

Yhdistysten
arkeen

VIESTINTÄOPAS

Innostu
kympillä!

Sisältö

10
vinkkiä
viestintään

1.	Innostu kympillä	2
2.	Kysy miksi	3
3.	Ole suunnitelmallinen	4
4.	Ole läsnä jäsenille	5
5.	Näy ja kuulu medioissa	9
6.	Panosta kuviin	11
7.	Houkuttele tapahtumaan	13
8.	Hyödynnä somea	15
9.	Välitä viestiä	19
10.	Panosta nuoriin	21

+ Viestintätärpit

+ Lähteet

1 Innostu kympillä

10

Viestintä on monille yhdistyksille vieläkin se pakollinen paha, joka saatetaan muistaa usein viime hetkellä: "Ai niin, tästähän pitää tiedottaa!"

*Ai niin,
tästähän pitää
tiedottaa!*

Viestintää pelätään turhaan, sillä monilla pienillä askeleilla voidaan huomattavasti vaikuttaa asioiden sujumiseen yhdistyksessä ja samalla yleiseen tietoisuuteenkin. Viestintä nähdäänkin turhaan erillisenä asiana, sillä viestintä on toimintaa ja toiminta on viestintää.

Viestinnän avulla tiedotetaan jäseniä yhteisistä asioista, tehostetaan yhdessä tekemistä ja tehdään yhdistyksen toimintaa näkyväksi. Paikallisyhdistysten kannattaa lähteä liikkeelle pienin askelin ja mitoittaa tehtävät ja tavoitteet yhdistyksen tilanteen mukaan. Vinkkejä suunnitelmalliseen ja nykyaikaiseen yhdistysviestintään löydät tästä oppaasta.

Vetovoimaisessa yhdistyksessä on hyvä ilmapiiri ja laadukasta toimintaa, johon on helppo tulla mukaan. Näiden varmistamiseen tarvitaan aktiivista ja innokasta viestintää. Tähän viitataan tämän oppaan nimessäkin: kymmenen vinkkiä viestintään, kympillä innostumista!



Jonna Ekroos,
viestintäsuunnittelija
Pohjois-Karjalan
kansanterveyden keskus



Marleena Laakso,
viestintäkoordinaattori
Pohjois-Karjalan
Sosiaaliturvayhdistys

2. Kysy itseltäsi



Usein viestintä jaetaan turhan mustavalkoisesti sisäiseen ja ulkoiseen viestintään, kun kaikki mitä teemme on viestintää.

Viestintää on esimerkiksi miten yhdistyksen jäsen esittelee itsensä ja yhteisönsä, miten yhteistyökumppanuutta pidetään yllä, millaisia tapahtumia järjestetään, miten aktiivisesti lähetetään jäsenkirjeitä ja millaisia kuvia yhdistyksestä julkaistaan. Viestintää on myös se, osallistuuko yhdistys sosiaaliseen mediaan, joka nähdään nykyään yhtä tärkeänä kanavana kuin perinteinen lehti-ilmoittelu.

Viestintä on paljon helpompaa ja selkeämpää, kun kaikilla on yhteinen käsitys ydinviesteistä:

1. Mikä ja millainen yhdistyksemme on?
2. Miksi olemme olemassa ja mikä meitä yhdistää?
3. Mitkä ovat tavoitteemme? Mitä haluamme kertoa yhdistyksestämme jäsenillemme ja muille?
4. Miten erotumme muista samankaltaisista toimijoista? Mikä on "supervoimamme"?

*Miten
erotumme
muista?*

*Tiivistäkää
yhdistyksen ydinviesti
tai tarina muutamaan
timanttiseen lauseeseen.
Tärkeintä on vastata
kysymykseen:
miksi?*

3. Ole suunnitelmallinen



**Katso
viestintätärpit
lopussa!*

Viestintää kannattaa suunnitella samaan aikaan toiminnan suunnittelun kanssa. Monissa yhdistyksissä käytetään **vuosikelloa***, johon kirjataan tapahtumat ja kokoukset sekä niistä tiedottaminen.

