



VALTUUSTO 2014/SYYS

Hyväksytty valtuuston syyskokouksessa 20.–21.11.2014

AKIN VIESTINTÄSTRATEGIA VUOSIKSI 2015 – 2018

Viestintästrategian on valmistellut AKIn hallituksen asettama viestintätyöryhmä, johon ovat kuuluneet:

Panu Pohjolainen, puheenjohtaja

Ville Aalo

Liisa Aaltola

Meri-Anna Hintsala

Jessica Högnabba

Katri Vesänen

Sihteerinä on toiminut Merja Laaksamo.

1. AKIn toiminta-ajatus ja viestintä

Kirkon akateemiset AKI ry toimii työmarkkinakentällä ja kirkossa. Se vastaa AKI-yhteisön (AKI ja sen perusliitot) palkka- ja muusta edunvalvonnasta sekä työmarkkina- ja järjestöyhteyksistä. Perusliitot, Suomen Kanttori-urkuriliitto ja Suomen kirkon pappisliitto, vastaavat ammattialansa identiteettiin, koulutukseen ja ammatilliseen toimintaan liittyvistä asioista sekä kansainvälisistä ammatillisista yhteyksistä.

Tehty työnjako näkyy myös viestinnässä. AKI-yhteisön viestintä jakautuu näiden perusvastuualueiden mukaan. Viestintä on keskeinen ja näkyvä osa AKIn toimintaa, sitä tukee viestintästrategia.

Jäsenviestinnällä tiedotetaan toiminnasta ja ollaan vuorovaikutuksessa perusliittojen jäsenten, luottamusmiesten, alaosastoaktiivien sekä hallintoelinten ja työryhmien jäsenten kanssa.

Ulkoisella viestinnällä vaikutetaan työmarkkinakentässä, seurakunnissa, kirkon hallinnossa ja toiminnassa sekä julkisuudessa.

AKI-yhteisön arvot ovat ammatillisuus, läpinäkyvyys ja avoimuus, oikeudenmukaisuus ja vastuullisuus. Arvot toimivat myös viestinnän perustana.

2. Viestinnän strateginen rooli ja tavoitteet

Viestintästrategia ohjaa ja antaa suuntaa AKI-yhteisön viestinnän suunnittelulle ja koordinoinnille. Viestintästrategiaa tarkastellaan yhdessä AKIn tulevaisuusasiakirjan kanssa. Viestintästrategiasta päättää AKIn valtuusto.

Viestintästrategia

- tukee AKI-yhteisön tavoitteiden ja päämäärien toteutumista sekä valmiutta vastata toimintaympäristön haasteisiin
- linjaa AKIn ja perusliittojen viestintää sekä normaalioloissa että kriisitilanteissa
- määrittelee viestinnän periaatteet, AKIn perusviestit sekä viestinnän eri toimijat vastuineen
- on perustana yksittäisten tapahtumien viestintäsuunnitelmille.

Jäsenviestinnän tavoitteena on ajantasainen tiedonvälitys ja aktiivinen vuorovaikutus perusliittojen jäsenten kanssa. AKIn edunvalvonnan tavoitteet syntyvät tämän vuorovaikutuksen avulla. AKI palvelee perusliittojen jäseniä asioissa, joissa he kaipaavat tietoa ja apua. Viestinnällä pyritään sitouttamaan jäsenet yhteisiin tavoitteisiin ja päämääriin.

Ulkoisen viestinnän tavoitteena on tukea AKI-yhteisön edunvalvontaa ja siihen liittyvää vaikuttamista. Viestintä luo julkisuudessa kuvaa AKIsta vireänä ja vastuullisena ammattiliittona, joka on tunnettu ja arvostettu niin jäsentensä keskuudessa kuin yhteiskunnassa. Ulkoisella viestinnällä tuetaan myös perusliittojen jäsenhankintaa.

3. Viestinnän periaatteet

AKI-yhteisön viestintä on luotettavaa, aktiivista, suunnitelmallista ja vuorovaikutteista. Luotettavuus edellyttää, että annetut tiedot ovat tosiasioihin perustuvia, riittäviä ja ymmärrettäviä. Viestintä on aktiivista silloin, kun se saavuttaa kohderyhmänsä, on ennakoivaa ja löytää oikeat kanavat eri kohderyhmille. Suunnitelmallisuudella tuetaan AKIn tavoitteiden saavuttamista. Vuorovaikutteisuus näkyy avoimuutena, keskusteluna ja palveluhenkisytenä.

AKI-yhteisö seuraa uuden median kehitystä ja ottaa soveltuvin osin käyttöön uusia viestintävälineitä tavoitteiden saavuttamiseksi.

