



Viestintäkulttuurikin on murroksessa: sellaista viestintäkanavaa tai aihetta ei enää ole, jota kaikki seuraisivat. Lisäksi viestien erottuminen massasta on entistä vaikeampaa. Viestinnältä vaaditaan suunnitelmallisuutta, rohkeutta ja kokeilukulttuuria. Viestinnän vaikuttavuutta ja viestintäalaa täytyy myös seurata. Joskus toimintaa pitää pystyä muuttamaan nopeastikin. Viestinnän tulee olla yhtäältä ammattimaista – toisaalta sen pitää olla kaikille yhteistä.

Oulujokilaakson kunnat eli Muhos, Utajärvi ja Vaala sekä niiden alueella sijaitsevaa Rokua Geoparkia hallinnoiva Humanpolis Oy päättivät perustaa määräaikaisen yhteisen viestinnän asiantuntijan toimen 1.4.2017 lähtien. Viestinnän asiantuntijan tehtäväksi annettiin toteuttaa viestinnän kehittämissuunnitelma, joka vastaa kysymykseen: *Miten viestinnän keinoin voidaan vahvistaa Oulujokilaakson kuntien ja Rokua Geopark -alueen elinvoimaa ja vetovoimaa?* Suunnitelman toivottiin samalla tuovan selvyttä viestinnän asiantuntijan työn sisältöön.

Viestinnän kehittämisprosessi toteutettiin palvelumuotoilun vaiheita ja menetelmiä soveltaen. Työhön osallistui viestinnän asiantuntijan lisäksi 46 ihmistä. Heistä 26 haastateltiin, osa oli mukana kuntiin ja Rokua Geoparkiin perustetuissa neljässä organisaatiokohtaisessa tai alueen yhteisessä viestintätiimissä ja osa osallistui näihin kaikkiin. Lisäksi prosessin aikana tehtiin seitsemän kyselytutkimusta, joihin vastasi kaikkiaan 187 ihmistä. Alueen neljässä viestintätiimissä pidetyissä työpajoissa tarkennettiin saatuja tuloksia ja valittiin viestinnän kehittämisen ratkaisut.

Haastattelujen ja kyselyjen mukaan Oulujokilaakson alueen viestinnän yhtenä ongelmana on ollut sen suunnittelemattomuus ja hajanaisuus. Myöskään viestinnän yhteistyötä ja verkostoitumista ei ole ollut tai se on ollut vähäistä. Lisäksi viestinnän ja markkinoinnin resurssit ovat olleet pienet. Toisena ongelmana on ollut, että Oulujokilaakson kunnissa suhtaudutaan vaatimattomasti tai jopa negatiivisesti omaan kuntaan, Rokua Geopark -alueeseen ja koko Oulujokilaaksoon eikä sitouduta aidosti kuntien väliseen yhteistyöhön ja alueen kokonaisvaltaiseen kehittämiseen. Kolmanneksi Oulujokilaakson kuntien, Rokua Geoparkin ja koko Oulujokilaakson tunnettuus alueen ulkopuolella on ollut heikko. Neljänneksi alueen imago ja maine on ollut yksipuolinen, vaatimaton tai jopa negatiivinen (yhteistyön puute tai vähäisyys).

Oulujokilaakson kuntien ja Rokua Geoparkin viestinnän visioksi asetettiin tehokas ja vaikuttava viestintä ja markkinointi. Viestinnän tulee olla myös yhteistä, yhtenäistä ja johdonmukaista Oulujokilaakson kuntien ja Rokua Geoparkin sisällä ja osittain koko alueella. Viestinnän kehittämisen tarkoituksena on, että koko alueen ja sen kuntien elinvoima eli toiminta- ja uudistumiskyky vahvistuu. Lisäksi sen tarkoituksena on lisätä pitovoimaa ja vetovoimaa. Pitovoima tarkoittaa sitoutumista eli sitä, kuinka hyvin kunta tai alue pystyy pitämään alueen asukkaat, yrittäjät, matkailijat ja muut sidosryhmät tyytyväisinä ja hyvinvoivina. Vetovoima on kunnan tai alueen houkuttelevuutta ulospäin.

