##  F.C. Kasiysi Espoo - meidän seura

### VIESTINTÄSUUNNITELMA 2019



#### Sisältö

1. Yleistä

2. Viestinnän tavoite ja peruslupaus

3. Viestinnän arvot

4. Viestinnän strategiset tavoitteet

5. Oman brändin tavoitemielikuva

6. Sisäinen ja ulkoinen viestintä

7. Viestinnän kanavat

8. Viestinnän kohderyhmät

 9. Markkinointiviestintä

 10. Viestinnän mittarit

 11. Viestinnän vuosikello

 12. Sosiaalisen median käyttö Kasiysi:ssä

 13. Kriisiviestintä

**1. YLEISTÄ**

F.C. Kasiysi Espoon tavoitteena vuonna 2019 on edelleen kehittää seuratoimintaa ja päivittää strategiaa tulevalle 5-vuotiskaudelle.
Arvot, missio ja visio ohjaavat seuran toimintaa.

 **Arvot
 Missio
 Visio**

Toimintaa jatketaan kenttätyössä uudistetun FC Espoon valmennuslinjan mukaisesti. Päivittäistoiminnasta vastaa seuran palkatut työntekijät ja heitä tukee jäsenien

valitsema johtokunta. Johtokunta kokoontuu kuukausittain tai tarpeen mukaan.

Kasiysin tavoitteena on tarjota hyvä harrastusympäristö nuorille jalkapalloilijoille ja heidän vanhemmilleen. Seuralla on päätoiminen toiminnanjohtaja, valmennuspäällikkö sekä kaksi seurakoordinaattoria. Seura on osakkaana Espoon Jalkapalloilun Tuki Oy:ssä, joka hallinnoi tekonurmipohjaista, lämmitettyä Myntinsyrjän jalkapallohallia.

Jäsenistömme pääosa on 6-15-vuotiaita tyttöjä ja poikia. Harrastus alkaa jalkapallokoulusta, josta siirrytään joukkueisiin ja D-juniori-iässä tavoite- tai haastejoukkueisiin. Aktiivisimmille pelaajille tien eteenpäin tarjoaa yhteistyö FC Espoon kanssa.

Suurin osa Kasiysin noin neljästäkymmenestä joukkueesta toimii Espoossa, Turunväylän, Kehä III:n ja Vihdintien välisellä alueella.

**2. VIESTINNÄN TAVOITE JA PERUSLUPAUS**

Viestinnän tavoite on auttaa seuranstrategisten linjausten toteutumista; tukemalla ja tekemällä näkyväksi pelaajakehitystä, johtamista, avoimuutta ja tavoitteitamme. Viestintä rakentaa ja ylläpitää seuramme brändiä ja painottaa sähköisten monikanavaisten viestintätapojen käyttöä. Myös seurayhteistyö on luonteva osa kaikkea viestintää.

*Viestintä on jokaisen asia* - jokainen kontakti on viestintää. Jokaisella jäsenellä on oltava perustiedot seurasta, tavoitteistamme ja arvoistamme.

*Viestintä on selkeää* - viesti menee perille, kun vastaanottaja ymmärtää sen. Viestin lähettäjällä on vastuu, että viesti on selkeä ja ymmärrettävä.

*Viestintä on yhtenäistä* - noudatamme yhteisiä graafisia ohjeita.

*Viestintä on kaikkien ulottuvilla* - kaikki tieto on dokumentoitu ja helposti löydettävissä.

