

KASKAS

KASKAS

Innovaatio-ohjelmien
viestintä uusin eväin

Esityksen sisältö:

1. Lähtökohta ohjelmien viestinnän kehittämiseksi
2. Ohjelmien viestinnän tilannekuva
3. Ohjelmien viestinnän uudet suuntaviivat

Lähtökohta

Kalatalouden innovaatio-ohjelmien toisella kaudella ohjelmien viestinnästä halutaan tehdä entistä vaikuttavampaa, ja me Kaskasilla tuemme ohjelmien viestinnän ja vuorovaikutuksen kehittämistä.

Tätä työtä varten laadimme ohjelmille yhteisen viestintästrategian, jossa kirkastetaan ohjelmaviestinnän tavoitteet, sidosryhmät, pääasialliset viestinnän kanavat ja toimenpiteet.

Viestintäkartoitus

Strategian laatimisen tueksi teimme viestinnän sidosryhmäkartoituksen, jossa selvitimme muun muassa:

- Sidosryhmien odotuksia ohjelmien viestinnälle nyt ja lähitulevaisuudessa
- Viestinnän mahdollisuuksia kalatalouden kestävyuden, kannattavuuden ja uudistumiskyvyn kehittämisessä
- Näkemyksiä kalatalouden toimintaympäristön muutoksista ja viestinnällisistä keinoista varautua muutoksiin.

Kartoituksen toteutus

Teimme kartoitusta varten helmikuun alkupuoliskolla yhteensä 12 haastattelua.

Haastateltavat edustivat innovaatio-ohjelmien keskeisiä sidosryhmiä: elinkeinoelämää, hallintoa, järjestöjä, tutkimusta ja mediaa.

Tarkoituksenamme oli saada haastatteluiden pohjalta mahdollisimman kattava ja eri näkökulmat huomioiva käsitys siitä, millaisia toiveita ohjelmien viestinnälle on ja mihin suuntaan viestintää tulisi viedä.

Ohjelmien viestinnän tilannekuva

Ohjelmien viestintä
on pähkinä
purtavaksi

Viestintää on tehty paljon, mutta lähtökohta on haastava, sillä alan toimijakenttä on moninainen ja yhteyden saaminen kohderyhmiin on paikoin vaikeaa.

Haasteena on etenkin tavoittamisen hankaluus.

Kuplan sisällä
kuhisee, mutta
muualla on hiljaista

Kalatalouden innovaatio-ohjelmien viestintä tavoittaa ohjelmissa mukana olevat tahot kohtalaisen hyvin.

Sen sijaan viesti ei tavoita tehokkaasti “ulkokehää”, kuten elinkeinoelämää laajemmin, ELYjä, mediaa, päättäjiä, hankkijoita, yrityksiä ja suurta yleisöä, vaikka ohjelmien teemat ja tavoitteet koetaan juuri näille ryhmille hyödyllisiksi.

Haastateltavien mukaan ohjelmien keskeinen haaste on niiden irrallisuus toisistaan. Sidosryhmät kaipaavat kokonaiskuvaa ohjelmista ja niiden sisällöistä.

Asiaa, mutta liian
harvoin ja
epätasaisesti

Viestinnän sisältö, teemat ja sävy ovat toimivia, mutta viestintää kaivataan reippaasti lisää ja tasaisesti.

Haasteena on paitsi kohderyhmien tavoittamisen hankaluus, mutta myös viestinnän ajallinen pistemäisyys, jolloin tietoa tulee suuria määriä kertarysäyksellä.

Lisäksi viestinnän ajoittamisen toivottiin huomioivan paremmin esimerkiksi kalastajien vuodenkierron.

Ihan tavallinen viestintä riittää

Ohjelmien viestinnältä ei odoteta taikatemppuja, vaan säännöllisyyttä, tavoitavuutta ja kansantajuisuutta.

Haastateltavat odottavat ohjelmien viestinnältä ratkaisukeskeisyyttä ja käytännönläheisyyttä, jotta se palvelee alan kehittymistä.

Sidosryhmät haluavat kuulla, missä ohjelmissa mennään ja milloin niihin pääsee mukaan.

Viestinnän toivotaan ulottuvan ydinryhmän ulkopuolelle ja tavoittavan nykyistä paremmin erityisesti päättäjät ja median.

Konkretia, kasvot ja kokonaiskuva

Toiveena on, että viestinnässä nostettaisiin enemmän esiin alan ammattilaisia, kuten kalastajia. Uudet avaukset on helpompi hahmottaa tosielämän esimerkin kautta.

Haastateltavat toivoivat, että ohjelmat voisivat viestiä laajasti koko toimialan tilanteesta ja kokonaiskuvasta.

Ohjelmien viestintä voi parhaimmillaan vahvistaa yleistä ymmärrystä siitä, missä kalataloudessa mennään.

Mitä seuraavaksi?



Miten viestintää tehdään?

Tiedotus

Tiedon jakamista kertarysäyksellä kerran tai kaksi vuodessa.



Osallisuus

Yhteistyötä ja kuulumisten vaihtamista säännöllisesti.

Kenelle viestintää tehdään?

Sisäpiiri

Tiedon ja tulosten välittämistä lähinnä kalatalousalan sisäpiirille.



Yleisöt

Kalatalouden tulevaisuuden kannalta olennaisten tahojen puhuttelemisen heitä kiinnostavilla tavoilla.

Viestinnän tavoitteet

1. Innovaatio-ohjelmat ovat yhtenäinen ja tunnistettava tekijä Suomen kalatalousalan kehittämisessä.
2. Tieto innovaatio-ohjelmista löytyy vaivattomasti ja ohjelmien työtä on helppo seurata.
3. Viestintä tavoittaa ja puhuttelee yhä laajempia yleisöjä ja yhteiskunnan toimijoita.
4. Yritykset ovat ohjelmien työssä entistä vahvemmin osallisina.

Mitä tavoitteet tarkoittavat käytännössä?

- Kaikki tieto ohjelmista löytyy yhdestä paikasta ja sitä päivitetään säännöllisesti.
- Viestinnässä käytetään ymmärrettävää, alan toimijoille tuttua kieltä.
- Kerrotaan ohjelmien tuloksista, mutta myös välivaiheista; missä ohjelmat menevät ja miten niihin pääsee mukaan.
- Viestintä linkittää ohjelmat osaksi kalatalouden kokonaiskuvaa ja ajankohtaisia kysymyksiä. Suuri yleisö tavoitetaan mediaviestinnän kautta.
- Ohjelmiin kutsutaan mukaan kalatalousalan yrityksiä ja elinkeinoelämää. Viestintää suunnitellaan siten, että se olisi yrityksille mahdollisimman houkuttelevaa.

Ideoita, kysymyksiä, kommentteja?

Alan toimijakenttä on moninainen, joten kaikkien tavoittaminen ja mukaan saaminen on haastavaa.

Toisaalta kalatalousalassa ja innovaatio-ohjelmissa on valtavasti sanottavaa – aineksia vaikuttavalle viestinnälle riittää.

Onko sinulla toiveita tai ideoita ohjelmien viestinnälle?
Ota rohkeasti yhteyttä!

- paavo.antikainen@kaskas.fi
- kaisa.pakarinen@kaskas.fi

KASKAS



Kiitos!

Paavo Antikainen
Kaisa Pakarinen

Mechelininkatu 3 d
00100 Helsinki
Y-tunnus 2536207-5