Seuraavalle kaudelle on hyvä linjata yhteinen painopistealue, johon erityisesti halutaan kiinnittää huomiota. Sellainen voi olla esimerkiksi yhtenäisen graafisen ohjeistuksen laatiminen/päivittäminen, sähköpostin ja sosiaalisen median koulutus tai vaikkapa verkkosivujen päivittäminen ajankohtaisiksi.

Yhdistyksen kannattaa kirjata ylös vaikkapa ranskalaisin viivoin viestintäsuunnitelma, jota voi tarpeen mukaan muuttaa ja täydentää.

Viestintäsuunnitelmassa voi linjata esimerkiksi seuraavia asioita:

- ☒ **Viestinnän tavoite** – esimerkiksi tiedon/ yhdistyksen tunnettuuden lisääminen, toimijoiden osallisuus?
- ☒ **Kohderyhmä(t)** - jäsenet, potentiaaliset jäsenet, yhteistyötahot, suuri yleisö?
- ☒ **Keinot ja kanavat** - missä kaikkialla viestitään, pitäisikö miettiä uusia kanavia?
- ☒ **Aikataulut** - milloin ja millä toimenpiteillä viestitään?
- ☒ **Ohjeistukset** - millaista visuaalista linjaa noudatetaan esimerkiksi logojen ja värimaailman suhteen?
- ☒ **Vastuut** - kuka vastaa sisäisestä, kuka ulkoisesta viestinnästä?
- ☒ **Arviointi** - miten arvioidaan onnistumista? Miten viestintää seurataan?

4 Ole läsnä jäsenille



Yhdistyksen sisäisellä viestinnällä ja tiedotuksella huolehditaan tiedonkulusta yhdistyksen toimijoiden välillä. Se mahdollistaa ajan-tasaisen tiedonkulun, innostaa mukaan sekä antaa mahdollisuuden osallistua ja vaikuttaa yhdistyksen toimintaan.

Sisäisen viestinnän välineitä ovat perinteisesti kokoukset, jäsenkirjeet, tekstiviestit ja toimintakertomukset.

Verkkoviestinnässä hyviä välineitä ovat sähköpostilistat, yhdistyksen kotisivut, blogit sekä sosiaalisesta mediasta esimerkiksi Facebook, jonne voi perustaa oman sivun, ryhmän tai tapahtumasivun.

Yhdistyksemme
Facebook-sivuilla
tiedotamme tapahtumista,
suljetussa ryhmässä
suunnittelemme ne!

Suunnitelmallisuus

- sisäisen tiedotuksen periaatteet: kenelle, miten, miksi
- vastualueet: kuka ilmoittaa mistäkin ja kuka laittaa eteenpäin mitäkin
- luodaan tiedotusrutiineja, päätetään mistä kaikesta tiedotetaan

Vuorovaikutuksellisuus

- kerätään palautetta tiedotuksen onnistumisesta (mikä toimii/mikä ei)
- kysytään, miten jäsenet haluavat saada tiedon yhdistyksen toiminnasta
- otetaan oppia ja ideoita muilta yhdistyksiltä ja toimijoilta

Toteutus

- esitetään asiat yksinkertaisesti, lyhyesti ja monikanavaisesti
- täsmätiedotus, henkilökohtaistaminen ja viestin kohdennus
- tiedotetaan hyvissä ajoin, muistutetaan lähempänä

Kotisivut



Päivitä sivua säännöllisesti! Jos sivulla on vanhentunutta materiaalia, vaikuttaa se sivun uskottavuuteen ja nykyaikaisuuteen. Uudet jutut ja kuvat ovat hyvä syy lukijoille vierailla uudelleen sivuilla.

Kotisivujen käyttöä voi tehostaa muistuttamalla uusista päivityksistä esimerkiksi sähköpostilla tai sähköisellä uutiskirjeellä.

Kotisivut toimivat yhdistyksen ulkoisen ja sisäisen viestinnän välineenä. Monilla pienemmillä yhdistyksillä verkkosivut painottuvat sisäiseen viestintään, mutta kannattaa muistaa, että omat

verkkosivut ovat yhdistyksen käyntikortti, jonka perusteella esimerkiksi toiminnasta kiinnostuneet jäsenet saattavat tehdä päätöksen, tulevatko mukaan toimintaan.

