



Nuorten Kotkien Keskusliitto - Viestintästrategia 2024-2028

Sisällysluettelo



03 Johdanto

05 Strategiset tavoitteet 2024-2028

08 Kotkabrändi

09 Viestinnän toimenpiteet 2024-2028

I 0 Viestinnän työkalut ja toimintamallit

2024-2028

I 2 Viestintästrategian seuranta ja vastuut

I 3 Viestintästrategian jalkauttaminen



Johdanto



Nuorten Kotkien Keskusliitto (NKK) - Unga Örnars Centralförbund on 1.1.2024 ottanut käyttöön vuosille 2024-2028 uuden järjestöstrategian. Tämän myötä myös järjestön viestintästrategia on päivitetty kevään 2024 aikana vastaamaan uutta järjestöstrategiaa.

Viestintästrategian päivityksestä on vastannut Nuorten Kotkien Keskusliiton tiedotus- ja kansainvälisten asiain sihteerä. Hänen työtään tukemaan liittohallitus on asettanut 20.1.2024 viestintäprojektityöryhmän ja antanut tiedotus- ja kansainvälisten asiain sihteerille valtuuden työryhmän koolle kutsumiseen. Työryhmä on kokoontunut kevään 2024 aikana neljä kertaa. Työryhmän jäseninä ovat toimineet Wilhelmiina Seppä-Ojanperä (tiedotus- ja kv-sihteerä), Paula Haverinen, Reijo Paananen, Petra Toivonen ja Krista Kontunen.



Työryhmätyöskentelyn lisäksi viestintästrategian päivitystyön tueksi järjestön jäsenille ja työntekijöille on annettu mahdollisuus vaikuttaa päivitetyn strategian sisältöön seuraavia väyliä pitkin:

- **Jäsenistön viestintäkartoituskysely 10.1.-31.1. (43 vastaajaa)**
- **Helsingin kotkapiirin brändityöpaja 23.3. (27 osallistujaa)**
- **Jäsenille avoin brändityöpaja verkossa 4.4. (3 osallistujaa)**
- **Evästykset ja kommentit liittohallituksen kokouksessa 10.3. ja edustajiston kevätkokouksessa 6.4.**
- **Kotkaviestin päätoimittajan kommentit 18.1 ja järjestön käyttämän graafikon kommentit 23.1.**
- **Viestintästrategian esittely keskusliiton toimiston henkilökunnalle 22.5.**

Strategiset tavoitteet 2024-2028



Uusi viestintästrategia on pyritty rakentamaan niin, että se vastaa mahdollisimman hyvin uudessa järjestöstrategiassa asetettuja strategisia painopisteitä ja tavoitteita strategiakaudelle 2024-2028. Tiedotuksen ja viestinnän osalta näitä ovat:

- 1. Toimintaan osallistuu monenlaisista eri lähtökohdista tulevia lapsia ja he kokevat toiminnan merkityksellisenä ja houkuttelevana**
- 2. Digitaalinen Kotka-toiminta tukee tapahtumissa, leireillä ja retkillä syntyvää yhteisöllisyyttä**
- 3. Nuoret Kotkat tunnistaa ja hyödyntää oikeat vaikuttamisen paikat**
- 4. Nuorten Kotkien brändi tunnetaan positiivisessa mielessä sosiaalisessa mediassa lasten, nuorten ja heidän huoltajiensa keskuudessa**
- 5. Turvataan vapaaehtoisten riittävä määrä**



Miten vastaamme tavoitteisiin?



1. Toimintaan osallistuu monenlaisista eri lähtökohdista tulevia lapsia ja he kokevat toiminnan merkityksellisenä ja houkuttelevana.