*Viestintä on kohdennettua* – huomioimme vastaanottajan tarpeet, kaikki eivät tarvitse tietoa kaikesta

#fckasiysiespoo, #meidänseura, #laadukkuus

**3. VIESTINNÄN TAVOITTEET**

PELAAJAPOLKU – Kasiysi tunnetaan pelaajalähtöisestä valmennusosaamisesta ja jossa jokainen pelaaja huomioidaan tasosta riippumatta
JOHTAMINEN – seuraa johdetaan vahvalla hallinnolla, jossa on toimiva ja läpinäkyvä päätöksenteko
YHTEISÖLLISYYS – seura on hyvin verkostoitunut ja aktiivinen vaikuttaja, jonka brändi tunnetaan
TAVOITTEELLISUUS – kaikkea toimintaamme pystytään mittaamaan erilaisilla mittareilla

**4. VIESTINNÄN STRATEGISET TAVOITTEET**

* Laaditaan yhdenmukainen ja selkeä graafinen ilme ohjeistuksineen
* Panostetaan henkilökunnan, johtokunnan ja muiden keskeisten toimijoiden koulutuksiin, joilla lisätään kaikkien näiden viestintävalmiuksia
* Säännöllisen jäsenkirjeen käyttöönotto
* Panostetaan jatkuvuuteen ja yhtenäisiin käytäntöihin sidosryhmien välisissä yhteydenpidoissa
* Luodaan selkeät sisäisen viestinnän kanavat, jotka tukevat organisaation toimintaa eri toimijoiden välillä
* Panostetaan aktiiviseen ja systemaattiseen ulkoiseen tiedottamiseen
* Viestinnän mittarien käyttöönotto

**5. OMAN BRÄNDIN TAVOITEMIELIKUVA**

Seura haluaa tulla tunnetuksi laadukkaasta, reilusta ja monipuolisesta toiminnastaan, joka näkyy ja tuntuu positiivisesti koko seurassa. Joukkueissa näkyy iloisuus ja ”hyvä meininki” niin treeneissä kuin myös otteluissa. Hymyilevä pelaaja tapahtuman jälkeen on meille paras palkinto onnistuneesta toiminnastamme. Meillä voi hyvin harrastaa jalkapalloa hieman kevyemminkin, kaikista ei tarvitse tulla kilpaurheilijoita.

Brändi antaa pelaajille luottamuksen siitä, että seura huolehtii kaikista pelaajistaan tasapuolisesti sekä antaa kaikille mahdollisuuden harrastaa jalkapalloa omien tavoitteidensa mukaisesti. Samalla brändi muokkaa seuratoimijoiden toimintatapoja seuran arvojen mukaisiksi.

Haluamme että yritykset ja muut sidosryhmät sekä ennen kaikkea espoolaiset mieltävät toimintatapamme luotettavana ja helposti lähestyttävänä yhteistyöseurana, joka perustaa toimintansa vahvasti paikallisuuteen ja yhteistyöhön alueen muiden jalkapalloseurojen kanssa.

FC Kasiysi Espoo ry on yli tuhannen jäsenen aktiivinen, kannustava ja kehittyvä jalkapallon erikoisseura. Nimemme juontaa vuosiluvusta 1989. Tuolloin kaksi paikallista seuraa, Karakallion Pallo ja Jupperin Urheilijat-58, päättivät yhdistää resurssinsa, ja perustaa FC Kasiysin työnsä jatkajiksi. FC Kasiysi on junioritoimintaan keskittyvä kasvattajaseura. Jäsenmäärältään se kuuluu Suomen suurimpien seurojen joukkoon.

**6. SISÄINEN JA ULKOINEN VIESTINTÄ**

Seuramme sisäisen viestinnän tavoitteena on vahvistaa kaikkien seuratoimijoiden seurahenkeä ja yhteenkuuluvuuden tunnetta arvojemme mukaisesti. Tehokas, selkeä ja avoin viestintä lisää sitoutumista, aktiivisuutta, keskustelua ja vaikutusmahdollisuuksia omassa seurassa. Seuran toiminnallisten tavoitteiden saavuttaminen on helpompaa kuin niitä tavoittelee tyytyväiset seuratoimijat. Haluamme viestinnällä vahvistaa ylpeyttä tasokkaasta toiminnasta, jota on yhdessä saatu aikaan.