*Omat kotisivut
voi perustaa
esimerkiksi osoitteessa*

www.blogger.com



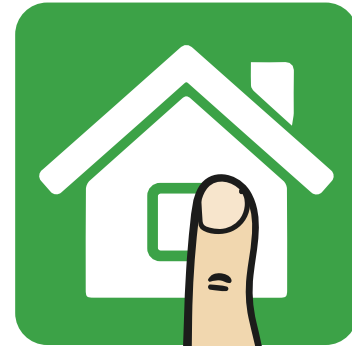
*jonne löytää helposti
myös internetistä
käyttöohjeita.*

Muista, että yhdistyksen verkkosivut ovat usein pääasiallinen, virallisempi kanava viestintään. Jos siis käytät viestintään myös sosiaalista mediaa, päivitä tieto ensin verkkosivuille ja sen jälkeen jaa se vasta somessa – näin saat lisää vierailijoita verkkosivuillekin.

Kerro ainakin kotisivuilla:

- ☒ missä ja miten yhdistys toimii
- ☒ mitä se tarjoaa jäsenilleen
- ☒ kuka toiminnasta vastaa
- ☒ miten voi tulla mukaan
- ☒ tapahtumatiedot
- ☒ yhteystiedot

Päivitä
sivua
säännöllisesti!



5 Näy ja kuulu medioissa

**Katso
viestintätärpit!*

Ulkoisella viestinnällä tehdään yhdistystä, sen toimintoja, sisältöjä ja tuloksia tunnetuksi. Tiedotuskanava ja tyyli valitaan sen mukaan, mistä kerrotaan ja kenelle. Joskus kannattaa listata ylös **kohderyhmät***, keskeiset viestit ja kanavat tarkemmin ylös.

Paikallismediat ovat usein hyvä yhteistyökumppani, sillä näkyvyys vaikuttaa yhdistyksen uskottavuuteen, kiinnostavuuteen, uusien jäsenten ja yhteistyökumppaneiden saantiin.

Ota rohkeasti yhteyttä

- ➔ Lehdistötiedote
- ➔ Vierailukutsu
- ➔ Sähköposti, soitto, käynti toimituksessa
- ➔ Mielipidekirjoitus / kirjoitukseen vastaus
- ➔ Keskustelupalstoille kirjoittaminen



**Katso
viestintätärpit!*

Hyvä tiedote*

- Tee lyhyt ja ytimekäs otsikko
- Tee aiheesta uutinen
- Tee aiheesta paikallinen
- Lähesty aihetta ihmisen kautta
- Kirjoita selkeästi ja lyhyesti
- Pituus puolikas A4-liuska

Hyvä mielipidekirjoitus

- Perustuu faktoihin, mutta myös omiin rohkeisiin mielipiteisiin
- Selkeä rakenne: alku, keski, loppu
- Oikeakielisyyys, tyyliä
- Kirjoita itsesi näkyväksi



6. Panosta kuviin



Kuvat tehostavat viestintää, herättävät mielenkiintoa ja kiinnittävät katsojan huomion. Yhdistyksen viestinnässä onnistuneella kuvien käytöllä voidaan edistää haluttujen viestien läpimenoa sekä yhdistyksen parempaa näkyvyyttä.

Ota siis rohkeasti kuvia tapahtumista ja tilaisuuksista, mutta muista kysyä **kuvauslupa**. Jos käytät internetin kuvapankkeja, tarkista tekijänoikeudet esimerkiksi osoitteesta creativecommons.fi/lisenssit.

Yhdistyksen **visuaalinen ilme** on olennainen osa sitä vaikutelmaa, jonka ihmiset yhdistyksestä muodostavat. Useilla yhdistyksillä on käytössään pääjärjestönsä/liiton ohjeet visuaalisuudesta (logo, fontti sekä värimaailma). Jos sellaisia ei pienemmissä yhdistyksissä ole, kannattaa ne lyhyesti määritellä.