Alueen viestinnän toivottiin olevan jatkossa koordinoitua, suunnitelmallista, vastuutettua ja ammattitaitoista. Lisäksi tavoitteena on, että alueella on yhteinen tahtotila yhteisissä asioissa. Jälkimmäinen tarkoittaa, että etenkin Rokua Geoparkista tulee viestinnän yhteinen sateenvarjo: sekä kunnat että muut toimijat ilmentävät viestinnässään, että ne kuuluvat Rokua Geoparkiin. Alueen sisällä viestinnän tavoitteena on yhteisöllisyyden ja sitoutumisen lisääminen sekä identiteetin kirkastaminen ja kotiseutuylpeyden vahvistaminen. Alueen ulkopuolella tavoitteena on tunnettuuden kasvattaminen, positiivisen imagon rakentaminen sekä hyvän maineen ja sitoutumisen parantaminen.

Tarkoituksena on tehdä Oulujokilaakson alueen viestinnästä avointa, aktiivista, vuorovaikutteista, ymmärrettävää ja oikea-aikaista. Lisäksi tavoitteena on, että viestinnän sisältö tukee Oulujokilaakson kuntien ja Rokua Geoparkin viestejä (ja strategioita) sekä niiden vahvuuksia, aktiivisuutta, aikaansaannoksia, yhteistä tekemistä ja muita positiivisia mielikuvia. Se on myös asiakaslähtöistä ja monipuolista (monikanavaisuus ja monipuoliset tavat ja sisältö) sekä sanallisesti ja visuaalisesti yhtenäistä. Viestintää tehostetaan jatkossa viestinnän yhteistyön, verkostoitumisen sekä digimarkkinoinnin ja perinteisen markkinoinnin optimoinnin avulla.

Jotta visio toteutuisi, alueella toimivat organisaatiokohtaiset viestintätiimit sekä alueen yhteinen viestintätiimi. Organisaatiokohtaisissa tiimeissä suunnitellaan viestintää ja sen kehittämistä kunkin organisaation sisällä. Yhteisessä tiimissä mietitään alueen yhteisiä viestintä- ja markkinointitoimenpiteitä. Suunnitelman mukaan etenkin Rokua Geoparkin ja muuta alueen yhteistä viestintää, sen koordinoitua, seuranta ja kehittämistä hoitaa Humanpolis Oy:n viestinnän asiantuntija. Viestinnän asiantuntija ja kuntien viestintää tekevät toimivat yhteistyössä (työparitoiminta). Neljän organisaation yhteinen viestinnän kehittämissuunnitelma ja siitä tiivistetty pikaopas toimivat käytännön viestinnän ja sen kehittämisen apuna. Lisäksi viestinnästä järjestetään koulutusta kaikille organisaatioiden työntekijöille ja luottamushenkilöille.

Viestinnän kehittämissuunnitelma on tiettävästi Suomessa ensimmäinen laatuaan. Suunnitelma antaa vastauksen toimeksiannossa esitettyyn kysymykseen ja tiivistää Oulujokilaakson kuntien ja Rokua Geoparkin viestinnän tahtotilan: Se vastaa viestinnän kohderyhmien ja työn tilaajien tarpeisiin ja toiveisiin sekä tukee organisaatioiden strategisia tavoitteita. Suunnitelma linjaa alueen viestintää ja listaa ensisijaiset kehittämistoimenpiteet sekä määrittelee viestinnän vastuut. Elinvoiman ja vetovoiman vahvistaminen viestinnän keinoin edellyttää kuitenkin pitkäjännitteistä työtä: siksi viestinnän kehittämisen tulee jatkua vielä palvelumuotoiluprosessin jälkeenkin.