Viestintä on jäsenten ja yhteistyökumppaneiden arvostamaa. Viestinnässä noudetaan yleisiä yhdistysten viestintää sääteleviä ja ohjaavia määräyksiä.

4. AKI-yhteisön perusviestit

AKI-yhteisön viestinnän lähtökohtana ovat seuraaviin aihepiireihin liittyvät perusviestit:

Asiantuntijuus ja koulutus

Papin ja kanttorin asiantuntemusta ja korkeaa koulutusta arvostetaan ja heille maksetaan tehtävän vaativuutta vastaava palkka. Liitto pitää esillä koulutuksen ja työhyvinvoinnin tärkeyttä.

Ammattikuntien keskeinen merkitys kirkon perustehtävän kannalta

Papit ja kanttorit toteuttavat kirkon perustehtävää seurakuntaelämän ytimessä ja muualla yhteiskunnassa.

Työyhteisökysymykset

Järjestäytyneinä ammattilaisina jäsenet vaikuttavat työoloihinsa ja toimintamahdollisuuksiinsa yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa.

Tasa-arvo

Yhdenvertaisuus ja tasa-arvo toteutuvat työelämässä.

5. Viestinnän toteutus ja sidosryhmät

Viestinnän toteutus seuraa AKIn ja perusliittojen välistä työnjakoa.

Jäsenviestintä

AKI tiedottaa jäsenilleen palkka- ja muusta edunvalvonnasta sekä työmarkkina- ja järjestöasioista. Informaatiokanavia ovat verkkosivut, sähköinen uutiskirje, Crux, Facebook-sivut ja Facebook-ryhmä AKIlaattori sekä erilaiset esitteet ja muut julkaisut. Tarvittaessa käytetään myös muita tiedotusvälineitä. AKI järjestää myös

jäsentilaisuuksia ja koulutustapahtumia. Uusia informaatio- ja vuorovaikutuskanavia otetaan käyttöön, kun uusi kanava on arvioitu hyödylliseksi tai kokeilemisen arvoiseksi.

AKI laatii sosiaalisen viestinnän suunnitelman ja alkaa toteuttaa sitä. Onnistuneella ja monipuolisella sosiaalisen median käytöllä vahvistetaan vuorovaikutusta ja yhteyttä jäsenistöön.

Jäseniä opastetaan sopimus-, neuvottelu ja palvelussuhdeasioissa. Neuvontaan sisältyvät myös lakimiespalvelut.

AKI-yhteisön jäseniä kannustetaan rohkeasti keskustelemaan vireillä olevista asioista, ongelmista ja niiden ratkaisuvaihtoehdoista sekä innostetaan osallistumaan paikallistoimintaan ja opintomatoille.

Ammatti-identiteetin syvenemiseen ja kollegiaalisuuden syntymiseen tähtäävä viestintä on puolestaan perusliittojen tehtävä.

Ulkoinen viestintä

AKIn ulkoisen viestinnän tavoitteena on vaikuttaa työmarkkinakentässä, seurakunnissa, kirkossa ja julkisuudessa. Vaikuttamisen välineitä ovat esimerkiksi sopimusneuvottelut, lausunnot, kannanotot ja lehdistötiedotteet. Crux-lehti toimii myös ulkoisen viestinnän välineenä, samoin AKIn julkinen Facebook-sivu.

Viestinnän sidosryhmiä

Perusliittojen jäsenet

- papit, kanttorit, lehtorit, maisterijäsenet, opiskelijajäsenet, eläkeläisjäsenet, kaksoisjäsenet
- luottamusmiehet ja työsuojeluvaltuutetut

Työmarkkinakenttä

- Kirkon työmarkkinalaitos, JUKO, Akava, Kirkon alat, muut ammattijärjestöt, muut keskusjärjestöt

Kirkon hallinto

- kirkolliskokous, kirkkohallitus, piispainkokous, hiippakuntien tuomiokapitulit, Kirkon koulutuskeskus, Kirkon tutkimuskeskus

Media

- toimittajat, tiedottajat, Kirkon tiedotuskeskus

Kansainväliset yhteydet

- ulkomaiset ammattijärjestöt, kollegat ja kansainväliset järjestöt

Muut yhteistyötahot

- koulutuslaitokset, opiskelijajärjestöt sekä muut järjestöt ja yhteistyökumppanit.