Kuvapankkeja:

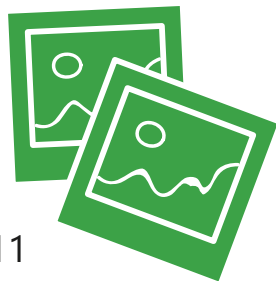
pixabay.com

freeimages.com

publicdomainpictures.net

morguefile.com

Canva.com tarjoaa runsaasti erilaisia valmiita mallipohjia, piirroselementtejä ja kuvia, joita voi muokata omannäköisekseen värejä, fontteja ja kuvia muuttamalla



Mainosta tarvittaessa

Mainosten ja painotuotteiden tulisi jatkaa yhtenäistä valittua tyylilinjaa, mutta myös tuoda esille **yhdistyksen ydinviestiä**; miksi olemme olemassa. Hyvässä painotuotteessa yhdistyvätkin visuaalisuus ja selkeä yksinkertainen viesti.

Kannattaa ostaa mainostilaa, kun

- kyseessä on vuoden kohokohta
- tarjolla on tietoa ja toimintaa
- tarkoituksena on tavoittaa ennen kaikkea yhdistyksen ulkopuolisia henkilöitä, kuten vaikkapa uusia aktiiveja
- haluatte kiittää julkisesti vaikkapa kuntalaisia tai yhteistyökumppaneita



7. Houkuttele tapahtumaan

1. Suunnittele ja valmistelee

Mieti, kenelle tapahtuma on suunnattu ja mikä on tehokkain tapa tavoittaa heidät. Mainostuksen yhteydessä kannattaa valita käytettävät keinot kohdeyleisön mukaan ja tehdä tapahtuman näköistä tiedottamista ja markkinointia.

Hyvä mainos on tapahtumanne näköinen ja siitä käy selkeästi ilmi: mitä, missä ja milloin sekä muut keskeiset tiedot (ilmoittautuminen, hinta, yhteystiedot).

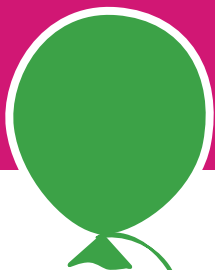
2. Ole ajoissa

Aloita tiedottaminen hyvissä ajoin.

Etukäteismarkkinointia voi tehdä vaikka kaikki yksityiskohdat eivät tapahtumasta ole vielä tiedossa!

Muista että mielenkiintoisen ja hauskan viestin vastaanottaa mielellään useammankin kerran.





3. Innosta ja houkuttele

Mieti, mikä saisi kohderyhmäsi kiinnostumaan tapahtumasta?
Näkyykö se mainoksessa?
Kerro, miksi tapahtumaan kannattaa tulla!

Kehota toimimaan

Merkitse päivä jo kalenteriisi!

Kerro kaverille, tulkaa vaikka yhdessä

Ilmoittaudu heti – paikkoja rajallinen määrä

4. Muistuta säännöllisesti

Pidä tapahtuma ihmisten mielessä
tapahtuman suunnittelun ja toteutuksen eri vaiheissa. **Vaihda viestiä ja herätä ihmisten kiinnostus.**

Terveysturinat tulossa taas joulukuussa

Vuoden kohokohta Terveysturinat järjestetään 6.12. - Tarkempaa tietoa ja mainosta lähempänä tapahtumaa!

Pekka Puska on vahvistanut tulonsa tapahtumaan

Terveysturinoiden monipuolinen ohjelma julkaistu – Käyhän tutustumassa!

Enää muutama paikka vapaana tapahtumaan!



8 Hyödynnä somea

**SOCIAL
MEDIA**

Sosiaalisen median käyttö yhdistyksissä ei ole itsetarkoitus vaan tärkeintä on aito tarve. Toimijoiden on myös tiedettävä, mitä varten somea hyödynnetään. Some muodostaa virallisempien verkkosivujen rinnalle kevyemmän viestintäkanavan, jossa persoonallinen tyyli ja pienet asiatkin saavat näkyä.

OSALLISTU JA INNOSTA MUITA

Anna ihmisille mahdollisuus osallistua, vaikuttaa ja toimia.

Sosiaalista mediaa voidaan käyttää myös yhdistyksen oman toiminnan sekä yhdistyksen sisäisen viestinnän tukena. Someen kannattaa siis lähteä rohkeasti mukaan ja neuvoja voi aluksi kysyä vaikkapa toiselta samantyyliseltä toimijalta.

