Naantali



Strateginen viestintä-suunnitelma vuoteen 2030

Naantalin kaupungin viestintää ohjaava tiekartta

Sisältö

1. Tausta ja viestinnän lähtökohdat s. 3
2. Viestinnän periaatteet ja arvot s. 10
3. Viestinnän strategiset tavoitteet s. 15
4. Sidosryhmät ja kanavat s. 21
5. Viestinnän sisällölliset ja visuaaliset määrittelyt s. 24
6. Viestinnän vastuut, prosessit ja resurssit s. 26
7. Viestinnän mittarit s. 30
8. Viestintäsuunnitelmaa tarkentavat asiakirjat s. 33

Naantali

Tausta ja viestinnän lähtökohdat

Naantalin strateginen viestintäsuunnitelma

- Strateginen viestintäsuunnitelma tarjoaa suunnan ja raamit koko kaupungin viestinnälle ja sen kehittämiselle.
- Naantalin kaupungin strategia 2027–2030 ohjaa viestinnän tavoitteita ja arvoja.
- Viestintäsuunnitelmaa voidaan tarvittaessa päivittää strategiakauden aikana.
- Viestintäsuunnitelma on tehty kaupungin viestintäyksikön ja johtoryhmän yhteistyönä, eri toimialojen tavoitteita ja tarpeita heijastaen.
- Naantalin viestinnän ammattilaiset (viestintäyksikkö) vastaavat viestintäsuunnitelman laatimisesta ja toimien etenemisestä, mutta suunnitelma on kaupungin yhteinen ja sitä toteutetaan yhdessä, viestintäyksikön tuella.
- Jokainen johtaja ja työntekijä viestii. Viestintäsuunnitelma on tiekartta, joka selkeyttää ja osoittaa, miten viestintää Naantalissa tehdään, mitä tavoitellaan ja miten viestintää ohjataan.
- Viestintäsuunnitelman rinnalla on brändikirja, joka määrittelee Naantalin logon, brändin visuaaliset elementit, äänensävyn ja ydinviestit. Kaupungin viestintä noudattaa näiltä osin brändikirjaa.



Yleiset viestinnän haasteet

- Viestintä on murroksessa: strategia, teknologia ja inhimillisyys kietoutuvat tiiviisti yhteen.
- Disinformaatio leviää ja yhteiskunta polarisoituu. Viestintäkenttä on nopeassa muutoksessa ja kohderyhmät pirstaloituvat eri kanaviin ja verkostoihin.
- Tekoäly integroituu arkeen. Viestinnässä tulisi käyttää tekoälyä työtä tehostaen, mutta vastuullisesti.
- Luottamuksen rakentaminen epävarmuuden keskellä. Viestintä on avainasemassa rakentamassa luotettavaa tietoa ja vuorovaikutusta. Skenaariot, ennakointi ja kriisitietoisuus ovat tärkeitä.
- Datan hyödyntäminen. Viestinnän ammattilaiset tarjoavat dataa päätöksenteon tueksi ja osallistuvat strategiseen keskusteluun.
- Vahvistetaan resilienssiä ja inhimillisyyttä. Teknologinen kuormitus ja jatkuva muutos haastavat. Tarvitaan taitoa hiljentyä ja rakentaa tilaa yhteiselle ajattelulle.



Lähde: ProCom, Viestinnän suunta 2026

Viestinnän lähtökohdat strategiakaudelle

Naantalin toimintaympäristössä tapahtuneet tai ennakoidut muutokset ja painopisteet

