

Opinnäytetyö (YAMK)

Sosiaali-alan koulutusohjelma

Sosionomi (YAMK)

2013

Sandra Englund

JÄRJESTÖVIESTINTÄ HAASTEESTA MENESTYS- TEKIJÄKSI

- Raina-säätiön www-sivujen tuottaminen kohde-ryhmien käytettävyydestä hyödyntämällä



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Sandra Englund

JÄRJESTÖVIESTINTÄ HAASTEESTA MENESTYSTEKIJÄKSI- Raina-säätiön www-sivujen tuottaminen kohderyhmien käytettävyydestä hyödyntämällä

Kehittämishankkeen taustalla on järjestösektorin muutos. Yhteiskunnalliset paineet ovat jakaantuneet sektorin kahtia. Osa järjestöistä jatkaa toimintaansa perinteisesti vapaaehtois pohjalla, tai toteuttamalla toimintaa kapealle kohderyhmälle. Toiset järjestöt ovat siirtyneet askeleen yritysmailman suuntaan: toimitaan palveluntuottajina, palvelun laajemmin kuin suppeaa ryhmää tai tiettyä missiota. Koska toimintaa pyöritetään palkatuilla ammattilaisilla, pystytään esimerkiksi kilpailemaan yritysten kanssa kilpailuissa samalla viivalla. Kolmannen sektorin muutos on monelle järjestölle yhteiskunnan luomien paineiden aiheuttamaa, mutta kuitenkin luonnollinen ja mieluinen suunta. Kolmannella sektorilla ei perinteisesti ole uhrattu aikaa viestinnän suunnitteluun. Kolmannen sektorin muuttuessa myös tällä sektorilla kilpaillaan asiakkaista, projektirahoitusta ja avustuksista. Järjestösektorille kaivataan siis suunnitelmallisuutta ja ammatillista työtettä myös viestinnän osalta.

Kehittämishankkeen tavoitteena oli Raina-säätiön tunnettuuden ja vetovoimaisuuden lisääminen. Raina-säätiö on Varsinais-suomalainen palveluntuottajajärjestö, joka tuottaa ja kehittää palveluja vaikeasti työllistyville. Hankkeella pyrittiin myös perustelemaan viestinnän kehittämisen tarvetta järjestösektorilla. Hankkeen kehittämistehtäviksi muodostui tuottaa kehittää Raina-säätiön ulkoista viestintää toteuttamalla Raina-säätiön tarpeita vastaavat www- sivut sekä päivittämissuunnitelma. Lisäksi tavoitteena oli perehtyä viestintään ja erityisesti ulkoiseen viestintään henkilökohtaisella tasolla.

Tämän kehittämishankkeen fokus ei ole siinä, mitä sisältöä www-sivuille tuotettiin ja miten sisältö kehittyi, vaan viestinnän kehittämisen prosessissa. Koska viestinnän kokonaisuus on iso ja rajausta on tehtävä, on keskitytty eritoten ulkoiseen viestintään. Kehittämistyön prosessi on ollut hidas, sen suunta on muuttunut lukuisia kertoja ja työn lopputulos on paljon laajempi kuin mitä oli tavoitteen asetteluun aikaan. Työ antoi tekijälleen kokonaiskuvan organisaatiossa tapahtuvasta viestinnästä, minkä koettiin erityisen palkitsevaksi osaksi kehittämishanketta. Hanke perustuu jatkuvaan dialogiin sen eri toimijaryhmien ja tekijän kesken. Kehittämishankkeeseen osallistui kymmeniä ihmisiä; henkilökuntaa, asiakkaita ja erilaisia yhteistyötahoja.

Organisaation viestintää voi kehittämällä kääntää haasteesta menestystekijäksi. Tavoitteena on, että tätä kehittämishanketta voidaan hyödyntää myös muissa alamme organisaatioissa, joissa viestintä koetaan tärkeäksi. Viestintään liittyvää tietoa ja termistöä tulee työn edetessä tutuksi. Siihen liittyvä osaaminen lienee tulevaisuudessa tärkeä lisä jokaiselle alallamme toimivan ”työkaluun”.

ASIASANAT: VIESTINTÄ, JÄRJESTÖ, KOLMAS SEKTORI, WWW-SIVUT

Sandra Englund

COMMUNICATIONS FROM CHALLENGE TO A SUCCESS FACTOR – producing website for Raina foundation using usability testing of the target group

Societal pressures are dividing the third sector. Some organizations will continue to operate on voluntary basis serving a particular mission. Other organizations have moved a step in the direction of the business world: they are acting as service providers, serving more widely than the restricted group, or a particular mission. A third sector organization can compete better for different kind of funding when the organization has professionals as staff. The change towards more business like stage in the third sector may be caused by societal pressure, but still natural and pleasing direction for many organizations.

The third sector has traditionally not spent much time to be devoted to communication planning. The competition for customers and funding creates a need for a more systematic and professional approach in communications in general.

The goal for this project was to increase Raina Foundation's visibility and attractiveness. Raina Foundation is a South-Finnish service provider organization that produces and develops services for unemployed people. The project will also justify the need for the development of communications in the third sector. The project consisted of the development tasks to produce Raina Foundation web pages and a plan how the pages will be updated in the future. In addition, the aim was to study communications and in particular external communication on a personal level.

Focus of this project is not about what the content of the web pages or how they were produced, but in the development of communications process. Development process has been slow, the direction has changed many times, and the end result is much more extensive than planned. The work gave an overview of the organizations communications and that was a particularly rewarding part of the development project. The project is based on continuous dialogue with the different groups and between the authors. The project involved the development of dozens of people, staff, customers, and a variety of partners.

Organizational communication can develop and translate to a success factor even for a third sector organization. The aim is that this development project can also be used in other organizations where communication is considered important. Communication-related information and terminology should be familiar with the work progresses and that will be important in the future for everyone in our industry to work.

KEYWORDS: COMMUNICATION, ORGANIZATION, THE THIRD SECTOR, WEB PAGE

SISÄLTÖ

JOHDANTO	6
2 KOLMAS SEKTORI PALVELUN TUOTTAJANA	9
2.1 Perinteinen ja uusi kolmas sektori	9
2.2 Raina-säätiö	11
3 KEHITTÄMISHANKKEEN TAVOITTEET JA KEHITTÄMISTEHTÄVÄ	13
3.1 Kehittäminen työyhteisössä	13
3.2 Tavoitteet ja kehittämistehtävä	15
4 SOSIAALINEN JA AMMATILLINEN KUNTOUTUS SOSIAALISESSA TYÖLLISTÄMISESSÄ	16
4.1 Sosiaalinen työllistäminen	16
4.2 Kokonaisvaltainen kuntoutus	17
4.3 Sosiaalinen ja ammatillinen kuntoutus Raina-säätiössä	20
5 WWW-SIVUT VIESTINNÄN VÄLINEENÄ	23
5.1 Kehittämishankkeen taustoitus	23
5.2 Yhteisöviestintä	24
5.3 Viestintä Raina-säätiössä	27
5.4 Kolmannen sektorin viestinnän erityispiirteitä	29
5.5 www-sivut viestinnän erityisalueena	31
6 KEHITTÄMISHANKE: RAINA-SÄÄTIÖN WWW-SIVUT	33
6.1 Tarve ja toimeksianto	33
6.2 www-sivujen suunnittelu ja toteutus	35
6.3 www-sivujen palautteet ja työstämisfoorumit	43
6.4 Kehittämishankkeen valmis tuotos; www.rainasaatio.fi .	47
7 VIESTINTÄ HAASTEESTA MENESTYSTEKIJÄKSI	50
7.1 Raina-säätiön viestinnän kehittämis ehdotukset	50
7.2 Kolmannen sektorin organisaation viestinnän menestystekijöitä	53
8 KEHITTÄMISHANKKEEN ARVIOINTI	54
8.1 Prosessin arvionti	54
8.2 Lopuksi	57
LÄHTEET	58

LIITTEET

Liite 1. Ote henkilöstöpalaverin muistiosta ja saatteeksi kirjoitetusta sähköpostista.

Liite 2. Yhteenveto henkilökunnan palautteista.

Liite 3. Saatekirje yhteistyökumppaneille.

Liite 4. Fokusryhmähaastattelujen ohjeistus.

Liite 5. Palautelomake yhteistyökumppaneille.

Liite 6. Yhteenveto asiakkaiden www- sivuista antamasta palautteesta.

Liite 7. Raina-säätiön nettisivujen kehittämissuositukset kooste tukialusryhmältä.

Liite 8. Palautekysely henkilökunnalle.

Liite 9. Hankkeen prosessikuvaus levittämisen näkökulmasta.

KUVAT

Kuva 1. Keskustelua www-sivujen visuaalisesta ilmeestä henkilökunnan palaverissa.

Kuva 2. Asiakkaat ideoivat www-sivujen kuvia Naantalin valmennuskeskuksen keittiössä.

Kuva 3. Raina-säätiön www-sivut.

KUVIOT

Kuvio 1. Kuntoutuksen prosessi Raina-säätiössä.

Kuvio 2 . Viestintään perehtyminen kehittämishankkeen aikana.

Kuvio 3. Raina-säätiön toimintakentän tärkeimmät yhteistyöryhmät jaoteltuna karkeasti ryhmiin viestinnän näkökulmasta.

Kuvio 4. Prosessin kulkua pystyy kuvaamaan hankkeesta kootun kuvion avulla.

Kuvio 5. www-sivujen ensimmäinen versio.

Kuvio 6. www-sivujen toinen versio.

Kuvio 7. www-sivujen ulkoasu ehdotus.

Kuvio 8. Julkaistujen www-sivujen sisältö.

Kuvio 9. www-sivujen palautteet ja työstämisfoorumit.

