



Itä-Suomen yliopiston ylioppilaskunta

Viestintästrategia 2021–2024

Hyväksytty edustajiston kokouksessa 25.2.2021.

1. Johdanto

Itä-Suomen yliopiston ylioppilaskunnan (ISYY) viestintästrategia antaa suuntaviivat sille, miten ISYYn työntekijät ja luottamushenkilöt vaikuttavat ylioppilaskunnan strategian toteuttamiseen viestintätapojen kautta. Viestintästrategia viedään käytäntöön erikseen laadittavalla viestintäohjeistuksella ja sen toteuttamisella koko organisaatiossa.

ISYYn viestintään lasketaan kuuluviksi asiakirjat ja asiakaspalvelu, kaikki kasvatusten ja digitaalisesti tapahtuva viestintä, johon ISYYläiset osallistuvat päivittäin. Viestintä kuuluu kaikille organisaation osa-alueille, jokaiselle yksittäiselle työntekijälle ja luottamustoimijalle. Kaikki ISYYn työntekijät ja luottamushenkilöt vaikuttavat omalla käytöksellään ja viestinnällään mielikuvaan ISYYstä.

Viestintästrategian lähtökohtana ovat ISYYn strategia ja sitä ohjaavat muun muassa ISYYn asema julkisyhteisönä sekä viestintää säätelevä lainsäädäntö. Viestintästrategia päivitetään ISYYn strategian uusimisen yhteydessä tai tarpeen mukaan.

2. Viestinnän lähtökohdat strategiakaudelle: “Viestintää hoidetaan hyvin, mutta asiat eivät vain kiinnosta tai kosketa minua.”

Taustaa:

ISYYn edellinen viestintästrategia 2017–2018 painottui edunvalvontatyön näkyväksi tekemiseen. Tuolloin nähtiin, että jäsenistö kokee ISYYn kaukaiseksi ja tuntemattomaksi eikä tiedä riittävästi, mitä ISYY tekee ja miksi. ISYYn vuosittaisista viestintäkyselyistä selviää, että tällaisesta ajattelutavasta on menty osittain eteenpäin vuoteen 2021 mennessä.

Tilanne nyt:

ISYYn vuosittaisten viestintäkyselyiden perusteella ylioppilaskunnan viestintä tavoittaa jäsenet melko hyvin, mutta kehitettävää löytyy viestinnän kiinnostavuudesta. Viestintä on ollut tähän asti jäsenistön suuntaan yksisuuntaista tiedottamista, josta halutaan siirtyä vuorovaikutteisempaan ja osallistavampaan viestintään. Viestinnän kiinnostavuutta ja vuorovaikutusta kehittämällä, myös viestinnän tavoitavuus nousee ja jäsenen mielikuva ISYYstä kehittyy tärkeäksi, *yhteiseksi, jonka jäsenyydestä ollaan ylpeitä.*

ISYYn organisaatiouudistus astuu voimaan keväällä 2021 ja se tuo uusia haasteita sisäisen viestinnän toimivuudelle. ISYYlle luodaan strategiakauden aikana sisäisen viestinnän ohjeistus, johon luodaan yhteiset pelisäännöt sisäiselle viestinnälle. Sisäinen viestintä heijastuu ulospäin esimerkiksi jäsenistön suuntaan, minkä vuoksi sisäisen viestinnän toimivuuteen ISYYssä panostetaan.

3. Viestinnän strategiset painopisteet ja mittarit

ISYYn viestintästrategia perustuu ylioppilaskunnan strategiaan 2021–2024:

Miksi olemme täällä:
Teemme isyyläisestä opiskelijayhteisöstä summaansa suuremman vaikuttajan ja edunvalvojan.

Visio:
Yhteisö, jonka jäsenyydestä ollaan ylpeitä

Strateginen päämäärä:
Madallamme osallistumisen kynnystä ja aktivoimme jäseniämme osallistumaan ja vaikuttamaan. Teemme aktiivista edunvalvontatyötä sekä yhteistyötä sidosryhmiemme kanssa. Luomme tunnistettavan ISYYn brändin.