Vinkkejä somettamiseen:

VIESTI KIINNOSTAVASTI

Viesti sisällöillä ja tunnelmilla. Ihmiset, tarinat ja kokemukset kiinnostavat aina!

OLE VISUAALINEN

Tuota tekstien lisäksi kiinnostavaa sisältöä myös kuvilla ja videoilla.

OLE AKTIIVINEN

Päivitä säännöllisesti ja muista ajankohdaisuus. Tykkää, kommentoi ja jaa niin omia kuin muiden käyttäjien päivityksiä.

Facebook



Yhdistys voi näkyä Facebookissa kahdella tavalla:

1) Facebook-sivut

toimivat samaan tapaan kuin yksittäisten käyttäjien profiili-sivut. Ne ovat **julkisia** eli kaikki päivitykset näkyvät kaikille. Teemoina voivat olla toiminnan näkyväksi tekeminen, asioiden esille nostaminen tai tapahtumien jakaminen.

2) Facebook-ryhmä

voi olla **julkinen, vain jäsenille tarkoitettu tai jopa salainen**. Ryhmään haetaan jäsenyyttä, jonka myöntää ryhmän pääkäyttäjä. Teemoina voivat olla vaikkapa vertaistuki, keskusteleminen tai tiedonvaihto.

Twitter



Monet toimittajat ja yhdistystoimijat käyttävät työssään ja toiminnassaan Twitteriä, joka on oiva kanava verkostoitumiseen ja tiedon jakamiseen.

Livetwiittaus tilaisuuksien aikana on oiva tapa avata ovet kaikille kiinnostuneille

Twitter on **viestipalvelu**, jossa käyttäjät voivat lähettää maksimissaan 140 merkin mittaisia viestejä. Twitterin ideana on jakaa lyhyitä ja ytimekkäitä päivityksiä, twiittejä ja näin luoda keskustelua eri aiheista usein hyödyntäen aihetunnuksia eli **hashtagejä (#)**.

Yhdistyksillä on usein omia hashtagejä esimerkiksi @PKKansanterveys #terveempiarki



1. Luo käyttäjätunnus osoitteessa <http://twitter.com/> ja täytä käyttäjäprofiiliisi tietoja
2. Twiittaa jotain
3. Etsi sopivia kontakteja, esim. omia tuttuja, omaan alaasi tai mieleenkiinnon kohteisiisi liittyviä henkilöitä
4. Retwiittaa jokin viesti
5. Käytä hakutoimintoa, seuraa jotain suosittua aihetta tai hashtageja ja kokeile hakea twiittejä itseäsi kiinnostavista aiheista
6. Toista kohdasta 2

Some-kanavat toiminnan tukena



YHDISTYKSEN YHTEINEN AINEISTO VERKOSSA

- lomakkeet, asiakirjat, pöytäkirjat, valokuvat kaikkien saatavilla maksuttomassa pilvipalvelussa



YHDISTYKSEN TOIMINTAKALENTERIT VERKOSSA

- kurssien, koulutusten ja ryhmien aikataulut kaikkien nähtävillä
- yhdistyksen tilojen tilavaraukset ja reaaliaikaiset tilavarausnäkymät



TAPAAMISET, KOKOUKSET JA LUENNOT HELPOSTI VERKON VÄLITYKSELLÄ

- maksuttomat verkkopalaverit ja -tapaamiset eri paikkakuntien toimipisteiden, yhdistyksen jäsenien sekä yhdistyksen eri ryhmien kesken (ääni- ja videokuvayhteys)
- luentojen verkkolähetykset



SOPIVAT AJAT KAIKILLE

- yhdistyksen kokousten, tapaamisten aikatauluista sopiminen
- sopivista tapaamisajankohdista äänestäminen



VERKKOKYSELYT JA -LOMAKKEET HELPOSTI JA MAKSUTTOMASTI

- palautekyselyt yhdistyksen koulutuksista ja toiminnasta
- ilmoittautumiset koulutuksiin, tapahtumiin ja ryhmiin



VIESTIT KÄTEVÄSTI KAIKILLE SAMAAN AIKAAN

- Yhdistyksen eri WhatsApp-ryhmät puhelimesta tiedonvaihtoon, keskusteluun ja viestien välitykseen (perinteisten ryhmätekstiviestin vuorovaikutteisempänä vaihtoehtona)

9. Välitä viestiä



Kilahtiko sähköpostiisi yhteistyökumppanin laajalle joukolle lähtenyt tapahtumakutsu, kiinnostava uutiskirje tai tutun yhdistyksen jäsen-tiedote, joissa olisi ollut oiva paikka myös teidän yhdistyksen ajan-kohtaiselle tiedotteelle tai mainokselle?