Tavoitteemme sisäisessä viestinnässä on kertoa selkeästi ja avoimesti sekä myös ennakoivasti mitä seurassamme tapahtuu sekä vahvistaa seuramme arvoja kohderyhmissä. Riittävän tehokas, mutta yksinkertainen viestintä kohderyhmille parantaa niin vanhempien kuin pelaajien sekä muiden ryhmien tyytyväisyyttä ja sitä kautta kohderyhmät sitoutuvat seuran toimintaan entistä paremmin.

Joukkueiden omassa viestinnässä tavoite on kertoa joukkueen toiminnasta ja ajankohtaisista asioista ennakoivasti nykyisille ja uusille pelaajille sekä heidän lähipiirille. Joukkueen viestintä EI voi olla ristiriidassa seuran viestinnän kanssa.

Vapaaehtoisten johtamisessa viestinnällä on ratkaiseva merkitys. Se ratkaisee loppujen lopuksi onnistumisen sen jälkeen, kun itse järjestelyt muuten hallitaan. Hyvä viestintä innostaa ja sitouttaa tehtäviin pystyviä toimijoita, jakaa vastuuta käytännössä ja ehkäisee tehtävien kasaantumista. Se tekee kaikille selväksi kuka, missä ja millä tavalla seuran asioita valmistellaan ja ratkaistaan- ilman suunnitelmaa ja tavoitteita ei ole johtamista.

Seuran sisäinen viestintä on parhaimmillaan jäsenten aktiivista kuuntelemista sekä uuden oppimista. Kuunteleminen on viestinnässä ja johtamisessa tärkeä taito, jota kannattaa kehittää. On viisasta tunnustella uusien ajatusten ja esitysten vastaanottoa etukäteen ja ottaa myös palaute huomioon.

Hyvä sisäinen viestintä

* innostaa mukaan
* jakaa käyttökelpoista tietoa
* tehostaa toimintaa
* luo ryhmähenkeä ja hyvää mieltä
* nostaa esiin ideoita
* tekee tilaa keskustelulle

Seuran toiminnanjohtaja vastaa seuratasolla ulkoisesta viestinnästä. Seuran ulkoisen viestinnän tavoitteita on kertoa potentiaalisille pelaajille ja toimihenkiloille sekä sidosryhmille seuramme toiminnasta. On ehdottoman tärkeää, että yhteistyökumppanit ja tukijat tietävät miten seura toimii ja mitä työllä tavoitellaan. Viestinnällä halutaan vaikuttaa myös alueelliseen päätöksentekoon.

Tapahtumat, joita järjestämme tai olemme mukana edustamassa seuraamme, ovat myös tärkeä osa seuran ulkoista viestintää. Noudatamme tällöin seuramme antamia ohjeita käyttäytymisen ja pukeutumisen osalta.

 **7. VIESTINNÄN KANAVAT**

Seuran pääviestintäkanavat:
1. Seurankotisivut: [www.fckasiysiespoo.fi](http://www.fckasiysiespoo.fi), MyClub
2. Some: Facebook, twitter, instagram

 3. Sähköpostitiedottaminen eri kohderyhmille (nopea viestintä)
4. Seuratiedote (ajankohtaiset asiat)

 5. Sisäiset tapahtumat (valmentajakerho, JoJo-kerho, rahurikerho, muut koulutukset)

 6. Ulkoiset tapahtumat (seura mukana tapahtumassa/toiminnassa)
7. Paikallismedia (lehdistö, kaupungin sivut)
8. Ulkomainonta (tienvarsimainokset)

 9. Painetut julkaisut (valmennuslinja, viestintäsuunnitelma, ohjeet turnausjärjestelyistä...)

 10. Säännölliset kohtaamiset sekä yhteydenotot

Joukkueiden pääviestintäkanavat:
 1. Joukkueiden kotisivut ja some
 2. Ilmoittautumisjärjestelmät (MyClub)
 3. Sähköpostitiedottaminen suoraan pelaajille (ajankohtaiset asiat)
 4. Tekstiviesti ja whatsup (nopea tiedottaminen)
 5. Joukkueen sisäiset tapahtumat (vanhempainilta)

