



VIESTINTÄOHJEISTUS

Utsjoen yrittäjille

Toteutettu hankkeessa uYritys – Utsjoen elinvoimaiset yritykset ja henkilöstö 2022-23



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus

Öäveci jagiäiggi gielda
UTSJOKI • OHCEJOHKA
Kahleksen vuodenaajan kunta

KÄYTTÄJÄLLE

Utsjoen yrittäjä, tervetuloa käyttämään viestintäohjeistusta!

Viestintäohjeistus on toteutettu utsjokelaisten yrittäjien yritysviestinnän suunnittelun ja toteutuksen tueksi.

Uudelle yrittäjälle ohjeistus tarjoaa opastusta yritysviestinnän rakentamiseen vaiheittain. Jo toimivalle yrittäjälle ohjeistus toimii nykyisten viestintäratkaisujen tarkastelun tukena, ja tarjoaa myös vinkkejä viestinnän kehittämiseen ja uudistamiseen.

Ohjeistus on luonteeltaan itsenäistä työskentelyä tukeva. Kunkin osion yhteydessä esitetään kysymyksiä pohdittavaksi. Pohdintojen tulokset luovat pohjaa viestinnän suunnittelulle.

Ohjeistus on toteutettu ESR-rahoitteisessa uYritys – Utsjoen elinvoimaiset yritykset ja henkilöstö –hankkeessa toimikaudella 1.4.2022-31.12.2023.

Valokuvat: Kota Collective

SISÄLLYS

Ohjeistus lähtee liikkeelle viestinnän tehtävien tarkastelusta, ja etenee viestinnän perustan ja brändinhallinnan kautta yritysviestinnän rakentamiseen.



1

MIHIN VIESTINTÄÄ TARVITAAN?

Yleisen
näkyvyyden ja
tunnettavuuden
rakentaminen

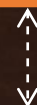
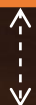
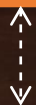
Haluttujen
asiakkaiden
tavoittaminen

Haluttujen
työnhakijoiden
tavoittaminen

Halutun
tavoite-
mielikuvan
eli brändin
rakentaminen

Myynnin
edistäminen

Halutun
työnantaja-
mielikuvan
rakentaminen:
rekrytointi



POHDITTAVAKSI

Miten viestinnän tehtävät toteutuvat yrityksesi viestinnässä tällä hetkellä?



2

BRÄNDINHALLINTA

Mikä on brändi
ja miten sitä hallitaan?

MIKÄ ON BRÄNDI?

Se, mitä
yrityksestäsi
puhutaan, kun et
itse ole paikalla

Brändi syntyy
ihmisten mielissä
toiminnan ja
viestinnän
tuloksena

Se, mitä ihmiset
ajattelevat,
kun kuulevat
yrityksesi nimen

Se, millaisia
tunteita
ihmisillä herää
yritykseesi
liittyen

Se, millaista
tietoa ihmisillä
on yrityksestäsi

Se, millaisia
mielikuvia
ihmisillä on
yrityksestäsi

Summa kaikesta siitä,
mitä ihmiset ovat
kuulleet, nähneet tai
kokeneet yritykseesi
liittyen

MITEN BRÄNDIÄ VOI HALLITA VIESTINNÄN AVULLA?

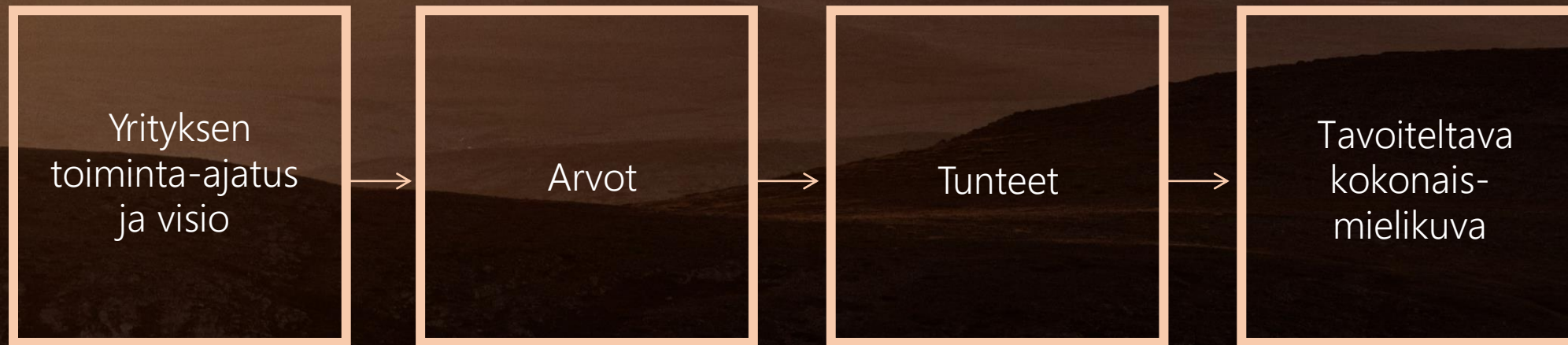
Selkeät
ydinviestit

Kieli ja tyyli,
jotka tunnistetaan
yritykselle
kuuluviksi

Ydinviestejä
mukaileva
kuvasto

Visuaalinen
yhdenmukaisuus
kaikissa
kanavissa

3 VIESTINNÄN PERUSTA



POHDITTAVAKSI

Millainen on yrityksesi viestinnän perusta?