- Viestintä mielletään yhä vahvemmin strategisen johtamisen välineenä, joka linkittyy mm. asiakastyytyväisyyteen, elinvoimaan, maineeseen ja vaikuttamiseen.
- Yhteiskunnan kriisit ja taloudellinen epävarmuus vaikuttavat myös Naantaliin. Tämä voi vaikuttaa palvelutasoon ja kuntalaisten tyytyväisyyteen ja heijastua julkiseen keskusteluun.
- Nykyaika edellyttää avointa viestintää ja vuorovaikutusta sekä kuuntelua ja asioiden perustelua – kaupungin johdon, viestinnän ammattilaisten ja esihenkilöiden toimesta. Työyhteisöviestintään tulee panostaa, erityisesti muutostilanteissa.
- Kuntien välinen kilpailu kiristyy: kilpaillaan mm. asukkaista, investoinneista, yrittäjistä, osaavasta työvoimasta, palveluista, rahoituksesta ja matkailijoista.
- Kaupungin maineen ja brändin merkitys korostuu. Naantalin uusi brändi lanseerattiin 03/2026.
- Vastuullisuuden ja osallisuuden vaateet kasvavat ja linkittyvät maineeseen ja työnantajamielikuvaan.
- Matkailutoiminto (Visit Naantali) integroidaan kaupungin viestintään ja kokonaisbrändiin, kokonaisuutta vahvistaen.
- Kaupungin viestintäresurssit tulee hyödyntää oikein ja panostaa vaikuttavuuteen, tavoittavuuteen ja kehittymiseen. Painotuotteet ja niiden jakelu ovat kallistuneet. Naantali kuten muu yhteiskunta siirtyy kohti digitaalista viestintää.

Viestinnän vahvuudet

- Viestinnän kytkös kaupunkistrategiaan tehostaa ja selkeyttää johdon ja koko organisaation viestintävalmiuksia.
- Kaikkia kannustetaan viestimään, tavoitteena hyvin viestivä organisaatio.
- Kaupungin johdon ja johtoryhmän vahva viestintäymmärrys ja viestinnän kytkeminen johtamiseen.
- Viestinnän avoimuus ja vuorovaikutus.
- Viestintäyksikön monipuolinen osaaminen sekä motivaatio ja halu kehittyä ja palvella sisäisiä ja ulkoisia sidosryhmiä.
- Rohkeus innovoida ja kulkea kuntaviestinnän etujoukoissa.
- Ammattimainen tekeminen vaikuttavuuden pohjalta (mittarit, suunnitelmallisuus, ketteryys, jatkuva kehitys).
- Toimivat ja proaktiiviset mediasuhteet.
- Naantalin myönteinen ja tunnettu maine. Naantalin uusi brändi ja ydinviesti on entistä yhtenäisempi ja vahvempi.
- Hyvät kriisiviestinnän valmiudet.
- Naantalin vahva vaikuttaminen verkostoissa.
- Kuntatalouden tasapaino mahdollistaa kehittymisen.

Viestinnän kehittämiskohteet

- Viestinnän tulee olla proaktiivista ja strategisiin tavoitteisiin kytkettyä, eikä vain ulkoisiin (ad hoc) pyyntöihin reagoivaa.
- Laajempi ymmärrys viestinnän merkityksestä kaupunkistrategian tavoitteiden saavuttamisessa.
- Edunvalvontaan ja yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen liittyvän viestinnän kehittäminen.
- Viestintäyksikkö on pieni ja on olennaista, että viestintää tehdään yhteistyössä muiden asiantuntijoiden kanssa. Tehtäviä on priorisoitava olennaisuuden ja nopeasti muuttuvan viestintäkentän mukaisesti.
- Esihenkilöiden ja muun henkilöstön viestinnällinen osaaminen ja ymmärrys (oma rooli viestijänä, viestinnän ammattilaisten rooli, yhteiset linjaukset ja niiden myötä kokonaisuuden vahvistaminen).
- Viestinnän mittarien kytkös viestinnän vaikuttavuuteen.
- Toimintatapojen tarkastelu ja uudistaminen, jotta palveluviestintä tavoittaa kaikki kohderyhmät. Tarvittaessa jätetään pois tehottomia tai vanhentuneita keinoja.
- Resurssien turvaaminen koko kaupunkia palvelevaan viestintään, markkinointiin ja kumppanuuksiin.
- Naantalin brändin ja äänensävyn yhtenäisyys ja tunnistettavuus. Uuden brändin jalkautus koko kaupungin toimintaan. Kaikki kertovat yhtenäistä Naantalin tarinaa.
- Sisäisen viestinnän prosessien ja tiedonkulun selkeyttäminen ja tiedon helpompi löydettävyys, infotulvan vähentäminen.