Kuvio 10. Lopullisten www-sivujen sisältö.

Kuvio 11. Jatkokyöskentelyehdotukset.

Kuvio 12. Raina-säätiön viestinnän painopistealueet tulevaisuudessa.

JOHDANTO

Viestintä on tänä päivänä huomattavasti suuremmassa roolissa, kuin kukaan osasi vielä kymmenen vuotta sitten odottaa. Viestinnästä on tullut nopeasti organisaation menestyksen avaintekijä. Toisaalta, mikäli viestinnässä epäonnistutaan, se vaikuttaa heikentävästi organisaation tuottavuuteen ja tulokseen. Riippumatta siitä, millä sektorilla yhteiskunnassa organisaatio toimii, viestintään on kiinnitettävä erityistä huomiota.

www-sivuja voidaan nykypäivänä epäilemättä nimittää organisaation käyntikortiksi. www-sivut ovat tärkeä osa organisaation viestintää, jolla lisätään sen tunnettuutta ja levitetään siitä halutun kaltaista ydinviestiä ja mielikuvaa.

Kehittämishankkeen toimintaympäristössä, yleishyödyllisessä sosiaalista ja ammatillista kuntoutusta tuottavassa Raina-säätiössä, tarvittiin alkusyksyllä 2011 toimintaa palvelevat www-sivut. Sain toimeksiannon suunnitella ja koota sivujen sisältö, sekä organisoida sivujen toteutus. Sivut toteutettiin teknisesti yhteistyössä Tako WebDesign nimisen firman kanssa. Olemassa olevat www-sivut olivat hankkeen alkaessa olleet vuoden väliaikaiset ja siksi toteuttamisen aikataulu oli nopea.

www-sivujen toteuttamisen yhteydessä perehdyin viestintään, erityisesti sosiaalialan ja järjestöjen näkökulmasta. Lisäksi syvennyin ulkoiseen viestintään, www-sivuilla tapahtuvaan viestintään ja markkinointiin.

www-sivujen työstäminen alkoi suunnittelulla, johon osallistui Raina-säätiön johtoryhmä ja henkilökunta. Ensin työstettiin johtoryhmässä sivujen sisältörunko. Sitten johtoryhmä ja henkilökunta sai ehdottaa sivuille sisältöä ja kommentoida suunniteltua. Suunnitteluvaiheen jälkeen siirryttiin sisällön työstövaiheeseen, jossa työstin teksti- kuva- ja kuviosisältöjä yhdessä henkilökunnan kanssa. Kuvaustilanteiden suunnitteluun osallistui myös Raina-säätiön asiakkaita. Sisällön lisäksi suunniteltiin myös sivujen visuaalinen ilme; värit, rakenne ja asettelu.

Toteutusvaiheen aikana tein yhteistyötä sivujen teknisestä toteutuksesta vastaavan Tako WebDesign yrityksen kanssa. Tako WebDesignin yhteyshenkilönä hankkeen aikana toimi Ove Takolander.

www-sivut julkaistiin marraskuussa 2011. Koska sivujen toteuttamisaikataulu oli nopea, niiden suunnitteluun ei voinut ottaa mukaan niiden tulevia kohderyhmiä. Näin päätettiin, että sivuista pyydettäisi palautetta niiden eri kohderyhmiltä. Sivuja arvioivat yhteistyökumppanit, palvelunkäyttäjät asiakkaat, henkilökunta sekä ulkopuolinen testiryhmä.

Sivujen julkaisua varten tehtiin saatekirje, joka lähetettiin yhteistyökumppaneille. Saatekirjeessä kerrottiin uusista www-sivuista ja pyydettiin palautetta siihen linkitettyllä lomakkeella. Asiakaspalautteet kerättiin ryhmähaastatteluin. Henkilökunnalta palaute pyydettiin sähköpostiin lähetettävällä lomakkeella, sen lisäksi, että he kommentoivat sivujen sisältöä koko prosessin ajan eri yhteyksissä. Ulkopuolisen arvioinnin suoritti Turun AMK:n tukialusprojektiryhmä. Palautteita hyödynnettiin sivujen kehittämiseen sellaisiksi, että ne palvelisivat mahdollisimman hyvin eri käyttäjäryhmiä. Hankkeen tuotoksena syntyi Raina-säätiön toimintaa kuvaavat www-sivut, joiden tarkoituksena on lisätä säätiön vetovoimaisuutta palveluntuottajana.

Viestinnän kehittämisen tarpeet tulivat esille prosessin aikana. Hankkeen lopussa tiivistin ne muotoon, jossa niitä oli helpompi työstää. Jatkossa viestintään liittyviä asioita voidaan Raina-säätiössä hankkeen aikana saamien kokemusten ja lisääntyneen tiedon avulla organisoida helpommin. Voidaan sopia viestinnän vastuista, määritellä organisaation ydinviestejä, sekä tehdä suunnitelmaa aika-tila- ja viestintätavoista.

Kehittämishankkeen raportissa toinen luku käsittelee kolmatta sektoria ja siinä tapahtuvaa muutosta. Luvussa perustellaan sitä, miksi kolmannen sektorin organisaatioissa on herättävä huomioimaan viestintä tärkeänä osa-alueena johtamista ja jokapäiväistä toimimista. Luvussa esitellään lisäksi hankkeen toimintaympäristö Raina-säätiö.

Kolmas luku käsittelee työelämässä tapahtuvaa ammatillista kehittämistä ja pohjustelee seuraavaksi läpi käytävää kehittämishankkeen tavoitteenasettelua. Neljäs luku pureutuu Raina-säätiön perustehtävään kuntoutukseen sekä sosiaalisen työllistämisen toimialaan. Aiheeseen perehdytään sekä yleisellä tasolla että Raina-säätiön näkökulmasta.

Viestintään keskittyvä viides luku on tärkeä, sillä se avaa hankkeen kehittämisen kannalta merkittävää osaa. Luvussa käydään läpi viestintää eri näkökulmista yleisemmällä tasolla ja tarkennetaan ulkoisen viestinnän ja markkinoinnin kautta www-sivujen näkökulmaan suppilonomaisesti. Lisäksi luvussa käsitellään niitä erityispiirteitä, joita kolmannen sektorin organisaatioissa viestinnän kannalta on, sekä käydään läpi Raina-säätiön viestinnän nykytilaa.

Kuudes luku on kattava hankekuvaus Raina-säätiön www-sivujen toteuttamisen prosessista.

Seitsemännessä luvussa vedetään yhteen kokonaisuus; analysoidaan eteen tulleita haasteita sekä summataan johtopäätöksiä kehittämissuhteiksi. Seitsemäs luku on osa hankkeen levittämistä, sillä siinä kuvataan järjestöorganisaation viestinnän kehittämisen kannalta olennaisia johtopäätöksiä.

Kahdeksas luku on yhteenveto, jossa on prosessin arviointiin keskittyvä alaluku sekä luku, jossa arvioidaan hankkeen tavoitteiden toteutumista, kehittämistehtävien onnistumista sekä omaa oppimisprosessia.

2 KOLMAS SEKTORI PALVELUN TUOTTAJANA

2.1 Perinteinen ja uusi kolmas sektori

Yhteiskuntamme jakautuu neljään eri sektoriin: yrityksiin, julkiseen sektoriin, kolmanteen sektoriin sekä ihmisten sosiaalisia tarpeita tyydyttäviin yhteenliittymiin, kuten perheet ja ystäväpiirit. Kolmannen sektorin organisaatiot sijoittuvat yhteiskunnassa julkisen sektorin ja yrityssektorin välimaastoon. Ne tuottavat palveluja yhteiskunnan tarpeisiin jatkuvassa vuorovaikutuksessa verkostonsa kanssa. Kolmanteen sektoriin luetaan vaihtelevasti, riippuen tulkitsijasta, erilaiset järjestöt, kuten yhdistykset, säätiöt, kansanliikkeet ja osuuskunnat, sekä sosiaaliset yritykset. (Vuokko 2004, 15; Raninen ym. 2008, 37.)

Kolmas sektori palvelujen tuottajana ei ole Suomessa mikään uusi ilmiö. Järjestö palveluntuottajana on usein kokeneempi kuin kunnan järjestämä vastaava toiminta. Tämä koskee erityisesti sosiaalialan järjestöjä. (Pihlaja 2010, 32.) Tilastokeskuksen mukaan yksityisiä sosiaalialan palveluntuottajia oli maassamme vuonna 2010 4350 kappaletta. Varsinais-Suomen vastaava luku oli 288. Riippuen asiakasryhmästä ja palvelusta järjestöorganisaatio tuotti sosiaali- ja terveysalan palvelut 10- 60 prosenttisesti. Järjestötoiminnalla on suomalaisessa yhteiskunnassa tärkeä rooli, erityisesti sosiaali- ja terveyssektorin palvelutuotannossa. (Terveystieteiden tutkimuskeskus 2012.) Järjestöjen osuus on merkittävä erityisesti päihdehuollossa, ensi- ja turvakotien sekä työ- ja päivätoimintayksiköiden, palvelutalojen, ryhmäkotien ja lasten päivähoidoyksiköiden ylläpitäjänä. (Pihlaja 2010, 32.)

Perinteisesti kolmannen sektorin organisaatiot ovat voittoa tavoittelemattomia, niiden tavoite on yleishyödyllinen eli ”non profit”. Niiden tarkoituksena ei ole tuottaa voittoa omistajataholleen kuten yrityksen perinteisesti on, vaan palvella sille määriteltyä missiota eli päämäärää. Taloudellinen voitto käytetään toiminnan kulujen kattamiseen ja näin mission edistämiseen. (Vuokko 2004, 24- 25.)

