

YLÖJÄRVI

Ylöjärven kaupungin viestintäsuunnitelma 2025

Kaupunginhallitus 17.2.2025



Sisältö

- Johdanto: viestinnän periaatteet ja työnjako
- Viestinnän painopisteet
- Käytännön toimet ja hankkeet
 - Strategian ja johtamisen tukeminen
 - Palveluviestintä
 - Päätösviestintä
 - Osallisuuden ja vuorovaikutuksen tukeminen
 - Markkinointi ja markkinointiviestintä
 - Rekrytointiviestintä
 - Henkilöstöviestintä
 - Kriisi- eli tehostettu viestintä
- Viestinnän ohjeistus
- Viestinnän vuosikello
- Yhteystiedot



YLÖJÄRVI

Viestintä toteuttaa kuntademokratiaa ja rakentaa pitkäjänteisesti kuntabrändiä.



Viestintää yhteisin periaattein

Ylöjärven kaupungin viestintää toteutetaan hajautetusti mutta yhteisin periaattein.

- Päivittäisviestintä on osa jokaisen työntekijän ja luottamushenkilön perustehtävää kunkin toimenkuvan mukaisesti.
- Erityinen vastuu viestinnästä on aina johdolla ja esihenkilöillä. Kaupungin viestintää johtaa kaupunginjohtaja kaupunginhallituksen alaisuudessa.
- Viestinnän ja markkinoinnin tehtäväalue on osa hallintopalveluita hallinto- ja talousosastolla. Yksikössä työskentelee viestintäpäällikkö ja hänen työparinaan viestintäkoordinaattori. Viestintäyksikkö vastaa kaupunkitason viestinnästä ja kaupunkimarkkinoinnista.



Viestinnän työnjako

- Kaupunginvaltuusto hyväksyy kaupungin strategian ja luo pohjan viestinnälle.
- Kaupunginhallitus johtaa ja valvoo kaupungin viestintää.
- Kaupunginjohtaja johtaa kaupungin viestintää kaupunginhallituksen alaisuudessa.
- Viestintäyksikkö kehittää, ohjaa ja toteuttaa viestintäpäällikön johdolla kaupunkitason viestintää ja kaupunkimarkkinointia em. linjausten mukaisesti.
- Osastopäälliköt ja konserniyhtiöiden johtajat vastaavat osastonsa / johtamansa yhtiön viestinnästä.
- Esihenkilöt vastaavat johtamansa yksikön viestinnästä.
- Päivittäisviestintä on osa jokaisen työntekijän työtä. Kukin työntekijä vastaa oman tehtäväkenttensä aiheiden viestinnästä toimenkuvansa mukaan.
- Ylöjärven Yrityspalvelu Oy vastaa kaupungin elinkeino- ja matkailumarkkinoinnista.



Vuosittainen viestintäsuunnitelma

- Kaupungin vuosittaisen viestintäsuunnitelman laatii viestintäpäällikkö yhteistyössä kaupungin johtoryhmän kanssa. Suunnitelman hyväksyy kaupunginhallitus.
- Suunnitelma sisältää keskitetyn viestinnän tärkeimmät toimet ja hankkeet kaupunkitasolla.
- Suunnitelma pohjautuu kaupunkistrategiaan ja siitä johdettuihin vuositavoitteisiin, viestintää koskeviin yleisiin ja kaupungin omiin ohjeisiin sekä kaupungin viestinnästä saatuun palautteeseen.
- Kaupunkimarkkinointi on osa kaupungin viestintää ja sitä toteutetaan erillisten markkinointisuunnitelmien mukaisesti.