Viestinnän merkitys kasvaa. Viestinnällä johdetaan, rakennetaan luottamusta ja luodaan yhteyttä. Viestintä rakentaa siltaa arvojen, sanojen ja tekojen välille.

Jessica Ålgars, Naantalin viestintä- ja markkinointipäällikkö

Naantali

Viestinnän periaatteet ja arvot

Viestintää ohjaavat lait ja säännöt

Kuntalaki § 29:

- Kunnan toiminnasta on tiedotettava asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille. Kunnan tulee antaa riittävästi tietoja kunnan järjestämistä palveluista, taloudesta, kunnassa valmistelussa olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä ja päätösten vaikutuksista. Kunnan on tiedotettava, millä tavoin päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa.
- Kunnan on huolehdittava, että toimielinten käsittelyyn tulevien asioiden valmistelusta annetaan esityslistan valmistuttua yleisen tiedonsaannin kannalta tarpeellisia tietoja yleisessä tietoverkossa. Kunnan on verkkoviestinnässään huolehdittava, että salassa pidettäviä tietoja ei viedä yleiseen tietoverkkoon ja että yksityisyyden suoja henkilötietojen käsittelyssä toteutuu.
- Viestinnässä on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otettava huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet.
- Kunnan on digitaalisessa viestinnässä noudatettava saavutettavuuslakia.

Naantalin hallintosääntö:

- Kaupungin viestinnän tulee antaa oikeat ja riittävät tiedot kaupungin palveluista, päätöksenteosta ja toiminnasta. Viestintä on avointa, ajankohtaista, oma-aloitteista ja tasapuolista. Viestinnässä käytetään selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otetaan huomioon kaupungin eri asukasryhmien tarpeet.

Viestinnän tehtävä

- Kunnan perustehtävä on järjestää lakisääteiset palvelut asukkailleen ja huolehtia alueensa elinvoimasta, hyvinvoinnista ja yhteisöllisyydestä.
- Yksi kunnan lakisääteisistä palveluista on viestintä. Viestinnän keinoin varmistamme, että kuntalaiset tuntevat kaupungin tarjoamat palvelut, tietävät miten toimintaan voi osallistua ja päätöksiin vaikuttaa.
- Viestintä on organisaation läpileikkaava kyvykkyys. Käytännössä jokaisen kaupungin työntekijän taidot viestiä ja olla vuorovaikutuksessa kaupunkilaisten kanssa vaikuttaa palvelutehtävässä onnistumiseen.
- Viestintä toteuttaa kaupunkistrategian tavoitteita ja edistää asiakastyytyväisyyttä. Strategiaa ei toteuteta vain johdon toimesta tai virallisissa kanavissa, vaan arjen teoissa kaikessa viestinnässä.
- Viestintä lähtee sidosryhmien ymmärtämisestä ja heidän tarpeistaan. Viestintää kehitetään muuttuvan maailman mukaisesti, jotta viestimme tavoittavat.
- Viestintäyksikkö koordinoi ja kehittää viestintää käytännössä. Toimialat ja viestintäyksikkö käyvät tiivistä vuoropuhelua viestinnästä.
- Sisäinen viestintä varmistaa sujuvan tiedonkulun organisaation sisällä ja rakentaa hyvää työyhteisöä.

