



KEUSOTE

Keski-Uudenmaan hyvinvointialue



Viestinnän ja tiedottamisen yleiset periaatteet strategiakaudella 2026 - 2030

KEUSOTE.FI

Pohjautuu lakiin hyvinvointialueesta - 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 **esteettämiä ja saavutettavia** menetelmiä.

Taustalla hallintosääntö 7 §

- Aluehallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista.
- Hyvinvointialuejohtaja johtaa hyvinvointialueen viestintää ja tiedottamista hyvinvointialueen toiminnasta. Viestinnän johtovastuu on henkilöstöjohtajalla. Viestinnän toimintaa ja palvelutuotantoa johtaa viestintäpäällikkö.
- Viestinnän ensisijainen kanava on yleinen tietoverkko.
- Hyvinvointialueen viestinnän tulee antaa oikeat ja riittävät tiedot hyvinvointialueen palveluista, päätöksenteosta ja toiminnasta. Viestintä on avointa, ajankohtaista, aktiivista ja oma-aloitteista sekä tasapuolista. Viestinnässä käytetään asiallista, selkeää ja ymmärrettävää kieltä, otetaan huomioon yhdenvertaisuusnäkökulmat ja hyvinvointialueen eri asukasryhmien tarpeet.
- Toimielimet luovat omalla toimialallaan edellytyksiä läpinäkyvälle toiminnalle asioiden valmistelussa ja päätöksenteossa. Aluehallitus, muut toimielimet, hyvinvointialuejohtaja sekä toimialojen johtavat viranhaltijat huolehtivat, että hyvinvointialueen asukkaat ja palvelujen käyttäjät, järjestöt ja muut yhteisöt saavat riittävästi tietoja valmisteltavina olevista yleisesti merkittävistä asioista ja voivat osallistua ja vaikuttaa näiden asioiden valmisteluun.



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.

Viestintä ei ole lisätyötä, vaan osa työtä.

Viestinnän vastuut ja työnjako

Toimielimet	Johtoryhmä	Viestintäpalvelut	Palvelualueet
Aluevaltuusto - seuraa viestinnän tavoitteiden toteutumista hyvinvointialuelain mukaisesti Aluehallitus - hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat	Hyvinvointialuejohtaja - johtaa hyvinvointialueen viestintää ja hyvinvointialueen toiminnasta tiedottamista aluehallituksen hyväksymien viestinnän ja tiedottamisen periaatteiden mukaisesti Henkilöstöjohtaja - johtaa viestintää, vastaa strategisesta viestinnästä, kriisiviestinnästä, viestinnän tavoitteista sekä mediasuhteista yhdessä viestintäpäällikön kanssa. Muut johtoryhmäläiset - johtavat oman vastuualueensa viestintää yhdessä hyvinvointialuejohtajan, henkilöstöjohtajan ja viestintäpäällikön kanssa	Viestintäpäällikkö - vastaa viestinnän palvelutuotannon järjestämisestä ja prosesseista strategian, toimintasäännön ja lakien mukaisesti - johtaa viestintätiimiä - vastaa viestinnän kanavista ja toimintaohjeista Viestintäpalvelut yhdessä - 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	- Valmistelelee tarvittaessa viestintää yhdessä viestinnän partnerin kanssa - vastaa omalta osaltaan aktiivisesta viestinnästä ja tiedon kulusta henkilöstölleen, asiakkailleen ja sidosryhmilleen - tekee viestinnän tarkastelua ja arviointia vastuualueellaan - varmistaa viestintäosaamisen - toteuttaa viestintää hyvinvointialuelain edellyttämällä tavalla



Viestinnän roolit

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

Rooleja	Rooli viestinnän tekemisessä
Luottamushenkilöt	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, työntekijälähtetilas
Työntekijä, Nettari, asiakasrajapinnassa työskentelevä	Omaksuu roolinsa viestijänä ja arjen "suurlähettiläänä". On organisaation maineen peili asiakkaiden suuntaan. Viestii teoillaan ja puheillaan. Ottaa selvää ja viestii oman vastualueensa asioita ja omasta työstään. Varmistaa tiedon oikeellisuuden. Toteuttaa viestintää yhteisesti sovittujen prosessien ja mallien mukaisesti.
Henkilöstön edustaja, luottamustoimi, työsuojelu	Edustaa henkilöstöä. Luotaa ja välittää työnantajalle ja johdolle henkilöstön näkemyksiä ja päinvastoin.
Viestintäammattilainen	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.



