

Viestintäsuunnitelma FC Kasiysi Espoo ry



Viestintäsuunnitelma / FC Kasiysi



VIESTINNÄN TAVOITTEET

Vahvistaa FC Kasiysin asemaa sen omalla kohdealueella

Viestittää seuran tapahtumista mahdollisimman monilla eri kanavilla seuran ulkopuolelle

Viestittää seuran tapahtumista sisäisesti joukkueille ja sen jäsenille

Viestinnän on oltava aktiivista ja mahdollisimman avointa

Olla viestinnässä rohkea ja positiivinen. Tuoda viestinnässä esiin onnistumisia ja iloa.



VIESTINNÄN KOHDERYHMÄT

Keskeisimmät kohderyhmät

- * seuran jäsenet (pelaajat, valmentajat, vanhemmat, jojat)
- * uusien jäsenten hankinta (päiväkodit, koulut ym.)
- * seuran sponsorit ja tukijat
- * media
- * viranomaiset

Kohderyhmien ero pitää olla viestinnästä vastaavien henkilöiden tiedossa. Viestinnän sävyt voivat olla erilaisia kohderyhmästä riippuen (jojo-viestintä vs. viestit vanhemmille).



VIESTINNÄN VASTUUHENKILÖT

Sisäinen viestintä

Jokaisella joukkueella on oltava ajantasainen kotisivu sisäistä tiedottamista varten. Kotisivujen ylläpidosta ja sisällöstä vastaa joukkueiden valitsemat toimihenkilöt, ensisijaisesti **joukkueenjohtaja**. Joukkueenjohtajan vastuulla on myös se, että seuran omat tiedotteet kulkevat sekä pelaajille että vanhemmille.

Seura järjestää tarvittaessa koulutusta kotisivujen käytöstä ja tiedottamisesta. On tärkeää, että kotisivuilta löytyvät ajantasaiset toimihenkilöiden yhteystiedot.

Ulkoisen viestintä

Seuran ulkoisen viestinnän vastuuhenkilöt ovat seuran **toiminnanjohtaja** ja **hallituksen puheenjohtaja**. Ulkoisella viestinnällä tarkoitetaan uutisointia ja tiedottamista, jolla tavoitetaan seuran ulkopuoliset tahot.



VIESTINNÄN KANAVAT

Mitkä ovat viestinnän pääkanavat?

- * www.fckasiysiespooli.fi on viestinnän pääkanava
- * Twitter
- * Facebook
- * Instagram?
- * Uutiskirje

- * Joukkueiden omat nettisivut

(Onko yhteistä hallintoa näihin vai annetaanko joukkueille täysin vapaa hallintointioikeus joukkueiden omille sivuille?)



KRIISIVIESTINTÄ

Mahdollisissa kriisitilanteissa otetaan kriisiviestinnän ohjeistus käyttöön.

Esimerkkejä kriisitilanteista:

tulipalo jalkapallohallissa, kuolemantapaus jalkapallokentällä, jalkapallokentän käyttökielto, negatiivinen palaute mediassa, vapaaehtoistyöntekijän tai toimihenkilön rikosepäily.

Kriisitapauksissa on ensiarvoisen tärkeää, että sisäinen ja ulkoinen viestintä kulkee vain ja ainoastaan toiminnanjohtajan ja/tai hallituksen puheenjohtajan kautta. Kenelläkään muulla ei ole lupaa ulkoiseen tai sisäiseen viestintään kriisitilanteissa. Viestinnän tulee olla nopeaa ja avointa.



OPERATIIVINEN SUUNNITELMA

(Tarkempi ohjeistus luvassa)

Viestinnän vuosikello – pohjana Kasiysin vuosikello

Ulkoisen median kanavat – Länsiväylä-lehti, Uudenmaan piiri, FC Espoo, Espoon kaupunki

Tiedotus – rakennetaan lista mediakontakteista ja pidetään mediasuhteita yllä

Vuorovaikutusviestintä – sosiaalinen media: *kuka ottaa vastuun? Mitä tehdään ja miksi?*

Sisäinen viestintä – mitä paremmin henkilöstö tietää viestintästrategiasta ja avainviesteistä, sen paremmin kokonaisuus toimii

Työkalut - mitä työkaluja on käytössä, tarvitaanko uusia työkaluja?