 **8. VIESTINNÄN KOHDERYHMÄT**

Seuran keskeisiä kohderyhmiä on

* Vakituiset työntekijät
* Vapaaehtoiset seuratoimijat
* Jäsenet
* Tukijat ja yhteistyökumppanit
* Muut alueen seurat
* Rahoittajat
* Tiedotusvälineet, toimittajat
* Kaupungin työntekijät, poliitikot
* Viranomaiset
* ”Suuri yleisö”

**9. MARKKINOINTIVIESTINTÄ**

Markkinointiviestintä suunnataan Kasiysin nykyisille ja potentiaalisille tukijoille, yhteistyökumppaneille ja sidosryhmille. Tavoitteena on saada juniorijalkapalloilulle lisää niin taloudellisia kuin henkisiä tukijoita ja pitää nykyiset yhteistyökumppanit tyytyväisinä.

Seura välittää jäsenistölleen yhteistyökumppaneiden viestejä ja tarjouksia sekä järjestää niiden kanssa yhteistyössä erilaisia tapahtumia ja tilaisuuksia. Tukijat pidetään näyttävästi esillä nettisivulla ja esimerkiksi seuran kausijulkaisussa.

Yritysten taloudellinen tuki on Kasiysin toiminnan elinehto. Uusia sopimuksia neuvoteltaessa on tärkeää, että seurasta saadaan suurelle yleisölle välitettyä arvojemme mukainen kuva. Seuramme on aktiivinen toimija, joka tarjoaa järvenpääläisille juniori-ikäisille pelaajille jalkapalloharrastuksen mahdollisuuden omien kykyjensä ja tarpeittensa mukaisella tasolla.
Viestimme, että edistämme omalla toiminnallamme suvaitsevaisuutta, emme hyväksy kiusaamista. Nostamme viestinnässä urheilullisen elämän ja terveet elämäntavat tärkeäksi osaksi lasten ja nuorten kehitystä kasvua kohti aikuisuutta. Vahvistamme nuorten uskoa omiin kykyihinsä ja heidän minäkuvaa. Tavoitteellisuus urheilun saralla antaa nuorille eväitä tavoitteelliseen toimintaan myös muilla elämän saroilla esimerkiksi opiskelu- ja työpaikkaa hakiessaan.

Seura viestii, että kasiysiläinen käyttäytyy hyvin ja kantaa ylpeänä seuransa värejä. Koko Kasiysi-perhe on yhtenäinen joukko pelaajia ja toimijoita, jotka arvostavat saamaansa tukea ja jotka omilla toimillaan edesauttavat yhteistyön rakentumista olemassa olevien ja uusien kumppaneiden kesken.

 **10. VIESTINNÄN MITTARIT**

Viestinnän onnistumista on vaikea arvioida, jollei sille aseteta strategiasta johdettuja tavoitteita ja tulosmittareita. Mittaamisen tehtävä on arvioida, ohjata ja kehittää viestintää. Mittaaminen tulee sisällyttää ja itse suunnitteluun ja sille on varattava riittävät resurssit.

 Viestinnän vaikutukset näkyvät usein vasta pitkällä aikavälillä, joten mittareihin on hyvä sisällyttää sekä laadullisia että määrällisiä mittareita.