Strategiset painopistealueet:

<i>Kulttuurimme:</i> Luottamuksen kulttuuri	<i>Suorituskykymme:</i> Elävä organisaatio	<i>Jäsenkokemuksemme:</i> Rohkaisevia kohtaamisia	<i>Identiteettimme:</i> Tunnistettavasti ISYYläinen
--	---	--	--

Viestinnän strategiset painopisteet ja tavoitteet:

Ylioppilaskunnan strategisten tavoitteiden saavuttamista tuetaan **vuorovaikutteisella** ja **osallistavalla** ja viestinnällä, johon jäsen **sitoutuu**.

<u>Tavoite 1:</u> Vuorovaikutuksen lisääminen... ...olemme vuorovaikutuksessa jäsenten sekä sidosryhmien kanssa.	<u>Tavoite 2:</u> Jäsenten osallisuuden edistäminen... ...eri toimintoihin, tapahtumiin ja vaikuttamis-mahdollisuuksiin.	<u>Tavoite 3:</u> Sitoutuneisuuden vahvistaminen... ...viestimällä jäsenille <i>tärkeistä</i> aiheista kiinnostavalla tavalla.
---	---	---

-> Näiden tavoitteiden myötä syntyy **yhteisö**, jonka jäsenyydestä ollaan ylpeitä.

Viestinnän strategiset mittarit:

<i>Yhteydenottokanavien aktiivisuus ja laatu</i>	<i>Luottamustoimiin hakevien määrä</i> <i>Tapahtumien osallistujamäärät</i>	<i>ISYYn viestintäkyselyn tulokset</i> <i>Sitoutumisprosentin kehitys sosiaalisessa mediassa</i>
--	--	---

<p><i>Kyselyiden suhteellinen vastausprosentti</i></p> <p><i>Medianäkyvyys (mainintojen määrä, tavoitavuus ja laatu)</i></p> <p><i>Näkyvyys sosiaalisessa mediassa (mainintojen määrä, tavoitavuus ja laatu)</i></p> <p><i>Sidosryhmiin on pidetty yhteyttä vuoden aikana suunnitellusti.</i></p> <p><i>Palautteiden määrä ja laatu</i></p> <p><i>Sisäisen viestinnän kysely</i></p>	<p><i>Verkkosivujen kävijämäärät</i></p> <p><i>Uutiskirjeiden aktiivisten lukijoiden määrä</i></p> <p><i>Seuraajamäärien ja tavoitavuuden kehitys sosiaalisessa mediassa</i></p>	<p><i>Livestriimien katsojamäärät</i></p> <p><i>ISYYn bränditutkimuksen tulokset</i></p> <p><i>Toimikautensa jälkeen toimintaa ISYYssä jatkavat luottamustoimijat</i></p> <p><i>ISYYn symbolien ja jäsentuotteiden menekki</i></p>
--	--	--

4. Viestinnän periaatteet ja arvot

ISYYn viestinnän periaatteita ovat ylioppilaskunnan strategiasta johdetut arvot. Ne otetaan huomioon viestinnän toteuttamisessa seuraavalla tavalla:

Luottamus

- Annetut tiedot ovat oikeita, selkeitä ja riittäviä. Viestintä perustuu tosiasioihin ja tehtyihin päätöksiin.
- Viestimme johdonmukaisesti suunnitelmallisella viestinnällä.
- Avoimuudella pyritään lisäämään jäsenistön, median ja muiden tahojen tietoisuutta ylioppilaskunnasta ja sen toiminnasta ja luottamusta ylioppilaskuntaa kohtaan.

Dialogi ja yhteisöllisyys

- Tarjoamme jäsenille vuorovaikutusmahdollisuuksia toimijoidemme kanssa.
- Sisäinen viestintämme tavoittaa tarvittavat toimijat.
- Jäsenille suuntautuva viestintä on opiskelijan äänellä tuotettua.

Yhdenvertaisuus

- Eri opiskelijaryhmät näkyvät viestintäkanavissamme.
- Kaikille sidosryhmille annetaan tasapuolinen mahdollisuus yhtäläisen tiedon saantiin tiedotettavasta asiasta.
- Viestintä on saavutettavaa, monikanavaista ja helposti ymmärrettävää.
- Viestimme kanavissamme pääsääntöisesti sekä suomeksi että englanniksi.