6. AKIn viestintävastuut ja viestintäresurssit

Viestinnän ajankohtaisista tavoitteista ja sisällöistä päättävät AKIn hallitus sekä AKI-yhteisön puheenjohtajat ja toiminnanjohtajat. Vastuu viestinnän toteutuksesta on viime kädessä toiminnanjohtajilla. Viestintä kuuluu toisen apulaistoiminnanjohtajan tehtäväalueeseen. Viestintävastuut jakautuvat AKIn ja perusliittojen työnjaon mukaisesti.

Työntekijät

- Liiton työntekijät ovat omalta osaltaan vastuussa siitä kokonaiskuvasta, mikä liiton toiminnasta muodostuu. Erityisesti korostuu jäsenten kuunteleminen, keskustelu, vuorovaikutus ja selkeiden ohjeiden antaminen. Työntekijöiden vastuulla on myös, että hallintoelinten jäsenet saavat riittävästi tietoa voidakseen tehdä asianmukaiset päätökset. Kaikki työntekijät ovat vastuussa toimiston sisäisestä viestinnästä.

Hallintoelinten ja työryhmien jäsenet

- Hallintoelinten ja työryhmien jäsenet viestivät jäsenten toiveita, odotuksia ja mielipiteitä liittoon sekä liiton näkemyksiä jäsenistöön. Tehtäviin valituilla jäsenillä on oikeus saada tarvitsemaansa tietoa, jotta he voivat hoitaa tehtävänsä ja tarvittaessa osallistua ulkoiseen viestintään.

Luottamusmiehet ja alaosastoaktiivit

- Luottamusmiehet ja alaosastoaktiivit pitävät tiiviisti yhteyttä sekä vaikutusalueensa jäseniin että liiton toimihenkilöihin. Luottamusmiehet ja alaosastoaktiivit sitouttavat jäseniä yhteisiin tavoitteisiin ja päätöksiin. He myös luovat kuvaa liitosta julkisuuteen päin.

Perusliittojen jäsenet

- Jäsenet vaikuttavat suoraan liiton ratkaisuihin ja tuovat uusia ideoita olemalla yhteydessä liiton toimistoon tai liiton ja alaosastojen vastuuhenkilöihin. Henkilökohtainen vuorovaikutus jäseneltä toiselle on tehokkain viestinnän väline.

Tietoa jaetaan myös keskeneräisistä asioista, mutta liitolle strategisesti tärkeiden asioiden viestimisessä on noudatettava harkintaa. Epäselvissä tapauksissa tiedot ja niiden julkisuus on varmistettava liiton toimistosta, ettei väärrä tietoa pääse liikkeelle.

7. Kriisiviestintä

Kriisiviestintä on viestintää tilanteessa, jossa AKI-yhteisön toimintaedellytykset tai maine on uhattuna. Kriisiviestinnän tavoitteena on informoida henkilöstöä, jäseniä ja sidosryhmiä kriisitilanteesta, sen syistä ja seurauksista sekä antaa tarvittavia toimintaohjeita. Kriisitilanteeseen liittyy virhetiedon ja huhujen uhka, joten julkisuuteen tulee kertoa aktiivisesti ja vastuullisesti oikea kuva tilanteesta.

Kriisin salailu ja vastuun välttely pahentavat kriisiä ja heikentävät yhteisön mainetta. Toimiva viestintä auttaa kriisien ennaltaehkäisemisessä ja syntyneen kriisin rajaamisessa. Kriisiviestintä on sitä onnistuneempaa, mitä paremmin riskejä on kartoitettu ja mitä huolellisemmin kriiseihin ja erilaisiin viestintätilanteisiin on ennalta varauduttu.

Kriisitilanteissa viestintää johtavat AKI-yhteisön puheenjohtajat ja toiminnanjohtajat.

Kriisiviestinnän kanavia ovat kasvokkaisviestintä, sähköposti, uutiskirje, puhelin ja tekstiviestit, tiedotustilaisuudet sekä sosiaalinen media (Facebook ja Twitter).

8. Viestinnän seuranta ja arviointi

AKIn viestintää arvioi ja kehittää sitä varten perustettu viestintätoimikunta. Viestintää arvioidaan myös vuosittain valtuustoissa toimintakertomusten hyväksymisen yhteydessä. Lisäksi joka neljäs vuosi järjestettävässä jäsenkyselyssä selvitetään jäsenten tyytyväisyyttä ja toiveita viestinnän suhteen.

Viestintää arvioidaan myös jäseniltä suoraan tulevan palautteen perusteella. Eri-tyisesti seurataan ja arvioidaan kullekin kaudelle määritellyjä kehittämiskohteita.

Kaudelle 2011–2014 määriteltiin neljä kehittämiskohdetta. Niiden osalta tavoitteisiin päästiin seuraavasti.

