

Viestintästrategia 2017–18

1. Sirkuksen tiedotuskeskus viestijänä

1.1. Missio

Sirkuksen tiedotuskeskus on suomalaista sirkuskenttää palveleva asiantuntijaorganisaatio, jonka tehtävä on edistää sirkuksen taiteellista kehitystä, kulttuurillista ja yhteiskunnallista asemaa Suomessa sekä luoda ja ylläpitää kansainvälisiä kontakteja.

1.2. Visio

Vuonna 2018 suomalaisen sirkustaiteen tunnettuus keskeisten kotimaisten ja kansainvälisten kulttuurialan toimijoiden joukossa on vahvaa ja vakiintunutta. Tiedotuskeskus on sekä kansallisesti että kansainvälisesti merkittävä ja tunnettu sirkualan toimija. Tiedotuskeskus on luotettava ja aikaansaava yhteistyökumppani, joka edustaa koko suomalaista sirkuskenttää. Tiedotuskeskuksen viestintä tavoittaa suurimman osan suomalaisista sirkualan ammattilaisista ja opiskelijoista sekä muista keskeisistä sidosryhmistä.

1.3. Viestinnän arvot

Tiedotuskeskuksen viestintä on avointa, asiantuntevaa ja laadukasta. Viestinnän laatu syntyy luotettavuudesta, kattavuudesta, ajantasaisuudesta ja ennakoitavuudesta. Tiedotuskeskuksen viestintä reagoi myös nopeasti toimintakentän tarpeisiin ja muutoksiin. Organisaation päätösprosesseista ja toiminnasta viestitään, sekä organisaation sisällä että ulospäin, läpinäkyvästi.

1.4. Sidosryhmät

Sirkuksen tiedotuskeskuksen toiminnan keskeisiä sidosryhmiä ovat:

- Sirkuksen tiedotuskeskuksen hallitus, jäsenyhteisöt ja henkilökunta
- Sirkuskentällä toimivat ammattilaiset ja ammattiin opiskelevat
- Kotimaiset ja kansainväliset yhteistyö- ja verkostokumppanit sekä sirkusohjelmiston ostajat
- Kulttuurin rahoittajat (ministeriö, kunnat, säätiöt) ja kulttuuripoliittiset päättäjät (virkamiehet, poliitikot)
- Toimittajat, tutkijat ja yleisö

2. Nykytilan arviointi

Tiedotuskeskuksen viestinnän perustana on asiantuntemus: sekä suomalaisen sirkustaiteen että sidosryhmien hyvä tunteminen. Tiedotuskeskuksen viestintä on monimuotoista, monikanavaista ja toteutuu sekä suomeksi että englanniksi. Ajankohtaisen tiedon välittämiseen ja monipuolisten sisältöjen tuottamiseen sosiaalisen median kanavissa on panostettu vuosina 2015–16 toteutetussa verkkoviestintä uudistuksessa. Samaan aikaan myös henkilöresursseja on lisätty tiedotuskeskuksen viestintään.

Viestinnän haasteiksi tunnistamme sen, että sidosryhmien tunteminen vaatii jatkuvaa yhteydenpitoa ja tietojen päivittämistä. Kuinka hyvin tunnemme kaikki sidosryhmämme? Onko meillä järjestelmällisestä seuranta siitä, miten viestintämme tavoittaa sidosryhmämme?

Viestintämateriaalin tuottaminen moneen kanavaan on joskus haasteellista pienelle työyhteisölle. Myös oman toimintamme dokumentointia ja organisaatioon kertyneen tiedon välittämistä kentän toimijoiden käyttöön on syytä kehittää.

3. Strategia 2017–18

3.1. Viestinnän tehtävä

Tiedotuskeskus viestii suomalaisesta sirkusalasta ja sen tekijöistä sekä omasta roolistaan sirkusalan kehitysorganisaationa ja aktiivisena kansainvälisten hankkeiden kumppanina. Viestintänsä avulla tiedotuskeskus haluaa vaikuttaa suomalaisen sirkustaiteen tunnettuuden kasvuun, sirkuksen kulttuuripoliittisen aseman vahvistumiseen ja alan toimintaedellytysten suotuisaan kehitykseen. Viestinnässään Sirkuksen tiedotuskeskus profiloituu asiantuntijaorganisaatioksi.

3.2. Viestinnän toimialueet

- Promootiotyö suomalaisen sirkustaiteen hyväksi kotimaassa ja kansainvälisesti
- Sirkuksen tiedotuskeskuksen toiminnasta tiedottaminen
- Yhteiskunnallinen vaikuttaminen
- Tiedonkeruu ja tiedon tuottaminen

3.3. Viestinnän sisällölliset painopisteet

- Ammatillisviestintä
- Vaikuttajaviestintä
- Kansainvälinen viestintä

3.4. Viestinnän tavoitteet

Sidosryhmäkohtaisia tavoitteita vuosina 2017–18:

Haluamme tavoittaa kattavasti sirkuksen **ammattilaiset** ja palvella heitä monipuolisesti toimijoiden tarpeita kuunnellen. Tavoitteenamme on, että kentän toimijat, vastavalmistuneet ammattilaiset mukaan lukien, ovat hyvin selvillä tiedotuskeskuksen profiilista ja toimintamuodoista ja osallistuvat aktiivisesti tiedon tuottamiseen. Haluamme myös tukea sirkusryhmien oman viestinnän kehittymistä.

