



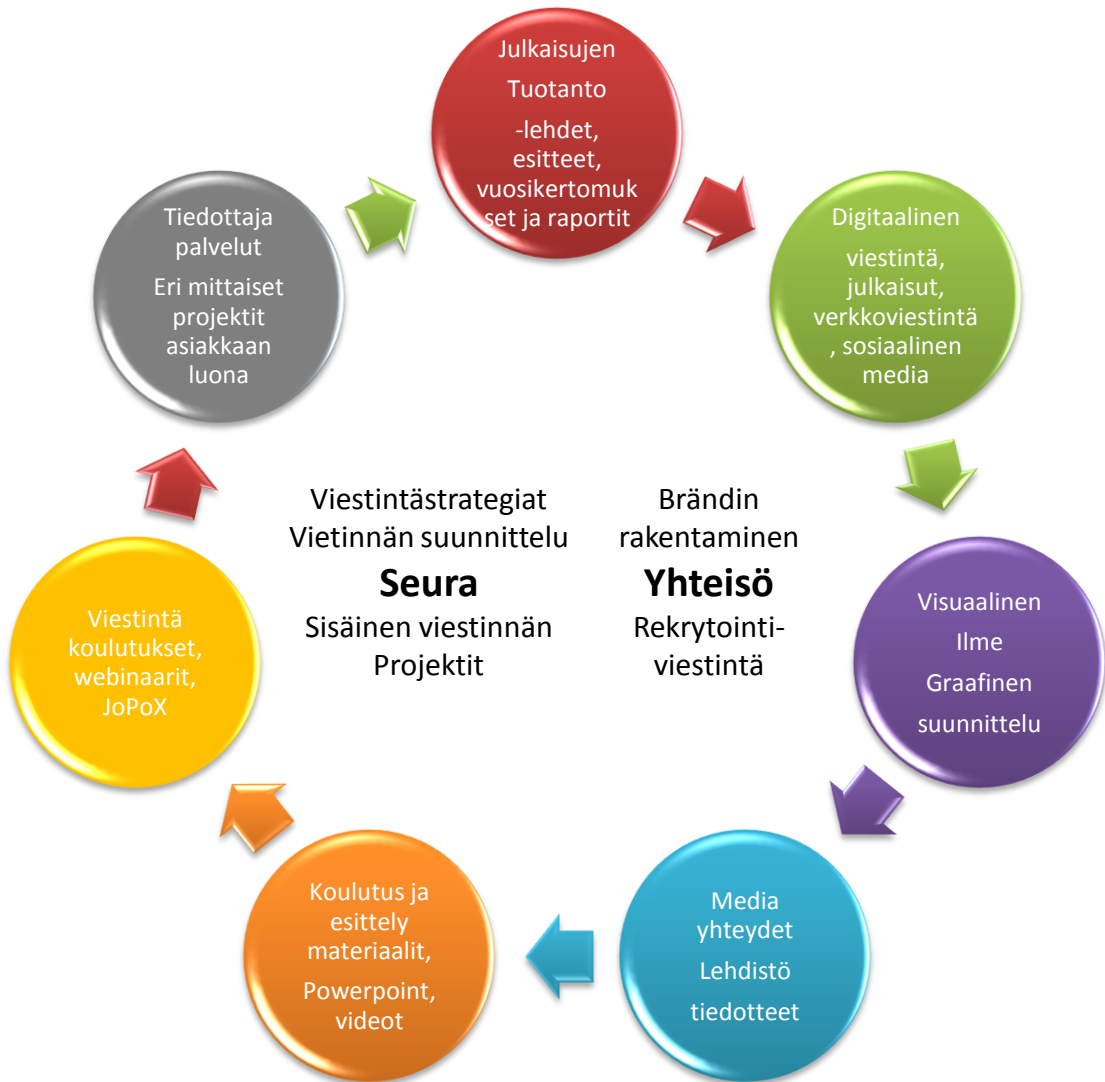
Viestintä suunnitelma



KOKKOLA
Cup



Viestintä tuottaa tulosta



Hyvin suunniteltu, avoin ja ammattitaitoisesti toteutettu viestintä auttaa monessa – tuloksen tekemisessä, brändin rakentamisessa, hyvän työilmapiirin luomisessa, osaavien ihmisten rekrytoinnissa, seuran arvon kasvattamisessa. Viestintä on avainasemassa myös muutostilanteissa, esimerkiksi kun seura kasvaa ja laajentaa tai leikkaa ja organisoii toimintojaan uudelleen. Vahvan ja monipuolisen osaamisemme ansiosta voimme auttaa joukkueita sitouttamaan toimijoita, vanhempia ja muita sidosryhmiä muutokseen.