Naantalin viestinnän periaatteet

- Viestimme puolueettomasti ja asiallisesti.
- Viestintämme tavoittaa kaikki kaupungin sidosryhmät ja alueet.
- Kaupunkistrategia ohjaa viestintää ja priorisoimme sitä viestintää, joka edesauttaa strategian toteutumista.
- Edistämme kuntalaisten mahdollisuuksia vaikuttaa.
- Pidämme viestinnän näkökulman mukana kaikessa toiminnassa. Ymmärrämme, miltä toiminta näyttää sidosryhmien näkökulmasta ja miten viestintä vaikuttaa luottamukseen.
- Viestinnän avulla lisäämme kaupunkilaisten luottamusta Naantalin kaupunkia kohtaan ja tunnetta siitä, että palvelut ovat saatavilla ja kaupunkiin henkilöstöön voi ottaa yhteyttä.
- Viestintäyksikkö tukee kaikkia kaupungin toimialoja tasavertaisesti viestinnässä.
- Viestintä huomioidaan projekteissa ja muutoksissa.
- Toimimme proaktiivisesti median suhteen, palvelemme mediaa ja näemme median kumppanina ja demokraattisen yhteiskunnan tukipilarina.
- Emme lisää informaatiotulvaa, mittaamme vaikuttavuutta.
- Sisäisen viestinnän tavoitteena on avoimuus, jokaisen työn arvostaminen, selkeys ja oikea-aikaisuus. On tärkeää, että jokainen työntekijä ymmärtää viestit.
- Sisäinen viestintä on ennakoivaa – isossa organisaatiossa vie aikaa, ennen kuin viesti tavoittaa jokaisen työntekijän.

Viestintää ohjaavat arvot

Naantalin viestintä noudattaa kaupunkistrategian arvoja: vastuullinen, avoin, yhteisöllinen, ketterä.

Viestinnässä tämä tarkoittaa:

Vastuullinen: viestimme selkeästi ja faktoihin perustuen, eettisiä arvoja noudattaen. Edistämme suvaitsevaisuutta, ekologisia arvoja, tasa-arvoa, hyvinvointia ja monimuotoisuutta. Viestimme Naantalin vastuullisista teoista, emme aikomuksista.

Avoin: viestimme avoimesti kaupungin päätöksistä ja asioiden valmistelusta sekä siitä, miten päätöksiin voi vaikuttaa. Avoimuus lisää luottamusta kaupungin toimintaan. Kuuntelemme sidosryhmiä ja edistämme vuorovaikutusta ja osallisuutta.

Yhteisöllinen: viestimme sisäisesti yhteyttä ja osallisuutta luovalla sävyllä ja sanoituksella, mikä lisää henkilöstön yhteisöllisyyttä. Viestimme ulkoisesti palveluista ja tapahtumista, jotka lisäävät naantalilaisten mahdollisuuksia osallistua, voida hyvin ja olla ylpeitä kotikaupungista. Naantalin brändissä me-henki ja jaettu ilo näkyy ja tuntuu.

Ketterä: Uskallamme kokeilla uusia tapoja viestiä ja tarvittaessa jättää pois vähemmän vaikuttavia keinoja tai kanavia. Mittaamme tuloksia viestinnän vaikuttavuuden lisäämiseksi. Seuraamme muuttuvaa maailmaa ja opimme hyödyntämään uutta teknologiaa kuten tekoälyä eettisesti ja työn tehokkuutta lisäävästi.

Naantali

Viestinnän strategiset tavoitteet

Naantalin viestinnän strategiset tavoitteet

Strateginen tavoitteemme	Viestinnän strateginen tavoite	Tavoitteen täsmennys
Elinvoimainen Naantali	Naantali on positiivisuudesta ja hyvistä palveluista tunnettu ja vetovoimaiseksi koettu saaristokaupunki.	Viestimme yhdessä tavalla, joka vahvistaa Naantalin mainetta ja brändimielikuvaa, lisää kaupungin tunnettuutta ja erottuu myönteisesti.
Vastuullinen Naantali	Naantali viestii vastuullisesti vastuullisista teoista.	Viestimme aktiivisesti vastuullisuustekojen vaikutuksista. Viestintämme on avointa, faktaperusteista ja saavutettavaa sekä kaupunkilaisten osallisuutta ja monimuotoisuutta edistävää.
Hyvien palvelujen Naantali	Naantali viestii palveluista asiakaslähtöisesti, selkeästi ja monikanavaisesti.	Viestimme kaupungin tuottamista palveluista ja mahdollisuuksista siten, että ne ovat kaikille kuntalaisille selkeitä ja heidän arkensa toimii sujuvasti.
Hyvän työyhteisön Naantali	Naantalin työyhteisön viestintä on avointa, oikea-aikaisesta ja arvostavaa.	Keskinäinen viestimisemme vahvistaa hyvinvointia, työn sujuvuutta ja yhteistyötä. Hyvä yhteishenkemme heijastuu työnantajamielikuvaan.

