



# Vaikuttava viestintä toimintamallin juurruttamiseksi

ESR+-osallisuushankkeiden vertaisoppimisen foorumi

Salla Valtari, kehittämisspällikkö, [Yhdenvertaisen osallisuuden koordinaatio](#), THL



# Esityksen sisältö

1. Lyhyesti: miksi viestintä on kriittistä?
2. Kohderyhmä ja viestin ydin
3. Tunnistettavuus ja toisto
4. Tulosten elinkaaren varmistaminen



Euroopan unionin  
osarahoittama

22.8.2025

# Miksi tuloksista ja toimintamalleista viestiminen on tärkeää?

- Hankkeen tulokset ovat hyödyttömiä, jos kukaan ei tiedä niistä tai ymmärrä, miten niitä voi hyödyntää.
- Tieto toimintamalleista auttaa niitä juurtumaan ja luo pohjaa muutokselle.
- Selkeä viestintä luo luottamusta ja uskoa, että hankkeella on merkitystä. Tämä edesauttaa halua ottaa toimintamallit käyttöön.
- Viestintä luo jatkuvuutta jatkokehittämiseen.
- Hyvä viestintä vakuuttaa myös rahoittajat.
- **Laajempi näkökulma:** Auttaa ymmärtämään, miksi osallisuuden edistäminen on tärkeää ja miten sitä voi käytännössä tehdä.



Euroopan unionin  
osarahoittama

22.8.2025



# Pääkohde- ryhmät



**Euroopan unionin  
osarahoittama**

# Tunnista pääkohderyhmät

- Voi tulla kiusaus valita liian monta kohderyhmää. Resursseja on kuitenkin rajallisesti, joten mieti, mitkä ovat kriittisiä kohderyhmiä.
- Muotoile viesti kullekin kriittiselle kohderyhmälle sen mukaan, mitä toivot heidän tekevän ja mikä on heidän tarpeensa ja suhteensa toimintamalliin.
- Huolimatta muista kohderyhmästä, viesti toimintamallista aina myös hyvinvointialueen ja/tai kunnan oleelliselle operatiiviselle johdolle (joka vastaa siitä, voitaisiinko toimintamalli ottaa käyttöön alueella ja/tai kunnassa). Viesti heille mielellään myös jo silloin, kun toimintamallia aletaan kehittää.



**Euroopan unionin  
osarahoittama**

22.8.2025

**Kuka päättää  
toimintamallin  
juurtumisesta? Kuka  
ottaa toimintamallin  
käyttöön? Kenen  
muun pitäisi tietää?**

# Voit yrittää tavoittaa kohderyhmän suoraan

- Järjestä tapaaminen tai pyydä päästä mukaan kokoukseen.
- Pyydä välittämään tietoa organisaation sisäisellä kanavalla, kuten intrassa, sisäisessä uutiskirjeessä tai Teams-kanavalla.
- Koulutukset ja työpajat
- Avainhenkilöiden tapaaminen, puhelut ja suorat sähköpostit.
- (Tulostettavat) esitteet



Euroopan unionin  
osarahoittama

22.8.2025

# Hyödynnä verkostoja, joissa kohderyhmäsi on mukana

- Vierasblogi tai -kolumni: Tarjoa lyhyt teksti kumppanin uutiskirjeeseen tai verkkosivulle.
- Pyydä kumppaneita jakamaan teidän some-julkaisuja ja esitteitä omissa kanavissaan.
- Pyydä päästä esittelemään toimintamallia verkoston tai kumppaneiden tilaisuuksiin.
- "Brändilähettiläät": Kouluta muutama avainhenkilö kertomaan toimintamallista omille verkostoilleen.
- Ammattilaislehdet, paikallislehdet ja -radiot



Euroopan unionin  
osarahoittama

22.8.2025

# Tehtävä: miniviestintäsuunnitelma syksyille 2025

**Ensin 5 min itsenäisesti:** Kirjaa itselle:

- **Toimintamalli** tai tulos
- **Pääkohderyhmä:** Valitse yksi tärkeimmistä kohderyhmistä, jolle toimintamallista tulisi viestiä
- **Nimeä kolme kanavaa:** Missä kohderyhmän tavoittavissa kanavissa viesti jaetaan (esim. paikallinen seminaari, kumppanijärjestön uutiskirje, sisäinen Teams-kanava).

