



Viestintäsuunnitelma

19.10.2015

Student Lifen ohjausryhmä

Sisältö lyhyesti

1. Student Lifen viestinnän lähtökohdat ja nykytilanne
2. Viestinnän tavoitteet ja niiden saavuttaminen
3. Viestinnän kohderyhmät
4. Valittujen viestintäalustojen edut ja haasteet
5. Viestinnän tulevia kehittämislinjoja



1. Student Lifen viestinnän lähtökohdat ja nykytilanne

- Tällä hetkellä Student Lifen viestintäkanavina toimivat
 - **Omat verkkosivut**
 - **Kehittämistoiminta**
 - **Erilaiset tilaisuudet ja tapahtumat**
 - **Seminaaritalaisuuksissa esiintyminen ja julkaisut**
 - **Tiedotteet yms. ulkoinen näkyvyys**
 - **Yammer**

2. Viestinnän tavoitteet ja niiden saavuttaminen

- Toiminnan päätavoite
 - Toiminta luo hyvät edellytykset opiskelulle ja tukee opiskelijoiden hyvinvointia.
- Kehittämistyössä pyritään päätavoitteen kannalta oleellisia asioita viemään eteenpäin.
 - Tarkoituksenmukaista, strategisesti perusteltua ja yhteisöä osallistavaa kehittämistyötä.
- Viestintä tukee tätä työtä.
 - lisäämällä SL:n tunnettavuutta ja
 - rohkaisemalla vuorovaikutukseen ja osallisuuteen.

2. Viestintä – ”pikkupräntti”



- Tarkemmat tavoitteet:
 - Opiskelijoiden osallistaminen, vuorovaikutus ja keskustelun herättäminen
 - Tiedon ja tarinoiden kerääminen
 - Opiskelijoiden tiedoilla ja tarinoilla merkitystä yliopistolle, mutta myös muille opiskelijoille.
 - SL:n idean kirkastaminen! Mitä opiskelijan pitäisi ainakin tietää SL:sta?

2. Viestintä – kuinka tähän päästään?

- Somessa:
 - Hyödynnetään olemassaolevaa (jaetaan/repostataan/retwiitataan käyttäjien materiaalia)
 - Luodaan uutta opiskelijalähtöistä viestintää - esim. (video)blogeja
 - Tehdään motivoivia keskustelunavauksia

2. Viestintä – kuinka tähän päästään?

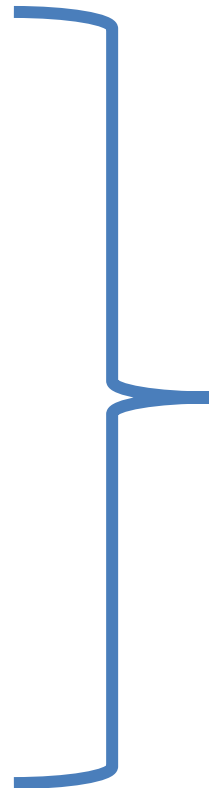
- Meille tulleita palautteita jaetaan
 - Viestitään, että on hyvä, että meille annetaan vinkkejä ja ideoita!
 - Osoitetaan, että asiat ovat menneet eteenpäin (esim. vuosikooste)
- Viestinnässä muistettava myös
 - Ihmisläheisyys
 - Suunnitelmallisuus

3. Viestinnän kohderyhmät

- Yliopisto-opiskelijat
- Henkilökunta
- Ulkoiset sidosryhmät
- Tulevat opiskelijat

...ja tietenkin

- Kollegat ja oman yksikön väki
- Ohjausryhmä



- Millaista tietoa he kaipaavat?
- Millaisilla alustoilla heidät tavoittaa?

4. Valittujen viestintäalustojen edut ja haasteet

- Facebook

- + Muotoutuu moneen eri käyttötarkoitukseen.
- + Hyvin moni Student Lifen Facebook-sivun potentiaalisista seuraajista on jo valmiiksi Facebookissa.
- Moni on jo käyttäjä, mutta paljon epäaktiivisia käyttäjiä.
- Suuren suosionsa vuoksi viestin vaikea päästä läpi.
- Vaatii resursseja ja työtä, että saa vuorovaikutteiseksi.



Tiestikö?

Facebookissa näkyvyyttä voi ostaa ja kohdistaa haluamallaan demografisilla kriteereillä (maa, ikä, sukupuoli, kiinnostuksen kohteet).

4. Valittujen viestintäalustojen edut ja haasteet

- Yammer
 - + Yliopiston suositteloima.
 - + Keskustelun käyminen rajatumppaa kuin Facebookissa - "yhteisön oma Facebook".
 - + Liitteiden ja materiaalien jako helppoa.
 - Millainen kynnys on osallistua keskusteluun? Korkea/matala?
 - Uusi palvelu, jonka käytön laajeneminen vaatii vielä aikaa. Valmis käyttäjäryhmä vielä pieni.
 - Vaatii muualta netistä/somesta/luennoilta ohjausta sisään: "Keskustelua käydään Yammerissa, tervetuloa!"

5. Viestinnän tulevia kehittämissuunnitelmia

- Muutama poiminta tulevasta:
 - Palauteviikko / Ideaviikko
 - Sisäisen viestinnän selkiyttäminen.
 - Ohjausryhmän asialistalla tiedoksi-kohta?
Ohjausryhmän Yammer? Strategisen kehittämisen oma Yammer-ryhmä? Kuukausittainen newsletter?
 - Seurataan kuinka uusi viestintäsuunnitelma onnistuu.

Kiitos kesästä!



ELÄMÄ ON LAIFFII

**TÄNÄ KESÄNÄ SE OLI
STUDENT LIFEA!**

Ohjausryhmälle pohdittavaksi...

- Mistä ohjausryhmä haluaa tietoa?
- Tiedottamistarpeet, kuinka tiedotetaan sisälle ja ulos kehittämistyöstä?
- Muita kommentteja?

- Miltä alkusyksyn viestintä on uusissa somekanavissa näyttänyt?