



Viestinnän strategiset linjaukset

2023-2025

keusote.fi

HYVINKÄÄ | JÄRVENPÄÄ | MÄNTSÄLÄ | NURMIJÄRVI | PORNAINEN | TUUSULA



Lähtökohdat viestinnälle

Viestinnän strategiset linjaukset ohjaavat hyvinvointialueen viestintää tulevina vuosina. Se kertoo, miten viestinnällä ja vuorovaikutuksella tuetaan strategian tavoitteita rakentaa hyvinvointia asukkaille ja asiakkaillemme.

Viestintästrategia suuntaa tekemistämme ja linjaa viestinnän tahtotilaa kasvaa yhdessä strategian mukaiseksi.

Kaiken viestinnän on tuettava strategiaa. Viestintä toteuttaa hyvinvointialueen strategiaa, tuo arvot näkyväksi ja toiminnan ymmärrettäväksi.

Viestintä on organisaation liima, joka kaikilla tasoilla onnistuessaan vahvistaa luottamusta, avoimuutta, läpinäkyvyyttä ja dialogia.

Keusotessa jokaisella on tärkeä rooli viestijänä!

Viestinnän päämäärä



Hyvinvointialueen henkilöstö yhdessä viestinnällään

Edistää asukkaiden hyvinvointia tarjoamalla aktiivisesti tietoa hyvinvointialueen palveluista, toiminnasta, suunnitelmista ja tavoitteista.

Rakentaa vuorovaikutusta, kuuntelua ja kohtaamista.

Osallistaa sekä henkilöstön että asukkaat palveluiden suunnitteluun ja valmisteluun.

Tukee johtamista, kehittämistä ja strategisten tavoitteiden saavuttamista.

Tiedottaa ajankohtaisista asioista asukkaille ja henkilöstölle.

Huolehtii positiivisen julkisuuskuvan kasvamisesta.



Viestinnän tavoitteet

Viestintä tukee strategian toteutumista. Viestinnän strategiset tavoitteet johdetaan Keusoten strategiasta.

Keusoten viestintä keskittyy vuosina 2023 – 2025 erityisesti kahden strategisen tavoitteen tukemiseen.

Strategiset tavoitteet

- Meille jokainen on tärkeä. Parannamme asukkaiden hyvinvointia, terveyttä ja turvallisuutta monimuotoisessa yhteistyössä.
- Onnistumme yhdessä. Hyvinvoiva ja kyvykäs henkilöstö toimii yhteisöohjautuvasti vetovoimaisessa työpaikassa.

Viestinnän tavoitteet

Keski-Uudenmaan hyvinvointialueen asukkailla on riittävästi ja kohderyhmälähtöisesti tietoa ennaltaehkäisevästä hyvinvoinnin, terveyden ja turvallisuuden edistämisestä sekä tarvitsemistaan palveluista.

Keusoten työntekijöillä on tietoa, taitoa ja tahtoa sujuvaan tiedonvaihtoon, ja he vahvistavat yhteisöllisyyttä yhteisöohjautuvasti (pitovoima). Potentiaaliset työntekijät pitävät hyvinvointialuetta houkuttelevana työnantajana (vetovoima).



KEUSOTE
Keski-Uudenmaan hyvinvointialue

Keusoten viestinnän kärjet

Viestintä tukee alueensa asukkaiden hyvinvointia, terveyttä ja turvallisuutta sekä vahvistaa asiakkaiden palvelukokemusta.

Kerromme aktiivisesti ja kohderyhmälähtöisesti hyvinvointia, terveyttä ja turvallisuutta tukevista ennaltaehkäisevistä palveluista.

Mahdollistamme osaltamme mahdollisimman sujuvan palvelukokemuksen.

Viestintä yhdistää asukkaita, työntekijöitä ja kumppaniverkoston.

Lisäämme viestinnällä vuoropuhelua, osallistamme ja rakennamme yhteisöllisyyttä.

Viestintä rakentaa myönteistä mielikuvaa Keusotesta.