Tavoite 1: Naantali on positiivisuudesta ja hyvistä palveluista tunnettu ja vetovoimaiseksi koettu saaristokaupunki.

Viestimme yhdessä tavalla, joka vahvistaa Naantalin mainetta ja brändimielikuvaa, lisää kaupungin tunnettuutta ja erottuu myönteisesti.

- Teemme tavoitteellista työtä viestinnän ja markkinoinnin saralla Naantalin maineen ja tunnettuuden vahvistamiseksi. Markkinoimme Naantalin vetovoimatekijöitä yhtenäisesti, kaupungin eri toimialojen yhteistyönä. Toteutamme kustannustehokkaita kampanjoita alueellisesti, valtakunnallisesti ja jopa Pohjoismaissa. Markkinoimme Naantalia monikanavaisesti ja luovasti eri kohderyhmille. Kohdennamme ja mittaamme kampanjatuloksia (ROI = return of investment).
- Otamme koko organisaatiossa käyttöön Naantalin uuden brändin. Luomme yhdessä tunteita herättävän Naantalin tarinan, joka auttaa meitä puhumaan Naantalista yhteisen linjan ja äänensävyn mukaisesti.
- Viestimme Naantalista positiivisesti ja ihmisläheisesti. Äänensävyn ydin on brändikirjan mukaisesti ilo, ystävällisyys, avuliaisuus, yhteisöllisyys, innostus, uteliaisuus ja ylpeys kotikaupungista.
- Kehitämme edunvalvontaan ja yhteiskunnalliseen vaikuttavuuteen liittyvää viestintää. Teemme edunvalvontaviestintää varten suunnitelman. Vahvistamme vaikuttajaviestinnän osaamista esimerkiksi sisäisillä koulutuksilla.

Tavoite 2. Naantali viestii vastuullisesti vastuullisista teoista.

Viestimme aktiivisesti vastuullisuustekojen vaikutuksista. Viestintämme on avointa, faktaperusteista ja saavutettavaa sekä kaupunkilaisten osallisuutta ja monimuotoisuutta edistävää.

- Viestimme yhdessä asiantuntijoiden kanssa kaupunkistrategiaa toteuttavista, vastuullisuutta edistävien ohjelmien ja suunnitelmien toimenpiteistä ja kehittämiskohteista. Luomme kyseiselle viestinnälle tunnistettavan konseptin.
- Viestimme arvoista tekojen kautta.
- Varmistamme saavutettavuuden viestintäkanavissamme mm. sisällöntuottajia kouluttamalla sekä verkkosivu-uudistuksessa.
- Hyödynnämme tekoälyn mahdollisuuksia viestinnässä vastuullisesti, linjaamme miten käytämme tekoälyä Naantalin viestinnässä ja varmistamme ajantasaisen tekoälyosaamisen viestintäyksikössä.
- Ylläpidämme vuorovaikutusta eri kanavissa (esim. verkkosivut ja sosiaalinen media) ja mahdollistamme kuntalaisten ja yhdistysten osallistumisen ja vaikuttamisen tavoittavalla viestinnällä.

Tavoite 3: Naantali viestii palveluista asiakaslähtöisesti, selkeästi ja monikanavaisesti.

Viestimme kaupungin tuottamista palveluista ja mahdollisuuksista siten, että ne ovat kaikille kuntalaisille selkeitä ja heidän arkensa toimii sujuvasti.