Tuotteena kolmannen sektorin organisaatiossa on tyypillisesti jokin aineeton hyödyke, kuten palvelu tai ajattelutapa. Yleishyödyllisen organisaation kysyntä

ylittää usein tarjonnan. Lisäksi sille on tunnusomaista, että organisaatio voi toimia osin tai kokonaan vapaaehtoistoiminnan periaatteilla. Sen haasteena on yleensä jatkuva varainhankinta. Perinteisen kolmannen sektorin tahon toiminta on usein suunnattu jollekin tietylle ryhmälle ihmisiä. Sen toimintaperiaatteet ovat kaukana business-ajattelusta. (Vuokko 2004, 26, 28.)

Pihlajan (2010, 52) mukaan järjestösektorin määrittely on nykypäivänä entistä hankalampaa, koska järjestöjen rooli palveluntuottajina on lähivuosina lisääntynyt ja korostunut osana yhteikunnallisia palveluja. Uudesta kolmannesta sektorista on alettu puhua, kun yhteiskunnan asettamat paineet, kuten esimerkiksi kilpailu erilaisista rahoituksista on asettanut monet kolmannen sektorin organisaatiot uusien haasteiden eteen.

Huotarin ym. (2008, 7- 9) mukaan kolmannen sektorin toiminnasta on myös tullut ammatillisempaa. Vapaaehtoisten tilalle ovat tulleet työsuhteiset ammattilaiset ja voiton tavoittelu. Edellisten mukaan osa kolmannen sektorin toimijoista siirtyy tälle ”uudelle sektorille” yleisemmiksi palveluntarjoajiksi ja osa jää perinteisesti toteuttamaan tietyn intressiryhmän missioita. Romppaisen (2007, 6, 16) näkemyksen mukaan tämänkaltaiseen tilanteeseen on ajautettu muun muassa kilpailuttamisen seurauksena. Kolmas sektori jakaantuu, koska osa ajautuu lähemmäksi yrityssektoria, osa julkista sektoria ja osa jää toteuttamaan toimintaa perinteisen kolmannen sektorin organisaation tavoin.

Raninen ym. (2008, 46- 47) kuvaavat ammattimaistumista järjestötoiminnan ”peikkona”. Heidän mukaansa järjestöjen tulevaisuudenkuvaa leimaa yleisesti huoli sen muuttumisesta markkinavoimien puristuksessa: uhkana he näkevät vapaaehtoisten toimijoiden vähenemisen ja heidän sitoutumattomuutensa toiminnan pitkäjänteiseen kehittämiseen. Pihlaja (2010, 35- 36) näkee asian positiivisemmin. Pihlaja pitää järjestösektorin jakautumista pääasiassa luonnollisena ja tietoisena valintana. Hän pitää kuitenkin mahdollisena, että kyse voi olla resurssien puutteesta; halua ja tarvetta ammattimaisempaan järjestötoimintaan olisi, mutta ei tarvittavaa osaamista tai riittävää henkilökuntaresurssia toiminnan kehittämiseen.

Kolmannen sektorin organisaatiot liitetään usein pehmeisiin arvoihin eli organisaatioksi, joka ei tarvitse liiketoimintasuunnitelmaa, markkinointistrategiaa tai viestinnän suunnittelua (Vuokko 2004, 13- 14). Uudella kolmannella sektorilla toiminnan luonne vaatii kuitenkin erityisesti hyvää organisoitumista, etenkin niiltä organisaatioilta, jotka kilpailevat palveluntuottajan roolissa erilaisissa kilpailutustilanteissa. Toiminnan tulee olla sekä hyvin suunniteltua, toteutettua että arvioitua, myös liiketaloudellisesta ja viestinnän näkökulmasta.

2.2 Raina-säätiö

Raina-säätiö on sosiaalisen ja ammatillisen kuntoutuksen palveluntuottaja, joka toimii eri viranomaistahojen kumppanina. Säätiön perustivat vuonna 1997 Naantalin kaupunki, Raision kaupunki, Hengitysliitto Heli ry, Suomen MS-liitto ry, Killin kehitysvammaisten tuki ry, Raision seudun invalidit ry, Mielenterveyden keskusliitto ja Suomi huumeettomaksi ry. Toiminta-alueena on Varsinais-Suomi. Säätiöllä on kolme valmennuskeskusta. Naantalissa Maskuntien pienteollisuusalueella sijaitsee Naantalin valmennuskeskus, Raision Petäsmäessä toimii Rainan Raision valmennuskeskus ja Turun valmennuskeskus sijaitsee Runosmäessä. (Raina-säätiön toimintakatsaus 2011; Raina-säätiön yleisesite 2012.)

Raina-säätiön toimintaa ohjaaviksi arvoiksi on tiivistetty avoimuus, kumppanuus, tasavertaisuus ja tuloksellisuus. Säätiön visio on olla arvostettu yhteistyökumppani sosiaalisen ja ammatillisen kuntoutuksen kehittäjänä, tuloksellinen palveluntuottaja, ja paikka jossa on hyvä kuntoutua. (Raina-säätiön strategia 2013- 2016.)

Raina-säätiön ydinosuamista on kuntoutus vaikeassa työmarkkina-asemassa oleville henkilöille. Säätiö tuottaa ja kehittää kuntoutuspalveluja työ- ja toimintakyvyn arviointiin, työelämävalmennukseen ja työ- ja toimintakyvyn ylläpitämiseen liittyviä kuntoutus-, koulutus- ja työvalmennuspalveluja. (Raina-säätiön yleisesite 2012.)

Raina-säätiön asiakaskunta koostuu eri kohderyhmistä. Yhteistä asiakasryhmille on, että heidän työllistymisensä avoimille työmarkkinoille on haasteellista.

Raina-säätiön palvelut on kohdennettu päihde- ja mielenterveyskuntoutujille, pitkäaikaistyöttömille, sekä syrjäytymisvaarassa olevien nuorten, maahanmuuttajien ja kehitysvammaisten tarpeisiin. (Raina-säätiön toimintakatsaus 2011.)

Raina-säätiö eroaa organisaationa perinteisestä työpajasta rahoituspohjaltaan. Säätiön toiminnasta aiheutuvat kulut katetaan pääosin palvelumyynnin avulla. Tavallisimmin työpajat ovat osittain tai kokonaan kuntien rahoittamia. Monet työpajat toimivat myös erilaisilla projektirahoituksilla (Valtakunnallinen työpajayhdistys 2012.) Raina-säätiön työntekijät ovat palkka-suhteessa, toiminnassa ei ole vapaaehtoistyöntekijöitä. Tämä erottaa Raina-säätiön perinteisestä järjestöorganisaatiosta.

Raina-säätiö kuuluu valtakunnalliseen työpajayhdistykseen ja sen alueverkostoon eli Varsinais-Suomen työpajaverkostoon, joka tekee alueellisesti paljon yhteistyötä alueensa toimijoiden kesken. (Valtakunnallinen työpajayhdistys 2012.) Organisaatio on myös työhönvalmennus- tai monipalvelukeskus, joka taas eroaa työpajasta siten, että sen sosiaalisen työllistämisen tavoitteeseen pyritään oikeita työtehtäviä tekemällä. Raina-säätiö on osa Oktetti ry:tä, jonka ovat perustaneet sosiaaliseen ja ammatilliseen kuntoutukseen ja valmennukseen erikoistuneet säätiöt ympäri Suomen. Oktetin tavoitteena on vaikuttaa paikallisesti, alueellisesti ja valtakunnallisesti kuntoutustoiminnan kehittämiseen. (Säätiö oktetti 2012.)

3 KEHITTÄMISHANKKEEN

TAVOITTEET JA KEHITTÄMISTEHTÄVÄ

3.1 Kehittäminen työyhteisössä

Kehittäminen on nykyajan työelämässä välttämätöntä. Kestävä, menestyvä organisaatio muuttuu maailman mukana. Se muuttuu mukailakseen yksilön ja yhteisön tarpeita, se analysoi alueellisia ja seudullisia tarpeita aina globaaleihin tarpeisiin asti.

Kehittäminen ammatillisessa mielessä on prosessi, jossa keskeisintä on saada toimijat sitoutumaan ja toimimaan. Tämä onnistuu vain vuorovaikutuksen avulla. (Toikko & Rantanen 2009, 50.) Se, jolla on taitoja saada ihmiset keskustelemaan, puhumaan yhteistä kieltä ja toimimaan yhdessä tavoitteellisesti on jo puolivälissä kehittämisen matkaa.

Kehittämisessä on kaksi isoa kokonaisuutta, kehittämisen prosessi ja sen levittäminen. Kehittämisen avulla jotakin toimimatonta saadaan muutettua tai jotakin uutta saadaan kehitettyä. On kehittämisen prosessi, jonka aikana määritellään kehittämisen tavoite, suunnitellaan toiminta, toimitaan, arvioidaan toimintaa ja palataan muuttamaan sitä tarpeen mukaan. Tätä seuraa uuden tai muokatun juurruttaminen osaksi perustoimintaa. (Toikko & Rantanen 2009.)

Tutkimuksellinen kehittämistoiminta ei ole tutkimusta periteisessä mielessä vaan se on aivan uusi tapa tuottaa tietoa nykyajan työelämän tarpeisiin ja aina vaan koveneviin vaatimuksiin. Organisaation kehittämistarpeita voi tarkastella erilaisista näkökulmista. Kehittämisellä voidaan lähteä muuttamaan jotakin toimimatonta, voidaan tehostaa jotakin olemassa olevaa tai kehittää jotakin täysin uutta. Organisaation kehittämisen tarve voi lähteä sisältä päin tai sen voi säädellä jokin ulkopuolinen asia, kuten esim. lainsäädäntö. Ennen kaikkea kehittäminen vaatii vuorovaikutusta. Vuorovaikutus takaa toimijoiden sitoutumisen ja aidon osallistumisen kehittämistoimintaan. Kehittäminen edellyttää jatkuvaa vuorovaikutusta dialogissa tai jopa dialogissa muiden toimijoiden kanssa. Ke-

hittämisen jääminen ”eläväksi” eli sen juurruttaminen pysyväksi ”palikaksi” arjen käytäntöön edellyttää ennen kaikkea toimijoiden sitoutumista ja osallisuutta joka syntyy vuorovaikutuksessa. (Toikko & Rantanen 2009, 7, 10, 18; Salonen 2011, 3- 5.)