1. Sosiaalisen median käyttöön ottaminen

Kuluneella kaudella AKI:lle perustettiin julkinen Facebook-sivu ja suljettu Facebook-ryhmä AKI:taattori. AKIn nimenmuutoksen vuoksi Facebook-sivu oli perustettava uudelleen, koska sillä oli jo yli 300 tykkääjää. Tällä hetkellä uudella sivulla on yli 400 tykkääjää. Sivun päivittäminen voisi olla ahkerampaa ja olisi tarpeen miettiä tarkemmin, millaisista asioista julkisella sivulla informoidaan ja mitä siellä jaetaan.

AKI:taattori-ryhmä on tarkoitettu pelkästään jäsenille ja heitä on ryhmään liittynyt yli 600. Keskustelu ryhmässä on kohtalaisen aktiivista. Sivua ja ryhmää mainostetaan uutiskirjeissä, joissa on linkki helpottamaan liittymistä.

AKI:lla ei ole omaa Twitter-tiliä, mutta Twitterin käyttöön on olemassa valmius. On harkittava vaihtoehtoja, olisiko twiittaajana AKI omalla tilillään vai AKIn työntekijät omilla tileillään.

2. Jäsenviestinnän kehittäminen

Uutiskirjeen käyttöönotto vei jäsenviestinnän kokonaan uudelle tasolle. Esimerkiksi vuonna 2013 uutiskirjeitä lähetettiin 20 kertaa, yhteensä 37 708 kirjettä. Näistä kaikille jäsenille suunnattuja kirjeitä oli kuusi kappaletta, työelämäjäsenille kaksi ja loput olivat kohdennettuja uutiskirjeitä, esimerkiksi kirkkoherroille, luottamusmiehille tai perusliittojen jäsenille.

Jäsenviestintää auttaa myös Facebookin AKI-taattori-ryhmä, jossa jäsenet saavat vastauksia kysymyksiinsä lähes reaaliajassa.

AKI:lle perustettiin oma edunvalvontaa@akiliitot.fi –sähköposti, jonka kautta vastataan edunvalvontakysymyksiin. Näin jäsenet saavat vastauksen kysymyksiinsä, vaikka joku työntekijöistä olisi lomalla tai työmatkalla.

3. AKI:n brändin vahvistaminen

AKI perustettiin Pappisliiton ja Kanttori-urkuriliiton kattojärjestöksi 2005, mistä lähtien on pyritty AKI-tietoutta viemään eteenpäin. Jäsenet kuuluvat omiin perusliittoihinsa ja vielä edellisessä jäsenkyselyssä neljä vuotta sitten AKI:n tunnistaminen oli heikohkoa. Kuluneella kaudella on eri yhteyksissä painotettu, mikä AKI on ja miten AKI liittyy pappien ja kanttoreiden edunvalvontaan.

4. Visuaalisen viestinnän tehostaminen

Visuaalisen viestinnän lähtökohtana oli uusien esitteiden suunnittelu AKI:lle ja perusliitoille sekä AKI:n kotisivujen ja Cruxin ilmeen parantaminen. Uudet esitteet ovat strategiakauden viimeisen vuoden toimintasuunnitelmassa.

Cruxin uudistuksessa kiinnitettiin huomiota kuvien lisäämiseen ja niiden koon suurentamiseen. Samoin kotisivujen uudistus tähtää visuaalisen viestinnän tehostamiseen.

9. Kehittämiskohteet kaudelle 2015 – 2018

1. AKI:n tunnettuuden lisääminen

Uusimman jäsentutkimuksen 2014 mukaan 42 % papeista ja 50 % kanttoreista ilmoittaa tuntevansa AKI:n hyvin. AKI:n koki läheiseksi 29 % papeista ja 36 % kanttoreista. Näin ollen AKI:n tunnettuuden eteen on tehtävä työtä myös tulevalle kaudella.

2. Sosiaalisen median käytön laajentaminen

Suunnittelukaudella pohditaan, miten sosiaalista mediaa voitaisiin paremmin hyödyntää AKI:n viestinnässä. Onko tarvetta ottaa Twitter käyttöön? Onko tarvetta lisätä ulkoista viestintää?

3. Vuorovaikutuksen lisääminen

Hyödynnetään jäsenten kokemuksia työelämästä Facebookin ja Cruxin välityksellä siten, että jäsenet saavat vertaistukea toisiltaan ja vuorovaikutus heidän keskuudessaan lisääntyy. Lisätään myös vuorovaikutusta jäsenten ja liittojen välillä.