- Toteutamme kuntalaiskyselyn palveluviestinnästä, jossa selvitämme kuntalaisten kokemusta palveluviestinnän selkeydestä ja tavoittavuudesta.
- Verkkosivu-uudistuksen tavoitteena on parantaa palvelujen löydettävyyttä. Asukasnäkökulma on sivuston kehittämisen keskiössä, toteutamme verkkohankkeessa yhteiskehittämistä eri käyttäjäryhmien kanssa.
- Selvitämme palveluviestinnän kohderyhmät ja heidän tarpeensa. Profiloimme kohderyhmät ja sen, miten heidät tavoittaa.
- Viestintäyksikkö luo ”kanavalinjaukset”, jossa kartoitetaan kaikki kaupungin käyttämät viestintäkanavat ja sometilit, tarkennetaan eri kanavien tavoitteet ja varmistetaan, että tavoitamme kaupungin kohderyhmät.

Tavoite 4: Naantalin työyhteisön viestintä on avointa, oikea-aikaisesta ja arvostavaa.

Keskinäinen viestimisemme vahvistaa hyvinvointia, työn sujuvuutta ja yhteistyötä. Hyvä yhteishenkemme heijastuu työnantajamielikuvaan.

- Selkeytämme sisäisen viestinnän prosessit ja laadimme sisäisen viestinnän ohjeistuksen, jotta jokainen työntekijä ymmärtää roolinsa ja vastuunsa työyhteisössä viestijänä ja osaa toimia yhteisen linjan mukaisesti.
- Jemmaa kehitetään tiedon löydettävyyden, vaikuttavuuden ja olennaisuuden parantamiseksi.
- Tuemme esihenkilöitä heidän tehtävässään viestiä oman toimialansa ja tiiminsä kanssa.
- Työnantajamielikuvaa vahvistetaan rekrytointimarkkinointia kehittämällä, Naantalin uuden brändin ja tunnistettujen vahvuuksien mukaisesti.

Naantali

Sidosryhmät ja kanavat

Sidosryhmät

- Kuntalaiset ja kesäasukkaat
- Luottamushenkilöt
- Kaupungin henkilöstö
- Yrittäjät
- Media
- Matkailijat
- Kumppanit
- Yhteiskuntavaikuttajat ja sosiaalisen median vaikuttajat



Viestintäkanavat

Ulkoinen viestintä:

- Verkkosivut ovat ensisijainen viestintäkanava
- Asukaslehti Nasta lähetetään postissa painettuna jokaisen kotiin neljä kertaa vuodessa
- Sähköiset uutiskirjeet
- Sosiaalisessa mediassa tavoitamme eri kohderyhmiä. Naantalin sosiaalisen median pääkanavat ovat:
  - Facebook
  - Instagram
  - LinkedIn
  - Youtube

Kaupungin monella toimijalla on oma sosiaalisen median tili (Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat, Youtube).

- Kaupungin digitaaliset näytöt

Sisäinen viestintä:

- Intranet Jemma
- Sähköposti
- Teams
- Esihenkilöfoorumit ja –webinaarit
- Henkilöstöinfot
- Henkilöstö- ja esihenkilötiedotteet
- Muut työyksikköjen viestintäkanavat

Naantali

Viestinnän sisällölliset ja visuaaliset määrittelyt

Viestimisen tapa ja brändi

- Rakennamme yhdessä vahvaa, yhtenäistä ja kiinnostavaa Naantalin brändiä ja tarinaa, brändikirjan mukaisesti.
- Viestimme ystävällisesti ja positiivisesti brändikirjassa määritellyn äänensävyn ja ydinviestien mukaisesti, ulkoisia sidosryhmiä sekä omia asiantuntijoita arvostaen.
- Varmistamme, että Naantalin brändi on yhtenäinen kaupungin kaikissa kanavissa, mukaan lukien eri sektoreiden sosiaalisen median tilit. Tämä koskee sekä äänensävyä että visuaalisuutta. Tilien tulee noudattaa Naantalin brändikirjaa, jotta ne tunnistetaan kaupungin viestintäkanaviksi.
- Koulutamme ja tuemme koko henkilöstöä uuden yhtenäisen viestinnän ja brändin hyödyntämisessä.