YLÖJÄRVI

Viestintä 2025



Viestinnän painopisteet 2025

Kaupungin viestinnän ja markkinoinnin edelleen kehittäminen sekä brändin vahvistaminen

- Uusi asukasmarkkinoinnin verkkosivusto lanseerataan ja otetaan aktiivisesti käyttöön. Sivusto ja siihen liittyvät kampanjat tukevat kaupungin kasvuohjelman toteuttamista, mm. tonttimarkkinoinnin tehostamista.
- Mediaviestintää ja -seurantaa kehitetään. Niihin liittyvät viestinnän työkalut kilpailutetaan ja otetaan aktiivisesti käyttöön.
- Vuoden muut keskeisimmät viestintäteemat koskevat kuntavaaleja ja valtuustokauden vaihtumista, kaupunkistrategian päivytystä sekä rekrytointiviestinnän kehittämistä.



Tärkeimmät käytännön toimet ja hankkeet viestinnän eri osa-alueiden näkökulmasta 2025

Kuntaviestinnän osa-alueet

- Strategian ja johtamisen tukeminen
- Palveluviestintä
- Päätösviestintä
- Osallisuuden ja vuorovaikutuksen tukeminen
- Markkinointi ja markkinointiviestintä
- Rekrytointiviestintä
- Henkilöstöviestintä
- Kriisi- eli tehostettu viestintä



Strategian ja johtamisen tukeminen, 1/2

Periaatteita

- Viestinnän tehtävä on edistää kaupunkistrategian ja sitä tukevien suunnitelmien toteutumista.
- Viestintäyksikkö tukee konsernihallintoa sekä kaupungin sisäisessä että ulkoisessa viestinnässä.
- Viestintäpäällikkö tukee kaupungin johtoa viestinnässä.
- Viestintäyksikkö luotaa viestintäympäristöä ja seuraa Ylöjärvi-aiheista sisältöä mediassa.
- Viestinnän ja markkinoinnin visuaalisessa ilmeessä noudatetaan kaupungin brändikäsikirjaa. Yhtenäinen ja oman näköinen visuaalinen ilme helpottaa käytännön viestintää, vahvistaa sen sanomaa ja tukee Ylöjärven brändiä.



Strategian ja johtamisen tukeminen, 2/2

Ajankohtaista

- Brändityön jatkaminen kaupungin kaikessa toiminnassa ja viestinnän eri osa-alueilla
- Kaupungin kasvuohjelmaa tukevan viestinnän ja markkinoinnin painottaminen.
Seuraamme ja nostamme esiin:
 - keskeisiä kaava-, rakennus- ja kaupunkikehityshankkeita
 - kuten Teivo-Mäkkylä, Vuorentausta, ydinkeskusta, liikenne, raitiotien hankesuunnitelma, kaksoisraidehanke
 - palveluiden ja toiminnan kehittämistä
 - kuten LisäValo-hanke, Unicefin lapsiystävällinen kunta -malli
 - kuten ilmastotiekartta, digitiekartta
- Kaupunkistrategian päivityksen tukeminen: viestintä ja vuorovaikutus prosessista sekä valmiista strategiasta
- Strategista viestintää myös: hyvinvointikertomus 2021-2024, hyvinvointisuunnitelma 2025-2028
- Mediaviestinnän ja -seurannan kehittäminen: kilpailutamme mediaseurantapalvelun sekä tiedotejakelun (uusi palvelu kaupungille)



Palveluviestintä, 1/4

Periaatteita

- Viestintäyksikkö tukee toimialoja näiden palveluviestinnässä. Vastuu palveluja koskevasta viestinnästä on kuitenkin aina kullakin toimialalla.
- Kaupungin päivittäisviestinnän pääkanava on Ylojarvi.fi-sivusto. Viestintä sosiaalisessa mediassa on aina luonteeltaan täydentävää.
- Toimialat ja yksiköt voivat laatia tiedotteita ja välittää juttuvinkkejä medialle; ne lähetetään aina tiedoksi myös viestintäpäällikölle. Mediatiedotuksesta vastaa toimialan/yksikön johto.
- Viestintäyksikkö vastaa yleisistä, konsernihallintolähtöisistä tiedotteista. Virallisista tiedotustilaisuuksista päättää kaupunginjohtaja.



