



Vinkejä hankeviestintään

Muistilista projektipäällikölle ja hankkeen valmistelijoille käytettäväksi esitelmien tekoon, esitteiden valmisteluun ja viestintäsuunnitelman tekoon.

Ihmisten kokoisille ideoille!

Esittele asiiasi **tavoitteiden ja tekojen**, ei hankkeiden tai organisaatioiden kautta. Kerro, mitä saatte aikaiseksi. Kerro, mitä ratkaisette.

Ota huomioon vastaanottaja. Puhu vastaanottajan, ei oman organisaation näkökulmasta. Ajattele sanomaasi kysymällä, miten hyötyä sanomastasi on yleisölle. Selvitä, kenelle puhut ja toisaalta kuka kuuntelee. Voit tehdä tämän esimerkiksi muutamalla kysymyksellä esityksen aluksi. Kerro asioita joista kuulijat ovat kiinnostuneita tavalla joka koskettaa kuulijaa.

Luo konteksti. Liitä tekemisesi yhteiskuntakehitykseen. Mainitse muutama hyvä muu toimija, tekijä ja teko tai tapahtuma. Ota hankkeen ohjausryhmään ihmisiä, jotka auttavat tässä. Ota mukaan myös kriittisiä ihmisiä, he auttavat sinua valmistautumaan muun yhteiskunnan vastaanottoon.

Älä aloita projektia logosta ja esitteestä. Kun logot ja esitteet tehdään alussa, ne jäävät ilman konkretiaa. Ne listaavat tavoitteita, mutta eivät tarjoa tarttumapintaa. **Panosta verkkosivuihin.**

Rahoittajan voi kertoa lopuksi. Älä aloita sillä. Älä aloita logokalvolla. Harvoin organisaatiot ovat rahoittaneet projekteja markkinointitarkoituksessa, vaan haluavat saada vaikutusta johonkin asiaan.

Anna kohteiden kertoa, miten vaikutatte heidän elämäänsä. Parhaimman vaikutuksen saat, kun annat loppukäyttäjän kertoa omin sanoin, keskeyttämättä ja ensin siitä mitä hänelle on tapahtunut.

Anna mahdollisimman konkreettinen esimerkki, älä vain sano jonkin olevan tärkeää. Kerro myös, mikä teille on vaikeaa. Kuulostat paljon rehellisemmältä.

Käytä lukuja ja mitattavissa olevia asioita. Suhteuta oma toiminta esimerkiksi julkisiin menoihin tai väestömääriin.

Kerro kuvin. Tehokkaita ovat ennen- jälkeen, suunnitelma-toteutus kuvat sekä kuvat missä tehdään asioita tai on mielenkiintoinen lähestymistapa.

Kerro tarinoita. Tarinat tarttuvat aina. Käytä tarinaa, joka kertoo yhteiskunnallisesta ongelmasta tai uudelleenajattelusta.

Kuvaa, mitä tapahtuu hankkeen jälkeen. Julkaisun tekeminen tai seminaari ei saisi olla lopputulos.