KEUSOTE
Keski-Uudenmaan hyvinvointialue

Viestinnän periaatteet

Viestintää ohjaavat Keusoten arvot: luottamus, ihmislähtöisyys ja vastuullisuus. Viestinnän periaatteet konkretisoivat arvot arjen toiminnaksi ja ohjaavat kaikkea viestintää – strategisesta johtamisviestinnästä asiakas- ja kohtaamisviestintään.

Luottamus

- Viestintämme perustuu oikeaan, ajantasaiseen ja yhteisesti jaettuun tilannekuvaan. Viestimme faktoihin nojautuen ja yhdenmukaisesti eri kanavissa ja eri tasoilla. Vähennämme epävarmuutta ja lisäämme päätösten ymmärrettävyyttä oikea-aikaisella viestinnällä.
- Vahvistamme luottamusta viestimällä avoimesti hyvinvointialueen toiminnasta, tavoitteista, päätöksenteosta ja niiden vaikutuksista. Kerromme muutoksista, valmistelussa olevista asioista ja kaikista päätöksistä rehellisesti ja ymmärrettävästi.
- Kuuntelemme aktiivisesti asukkaita, asiakkaita ja henkilöstöä ja mahdollistamme vaikuttamisen ja osallistumisen. Vuorovaikutuksella rakennamme luottamusta.

Ihmislähtöisyys

- Käytämme selkeää, ymmärrettävää ja asiallista kieltä kohderyhmän mukaan. Rakennamme viestit ihmisen näkökulmasta hallinnon tai organisaation sijaan. Pikomme monimutkaiset asiat osiin, joita on helppo seurata ja ymmärtää.
- Käytämme esteettömiä ja saavutettavia viestintämenetelmiä ja varmistamme, että tieto on saatavilla eri kanavissa. Viestintämme huomioi eri asukasryhmien, asiakkaiden ja henkilöstön tarpeet.

Vastuullisuus

- Viestimme taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti kestävästä toiminnasta. Kerromme avoimesti resurssien käytöstä, palvelujen vaikuttavuudesta ja kestävästä valinnoista.
- Kriisi- ja häiriötilanteissa viestimme selkeästi, rauhallisesti ja oikea-aikaisesti turvataksemme hyvinvointialueen toimintakyvyn.

Strategiset tavoitteet



Hyvinvointialue yhdessä viestinnällään:

- vahvistaa asukkaiden hyvinvointia, terveyttä ja turvallisuutta tarjoamalla selkeää, ajantasaista ja kohderyhmälähtöistä tietoa
- osallistaa asukkaita, asiakkaita ja henkilöstöä palvelujen ja toiminnan kehittämiseen
- edistää avointa organisaatiokulttuuria ja vahvistaa luottamusta
- tukee johtamista, päätöksentekoa ja strategisten tavoitteiden toteutumista
- vahvistaa luottamusta Keusoteen vastuullisena toimijana ja palveluiden tuottajana.

Viestinnän strateginen rooli suhteessa strategisiin tavoitteisiin

→ Viestinnän strateginen tavoite:

Viestinnällä vahvistamme asukkaidemme hyvinvointia, terveyttä ja turvallisuutta

Arjessa viestintä:

- tekee palvelut, palveluketjut ja asiointitavat ymmärrettäviksi ja helposti löydettäviksi
- tukee ennaltaehkäisyä ja hyvinvointia kohdentamalla viestintää eri elämäntilanteisiin
- vahvistaa yhdenvertaisuutta, saavutettavuutta ja esteettömyyttä viestinnän sisällöissä ja kanavissa
- tukee digiratkaisujen ja -palvelujen käyttöä selkeällä ja ohjaavalla viestinnällä

Strategiset mittarit:

- Asukkaiden tyytyväisyys palveluista kertovaan viestintään (tietoisuus ja riittävä tiedon saanti) paranee 30 % vuosittain strategiakauden loppuun.
- Vähintään 60 % asukkaista on saanut riittävästi tietoa hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen mahdollisuuksista strategiakauden loppuun mennessä.
- Asukkaiden kokemus viestinnän selkeydestä ja ymmärrettävyydestä paranee 30 % vuosittain strategiakauden loppuun.
- Verkkosivujen käyttökokemuserä on vähintään 3,5/5

