekä mahdollisesta sijaisesta. Toimialat huolehtivat esityslistojen, sääntöjen, ohjeiden, tiedotteiden ja pöytäkirjojen esilläolosta tiedonkulun takaamiseksi.

Kaupungin hallinto ylläpitää ajantasaista puhelinluetteloja kaupungin verkkosivuilla. Tämä helpottaa tiedonkulkua ja saavutettavuutta. Puhelin on tärkeä väline henkilöstöä tavoiteltaessa, ja sen käytön tulee olla lakien, ohjeiden ja hyvän tavan mukaista. Kaupungin työntekijää tavoittelevaa on pyrittävä palvelemaan mahdollisimman nopeasti. Parkanon kaupungilla on käytössään Telian vaihdepalvelu, johon puhelut ohjautuvat tarvittaessa. Pääasiassa vaihteesta vastaa kuitenkin kaupungintalon neuvonta. Työnantajan tarjoama puhelin on ensisijaisesti vain työkäyttöä varten.

Sähköpostiviestintä on yksi keskeinen sisäisen viestinnän väline. Intran käyttöönoton jälkeen sähköpostiviestintä koko henkilöstöä koskettavista asioista on loppunut, mutta edelleen sähköposti on viestinnän väline, jota käytetään yhdelle henkilölle tai pienelle joukolle suunnattuun sekä ulkoiseen viestintään. Sähköpostiviesteissä noudatetaan kirjesalaisuutta, yksityisyyden suojaa ja hyvää hallintomenettelyä. Tietoturvan turvaamiseksi salassa pidettävien asiakirjojen ja tietojen lähettämistä sähköpostitse tulee välttää tai lähettää viesti suojattuna sähköpostina. Suojatun sähköpostin lähettämiseksi ja avaamiseksi saa ohjeet tietohallinnosta.

Sähköpostin lähettäjällä on aina vastuu viestin perille menosta, luettavuudesta ja muista seikoista, kunnes on saanut tiedon viestin onnistuneesta perille menosta. Esimies huolehtii siitä, että sähköpostitse lähetetyt viestit saavuttavat myös ne työntekijät, joilla ei ole omaa sähköpostia.

4 Kriisi- ja häiriötilanne viestintä

4.1 Kriisitilanteen viestinnän periaatteet

Myös kriisitilanteissa kaupungin tulee noudattaa julkisuuslain (1999/621) ja hallintolain (2003/434) vaatimuksia avoimuudesta ja kansalaisten tiedonsaantioikeudesta sekä muita hyvän hallinnon periaatteita. Häiriö- ja kriisitilanteissa kaupunki tehostaa viestintää tilanteen ja tarpeen mukaan sekä viestii avoimesti, vuorovaikutteisesti, rehellisesti, luotettavasti ja arvostavalla tavalla.

Häiriö- ja kriisitilanteissa kansalaisten sekä erilaisten sidosryhmien tiedon- ja turvallisuudentarve kasvavat oleellisesti. Kriisitilanteessa toimivaltainen viranomainen johtaa operatiivista toimintaa ja vastaa myös sen viestinnästä. Kaupunki pyrkii parhaansa mukaan kriisitilanteessa vastaamaan kaupunkilaisten tarpeisiin tarjoamalla luotettavaa ja ajantasaista tietoa oikea-aikaisesti sekä eri kanavissa ja verkostoissa. Kaupungin viestintä tukee viranomaisviestintää ja välittää edelleen viranomaisen viestejä, tekee omaa palveluviestintää sekä pyrkii luomaan ja rakentamaan uutta luottamusta, turvallisuudentunnetta sekä toivoa viestinnän keinoin.