 Some

* Yhteisön koko; seuraajien lkm kanavittain ja kokonaisuudessa
* Engagement: jaot, tykkäykset, kommentit, vastaukset

Tapahtumat

* Osallistumismäärät
* Osallistumismäärät/ edellinen tapahtuma

Pelaaja- ja toimihenkilömäärän kehitys

* Jäsenmäärän kehitys
* Pelaajamäärän kehitys
* Toimihenkilömäärän kehitys
* Drop out

 Seurakysely

* Vuosittain toteutettava kysely jäsenistölle

 **11. VIESTINNÄN VUOSIKELLO 2019**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tammikuu | Helmikuu | Maaliskuu | Huhtikuu |
| * Seuratiedote 1
* Valmentajakerho
* Jäsen- ja toimintamaksut- erä 1
* MyClub-koulutus
* Piirisarja ilmoittaumiset
* Seuraliri ilmoittautumiset
 | * Seuratiedote 2
* Jäsenkysely
* Espoo liiga ilmoittautumiset
* kesän tapahtuma-tiedote
* JP-koulu mainos
 | * Seurateidete 3
* Rahurikerho
* Kevätkokous kutsu
* Kesän tapahtumat-tiedote
* Perheiden ääni-tapahtuma
* EA-kurssi
 | * JoJo-kerho
* Kevätkokous
* Valmentajakerho
* Päiväkotitapahtuma
* JP-koulun katumainokset
* Kevätturnaukset
 |
| Toukokuu | Kesäkuu | Heinäkuu | Elokuu |
| * Seuratiedote 4
* Koulufutistapatuma
 |  |  | * Seuratiedote 5
* JoJo-kerho
* Harrasteturnaus
 |
| Syyskuu | Lokakuu | Marraskuu | Joulukuu |
| * Seuratiedote 6
* Talven tapahtumat tiedote
 | * Aloittavien ikäluokkien perustaminen
* Vuosikokouskutsut
 | * Seuratiedote 7
* Uusi kausi alkaa
* Kauden päättäjäiset
* Vuosikokous
 | * Seuratiedote 8
* Jojo-Kerho
* Sarjailmoittautumiset
* Pelipassien teko
 |

**12**.**Sosiaalisen median käyttö Kasiysi:ssä**

**Henkilöstö ja toimihenkilöt**

Sosiaalinen media on tietoverkkoja hyödyntävä vuorovaikutteinen ja käyttäjälähtöinen viestinnän muoto, jossa luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita. Sosiaalisen median palveluissa vietetään aikaa, jaetaan tietoa, kuvia, videoita, musiikkia ja mielipiteitä, tehdään yhteistyötä, jutellaan, pelataan ja verkostoidutaan.

Sosiaalisen median palvelut jaotellaankin niiden käyttötarkoituksen perusteella esimerkiksi verkkoyhteisöpalveluihin, sisällönjakopalveluihin, keskustelupalstoihin ja wikimäisiin yhteistyön tekemisen alustoihin.

Suomessa käytetyimpiä palveluita ovat Facebook, IRC-galleria, Suomi24, YouTube, Twitter, WhatsApp, Snapchat, Intstagram, Pinterest,Wikipediat ja blogit.

Jos FC89:n toimihenkilö päättää osallistua sosiaaliseen mediaan, niin että on siellä kanssakäymisessä seuran nuorten ja lasten kanssa, silloin tämä aikuinen on selkeästi ottanut aikuisen/ammattiroolin sosiaalisessa mediassa. Tällöin on muistettava, että lapset ja nuoret näkevät sosiaalisessa mediassa myös aikuisten väliset keskustelut.

Tämä tarkoittaa sitä, että keskustelut ja muu toiminta sosiaalisessa mediassa tulee olla aivan samanlaista ja asianmukaista kuin esimerkiksi kentän laidalla harjoituksissa tai otteluissa. Verkkokeskustelussa on toimittava yhtä aikuismaisesti/ammattimaisesti kuin kasvokkain käytävässä keskustelussa sekä noudettava seuran aikuisten pelisääntöjä.

Suullisessa kommunikoinnissa toimivat vivahteet eivät lähtökohtaisesti toimi kirjallisessa viestinnässä. Humoristiseksi tarkoitettu viesti näkyy ilmeissä, eleissä ja äänenpainossa. Verkossa niiden välittäminen vastaanottajalle on vaikeampaa. Aikuisella on siten suuri vastuu, ettei nuori tulkitse sanomaa väärin.

