

Strategiasta viestiminen

- Strategiasta viestitään monikanavaisesti eri kohde-ryhmille, jotta strategia tulee eläväksi ja käyttöön.
- Asiakirjan ja esittelydiojen lisäksi strategian ydin on tiivistetty yhden sivun kuvaksi.
- Samalla kun strategiasta viestitään, rakennetaan myös hyvinvointialueen brändiä. Siksi on tärkeää, että strategian esitystapa on mieleenpainuva ja erottaa meidät muista.
- Brändi-ilme valmistuu yhteistyössä Mint Companyn kanssa alkukesällä 2022. Strategian ilme voi siis vielä päivittyä.

Pohjois-Pohjanmaan hyvinvointialueen strategia

PALVELULUPAUS

Hyvinvointi, terveys ja turvallisuus
– yhdessä tehden

ARVOT – HYVINVOINTIALUEEN TÄHDET

✦ Näemme **ihmisen**
✦ Kohtaamme **ammattitaidolla**
Edelläkävijänä **vaikuttavuudessa**



PAINOPISTEET JA STRATEGISET PERIAATTEET

Ihmistä varten



1. Osallisuus, varhainen tuki sekä omaehtoinen terveyden ja hyvinvoinnin parantaminen painottuvat.
2. Palvelut ovat tarpeenmukaiset ja lähellä monin eri tavoin.
3. Palvelujärjestelmä on yhteen sovitettu.

Parhaat osaajat



7. Henkilöstö osallistuu ja kehittää vaikuttavaa toimintaa.
8. Hyvinvointialue on arvostettu työnantaja ja kouluttaja.
9. Johtaminen tukee henkilöstön työhyvinvointia ja osaamisen kehittämistä.

Vaikuttavasti yhdessä



4. Ennaltaehkäisevät ja perustason palvelut vahvistuvat.
5. Palvelujen verkostoa uudistetaan yhteistyössä kuntien, yritysten ja järjestöjen kanssa.
6. Kustannuskehitys vastaa rahoitusta.

Rohkeasti uutta



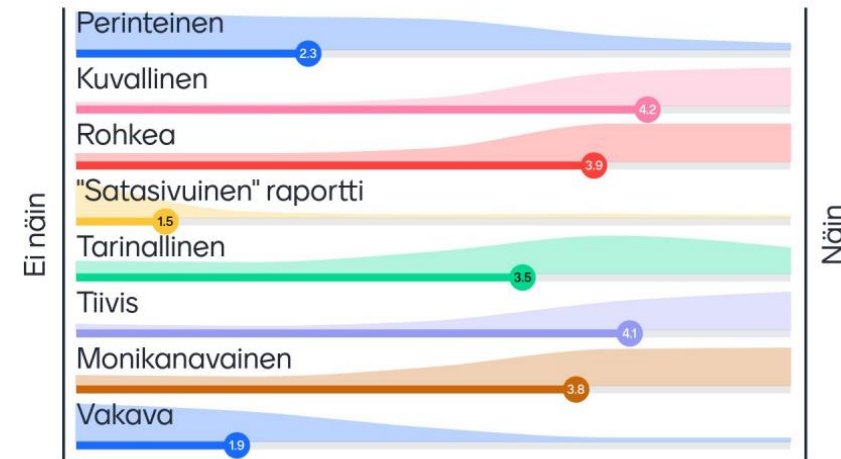
10. Johtamis- ja toimintamallit uudistuvat.
11. Tieto, tutkimus ja käytännön kokeilut ohjaavat kohti vaikuttavia toimintamalleja.
12. Uudistaminen kuuluu kaikille.

Strategian esitystavan ja visuaalisen ilmeen käsittely

Ota kantaa strategian esitystapaan

21.2.

Aluevaltuutettujen strategiaseminaari Lasaretissa



8.4.

Tulevaisuuslautakunta

13.4.

Aluehallituksen iltakoulu

21.4.

Aluehallitus

2.5.

Aluevaltuusto

Strategiaviestintä on prosessi

Viestinnän tavoitteet

- ✓ Kertoa strategian hyväksymisestä ja hyvinvointialueen toiminnan periaatteista selkeällä tavalla eri sidosryhmille
- ✓ Lisätä tietoa ja ymmärrystä hyvinvointialueen toimintaan vaikuttavista tekijöistä
- ✓ Luoda pohjaa organisaatiokulttuurin rakentumiselle ja eri sidosryhmien yhdessä tekemiselle viestinnän keinoin
- ✓ Alustaa tulevaa muutosta
- ✓ Elää ajassa, luotsata tulevaisuutta ja muuttua maailman mukana

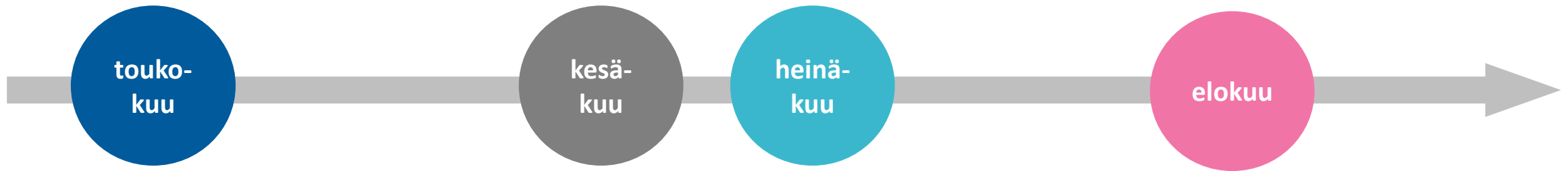
Miten strategia kirkastetaan eri sidosryhmille?

Miten mahdollistetaan osallisuus ja vuorovaikutus?

Miten varmistetaan viestinnän saavutettavuus ja huomioidaan erityisryhmät?

Miten strategia tehdään todeksi viestinnän keinoin?

Strategiaviestinnän vaiheistus



Strategian lanseeraus

- Uutiset ja tiedotteet monikanavaisesti
- Mediatilaisuus
- POPup-aamukahvit henkilöstölle
- Yleisötilaisuus Teamsilla
- Muut materiaalit

Strategian sisältö tutuksi

- Vuorovaikutteinen viestintä eri kanavissa
- Uuden brändin ja visuaalisen ilmeen linkittyminen strategiaan
- Sosiaalisen median näkyvyys, esim. kuvalliset tietoiskut
- Videot: mitä strategia tarkoittaa eri sidosryhmille

Strategia näkyy arjessa

- Vuorovaikutteinen viestintä jatkuu, mahdollinen pelillistäminen
- Työyhteisöjen ja sidosryhmien kannustaminen strategian ottamiseen käyttöön
- Strategiaviestintä muutoksen tukena