Tänä päivänä viestejä kulkee monilla erilaisilla tiedotuskanavilla ja myös yhdistysten kannattaa hyödyntää niiden tarjoamat tiedotus-mahdollisuudet.

OTA YHTEYTTÄ!

- ➔ Yhdistysviestinnässä henkilökohtaisen yhteydenoton merkitystä ei kannata myöskään unohtaa.
- ➔ Esimerkiksi kunnan työntekijöihin ja luottamushenkilöihin kannattaa olla omassa asiassa rohkeasti yhteydessä. Viestimättä on vaikea vaikuttaa!
- ➔ Myös yhteistyökumppaneilta kannattaa kysyä, voisiko yhdistyksenne näkyä esimerkiksi heidän kotisivuillaan tai tiedotteissaan - ja samalla tarjota heille samaa mahdollisuutta teidän yhdistysviestinnässänne.

Muutamia tiedotusvinkkejä:



Oppilaitosten tiedotuskanavat ja sähköpostilistat:

Yliopisto: henkilöstö, ylioppilaskunta, kampusjärjestöt, ainejärjestöt, kampuskerhot...

Ammattikorkeakoulu, Ammattiopisto: henkilöstö, opiskelijakunnat ja opiskelijayhdistykset...



Sähköiset uutiskirjeet

Eri teemoihin liittyvät tiedotteita ja koulutuksia kokoavat valtakunnalliset ja alueelliset uutiskirjeet



Tiedotus kuntatoimijoille:

- kunnan henkilöstö, luottamushenkilöt
- vammais- ja vanhusneuvostot, nuorisovaltuustot, lautakunnat
- kuntien tapahtumakalenterit, www-sivut, tiedotuslehdet



Tiedote



Tiedote

10 Panosta nuoriin



Anniina Löytönen
Joensuun Setlementti

Miten nuoret mukaan toimintaan?

1 Palkkaa/työllistä/ota harjoitteluun nuori kehittämään toimintaa. Opiskelija-kaupungit vilisevät sosiaali-, kasvatus- ja nuorisolan opiskelijoita, joilla on ideoita ja motivaatiota suorittaa kehittämisharjoitteluja yhdistyksissä. Nuoret tuovat toimintaan lisää nuoria.

2 Arvosta osaamista. Nuorilla on huima määrä osaamista, josta koko yhdistys voi hyötyä. Sellaista voi olla vaikkapa viestintä- tai nettiosaaminen.

3 Järjestä lyhytkestoisia juttuja, joihin voi tulla mukaan kertaluontoisesti. Sitoutuminen syntyy useasta eri jutusta peräkkäin.

4 Innostu pienistäkin ideoista ja auta toteutuksessa. Käytännössä se voi tarkoittaa vaikka rahan hakemista yhdessä johonkin nuorille itselleen tärkeään asiaan.

5 Tue ja innosta nuorta, ohjaa ja kouluta tehtävässä, palkitse, virkistä ja kiitä.

6 Selitä sillä kielellä, jota nuoret puhuvat. Mitä on yhdistystoiminta, mitä tarkoittaa pöytäkirjan tarkastaja tai ääntenlaskija.

7 Hyväksy, että toiminta voi olla uudenlaista ja eri tavalla tehtyä kuin aikaisemmin. Silti se voi sopia yhdistyksenne tavoitteisiin ja päämääriin.

8 Ole läsnä, kuule ja kohtaa omana itsenä, anna vastuuta, ole nuorten puolella.

9 Paketoi vapaaehtois-tehtävä ja anna tehtävälle vaikka hauska nimi. Kerro, mihin konkreettiseen asiaan vapaaehtoista tarvitaan, kuinka pitkäksi aikaa, mitä se vaatii ja mitä hyötyä siitä on osallistujalle. Anna todistus hyvästä työstä ja kannusta hyödyntämään kesätyön hakemisessa.