VIESTINTÄ SUUNNITELMA

SISÄLLYS

1. JOHDANTO	1-4
1.1. Yhdistyksen tehtävä ja tavoite	4
1.2. Yhdistyksen arvot	4
2. YHDISTYKSEN LÄHIVUOSIEN VISIO JA VIESTINNÄN TAVOITTEET	5
2.1. Yhdistyksen visio	5
2.2. Viestinnän tavoitteet	5
3. YHDISTYKSEN PERUSVIESTI, VIESTINNÄN KOHDERYHMÄT, KANAVAT JA VÄLINEET	5
3.1. Yhdistyksen perusviesti	5
3.2. Sisäinen ja ulkoinen viestintä	5-7
3.3. Kohderyhmien avainviestit	7
3.4. Kanavat ja välineet, joilla kohderyhmille viestitään	8-9
3.5. GBK:n viestintäkanavat ja -välineet kohderyhmittäin	10
4. VIESTINNÄN VASTUUALUEET	10-11



1. JOHDANTO

Tämä tuotos on GBK r.f. viestintäsuunnitelma, joka on laadittu syksyllä 2014. Viestintäsuunnitelman tarkoituksena on auttaa yhdistystä viestimään yhä tehokkaammin ja onnistuneemmin jäsenilleen, yhteistyökumppaneilleen ja sidosryhmilleen.

Viestintäsuunnitelmassa kartoitetaan GBK:n tehtäviä, arvoja ja visiota sekä viestinnän nykytilaa, tavoitteita ja vastuutahoja. Suunnitelma toimii GBK:n toimijoiden ohjeistuksena ja käytännön työkaluna viestinnän kehittämisessä sekä välineenä vision ja viestinnän tavoitteita kohti suunnatessa.

1.1. Yhdistyksen tehtävä ja tavoite

Gamlakarleby Bollklubb r.f., lyhyemmin GBK, on vuonna 1924 perustettu jalkapalloseura. Seuran tarkoituksena on jalkapallon nuorisotoiminnan kehittäminen ja vahvistaminen "punavalkoisen" tien kautta. Päämääränä on lasten ja nuorten hyvinvoinnin parantaminen.

GBK on seudun johtava toimija miesten, naisten ja nuorisojalkapallon alalla. Seura järjestää myös jalkapalloa erityisryhmille sekä aikuisten ja nuorten harrasteryhmille. GBK on johtava toimija myöskin turnaustoiminnan alalla. Seuran jäsenten seuratunne, sosiaalinen pääoma, talkootyö, ammattimainen suhtautuminen sekä seuran traditiot, jalkapallokultturi ja laajat sekä kansalliset että kansainväliset yhteistyöverkostot ovat seuran toiminnan pohja.

1.2. Yhdistyksen arvot

Toiminnassaan seura edustaa jatkuvuutta, pitkäjännitteisyyttä, avoimuutta sekä toisten kunnioittamista ja heihin luottamista. Seura on edelläkävijä joka edustaa innovatiivista ja luovaa toimintaa. Sinettiseuran arvot antavat leimansa koko toiminnalle.



2. YHDISTYKSEN LÄHIVUOSIEN VISIO JA VIESTINNÄN TAVOITTEET

2.1. Yhdistyksen visio

GBK tullaan tuntemaan seurana, jossa on oikea asennoituminen ja hyvä käyttäytyminen. GBK luo lisäarvoa kaikille osallisille, mikä pitkällä tähtäimellä hyödyttää Kokkolaa paikkakuntana. Tavoite on, että GBK on kaupungin johtavia tavaramerkkejä, jolla on Kokkolan asukkaiden vahva tuki. Koko toiminta pohjautuu selkeään arvopohjaan, selkeästi asetettuihin päämääriin, sitoutumiseen ja osallistumiseen, konkreettisiin toimintaohjelmiin, järjestykseen ja selvyyteen sekä terveeseen talouteen. GBK tarjoaa kaikenikäisille pelaajille sekä muille toimijoille korkealuokkaista urheilutoimintaa, missä on hyvät mahdollisuudet kehittyä sekä urheilullisesti että henkilökohtaisesti.

