

Viestintästrategia Suomen Cheerleadingliitto ry



Sisältö

1. Tausta
2. Periaatteet, arvot
3. Kohde- ja sidosryhmät
4. Tavoitteet
5. Ydinviestit
6. Viestinnän järjestäminen, vastuut
7. Viestintäprosessit
8. Työkalut
9. Resurssit ja aikataulu
10. Arviointi, mittaaminen



1. Tausta

Suomen Cheerleadingliiton kokous hyväksyi syksyllä 2017 strategian kaudelle 2018-2023. Yksi strategiakauden kolmesta päävalinnasta on "lisääntynyt tunnettuus vaikuttamisen välineenä". Viestintästrategian luominen on yksi konkreettinen toimenpide tukemaan strategisen valinnan toteutumista.

Lajin voimakkaan kasvun myötä myös viestinnän rooli korostuu entistä enemmän. Viestintä pitää olla entistä enemmän strukturoitua ja suunnitelmallista. Samaan aikaan on pystyttävä vastaamaan digitaalisen median murrokseen ja muihin toimintaympäristön muutoksen asettamiin haasteisiin.

Liiton tämän hetkiset haasteet viestinnässä koskevat sekä sisäistä, että ulkoista viestintää. Sisäisen viestinnän monikanavaisuutta, yhtenäisyyttä ja ajantasaisuutta tulee parantaa huomattavasti. Samat haasteet koskevat myös ulkoista viestintää. Lisäksi tiedottamisen määrää ulkoisiin viestintäkanaviin tulee lisätä merkittävästi. Viestintä on kokonaisuudessaan yksi liiton tärkeistä kehityskohteista ja tämän vuoksi viestintästrategiaan ei ole valittu painopisteeksi joko sisäistä tai ulkoista viestintää. Haluamme kehittää viestintäämme kokonaisvaltaisesti strategiakauden ajalla.

Viestintästrategia luo raamit tunnettavuuden edistämiseksi ja sisäisen viestinnän kehittämiseksi vuosiksi 2020–2023. Strategiaa tarkastetaan säännöllisin väliajoin strategiakauden aikana ja siihen tehdään muutoksia tarvittaessa.



2. Periaatteet, arvot

Avoimuus

Mitä avoimuus tarkoittaa meille:

- Jaamme tietoa tekemisistämme sisäisille ja ulkoisille kohderyhmille kohdistetulla viestinnällä, huomioiden lainsäädännön asettamat rajoitteet.
- Puhumme haastavista asioista avoimesti.
- Otamme jäsenistömme mukaan asioiden valmisteluun.
- Jaamme kansallisesti ja kansainvälisesti asiantuntijuuttamme lasten, nuorten ja aikuisten hyvinvoinnin edistämiseksi käyttäen cheerleadingia esimerkkinä.



2. Periaatteet, arvot

Ajantasaisuus

Mitä ajantasaisuus tarkoittaa meille:

- Olemme aktiivisesti mukana digitaalisen median murroksessa viestintävälineidemme osalta.
- Viestintämme on oikein ajoitettua kohderyhmän ja viestittävän asian mukaisesti.
- Viestinnässämme on käytössä tavoite vasteajat.



2. Periaatteet, arvot

Energisyys

Mitä energisyys tarkoittaa meille:

- Viestintämme on ennakkoluulotonta, rohkeaa ja positiivista
- Viestintämme on ennakoivaa ja innostavaa



2. Periaatteet, arvot

Saavutettavuus

Mitä saavutettavuus tarkoittaa meille:

- Arvioimme säännöllisin väliajoin toimintaympäristöämme ja muokkaamme kohderyhmäviestintää sen mukaisesti.
- Viestintämme on selkeää ja ymmärrettävää. Viestinnässä on yhtenäinen linja, se on monikanavaista ja viestiä toistetaan useamman kerran.
- Kasvokkain tapahtuva vuorovaikutus on yksi tärkeimmistä viestintäkeinoista, joka täydentää sähköisiä viestinnän muotoja.



2. Periaatteet, arvot

Vaikuttavuus

Mitä vaikuttavuus tarkoittaa meille:

- Viestinnän ensisijainen tavoite on lisätä viestin vastaanottajan tiedon tasoa:
 - tehdä eri toimija- ja sidosryhmät tietoisiksi lajista, toiminnan edellytyksistä ja menestystekijöistä
- Viestintämme saa aikaan tavoitteidemme mukaisia muutoksia ja tukee strategiamme päävalintojen toteutumista.
- Huomioimme viestinnässämme sidosryhmät ja nostamme esiin heidän roolinsa toiminnan takana.
- Viestintämme edistää yhteiskunnallista vaikuttamista ja lajin edunvalvontaa



3. Kohde- ja sidosryhmät

Sisäiset

- Jäsenseurat
- Toimihenkilöt ja luottamustoimiset
- Harrastajat ja urheilijat
- Vanhemmat

Ulkoiset

- Yhteiskunnalliset vaikuttajat
- Media
- Suuri yleisö



4. Tavoitteet

- Suomen Cheerleadingliiton ja lajin tunnettuus kasvaa valtakunnallisesti ja paikallisesti valituissa kohderyhmissä.
- Suomen Cheerleadingliitto on lajin ykkösasiantuntija ja jakaa aktiivisesti asiantuntemustaan sekä ulkoisille että sisäisille sidosryhmille.
- Sisäinen viestintä on tehokasta. Viestintä liiton tukitoimista ja palveluista on avointa, ajantasaista ja saavutettavaa.