5. Kohde- ja sidosryhmät

Viestinnän keskeisimmät kohde- ja sidosryhmät, joille viestintää suunnataan ja jotka huomioidaan viestintää suunniteltaessa ja toteutettaessa ovat:

- Edustajisto
- Hallitus
- Henkilökunta
- Jäsenet
- Puheenjohtajaneuvostot
- Työryhmät
- Tiimit
- Kerhot
- Aine- ja kampusjärjestöt
- Hallinnon opiskelijaedustajat
- Media
- Yliopisto
- Yhteistyökumppanit (kuten yritysyhteistyökumppanit)
- Opiskelijapalveluihin liittyvät sidosryhmät (kuten YTHS, opiskelija-asuntosäätiöt, YTHS, Nyyti ry, Kela)
- SYL ja muut ylioppilaskunnat
- Päättäjät (paikalliset ja kansalliset, poliittiset)
- Kampuskaupungit ja niiden muut opiskelijajärjestöt

6. Ydinviestit ulkoiseen viestintään

Yhdenmukaisilla viesteillä ja graafisella ilmeellä tuetaan ISYYn strategian toteutumista. Niillä on myös tärkeä rooli johdonmukaisuuden ja tunnistettavuuden vahvistamisessa. Kaikessa ISYYn viestinnässä käytetään yhtenäistä graafista ilmettä, joka määrittää ylioppilaskunnan graafiseen ohjeistukseen strategiakauden aikana.

Ydinviestit kuvastavat niitä asioita ja mielikuvia, joita ISYY haluaa itsestään viestiä. Ne ovat keskeisiä aihealueita ylioppilaskunnan ulkoisessa viestinnässä strategiakaudella.

Ydinviestimme ovat:

- *Meillä on monipuolinen ja jäsenille tärkeä palvelutarjonta, josta on opiskelijalle hyötyä.*
 - Tuomme jäsenviestinnässämme esille monipuolista palvelutarjontaamme.
- *Kannustamme osallistumaan ja vaikuttamaan.*
 - Tuomme esille erilaisia vaikuttamisen ja osallistumisen mahdollisuuksia.
- *Teemme aktiivista ja vaikuttavaa edunvalvontatyötä.*
 - Sidossryhmiin ja mediaan on pidetty yhteyttä vuoden aikana suunnitellusti.

7. Viestinnän organisointi ja vastuut

Viestintä on osa kaikkia ylioppilaskunnan toimintoja. Ylioppilaskunnan henkilöstö ja luottamushenkilöt ovat kaikki ISYYn viestijöitä. Jokainen ylioppilaskunnan toimija osallistuu ISYYn toiminnan näkyväksi tekemiseen.

Henkilökunta vastaa oman sektorinsa viestinnästä niin sisäisesti kuin ulkoisesti.

Edustajisto antaa suuntalinjat ja resurssit viestintään talousarvion, toimintasuunnitelman sekä strategian avulla.

Pääsektori huolehtii sisäisen ja ulkoisen viestinnän toimivuudesta sekä vastaa medialle tiedottamisesta yhteistyössä viestintäsektorin kanssa.

Hallitus edustaa jäsenistöä ja osallistuu oman sektorinsa viestintään niin sisäisesti kuin ulkoisesti sekä osallistuu korkeakouluopiskelijoita koskettavaan keskusteluun.

Viestintäsuunnittelija vastaa päivittäisen jäsenistölle suuntautuvan viestinnän suunnittelusta, koordinoinnista, kehittämisestä ja toteuttamisesta. Viestintäsuunnittelija on apuna viestintään liittyvissä asioissa henkilöstölle ja luottamustoimijoille.

Hallituksen viestintävastaava valvoo viestintästrategian toteutumista, osallistuu viestinnän kehittämiseen ja osittain myös toteutukseen sekä toimii hallituslaisille apuna viestintään liittyvissä asioissa.