Strategiset tavoitteet



Viestinnän strateginen rooli suhteessa strategisiin tavoitteisiin

→ Viestinnän strateginen tavoite:

Viestinnällä osallistamme asukkaita, asiakkaita ja henkilöstöä palvelujen ja toiminnan kehittämiseen

Arjessa viestintä:

- kuuntelee asiakkaita, asukkaita ja henkilöstöä aktiivisesti
- kerää palautetta ja kokemuksia palvelujen kehittämisen tueksi
- tiedottaa kehittämishankkeista ja mahdollisuuksista vaikuttaa
- järjestää vuoropuhelua ja yhteiskehittämisen tilaisuuksia
- tekee näkyväksi, miten palaute ja osallistuminen vaikuttavat

Strategiset mittarit:

- Asukkaiden ymmärrys osallisuus- ja vaikutusmahdollisuuksista (tietoisuus ja riittävä tiedon saanti) paranee 30 % vuosittain strategiakauden loppuun mennessä.

Strategiset tavoitteet



Viestinnän strateginen rooli suhteessa strategisiin tavoitteisiin

→ Viestinnän strateginen tavoite:

Viestinnällä edistämme avointa organisaatiokulttuuria ja vahvistamme luottamusta

Arjessa viestintä:

- vahvistaa Me keusotelaiset -henkeä ja yhteisöllisyyttä
- tukee esihenkilö- ja johtamisviestintää muutoksissa ja arjessa
- edistää aktiivista tiedonkulkua, osaamisen jakamista ja vuorovaikutusta
- jakaa osaamista ja hyviä käytäntöjä organisaatiossa
- tekee päätöksentekoa ja valmistelua näkyväksi
- antaa henkilöstölle mahdollisuuden tulla kuulluksi ja vaikuttaa
- tarjoaa oikea-aikaista ja olennaista tietoa arjen tueksi

Strategiset mittarit:

- Keusoten syke (työelämän laatu) on 60
- Kokonaistyytyväisyys viestinnän eri palveluihin on NPS 60

Strategiset tavoitteet



Viestinnän strateginen rooli suhteessa strategiaan tavoitteisiin

→ Viestinnän strateginen tavoite:

Viestinnällä tuemme johtamista, päätöksentekoa ja strategisten tavoitteiden toteutumista.

Arjessa viestintä:

- tukee strategian jalkauttamista ja tavoitteiden kirkastamista
- auttaa johtoa ja esihenkilöitä viestimään johdonmukaisesti
- tekee viestintää ennakoivasti vuosisuunnitelmien pohjalta
- reagoi nopeasti muuttuviin tilanteisiin ja tarpeisiin
- selkeyttää päätösten perusteluja ja vaikutuksia
- kertoo palvelumuutosten hyödyistä ymmärrettävästi
- rakentaa Keusoten työnantajamielikuvaa ja vetovoimaa

Strategiset mittarit:

- Keusoten luottamus- ja maineindeksi on tasolla 3.5/5 strategiakauden loppuun 2030 mennessä. (Lähtötaso 2025: 2.76/5)
- Strategisen viestinnän tyytyväisyys projektiviestintään on NPS 60.

Strategiset tavoitteet



Viestinnän strateginen rooli suhteessa strategisiin tavoitteisiin

→ Viestinnän strateginen tavoite:

Viestinnällä vahvistamme luottamusta Keusoteen vastuullisena toimijana ja palvelujen tuottajana.

Arjessa viestintä:

- kertoo avoimesti toiminnan reunaehdoista ja taloudellisista realiteeteista
- selittää päätösten perustelut ja vaikutukset ymmärrettävästi
- viestii rehellisesti myös vaikeista päätöksistä ja muutoksista
- tekee näkyväksi palvelujen laatua ja kustannusvaikuttavuutta
- nostaa esiin onnistumisia, tuloksia ja hyviä käytäntöjä
- raportoi vastuullisuudesta ja kestävästä valinnoista

Strategiset mittarit:

- Keusoten vastuullisuusindeksi on tasolla 3.5/5 strategiakauden loppuun 2030 mennessä. (Lähtötaso 2025: 2.98/5)
- Keusoten luottamus- ja maineindeksi on tasolla 3.5/5 strategiakauden loppuun 2030 mennessä. (Lähtötaso 2025: 2.76/5)

Strategiset tavoitteet



Äänensävy

Keusotelainen on viestinnässään luotettava, ymmärrettävä, osallistava ja vastuullinen.