Naantali

Viestinnän vastuut, prosessit ja resurssit

Viestinnän vastuut ja roolit

- Kaupunginhallitus johtaa kunnan viestintää ja tiedottamista kunnan toiminnasta.
- Kaupunginhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat.
- Kaupunginjohtaja huolehtii siitä, että kaupungin viestintä toteutetaan avoimesti näiden periaatteiden mukaisesti.
- Toimielimet luovat omalla toiminnallaan edellytyksiä läpinäkyvälle toiminnalle asioiden valmistelussa ja päätöksenteossa.
- Kaupunginhallitus, lautakunnat, kaupunginjohtaja sekä toimialojen johtavat viranhaltijat huolehtivat, että kaupungin asukkaat saavat riittävästi tietoja valmisteltavina olevista merkittävistä asioista ja voivat vaikuttaa valmisteluun.
- Kaupungin viestinnän henkilöresurssit on keskitetty viestintäyksikköön, osana kehittämispalveluja.
- Viestintä- ja markkinointipäällikkö vastaa viestinnän kokonaisuudesta, prosesseista, priorisoinnista ja seurannasta.
- Viestintä- ja markkinointipäällikkö johtaa viestintäyksikköä, joka kehittää, suunnittelee ja toteuttaa viestintää muun organisaation kanssa sekä toimii johdon strategisena viestintäkumppanina.
- Viestintäyksikkö vastaa mediatiedotteiden lähettämisestä.
- Kaupungin markkinointi toteutetaan lähes kokonaan viestintäyksiköstä, yhteistyössä toimialojen kanssa. Viestintäyksikkö kustantaa, kehittää ja ylläpitää lukuisia koko Naantalia hyödyttäviä järjestelmiä.
- Sisäisen viestinnän vastuu jakaantuu henkilöstöhallinnon, toimialan johdon ja esihenkilöiden välille. Henkilöstöpäällikön vastuulla on koko organisaatiota koskeva henkilöstö- ja esihenkilöviestintä. Toimialan johdolla on vastuu viestiä henkilöstölle oman toimialan toiminnasta.

Naantali

Keskeiset viestinnän prosessit ja resurssit

Ydinprosessit	Keskeiset toiminnot	Osallistujat	Prosessin omistajat
Tunnettuus- ja brändiviestintä	• Kaupunkimarkkinointi • Strategian juurrutus • Vaikuttaminen ja edunvalvonta • Yhteistyö sidosryhmien kanssa	• Johtoryhmä • Viestintäyksikkö • Matkailupalvelut • Asiantuntijat • Kumppanit	• Kaupunginjohtaja • Viestintä- ja markkinointipäällikkö • Kehitysjohtaja
Vastuullisuusviestintä	• Viestintä Naantalin vastuullisuutta edistävistä ohjelmista ja teoista • Henkilöstön kouluttaminen vastuulliseen viestintään	• Johtoryhmä • Viestintäyksikkö • Asiantuntijat • Tytäryhtiöt ja kumppanit	• Ympäristöpäällikkö • Sivistysjohtaja • Viestintä- ja markkinointipäällikkö
Palveluviestintä	• Viestintä kaupungin palveluista • Kohderyhmien tunteminen ja osallistaminen • Viestinnän mittaaminen	• Palveluesihenkilöt • Viestintäyksikkö • Palvelun toteuttajat	• Johtoryhmä • Viestintä- ja markkinointipäällikkö
Työyhteisöviestintä	• Sisäinen viestintä työyhteisössä • Jemman kehittäminen • Esihenkilöviestinnän kehittäminen • Työnantajamielikuva	• Esihenkilöt • Henkilöstöpalvelut • Viestintäyksikkö • Jokainen työntekijä	• Henkilöstöpäällikkö • Viestintä- ja markkinointipäällikkö

