

Nuorten Kotkien viestintäopas - tiivistelmä

Sisällysluettelo



03 Mistä on kyse?

04 Aluksi

05 Viestinnän tavoitteet

07 Kotkabrändi

09 Vinkkejä sisällöntuotantoon

10 Viestintäkanavat

12 Viestinnän työkalut



Mistä on kyse?



Pitelet tällä hetkellä käsissäsi tai katselet ruudultasi Nuorten Kotkien viestintäoppaan tiivistelmää. Nuorten Kotkien viestintäopas on vuosittain päivittyvä, alun perin vuonna 2020 työryhmätyöskentelyn tuloksena syntynyt 50-sivuinen opas.

Tästä tiivistelmästä löydät kaikista oleellisimmat viestintäoppaan ohjeistukset ja vinkit. Mikäli työskentelet Nuorten Kotkien viestinnän kanssa tiiviisti ja esimerkiksi vastaat oman piirisi sometilien tai verkkosivujen ylläpidosta, suosittelemme sinua tutustumaan tämän tiivistelmän lisäksi viestintäoppaaseen kokonaisuudessaan. Löydät sen Nuorten Kotkien intranetistä tai keskusliiton verkkosivujen materiaalipankista.



Aluksi



Jotkut viestintäasiat saattavat tuntua työläiltä tai hankalilta. Nuorten Kotkien viestintäohjeistusten tarkoituksena on helpottaa Sinun työtäsi kotkatoiminnasta viestimisen parissa. Loppupeleissä viestinnän tekeminen voi myös olla helppoa ja hauskaa, kun muistaa miten arkipäiväistä se onkaan: se tänään lähetetty WhatsApp-viesti, kaverin kanssa käyty keskustelu, tekemäsi somepostaus tai se, kun hymyilit kadulla söpölle koiralle; kaikki nämä ovat viestinnän eli vuorovaikutuksen tapoja. Sanallista (kirjoitettua tai puhuttua) sekä sanatonta (mm. eleet, ilmeet ja kehonkieli) viestintää tapahtuu ympärillämme jatkuvasti.

Tutustu rauhassa tähän viestintäoppaan tiivistelmään ja halutessasi myös varsinaiseen viestintäoppaaseen. Mahdolliset kysymykset voit suunnata keskusliiton toimistoon. Ei muuta, kuin viestimään! Muistathan, että huonointa viestintää on sellainen, jota ei tapahdu ollenkaan.



Viestinnän tavoitteet

Viestinnän tulisi aina olla tavoitteellista ja edes jollain tasolla suunnitelmallista. Ennen viestinnän aloittamista, on hyvä pohtia ainakin seuraavia asioita:

- **Mitä tavoittelemme?**

Mikä on viestimme tarkoitus? Etsimmekö toimintaan osallistujia vai kenties vapaaehtoisia? Haluammeko tuoda äänemme esiin yhteiskunnallisessa keskustelussa vai onko kyse vaikkapa uuden työntekijän löytämisestä?

- **Mikä on viestimme ydinsanoma?**

Mihin haluamme, että viestin saajan huomio kiinnittyy ensimmäisenä? Mikä osa esimerkiksi kuvatekstissä on se, mihin tahdomme lukijan erityisesti kiinnittävän huomiota? Miten voisimme tiivistää viestimme muutamään sanaan tai kuvaan?



- **Kenelle haluamme viestimme kohdentaa?**

Ovatko tämän viestin kohderyhmänä leiriläiset, vertsut vai kenties heidän huoltajansa? Tahdommeko tällä viestillä tavoittaa erityisesti jo toiminnassa mukana olevia ihmisiä vai sellaisia henkilöitä, joille kotkatoiminta ei ole vielä tuttua? Tahdommeko saada viestillä päättäjien huomion vai onko kyse vain tietylle rajatulle ryhmälle, kuten osallistujakirjeen vastaanottajille, tarkoitetusta viestistä? Mitä kanavia meidän kannattaisi käyttää?

- **Miten saamme viestistämme kotkabrändin mukaisen?**

Miten saisimme Nuorten Kotkien toiminnan ytimen ja arvot näkymään viestissämme? Mitä viestintämateriaaleja meillä on käytössä? Vastaako viestimme sisältö Nuorten Kotkien brändiä?