Nopea sisäinen ja ulkoinen tiedonkulku on kriisitilanteessa välttämätöntä. Erilaisten häiriötilanteiden ja kriisien viestinnässä kaupunki noudattaa matalan kynnyksen periaatetta johdon ja muiden osallisten välillä. Hyvä kriisiviestintä perustuu viestinnän aktiiviseen koordinaatioon ja johtamiseen. Riippumatta häiriön tai kriisin luonteesta tai vakavuudesta koko kaupunkiorganisaatiossa varmistetaan, että viestintä toimii häiriön tai kriisin aikana tiiviissä yhteistyössä kaupungin tai toimialan johdon ja turvallisuustehtävissä toimivien kanssa. Ilman ajantasaista tiedonsaantia ja tilannekuvaa viestinnän toimijat eivät pysty toimimaan.

Kaupunki tekee viestintäyhteistyötä sekä sisäisesti (henkilöstö, toimialat ja koko kaupunkiorganisaatio sekä -konserni) että viranomaisten (poliisi, pelastuslaitos, puolustusvoimat ym.) ja muiden tarvittavien sidosryhmien kanssa. Yhteistyö parantaa oleellisesti tilanteen hallintaa sekä viestintää.

4.2 Viestinnän tilannekuva häiriö- tai kriisitilanteen alussa

Häiriö- tai kriisitilanteen ilmettyä toimialan viestintävastaava muodostaa ymmärryksen tapahtuneesta, tilanteeseen vaikuttaneista olosuhteista sekä tapahtumien mahdollisista kehitysvaihtoehdoista, eli tilannetietoisuuden. Viestintävastaava rakentaa aktiivisesti tilannekuvaa ja ottaa itse yhteyttä häiriön tai kriisin muihin osallisiin, jotta ajantasaiset tilannetiedot ovat viestinnän käytössä. Tilannetietoisuus muodostetaan kaikkien saatujen tietojen ja tilannekuvien perusteella yhteistyössä tilanteeseen liittyvien oleellisten tahojen kanssa. Toimialan viestinnästä vastaava käyttää tässä ohjeessa olevaa luokittelua ja prosessikaaviota viestintätarpeiden arviointiin ja tekee toimialajohtajan

kanssa päätöksen tehostetusta viestinnästä ja kriisiviestinnästä. Viestinnän tilannetietoisuuden perusteella viestintävastaava tekee päätöksen siitä, käynnistetäänkö tehostettu viestintä, häiriöviestintä tai kriisiviestintä.

4.3 Häiriö- tai kriisiviestinnän käynnistyminen ja ilmoitusvelvollisuus

Toimialajohtaja päättää tehostetun viestinnän, häiriöviestinnän ja kriisiviestinnän käynnistämisestä yhdessä toimialan viestinnästä vastaavan kanssa. Toimialan johdolla ja viestinnästä vastaavalla on velvollisuus ilmoittaa tilanteesta välittömästi valmiuspäällikölle (kaupunginsihteerille) ja kaupunginjohtajalle.

Kaupunkitason häiriö- tai kriisiviestinnän käynnistämisestä ja/tai viestinnän koordinaatiovastuun siirtämisestä hallinnon tukipalveluihin päättää kaupunginjohtaja yhdessä toimialajohtajan ja valmiuspäällikön kanssa.

Kriisitilanteen viestinnän periaatteena on nopea ja luotettava tiedonvälitys. Käytännössä punnitaan, että:

- käynnistetäänkö kriisiviestintä?
- kenelle kaikille ensitietoa viestitään? (=kyseisen kriisin ydinryhmä)
- millä aikataululla viestinnässä edetään millekin kohderyhmälle?
- mitä kanavia ja foorumeita käytetään?
- mihin tiedotuskeskus perustetaan?
- mitä kerrotaan hallinnon tukipalvelujen viestintäväelle sekä kaupungin muulle viestintäväelle ja milloin?
- mitä kerrotaan muulle henkilöstölle ja milloin?
- aloitetaanko ulkoinen viestintä ja/tai mediaviestintä ja missä kanavissa ja foorumeilla?

4.4 Häiriöiden ja kriisien tasot sekä tilanteen eteneminen

Viestinnässä käytetään häiriöiden ja kriisien luokittelua asteikolla 1-4.

