

Tiivistelmä Oulunkaaren viestinnällä voimaa-hankkeen toteutuksesta ja tuloksista

Viestinnällä voimaa-hankkeen tavoitteena oli rakentaa seudullinen viestintästrategia Oulunkaaren seutukuntaan. Hankkeen alkuvaiheessa kuitenkin ilmeni, että seudullisen viestinnän suunnittelussa on lähdettävä liikkeelle peruskuntien viestinnän tasolta. Jokaiselle kuudelle kunnalle ja seutukuntaorganisaatiolle päätettiin tehdä oma viestintäohje koulutuksellisin ja valmennuksellisin keinoin. Toisena tavoitteena oli rakentaa viestinnän osajaverkosto Oulunkaaren seutukuntaan. Hankkeen tavoitteena oli valmentaa organisaatioiden/yhteisöjen valitut henkilöt toteuttamaan kokonaisvaltaisesti ja tarkoituksenmukaisesti läpinäkyvänä toimivaa viestinnän toimintamallia. Alueella suoritettavat viestinnän erillistoimet vahvistavat kokonaisuutena alueen maineen tavoiteltua myönteistä kehittymistä.

Projekti alkoi seudullisen viestinnän nykytilan analyysillä. Kuntien ja alueen yritysten kanssa selvitettiin koulutustarpeita ja viestinnän kehittämisen kohteita. Kuntien viestintävalmennus sisälsi kuntakohtaisten viestintäohjeiden tekemisen, viestintäkoulutukset ja kuntakohtaiset viestinnän erillistoimet. Kunnat määrittivät viestintäkoulutuksiin osallistuvat henkilöt oman kuntansa osalta. Yritykset tulivat hankkeeseen mukaan yrityksen oman kiinnostuksen ansiosta tai projektipäällikön pyynnöstä. Yrityksille suunnattuihin yleisiin koulutustilaisuuksiin saivat osallistua kaikki halukkaat pientä osallistumismaksua vastaan.

Hankkeen arviointi on tapahtunut jatkuvana arviointina, muun muassa koulutusten palautekyselyinä. Koulutuspalautteet olivat erittäin myönteisiä. Viestintähankkeen onnistumista arvioitiin myös osana Oulunkaaren toiminnan arviointikyselyä marraskuussa 2006. Kyselyyn vastasivat kuntien johto, seutukunnan päättäjät, ohjausryhmien jäsenet ja muita yhteistyökumppaneita (yhteensä 39 vastausta). Vastaajista 5 % oli sitä mieltä, että viestintä- ja maineenhallintatyö on onnistunut erinomaisesti, 24 %:n mielestä hyvin, 47 %:n mielestä tyydyttävästi; 8 % vastaajista oli sitä mieltä, että viestinnässä ja maineenhallinnassa on epäonnistuttu. (16 % ei osannut ottaa kantaa).

Projektin tärkein tulos on, että seutukunnan kuntien ja mukana olleiden yritysten ymmärrys viestinnän merkityksestä on kasvanut ja asenteet viestintää kohtaan ovat myönteisemmät. Myös käytännön viestintätaidot ovat parantuneet. Jokaiselle seutukunnan kuudelle kunnalle on valmistunut oma viestintäohje. Viestintäohje auttaa kunnan työntekijöitä ja luottamushenkilöitä viestinnän toteuttamisessa. Myös Oulunkaaren seutukuntaorganisaatiolle valmistui sisäisen ja ulkoisen viestinnän ohjeet. Kuntien henkilöstön viestintäosaaminen on parantunut kuntakohtaisten koulutuksien sekä kuntien yhteisten koulutustilaisuuksien avulla. Kuntien johtoryhmät ja luottamushenkilöt saivat myös seminaarityyppistä viestintäkoulutusta. Viestintäohjetyön ja koulutustilaisuuksien aikana kunnat ovat oppineet hahmottamaan viestinnällisen koulutus- ja kehittämistarpeensa. Kunnissa on myös löydetty henkilöstön keskuudesta ne henkilöt, joille viestinnän työtehtäviä voidaan jatkossa vastuuttaa aiempaa enemmän. Nämä henkilöt ovat mukana hankkeen myötä syntyneessä osajaverkostossa.

Seutukunnan ns. kärkiyritykset ovat olleet projektisuunnitelman tavoitteen mukaisesti hankkeessa mukana. Samoin useiden pienempien yritysten viestintäosaaminen on parantunut. Erityisesti matkailualan yrityksiä kannustettiin yhteisen markkinointiviestinnän tehostamiseen ja maksuttomien kanavien, kuten lehdistösuhteiden hyödyntämiseen. Yritysten maksamat osallistumismaksut ja omarahoitus toivat hankkeelle projektisuunnitelmassa määriteltyä yksityistä rahaa.

Hankkeeseen osallistui kaikkiaan 426 henkilöä, kun tavoite oli 120. Hankkeen tavoitteena oli saada hankkeen toimintaan mukaan 10 yritystä ja 9 muuta organisaatiota. Yrityksiä oli mukana kaikkiaan 37. Henkilötyöpäivätavoite oli 1500 ja toteutuma 1041. Kunta- ja yritys kohtaisten koulutuksien suuren määrän takia henkilötyöpäivätavoite jäi tavoitteesta. Pienissä ryhmissä tapahtuva valmennus on kuitenkin viestintäkoulutuksessa tehokkaampaa ja vaikuttavampaa kuin suurissa ryhmissä tapahtuva. Projektin tavoitteena oli luoda 5 uutta yritystä, 15 uutta työpaikkaa ja turvata 8 työpaikkaa projektiin osallistuvissa yrityksissä. Näistä toteutui 4 yritystä, 6 työpaikkaa ja yksi turvattu työpaikka. Projektin myötävaikutuksella syntyneet yritykset ovat Pudassoft Oy, Kuuramedia ja Iso-Syötteen matkailu Oy Pudasjärvellä sekä mainostoimisto D-Grapher lissä.

Hankkeessa työskenteli kolme eri projektipäällikköä:

- Heino Kuha, 3/2004-9/2004
- Petra Välikky, 10/2004-1/2006
- Satu Fränti, 2/2006-12/2006.

Projektipäällikön lisäksi hankkeella oli projektisihteeri, joka käytti hankkeen töihin 10 % työajastaan.

