

# KUMPPANIA

**Viestintä tekee elämästä parempaa.**

[www.kumppania.fi](http://www.kumppania.fi)

# Satakunnan kauppakamari

Viestinnän tiekartta 2019

# Viestinnän lähtökohdat

- **Johtojatus**

Satakunnan kauppakamari on johtajien henkinen koti.

- **Tavoitteet**

Satakunnan kauppakamari on alueensa vaikuttavin, yhteistyökykyisin ja tunnetuin elinkeinoelämän organisaatio, media ja yhteisö.

# Viestinnän tehtävät

- **Osallistaa** ja aktivoida satakuntalaisten yritysten ja elinkeinoelämän edustajat yhteistyöhön
- **Vahvistaa** sidosryhmäsuhteita ja syventää luottamusta elinkeinoelämän ja päättäjien kesken
- **Innostaa ja motivoida** satakuntalaiset pystyvyysuskoon ja vahvaan tulevaisuuteen
- **Tiedottaa** elinkeinoelämän tarpeista ja odotuksista keskeisille kohderyhmille
- **Jakaa tietoa** elinkeinoelämälle
- **Rakentaa brändiä** vastuullisesta ja asiantuntevasta kauppakamarista

# Kohderyhmät

## **Sisäiset**

- Henkilökunta
- Kauppakamarin hallituksen jäsenet, työryhmät ja valiokunnat
- Jäsenyritykset (yrittäjä/omistajat, toimitusjohtaja, talousjohtaja, HR-johto, IT-johto, vienti...)

## **Ulkoiset**

- Potentiaaliset jäsenet
- Sidosryhmät (3K ja muut kauppakamarit, kansanedustajat, ministeriöt, maakuntaliitto, yrittäjäjärjestö, kuntajohto ja -päättäjät, erilaiset virastot)
- Yhteistyökumppanit
- Media

# Kanavat

- **Sisäiset**

palaverit, kokoukset, campit, sähköposti, koulutukset, uutiskirje, jäsenlehti, toimintakertomus

- **Ulkoiset**

internet, asiantuntijapuheenvuorot, tapahtumat, seminaarit, media, uutiskirjeet, some (Facebook, LinkedIn, Twitter), Kauppakamari-lehti, West Coast

Digitaalisen jäsenkokemuksen vahvistaminen  
ja elinkeinoelämän mediana näkyminen

## VISIO 2030 – ihmisiä asioiden äärellä

- Satakuntalaisen elinkeinoelämän kansainvälinen kehittämisorganisaatio/-verkosto
- Kasvuryhmät, johtajien vertaisverkosto, sparraustiimit, klubit kasvajille, campit (digitaalinen ja analoginen)
  - keskinäinen luottamus
  - kokemusten jakaminen
  - merkitykselliset kohtaamiset
- Vetovoiman tuottaminen



# Painopistesuositukset vuodelle 2019

# Kansainvälinen kehittäjäverkosto

- Sidosryhmäyhteistyö: vaikuttamissuunnitelman strategiset kumppanit, esim. kunnat, ELY, maakuntaliitto, oppilaitokset
- Yhteistyökumppanit: kaupalliset kehittäjäorganisaatiot – palvelut jäsenille, esim. pankit, rahoituslaitokset, asiantuntijapalvelut
- Jäsenverkostot: johtajuus-, hr-, vienti- ym. teemacampit

# Vetovoiman lisääminen

- Johtajuusseminaari ja 100-vuotisjuhlinta, kaupunkifestarit, pääjuhla 20.11.2019
  - oma media, sisällöt ja monikanavaisuus: videot/striimaus, sosiaalinen media ja media
  - talous ja bisnes, luodaan uskoa tulevaisuuteen
    - **pystyvyysusko**
- Läpinäkyvyys, kiinnostavuus, käytettävyys, strategisuus, kollektiivisuus

# Digitaalinen jäsenkokemus ja medialisuus

## Nykyisen mediaympäristön ja viestinnän siivous

- Pois viestinnästä kaikki, mikä ei edusta kauppakamaria ja sen henkeä ja tunnelmaa.
- Korostetaan harkittua viestintää – vähän, huolella ja tyylikkäästi.

## Suunnitelmallisuus

- Uudet nimet ja kuva – *Mikä on Satakunnan kauppakamari?* (aihio olemassa)
- Lehti-/mediakonseptin vuosisuunnitelma → vaikuttamissuunnitelmaa edistävät sisällöt
- Päivityksille somesuunnitelma: nostetaan esiin kuvia ja ajatuksia, jotka edustavat ja kiteyttävät kauppakamaria, mm. kasvusymposium

## Monikanavaisuus – some (LinkedIn, Facebook ja Twitter) + uutiskirje ja www-sivut

- Suhteellisen vähän ja harkittuja nostoja
- Lehtiartikkelit ja koulutuskalenterin tapahtumat ajastetaan someen 4 kertaa vuodessa
- Tapahtumapäivityksiin tunnelmia ja yksityiskohtia, ei ihmiskasvoja ja presentaatioita

# Teemat, aiheet ja sisällöt

# Mihin pystymme Satakunnassa

- **Digitalisaatio** – nopeat syövät hitaat, digitaalisuus yhdistyy reaali maailmaan
- **Vastuullinen teollisuus** – Satakunnassa maailman parhaat teolliset ympäristöt
- **Tulevaisuuden työelämä** – muuntokoulutus, reformi, kansainvälisyys, henkisen ja fyysisen työkyvyn johtaminen, joustava palveluinfra, henkilöstöpalveluyritykset mukaan
- **Logistiikka** – päästöttömyys, Twin Business City
- **Kasvuvisio** – kaupungistumisen megatrendi, selkeä kasvukeskuskaupunki ilman kuntaliitoksia, näyttäytytään isona, vau-ajattelu

KUMPPANIA

Vuosi 2019

# Viestinnän vuosi

- 4 lehteä, yhteensä noin 4x12 paikallista artikkelia, monikanavainen jakelu (West Coast?)
- Vuosikirjan siivous?
- Koulutuskalenteri, HHJ ja muut koulutukset, monikanavainen jakelu
- Johtajuusseminaari, 100-vuotisjuhlinta ja kaupunkifestarit
- Kasvusymposium
- Mentorointi
- TAT-kiertue
- Vientikaupan kiertue
- Aamukahvi-infoja
- Kansanedustajatapaamiset
- Toimittajakahvit
- Uusien jäsenten tilaisuus: Kehity tai katoa
- Syyskokous, kevätkokous
- Valiokunnat 4 kertaa vuodessa




# Mittareita

- Jäsenaktiivisuus, jäsenpysyvyys
- Uusien jäsenten määrä
- Aloitteet, palautteet, lausunnot
- Viestinnän caset – investoinnit, uutisointi
- Mediaseuranta
- Somekanavien kehitys
- Uutiskirje- ja lehtitilaukset

# Tulossa

- Asiointi verkkopalvelussa – palveluiden muotoilu
- Jäsenyyden elinkaari – mitä tehdään ihan uusien jäsenten kanssa suhteessa muihin?
- Kohdennetut uutiskirjeet vastaanottajien kiinnostuksen mukaan
- Tunne- ja fiilispuolen tarinoiden valjastaminen maakunnalliseen kehittämisen- ja vaikuttamistyöhön

An aerial photograph of a river with white water rapids, showing turbulent blue water and white foam. The image is split horizontally by a black band containing text.

Jokainen muutos  
ansaitsee tulla ymmärretyksi.

KUMPPANIA