

Pohjois-Karjalan järjestöpäivä 28.11.2020

Saavutettava ja innostava yhdistystoiminta.

Miten teemme osallistumisesta helppoa ja houkuttelevaa?

Työpajojen yhteenveto



MILLAINEN ON SAAVUTETTAVA YHDISTYS?

Missä asioissa olemme saavutettavia jo nyt? Mikä meillä toimii hyvin?

- Sosiaalisen median ja WhatsAppin hyödyntäminen, verkkosivut, Jelli.fi, perinteiset kanavat ja puskaradio tärkeä, jäsenkirjeet sekä sähköisenä että postitse. Toimiva, ajantasainen ja monikanavainen viestintä, josta pyritään tekemään mahdollisimman selkeää ja saavutettavaa kaikille, mm. videot YouTubessa, tekstitys, selkokieliyys, kuvien käyttö tukena, ei liian pitkiä.
- Yhdistyksen oma viestintäryhmä. Viestintä mahdollisimman avointa, on ”pakko” kertoa tapahtumista, jotta niihin saadaan osallistujia. Viestitään matalalla kynnyksellä, yritetään tavoittaa jäsenet ja viestin vastaanottajat mahdollisimman hyvin. Yhteistyö ja suunnitelmallisuus tiedottamisen suhteen.
- Pöytäkirjat ja päätökset annetaan tiedoksi jäsenistölle.
- Erilaisia, sekä avoimia että suljettuja, kokoontumisia, harrastusryhmiä, tukiryhmiä ja vertaistukitapaamisia (esim. maahanmuuttajille, kehitysvammaisille jne.). Niiden pitäminen mahdollisimman avoimena kaikille eivätkä välttämättä edellytä yhdistyksen jäsenyyttä. Tulkin käyttö ja saavutettavuus (selkokieliyys jne.) maahanmuuttajien parissa työskennellessä. Ryhmiä myös paikallistasolla, mikä lisää saavutettavuutta maakunnan alueella.
- Virtuaalinen toiminta sekä etätapahtumat läsnäolokokoontumisten rinnalle (erityisesti korona-aikaan).
- Yhteistyö koulujen ja oppilaitosten kanssa. Tehdään yhdistyksen työtä näkyväksi koululaisille ja opiskelijoille. Opiskelijaystävällisyys, pääsee tekemään ja oppimaan, eväitä työelämään, osaava ohjaaja
- Yhteistyökumppanit, helposti lähestyttävyyys, erilaiset toimintamuodot, esim. jalkautuva opastus, kotikäynnit esim. digilaitteiden ja apuvälineiden opastus
- Yhdistyksen ilmapiirin merkitys, avoimuus, ystävällisyys, reipashenkisyys, keskeinen sijainti, kohtaaminen sekä tapa, jolla ihmiset otetaan vastaan, tervetulleeksi toivottaminen sekä

yhteyden pitäminen myös jatkossa. Kokemus siitä, että on tervetullut mukaan toimintaan, on hyvin tärkeä.

- Ihmisiä kohdattaessa kerrotaan toiminnoista ja hankkeista sekä kehoitetaan kurkistamaan yhdistyksen Facebook-sivuille.
- Tilojen, tapahtumien sekä toiminnan esteettömyys ja saavutettavuus. Huomioidaan näkö-, kuulo- ja liikuntavammaiset, fyysinen saavutettavuus, äänitiedotteet, kuvailutulkkaukset, verkkosivujen saavutettavuus, toimitilojen akustiikka jne. Jos toimitiloja on, ne eivät välttämättä ole toimivia, riittävän lähellä tai tarpeeksi isoja.
- Lapsiystävällisyys ja lasten huomioiminen toiminnassa. Perhepiireistä saadaan uutta väkeä toimintaan.
- Toivotaan toimintaa, johon voisi sitoutua joko pidemmäksi tai lyhyemmäksi aikaa (pitkäjänteinen vs. pop up -toiminta)

Missä asioissa voisimme kehittyä?