Palveluviestintä, 2/4

Ylojarvi.fi-sivusto

- Ylojarvi.fi-sivustolla toteutetaan ulkopuolinen saavutettavuusauditointi.
- Sivuston valikkorakenteen teknistä toteutusta ja käytettävyyttä parannetaan työpöytänäkymässä.
- Päivittäjien tueksi laaditut ohjeet pidetään ajan tasalla, erityistä huomiota kiinnitetään kuvien oikeaan kokoon ja nimeämiseen.
- Viestintäyksikkö seuraa sivuston palautekanavaa ja reagoi saatuun palautteeseen.
- Verkkoviestintäryhmä kokoontuu säännöllisesti ja viestintäyksikkö pitää säännöllisesti seurantapalavereita verkkosivuston teknisen toimittajan kanssa.
- Toimialat pitävät tietonsa ajan tasalla Suomi.fi-palvelun palvelutietovarannossa (PTV).



Palveluviestintä, 3/4

Ylöjärvi-lehti

- Ylöjärvi-lehti toteutetaan ja julkaistaan vuonna 2024 uudistetun konseptin mukaisesti.
- Lehti ilmestyy kaksi kertaa: maaliskuussa ja lokakuussa. Se jaetaan julkisena tiedotteena kaikkiin osoitteisiin Ylöjärven alueella (Posti).
- Lehden sivumäärä on 20; julkisen tiedotteen jakeluehdot rajoittavat lehden grammapainoa ja siten laajuutta. Lehdestä tehdään digitaalinen näköisversio.

Työllisyyspalveluiden uudistus

- Lakisääteiset työvoima- ja elinkeinopalvelut eli TE-palvelut siirtyivät kuntien järjestämisvastuulle 1.1.2025 alkaen.
- Viestintää toteutetaan alueellisten linjausten mukaisesti mutta paikallisella otteella. Tavoitteena on viestinnän työnjaon ja käytäntöjen vakiinnuttaminen. Osana kokonaisuutta viestitään kaupungin vastuulle jäävästä työllisyyttä edistävästä toiminnasta.



Palveluviestintä, 4/4

Kaupunkikehitys, isot rakennushankkeet, digikehittäminen, ilmastotyö

- Viestintäyksikkö tukee toimijoita hankkeiden perusviestinnässä ja kytkee niitä osaksi muuta viestintää ja osin markkinointia; hankkeita voidaan katsoa monesta eri näkökulmasta.
- Erityisesti: koulu- ja päiväkotihankkeet, MAPSTO:n toteutuminen (mm. yleiset alueet, tiehankkeet), Nysse-linjastouudistus, uusi rakentamislaki ja rakennusjärjestys, digitiekartta ja ilmastotiekartta.

Hyvinvointipalvelut

- Viestintäyksikkö tukee hyvinvointipalveluita näiden tavoitteessa kehittää viestintäänsä.



Päätösviestintä, 1/2

- Viestintäyksikkö laatii kaupunginvaltuuston kokouksista ennakkotiedotteen kaupungin kotisivuille ja sosiaalisen median kanaviin. Merkittävistä päätöksistä viestitään tuoreeltaan sosiaalisessa mediassa ja niistä laaditaan erillinen tiedote. Kaupunginvaltuuston ja kaupunginhallituksen kokousten päätöslistat julkaistaan kotisivuilla kokouksen jälkeisenä päivänä.
- Kaupunginvaltuuston kokoukset lähetetään suorana verkossa. Jakelukanava on kaupungin YouTube-kanava, lähetykset tekstitetään digipalvelulain mukaisesti kahden viikon sisällä julkaisusta.
- Myös lautakuntien merkittävistä päätöksistä tulee laatia erillinen tiedote; tässä lautakuntien tulee olla aloitteellisia.
- Lehti-ilmoittelussa noudatetaan kaupunginvaltuuston linjausta kunnallisten ilmoitusten julkaisemisesta. Viestintäyksikkö koordinoi viralliset ilmoitukset.
- Viestintäpäällikkö toimii kaupunkiseudun kuntayhtymän viestintäverkoston varapuheenjohtajana.



