

MARTTOJEN VIESTINTÄOPAS YHDISTYKSILLE



MIKÄ VIESTINTÄ?

Menestyvässä yhdistyksessä on hyvä ilmapiiri ja laadukasta toimintaa, johon on helppo tulla mukaan.

Näiden varmistamiseen tarvitaan kuitenkin aktiivista ja innokasta viestintää.

- Tiedotetaan jäseniä yhteisistä asioista
- Tehostetaan yhdessä tekemistä
- Tehdään yhdistyksen toimintaa näkyväksi

Viestintä innostaa mukaan ja antaa mahdollisuuden osallistua ja vaikuttaa yhdistyksen toimintaan.

Viestintä on toimintaa –
toiminta on viestintää.



VIESTINTÄSUUNNITELMA

Mitkä ovat yhdistyksen viestinnän tavoitteet?

- Mitä haluamme kertoa yhdistyksestämme jäsenillemme ja muille?

Kenelle viestimme?

- Kohderyhmä ja onko niitä useita.

Miten viestitään?

- Mitä kanavia käytetään?
- Miten jäsenet haluavat saada tietoa yhdistyksen toiminnasta?
- Miten tavoitamme toiminnasta kiinnostuneet?

Kuka/ketkä vastaa viestinnästä?

- Minkälaista viestintäosaamista yhdistyksestä löytyy?

Milloin viestitään?

- Suunnitellaan samaan aikaan toiminnan suunnittelun kanssa.
- Viestinnän vuosikello

Mitä materiaaleja on käytettävissä viestinnän tueksi?

- Marttaliiton tuottama materiaali





Mikä ja millainen yhdistyksemme on?

Mitä haluamme kertoa yhdistyksestämme jäsenillemme ja muille?

Millaista tunnelmaa haluamme välittää?



KOHDERYHMÄ

Kenelle yhdistyksemme viestii?

1. Yhdistyksen jäsenet
 - Kaikki jäsenet
 - Osa jäsenistä (esim. hallitus, vapaaehtoiset, uudet jäsenet)
2. Toiminnasta kiinnostuneet
3. Yhteistyökumppanit
4. Marttaliitto & marttapiiri



MITEN VIESTITÄÄN

Puhe! Keskustelut ja tapaamiset

Kokoukset & niiden muistiot

Sähköpostilistat

Verkkosivut

Sosiaalisen median kanavat, esimerkiksi Facebook, jonne voi perustaa oman sivun, ryhmän tai tapahtumasivun.

Jäsenkirjeet/toimintakertomukset

Toimintakalenteri

Esitteet

Puhelin & tekstiviestit

Ilmoitustaulut (kaupat, bussipysäkit, kirjastot...)

Paikallisten lehtien jutut ja menopalstat

Aktiivinen, avoin ja
osallistava viestintä



MONIKANAVAISUUS

Kaikki jäsenet ja sen toiminnasta kiinnostuneet eivät käytä jatkuvasti sähköpostia tai seuraa yhdistyksen verkkosivuja/sosiaalista mediaa.

-> [Viesti eteenpäin eri kanavissa.](#)



MUISTAKAA JUORUTA

Viestintä ei hoidu itsestään. Suunnitelkaa kuka kertoo, mitä ja milloin

- Tehtävää voi hoitaa kuka tahansa jäsenistöstä – tärkeintä on sopia
- Yhdistyksen mediamartta ja hallitus tukena

Liikkeelle pienin askelin: mitoita tehtävät ja tavoitteet yhdistyksen tilanteen mukaan.





INNOSTA TAPAHTUMAAN

"Ai teilläkö oli myyjäiset, miksette kertoneet?"
Tuttu lause kaikille, jotka ovat järjestäneet tapahtumia.

1. Suunnittele

- Mieti, kenelle tapahtuma on suunnattu ja mikä on tehokkain tapa tavoittaa heidät

2. Ole ajoissa

- Etukäteismarkkinointia voi tehdä vaikka kaikki yksityiskohdat eivät ole vielä tiedossa

3. Houkuttele

- Kerro, miksi tapahtumaan kannattaa tulla!

4. Muistuta säännöllisesti

- Kerro, miksi tapahtumaan kannattaa tulla!



MATERIAALI

Verkkosivut ovat yhdistyksen käyntikortti.

- Sivujen säännöllinen päivitys tärkeää.
- Ohjeita sivujen [ylläpitoon](#).

Järjestön yhtenäinen ilme

- Hyödyntäkää Marttaliiton tuottamaa [materiaalia](#).

Panosta kuviin ja tunnelmaan

- Kuvat tehostavat viestintää.
- Ota kuvia tapahtumista ja tilaisuuksista. Muista kysyä kuvauslupa.
- Tuovat esille marttailun ilon!

Vakoilu sallittu

- Katso esimerkkejä muiden yhdistysten [viestintäsuunnitelmista](#) ja [vuosikelloista](#).