- **Vahvistamme viestinnässämme muun muassa eri taustoista tulevien osallistujien ja kotkatoimijoiden osallisuutta, näkymistä, moninaisuutta ja monikielisyyttä.**
- **Kerromme toiminnan mahdollisuuksista houkuttelevasti ja läpinäkyvästi. Tuomme viestinnässä myös esiin Nuorten Kotkien tekemän työn merkitystä.**

2. Digitaalinen Kotka-toiminta tukee tapahtumissa, leireillä ja retkillä syntyvää yhteisöllisyyttä

- **Vahvistamme sähköistä viestintää tapahtumissa, leireillä ja retkillä sekä vahvistetaan digitaalisesta kotkatoiminnasta viestimistä.**

3. Nuoret Kotkat tunnistaa ja hyödyntää oikeat vaikuttamisen paikat.

- **Otamme säännöllisesti ja julkisesti kantaa lasten oikeuksiin, edunvalvontaan ja muihin kotkaliikkeelle tärkeisiin asioihin, teemoihin ja uutisiin.**
- **Toteutamme säännöllisin väliajoin viestintäkampanjoita, joilla edistämme omaa rooliaamme vaikuttamisviestinnässä.**



4. Nuorten Kotkien brändi tunnetaan positiivisessa mielessä sosiaalisessa mediassa lasten, nuorten ja heidän huoltajiensa keskuudessa

- **Viestimme sosiaalisessa mediassa säännöllisesti, tavoitteellisesti ja kotkabrändin mukaisesti ottaen huomioon someviestinnän eri kohderyhmät ja niiden tarpeet.**
- **Nuorten Kotkien someviestintä on selkeää ja yhdenmukaista valtakunnallisella tasolla.**
- **Pidämme kirjaa sosiaalisen median seurantaluvuista ja asetamme sometileillemme määrällisiä tavoitteita.**

5. Turvataan vapaaehtoisten riittävä määrä

- **Varmistamme, että vapaaehtoisen ääni kuuluu viestinnässä ja viestintäsuunnittelussa, jotta vapaaehtoisviestintämme olisi mahdollisimman selkeää ja tavoittaisi mahdollisimman paljon ihmisiä.**
- **Pyrimme samanaikaisesti rekrytoimaan uusia vapaaehtoisia viestijöitä sekä pitämään kiinni jo toiminnassa mukana olevista vapaaehtoisista.**



Kotkabrändi



Nuorten Kotkien viestinnän keskiössä strategiakaudella 2024-2028 ovat ilo ja yhteisöllisyys. Haluamme, että aivan kaikilla toiminnasta kiinnostuneilla on mahdollisuus tulla mukaan, ja että jokainen toimija tuntee olonsa Nuorissa Kotkissa turvalliseksi ja tervetulleeksi. Haluamme, että viestinnässämme (digitaalisessa ja ei-digitaalisessa) keskitytään antamaan kotkatoiminnasta positiivinen kuva, lisäämään kotkabrändin tunnettuutta sekä vaikuttamaan meille tärkeiden arvojen ja teemojen edistämiseen myös yhteiskunnallisessa keskustelussa.

Visuaalisesti viestinnässämme säilytämme edellisen strategiakauden kanssa yhtenäisen värikartan, typografian sekä logon. Käyttämiemme kuvien ja grafiikan avainsanoja tällä strategiakaudella ovat modernius, moninaisuus ja innostavuus. Panostamme erityisesti videomuotoisten sisältöjen hyödyntämiseen sekä nuorilta nuorille tuotettuun sisältöön. Kaikessa sisällössä pyritään selkeyteen ja kohderyhmätasoisiin viesteihin.