2.2. Viestinnän tavoitteet

GBK:n viestintä tavoittaa jatkossa puheenjohtajien ja sihteereiden lisäksi myös muun jäsenyhdistysten jäsenistön kiinnostavan ja ajankohtaisen jäsenviestinnän kautta. GBK toimii aktiivisena viestien välittäjänä seuran ja toimijoiden välillä. GBK tiedottaa aktiivisesti toiminnastaan myös yhteistyökumppaneilleen ja sidosryhmilleen. Medialle GBK viestii kiinnostavien lehdistötiedotteiden ja -tilaisuuksien välityksellä. Kokonaisuutena GBK rakentaa keskustelevaa, myönteistä ja aktiivista julkisuuskuvaa.

GBK toimii viestinnässään oikea-aikaisesti ja selkeästi. GBK:n toiminta ja tiedotus on ajantasaista. GBK panostaa monikanavaiseseen viestintään, erityisesti tehokkaaseen verkkoviestintään, kasvotusten tapahtuvaa viestintää unohtamatta. GBK tukee toimijoitaan kotisivuverkoston ylläpidosta vastaavia tarjoten heille kotisivukoulutusta ja teknistä apua. Viestintä on kohderyhmittäin oikein mitoitettua ja suunnattua. GBK:ssa panostetaan sujuvaan ja ymmärrettävään viestintään myös jaostojen kesken sekä toimijoiden ja hallituksen välillä

3. YHDISTYKSEN PERUSVIESTI, VIESTINNÄN KOHDERYHMÄT, KANAVAT JA VÄLINEET

3.1. Yhdistyksen perusviesti

GBK:n sisäisen ja ulkoisen viestinnän avulla pyritään seuran tunnettuus- ja kasvutavoitteeseen. GBK:n viestintä on positiivista, kannustavaa ja kaikki joukkueet tasapuolisesti huomioivaa sekä oikeakielistä. GBK:n viestinnän onnistumista mitataan osana seuran syksysin tehtävää jäsenyytyväisyyskyselyä ja sitä kehitetään jäseniltä saadun palautteen perusteella. GBK:n hallitus vastaa seuran viestinnästä, ja sitä koordinoi hallituksen jäsenenä toimiva viestintävastaava

3.2. Sisäinen ja ulkoinen viestintä

Seuran johto on aktiivisesti yhteydessä jäseniin (henkilökohtaiset kontaktit, esittäytyminen ja keskustelut vanhempainilloissa ja tapahtumissa) Vähintään kerran kaudessa keskustelutilaisuus ajankohtaisista asioista joukkueenjohtajille ja valmentajille



Tärkein sähköinen sisäinen viestintäkanava on JoPoX-jäsenrekisteri. Jokaisen hallituksen kokouksen jälkeen noin kerran kuukaudessa lähetetään kaikille jäsenille sähköpostia kaikkia koskevista ajankohtaisista asioista sekä tiedote seuran kotisivuille.

GBK liittyi Facebookiin helmikuussa 2012, noin 450 tykkääjää
Viestintävastaava vastaa GBK:n FB:stä ja seuratason poustauksista
Nettisivujen uutiset raportoidaan myös Facebookissa, samoin mediassa julkaistut jutut.
Twitter otetaan käyttöön talvella 2014/2015

GBK:n toimihenkilö sosiaalisessa mediassa

Jos GBK:n toimihenkilö päättää osallistua sosiaaliseen mediaan, niin että on siellä kanssakäymisessä seuran nuorten ja lasten kanssa, silloin tämä aikuinen on selkeästi ottanut aikuisen/ammattiroolin sosiaalisessa mediassa. Tällöin on muistettava, että lapset ja nuoret näkevät sosiaalisessa mediassa myös aikuisten väliset keskustelut.

Tämä tarkoittaa sitä, että keskustelut ja muu toiminta sosiaalisessa mediassa tulee olla aivan samanlaista ja asianmukaista kuin esimerkiksi kentän laidalla harjoituksissa tai otteluissa. Verkkokeskustelussa on toimittava yhtä aikuismaisesti/ammattimaisesti kuin kasvokkain käytävässä keskustelussa sekä noudettava seuran aikuisten pelisääntöjä.

Suullisessa kommunikoinnissa toimivat vivahteet eivät lähtökohtaisesti toimi kirjallisessa viestinnässä. Humoristiseksi tarkoitettu viesti näkyy ilmeissä, eleissä ja äänenpainossa. Verkossa niiden välittäminen vastaanottajalle on vaikeampaa. Aikuisella on siten suuri vastuu, ettei nuori tulkitse sanomaa väärin.