Tuomme Keusoten toimintaa ja uudistuksia esille myönteisellä tavalla.

Viestintä tukee hyvinvointialueen elinvoimaisuutta ja edelläkävijyyttä.

Tuemme ja valmennamme keusotelaisia vahvoiksi viestijöiksi.

Autamme Keusotea erottumaan edukseen ja tuomaan esille vahvuuksiaan

Viestinnän periaatteet

Noudatamme arjessamme viestinnän periaatteita: **luotettavuus, avoimuus, selkeys, rohkeus, vuorovaikutteisuus ja uudistumiskyky.**

Avoimuus

Luotettavuus

Selkeys

Rohkeus

Vuoro-
vaikutteisuus

Uudistumis-
kyky

- Viestinnällä varmistetaan, että asukkaat ja asiakkaat saavat oikeaa ja luotettavaa tietoa yhdenvertaisesti ja oikea-aikaisesti.
- Viestintää tehdään hyvän valmistelun ja tutkitun tiedon perusteella.

- Viestintä on läpinäkyvää ja avointa.
- Erilaiset kohderyhmät löytävät tarvitsemansa tiedon helposti, ja se on saatavilla monikanavaisesti.

- Viestinnässä huomioidaan erilaisten kohderyhmien tarpeet.
- Viestintä on saavutettavaa ja helposti ymmärrettävää.

- Myös keskeneräisistä asioista viestitään rohkeasti.
- Keskusteluun osallistutaan rohkeasti.

- Onnistuminen luodaan yhdessä avoimella vuoropuhelulla ja luottamuksellisella ilmapiirillä.
- Viestintä kuuluu jokaiselle.
- Viestinnällä osallistetaan sekä sisäisiä että ulkoisia sidosryhmiä yhteiseen työhön.

- Viestintä on avainasemassa uudistusten etenemisessä.
- Viestintä ennakoii, luottaa aktiivisesti ympäristöä ja reagoi nopeasti muutoksiin.
- Myös viestintä uudistuu: viestinnässä uskalletaan kokeilla ja tehdä asioita uudella tavalla.

Äänensävy

Keusotelainen on viestinnässään luotettava, turvallinen ja asiantunteva, selkeä ja helposti ymmärrettävä, ihmisläheinen, lämmin ja osallistava, erottuva ja ennakkoluuloton.

Äänensävy vaikuttaa ratkaisevasti siihen, millainen mielikuva Keusotesta muodostuu. Se on perusta kaiken viestinnän taustalla.

Äänensävyn määrittely mahdollistaa yhteisen tavan viestiä kaikissa viestintä- ja vuorovaikutustilanteissa.

Äänensävyn noudattaminen koskee kaikkea sitä viestintää, jota teemme eri kanavissa tai vuorovaikutustilanteissa.

Yhtenäisen äänensävyn rakentaa yhtenäistä mielikuvaa Keusoten ammattilaisesta. Äänensävy kytkeytyy tunteisiin – millaisen tunnereaktion haluamme herättää ja jättää.