4. PUNAINEN KRIISI

- Erittäin vakava ja erittäin kiireellinen, häiriötilanteen johtoryhmä heti koolle
- Hallinnon tukipalvelujen viestintä koordinoi aina

3. KELTAINEN HÄIRIÖ

- Vakava häiriö
- Viestinnän koordinoinnista sovitaan tapauskohtaisesti

2. SININEN HÄIRIÖ

- Normaalityöitä enemmän viestintää vaativa tilanne
- Viestintä toimialalla

1. VIHREÄ NORMAALITILANNE:

- Kriisitilanne ohi, paluu normaaliin viestintäjärjestykseen
- Viestintä toimialalla

Häiriö- tai kriisiviestintätilanne alkaa:

Ensitieto

- Ensitieto häiriöstä tai kriisistä: ilmoita omalle esimiehelle, esimies ilmoittaa johdolle ja valmiuspäällikölle (kaupunginsihteerille)

Ensimmäinen tilannekuva

- Ensimmäinen tilannekuva alkuorganisaatiossa: määrittely kriisiportaiden mukaan
- Jos koskee vain yhtä toimialaa, viestintä hoidetaan toimialalla. Tieto valmiuspäällikölle (kaupunginsihteerille).

Ilmoitusvelvollisuus

- Kun häiriö tai kriisi on vakava tai koskee kahta tai useampaa toimialaa, toimialan johdolla ja viestintävastaavalla on velvollisuus ilmoittaa välittömästi tilanteesta valmiuspäällikölle (kaupunginsihteerille) ja kaupunginjohtajalle.

Kun häiriö- tai kriisitilanteen viestintä siirtyy hallinnon tukipalvelujen viestinnän koordinoitavaksi:

Tilannekuva

- Tilannekuvan määrittely hallinnon tukipalveluissa: johto, turvallisuus/valmius ja viestintä
- Tilannetiedon jakelu: ketkä tarvitsevat tilannetiedon
- Viestinnän tilannekuvan määrittely: kriisin toimijat, sanoitus, kuvat

Organisaatio ja ensiviestit

- Kriisiorganisaation ja kriisiviestinnän organisaation kokoaminen
- Viestintäsuunnitelman ensiaskeleet
- Ensimmäiset sisäiset viestit kaikille tarvittaville sisäisille tahoille

Ensiviesti ulos

- Ensiviesti nopeasti ulos: varmistettu tieto tai viesti siitä, että asia on tiedossa, sitä tutkitaan ja siitä tiedotetaan

Viestintä jatkuu tilanteen ja tarpeen mukaan:

Seuraava tilannekuva

- Mikä on jatkoviestinnän tarve? Jatkuva tilannekuvan päivitys

Seuraavat viestit

- Tarvittavaa viestintää kriisitilanteen viestintäjärjestyksen mukaan

Seuranta

- Tilanneseuranta yhdessä johdon ja turvallisuus- ja/tai valmiusvastaavien kanssa

Kun häiriö- tai kriisitilanne päättyy ja jälkihoito alkaa:

Tilannekuva

- Tilannekuvan ylläpito ja analyysi
- Määritellään viestintätarve ja päivitetään viestintäsuunnitelmaa
- Sovitaan viestinnän koordinoinnin palauttamisesta toimialalle