Brändillä tarkoitetaan kaikkea sitä, mistä haluamme ihmisten tuntevan meidät, kuten tunnelmaa, toimintaa, värejä, kuvia, tekstejä ja logoja.

Nuorten Kotkien brändin keskiössä ovat lapsijärjestön toiminta (lapsille suunnattu toiminta sekä vaikuttamistoiminta), ilo ja yhteisöllisyys. Haluamme, että jokaisen halukkaan on helppo tulla mukaan toimintaamme ja että jokaisen ääni pääsee kuuluviin.

Näiden asioiden tulisi aina näkyä osana viestintäämme. Tapahtui se sitten paperisessa esitteessä, somessa tai ohjaajiemme kohdatessa lapsia tapahtumissa.

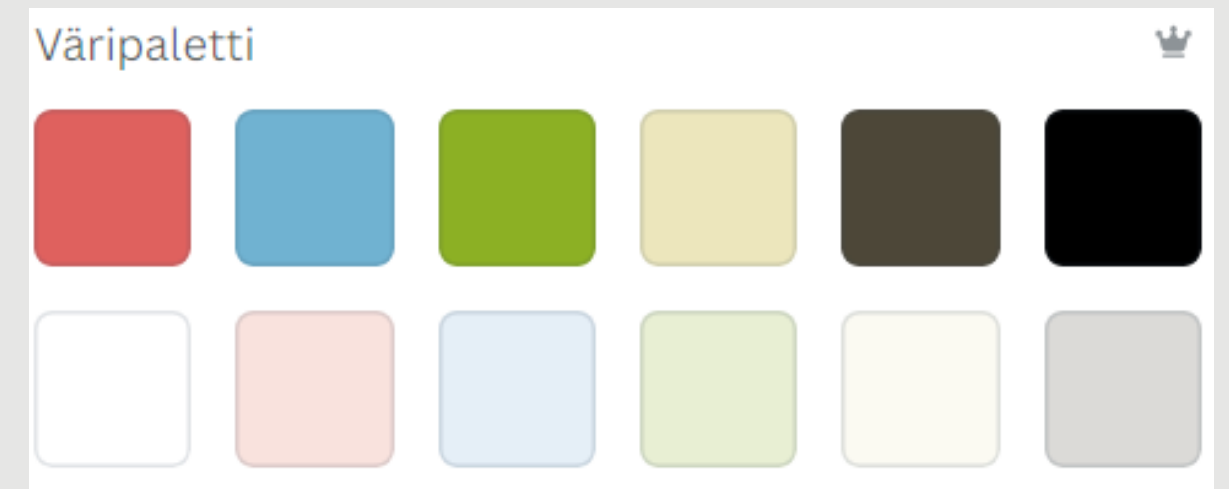
Tarkempaa tietoa kotkabrändistä löydät viestintästrategiasta.

Kotkabrändi



Värit

- Käyttämällä tiettyjä värejä kaikessa viestinnässämme, brändimme tunnettuus lisääntyy.
- Värejä käyttäessä pidetään mielessä väriyhdistelmien saavutettavuus katsojalle/lukijalle.



Grafiikka

- Käyttämällä tiettyjä yhteisiä logoja kaikessa viestinnässämme, brändimme tunnettuus lisääntyy.
- Lisää grafiikkaa (esim. piirikohtaiset logot ja Power Point pohjia) löydät Nuorten Kotkien intranetistä tai voit kysyä niitä keskusliiton toimistolta.



Typografia

- Käyttämällä selkeitä ja helppolukuisia fontteja kaikessa viestinnässämme, tekstimme ovat saavutettavia ja yhtenäisempiä.
- Brändifonteista poikkeaminen on sallittua, jos esim. mainoksen ilme sitä vaatii.