Tutkimus- ja kehittämistoiminnalla on tärkeä osa suomalaisessa yhteiskunnassa. Tutkimuksellinen toiminta voidaan määritellä siten, että tutkimuksessa tavoitellaan vastauksia asetettuihin tutkimuskysymyksiin käyttäen erilaisia tutkimusmenetelmiä. Kehittämistä tapahtuu arkipäivän työelämässä usein perustyön lomassa, osana arkipäivää. Sillä tavoitellaan toiminnan muutosta tai jonkin tuotteen tai palvelun kehittämistä. (Toikko & Rantanen 2009, 155- 156.) Tutkimuksellisessa kehittämistoiminnassa käytännön ongelmat ja avoimet kysymykset ohjaavat kehittämisen suuntaa. Käytäntö onkin siinä pääroolissa, ja menetelmät tukevat sitä. Ei puhuta tutkimustiedon soveltamisesta vaan aivan uudelta tavasta tuottaa tietoa arjen toiminnan tarpeeseen. (Toikko & Rantanen 2009, 22.) Ammatillisen kehittämistoiminnan tavoitteena on jonkinlainen muutos toiminnan tasolla. Sen ytimeen voidaan laskea kuuluvaksi toimijat, tutkimus- kehittämis- ja tiedonkeruumenetelmät, hankkeen dokumentaatio ja analyysi. (Salonen 2011, 3- 5.)

Toikon ja Rantasen (2009, 56- 62) mukaan kehittämistoiminnalla on viisi tehtävää. Ensimmäisenä otetaan kantaa, mitä ja miksi tehdään. Toiseksi päätetään mitä kukin tekee ja minkälaisilla resursseilla. Kolmantena tapahtuu itse toiminta, jota neljäntenä sitten arvioidaan. Lopuksi pyritään levittämään kehitettyä. Koko kehittämisprosessin onnistuminen ja eritoten se, miten kehittämisen tulos tai tuotos jää elämään arkipäivään riippuu siitä, miten ihmiset toiminnan kontekstissa on saatu mukaan ja sitoutumaan prosessiin. Onnistunut muutos vaatii yhteisen kielialueen syntymistä. Yhteinen kielialue, jossa pystytään yhteisiin päätöksiin edellyttää riittävää yhteistä keskustelua. (Seikkula & Arnkil 2005, 106.)

Kehittämisen tulosten levittäminen on kehittämisprosessin viimeinen vaihe. Voidaan sanoa, että kehittäminen on onnistunut hyvin, kun siitä saatu hyvä levittyy. Levittymisellä tarkoitetaan sitä, että useampi taho pystyy sitä hyödyntämään. Valitettavan usein kehitettyä toimintaa ei saadakaan juurrutettua osaksi perus-

toimintaa vaan palataankin vanhoihin toimintatapoihin. Kehittämisen tulosten levittäminen vaatiikin usein ihan omanlaisensa prosessin. (Toikko & Rantanen 2009, 16, 62- 63.)

3.2 Tavoitteet ja kehittämistehtävä

www-sivut ovat nykypäivänä tärkeä osa organisaation ulkoista viestintää. Hyvät, tarkoituksenmukaiset, organisaation eri kohderyhmille suunnatut www-sivut tuovat organisaatiolle näkyvyyttä ja ovat näin olennainen osa sen markkinointia.

Raina-säätiön toiminta on sektorille ehkä epätyypillisesti ammattimaista ja organisoitua. Kolmannen sektorin muutoksesta johtuva kilpailun kiristyminen luo uudenlaisia paineita myös Raina-säätiön kaltaiselle organisaatiolle. Jotta toiminnan jatkuvuus taataan, on asetettava strategisesti järkeviä tavoitteita myös viestinnälle ja työskenneltävä systemaattisesti tavoitteiden saavuttamiseksi.

Kehittämishankkeen tavoitteiksi asetettiin Raina-säätiön tunnettuuden ja veto-voimaisuuden lisääminen. Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon kehittämishankeraportin tulisi hyödyttää myös laajemmin toimialaamme. Siksi tavoitteeksi asetettiin myös viestinnän kehittämisen tarpeen perusteleva kolmannen sektorin organisaatiossa.

Kehittämishankkeen kehittämistehtäviksi muodostui tavoitteiden pohjalta:

1. Kehittää Raina-säätiön ulkoista viestintää.
2. Tuottaa Raina-säätiön tarpeita vastaavat www- sivut sekä laatia päivittämissuunnitelma vastuuhenkilöineen.
3. Tuottaa hankeraportti, joka hyödyttäisi muita kolmannen sektorin organisaatiota viestinnän kehittämistyössä.

4 SOSIAALINEN JA AMMATILLINEN KUNTOUTUS SOSIAALISESSA TYÖLLISTÄMISESSÄ

4.1 Sosiaalinen työllistäminen

Sosiaalinen työllistäminen on käsitteenä selkiytynyt 2000-luvulla. Sosiaalisen työllistämisen toimiala vahvistaa ammattimaisesti ja monialaisessa yhteistyössä heikossa työmarkkina-asemassa olevien henkilöiden työllistymismahdollisuuksia ja toimii heidän työllistäjänään. Käsitettä on täsmennetty viime vuosina yleiskäsitteeksi kuvaamaan heikossa työmarkkina-asemassa olevien henkilöiden työllistämiseen erikoistuneita toimintayksiköitä, sekä heidän toimintakykyään ja työllistymismahdollisuuksia lisäävää toimintaa ja niihin liittyviä palveluja. (Työpajatieto 2012.)

Sosiaalisen työllistämisen toimialan toimijat koostuvat tyypillisesti julkisen ja kolmannen sektorin yksiköistä, työllistymistä tukevista hankkeista ja projekteista, sosiaalisista yrityksistä, työpajoista, tuotannollisista työkeskuksista, sosiaalipalvelusäätiöistä, aatteellisista yhdistyksistä sekä kehitysvammaisten työtoiminta- ja päivätoimintayksiköistä. (Ylipaavalniemi 2005, 15; Työpajatieto 2012; Välimaa ym. 2012.)

Toimialan asiakkaat ovat vaikeasti työllistyvät, kuten kehitysvammaiset, mielen-terveys- ja päihdekuntoutujat, päihdeongelmaiset, sosiaalisista syistä toimintakyvyltään alentuneet, perus- ja/tai ammatillisen koulutuksen keskeyttäneet nuoret sekä mukautetun opetuksen toisen asteen koulutuksessa saaneet nuoret, pitkäaikais- ja toistuvaistyöttömät, ikääntyneet sekä osin maahanmuuttajat ja etniset vähemmistöt. (Ylipaavalniemi 2005, 15.)

Sosiaalisen työllistämisen toimijat ja toimintaympäristöt vaihtelevat ja muotoutuvat paikallisia tarpeita vastaaviksi kokonaisuuksiksi, mutta toiminnan tarkoitus on yhteinen. Sosiaalisen työllistämisen toimialalla on yhteinen tärkeä arvopohja joka korostaa osallisuutta, yhdenvertaisuutta, yksilöllisyyttä ja vastuullisuutta. Toimiala pyrkii lisäämään osallisuutta ja osallistumisen mahdollisuuksia yhteis-

kunnassamme. Koska toimijat ovat monialaisia, on haasteellista arvioida niiden määrää. On kuitenkin arvioitu, että yhteiskunnassamme on n. 500 sosiaalisen työllistämisen yksikköä ja yli 10 000 päivittäistä asiakasta. (Välimaa ym. 2012, 5.)

Kuntouttavat toimenpiteet jaetaan työllistäviin, työllistymistä tukeviin, työllistymismahdollisuuksia tai toimintakykyä lisääviin tai niitä ylläpitäviin. Palveluita ovat esimerkiksi kuntouttava työtoiminta, työhönvalmennus, mielenterveyskuntoutujien työhönvalmennus ja työtoiminta. (Ylipaavalniemi ym. 2005, 8; Pietikäinen & Hassinen 2009, 9-10.)

4.2 Kokonaisvaltainen kuntoutus

Kuntoutus toimii yhteiskunnassamme integroituneena koko väestölle tarkoitettuihin sosiaali- ja terveystalouteihin. Kuntoutusjärjestelmäämme ohjataan noin 30:llä eri lailla. Kuntoutusta järjestävät ja rahoittavat esimerkiksi Kela, työhallinto, työeläkelaitokset, vakuutuslaitokset ja sosiaalitoimi. (Kallaanranta ym. 2001; Korpilahti ym. 2009, 14–15.)

Kuntoutuksen saamisen edellytys on, että ihminen on vajaakuntoinen. Vajaakuntoisuutta määrittelevät eri instanssit. Työvoimahallinto määrittelee vajaakuntoisen henkilöksi, jonka mahdollisuudet saada sopivaa työtä, säilyttää työ tai edetä työssä ovat huomattavasti vähentyneet asianmukaisesti todettu vamma, sairauden tai vajavuuden takia (Laki julkisesta työvoimapalvelusta 1295/2002, 7 §). Kelan työkäisiä henkilöitä koskeva vajaakuntoisuusmääritelmä määrittelee vajaakuntoiseksi henkilön, jolla on asianmukaisesti todettu sairaus, vika tai vamma, joka aiheuttaa työkyvyttömyyden uhan tai joka olennaisesti heikentää työkykyä ja näin ansiomahdollisuuksia. Kelan määritelmä perustuu lakiin kansaneläkelaitoksen järjestämästä kuntoutuksesta (610/1991, 2 §).