Viestinnän verkostot

- **Työnantajamielikuva** on tärkeä osa Naantalin kokonaisbrändiä. Viestintäyksikkö ja henkilöstöpalvelut kehittävät työnantajamielikuvaa yhdessä.
- **Rekrytointimarkkinointia** kehitetään yhteistyössä viestintäyksikön, henkilöstöpalvelujen ja toimialojen kanssa.
- **Some-verkosto:** kaupungin sosiaalisen median tilien päivittäjät toimialoilla. Viestintäyksikkö tukee ja kouluttaa sekä varmistaa, että kaikki kaupungin kanavat ja tilit vahvistavat Naantalin yhtenäistä brändiä.
- **Verkkosivujen** ylläpitäjien foorumi. Viestintäyksikkö tukee ja kouluttaa.
- **Esihenkilöfoorumi** on tärkeä sisäisessä viestinnässä.
- **Sisäiset verkostot**: viestinnän ammattilaiset osallistuvat kaupungin eri toimialojen työryhmiin, mm. liikennöintiin ja liikenneturvaan, rekrytointiin ja vastuullisuuteen liittyen.
- **Ulkoiset verkostot:** viestintä- ja markkinointipäällikkö edustaa Naantalia mm. Turun kauppakamarin viestintä- ja markkinointivaliokunnassa, Varsinais-Suomen varautumisen viestintäryhmässä, työllisyyden viestintäryhmissä ja V-S kuntaviestijäryhmässä.

Naantali

Viestinnän mittarit

Naantali

Viestinnän tavoitteiden seuranta

Viestinnän strateginen tavoite	Miten seuraamme edistymistä
Naantali on positiivisuudesta ja hyvistä palveluista tunnettu ja vetovoimaiseksi koettu saaristokaupunki.	• Markkinointikampanjoiden tulokset • Naantalille relevanttien tunnettuus- ja imagotutkimusten tulokset • Brändimielikuvaa tukeva medianäkyvyys • Naantali-tarina luotu ja otettu kaupungilla käyttöön • Edunvalvontaviestinnän suunnitelma laadittu • Vaikuttajaviestinnän sisäisten koulutusten malli luotu ja otettu käyttöön
Naantali viestii vastuullisesti vastuullisista teoista.	• Konsepti strategisten ohjelmien viestimiseen luotu ja otettu käyttöön • Vastuullisen Naantalin toimintaa tukevat mediauutiset ja somenäkyvyys • Saavutettavuuden edistämiseksi tehdyt toimenpiteet • Viestinnän tekoälyohjeet laadittu • Vuorovaikutus kaupungin sosiaalisen median pääkanavissa
Viestimme palveluista asiakaslähtöisesti, selkeästi ja monikanavaisesti.	• Kuntalaiskysely palveluviestinnästä toteutettu • Käyttäjäryhmät otettu mukaan uuden verkkosivuston kehittämiseen • Kaupungin viestinnän kohderyhmät analysoitu ja profiloitu • Naantalin viestintäkanavien ja sometilien kartoitus ja kanavalinjaus laadittu
Viestimme työyhteisönä avoimesti, oikea-aikaisesti ja arvostavasti.	• Sisäisen viestinnän ohjeistus laadittu • Jemman tiedon löydettävyyden edistämiseksi tehdyt toimenpiteet • Esihenkilöiden viestintäkoulutusten määrä ja kattavuus • Rekrytointimarkkinoinnin konsepti ja sitä tukeva verkkosivu luotu

Viestinnän mittarit

- Naantalin sosiaalisen median pääkanavien seuraajat ja vuorovaikutus
- Mediaseuranta
- Verkkosivujen kävijämäärät ja sivunäytöt
- Verkkosivujen käyttäjätutkimus ja palautteet
- Laadullisia mittareita



Naantali

Viestintä-suunnitelmaa tarkentavat asiakirjat

Strategista viestintä-suunnitelmaa täydentävät asiakirjat

- Brändikirja
- Kriisiviestintäsuunnitelma
- Kriisiviestinnän huoneentaulu henkilöstölle
- Viestinnän ja markkinoinnin vuosikellot
- Viestinnän check list henkilöstölle
- Viestinnän huoneentaulu henkilöstölle





Ilo viestiä Naantalissa

Viestintä-ja markkinointipäällikkö Jessica Ålgars
jessica.algars@naantali.fi

Naantalin viestintä:
viestinta@naantali.fi

naantali.fi
visitnaantali.com