Gill Sans Std Extra Bold AaBt ✓

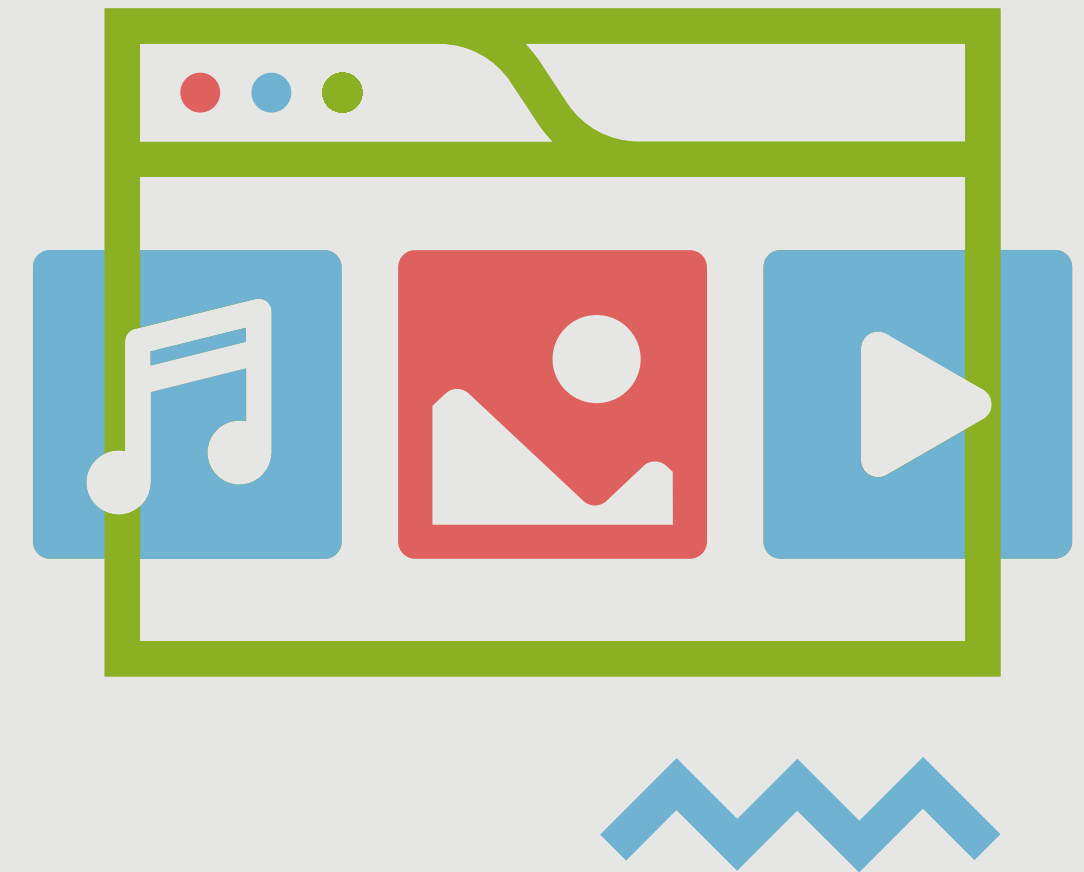
Gill Sans Std Bold AaBbCc

Caecilia LT Std 55 Roman AaBbCc

Vinkkejä sisällöntuotantoon

1. Muista määritellä kohderyhmä ja pidä se mielessä.

Ei kannata edes yrittää viestiä samalla tavalla ja samoissa kanavissa täysin vastakkaisille kohderyhmille (esim. alakouluikäiset lapset ja nuoret aikuiset). Viesti pitää osata kohdentaa, jotta se menee perille. Pohdi, mikä voisi kiinnostaa juuri sinun kohderyhmääsi. Esimerkiksi nuorille toimii usein muiden nuorten tuottama sisältö.



2. Hyödynnä somealustojen algoritmisuosituksia, jos mahdollista.

Monet sosiaalisen median alustat ja työkalut (esim. ajastukseen ja maksulliseen markkinointiin tarkoitettu Meta Business Suite) hyödyntävät tekoälyä ja suosittelevat sinulle esimerkiksi tiettyjä kellonaikoja, jolloin tavoitat yleisösi parhaiten. Näitä kannattaa hyödyntää.