Keusotelaisen äänensävy

Ominaisuus/ piirre	Kuvaus	Kyllä	Ei
Luotettava, turvallinen ja asiantunteva	Olemme viestinnässämme asiallisia, asiamme osaavia ja uskottavia. Olemme sopivalla tavalla ylpeitä ja varmoja osaamisestamme.	Johdonmukaisuus, tarkkuus, rehellisyys, avoimuus myös keskeneräisissä asioissa	Epäloogisuus, ristiriitaiset, puutteelliset tai virheelliset tiedot, huolimattomuus, jatkuva pahoittelu, ylimielisyys
Selkeä ja helposti ymmärrettävä	Käytämme selkeää ja ymmärrettävää kieltä. Pureksimme tietoa palasiksi. Kuvaamme ymmärrettävästi asiakokonaisuuksia ja asioiden välisiä yhteyksiä. Käytämme yleiskieltä. Olemme riittävän tiivissanaisia ja konkreettisia.	Saavutettavat sisällöt, riittävän yksinkertaiset ilmaisut, johdonmukainen rakenne, tiedon visualisointi, napakat tekstit, konkreettiset ohjeet, aktiivimuoto viestinnän selkeyttäjä	Koukeroiset ilmaisut, monimutkainen tai epälooginen rakenne (esim. kielioppi- tai lauserakenne), harhaanjohtavat, epämääräiset käsitteet ja ilmaisut, ammattijargon, turha passiivin käyttö
Ihmisläheinen, lämmin ja osallistava	Olemme avoimia, inhimillisiä, ystävällisiä ja helposti lähestyttäviä. Kuuntelemme, välitämme ja arvostamme. Osallistamme ja kutsumme mukaan tekemään yhteistyötä.	Ihmiseltä ihmiselle, läheisyys, mutkattomuus, positiivisuus, kannustavuus, innostavuus	Organisaatiokeskeisyys, etäisyys, välinpitämättömyys, yksisuuntaisuus, käskyttyvyys, kylmyys
Erottuva ja ennakkoluuloton	Viestintämme erottuu edukseen raikkaudessaan, kiinnostavuudessaan ja inhimillisyydessään.	Rohkeus, edistyksellisyys, yllätyksellisyys, tilanteeseen sopiva pilke silmäkulmassa, ennakkoluulottomuus	Turha pönötys, mitänsanomattomuus, tarpeeton virastomaisuus

Viestinnän kohde- ja sidosryhmät

SIDOSRYHMÄT	Nykyiset työntekijät	Asiakkaat	Asukkaat
Miksi juuri tämä sidosryhmä on strategian toteutumisen kannalta tärkeä?	Keusote rakentuu työntekijöidensä varaan. Työntekijät ovat hyvinvointialueen tärkein voimavara.	Asiakkaiden mahdollisimman hyvä palvelu on Keusoten olennaisin tehtävä.	Alueen asukkaiden hyvinvointi, terveys ja turvallisuus on Keusoten keskeisin tavoite.
Mikä/millainen on suhteemme tämän sidosryhmän kanssa?	Olemassaolon perusta.	Olemassaolon syy ja merkitys.	Olemassaolon syy ja merkitys.
Viestinnän tavoite	Vahvistaa työntekijöiden viestintäkyvykkyyttä. Edistää tiedonkulkua. Kannustaa yhteisöllisyyteen.	Auttaa asiakkaita löytämään palvelukokonaisuudesta helposti itselleen tarpeelliset ja resurssiviisaat palvelut.	Tarjota asukkaille riittävästi ja kohderyhmälähtöisesti tietoa ennaltaehkäisevästä hyvinvoinnin, terveyden ja turvallisuuden edistämisestä sekä heidän tarvitsemistaan palveluista.



Viestinnän kohde- ja sidosryhmät

SIDOSRYHMÄ T	Keski-Uudenmaan pelastuslaitos	HUS-yhtymä	Valtio (ministeriöt)	Kolmas sektori (järjestöt, yhdistykset, seurakunnat)	Potentiaaliset työntekijät	Aluevaltuutetut	Keski-Uudenmaan hyvinvointialueen kunnat	Media
Miksi juuri tämä sidosryhmä on strategian toteutumisen kannalta tärkeä?	Keski-Uudenmaan pelastuslaitos tuottaa Keusoten pelastuspalvelut.	HUS-yhtymä tuottaa Keusoten erikoissairaanhoidon palvelut.	Valtio ohjaa ja rahoittaa toimintaa.	Myös kolmas sektori tuottaa hyvinvointia, terveyttä ja turvallisuutta edistäviä palveluita, keskittyen etenkin ennaltaehkäiseviin palveluihin.	Keusote tarvitsee parhaat työntekijät pysyäkseen elinvoimaisena ja kehittyäkseen.	Aluevaltuutetuilla on päätäntä- ja vaikutusvaltaa hyvinvointialueen kehittämiseen.	Kunnat tuottavat palveluita, joilla on kriittisiä yhdyspintoja Keusoten palveluiden kanssa.	Median luoma julkisuuskuva Keusotesta vaikuttaa onnistumisen edellytyksiin.
Mikä/millainen on suhteemme tämän sidosryhmän kanssa?	Tärkeä yhteistyökumppani.	Tärkeä yhteistyökumppani.	Strateginen ohjaus, rahoitus, kansalliset tavoitteet	Tärkeä yhteistyökumppani.	Tulevaisuudentekijä.	Päätöksentekijä. Olemassaolon ja kehittymisen mahdollistaja. Kumppani	Yhteistyökumppani.	Sekä viestinnän kohde että väline saavuttaa laaja yleisö.
Viestinnän tavoite	Edistää tiedonkulkua ja yhteistyötä.	Edistää tiedonkulkua ja yhteistyötä. Edunvalvonta	Edistää tiedonkulkua, yhteistyötä, vuoropuhelu, vaikuttaminen	Edistää tiedonkulkua ja yhteistyötä.	Rakentaa myönteistä mielikuvaa Keusotesta työnantajana. Vetovoiman rakentaminen.	Edistää tiedonkulkua ja yhteistyötä. Luottamuksen rakentaminen.	Edistää tiedonkulkua ja yhteistyötä.	Vahvistaa hyvää suhdetta mediaan. Varmistaa, että medialla on ajantasaista ja kattavaa tietoa Keusotesta.