Päätösviestintä, 2/2

Kuntavaalit ja valtuustokauden vaihtuminen

- Alue- ja kuntavaalien viestinnässä hyödynnetään oman viestinnän tukena Kuntaliiton kampanja-aineistoa ("Onneksi on kunnat").
- Valtuustokauden vaihtuminen edellyttää aktiivista ulkoista ja sisäistä viestintää sekä esimerkiksi kotisivujen laaja-alaista päivitystä.
- Uuden kaupunginvaltuuston perehdytykseen sisältyy viestinnän osuus (periaatteet, käytännöt ja valtuutettujen rooli).



Osallisuuden ja vuorovaikutuksen tukeminen, 1/2

Periaatteita

- Kuntaviestinnän keskiössä on kuntademokratia eli kuntalaisten oikeus tiedonsaantiin ja mahdollisuus vaikuttaa itseään koskevaan päätöksentekoon.
- Viestintäyksikkö tukee osallisuutta edistäviä toimia ja osallistuu esimerkiksi kaupunkilaisille suunnattujen asukastilaisuuksien sekä kyselyjen viestintään.

Ajankohtaista

- Viestintäyksikkö tukee viestinnällisesti kaavahankkeisiin sekä mm. raitiotien hankesuunnitteluun liittyviä asukas- ja sidosryhmätilaisuuksia
- Ilmastotyön (Hinku) tavoitteita edistetään osallistavalla viestinnällä.



Osallisuuden ja vuorovaikutuksen tukeminen, 2/2

Ajankohtaista

- Osallisuutta edistetään viestintäyksikössä etenkin sosiaalisen median kautta.
 - Some-viestinnässä noudatetaan kaupungin sosiaalisen median ohjetta.
 - Palvelukokonaisuutta tarkastellaan tarve- ja kohderyhmälähtöisesti.
 - Viestintäyksikkö tuottaa aktiivisesti sisältöä some-päivittäjien Teams-ryhmään.
 - Viestintäyksikkö jatkaa keskitetyn alustan käyttöä kaupungin some-kanavien päivittämisessä ja seurannassa. Alustaratkaisu kilpailutetaan.
 - Sosiaalisen median kautta tulleisiin palautteisiin vastataan mahdollisimman nopeasti, samoin reaktioihin reagoidaan aktiivisesti ja kannustavasti.
 - Nuorisopalvelut lanseeraa Somekuplan (apua ja vinkkejä somen käyttöön).



Markkinointi ja markkinointiviestintä, 1/5

Periaatteita

- Kaupunkimarkkinointi on osa kaupungin viestintää ja sitä toteutetaan erillisten suunnitelmien mukaisesti ja osana kaupungin monivuotista kasvuohjelmaa.
- Kaupunkimarkkinointi nähdään strategisena toimintona ja sitä kehitetään kokonaisvaltaisesti ja pitkäjänteisesti usean vuoden tähtäimellä.
- Isot kaavoitus- ja rakennushankkeet ovat osa kaupunkimarkkinointia.
- Tapahtumamarkkinointi osa kaupunkimarkkinointia.
- Elinkeinomarkkinointi on osa kaupunkimarkkinointia.
- Matkailumarkkinointi on osa kaupunkimarkkinointia.



Markkinointi ja markkinointiviestintä, 2/5

Brändityön jatkaminen kaupungin kaikessa toiminnassa

- Brändi näkyy kaikessa viestinnässä ja markkinoinnissa, esimerkiksi kaikissa uusissa aineistoissa.

Asukasmarkkinoinnin sivuston julkaiseminen

- Uusi sivusto toimii sekä itsenäisenä markkinointisivustona että asukas- ja tonttimarkkinoinnin kampanjoiden tuki- ja kotisivustona.
- Sivusto yhdistää asian ja viihteen. Se tarjoaa sisältöä sekä asukkaille (etenkin tuleville mutta myös nykyisille) että ammattirakentajille. Keskiössä on koko Ylöjärven markkinointi suurenmoisen arjen kotina sekä kaupungin monipuoliset asumisen ja rakentamisen mahdollisuudet.
- Sivuston sisältöä kehitetään ja täydennetään suunnitelmallisesti.
- Sivusto käännetään englanniksi.