3. Testaa, tarkastele ja tee uudelleen.

Mikä somessa toimii? Se selviää kokeilemalla, joten julkaise rohkeasti ja pidä kirjaa siitä, minkä tyyppinen sisältö tavoittaa juuri sinun kohderyhmäsi. Karsi pois se, mikä ei toimi ja hyödynnä sitä, mikä toimii. Koska tulemme usein sokeiksi omalle tekemisellemme, kannattaa sisältö aina tarkistuttaa jollakulla muulla ennen julkaisua. Pidä mielessä myös viestinnän saavutettavuuteen liittyvät seikat. Jos sinusta tuntuu, että kaipaat apua tai koulutusta jostakin viestinnän teemasta, voit toivoa koulutusta aiheesta keskusliiton toimistolta.

Yleisimmät viestintäkanavat

Verkkosivut

- **Keskusliiton verkkosivut löytyvät osoitteesta nuoretkotkat.fi. Lisäksi useilla piireillä on omat verkkosivut.**
- **Näiden sivujen yhteydestä löytyy mm. järjestön yhteinen tapahtumakalenteri sekä Kotkaviesti-verkkoalusta, johon päivitetään järjestön toiminnasta kertovia uutisia ja muuta sisältöä (aukeaa vuonna 2025). Kotisivuja ylläpitää keskusliiton toimisto.**
- **Kotkaviestin artikkeleita voi kirjoittaa kuka tahansa. Lisätietoja tästä saat keskusliiton toimiston henkilökunnalta.**

Sosiaalinen media

- **Yleisimmät käytössä olevat somekanavat ovat Instagram ja Facebook. Keskusliiton tilit löytyvät nimillä [@nuoretkotkat](#) ja Nuoret Kotkat. Lisäksi useilla piireillä on omia sometilejä kyseisillä alustoilla. Ennen uuden tilin perustamista pohdi, onko sinulla aikaa päivittää tiliä säännöllisesti ja kotkabrändin mukaisesti.**
- **Muitakin somekanavia saa ottaa käyttöön, mutta niiden käytössä tulee huomioida esim. tietoturvariskit ja ikärajat.**



Uutiskirjeet

- **Keskusliitto julkaisee kuusi kertaa vuodessa aktiivien uutiskirjettä ja neljä kertaa vuodessa yleistä uutiskirjettä. Uutiskirjeen voi tilata kuka tahansa ja lisätietoa niistä löydät osoitteesta nuoretkotkat.fi/uutiskirjeet**



Ovatko yleisimmät viestintäkanavat jo käytössä sinun piirissäsi?

Kotkatapahtumat

- **Kaikki tilaisuudet, joissa tapaamme osallistujia, jäseniä, vapaaehtoisia tai toiminnasta kiinnostuneita ihmisiä, ovat väylä viestiä toiminnastamme.**

Esitteet ja kirjeet

- **Tiettyjä tapahtumia tai tietynlaista toimintaa varten keskusliitto tai piirit painavat myös paperisia esitteitä. Myös näiden esitteiden tulisi olla kotkabrändin mukaisia. Esitteet voivat myös olla sähköisiä.**
- **Ennen tapahtumia tai leirejä lähetetään osallistujille usein osallistujakirjeet joko sähköisesti tai paperipostilla.**

Sisäisen viestinnän kanavat

- **Yleisimpiä sisäisen viestinnän kanavia työntekijöiden ja vapaaehtoisten kesken ovat sähköpostilistat, WhatsApp-ryhmät sekä kyseisille kohderyhmille suunnatut tapahtumat.**

Viestinnän työkalut

Seuraavista työkaluista voi olla Sinulle apua kotkatoiminnasta viestiessäsi:

Työkalu

Mistä löydän sen?

Viestintästrategia 2024-2028

Verkkosivuilta nuoretkotkat.fi/materiaalit

Viestintäopas (2020)

Verkkosivuilta nuoretkotkat.fi/materiaalit

Viestintäsuunnitelmapohja

Verkkosivuilta nuoretkotkat.fi/materiaalit

Keskusliiton viestinnän vuosikello

Verkkosivuilta nuoretkotkat.fi/materiaalit

Grafiikat

Sharepointista Nuorten Kotkien intranetistä, keskusliiton toimistolta tai oman piirisi työntekijältä tai luottamushenkilöltä.



