



# Vinkit vaikuttamiseen ja viestintään

2.3.2019

Katri Lindqvist

Johtaja, viestintä

Tehy





# Voiko viestinnällä vaikuttaa?

- Kyllä, jossain määrin. Toiminta ja teot ratkaisevat.
- Hyväkään viestintä ei korjaa huonoa toimintaa tai päätöksiä.
- MUTTA viestimättä jättäminenkin vaikuttaa – useimmiten kielteisesti.
- Suunnittele. Mieti, mikä on viestinnän tavoite.
- Ydinviestit. Kansantajuisuus ja selkeys. Faktat kunnossa.
- Toisto! Viestintä on puurtamista.



# Missä kaikkialla ja milloin viestin ja vaikutan?

- Omassa lähiyhteisössä – työpaikka, perhe, harrastukset, naapurusto jne.
- ”Toreilla ja turuilla” henkilökohtaisesti
- Sosiaalisessa mediassa
- Perinteisessä mediassa
- Mielialuekirjoituksin, blogein ym.
- Vaalityötä kaiken aikaa vs. tiivis kampanjointi

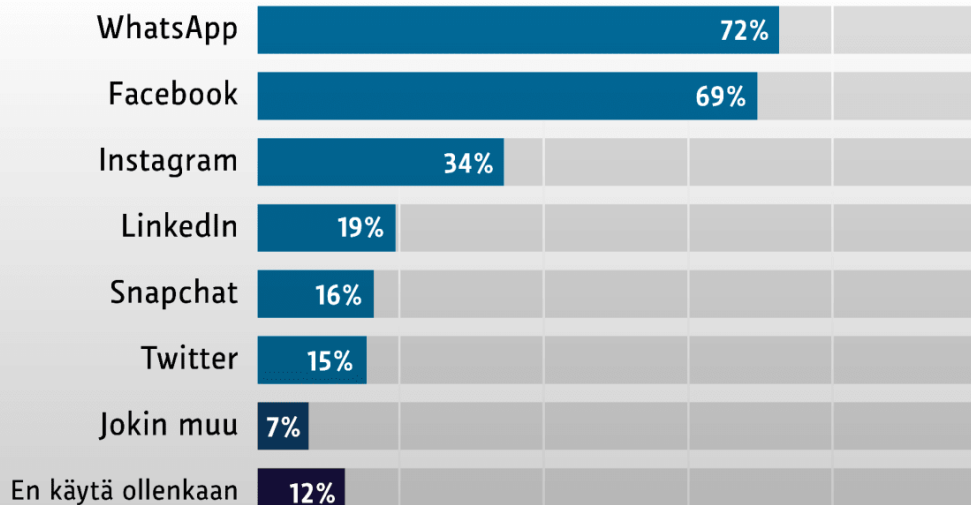


# Vakuuttavasta, vaikuttavasta esiintymisestä

- Kiteyttäminen, selkeys
- Aitous ja innostus
- Inhimillisyys (jopa haavoittuvuus)
- Yhteys kuulijaan, samastumisen mahdollisuus
- Kuuntelu, vastaanottavaisuus
- Sanaton viestintä (ei voi olla ristiriidassa muun viestinnän kanssa)
- Faktat kunnossa ja varautuminen hankaliinkin kysymyksiin, mutta ei raskasta päällekkäystä argumentointia
- Älä provosoidu, vaikka provosoidaan

# Suomalaiset somessa huhtikuu 2018

## Käytätkö jotain sosiaalista mediaa?



Lähde: Taloustutkimus / Yle



# Some uutislähteenä ja vaikuttajaviestinnässä

- Twitter on päättäjämmedia
- Yhteiskunnallisen vaikuttamisen foorumi
- Toimittajat, poliitikot, eri alojen asiantuntijat Twitterissä
- Tärkeä perinteisen median uutislähde (uutisen elinkaari alkaa lähes aina sieltä)
- Aktiivisuus -> keskustelualoitteita, osallistumista, jakamista
- Henkilöbrändit! @millaryt
- Suunnitelmallista, pitkäjänteistä
- Kustannustehokasta



# Informaatiovaikuttaminen

## <- > luotettavuus, vastuullisuus

- Viestinnän toimintaympäristön muutos
- Teknologian kehitys tuonut uusia voimakkaita keinoja vaikuttaa
- Informaatiovaikuttaminen
  - Vaalien alla keskustelussa vahvasti myös meillä - vaalihäirintä
  - Kyse lopulta demokratian turvaamisesta
- Yleisöt tulevat kriittisemmiksi ja medialukutaito tärkeämmäksi
- Asiasta puhutaan, jolloin myös herkkyys vaikuttamisyrityksille lisääntyy
- Totuuden, oikean tiedon vaatimus kasvanut ja ulottuu myös markkinointiin, brändeihin
- Luotettavuus ja tarkistetut faktat ”uusi musta”



# Tehyn sisällöt hyötykäyttöön vaikuttamisessa

- Tehy-pohjalta lisäarvoa työelämää, sosiaali- ja terveysalaa koskeviin keskusteluihin, vaikuttamiseen ja päätöksentekoon
- Hyödynnä olemassa olevaa aineistoa! **Tehyn avainsanat päättäjille, politiikkaohjelmat, selvitykset, mediatiedotteet ym. kaikki käytettävissä vapaasti**
- Osallistu, argumentoi, vaikuta, vakuuta, oikaise vääriä tietoja, jaa tietoa omille verkostoillesi



# Tehyn vaalisivut – [tehy.fi/avainsanat](https://tehy.fi/avainsanat)

- Tehyläiset ehdokkaat esitellään sivuilla
  - Tiedot ilmoitetaan itse, sivuilla lomake, 14.3 mennessä!
- Avainsanat päättäjille -materiaalit
- TNS Kantarin gallup-tulokset
- Tehyn tuki tehyläisille ehdokkaille, ohjeet hakemisesta
- Ajankohtaiset uutiset, tiedotteet
- Nostot sosiaalisesta mediasta
- **Käytä #avainsanat JA #eduskuntavaalit**

# Tehyn avainsanat päättäjille –mediakampanja

- Alkaa tänään
- Kampanjointia: HS Kuukausiliite, HS, IS, Suomen Kuvalehti, Twitter ja FaceBook
- Hyödynnetty TNS Kantarin kyselyn tuloksia, kartoitettu työikäisten kansalaisten mielipiteitä sosiaali- ja terveystalveista ja tasa-arvosta
- Mediatiedote aiheesta 28.2.2019