Markkinointi ja markkinointiviestintä 3/5

Tonttimarkkinoinnin tehostaminen

- Vastuutaho tekniikka- ja ympäristöosasto ml. Teivo-Mäkkylän projektiorganisaatio, tukena viestintäyksikkö osana kaupunkimarkkinointia
- Yhtiömuotoiseen rakentamiseen tarkoitettujen tonttien markkinoinnin tehostaminen
- Kurun ja Viljakkalan omakotitonttien markkinointikampanjan käynnistäminen
- Omakotitonttien syyskampanjan toteuttaminen tilanteen mukaan
- Asta-messut 2025 ja 2026

Teivo-Mäkkylän aluemarkkinointi

- Vastuutaho Teivo-Mäkkylän projektiorganisaatio
- Kaavoitusta ja rakentamista ohjaavan laatukäsikirjan laatiminen
- Alueen identiteetin rakentaminen, asema/hankekaavoituksen edistäminen



Markkinointi ja markkinointiviestintä, 4/5

Nostoja markkinoinnista

- Valmistautuminen Kuninkuusraveihin 2026 yhdessä muiden toimijoiden kanssa, tapahtumaa palvelevan kaupungin brändiaineiston tuottaminen
- Matkailuesite, visitylojarvi.fi-sivuston ulkoasun päivitys sekä matkailua tukeva kesäkampanja (Ylöjärven Yrityspalvelu Oy; kesäkampanja nivoutuu myös kaupunkimarkkinointiin)
- Keskustan retkeilyreitit -karttajulkaisut (osbu-hanke)
- Omat tapahtumat: Ylöjärvi-päivä 24.1., kulttuuritapahtumat (mm. Loiste, Mökkirokki, Vanha Räikkä 200 vuotta), joulunavaus ja uudenvuoden vastaanotto; loma-aikojen tarjonnan esiin nostaminen
- Muiden toimijoiden tapahtumat: Ylöjärven markkinat 24.5., Kurun markkinat 19.7., kaupunki mukana yhteistyökumppanina / osallistujana. Makufest 6.-7.6. (Ylöjärven Yrityspalvelu Oy).



Markkinointi ja markkinointiviestintä, 5/5

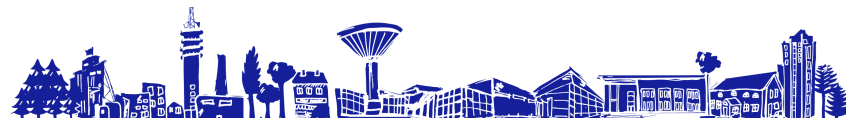
Nostoja markkinoinnista

- Palkinnot ja huomioonnot: kummiurheilijakonseptin jatkaminen, vuoden urheilutoimijat, kulttuuripalkinto, esteettömyyspalkinto, Kurun Urhea Matti ja Heloposki Henna.
- Kaupungin kuvapankin sopimuskausi päättyy ja se kilpailutetaan seudullisesti.
- Uusille ylöjärveläisille lähetetään edelleen Tervetuloa Ylöjärvelle -kortti, joka toimii vapaalippuna Urheilutalolle muuttajalle ja tämän perheelle.
- Neuvoloiden kautta jaetaan kaupungin korttitervehdystä vastasyntyneen perheelle sekä kirjaston tuottamaa Menninkäisen lukupolku - lukupäiväkirjaa.