10 Panosta viestintään ja mene sinne, missä nuoret ovat. Facebookista tavoittaa nuoret aikuiset, Instagramista voi olla myös hyötyä.

Viestintätärpit



* Vuosikello



Lisävinkkejä
jelli.fi/
jarjestotoiminta

* Tiedote

* Arviointi

	Kohderyhmä 1	Kohderyhmä 2
Viestinnän tavoitteet - miksi tälle ryhmälle viestitään?		
Keskeiset viestit & tietosisältö tälle kohderyhmälle		
Viestinnän tärkeimmät keinot ja välineet		
Käytännön viestintätoimet ja niiden ajoittuminen		

Tiedote 11.5.2015

Semppisavotta tarjoaa terveystarkastuksia ja viherhoitoja

Semppisavotta saapuu Joensuuhun lauantaina 16.5. klo 11–15. Päivän aikana on tarjolla terveystarkastuksia niin Joensuun Sokoksella kuin Marttakeskuksellakin. Samalla vietetään maalin-kuun alussa alkaneen terveystarkastuskampanjan päätöspäivää.

”Olemme kiertäneet ympäri maakuntaa tekemässä terveystarkastuksia sekä pitämässä lyhyitä tietoisuuksia ravinnosta ja liikunnasta. Tähän mennessä tarkastuksia on tehty noin 800. Kampanjan taustalla vaikuttavat Semppi-terveyskeskukset ja semppi.fi -sivustot, joilla on tietoa terveydestä”, Kansanterveyden keskuksen yhteistyökoordinaattori Kari Hyvärinen linjaa.

Lauantaina vietetään myös valtakunnallista Ravintolapäivää, jonka kunniaksi Martat avaavat toimipisteissään Villin hoitoalueen.

”Tarjolla on viittä erilaista hoitoa, joita tarjotaan kahden euron hintaan. Villiyrttien ja terveellisten väli -ja aamupalojen maailmaan pääsee perehtymään myös jaossa olevan Kuuden yrtin kimeran -vihkon avulla,” Pohjois-Karjalan Marttojen toiminnanjohtaja Katja Kolehmainen vinkkaa.

Lisätietoa: Nimi, puhelinnumero ja sähköposti

Lähteitä

Eväitä Järjestön viestintään

<http://www.slideshare.net/guest28678a/evit-ulkoiseen-ja-sisiseen-viestintn-moniheli-2332010>

JHL: Viestinnässä on voimaa

<http://os240-jhlyhdistys-fi-bin.directo.fi/@Bin/86298e7a353b2b-1388170b01ad790629/1395406948/application/pdf/128469/viestint%C3%A4opas2010.pdf>

Käytännön vinkkejä tiedottamiseen, Hämeenlinnan Setlementti ry

http://files.kotisivukone.com/yhdistykset.tiedottaa.net/yhdistysten_tiedottamisen_tueksi.pdf

Urheiluseuran viestintäopas, Suomen Liikunta ja Urheilu SLU ry.

http://www.oll.fi/wp-content/uploads/2012/12/SLU_UrhSeuran_Viestintaopas2011_net_aukeamat.pdf

Viestintäopas seuratoimijoille, SUSEL ry

http://www.susel.fi/pdf/viestintaopas_seuratoimijoille.pdf

Piritta Seppälän esitykset

<http://www.slideshare.net/Piritta>

Kuvat: Niina Sormunen ja www.pixabay.com



*Opas saatavilla
sähköisessä
muodossa
www.jelli.fi*



POHJOIS-KARJALAN
KANSANTERVEYS



Pohjois-Karjalan
Sosiaaliturvayhdistys ry



Pohjois-Karjalan
Kylät ry



*"Miten erotumme
muista samankaltaisista
toimijoista?
Mikä on
supervoimamme"*

*"Someen kannattaa
lähteä rohkeasti mukaan
ja neuvoja voi aluksi
kysyä vaikkapa toiselta
samantyyuliseltä
toimijalta."*

*"Uudet jutut ja kuvat
ovat hyvä syy
lukijoille
vierailla uudelleen
sivuilla."*