Perinteisesti kuntoutus jaetaan neljään osa-alueeseen; sosiaaliseen, ammatilliseen, lääkinnälliseen ja kasvatukselliseen kuntoutukseen. Osa-alueiden määrittelyn tarkoituksena on ollut selkiyttää ja jäsentää kuntoutuksen määritelmää.

Kuntoutuksen eri osa-alueet ovat kuitenkin toistensa rajapinnoilla. Kokonaisvaltaisessa kuntoutuksessa tähdätään kuntoutujan kuntoutumiseen monialaisuudella ja moniammatillisuudella. Kuntoutus painottuu kuitenkin yhteiskunnassamme fyysiseen vajaakuntoisuuteen; pääosa kuntoutuksen toimenpiteistä on lääkinnällistä. (Korpilahti ym. 2009, 14–15; Järvikoski & Härkäpää 2011, 20- 23)

Kuntoutusta käsitteenä on viimeisen vuosikymmenen aikana alettu käsittämään laajemmin. Perinteisesti on ajateltu, että kuntoutuksella pyritään vaikuttamaan jo syntyneeseen haittaan. Nykypäivänä kuntoutus käsittää myös esimerkiksi työkyvyn heikkenemisen uhan tai syrjäytymisen uhan. Erilaiset yhteiskunnalliset haasteet ja työelämän muutokset haastavat hyvinvointiyhteiskuntaamme ymmärtämään kuntoutuksen psykososiaalista ja sosiaalista ulottuvuutta sekä kuntoutusta prosessina, jossa pyrkimyksenä on oman elämän hallitseminen. (Risänen & Aalto 2002, 2; Liukko 2006, 21; Järvikoski & Härkäpää 2011, 11.)

Kuntoutusta voidaan kuvata myös yhteiskunnallisena sääntelyjärjestelmänä, jonka tarkoituksena on taata työvoiman riittävyys tulevaisuudessa. Kuntoutus on osa aktiivista työvoima- ja sosiaalipolitiikkaa, johon on kiinnitetty Suomessa 2000-luvulla erityistä huomiota kamppailussa lisääntyvää syrjäytymistä ja köyhyyttä vastaan. (Järvikoski & Härkäpää 2011, 17- 18.)

Ihmisen vajaakuntoisuuteen pyritään vaikuttamaan erilaisin sosiaalisen ja ammatillisen kuntoutuksen kuntouttavien toimenpitein. Sosiaalisen kuntoutuksen käsitettä ei olla pidetty yksiselitteisenä ja kuntoutusmuotona yhtä ”arvossaan” kuin ammatillista kuntoutusta. Sosiaalisen kuntoutuksen tärkeyteen on kuitenkin yhteiskunnassamme herätty. Se ollaan lähiaikoina kirjaamassa sosiaalihuoltolakiin, nostettavaksi ammatillisen kuntoutuksen rinnalle työllistämistoiminnassa. Aihe on siis hyvin ajankohtainen. Vilkkumaan (2004, 36.) mukaan sen pyrkimyksenä on syrjäytymisen kierteen katkaiseminen ja uusien väylien löytäminen parempaan elämään. Tavoitteena on siis osallisuuden ja osallistumisen mahdollisuuksien lisääntyminen, oman elämän haltuun otto. Järvikosken ja Härkäpään (2011, 23- 24.) tulkinta tukee edellistä. Heidän mukaansa sosiaalisen kuntoutuksen toimenpiteet tähtäävät parantamaan henkilön arjenhallintaa,

vaikuttamaan sosiaaliseen toimintakykyyn, sekä oman roolin hahmottamiseen yhteiskunnan jäsenenä. Sosiaalinen kuntoutus voi käytännössä liittyä tukeen asumisessa, osallisuuden tukemiseen, taloudellisesta turvallisuudesta huolehtimiseen tai tukeen liittyen sosiaalisiin verkostoihin. (Järvikoski & Härkäpää 2011, 23- 24; Kuntoutusportti 2012a.)

Ammatillisella kuntoutuksella pyritään parantamaan asiakkaiden ammatillisia valmiuksia ja ammattitaitoa, kohentamaan heidän työkykyään sekä edistämään heidän työmahdollisuuksiaan. Toimenpiteiden avulla tuetaan yksilön integroitumista työelämään ja yhteiskuntaan. Ammatillinen kuntoutus on tarkoitettu henkilölle, jonka riski syrjäytyä työelämästä, joko työkyvyttömyyteen tai pitkäaikais-työttömyyteen, on sairauden tai vajaakuntoisuuden takia tavallista suurempi. Ammatillista kuntoutusta on käytännössä esimerkiksi ammatinvalinta- ja urasuunnittelupalvelut, ammatilliset koulutukset, työkokeilut, työhönvalmennus tai muut työkykyisyyttä tai työllistymistä tukevat toimenpiteet. (Kela 2012; Kuntoutusportti 2012b.)

4.3 Sosiaalinen ja ammatillinen kuntoutus Raina-säätiössä

Raina-säätiön tuottamat kuntoutuspalvelut on jaettu kolmeen pääryhmään. Palvelut on jaettu työ- ja toimintakyvyn arviointipalveluihin, työelämään valmentaviin palveluihin sekä toimintakykyä ylläpitäviin palveluihin.

Palvelujen ostajia ovat

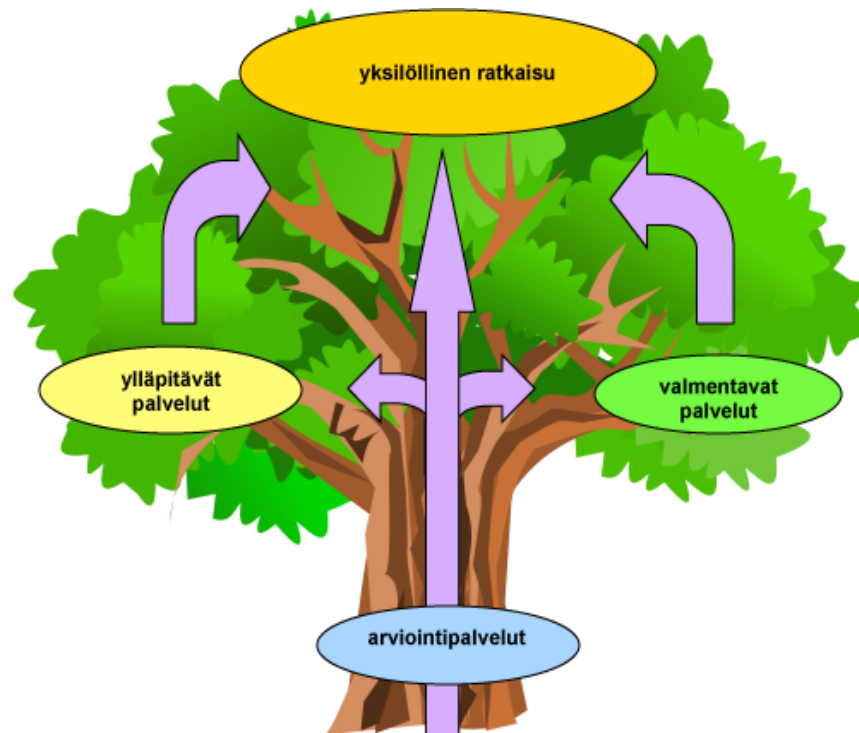
- kuntien sosiaalitoimet
- työhallinto
- Vakuutuskuntoutus VKK
- Rasekon oppilaitokset
- Turun ammatti-instituutti

(Raina-säätiön www-sivut.)

Raina-säätiön suurimpia palvelunostajia ovat kuntien sosiaalitoimet. Vuonna 2011 Raina-säätiön palveluja hankki 8 kuntaa. Palveluja tuotettiin 175 asiakkaalle. Työhallinto, eli TE-toimistot ja ELY-keskus ostavat Raina-säätiöltä yksilöllisiä palveluja sekä ryhmäpalveluja kuten erilaisia koulutuksia. Vuonna 2011 koulutuksia tuotettiin mm. maahanmuuttajille. (Raina-säätiön toimintakatsaus 2011.)

Vakuutuskuntoutus VKK r.y. on tapaturma-, liikenne- ja työeläkevakuutusta harjoittavien vakuutusyhtiöiden yhteinen palveluyritys. VKK suunnittelee ammatillista kuntoutusta sekä toimintakykyä edistävää ja ylläpitävää kuntoutusta yhdessä kuntoutujan, yhteistyökumppaneiden ja vakuutusyhtiöiden kanssa. VKK ostaa Raina-säätiöltä työkykyä arvioivia ja valmentavia palveluja. (VKK 2012)

Rasekon oppilaitokset ja Turun ammatti-instituutti ovat ostaneet Raina-säätiön palveluja vuodesta 2011 alkaen. Oppilaitoksille Raina-säätiö tarjoaa räätälöityä palvelua oppilaille, jotka eivät pysty syystä tai toisesta suorittamaan opintoja oppilaitoksessa. (Raina-säätiön opintojen suorittaminen pajalla- esite.)



Kuvio 1. Kuntoutuksen prosessi Raina-säätiössä.