Viestinnän kanavat

Henkilöstöviestinnän kanavat

- **Intranet**, hyvinvointialueen työyhteisöviestinnän pääkanava sekä strategisen johtamisen väline
- **Muut sähköiset kanavat**, kuten sähköposti, uutiskirje, Teams, Yammer, videot ja kyselyt
- **Toimipaikoissa näkyvä tai jaettava viestintä**, kuten infonäytöt, julkaisut ja painetut materiaalit
- **Kasvokkainen ja kahdenkeskinen viestintä**, kuten perehdyttäminen ja neuvottelut, esihenkilöviestintä
- **Työyhteisön tilaisuudet ja tapahtumat**, kuten kuukausi-infot, viikkovartit, kokoukset ja koulutukset

Ulkoisen viestinnän kanavat

- **Verkkopalvelu keusote.fi**, hyvinvointialueen pääkanava asukkaille, asiakkaille ja muille sidosryhmille
- **Palvelujen asiointikanavat**, kuten Keusote sähköiset verkkopalvelut
- **Digitaalinen asiointi**, kuten mobiilisovellukset, Chat, kyselyt
- **Uutiskirjeet**, kuten hyvinvointialueen uutiskirje
- **Mediayhteistyö**, kuten mediatiedotteet, infot, haastateltavien tarjoaminen
- **Sosiaalinen media** valikoiduissa kanavissa
- **Media- ja somemainonta sekä suorajakelu**, kuten rekrytointi-ilmoitukset, somemarkkinointi ja asukaskirjeet
- **Tilaisuudet ja tapahtumat**, kuten asukas-tilaisuudet ja infot, koulutukset, kuntakierrokset ja verkkovälitteiset tilaisuudet eri sidosryhmille



Viestinnän roolit ja vastuut

Viestintä ei ole vain viestintäpalvelujen vastuulla. Strategian toteutuminen vaatii kaikilta vahvaa viestintää – johdosta alkaen.

Viestintä on erottamaton osa kaikkien työntekijöiden työnkuvaa. Viestintä ei ole vain tiedottamista, vaan se on johtamista, kuuntelemista, kohtaamista ja yhdessä tekemistä. Viestintä kuuluu kaikille, kaikilla tasoilla.

Viestinnän ammattilaisia tarvitaan suunnittelemaan, kehittämään, sparraamaan, johtamaan ja mittaamaan viestintää.

Viestinnän vastuut linjaamalla selkiytetään viestintään liittyviä työnjakoja ja rooleja.