- Toimitilojen fyysinen saavutettavuus
- Sosiaalisen median käyttö (Facebook, Instagram)
- Yhdistyksen ja sen toiminnan näkyvyyden lisääminen, markkinointi ja brändäys. Tiedottaminen ajoissa ja mahdollisimman monikanavaisesti. Houkuttelevuuden lisääminen. Yhdistyksen nimen tulisi viestiä sen toiminta-ajatusta, kuinka kerrotaan tilaisuuden järjestäjätahosta. Jäsenten koulutus digitaidoissa.
- Viestinnän kehittäminen, kotisivujen kehittäminen, saavutettavuus ja monikielisyys, kuvien tekstitys, vertaisalusta (kaikki toimijat esillä), sosiaalisessa mediassa viestiminen (someviestintään apua nuorilta). Viestintäkanavat, joilla saavutetaan kaikenikäisiä, sekä nuorempaa että vanhempaa väkeä. Myös viestinnän ajantasaisuus tärkeää. Huomioita kiinnitettävä viestinnän väreihin.
- Toimintaan toivotaan lisää (digitaitoisia) nuoria. Lisäksi monipuolista ja kohdennettua toimintaa eri ikäryhmille. Vakiintuneiden tapojen haastaminen.
- Pienessäkin yhdistyksessä voi olla käytössä monta eri viestintäkanavaa. Monikanavaisen viestinnän haasteena monikanavaiset yhteydenotot, joihin ei välttämättä ehdi nopeasti reagoida: **ratkaisu** → jaetaan vastuuta eri viestintäkanavista vastaamisesta. Kaivataan myös ammattilaista hoitamaan viestintää.

- Sisäpiiriytymisen välttäminen aktiivikävijöiden keskuudessa sekä uusien jäsenien saaminen mukaan toimintaan.
- Haasteena pitkät välimatkat: olisi hyvä käydä esittelemässä ja saada toimijoita myös kirkonkylän ulkopuolelta. Pitkien välimatkojen takaa voi olla vaikea osallistua toimintaan.

Miten kehittämiskohtia voisi ratkaista? Ideat ratkaisuiksi!

- Sosiaaliseen mediaan liittyminen, voisiko JANE järjestää someviestintäkoulutusta? Nettisivujen kääntäminen, materiaalin julkaiseminen, tiedonkulkuun panostaminen.
- Käytössä Business Suite, joka tekee Facebook- ja Instagram-päivitykset samanaikaisesti
- Yhdistysten välinen yhteistyö ja toisten auttaminen, säännölliset yhteiset palaverit, purku, työnjako, nämä kaikilla tiedossa. Ihmisten kuuleminen ja heiltä kysyminen. Tiedon lisääminen, uusien avustusten hakeminen, varataan aikaa suunnittelulle → mahdollistaisi muutokset. Ehdotettiin myös yritysmaailman keinoja käytettäväksi.
- Tuodaan ulkopuolinen ihminen ohjaamaan toimintaa (esim. työnohjaaja), järjestöjen työntekijöiden tulee muistaa arvioida omaa toimintaa toiminta-ajatuksen näkökulmasta. Sisäpiiriytymisen välttämiseksi mietitään, miten uudet kävijät otetaan porukkaan mukaan ja huolehditaan siitä, ettei kukaan jää yksin. Samalla kuitenkin on hyvä vaalia koko porukan yhtenäisyyttä. Saavutettavuussankari – osaisi auttaa, miten asia voidaan korjata, mitä apuvälineitä on käytössä, rahoitusinfot.
- Kuntia tulisi aktivoida antamaan tyhjiksi jääneitä tilojaan yhdistysten käyttöön. Kuntien kohtaamispaikkakeskustelujen yhteydessä huomioitaisiin paikalliset yhdistykset.
- Kaivataan ammattilaista laittamaan yhdistyksen nettisivuja kuntoon sekä hoitamaan viestintää, koska yhdistyksen sisällä omat taidot ja aika eivät riitä. Ammattilaisen palkkaaminen on kuitenkin kallista. Vapaaehtoisten määrä vähenee eikä nykyaikaiset viestintävälineet ole kaikkien tiedossa ja käytössä. Oleellisen tiedon yhdistyksen toiminnasta olisi oltava helposti saatavilla.
- Selkosuomen käyttö sekä isot fontit ja selkeät tiedot: mitä, missä ja milloin. Toimitilojen saavutettavuuden huomioiminen. Ehdotus ramppien hankinnasta toimitilaan, jossa on jyrkät portaat.
- Matalan kynnyksen toimintaa ja kaikille avointa, maksutonta, lähellä
- Yhdistysten toisilleen antama apu ja saumattomampi yhteistyö yhdistysten välillä. Yhteiset tukipalvelut ja -muodot (esim. yhteinen sihteeripalvelu eri yhdistyksille tai keskitetty tiedotteiden koonti). Vertaistukea sekä eri aiheiden oppimista yhdessä yhdistyksen sisällä.