POHDITTAVAKSI

Miten hallitset yrityksesi brändiä viestinnän avulla?



YRITYSVIESTINNÄN ELEMENTIT

Yritysilme:
logo, slogan,
typografia
ja tunnusvärit

Kuvasto:
valokuvat

Sisällön-
tuotanto:
tekstit

Viestintä-
suunnitelma:
tavoitteet
ja kanavat

MILLAINEN ON HYVÄ YRITYSILME?

Yritysilme:
logo, slogan,
typografia
ja tunnusvärit

LUO USEIN ENSIVAIKUTELMAN

Haku > päätyminen yrityksen kotisivuille tai somekanavalle

Millainen ensi-
vaikutelma syntyy?

HERÄTTÄÄ KIINNOSTUKSEN & LUOTTAMUKSEN

Selkeä, ammattimainen ilme vakuuttaa

Onko ilme selkeä ja
ammattimainen?

AUTTAA TUNNISTAMISESSA

Tietyt tuotteet ja palvelut osataan yhdistää tiettyyn yritykseen

Tunnistetaanko
yrityksesi ilmeestä?

ON YRITYKSEN NÄKÖINEN

Viestii toimialasta ja arvoista

Mitkä elementit
viestivät näistä?

TOISTUU JOHDONMUKAISENA

Samat fontit ja värimaailma kaikissa asiayhteyksissä

Mitä fontteja on
käytössä? Entä värit?

EROTTUU EDUKSEEN

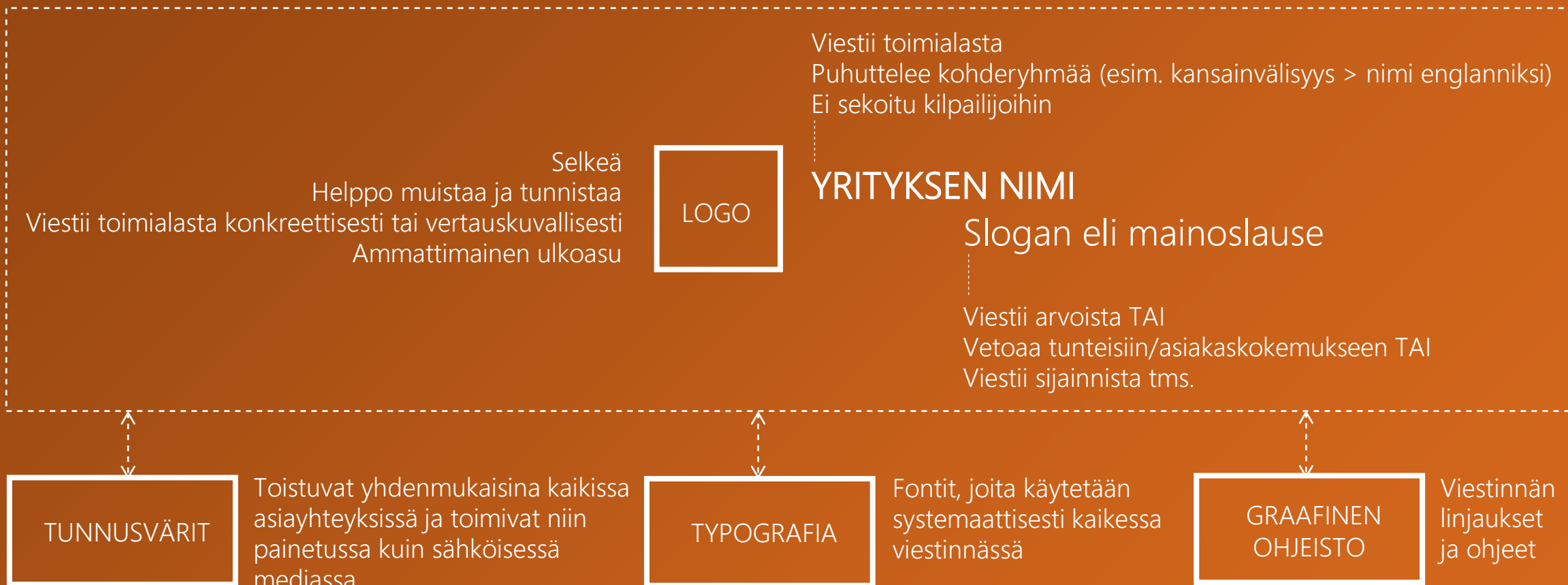
Nimeä tai ilmettä ei sekoiteta muihin brändeihin/yrityksiin

Sekoitetaanko yritys-
ilmeesi kilpailijoihin?