Viestinnän vastuut ja työnjako

Toimielimet	Johtoryhmä	Viestintäpalvelut	Palvelualueet
<p>Aluevaltuusto</p> <ul style="list-style-type: none">- seuraa viestinnän tavoitteiden toteutumista hyvinvointialuelain mukaisesti <p>Aluehallitus</p> <ul style="list-style-type: none">- hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat- johtaa hyvinvointialueen viestintää ja hyvinvointialueen toiminnasta tiedottamista.	<p>Hyvinvointialuejohtaja</p> <ul style="list-style-type: none">- johtaa hyvinvointialueen viestintää ja hyvinvointialueen toiminnasta tiedottamista aluehallituksen hyväksymien viestinnän ja tiedottamisen periaatteiden mukaisesti <p>Muut johtoryhmäläiset</p> <ul style="list-style-type: none">- johtavat oman vastualueensa viestintää yhdessä hyvinvointialuejohtajan ja viestintäpäällikön kanssa- vastaavat viestinnän tavoitteiden toimeenpanon toteutuksesta ja seurannasta	<p>Viestintäpäällikkö</p> <ul style="list-style-type: none">- johtaa strategista ja operatiivista viestintää toimintasäännön mukaisesti- valmistelee hyvinvointialueen viestinnän strategiset linjaukset ja ohjeiden laatimisen- johtaa viestinnän kokonaisuutta ja verkostoja <p>Viestintäpalvelut yhdessä</p> <ul style="list-style-type: none">- kehittää ja yhtenäistää viestintäprosesseja ja menetelmiä- ylläpitää viestintäkanavia- edistää osaltaan tietojohtamista- antaa palvelualueille asiantuntijatukea ja -palvelua viestintäasioiden valmistelussa- vastaa viestinnän valmistelusta ja yhteensovittamisesta hyvinvointialueetasolla- koordinoi ja vastaa viestinnän kehittämishankkeista- vastaa keskitettyjen viestintäprosessien ohjauksesta ja toteutuksesta- tukee osallisuus- ja vaikutusmahdollisuuksien toteutumista- tuottaa seurantatietoa viestinnän onnistumisen mittaamiseksi	<ul style="list-style-type: none">- vastaa viestinnän linjausten toteutuksesta ja toteutumistason arvioinnista- valmistelee viestintää tavoitteellisesti yhdessä viestinnän kanssa- vastaa omalta osaltaan aktiivisesta tiedon kulusta- tuottaa tietoa viestinnän toteutumiseksi- tekee viestinnän tarkastelua ja arviointia vastuualueellaan- vastaa tiedolla johtamisen toteutumisesta viestintäjohtamisessa- toteuttaa viestintää hyvinvointialuelain edellyttämällä tavalla