Ohjeita, suosituksia ja vinkkejä GBK:n toimihenkilöille verkossa toimimiselle

1. Varmista, että toimintasi verkossa on GBK:n toimintaperiaatteiden ja arvojen, kuten suvaitsevuus, tasa-arvoisuus ja ihmisen arvostaminen mukaista.
2. Puutu pelisääntöjen vastaiseen käyttäytymiseen esim. kielenkäyttö, kiusaamiseen tai johonkin muuhun epäilyttävään.
3. Jos olet epävarma asiasta, älä julkaise. Kysy toisen aikuisen mielipidettä.
4. GBK suosittelee sitä, että toimihenkilöt harkitsevat tarkoin hyväksyvätkö joukkueensa nuoria kavereikseen Facebookissa. Usein on yksinkertaisempaa ja helpompaa pitää ”työrooli” ja vapaa-ajan rooli erillään toisistaan, kuten mm. monet opettajat toimivat oppilaidensa kanssa.
5. Aikuisten asiat ovat aikuisten asioita eikä niistä kannata keskustella lasten ja nuorten nähden tai kuullen.
6. On hyvä muistaa, että lukija ei välttämättä osaa arvioida, onko kirjaus toimihenkilön oma yksityishenkilön vai GBK:n linjaus.
7. Jos esim. valmentaja pyytää pelaajaa Facebook-ystäväksi, pelaajan voi olla vaikea kieltäytyä vaikka haluaisikin. Valmentaja/pelaajasuhde voi sosiaalisessa mediassa olla haasteellinen. Facebookin kautta valmentajat ja pelaajat voivat saada toisistaan sellaista tietoa, jota muuten ei haluttaisi kertoa.
8. On hyvä muistaa, että joidenkin mielestä GBK:lainen edustaa GBK:ta aina.
9. Älä jätä verkkoon sellaista, mihin et halua törmätä tulevaisuudessa – internetillä on pitkä muisti!
10. Mikä tahansa sosiaalisessa mediassa julkaistu voi päätyä laajasti julkisuuteen.
11. Harkitse, miten toimintasi sosiaalisessa mediassa vaikuttaa uskottavuuteesi toimihenkilöroolissasi ja mielikuvaan kyvystäsi hoitaa tehtäväsi tasapuolisesti.



Joukkueet

GBK suosittelee ensisijaisesti jokaista joukkuetta hoitamaan tiedottamisensa seuran verkkosivujen joukkueen oman sivun kautta eikä sosiaalisen median kautta. On todennäköistä, että kaikkien lasten vanhemmat eivät halua liittyä käyttämään sosiaalisen median palveluita. Tällaisessa tapauksessa he olisivat eriarvoisessa asemassa tiedottamisen suhteen

3.3. Kohderyhmien avainviestit

Sisäisessä viestinnässä GBK:n avainviestit henkilökunnalle, hallitukselle ja työryhmille ovat yhdistyksen toimintaan sitoutuminen, yhteistyö, hyvä ilmapiiri, motivaatio ja ilo työskennellä yhdistyksen hyväksi. Tärkeitä sisäisessä viestinnässä ovat myös toimiva yhdistyksen sisäinen kommunikaatio ja hyvä yhteishenki.

Ulkoisessa viestinnässä jäsenyhdistyksille viestitään GBK:n jäsenyyteen kuuluvista jäseneduista ja palveluista sekä yhdistyksille merkityksellisistä uutisista, tilaisuuksista ja alueellisista osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksista.

Yhteistyökumppaneille viestitään siitä, että GBK on osaava, yhteistyöhaluinen, ajantasainen, joustava, tehokas ja aktiivinen toimija, joka omaa laajaa asiantuntemusta osallistumisen ja vuorovaikutuksen aloilta.

Päättäjille, virkamiehille ja rahoittajille perustellaan, miksi GBK:n ja kannattaa panostaa viestimällä heille GBK:n suunnitelmista, saavutuksista, palveluista sekä GBK:n tarjoamista yhteistyö- ja verkostoitumismahdollisuuksista.

Medialle ja tiedottajille GBK välittää viestiä itsestään myönteisenä, aikaansaavana ja innovatiivisana toimijana. GBK toivoo herättävänsä toiminnallaan median mielenkiinnon seuran tärkeänä pitämiin asioihin.