Täyttääkö oman yrityksesi ilme nämä kriteerit?

POHDITTAVAKSI

Miten hyvän yritysilmeen kriteerit täyttyvät oman yrityksesi ilmeessä tällä hetkellä?



MILLAISIA KUVIA TULISI KÄYTTÄÄ?

Kuvasto:
valokuvat

PÄÄKUVAT (kuvittavat päämedioita kuten kotisivut)
Korkealaatuiset brändikuvat, kuvaston kantava teema

Valokuvaaja/
kuvapankki

TÄYDENTÄVÄT KUVAT (esim. nopeat somekuvat)
Lisäkuvat, tilannekuvat, kännykkäkuvat

Kuvataanko itse/
ostetaanko

HYVÄ TEKNINEN LAATU
Tarkka + tarpeeksi iso/oikean kokoinen tiedosto asiayhteyteen

Kuvankäsittely
haltuun

TAVOITEMIELIKUVAA TUKEVAT FIILISKUVAT
Kuva-aiheet herättävät haluttuja tunteita

Aiheita ihmiset,
tunnelmat, valaisu

INFORMATIIVISET KUVAT:
Kuvat kertovat toiminnasta ja toimintaympäristöstä

Aiheita toiminta,
tilat, muu ympäristö

AJANKOHTAISET KUVAT:
Esim. vuodenaikojen/sesonkien huomiointi kuvastossa

Kuvastoon kuvia
kaikista vuodenaajoista

Onko oman yrityksesi kuvaston kokoamisessa huomioitu nämä seikat?

MIHIN TEKSTIÄ TARVITAAN?

Sisällön-
tuotanto:
tekstit

YLEISESITTELY (kotisivut, esite jne.)

Yrityksen toiminnan avaaminen yleisesittelytekstillä

Mitä, keille, missä,
miksi (arvot)

TUOTE/PALVELUVALIKOIMA-INFO

Tuote/palvelukohtaiset informatiiviset tekstit

Ominaisuudet,
kilpailutekijät

MARKKINOINTI JA MAINONTA

Myynnin edistämiseen tähtäävät markkinointitekstit

Tunteisiin
vetoaminen

SOME-TEKSTIT

Somepostausten yhteydessä julkaistavat tekstit

Lyhyet, rennot,
kohdennetut tekstit

REKRYTOINTI

Rekrytointitekstit ilmoituksissa, somessa jne.

Työnantajamielikuva
lähtökohtana!

HYVÄN TEKSTIN OMINAISUUKSIA

Selkeys, napakkuus, kohderyhmää puhutteleva kieli

Luetuttaminen
'testihenkilöllä'

Onko oman yrityksesi tekstintuotannossa huomioitu nämä seikat?

MIKÄ ON VIESTINTÄSUUNNITELMA?

Viestintä-
suunnitelma
ja muita
työkaluja

VIESTINTÄSUUNNITELMAN SISÄLTÖ LYHYESTI

Viestinnän tavoitteet, aikataulut, kohderyhmät ja kanavat

Malleja ja pohjia
löytyy myös verkosta

1. TAVOITTEEN MÄÄRITTÄMINEN

Mitä viestintätoimenpiteillä halutaan saavuttaa?

Yleinen tavoite
+ toimenpidekohtaiset

2. KOHDERYHMÄT JA ANALYTIikka

Keitä viestinnällä halutaan saavuttaa? + kävijäseuranta jne.

Mitä kanavia
he seuraavat?

3. SISÄLLÖT

Ydinviestit eri kohderyhmille + tiedossa olevat täsmäviestit

Sisältösuunnitelma
tueksi

4. AIKATAULUT JA TOTEUTUSSUUNNITELMA

Vuosikello, somekalenteri yms. työkalut suunnittelun tukena

Työkaluja löytyy
myös verkosta

5. RESURSSIT: kuka tekee ja mitä

Sovitaan kuka viestintää toteuttaa vai ostetaanko ulkoa

Vastuualueet
yrityksessä + ulkona

Onko yritykselläsi jo olemassa viestintäsuunnitelma?

5

VIESTINTÄPROSESSI

Viestinnän
tehtävä
ja tavoite



Keille



Missä:
valitut kanavat
ja mediat



Viestinnän
sisältö ja tyyli:
teksti, kuvat,
muu aineisto

POHDITTAVAKSI

Suunnittele viestintätoimenpide oheisen kaavion avulla





UTSJOEN ELINKEINOTOIMI