Viestinnän roolit

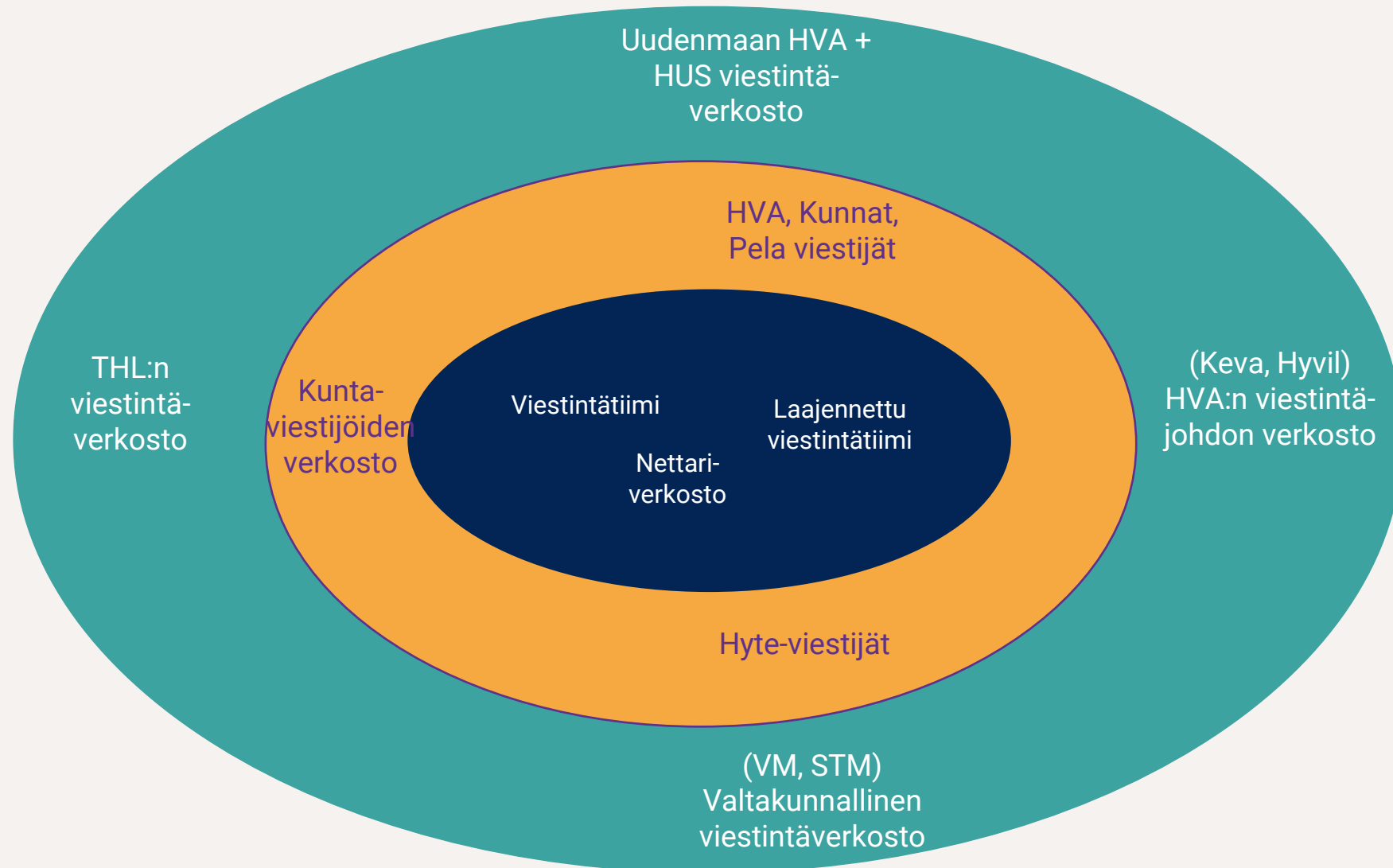
Viestintä kuuluu kaikille Keusoten työntekijöille. Onnistumme, kun roolit ovat selvät ja kaikki motivoituneita työskentelemään yhteisten tavoitteiden eteen.

Henkilön työrooli	Rooli viestinnän tekemisessä
Aluevaltuutettu tai muu luottamushenkilö	Käy arvo- ja linjakeskustelua, erityisesti asukkaiden suuntaan. Antaa suuntaviivat viestinnän periaatteisiin. On mielipidevaikuttaja.
Johto	Antaa suunnan ja kasvot. Ajatusjohtaja ja mielipidevaikuttaja. Päättää strategisen ja operatiivisen viestinnän sekä sidosryhmätyön painopisteet viestinnän linjausten mukaisesti. Allokoi/varmistaa viestinnän resurssit. On itse viestinnällinen esimerkki.
Esihenkilö	Työntekijän ensisijainen kontakti. Esihenkilöviestintä. Juurruttaa johdon henkilöstöviestintää. Vastaa oman yksikkönsä sisäisestä viestinnästä, asiakasviestinnästä ja rekryviestinnästä. Viestii teoillaan ja puheillaan.
Asiantuntija	Aktiivinen oman alansa puhehenkilö. Näkyy julkisuudessa. On oman alansa asiantuntija, työntekijälähteläs
Työntekijä	Omaksuu roolinsa viestijänä ja arjen "suurlähteläänä". Ottaa selvää ja viestii oman vastualueensa asioita ja omasta työstään. Varmistaa tiedon oikeellisuuden.
Asiakasrajapinnassa työskentelevä	On organisaation maineen peili asiakkaiden suuntaan. Viestii teoillaan ja puheillaan.
Henkilöstö edustaja, luottamustoimi, työsuojelu	Edustaa henkilöstöä. Luotaa ja välittää työnantajalle ja johdolle henkilöstön näkemyksiä ja päinvastoin.
Viestinnän tehtävissä toimiva	Valmentaa, luotsaa, tukee, tekee ja varmistaa tulokset. Näkee kokonaiskuvan ja varmistaa siten viestien tasapainoisuuden ja tasa-arvoisuuden. Auttaa sisältöjen kirkastamisessa. Tukee johtoa. Seuraa ja raportoi. Kouluttaa ja valmentaa. Välittää hiljaisia signaaleja. Osaa menetelmät. Tarjoaa kanavia, keinoja ja sisältöjä.