Laajalle yleisölle GBK:n toiminnasta halutaan välittää myönteinen ja kiinnostava vaikutelma. GBK pyrkii viestinnällään innostamaan ja motivoimaan ihmisiä osallistumaan seuran toimintaan.



3.4. Kanavat ja välineet, joilla kohderyhmille viestitään

Sähköinen kalenteri

GBK:n toimistolla käytetään yhteistä, internetissä sijaitsevaa kalenteria. Toimijat merkitsevät kalenteriin palaverinsa ym. menonsa, jolloin toimiston sisäisesti on helppo pysyä ajan tasalla toisten työntekijöiden päivärytmistä ja vastata esim. puhelintiedusteluihin, siitä milloin henkilöt ovat seuraavaksi tavoitettavissa.

Yhteiset kansiot verkossa

GBK:n työntekijät käyttää sisäisen viestintänsä apuna myös yhteisesti jaettuja kansioita verkkoympäristössä (Onedrive), jolloin henkilökunnalla on samat resurssit helposti käytössään ja työntekijät voivat viestiä toisilleen sähköpostin liitetiedostoja lähettämättä.

Toimiston viikkopalaveri

GBK:n toimistolla pyritään ottaa viikkopalaverikäytäntö. Viikkopalaveri pidetään yleensä maanantaisin ja siihen osallistuvat kaikki toimistolla työskentelevät henkilöt. Palaverin tarkoituksena on käydä läpi tulevan viikon työtehtäviä, tapaamisia ja toimiston arkeen liittyviä käytännön asioita.

Toimiston sisäiset palaverit ja kokoontumiset

Toimiston työntekijät sopivat usein keskinäisiä palavereja ja kokoontumisia liittyen eri työtehtäviin ja tehtäväkokonaisuuksiin työstäen kokonaisuuksia yhdessä eteenpäin sekä sopien töiden aikatauluista ja tehtäväjaoista.

Epäviralliset kokoontumiset toimistolla

Toimiston henkilökunta keskustelee päivittäin keskenään epävirallisesti työtehtävistä ja -kokonaisuuksista ideoiden ja suunnitellen tehtäviä yhdessä ja kommentoiden toistensa tuotoksia.

Viralliset palaverit ja tilaisuudet

GBK:n työntekijät tapaavat usein yhteistyökumppanien ja sidosryhmien kanssa erilaisissa työpalavereissa, osallistuvat työryhmien toimintaan, edustavat seminaareissa. Työntekijät kommunikoivat myös organisaation hallituksen kokouksissa hallituksen ja puheenjohtajan kanssa. GBK järjestää jäsenilleen vuosittain kevät- ja syyskokouksen, puheenjohtajapalaverin sekä erilaisia seminaareja ja muita tilaisuuksia, jotka on toisinaan suunnattu myös laajemmalle yleisölle. GBK järjestää tarvittaessa medialle suunnattuja lehdistötilaisuuksia viestiäkseen suuremmista uutisaiheistaan.

Puhelinviestintä

GBK:ssa viestitään paljon puhelimitse yhteistyökumppaneille ja sidosryhmille sekä konsultoidaan toimistolle soittavia henkilöitä seuratoiminnasta.



Sähköpostiviestintä

GBK:ssa viestitään, toimijoilleen, sidosryhmille ja yhteistyökumppaneille useimmiten sähköpostitse. Sisäisessä viestinnässä sähköpostia käytetään mm. työryhmätoiminnassa sekä kokousmuistioita ym. liitetiedostoja lähetettäessä.

Verkkoviestintä

Verkkoviestinnässä GBK:n kotisivut (www.gbk.fi) ja Kokkola Cup kotisivujen verkostosivu (www.kokkolacup.fi) ovat olennaisessa roolissa. GBKn kotisivuilla välitetään jäsenille, sidosryhmille ja yhteistyökumppaneille GBK:n ja Kokkola Cup toimintaan liittyvää monenlaista tietoa. Kotisivuilla toimii myös intranet JoPoX sisäisen viestinnän välineenä.

Tiedotteet

GBK julkaisee toimijoilleen suunnatun tiedotteen noin 4-5 kertaa vuodessa. Tiedote julkaistaan GBK:n kotisivuilla. Jäsentiedotteessa viestitään jäsenille GBK:n kuulumisia sekä uutisoidaan mm. ajankohtaisia kiinnostavia tapahtumia, koulutuksia ja vaikuttamismahdollisuuksia. GBK viestii tarvittaessa ajankohtaisista, laajemmista kokonaisuuksistaan myös medialle lehdistötiedotteiden muodossa.