Kuntoutus Raina-säätiössä käynnistyy pääsääntöisesti arviointipalvelussa. Arviointipalvelun aikana kartoitetaan asiakkaan työ- ja toimintakykyisyyttä ja laaditaan jatkosuunnitelma. Arviointipalvelun jälkeen kuntoutus Rainassa voi jatkua työ- ja toimintakykyä valmentavissa tai ylläpitävissä palveluissa. Kuntoutuspolku voi johtaa arviointipalvelun jälkeen myös Raina-säätiön ulkopuolella eteenpäin vietävään yksilölliseen ratkaisuun. Valmentavan ja ylläpitävän palvelun jälkeen yksilöllisen ratkaisun tavoittelu voi jatkua Raina-säätiön ulkopuolella tapahtuvissa palveluissa. (Raina-säätiön yleisesite 2012.)

Raina-säätiön sosiaalisen ja ammatillisen kuntoutuksen palvelut toteutetaan sosiaaliohjauksen yksilö- ja ryhmämenetelmin. Palvelut koostuvat sopimuksen mukaan yksilöohjauksesta, teemallisesta ryhmätoiminnasta, työnhakuryhmästä,

sekä työvalmennuksesta työtoiminnassa tai harjoittelusta Raina-säätiön ulkopuolella. Työtoiminnassa asiakkailla on mahdollisuus harjoitella monipuolisesti eri työtehtävissä mm. keittiössä, pesulassa, puutyöpajalla sekä alihankintatöiden, kädentaitojen ja siivoustöiden parissa.

Raina-säätiön palvelut perustuvat asiakkaan kunnioittamiseen, verkostoyhteistyöhön ja laajaan osaamiseen. Palveluihin on mahdollisuus päästä kotikunnan sosiaalitoimen, työvoimahallinnon tai oppilaitoksen lähettämänä. Palveluista tehdään aina asiakaskohtainen palvelusopimus lähettävän tahon, asiakkaan ja Raina-säätiön kesken. (Raina-säätiön yleisesite 2012.)

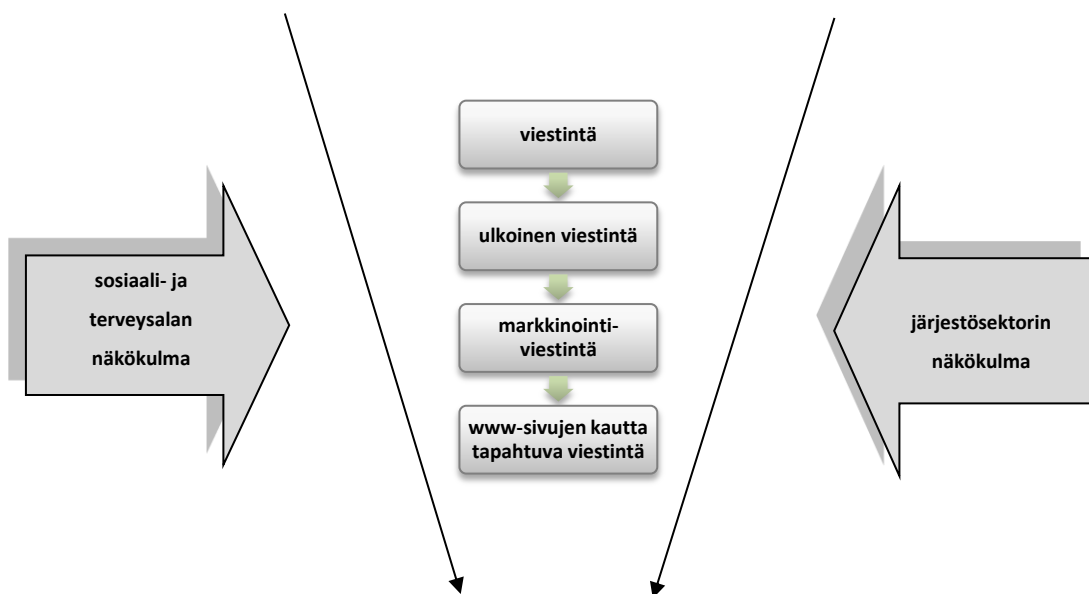
Kuntoutusjaksot ovat tavoitteellisia ja asiakkaille räätälöityjä. Asiakkaalle nimitetään palvelun alkaessa vastuunohjaaja, joka vastaa asiakkaan kuntoutuksesta jakson ajan. Asiakkaan kuntoutusta seurataan myös sovituksi kuntoutustyöryhmässä, joka kokoontuu säännöllisesti keskustelemaan kuntoutusjaksoon liittyvistä asioista. (Raina-säätiön yleisesite 2012.)

Raina-säätiössä työskentelee kuntoutuksen ammattilaisia monipuolisesti sosiaali- ja terveysalan eri sektoreilta. Kuntoutusta ohjaavat lähihoitajat, sosionomit, sosiaaliohjaajat, psykologi, sairaanhoitaja, toimintaterapeutti ja vapaa-ajanohjaaja. (Raina-säätiön yleisesite 2012.)

5 WWW-SIVUT VIESTINNÄN VÄLINEENÄ

5.1 Kehittämishankkeen taustoitus

Kehittämishankkeen taustoitus on edellyttänyt perehtymistä viestinnän kokonaisuuteen. Koska aihetta oli rajattava, näkökulmaa on tarkennettu, käyden läpi viestintää sen eri tasoilta.



Kuvio 2. Viestintään perehtyminen kehittämishankkeen aikana.

Suppilo kuvaa kehittämishankkeessa tietoperustaan perehtymisessä tapahtunutta fokuoitoimista, siirtymistä asteittain viestinnän yläkäsitteestä www-sivujen kautta tapahtuvaan viestintään. Lisäksi sosiaalialan ja järjestösektorin näkökulma tuo tähän oman ulottuvuutensa.

Viestintää aukaistaan ensin yleisemmällä tasolla, ja tarkennetaan ulkoisen viestinnän ja markkinoinnin kautta www-sivujen näkökulmaa. Lisäksi käydään läpi muutamia erityispiirteitä, joita kolmannen sektorin organisaatiossa viestinnän kannalta on. Luvun lopuksi kuvaillaan Raina-säätiön viestinnän nykytila.

5.2 Yhteisöviestintä

Viestintä tulee latinankielisestä sanasta *communicare*, joka tarkoittaa yhdessä tekemistä. Sitä viestintä on, vuorovaikutusta, ihmisten välistä sanallista ja sanatonta toimintaa. Yhteiskunnassa on siirrytty pelkästä tiedottamisesta viestintään. Halutaan siirtyä kaksisuuntaiseen, avoimeen vuorovaikutukseen. Yhteisöviestinnällä tarkoitetaan viestintää yhteisön sisällä ja yhteisön ja sen ympäristön välillä. Nykyisten yhteisöviestinnän teoreetikoiden mukaan organisaatio ei ole olemassa ilman viestintää. Se koskettaa jokaista toimijaa työyhteisössä. (Siukosaari 2002, 11; Lohtaja & Kaihovirta- Rapo 2007, 11, 13; Juholin 2009, 35.)

Viestintä voidaan jakaa karkeasti kahteen: ulkoiseen ja sisäiseen viestintään. Sisäinen viestintä käsittää organisaatiossa tapahtuvan tiedonvaihdon. Se kattaa organisaatiokulttuurin ja henkilöstön välisen kokemusten jakamisen. (Lohtaja & Kaihovirta- Rapo 2007, 13-17.) Juholin (2009, 41) kritisoi viestinnän jakoa yksiselitteisesti ulkoiseen ja sisäiseen viestintään. Hän korostaa näkökulman merkitystä ja asiayhteyttä, jossa asiasta keskustellaan. Esimerkiksi rekrytointitilanteissa potentiaaliset työntekijät, organisaation lähinaapurit ja esimerkiksi hallintoelinten kohdalla voidaan joissain tilanteissa pitää rajaa veteen piirrettynä. Jako on kuitenkin perusteltu tässä yhteydessä rajaamisen helpottamiseksi. On kuitenkin hyvä pitää mielessä, että ulkoisen ja sisäisen viestinnän raja ei ole aivan ehdoton.

Ulkoinen viestintä kattaa yhteisön ulkopuolelle jäävän yhteistoiminnan ja näin yhteydenpidon esimerkiksi erilaisiin yhteistyökumppaneihin ja asiakkaisiin. Tästä käytetään yhteistä nimitystä yhteistyöryhmä. Viestinnän onnistumiseksi sen suunnittelussa tulisi määrittää yhteistyöryhmät (Siukosaari 2002, 131, 133.)

Ulkoisen viestinnän avulla varmistetaan toiminnan jatkuvuus olemalla yhteydessä erilaisiin sidosryhmiin, eli usein asiakkaisiin ja yhteistyökumppaneihin. Ulkoiseen viestintään kuuluu lisäksi markkinointi. Se on viestintää, jonka avulla toiminnasta kerrotaan uusille asiakkaille. Markkinoinnin avulla on tarkoitus kiinnittää asiakkaiden huomiota ja levittää organisaation tunnettuutta. (Aula & Mante-re 2005, 91; Dibb ym. 2006, 26; Huhtala & Hakala 2007, 159- 160.)

Korhosen ja Rajalan (2011, 26- 27) mukaan viestinnän suunnittelun tulisi olla osa organisaatioiden strategista suunnittelua. Viestintästrategia pitää heidän mukaansa sisällään sidosryhmäanalyysin, ydinviestit, viestintäkanavien määrittelyn sekä viestinnän tavoitteet ja mittarit. Sidosryhmäanalyysillä tarkoitetaan arviota siitä, millaisia vastaanottajia yhteisön viestinnällä on. Sidosryhmät jaetaan pieniin osioihin, ja huolehditaan siitä, että analyysiä päivitetään säännöllisesti Tämä takaa sen, että voidaan ennustaa sidosryhmien reagoiminen viestintään ja valita oikeat välineet viestiä. Ydinviestit, eli yhteisön strategiaa henkivät perusviestit tulisi suunnitella etukäteen ja melko pysyviksi.