5. Ydinviestit – sisäiset kohderyhmät

Jäsenseurat	Toimihenkilöt ja luottamustoimiset	Harrastajat ja urheilijat
<ul style="list-style-type: none">• Liitto on yhtä kuin sen muodostavat jäsenseurat• Olemme jäseniämme varten:<ul style="list-style-type: none">• Ennakoimme• Panostamme dialogiin• Tuemme• Valvomme lajin etua	<ul style="list-style-type: none">• Jokaisen teidän tekemä työ on arvokasta ja tärkeää	<ul style="list-style-type: none">• Liitto luo puitteet innostavalle ja turvalliselle harrastamiselle jokaisen omalla taitotasolla tarjoamalla palveluita ja tukitoimia seuroille.• Tuemme huippu-urheilun tukitoimilla yksilön kokonaisvaltaista kasvua huippu-urheilijaksi ja menestyksekkäiksi joukkueiksi.

5. Ydinviestit – ulkoiset kohderyhmät

Yhteiset ydinviestit

- Cheerleadingjoukkue koostuu erilaisista rooleista, sen vuoksi jokainen voi löytää paikkansa joukkueessa.
- Cheerleading on yhteisöllisyyttä korostava joukkuelaji, jossa yhdistyy visuaalinen taitourheilu ja perusliikuntataitojen monipuolinen kehittäminen.
- Cheerleadingin harrastajamäärä kasvaa vuosittain merkittävästi.

Yhteiskunnalliset vaikuttajat	Vanhemmat	Media
<ul style="list-style-type: none">• Cheerleading on nopeassa kasvussa oleva urheilulaji ja seurat tarvitsevat enenevässä määrin tarkoituksenmukaisia olosuhteita toimintaedellytysten takaamiseksi.	<ul style="list-style-type: none">• Cheerleading on innostava ja turvallinen harrastus, jota lapsi ja nuori voi harrastaa omalla tasollaan.	<ul style="list-style-type: none">• Suomalainen cheerleading on kansainvälisesti menestynyt urheilulaji.• Cheerleadingissa on nuori ja moderni lajikulttuuri.

6. Viestinnän järjestäminen ja vastuut

Viestinnän vastuut määritellään hallinto-ohjesäännössä.

Hallitus	Toiminnanjohtaja	Toimiston muu henkilöstö	Aluevastaavat	Valiokunnat
<ul style="list-style-type: none">Valmisteleo viestintästrategian yhdistyksen kokoukselle hyväksyttäväksi.Vastaa kriisiviestinnästä kriisiviestintäohjeen mukaisesti.Vastaa yhteiskunnallisesta vaikuttamisesta ja valittujen viestien näkyväksi tekemisestä hallituksen sisäisen vastuujaon ja vaikuttamisstrategian mukaisesti.	<ul style="list-style-type: none">Johtaa viestinnän suunnittelua ja toteuttamista viestintästrategian linjausten mukaisesti.Huolehtii, että henkilöstö ja luottamustoimiset saavat riittävästi ja oikea-aikaisesti tietoa organisaatioon ja heihin liittyvissä asioissa.Vastaa yhteiskunnallisesta vaikuttamisesta ja valittujen viestien näkyväksi tekemisestä yhdessä hallituksen puheenjohtajiston kanssa.	<ul style="list-style-type: none">Vastaa oman toimialueensa viestinnän suunnittelusta ja toteuttamisestaTukee liiton viestintästrategiaa osallistumalla rakentavasti oman toimialueensa ammatilliseen keskusteluun.	<ul style="list-style-type: none">Vastaavat oman alueensa verkoston viestinnän koordinoimisesta ja toteuttamisesta.	<ul style="list-style-type: none">Nimeävät vuosittain valiokuntaansa viestintävastaavan, joka vastaa valiokunnan toimialueen asioiden viestimisestä sisäisesti ja ulkoisesti.

7. Viestintäprosessit

Asiantuntijat ja luottamustoimiset seuraavat oman toimialansa puheenaiheita ja uutisia. Asiantuntijat suunnittelevat oman toimialueensa toimenpiteiden viestinnän.



Valitaan viestintästrategian kohderyhmiä koskevat viestit. Viesti muunnetaan palvelemaan valittua kohderyhmää. Viestille suunnitellaan käytettävät kanavat ja viestin ajoitus.