Viimeiset viestit

- Viimeiset sisäiset ja ulkoiset viestit

Seuranta

- Sovitaan tilanteen seurannasta sekä jälkipuinnista

4.5 Muistilista häiriö- tai kriisitilanteen viestintäjärjestykseen

1. Tilanelokin aloittaminen
2. Sisäisen viestinnän aloittaminen
 - a) suora tieto johdolle ja tarvittavalle henkilökunnalle
 - b) kriisiviestintäryhmän kokoaminen
 - c) tilanteen kriisiviestintäryhmän kanavista sopiminen sekä käyttöönotto
 - d) Pakki-intranetin poikkeustiedote
 - e) tieto kaupungin puhelinvaihteeseen
 - f) tieto tarvittaviin kaupungin neuvontanumeroihin: esim. sosiaalipäivystys, terveyskeskus, yritysneuvonta, yhteispalvelupiste
3. Ensitieto sosiaaliseen mediaan: Facebook
4. Tieto www.parkano.fi sivulle
5. Tieto medialle (Aamulehti, Ylä-Satakunta)
6. Mediaseurannan perustaminen (tiedottaja)
7. Mahdollisen tiedotustilaisuuden järjestäminen
8. Muut mahdolliset toimet, esim. symbolisen eleen järjestäminen: liputus, kynttiläosanotto tms.
9. Jälkihoidon viestintä
10. Häiriö- tai kriisitilanteen palaute, arviointi sekä kehittäminen

5 Kaupungin viestinnän organisointi, vastuut ja seuranta

5.1 Viestinnän organisointi ja vastuut

Kaupunkikonsernin viestintää johtaa ja valvoo kaupunginhallitus. Parkanon kaupungin hallintosäännön 6 §:n mukaisesti kaupunginhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat. Toimielimet päättävät viestinnästä ja valmistelun julkisuuden toteuttamisesta omissa asiakirjoissaan.

Kaupunginhallitus, lautakunnat, kaupunginjohtaja sekä toimialajohtajat huolehtivat, että kaupungin asukkaat ja palvelujen käyttäjät saavat riittävästi tietoja valmisteltavina olevista yleisesti merkittävistä asioista. Kaupungin viran- ja toimenhaltijat hoitavat kaupungin viestintää. Operatiivisella tasolla päävastuu kaupungin viestinnästä on kaupunginjohtajalla ja kaupunginsihteerillä. Toimialajohtajat ovat vastuussa oman toimialansa viestinnästä ja sen sisällöistä.

Markkinointiryhmä vastaa markkinointiin liittyvästä viestinnästä sekä toteuttaa kaupungin tiedotustoimintaa sekä markkinointitoimenpiteitä yhteistyössä toimialojen kanssa. Erityisiä markkinoitavia kokonaisuuksia ovat kulttuuripalvelut ja tapahtumat. Tämän lisäksi toteutetaan erityisiä kohdennettuja kampanjoita, joita koordinoi ja toteuttaa markkinointiryhmä.

Tiedottaja vastaa viestinnän ohjeistuksesta, koordinoinnista, kehittämisestä, suunnittelusta ja toteutuksesta yhteistyössä kaupunginjohtajan ja kaupunginsihteerin kanssa. Kaupunkikonserniin kuuluvat yhtiöt ja kaupungin määräysvallassa olevat yhteisöt ja säätiöt tiedottavat omasta toiminnastaan noudattaen kaupunkikonsernin viestintäohjeita.

Yrityksille suunnatusta suorasta yritysviestinnästä sekä sijoittumismarkkinoinnista vastaa kaupungin omistama yhtiö Kehitys-Parkki Oy.

Kriisitilanteissa tiedotusvastuu on aina tilanteessa johtovastuussa olevalla viranomaisella. Pelastus- ja onnettomuustilanteessa toimintaa johtava pelastusviranomainen johtaa tiedottamista. Kunnalla on yleensä vastuu palveluista tiedottamisessa. Viestintävastuut jaetaan häiriötilanteen vakavuus arvioiden. Tiedotusvastuu on häiriötilanteen hoidosta vastaavalla viranhaltijalla ja se vaihtelee häiriöittäin. Tiedotusvastuuta tulee jakaa viranhaltijoiden kesken niin, että kysymyksiin vastaa henkilö, jolla on siihen paras asiantuntemus. Johtoryhmä pitää johtavat luottamushenkilöt tietoisina häiriötilanteen etenemisestä ja hoidosta.