Viestinnän suunnittelu lähtee organisaation toiminta-ajatuksesta, tavoitteista ja visiosta. Sen onnistuminen edellyttää että organisaatio vastaa odotuksiin, joita sitä kohtaan on. On siis kyettävä pysymään ajan tasalla yhteistyökumppanien ja sidosryhmien tarpeista ja odotuksista. Tämä mahdollistuu vain jatkuvalla, systemaattisella kaksisuuntaisella vuoropuhelulla toimijoiden kesken. Viestintää suunnitellessa on otettava huomioon sekä organisaatio että sen toimintaympäristö. On otettava huomioon sekä yhteistyökumppanien, muiden sidosryhmien, että organisaation omat tarpeet. (Siukosaari 2002, 20.)

Åberg (2000, 9) listaa viestinnän organisaatiossa yhtä tärkeäksi resurssiksi kuin työntekijät, palvelut tai rahan. Siksi se vaatii aikaa ja resursseja: suunnittelua ja johdettua toteutusta. Jotta yhtälö olisi toimiva, viestintä ei voi olla mielivaltaista. Siksi jokainen organisaatio tarvitsee viestintästrategian.

Viestintää tulisi suunnitella sekä pitkällä aikavälillä, että vuositasolla. Viestintästrategiassa luodaan suuntaviivoja pidemmällä aikavälillä, kun taas viestintäsuunnitelma on konkreettinen työkalu vuositasolla tapahtuvaan suunnitteluun.

Viestintäsuunnitelman tarkoituksena on kuvata käytännössä se, miten strategiset linjaukset aiotaan toteuttaa käytännössä esim. vuoden aikavälillä. Viestintäsuunnitelma toimii jokapäiväisenä työkaluna, nivoen yhteen yhteisesti sovitut säännöt ja periaatteet viestintään liittyen. (Juholin 2009, 72, 108.)

Kiinnittämällä huomiota ja organisoimalla viestintää, voidaan vaikuttaa moniin sekä organisaation sisäisiin että ulospäin vaikuttaviin tekijöihin. Organisaatiossa olisi lisäksi hyvä täsmentää yhdessä se, mitä viestintä on ja mitä tehtäviä ja tavoitteita viestinnälle asetetaan. Täsmennys mahdollistaa viestinnän suunnittelun ja sen arvioimisen. (Juholin 2009, 55.)

Viestinnän tarkoitus on vaikuttaa ihmisten mielikuviin ja saada heidät toimimaan halutulla tavalla mielikuvan pohjalta. Yhteisöviestintä on keino rakentaa yhteisökuvaa ja näin saavuttaa haluttua mielikuvaa. Viestintä on onnistunutta silloin, kun yhteisölle tärkeillä ihmisillä on siitä oikea mielikuva. (Wii 2000, 10.) Ne mielikuvat jotka ihmisillä organisaatiosta on, ohjaavat sitä toimintaa ja vuorovaikutusta, jota niiden välillä on. Siukosaari (2002, 38) puhuu tästä, eli yhteisön yhteisökuvasta. Yrity maailmassa asiasta puhutaan imagona. Mielikuva on henkilökohtainen, ja sitä ohjaa kokemukset joita yksilöllä organisaatiosta on tai mitä hän esimerkiksi kuulee siitä keskusteltavan. Tämä mahdollistaa se, että siihen pystytään vaikuttamaan ja että se on muuttuva.

Siukosaaren (2002, 20, 31) mukaan, jotta organisaatiosta ulospäin lähtevä viestintä olisi yhtenäistä, on tärkeää, että henkilöstöllä on tiedossa se mielikuva, joka organisaatiosta halutaan antaa. Mielikuvaa kutsutaan yhteisökuvaksi. Sisäinen yhteisökuva on tärkeydeltään vähintäänkin yhtä suuri ulkoisen yhteisökuvan kanssa.

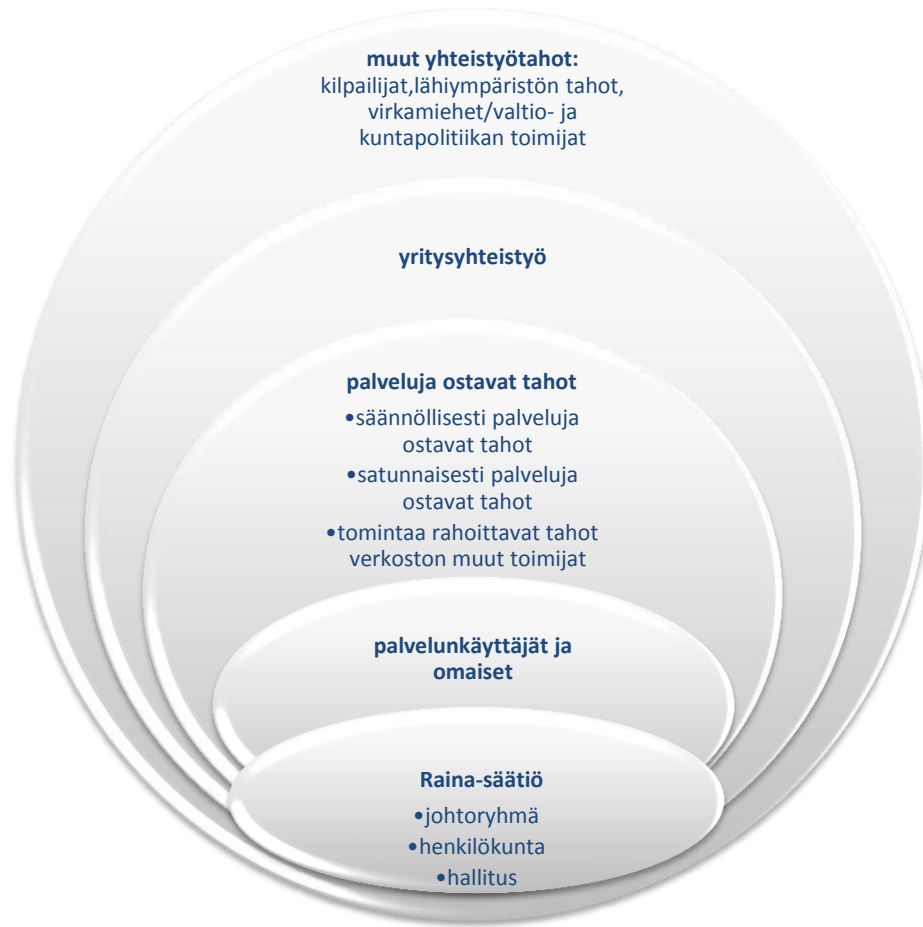
5.3 Viestintä Raina-säätiössä

Raina-säätiön toimintaa ohjaavat hallituksen ja ministeriöiden linjaukset, lait ja asetukset, kuten sosiaalihuoltolaki (sosiaalihuoltolaki 17.9.1982/710.), laki kehitysvammaisten erityishuollosta (laki kehitysvammaisten erityishuollosta, 23.6.1977/519) laki kuntouttavasta työtoiminnasta (laki kuntouttavasta työtoiminnasta 189/2001), säätiölaki (säätiölaki 5.4.1930/109) ja tietosuojaa koskevat lait (laki sosiaalihuollon asiakkaan asemasta ja oikeuksista 22.9.2000/812.). Palveluja ostavat tahot, eli kuntien sosiaalitoimet, työhallinto, vakuutusyhtiöt sekä alueen oppilaitokset määrittelevät palvelutarjontaa palveluja ostamalla. Palvelumyyntiä määrittää tältä osin alueellinen palveluntarve.

Toimintaa rahoittavat tahot, eli opetus- ja kulttuuriministeriö ja ELY-keskus määrittävät myös toiminnan sisältöä määrittelemällä minkälaisia palveluja rahoittavat. Lisäksi toimintaan vaikuttavat lukuisa määrä sellaisia tahoja, joista asiakkaita ohjautuu palveluihin, kuten psykiatrian poliklinikat, a- klinikat, terveyskeskukset ja erilaiset muut yhdistys- tai kuntapohjaiset toimijat esimerkiksi työpajat.

Koska kuntoutus toteutetaan oikeita työtehtäviä tekemällä työtoiminnassa, tarvitaan yhteistyötä myös paikalliseen elinkeinoelämään eli yrityksiin. Yritysyhteistyö on tärkeä osa organisaation sidosryhmäyhteistyötä.

Organisaation toimintaympäristö on otettava huomioon viestintää suunniteltaessa. Viestintää suunniteltaessa on tärkeää ottaa huomioon vastapuolen toimijan rooli omaan organisaatioon suhteutettuna. Siten organisaatiossa pystytään suunnittelemaan viestintätapaa ja aikataulua tarkoituksenmukaisesti. Esimerkiksi rahoittajataho ja palvelua ostava yhteistyötaho ovat luonteeltaan hyvin erilaiset, joten viestintä heidän kanssaan tulee suunnitella erilliseksi.



Kuvio 3. Raina-säätiön toimintaketän tärkeimmät yhteistyöryhmät jaoteltuna ryhmiin viestinnän näkökulmasta (Mukaiutu Siukosaari 2002, 132; Juholin 2009, 41).

Kuvassa on karkeasti jaoteltu Raina-säätiön yhteistyötahoja viestinnän näkökulmasta katsottuna erilaisiin toimijoihin. Jatkossa olisi hyödyllistä määritellä tasot nimeämällä ne toimijakohtaisesti ja suunnitella sen jälkeen viestintää osana toiminnan suunnittelua.