Viestinnän toimenpiteet 2024-2028

2028

- Kansainvälisen leirin markkinointi
- Viestinnän toimenpiteiden ja viestintästrategian tarkastelu, viestintäkartoituskysely ja uuden viestintästrategian (2029-2033) suunnittelu

2027

- Kansainvälisen leirin viestintäsuunnittelu
- Piirien kotisivutilanteen ja tarpeiden tarkastelu & muutokset

2026

- Uuden yhteisen tiedostopalustan luominen (Sharepointin tilalle)
- Toimivan ja ajan hermoilla olevan kuvapankin & valmispohjien päivittäminen & jakaminen
- Viestinnän toimenpiteiden ja viestintästrategian välitarkastelu

2025

- Liiton kotisivujen uusi ilme ja digitaalinen kotkaviesti (verkkolehti) osaksi kotisivuja
- Lasten ja nuorten digitaalisen kotkatoiminnan lisääminen (etäkerho ja muut)
- Viestintästrategian, kotkabrändin ja muiden viestintäsisältöjen jalkauttaminen piireihin

2024

- Valtakunnallinen viestintäkartoitus ja viestintästrategian luominen
- Kotkabrändin vahvistaminen ja viestinnän yhtenäistäminen & säännöllistäminen valtakunnallisesti
- Kehittämissuunnitelma ja päätös perinteisen Kotkaviestin muuttamisesta digitaalseksi ja uuden painotuotteen lähetysten aloitus

Viestinnän työkalut ja toimintamallit 2024-2028



Työkalut

Keskusliiton luomat työkalut piireille ja vapaaehtoisille löytyvät verkkosivujen materiaalipankista:

nuoretkotkat.fi/materiaalit

- **Viestintäopas (2020, päivitetty huhtikuu 2024)**
- **Viestintäoppaan tiivistelmä (2024)**
- **Viestinnän vuosikellopohja (2024)**
- **Viestintäsuunnitelmapohja (2024)**

Toimintamallit

Keskusliitto sitoutuu edistämään seuraavia toiminnallisia malleja ja tavoitteita strategiakaudella

- **Laajempi ja säännöllisempi viestinnän koulutustarjonta piireille ja vapaaehtoisille tarpeiden ja toiveiden mukaan**
- **Viestintäsuunnitteluun ja viestinnän tekemiseen tarkoitettujen alustojen yhtenäistäminen myös piirien käyttöön**
- **Liittohallituksen toimesta asetetaan ja perustetaan viestintätyöryhmä tukemaan kaikkea keskusliiton viestintä- ja tiedotustyötä.**



Viestintästrategian seuranta ja vastuut

- **Viestintästrategian toteutumista tarkastellaan ja seurataan liittohallituksen toimesta säännöllisin väliajoin. Raportoinnista vastaa viestintätyöryhmä. Strategian välitarkastelu toteutetaan toimenpidesuunnitelman (s. 9) mukaisesti vuonna 2026.**
- **Vastuu keskusliiton tekemästä tiedotus -ja viestintätyöstä on selkeästi yhdistetty tietyn työntekijän työtehtäviin. Tämän työntekijän lisäksi keskusliiton muu henkilökunta sekä piirien työntekijät osallistuvat aktiivisesti viestintään kulloinkin sovitulla tavalla.**



Viestintästrategian jalkauttaminen



- **Viestintästrategian jalkauttamisesta vastaavat keskusliiton ja piirien henkilökunta. Jalkauttamisen tavoitteena on tehdä viestintästrategia ja sen työkalut tutuiksi piireissä ja vapaaehtoisten keskuudessa.**

Viestintästrategian jalkauttaminen ja esittelytilaisuudet 2024-2025:

- **Viestintästrategian esittely ja hyväksyntä liittohallituksen syksyn ensimmäisessä kokouksessa 2024.**
- **Viestintästrategian esittely syksyn työntekijäpäivässä. Työntekijäpäivän tähän osioon mahdollisesta myös työntekijättömien piirien osallistuminen.**
- **Viestintästrategiatyöpaja Yhessä-päivillä marraskuussa 2024.**
- **Viestintästrategiatyöpaja keskusliiton vertsukoulutuksessa vuoden 2025 aikana.**
- **Omat avoimet verkkokoulutukset viestintästrategian sisällöstä ja työkaluista kevään 2025 aikana.**
- **Kaikki materiaali julkaistaan Nuorten Kotkien verkkosivujen materiaalipankissa.**