Rekrytointiviestintä

- Viestintäyksikkö tukee henkilöstöpalveluita rekrytointiviestinnän kehittämisessä ja myönteisen työnantajamielikuvan vahvistamisessa. Tämä nähdään osana kaupunkimarkkinointia.
 - Ajankohtaista: Kuntarekry-ohjelman työnantajisivun sisällön laajentaminen uratarinoilla, suunnitelman laatiminen työnantajamielikuvan vahvistamiseksi pitkäjänteisesti sekä uuden visuaalisen aineiston tuottaminen tämän työn tueksi.
- Rekrytointiviestinnässä ja työnantajamielikuvan vahvistamisessa hyödynnetään kaupungin brändiä ja sen visuaalista ilmettä.
- Keskeisistä rekrytointeista laaditaan tiedotteita ja niitä nostetaan esille kaupungin kanavissa.
- Kaupungin LinkedIn-tiliä hyödynnetään aiempaa enemmän rekrytointiviestinnässä. Johtoa ja asiantuntijoita tuetaan hyödyntämään kanavaa aiempaa enemmän ja monipuolisemmin.



Henkilöstöviestintä

- Vuonna 2024 uudistettu intranet-sivusto, Ylönetti, on keskitetyn henkilöstöviestinnän tärkein kanava. Sivusto on tekniseltä ratkaisultaan osa seudullista Office 365 -ympäristöä.
- Sivuston sisällöllinen kehittäminen jatkuu. Erityistä huomiota kiinnitetään henkilöstöasioiden kokonaisuuteen, joka on sisältöosioista laajin.
- Perustietotekniikkapalveluiden kilpailutus ja käyttöönottoprojektin käynnistyminen edellyttää laajaa sisäistä viestintää.
- Ajankohtaisia kokonaisuuksia ovat myös kunta-alan palkkausjärjestelmän uudistus sekä kehyskuntien tietohallinnon toimintamallin uudistus.
- Viestintäpäällikkö koordinoi esihenkilöfoorumien käytännönjärjestelyjä.



Kriisi- eli tehostettu viestintä

- Kriisiviestinnässä noudatetaan kaupungin kriisiviestintäohjetta sekä valmiustoimintaan liittyvissä tilanteissa kaupungin valmiussuunnitelmaa.
- Viestintäpäällikkö toimii kaupungin kriisiviestintäohjeen mukaisena kriisiviestintävastaavana ja kuuluu kaupungin valmiusjohtoryhmään.
- Kaupungin kriisiviestintäohjeen edellisvuonna alkanut päivitystyö saatetaan loppuun ja uusi ohje julkaistaan. Ohje on luonteeltaan yleinen ja se täydentää toimialojen omia erityistilanteiden ohjeita. Ohje sisältää lukuisia yhteystietoja ja näitä päivitetään aina tarvittaessa.
- Ylöjärven Vesi julkaisee vedenjakelun häiriötiedotteet omilla sivuillaan www.ylojarvenvesi.fi. Vedenjakelun häiriöistä voidaan tarvittaessa tiedottaa myös kaupungin sosiaalisen median kanavissa.



Viestinnän ohjeistus

- Brändikäsikirja
- Sosiaalisen median ohje
- Kriisiviestinnän ohje (2025)
- Sähköpostiviestinnän ohje
- Useita kotisivujen, intranetin sekä some-kanavien tekniseen ylläpitoon liittyviä ohjeita (päivitetään aina tarvittaessa)



10-12/2025

Kaupunkistrategia

Saavutettavuusauditointi (ylojarvi.fi)

Viestintäsuunnitelma 2026

+ päivittäisviestintä

1-3/2025

Asukasmarkkinoinnin sivusto

Tonttimarkkinointi ja -kampanjat >

Kriisiviestintäohje

Ylöjärvi-päivä, Asta-messut, markkinointiaineistoja

Ylöjärvi-lehti

+ päivittäisviestintä

Viestinnän vuosikello 2025

7-9/2025

Brändikuvaukset

Media- ja someviestinnän työkalut sekä
kuvapankki kilpailutettu

Ylöjärvi-lehti

+ päivittäisviestintä

4-6/2025

Kuntavaalit

Matkailuviestintä (Ylöjärven Yrityspalvelu Oy)

Rekrytointiviestintä >

+ päivittäisviestintä

YLÖJÄRVI

Lisätietoja:

Viestintäpäällikkö Tiina Helminen

p. 050 437 1247

Viestintäkoordinaattori Susanne Vuorinen

p. 040 568 3673

etunimi.sukunimi@ylojarvi.fi

