

Yhdistysten verkkotreffit 16.8.2023, klo 17.30 – 19.00

Kehitysvammaisten Tukiliitto/Tarja Hallavainio

(Teksti esitysdioihin liittyen)

Yhdistyksen näkyvyys

Kaikki, mitä yhdistys tekee, kertoo siitä, millaisesta yhdistyksestä on kyse. Yhdistyksen toiminta itsessään on viestintää ja markkinointia eli osa näkyvyyttä, joten niitä ei kannata nähdä muusta yhdistystoiminnasta erillisenä asiana. Viestintä on erilaisten viestien eli sanomien lähettämistä ja vastaanottamista. Viestinnällä muutetaan, lisätään tai vahvistetaan vastaanottajan tietoja, mielikuvia tai mielipiteitä. Viestinnällä tuodaan ilmi, millainen yhteisö on ja mitä se tekee.

Markkinointi on asioiden myynnin edistämistä eri toimenpiteillä. Yhdistystoiminnassa markkinointi tarkoittaa esimerkiksi yhdistyksen toiminnan, jäsenyyden, tapahtumien ja kampanjoiden sekä vaikuttamismahdollisuuksien markkinoimista. Markkinointi lisää yhdistyksen ja sen ajaman asian tunnettuutta. Lisäksi markkinointi lisää näkyvyyttä, laajentaa toimintaa, sen avulla saadaan lisää osallistujia, tuodaan toimintaa esille ja annetaan lisätietoa ja vaikutetaan yhteiskuntaan.

Ulkoisen viestinnän lisäksi, on huomioitava yhdistyksen sisäinen viestintä. Yhdistyksen sisäinen viestintä kertoo yhdistyksen toiminnan elinvoimaisuudesta. Aina jäsenet eivät ole tietoisia, siitä miten monipuolista toimintaa yhdistyksellä on. Sisäinen viestintä on tiedottamista, joka samalla vahvistaa ihmisten joukkoon kuulumista, yhteisöllisyyttä ja mahdollisuutta vaikuttaa. Aktiivinen ja hyvä viestintä lisää jäsenten tyytyväisyyttä. Huonosti hoidettu tai hoitamatta jätetty viestintä aiheuttaa pahaa mieltä ja vähentää halua osallistua. Parhaimmillaan sisäinen viestintä on jäsenten kuuntelemista, jakamista ja yhdessä oppimista. Kaikki saavat tarvitsemansa tiedon hyvissä ajoin ja voivat esittää omia näkemyksiään jo asioiden valmisteluvaiheessa. Sisäisessä viestinnässä tärkeää on avoimuus, jotta kaikki kokevat olevansa yhtä tärkeitä. Sisäisen viestinnän keskeisiä tehtäviä ovat yhdistyksen toiminnan tuloksista tiedottaminen toimijoille, jäsenille, vapaaehtoisille ja henkilöiden perehdyttäminen yhdistyksen toimintaan, keskustelu yhteisistä asioista sekä yleinen vuorovaikutus ihmisten kesken. Yhdistyksissä onkin hyvä olla valmius vahvistaa niin yhdessä tekemistä kuin yhdessä vaikuttamisen taitoja ja ottaa selvää vaikuttamisen paikoista.

Näkyvyyden tavoite

Tavoitellaanko näkyvyydellä nykyisiä jäseniä, vai onko se suunnattu tuleville jäsenille. Onko näkyvyys tarpeellista paikallisesti vai laajemmin esim. valtakunnallisesti. Nykyiset jäsenet ovat yhdistyksen perusta, heistä on hyvä pitää huolta. Näkyvyyttä voidaan tehdä monella eri kanavalla; nykyis-

ten jäsenten avulla, paperisella ts. perinteisellä mainosmateriaalilla, sosiaalisen median kautta, tapahtumissa ja mainostamalla muualla. Yhdistyksen nykyiset jäsenet ovat hyviä suosittelijoita, jotka ehdottavat yhdistyksenne jäseneksi liittymistä. Heidän kertomuksensa yhdistyksen toiminnasta ja jäsenyyden hyödyistä on hyvä laittaa näkyviin.

Yhdistyksen viestinnästä kannattaa tehdä suunnitelma, jossa on mietitty mikä on tämän hetken tilanne ja miten viestintää tullaan jatkossa toteuttamaan. Lisäksi pohdittavaksi tulee viestintään käytettävissä olevat resurssit, päätavoitteet ja toiminnot sekä kuinka näkyvyyden tulosten seuranta ja mahdollinen analysointi tulee tehdä. Käytännössä suunnitellaan siis siitä, mistä asioista viestitään miten, kenelle, milloin ja kuka viestii. Yhdistyksen ei tarvitse olla hyvin aktiivinen Somessa, vaan riittää, että hallussa on muutama kanava/alusta, joita päivitellään riittävän usein (kerran viikossa). Säännöllinen, ajantasainen ja avoin viestintä antaa yhdistyksestä luotettavan ja aktiivisen kuvan.

Somessa: tägää ja keskustele

Yhdistyksen somen käytöstä voi tehdä lyhyen ohjeen, johon listataan mitä somekanavia yhdistys käyttää ja millaiset päivitykset ovat yhdistyksen linjan mukaisia. Ohjeistukseen merkitään myös, se kuinka yhdistyksen mahdolliseen negatiiviseen palautteeseen tai asiattomiin kommentteihin reagoidaan. Yhdistyksen tulisi vastata saamiinsa asiallisiin viesteihin ja kommentteihin, oli kyse sitten blogista tai vaikkapa Facebookista.