Viestinnän verkostot

Viestintä tapahtuu vahvasti verkostoissa paikallisella, alueellisella ja valtakunnallisella tasolla.



Viestinnän vaikuttavuuden mittaaminen

Laaditut mittarit keskittyvät todentamaan viestinnän strategista vaikuttavuutta – tuoden esiin myös taktiset ja operatiiviset onnistumiset.

Mittarit auttavat tekemään strategisia viestintävalintoja ja priorisoimaan resursseja. Strategisten mittareiden avulla viestinnässä päästään eroon työstä, joka ei johda strategian mukaisiin tavoitteisiin.

Yksikään mittari ei ole täydellinen, mutta viisaasti valitut mittarit ohjaavat viestinnän toimia oikeaan suuntaan.

Mittarit suhteutetaan olemassa oleviin resursseihin. Näin kaikki viestintä tukee tavoitteita ja resurssit keskittyvät vaikuttaviin toimenpiteisiin.



Viestinnän vaikuttavuuden mittarit

Keusoten strateginen tavoite 1: Meille jokainen on tärkeä. Parannamme asukkaiden hyvinvointia, terveyttä ja turvallisuutta monimuotoisessa yhteistyössä.

Viestinnän strateginen tavoite 1: Keski-Uudenmaan hyvinvointialueen asukkailla on riittävästi ja kohderyhmälähtöisesti tietoa ennaltaehkäisevästä hyvinvoinnin, terveyden ja turvallisuuden edistämisestä sekä tarvitsemistaan palveluista.

Viestinnän päämittari (strateginen mittari): Bränditutkimus → Asukkaiden tyytyväisyys palveluista kertovaan viestintään (tietoisuus ja riittävä tiedon saanti) paranee 30 % vuosittain 2025 loppuun. (Lähtötilanne 31 %/2022.)

Viestinnän alamittarit:

- Viestinnän NPS on 60 vuoden 2025 loppuun. (Lähtötilanne Qx/2023.*)
- Verkkosivujen saavutettavuus ja laatutaso paranevat 5-yksikköä vuoden 2025 loppuun. (Lähtötilanne 90/85/2023.)
- Verkkosivujen NPS on 60 vuoden 2025 loppuun. (Lähtötilanne Qx/2023*.)
- Verkkosivujen CES (helppokäyttöisyys) → ”Kuinka helposti löysit etsimäsi tiedon (asteikolla 1–5)?” → on 4 vuoden 2025 loppuun. (Lähtötilanne Qx/2023*)
- Verkkosivujen kävijämäärä kasvaa 20 % vuosittain 2025 loppuun. (Lähtötilanne 700t /2022.)
- Somekanavien seuraajamäärät kasvavat 30 % vuosittain 2025 loppuun. (Lähtötilanne Qx/2023*)

Viestinnän vaikuttavuuden mittarit

Keusoten strateginen tavoite 2: Onnistumme yhdessä. Hyvinvoiva ja kyvykäs henkilöstö toimii yhteisöohjautuvasti vetovoimaisessa työpaikassa.

Viestinnän strateginen tavoite 2: a) Keusoten työntekijöillä on tietoa, taitoa ja tahtoa sujuvaan tiedonvaihtoon, ja he vahvistavat yhteisöllisyyttä yhteisöohjautuvasti (pitovoima). b) Potentiaaliset työntekijät pitävät hyvinvointialuetta houkuttelevana työnantajana (vetovoima).