5.2 Viestinnän seuranta

Vuorovaikutus kuntalaisten ja sidosryhmien kanssa edellyttää julkisen keskustelun säännöllistä seuraamista, perusviestien arviointia ja tarkentamista sekä huomiotta jäävien asioiden viestinnän ja markkinoinnin tehostamista. Asiakaspalaute ja tyytyväisyyskyselyt ovat tärkeä keino kehittää paitsi palvelua itseään, myös viestintää siitä. Viestinnän arviointi ei ole yksiselitteistä, koska määrällisen mitaamisen ohella tarvitaan laadullista, viestinnän vaikuttavuuden arviointia. Lisäksi ihmisten käyttäytymiseen vaikuttavat aina monet tekijät yhdessä. Siksi viestinnän eri osa-alueiden vaikuttavuutta tulisi seurata kattavasti ja säännöllisesti.

Parkanon kaupungin sisäisen viestinnän toimivuutta on seurattava niin kehityskeskusteluissa sekä muissa esiin nousevissa keskusteluissa ja palaverieissa kuin myös säännöllisillä henkilöstökyselyillä. Myös henkilöstöjärjestöt ovat tärkeä sisäisen viestintäilmapiirin palautekanava. Kaupungin intran käyttöastetta voidaan mitata aineistojen lukijamäärillä sekä myös muulla vuorovaikutuksella.

Viestinnän onnistumista on syytä arvioida myös sidosryhmien ja luottamushenkilöiden keskuudessa. Paitsi yksittäisten asioiden ja henkilökohtaisten viestintäkokemusten kartoittamiseksi, nämä ovat tärkeitä kohderyhmiä erityisesti strategisen viestinnän arvioimiseksi. Kunnan tai muun organisaation toiminnan ja kokonaisviestinnän tulee toteuttaa strategiaa. Strategisen viestinnän kehittäminen on laaja toimintatapakysymys, johon tarvitaan monipuolista ja syvällistä arviointiaineistoa, kuten haastatteluja ja keskusteluita, jotka analysoidaan huolellisesti.

Kaupunkilaisten ja asiakkaiden antama palaute on myös yksi viestinnän seurantamittari. Palautetta voi jättää henkilökohtaisesti suoraan kaupungin työntekijälle, kaupungin verkkosivustolla olevan palautelomakkeen kautta ja/tai sosiaalisessa mediassa. Palautteita käsitellään säännöllisesti johtoryhmässä ja eri toimialojen kokouksissa. Palautetta voidaan myös kerätä asukas- /henkilöstökyselyiden kautta. Kaupungilla on käytössään myös Webropol-järjestelmä, jolla voidaan tehdä sähköisiä kyselyjä. Viestinnän onnistumista arvioidaan säännöllisesti myös markkinointityöryhmän toimesta.

Hyvä viestintä edellyttää jatkuvaa seuranta ja kehittämistä. Kaupunki kehittää viestintäänsä tehostamalla ulkoista ja sisäistä viestintäyhteistyötä, parantamalla kaupungin viestintätaitoja ja luomalla tiedotusmyönteistä ilmapiiriä koko kaupunkiorganisaatioon. Jokainen kaupungin viestijä vastaa tietonsa oikeellisuudesta viestintäkanavissa.

Parkanon kaupungin viestinnän painopisteet ja kehittämiskohteet vuosille 2020–2021:

Sisäisen viestinnän kehittämiskohteet

- Intran kunnollinen käyttöönotto ja jalkauttaminen
- Tiedonkulun kehittäminen, esim. Monetran siirtymävaiheen ja alun sujuva viestintä

Ulkoisen viestinnän kehittämiskohteet

- Erityishuomio verkkosivujen tiedon ajantasaistamiseen
- Markkinointityöryhmän asettamat markkinoinnin painopisteet 2020
 - Kaarnan markkinointi uuden visuaalisen ilmeen myötä
 - Asukasmarkkinointi lapsiperheille
 - Geopark ja luontomatkailu

Parkanon kaupungin viestintäsuunnitelma päivitetään kokonaisuutena strategian valmistelun yhteydessä valtuustokausittain. Viestinnän painopisteet ja kehittämiskohteet tarkastetaan vuosittain markkinointisuunnitelman päivittämisen yhteydessä.