Käytännön ohjeina viestien kirjoittamiseen on, ettei viestistä kannata tehdä erottuvaa väreillä, isoilla kirjaimilla eikä ylenpalttisilla huuto- ja kysymysmerkeillä, sillä ne aiheuttavat kiinnostuksen sijaan ärsytystä ja torjuntaa. Ilmoituksissa kysymyslauseita voi käyttää tehokeinona, esimerkiksi ”Onko sinulla aikaa?”. Oikeinkirjoituksella on suuri merkitys. Tarkista tekstistäsi aina vähintään, että tärkeät tiedot, kuten yhdistyksen nimet, käsitteet, tilinumero, päiväykset ja yhteystenki- löiden tiedot, on kirjoitettu oikein. Sähköpostiviesti (ainakaan ensimmäinen) ei saa olla tekstiviestin kaltainen, vaikka se puhelimella lähetettäisiinkin. Kun kirjoittaa läheiselle tai tuttavalle, voi kirjoittaa rennommin, mutta vieraammalle yhteistyökumppanille kirjoittaessa viestin täytyy olla asiallisempi.

Yhdistyksen blogilla voi olla monta kirjoittajaa. Se, jolta sujuu kuvaaminen voi vastata somekuvista. Yhdellä voi olla vastuu yhdistyksen saamiin kommentteihin vastaamisesta. Persoonat saavat näkyä ja kommentteihin vastaaja voi allekirjoittaa vastauksensa nimellään ja yhdistyksellään,

Viestinnän suuntaaminen uusille jäsenille

Uusia jäseniä hankittaessa on hyvä pohtia ketä he ovat. Missä asuvat, miten ja miksi he ovat olla kiinnostuneita yhdistyksen toiminnasta ja se, miten yhdistyksenne vastaa heidän kiinnostukseensa. Mitä yhdistys tarjoaa heille jäsenyydestä, ja mitä sopivia tehtäviä yhdistys tarjoaa aktiivitoimijoille. Millaisia mahdollisuuksia uusilla jäsenillä tulee olemaan yhdistyksen tavoitteiden edistämiseksi?

Tapahduimissa näkyminen tai julkinen tilaisuus kannattaa hyödyntää yhdistyksen markkinoimiseksi tuleville jäsenille. Erottumista ja näkyvyyttä voi parantaa esim. yhtenäisillä asusteilla (t-paidat, heijastimet, huomioviirit pyörätuoliin/polokupyörään), mainoksilla, banderolleilla, korteilla, tai roll-up:lla. Kilpailu tai arvonta lisäävät leikkimielisesti kiinnostusta. Tarjolle voi varata herkkuja tai pientä napposteltavaa. Kannettavalta tietokoneelta voi näyttää lisätietoja asiasta, tai siinä voi olla esillä yhdistyksen toiminnasta kertova esittelyvideo. Tärkeää on huomioida, että markkinoinnin voi suunnata myös sponsoreiden hankkimista varten. Tällöin näkyvyys ja markkinoinnin kohdentaminen on suunnattava hiukan toisin. Yhdistyksen on syytä osoittaa toimintansa luotettavuus ja tarjota sponsoreille mm. mainostilaa eli näkyvyyttä.

Ihmiset kiinnostuvat hyvistä tarinoista. Hyvä tarina tuntuu merkitykselliseltä ja houkuttelee kertomaan sen myös eteenpäin. Hyvä tarina kertoo, miksi yhdistys on olemassa ja mikä on sen toiminnan tarkoitus. Se voi olla lyhyt kertomus yhdistyksen historiasta keskittyen nykyhetkeen. Pelkän historiikin kertominen saa yhdistyksen vaikuttamaan siltä, että se haikailee vanhoja aikoja eikä keskity nykyhetkeen ja tulevaisuuteen. Yhdistyksen tarinan voi tiivistää muutama lauseeseen, jotka vastaavat kysymyksiin:

1. Mikä ja millainen yhdistyksemme on?
2. Mihin tarpeeseen yhdistys perustettiin?
3. Millaisia yhdistyksemme jäsenet ovat ja mikä meitä yhdistää?
4. Mitkä ovat tavoitteemme?
5. Miten erotumme muista toimijoista?

Yhdistystoiminnassa on hyvä ottaa huomioon tukea tarvitsevien eli kehitysvammaisten ihmisten kokemustoiminta. Kokemustoimijoina on henkilöitä, joilla on halu vaikuttaa yhteisiin asioihin. Kokemustoimijoiden lisäksi yhdistyksissä toivotaan alueen nuorten ja aikuisten osallistumista toimintaan enemmän.

Lähteet:

Cimacuu. Nykyaikainen yhdistysmarkkinointi. <https://designrr.page/?id=162602&to-ken=1213090661&type=FP&h=8874> [luettu 5.7.2023].

Rinne, M. 2017. Yhdistyksen viestintä- ja markkinointiopas. Ehyt Ry. [yhdistyksen viestinta ja markkinointiopas.pdf \(ehyt.fi\)](#) [luettu 11.7.2023].

Tähjä, M. 2023. Tulevaisuuskatsaus: Kohti tulevaisuuskestävää vapaaehtoistoimintaa. Kansalaisareena. [Tulevaisuuskatsaus2023_KohtiTulevaa_1220740726.pdf](#) [luettu 4.7.2023].

Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry, ViestintäPiritta Oy & Vitec Avoine Oy. 2022. Järjestödigi 2022 - Järjestöviestintä, järjestösome, haastavat keskustelut ja tulevaisuusnäkömät [Järjestödigi 2022 - Järjestöviestintä, järjestösome, haastavat keskustelut ja tulevaisuusnäkömät - YouTube](#) [luettu 10.7.2023].