Haluamme tavoittaa kulttuurin **rahoittajat** ja **poliittiset päättäjät** sekä osallistaa heidät keskusteluun nykysirkusryhmien taloudellisen aseman vahvistamisesta ja sirkuksen yhteiskunnallisen aseman kehittämisestä.

Sirkuksen tiedotuskeskus haluaa profiloitua entistä laajemman **kansainvälisen toimijakunnan** tietoisuuteen asiantuntijaorganisaationa. Tehostamme kansainvälistä tiedottamista sisältöjä räätälöiden. Kohdennamme viestintäämme suunnitelmallisemmin osallistuessamme tapahtumiin eri maanosissa. Otamme **Suomen kansainväliset kulttuuri-instituutit** tiiviisti mukaan suomalaisen sirkuksen promootiotyöhön.

Kulttuurikentän toimijoille suunnatulla viestinnällä tavoittelemme sirkustaiteen tunnettuuden kasvattamista ja uusien yhteistyömahdollisuuksien löytymistä. Kotimaisten **kulttuuritoimittajien** kanssa ylläpidämme toimivia ja läheisiä kontakteja. Uusia sirkuksesta kiinnostuneita kirjoittajia kannustamme ja opastamme tiedon lähteille.

Ylläpidämme ja kehitämme **sisäisen viestinnän** käytäntöjä organisaation hyvän toimintakulttuurin takaamiseksi ja työhyvinvoinnin edistämiseksi. Avoin ja tasavertainen viestintäympäristö on avain jatkuvasti oppivan organisaation edellytysten täyttymiseksi.

3.5. Viestinnän keskeiset kanavat

- Verkkosivusto
- Sosiaalinen media
- Uutiskirjeet, tiedotteet ja artikkelit
- Painotuotteet
- Henkilökohtainen vuorovaikutus, esitykset, tilaisuudet

4. Viestintävastuut ja resurssit

Tiedotuskeskuksen koko henkilökunta osallistuu viestinnän sisällön tuottamiseen ja vastaa tiedusteluihin omien vastualueidensa mukaan.

Vastuu viestinnän linjauksista on toiminnanjohtajalla. Suunnittelusta vastaa tiedottaja. Kansainvälisen viestinnän suunnitteluun osallistuu myös kansainvälisten asioiden päällikkö. Vastuu verkkoviestinnän päivittäisestä ylläpitämisestä, viestinnästä sosiaalisessa mediassa ja uutiskirjeiden toimittamisesta on tiedottajalla ja tiedotusassistentilla. Tilastojen laadinnasta vastaa tilastonlaatija. Tiedotuskeskuksen viralliset lausunnot antaa toiminnanjohtaja, joka johtaa myös kriisitilanteisiin liittyvää viestintää.

Viestintästrategian soveltamisesta käytäntöön päätetään vuosittain viestintätoimenpiteiden suunnittelun yhteydessä toimintasuunnitelmaa laadittaessa. Viestintäkanavien ylläpitämiseen ja kehittämiseen varataan tarvittavat henkilöstö- ja rahalliset resurssit toimintabudjetissa. Uudistustarpeet pyritään suunnittelemaan kahden vuoden jaksoille. Viestintästrategia päivitetään kahden vuoden välein.

5. Vaikuttavuuden mittaaminen

Viestinnän vaikuttavuuden kannalta on olennaista organisaation strategisten tavoitteiden ja viestinnän tavoitteiden toteutuminen. Vaikuttavuutta arvioidaan seuraamalla kulttuuripoliittisten linjausten ja alan rahoituksen kehittymistä sekä sitä, miten viestintämme tavoittaa tärkeimmät sidosryhmämme ja miten aktiivisesti he osallistuvat tiedon tuottamiseen.

Viestinnän saavuttavuutta seurataan kanavien kävijämääriä ja aktiivisuutta tarkastelemalla neljännesvuosittain. Vuosittain seurataan tapahtumien osallistujamääriä ja tiedotteiden osumia mediassa. Asiakastytyvääisyyttä mitataan tiedon tuottamiseen ja toimintaan osallistuvilla lähetettävien kyselyiden avulla.

Tämän viestintästrategian on laatinut tiedottaja Johanna Mäkelä yhteistyössä toiminnanjohtajan ja henkilökunnan sekä hallituksen viestintätyöryhmän kanssa. Strategia on hyväksytty Sirkuksen tiedotuskeskuksen hallituksen kokouksessa 6.6.2017. Strategia päivitetään seuraavaksi 2018–19.