**Keskustelu 10 min:**

- Halukkaat voivat esitellä oman miniviestintäsuunnitelman.
- Voit myös pyytää ideoita, missä kanavissa kohderyhmän voisi tavoittaa.



Euroopan unionin  
osarahoittama

22.8.2025

# Viestintäsuunnitelman pohja

Tavoite	Kohde- ja sidosryhmät	Viestintätoimet ja -kanavat	Avainsanoma, perustelut	Aikataulu	Vastuut
<i>Miksi viestitään?</i>	<i>Kenelle ja kenen kanssa viestitään?</i>	<i>Miten ja missä viestitään?</i>	<i>Mitä sanotaan?</i>	<i>Milloin? Milloin valmistellaan?</i>	<i>Kuka valmistelee? Kuka viestii?</i>
Hankkeen tulos 1					
Hankkeen tulos 2					



Euroopan unionin  
osarahoittama

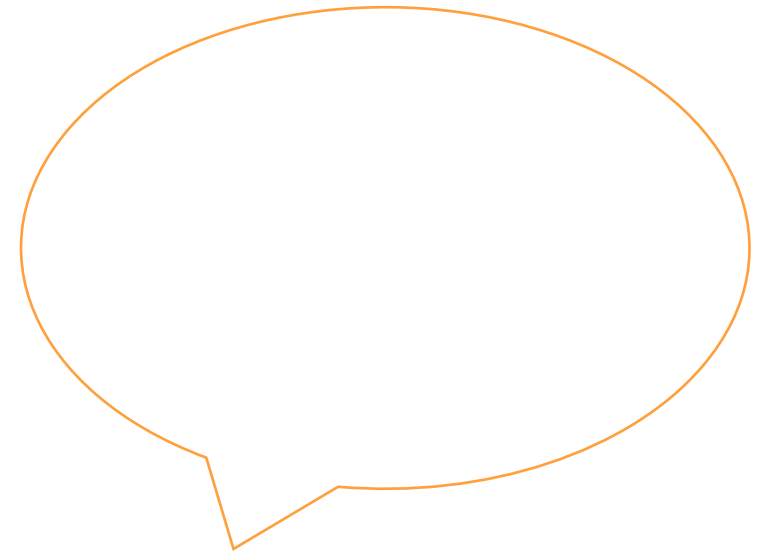
22.8.2025

# Selvitä, mitä tietoa kohderyhmä tarvitsisi toimintamallistasi

Haastattele 1–2 kohderyhmän edustajaa kahden kesken:

Esittele toimintamalli, pyydä esittämään kysymyksiä ja kertomaan, mikä oli kiinnostavaa, mistä kaippaa lisätietoa ja miksi ottaisi tai ei ottaisi toimintamallia käyttöön.

Hyödynnä myös: [Tunnista ja kuvaa hyvä toimintamalli \(Thl.fi\)](#)



Euroopan unionin  
osarahoittama

22.8.2025



# Viestin tiivistys kohde- ryhmälle



**Euroopan unionin  
osarahoittama**

# Viestin tiivistys kohderyhmän näkökulmasta: ongelma-ratkaisu-hyöty

- **Ongelma:** Kuvaa lyhyesti kohderyhmän haaste tai ongelma.
  - "Palveluiden ohjaus on hidasta ja monimutkaista."
- **Ratkaisu:** Esittele lyhyesti hankkeen toimintamalli ratkaisuna.
  - "Kehitimme digitaalisen työkalun, joka yksinkertaistaa ohjausprosessia."
- **Hyöty:** Kerro, mitä kohderyhmä hyötyy ratkaisusta.
  - "Se säästää työaika 20 minuuttia per asiakas ja parantaa palveluiden saatavuutta."