Kohderyhmäkohtaiset viestit saavuttavat vastaanottajan. Alkaa mahdollinen dialogi viestin lähettäjän ja vastaanottajan välillä viestin vahvistamiseksi.



Viestin vaikuttavuutta mitataan toimialaan ja käytettyihin viestintätyökaluihin sopivin toimenpitein ja mittarein.



8. Työkalut

Jäsenseurat	Toimihenkilöt ja luottamustoimiset	Harrastajat ja urheilijat	Yhteiskunnalliset vaikuttajat	Media ja suuri yleisö
<ul style="list-style-type: none">• Strategia• Sidosryhmä kohtaamiset• Jäsentiedotteet• Facebook• Instagram• Youtube• www-sivu• Uutiskirjeet• Materiaalipankki	<ul style="list-style-type: none">• Strategia• Sidosryhmä kohtaamiset• Sähköposti• Office Teams• Facebook• Instagram• www-sivu• Uutiskirjeet• Materiaalipankki	<ul style="list-style-type: none">• Strategia• Sidosryhmä kohtaamiset• Facebook• Instagram• Youtube• www-sivu• Uutiskirjeet• Materiaalipankki	<ul style="list-style-type: none">• Strategia• Sidosryhmä kohtaamiset• Facebook• Instagram• Twitter• www-sivu• Materiaalipankki	<ul style="list-style-type: none">• Epress• Strategia• Sidosryhmä kohtaamiset• Facebook• Instagram• Youtube• Twitter• www-sivu• Uutiskirjeet• Materiaalipankki

9. Resurssit ja aikataulu

2020

- Liitolla viestintäharjoittelija viestinnän apuna.
- Viestintä- ja vaikuttamiskoulutukset seuroille ja liiton toimihenkilöille (strategian jalkautus).
- Visuaalisen ulkoasun uudistus osana brändin rakentamista.
- Yhteistyökumppanuuksien hakeminen aktiivista.
- Mediatiedottamisen määrä alueellisesti ja valtakunnallisesti kasvanut.
- Viestinnän työryhmä toimii.
- Tuetaan liitto- ja aluetason olosuhdevaikuttamista aktiivisella viestinnällä

2021

- Palkataan viestinnän työntekijä
 - *markkinointi, viestintä*
- Kartoitetaan kansalliset ja kansainväliset liikuntapoliittiset ryhmät, joissa halutaan vaikuttaa ja aloitetaan työ paikkoihin pääsemiseksi.
- Valtakunnallisen mediatiedottamisen määrä kasvaa ja aiheet laajenevat.
- Yhteistyökumppanuuksien merkittävyys tulonlähteenä kasvaa.

2022

- Liitolla työskentelee kokopäiväinen viestinnän työntekijä.
- Viestinnän työkalut päivitetään tarpeen mukaisesti.
- Mediatiedottamisen määrä alueellisesti ja valtakunnallisesti vakiintunut osaksi liiton arkitoimintaa.
- Osa tavoitelluista liikuntapoliittisista vaikuttamispaikoista on saavutettu ja vaikuttaminen on aktiivista.

2023

- Yhteistyökumppanuudet ovat vakiintunut osa tuottoja talousarviossa.
- Liitto tuottaa aktiivisesti lajiin liittyviä näkökulmia ja viestintäsisältöjä alueellisen ja valtakunnallisen median käyttöön.
- Liiton toimijoita on kansallisesti ja kansainvälisesti merkittävässä tehtävissä ja toimijat vaikuttavat aktiivisesti näissä tehtävissään.
- Liitolla työskentelee kokopäiväinen viestinnän työntekijä.

10. Arviointi, mittaaminen

- Arviointi on jatkuvaa ja kohderyhmäkohtaista. Strategian toimenpidesuunnitelma, sisäinen viestintäohje ja vaikuttamisstrategia ohjaavat toimintaa.
- Arviointitoimenpiteet kirjataan vuosittain toimintasuunnitelmaan viestinnän tavoitteiden ja toimenpiteiden rinnalle.
- Merkittävimmät mittarit strategiakauden aikana:
 - Mainekysely strategiakauden alussa ja lopussa ulkopuolisen asiantuntijan tekemänä mittaamaan tunnettuuden muutosta ulkoisissa sidosryhmissä.
 - Sosiaalisen median käytön mittareiden vuosittainen seuranta.
 - Kysely jäsenistölle strategiakauden alussa ja lopussa mittaamaan tukitoimien ja palveluiden viestinnän kehitystä.
 - Luottamustoimisten henkilöiden määrällinen kasvu merkittävässä liikuntapoliittisissa tehtävissä mittaamaan vaikuttavuuden ja asiantuntijuuden onnistumista.
 - Yhteiskunnallisten vaikuttajien määrällinen osallistuminen valtakunnallisiin tai paikallisiin cheerleading-tapahtumiin.