- Viestintäryhmä-faktaa:
 - 3 hengen ryhmä
 - vapaaehtoistyönä, ei palkattuja
 - ideointi tapahtuu yhdessä, mukana myös seuran johtokunta
 - paljon ideoita myös jäseniltä
 - yhdellä some-kanavat, graafinen osaaja, tekee mainokset
 - asioista kiinnostuneet ja hyvin keskenään toimeentulevat ihmiset
 - aihe ”helppo” – liikunta ja hyvinvointi
 - toiminut noin 4 vuotta, kun johtokunnan jäsenet vaihtuvat, haarukoidaan osaamiset ja kiinnostuksen kohteet ja täydennetään ryhmää ja ideariihä

MITEN TAVOITAMME KOHDERYHMÄMME?

Millaiset kanavat tai tavoittamisen keinot olette kokeneet kaikkein tehokkaimmiksi? Onnistumiset jakoon!

- Sosiaalinen media (Facebook, Instagram), WhatsApp-ryhmät, sähköposti, omat kotisivut, netin etätoiminnot joissakin yhdistyksissä käytössä jo ennen koronaa, esim. Discord, Google Meet, Slack (”sisäinen Facebook”) ja Facebook-/Instagram-live-lähetykset, jäsenkirjeet, joensuuevents.fi
- käytössä Kylätietokanta: haasteena yhdistysten omat moninaiset tiedotuskanavat + vähemmän esillä olleiden yhdistysten esille nosto
- Puskaradio (sekä sähköinen, esim. Facebookissa toimiva puskaradio, että ihan perinteinen suusta suuhun)
- Torit, tapahtumat, kyläjuhlat, luennot, talkoot, retket jne.
- Paikallis- ym. lehdet, tapahtuma- ja toimintakalenterit
- Puhelinsoitto, tekstiviesti, henkilökohtainen kutsu
- Kaupungin palvelupisteet, ilmoitustaulut, koulut ja oppilaitokset, ammattihenkilöiden kautta, näytetunnit (pop up -toiminta), esitteet ja flyerit
- Verkostojen ja tapahtumien kautta tiedottaminen
- Projektit ja tempaukset, esim. Virkattu joulukuusi -projekti, johon osallistui yli 100 kaupunkilaista
- Kohdennettua toimintaa tietyille ikäryhmille → voi houkutella uusia osallistujia paikalle
- Toisissa järjestöissä vierailu, keskustelut ja kahvittelut asiakkaiden kanssa

- Pitkäjänteisyys, ajan tasalla pysyminen, tapahtumista yms. ilmoittaminen, luotettavuuden osoittaminen

Mitä uutta voisitte / haluaisitte kokeilla viestinnässä tärkeimpien kohderyhmien tavoittamiseen?

- Sosiaalinen media (Facebook, Instagram, TikTok, Jodel)
- Sähköpostitiedote, tekstiviestirinki, sähköiset jäsenkirjeet paperisten ohella
- Webinaarit, YouTube, videoklipit, keskustelupalstat, paikallisradion tiedotteet, Facebook-livelähetykset messuilla
- Suunnitelmallisuutta viestintään, ennakkokäsitykset ja olettamukset romukoppaan
- Toimintaryhmissä vierailu, verkostot, haastattelut, fyysinen jalkautuminen, kasvotusten kutsuminen on tärkeää kaikenikäisten parissa
- Kuvamateriaalin ja kuvien lisääminen viestinnässä, huomion kiinnittäminen erityisesti viestinnän ja mainonnan visuaalisuuteen. Sisällön luominen ja jakaminen (joukkoistaminen), järjestelmällisyys
- Erilaisten viestintäalustojen opettelu sekä uusien soveltuvien kanavien etsiminen
- Vertaisohjaajien sekä nuorten aktivointi mukaan viestintään ja muuhun toimintaan
- Yhteistoimintaa esim. kansalaisopiston, muiden toimijoiden ja yhdistysten kanssa vapaaehtoisten tavoittamiseksi