**Ohjeita, suosituksia ja vinkkejä FC89:n toimihenkilöille verkossa toimimiselle**

1. Varmista, että toimintasi verkossa on FC89:n toimintaperiaatteiden ja arvojen, kuten vastuullisuus, tasa-arvoisuus ja ihmisten arvostamisen mukaista.

2. Puutu pelisääntöjen vastaiseen käyttäytymiseen esim. kielenkäyttö, kiusaamiseen tai johonkin muuhun epäilyttävään.

3. Jos olet epävarma asiasta, älä julkaise. Kysy toisen aikuisen mielipidettä

4. FC89 suosittelee sitä, että toimihenkilöt harkitsevat tarkoin hyväksyvätkö joukkueensa nuoria kavereikseen Facebookissa. Usein on yksinkertaisempaa ja helpompaa pitää ”työrooli” ja vapaa-ajan rooli erillään toisistaan, kuten mm. monet opettajat toimivat oppilaidensa kanssa.

5. Aikuisten asiat ovat aikuisten asioita eikä niistä kannata keskustella lasten ja nuorten nähden tai kuullen.

6. On hyvä muistaa, että lukija ei välttämättä osaa arvioida, onko kirjaus toimihenkilön oma yksityishenkilön vai FC89:n linjaus.

7. Jos esim. valmentaja pyytää pelaajaa Facebook-ystäväksi, pelaajan voi olla vaikea kieltäytyä, vaikka haluaisikin. Valmentaja/pelaajasuhde voi sosiaalisessa mediassa olla haasteellinen. Facebookin kautta valmentajat ja pelaajat voivat saada toisistaan sellaista tietoa, jota muuten ei haluttaisi kertoa.

8. On hyvä muistaa, että joidenkin mielestä kasiysiläinen edustaa FC89:ä aina.

9. Älä jätä verkkoon sellaista, mihin et halua törmätä tulevaisuudessa – internetillä on pitkä muisti

10. Mikä tahansa sosiaalisessa mediassa julkaistu voi päätyä laajasti julkisuuteen.

11. Harkitse, miten toimintasi sosiaalisessa mediassa vaikuttaa uskottavuuteesi toimihenkilöroolissasi ja mielikuvaan kyvystäsi hoitaa tehtäväsi tasapuolisesti

**Joukkueet**

F.C. Kasiysi Espoo suosittelee ensisijaisesti jokaista joukkuetta hoitamaan tiedottamisensa seuran MyClubin kautta, eikä sosiaalisen median kautta. On todennäköistä, että kaikkien lasten vanhemmat eivät halua liittyä käyttämään sosiaalisen median palveluita. Tällaisessa tapauksessa he olisivat eriarvoisessa asemassa tiedottamisen suhteen.

 **14. Kriisiviestintä**

Kriisi on yleensä negatiivinen, ennalta ennustamaton ja vaikeasti hallittava tilanne, johon pitää reagoida nopeasti.

Kriisitilanteissa kaikesta viestinnästä vastaa seuran puheenjohtaja yhdessä toiminnanjohtajan kanssa. Kriisitilanteen kohdatessa joukkueen edustajien on välittömästi tiedotettava asiasta seuran johtoa ja tämän jälkeen ohjattava kaikki asiasta kiinnostuneet ottamaan yhteyttä seurajohtoon. Joukkueiden ei tule itse kommentoida asiaa kriisitilanteissa.

Tavoitteena on, että tapahtuneesta tiedotetaan lyhyesti mahdollisimman pian tapahtuneen jälkeen. Tiedotteessa kerrotaan mitä on tapahtunut ja milloin asiasta tiedotetaan tarkemmin. Mikäli asiasta on tarpeen järjestää tiedotustilaisuus, tulee kyseiseen tilaisuuteen mennessä selvittää olennaiset informoitavat tahot, tosiasiat tapahtumaan liittyen sekä valmistautua todennäköisiin kysymyksiin.