Euroopan unionin  
osarahoittama

22.8.2025

# Ydinviestin voi tiivistää eri tavoin

- Yksi tapa on kirjoittaa toimintamallista some-postaus, yksi ppt-dia tai kertoa siitä suullisesti jollekin kahvipöydässä. Näin tulet tiivistäneeksi oleellisen.
- Suuntaa ne eri kohderyhmille, jos pääkohderyhmiä on useampi.



Euroopan unionin  
osarahoittama

22.8.2025

**Voit pyytää hankkeen  
työntekijöitä tekemään  
omat tiivistykset**

# Voit pyytää tekoälyltä apua - esimerkkiprompteja

- **Tiivistäminen:** "Tiivistä seuraava teksti siten, että se korostaa tärkeimpiä tuloksia ja hyötyjä sosiaalityöntekijälle. Käytä ymmärrettävää kieltä ja jätä jargon pois."
- **Tiivis kohdennettu viesti:** "Olen kehittänyt uuden toimintamallin, jonka tavoitteena on [kuvaava tavoite]. Kirjoita siitä ytimekäs viesti, joka on suunnattu kunnan työllisyyspäälliköille. Kerro, mitä hyötyä heidän organisaationsa saa tästä."
- **Ideointi:** "Kerro 5 erilaista tapaa esitellä hankkeemme tulokset [kuvaava lyhyesti hankkeesi] sosiaalipalveluiden johtajalle. Pidä mielessä, että meillä ei ole budjettia videoiden tai mainosten tekemiseen."



Euroopan unionin  
osarahoittama

22.8.2025



# Toisto ja tutuksi teko



**Euroopan unionin  
osarahoittama**

# Toisto ja tuttuus

- Kerro toimintamallista kohderyhmälle eri kanavissa ja eri muodoissa.
- Ei toisteta viestiä kuin papukaija, mutta kuitenkin tunnistettavasti
- Toiston lisäksi vaikuttaa tietysti myös hinta, viestin vaikuttavuus, tutun tai auktoriteetin suositus, kova tarve

**Henkilön pitää kuulla asiasta useamman kerran, ennen kuin hän ottaa asian omakseen**



**Euroopan unionin  
osarahoittama**

22.8.2025

# Toisto ja tutuksi tekeminen

- Toista toimintamallin nimeä eri yhteyksissä.
  - ”Liikuntakaveri on uusi toimintamalli.”, ”Meidän Liikuntakaveri-mallimme auttaa...”, ”Liikuntakaveri-mallissa vapaaehtoinen auttaa liikunnan harrastamisessa.”
- Ekstraa: rekisteröi toimintamallin nimellä verkkotunnus, vaikka se ohjaisi vain hankkeen verkkosivulle.

**Käytä nimen yhteydessä samaa fonttia, värimaailmaa, kuvituskuvaa tai symbolia**



**Euroopan unionin  
osarahoittama**

22.8.2025

# Luo yksi laadukas perusmateriaali, josta muokataan eri versioita eri tarkoituksiin

- **Pääsisältö toimintamallista:** Esim. PowerPoint-esitys tai 1-sivuinen Word. Käytä tähän aikaa, muokatkaa yhdessä, pyydä viestijää kommentoimaan. Mieti kohderyhmää.
- **Some:** Ota ppt-esityksen kalvoista kuvakaappauksia ja jaa niitä yksitellen LinkedIniin tai Facebookiin saatteen kera. Tai tee 1-sivuisen tiivistelmän ydinkohdista lyhyitä some-postauksia.
- **Blogi tai lyhyt artikkeli uutiskirjeeseen:** Kirjoita teksti, joka perustuu pääsisällön ydinkohtiin.
- **Puheenvuorot ja tilaisuudet:** Käytä pääsisältöä pohjana, kun pidät esityksiä, otat puheenvuoroja tai kirjoitat Teams-kommentteja.

→ Toisto, tuttuus, kuitenkin aina räätälöiden



Euroopan unionin  
osarahoittama

22.8.2025

# Ekstraa: Hyödynnä tarinoita

Tarina tai kertomus voi olla kiinnostava ja mieleen jäävä tapa kertoa toimintamallista.