Kirjeposti

Kirjepostin osuus GBK:n viestinnässä on melko pieni, kirjeposti on kuitenkin tärkeä yhteydenpitokeino niihin jäseniin, joilla ei ole sähköpostia käytössään. Joskus GBK lähettää kirjepostia kaikille jäsenille, esim. tilaisuuksien kutsuja ja jäsenmaksut.

Esitteet ym. materiaalit ja tuotokset

GBK viestii jäsenilleen, sidosryhmilleen ja yhteistyökumppaneilleen myös erilaisten esitteiden, materiaalien ja oheistuotteiden avulla. GBK:ssa on työstetty useita sekä GBK:n perustoimintaan että Kokkola Cup liittyviä esitteitä, julisteita ym. tuotoksia. Näitä materiaaleja jaetaan erilaisissa seminaareissa ja tapahtumissa, joita GBK järjestää tai joihin GBK osallistuu.



3.5. GBK:n viestintäkanavat ja -välineet kohderyhmittäin

Oheiseen taulukkoon on merkitty GBK:n kohderyhmien viestintään pääasiassa käytetyt viestintäkanavat ja -välineet. Useimmille kohderyhmille viestitään sähköpostitse, puhelimitse ja verkon välityksellä. GBK viestii toiminnastaan myös erilaisissa palaverissa ja tilaisuuksissa esitteiden ja muun materiaalin avulla. Osa viestintävälineistä, kuten sähköinen kalenteri, on tarkoitettu ainoastaan toimiston sisäiseen käyttöön.

Helkan viestintäkanavat ja -välineet kohderyhmittäin								
	Henkilö-kunta	Hallitus	Työ-ryhmät	Jäsenet	Yhteistyö-kumppanit	Päätäjät	Media*	Laaja yleisö
Sähköinen kalenteri	x							
Kansiot verkossa	x							
Toimistopalaveri	x							
Toimiston sisäiset palaverit	x							
Epäviralliset kokoontumiset	x							
Viralliset palaverit ja tilaisuudet		x	x	x	x	x	x	x
Puhelinviestintä				x	x	x		x
Sähköpostiviestintä	x		x	x	x	x		x
Verkkoviestintä		x		x	x	x		x
Tiedotteet				x			x	
Kirjeposti				x				
Esitteet, materiaalit				x	x	x		x
Facebook			x					
JoPoX				x				
Twitter			x					

4. VIESTINNÄN VASTUUALUEET

GBK:n nettisivuista, jäsentiedotteista, sähköpostitiedottamisesta ym. jäsen- ja yleisviestinnästä vastaavat PR-jaosto.

Kotisivuverkoston ylläpitäjien tiedotusta hoitaa kotisivuverkostosta vastaava.

Tapahtumien järjestämiseen, materiaalien tuottamiseen, työryhmiin ja erilaisiin tilaisuuksiin osallistuvat tarvittaessa kaikki työntekijät.

Viestinnän yleislinjauksia suunnitellaan GBK:n viestintätyöryhmässä, joka koostuu muutamasta GBK:n hallituksen jäsenestä ja GBK:n työntekijöistä.

Laajemmat viestintälinjaukset tekee GBK:n hallitus.



Seuran sisäinen työnjako ja vastuut

Pelilliset asiat – valmentaja/joukkueenjohtaja

Taloudelliset asiat – seuran puheenjohtaja/rahastonhoitaja

Päivittäinen viestintä, verkkosivujen päivittäminen – PR-jaosto/juniorijaoston sihteeri

Tiedotteiden laatiminen – seuran puheenjohtaja/PR-jaosto

Tiedotustilaisuuksien järjestäminen – toimisto

Suhteet paikallislehdistöön – PR-jaosto

Media-asioiden hoito kansallisesti kiinnostavissa tapahtumissa – Seuran puheenjohtaja ja Kokkola Cup jaoston puheenjohtaja

Kriisiviestintä – ensisijaisesti seuran puheenjohtaja/hallitus tai jos on kyse junioritoiminnasta niin juniorijaoston puheenjohtaja/sihteeri

Lisätietoa GBK:n viestintäsuunnitelmasta saa GBK:n toimistolta tai Stefan Thylin stefan.thylin@gbk.fi, 040 588 9480



www.gbk.fi
www.kokkolacup.fi