Viestinnän päämittari (strateginen mittari):

- a) Sisäiset asiakkaat ovat tyytyväisiä viestinnän palveluihin, yleinen tyytyväisyys palveluihin on ka. 8 (Lähtötilanne 7,8/2022)
- b) Potentiaalisten työntekijöiden mielikuva Keusotesta paranee 30 % vuoden 2025 loppuun. (Lähtötilanne Qx/2023.*)

Viestinnän alamittarit:

- Syke-kysely henkilöstölle → Keusoten suositteluindeksi työpaikkana (NPS) kasvaa 10-yksikköä vuoden 2025 loppuun. (Lähtötilanne 57/2022.)
- Työntekijöiden vaihtuvuusprosentti pienenee 15 % vuoden 2025 loppuun. (Lähtötilanne 8,8/2022.)
- Myönteinen ansaittu mediajulkisuus lisääntyy → Journalistisen** ja sosiaalisen median positiivisten sentimenttien määrä kasvaa 30 % vuoden 2025 loppuun. (Lähtötilanne valtakunnallinen 17 %, paikallinen 3 %, some 12 %/2023.)
- Jatkuvien palveluiden tavoitevasta-aika (1 vrk) on saavutettu 90 % ja tavoiteratkaisuaika (5 vrk) on saavutettu 90 %. (Lähtötaso tavoitevaste-aika 91 %, tavoiteratkaisuaika 94 %/2022)
- Jatkuvien palveluiden suositteluindeksi (NPS) on 80. (Lähtötaso 83/2022)
- Taktisten viestinnän palveluiden suositteluindeksi (NPS) on 60. (Lähtötilanne 62/2022)

* Mitataan vuonna 2023

**100 osuman otanta kokonaismäärästä

Laki hyvinvointialueesta 611/2021 | 34 § Viestintä

Hyvinvointialueen toiminnasta on tiedotettava hyvinvointialueen asukkaille, palvelujen käyttäjille sekä järjestöille ja muille yhteisöille. Hyvinvointialueen tulee antaa riittävästi tietoja **hyvinvointialueen järjestämistä palveluista, taloudesta, hyvinvointialueen hallinnossa valmistelussa olevista asioista ja niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä ja päätösten vaikutuksista**. Hyvinvointialueen on tiedotettava siitä, **millä tavoin päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa**.

Hyvinvointialueen on huolehdittava, että **toimielinten käsittelyyn tulevien asioiden valmistelusta** annetaan esityslistan valmistuttua yleisen tiedonsaannin kannalta tarpeellisia tietoja yleisessä tietoverkossa hyvinvointialueen verkkosivustolla. Hyvinvointialueen on verkkoviestinnässään huolehdittava, että **salassa pidettäviä tietoja** ei viedä yleiseen tietoverkkoon ja että yksityiselämän ja henkilötietojen suoja viestinnässä toteutuu.

Viestinnässä on käytettävä **asiallista, selkeää ja ymmärrettävää kieltä** ja otettava huomioon hyvinvointialueen **eri asukasryhmien tarpeet**. Viestinnässä on käytettävä **esteettömiä ja saavutettavia** menetelmiä.

Muut viestintää linjaavat Keusoten ohjeet

- Sosiaalisen median pelisäännöt ja työkalupakki
- Kriisiviestintäohje
- Käytännön viestintäohjeet (ohjeita eri viestintätilanteisiin, esim. messut, liikelahjat, käyntikortit, PP-pohjat, näin saan uutisen verkkoon, ilmoitukset lehteen)
- Mediaviestinnän ohje
- Graafinen ohjeistus (brändikirja, opasteohje, kuvat)
- Saavutettavuusohje
- Verkkoviestinnän ohje
- Sisäisen viestinnän työkalut

Hyvinvointia yhdessä



KEUSOTE
Keski-Uudenmaan hyvinvointialue