**Asiakaskertomukset:** Jaa lyhyitä (anonyymejä) tarinoita tai sitaatteja siitä, miten joku hyötyi toimintamallista.

**Työntekijän näkökulma:** Haastattele lyhyesti toimintamallia hyödyntävää työntekijää. Kerro, miten malli on helpottanut hänen työtään.

**Ennen ja jälkeen:** Kuvaa yksinkertaisesti, millaista oli ennen uutta toimintamallia ja millaista käyttöönoton jälkeen.



Euroopan unionin  
osarahoittama

22.8.2025

# Hyvä nimi on lyhyt ja kertoo jotakin toimintamallista

- Lyhyt nimi on helpompi muistaa ja oppia.
- Mitä lyhyempi nimi, sitä parempi – lisätietoa voidaan kertoa muualla, kuten otsikoissa, sloganeissa ja ingresseissä.
- Usein on erikseen lyhyt käyttönimi ja pidempi virallinen nimi, mutta on kätevää, jos ne ovat samoja. → Hakukonenäkyvyys ja tunnettuus

Esimerkkejä: Nimi (toimintamallin verkkosivun otsikko)

- Elävä portfolio ("Elävä portfolio – oman osaamisen tunnistamisen prosessi")
- Kiertävä kokous ("Kiertävä kokous vaikuttamiskeinona terveydenhuollossa")
- Korttelikeittiö ("Korttelikeittiö – kaikille avoin tila")
- Liikuntakaveri ("Liikuntakaveri – vapaaehtoinen tukena liikunnan harrastamisessa")
- Matalan kynnyksen talousneuvonta
- Mielen terveyden ensiapukurssi ("Mielen terveyden ensiapukurssit vankiloissa")
- Osallistava ideakilpailu ("Osallistavalla ideakilpailulla uutta matalan kynnyksen liikuntatoimintaa")

Vinkkejä toimintamallin nimeämiseen: [Tunnista ja kuvaa hyvä toimintamalli \(Thl.fi\)](#)



Euroopan unionin  
osarahoittama

22.8.2025

# Ekstraa: Ideoikaa toimintamallille nimi ja testatkaa kohderyhmällä

- Järjestä hankkeessa nopea aivoriihi tai kysely, jossa tuotate mahdollisimman monta nimeä. Älkää sensuroiko itseänne.
- Valitse 3–5 parasta (lyhyitä, kuvaavia, helposti muistettavia)
- Kysy 1–2 kohderyhmän edustajalta, miltä nimet kuulostavat heidän korvaansa. Esim: "Kertooko tämä nimi sinulle mitään?", "Miltä nimi tuntuu – onko se houkutteleva?" tai "Mitä tulee ensimmäisenä mieleen?"
- Ennen kuin lyöt nimen lukkoon, varmista Google-haulla, ettei nimi ole jo käytössä tai että se ei herätä epämääräisiä mielleyhtymiä.



Euroopan unionin  
osarahoittama

22.8.2025

# Ekstraa: Harjoitus: keksitään toimintamallille nimi

- Pyydä harjoitukseen osallistujia kirjoittamaan kolme sanaa, jotka kuvaavat toimintamallin ydintä. Esim. ”Nopea”, ”Yhteisöllinen”, ”Helppo”.
- Kerää sanat ja näytä ne ruudulla.
- Pyydä osallistujia etsimään ruudulla olevista sanoista yhdistelmiä ja luomaan niistä ehdotuksia toimintamallin nimiksi.
- Kokoa ehdotukset ja järjestä äänestys. Esittele eniten ääniä saaneet nimet ja keskustelkaa, miksi jokin nimi resonoi paremmin kuin toinen.