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	Mitä tarkoittaa?	Miten emme viesti
Luotettava	Viestimme asiallisesti, johdonmukaisesti ja faktoihin perustuen. Äänensävy on rauhallinen ja varma myös muutostilanteissa ja epävarmuuden keskellä. Luotettavuus syntyy siitä, että viestimme avoimesti, emme liioittele emmekä vähättele, ja pidämme kiinni yhteisestä tilannekuvasta.	Epäloogisuus, ristiriitaiset, puutteelliset tai virheelliset tiedot, huolimattomuus, jatkuva pahoittelu, ylimielisyys
Ymmärrettävä	Äänensävyämme on ihmistä varten – ei hallintoa varten. Puhumme selkeästi, käytämme ymmärrettävää kieltä ja huomioimme erilaiset elämäntilanteet. Viestimme empatialla ja kunnioituksella, erityisesti silloin, kun käsitellään palveluihin, muutoksiin tai turvallisuuteen liittyviä asioita.	Koukeroiset ilmaisut, monimutkainen tai epälooginen rakenne (esim. kielioppi- tai lauserakenne), harhaanjohtavat käsitteet ja ilmaisut, ammattijargon, turha passiivin käyttö
Osallistava	Äänensävy kutsuu mukaan. Se rohkaisee kysymään, antamaan palautetta ja osallistumaan. Viestintä ei ole yksisuuntaista tiedottamista, vaan vuoropuhelua, jossa kuuntelemme ja vastaamme. Osallistava äänensävy tukee luottamusta, yhteisöllisyyttä ja yhdessä tekemisen kulttuuria.	Organisaatiokeskeisyys, etäisyys, välinpitämättömyys, yksisuuntaisuus, käskyttävyys, kylmyys
Vastuullinen	Äänensävy on rehellinen ja vastuullinen. Kerromme myös rajoitteista, valinnoista ja taloudellisista reunaehdoista avoimesti ja ymmärrettävästi. Vastuullinen äänensävy vahvistaa luottamusta ja tukee hyvinvointialueen pitkän aikavälin kestävyyttä. Viestinnässä painotamme ratkaisuja, vaikutuksia ja hyötyjä asukkaille, asiakkaille ja henkilöstölle. Kerromme, miksi asioita tehdään, mihin niillä pyritään ja mitä ne tarkoittavat arjessa. Äänensävy tukee vaikuttavien ja saavutettavien palvelujen sekä kestävien valintojen ymmärtämistä.	Emme kaunistele tilannetta tai lupaa enemmän kuin voidaan toteuttaa, jätä kertomatta olennaisia rajoitteita tai reunaehtoja. Emme puhu niin yleisellä tasolla, ettei kukaan ymmärrä mitä oikeasti tapahtuu. Emme siirrä vastuuta.

Viestinnän kohde- ja sidosryhmät

SIDOSRYHMÄT	Henkilöstö	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 sidosryhmiä*

SIDOSRYHMÄT	Keski-Uudenmaan pelastuslaitos	HUS-yhtymä	Valtio (ministeriöt)	Järjestöt, yhdistykset, seurakunnat	Potentiaaliset työntekijät, oppilaitokset	Luottamushenkilöt	Alueemme kunnat, muut hv-alueet	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.	Luottamushenkilöillä on päätäntä- ja vaikutusvaltaa hyvinvointialueen kehittymiseen.	Kunnat tuottavat palveluita, joilla on kriittisiä yhdyspintoja Keusoten palveluiden kanssa. Yhteiskehittäminen ja tiedon jakaminen hv-alueiden 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.	Tulevaisuuden tekijä.	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, 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 henkilöstöinfot, 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** asukkaille, sidosryhmille
- **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

Muut viestintää linjaavat Keusoten ohjeet ja rakenteet mahdollistavat viestintätoiminnon

- Viestinnän vaikuttavuuden mittarit strategiakaudella 2026-2030
- 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