Euroopan unionin  
osarahoittama

22.8.2025

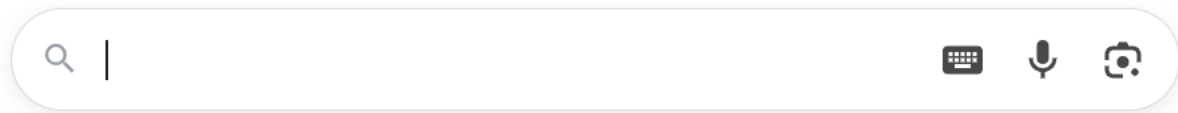


Kun hanke  
päättyy



**Euroopan unionin  
osarahoittama**

# Löytyykö toimintamalli verkosta myös hankkeen päättymisen jälkeen?



Google-haku

Kokeilen onneani



Euroopan unionin  
osarahoittama

22.8.2025

- Löytyykö googlaamalla? Miten verkkosivut ja julkaisut on otsikoitu? Tärkeitä kysymyksiä myös hankkeen aikana, koska suuri osa ihmisistä etsii tietoa hakukoneella.
- Häviävätkö liitteet organisaation verkkosivuilta? Rikkoutuvatko linkit?
- Tallennuspaikkoja: julkaisuarkistot, Innokylä, some...

Yhteyshenkilöiden tiedot kattavasti näkyville:

- myös sometilit, että tavoittaa myös sen jälkeen, kun työmaili ja puhelin ei enää käytössä
- myös tieto, missä organisaation yksikössä toimintamallia kehitettiin

# Ekstraa: vinkkejä Google-optimointiin (SEO)

- Mieti, millä sanoilla kohderyhmäsi etsii vastausta ongelmaansa. Esimerkiksi: ”työllisyyspalveluiden kehittäminen” tai ”uusi tapa ohjata asiakas”. Käytä näitä avainsanoja otsikoissa, ingressissä ja leipätekstissä.
- Kirjoita selkeät ja kuvaavat otsikot (meta-otsikko). Tämä on se otsikko, joka näkyy Googlen hakutuloksissa. Sen tulisi olla houkutteleva ja sisältää tärkein avainsana. Esimerkiksi: ”Työllisyyspalvelut: Uusi toimintamalli parantaa asiakasohjausta”.
- Optimoivat kuvat. Anna kuville kuvaavat tiedostonimet (esim. toimintamalli-kuvaaja.jpg) ja lisää niihin alt-tekstit, jotka kuvaavat lyhyesti kuvan sisältöä. Tämä auttaa Googlea ymmärtämään, mistä kuvassa on kyse, ja tekee sisällöstä saavutettavampaa.
- Käytä sisäisiä linkkejä. Linkitä hankkeen eri sivuja toisiinsa. Jos esimerkiksi blogikirjoitus kertoo tuloksista, linkitä siitä eteenpäin loppuraporttisivulle. Tämä auttaa Googlea ymmärtämään sivuston kokonaisrakennetta ja arvottamaan tärkeimmät sivut korkeammalle.
- Pidä tekstit luettavina. Googlen algoritmit suosivat sisältöä, joka on helppoa lukea ja ymmärtää. Käytä lyhyitä kappaleita, väliotsikoita, listoja ja lihavoitteja. Muista, että kirjoitat ensisijaisesti ihmisille, et Googlelle.



# Tee lyhyt tiivistelmä oman organisaatiosi johdolle ja avainhenkilöille

- Mitä teimme?
- Mitä saimme aikaan?
- Mitä tämä tarkoittaa organisaatiollemme?
- Miten organisaatio voi jatkaa työn hyödyntämistä hankkeen jälkeen?



Euroopan unionin  
osarahoittama

22.8.2025

# Kouluta seuraajat

- **Nimeä ”vastuhenkilö”:** Vaikka kyseessä ei olisi virallinen rooli, nimeä joku organisaatiossa toimintamallin ”kummiksi”, joka voi vastata kysymyksiin ja ohjata eteenpäin.
- **Kouluta avainhenkilöt viestinnän perusasioista,** kuten missä toimintamallin materiaalit sijaitsevat ja miten niitä päivitetään tarvittaessa.

Kouluta hankkeen viimeisinä kuukausina oman organisaatiosi avainhenkilöt levittämään sanomaa



Euroopan unionin  
osarahoittama

22.8.2025