Käytännössä Raina-säätiön ulkoinen viestintä koostuu tällä hetkellä jokapäiväisestä palvelujen tuottamisesta ja siinä tapahtuvasta jatkuvasta suhdetoiminnasta, säännöllisesti palveluja hankkivan tahon kanssa sovituista kehittämispalave-

reista, sekä epäsäännöllisistä markkinointi-interventioista käsittäen erilaisia tapoamisia ja tapahtumia. Myös toimintakertomus on osa organisaation viestintää.

5.4 Kolmannen sektorin viestinnän erityispiirteitä

On sitten kyseessä perinteinen tai uuden kolmannen sektorin organisaatio, se viestii jatkuvasti. Se viestii esimerkiksi nimellään, erilaisilla tapahtumillaan, palveluillaan, visuaalisella ilmeellään, vaikka toiminnalle ei olisi määritelty strategiaa viestinnän näkökulmasta tai laadittu viestintäsuunnitelmaa. (Vuokko 2004, 10.)

Kolmannen sektorin viestintää suunnitellessa tärkeintä olisi määritellä se, mihin viestinnällä pyritään vaikuttamaan ja kuinka se toteutetaan. Keinoja valittaessa tulisi miettiä kohderyhmää; miten haluttu viesti saavuttaisi parhaiten sen kohderyhmän. (Vuokko 2004, 10.)

Uuden kolmannen sektorin toimintaa ohjaaviksi peruseriaatteiksi voidaan tiivistää muun muassa toiminnan avoimuus ja läpinäkyvyys, sekä kumppanuus palvelujen tuottamisessa. (Rosengren & Törrönen 2008.)

Erityispiirteiksi, jotka vaikuttavat kolmannen sektorin viestinnän luonteeseen voidaan tiivistää esimerkiksi seuraaviksi;

- Organisaation koko
- Toimintaympäristö ja sen eri toimijat
- Rahoituksen epävarmuus →
toiminnan organisointi, viestintään varatut resurssit
- Osaaminen
- Yhteiskunnallinen status

Kolmannen sektorin organisaatiot ovat usein pieniä organisaatioita, joiden toimintakenttä voi olla laaja ja moninainen. Organisaatio markkinoi itseään usein moneen suuntaan, kuten jäsenille, yhteistyökumppaneille, asiakkaille ja eri sidosryhmille. Koska kolmannen sektorin toiminnan rahoitus ja sitä kautta resurssit ovat usein epävarmalla pohjalla, organisaation toiminta voi olla osin jäsentämätöntä tai puutteellisesti organisoitua. Viestintään ja markkinointiin ei myöskään välttämättä ole varattuna paljon rahaa. Lisäksi viestintä vastuualueena on useasti määritelty tehtäväksi muun työn ohessa henkilölle, jonka perustehtävä ja osaaminen liittyvät muuhun kuin viestintään. (Vuokko 2004, 25, 113, 308.)

Sipilä (2008, 179) nostaa esiin myös suhdetoiminnan roolin. Sen rooli on sektorilla merkittävä tekijä, koska usein kolmannen sektorin organisaatiot tuottavat palveluja jotka perustuvat pitkälti asiakassuhteisiin. Myös se, että toimii julkisen ja yrityssektorin välissä määrittelee toiminnan luonnetta ja sitä kautta myös viestintää. Sektoreiden välissä toimimiseen liittyvät erityispiirteet liittyvät muun muassa yleishyödyllisyyteen, joihin liitetään usein käsitys vapaaehtoisuudesta. (Vuokko 2004, 25.)

5.5 www-sivut viestinnän erityisalueena

90-luvun puolivälissä vain yhdellä prosentilla suomalaisista yrityksistä oli www-sivut. 2000-luvulle siirryttäessä luku oli kääntynyt pääläelleen; yhdellä prosentilla suomalaisista yrityksistä ei ollut www-sivuja. Voidaan siis todeta, että www-sivut viestinnän kanavana löivät itsensä läpi nopeasti ja merkittävästi. Rope (2005, 331) tiivistää tärkeyden sanontaan ”*jos et ole verkossa, et ole olemassa*”. Nykypäivänä voidaan epäilemättä pitää www-sivuja organisaation käyntikorttina. Jämse`nin (2012, 8) mukaan www-sivuilla on sosiaalialalla orastavia mahdollisuuksia; niissä piilee hänen mukaansa vielä paljon potentiaalisia mahdollisuuksia sosiaalialan viestinnän kehittämisen kentässä. Ahola ym. (2002, 13 - 15, 47) pitävät internetin etuina muun muassa alhaisia kustannuksia ja ympäri-vuorokautista näkyvyyttä. Näin se toimii oivallisesti markkinointikanavana ja antaa edun pienellä budjetilla toimiville organisaatioille, kuten järjestöille.

Siukosaaren (2002, 131) mukaan ulkoinen viestintä on jatkuvaa imagon rakentamista pitämällä yhteyttä toimintaympäristön eri ryhmiin. Vuokko (2004, 50-72) listaa organisaation ulkoisiksi viestinnän kanaviksi tv-, radio- ja lehtimainonnan, sähköisen mainonnan (johon www-sivut luetaan), erilaiset tapahtumat, suoramainonnan ja sponsoroinnin.

www-sivujen toteuttaminen tulisi aloittaa kohderyhmän määrittelyllä, sillä se määrittelee sisältöä ratkaisevasti. Kohderyhmien määrittelyn jälkeen voidaan aloittaa suunnittelu sen pohjalta keitä haluamme tavoittaa. (Kuokkanen ym. 2007, 32.) Asiakassegmentointi eli asiakkaiden määrittely ja jäsentely on pohjatyötä markkinointia suunnitellessa. Segmentoinnin avulla on mahdollista keskittyä kohdennetusti eri asiakasryhmiin. (Blythe 2001, 59.) Asiakasryhmien ollessa moninaiset, organisaation on järkevintä markkinoida räätälöidysti kohderyhmien tarpeet huomioon ottaen (Dibb ym. 2006, 223).

www-sivujen rakenteen suunnittelussa kannattaa ottaa huomioon kohderyhmän lisäksi käytettävyys. Sivujen käytettävyyden tulisi olla sujuvaa, parhaimmillaan jopa miellyttävää. Pahimmillaan käytettävyysoongelma saattaa ohjata käyttäjän muualle, ja asiakassuhde saatetaan menettää. (Wiio 2004, 33–34; Kuoppala

ym. 2006, 156.) www-sivujen käytettävyyttä voidaan testata. Käytettävyydestä saadaan tällöin arvokasta tietoa muun muassa sivujen toimivuudesta, miten käyttäjä löytää eri toiminnot ja tiedot sivuilta. (Parkkinen 2002, 146.) www-sivujen käytettävyyttä voidaan testata kohderyhmän avulla. Testaus mahdollistaa sivujen laadun ja käytettävyyden varmistamisen. (Kuokkanen ym. 2007, 103.) Jämse`nin (2012, 8) mukaan asiakkaita pitäisi ottaa mukaan viestintään liittyvään suunnitteluun ja toteutukseen.

Ihmisillä on tapana silmäillä erityisesti sähköisiä julkaisuja nopeasti läpi, löytääkseen haluamansa tietoa. Tämä täytyy ottaa huomioon sivujen suunnittelussa, kuten informaation määrässä ja otsikoinnissa. Tekstin tulisi olla informatiivista ja olla tiiviissä, helposti ymmärrettävässä muodossa. (Nielsen & Tahir 2002, 14; Jämse`n 2012, 8.) Erilaisin kuvin ja kuvioin pystytään tiiviissä muodossa kertomaan paljon asiaa ja ne kiinnittävät tekstiä enemmän ihmisten huomiota. Erilaiset kuvat ja kuviot edesauttavat sisällön muistamista ja asiasisällön omaksumista. (Huovila 2006, 26.)

Nykyään painotetaan www-sivujen jatkuvaa päivittämistä. Valitettavan usein törmää sivustoihin, joissa ei ole mitään toimintaa, muutoksia sisällössä tai yleisesti mitään näkyvää aktiviteettia. Www-sivujen päivittämisestä on tärkeää sopia organisaation sisällä, jotta ne pysyvät aktiivisina, houkuttelevina ja kiinnostavina. (Rope 2005, 331- 332.)

6 KEHITTÄMISHANKE: RAINA-SÄÄTIÖN WWW-SIVUT

6.1 Tarve ja toimeksianto

Raina-säätiölle vuonna 2007 tehdyt www-sivut olivat jääneet vaille päivittämistä ja lopulta vanhentuneet tietosisällöltään. 2010 nähtiin tarkoituksenmukaiseksi sulkea vanhentuneet sivut ja tehdä väliaikaisratkaisuksi sivusto, jossa oli pelkät yhteystiedot. Kehittämishankkeen alkaessa syksyllä 2011 sivut olivat noin vuoden ajan olleet väliaikaiset. Tästä johtuen aikataulusta tuli tiukka; www-sivujen kokoaminen piti aloittaa välittömästi elokuussa ja niiden toivottiin olevan julkaisuvissa marraskuussa. Kehittämishankkeen prosessiin vaikutti lisäksi se, että olin www-sivujen toteutuksen aikaan äitiyslomalla, eli en päivittäin läsnä hankkeen toimintaympäristössä.

www-sivuista oli tärkeää kehittää sellaiset, jotka palvelisivat sekä Raina-säätiön toiminnasta kiinnostuneita asiakkaita, yhteistyötahoja, Raina-säätiölle työtehtäviä tuovia yrityksen vastuuhenkilöitä sekä tietenkin henkilökuntaa. Myös sellaiset tahot, jotka eivät tee mitään yhteistyötä organisaation kanssa tuli huomioida. Eri kohderyhmien näkökulmista olisi siksi ollut luonnollista ottaa viitteitä sivujen rakentamiseen. Aikataulu huomioiden tämä ei kuitenkaan ollut mahdollista, joten se päätettiin toteuttaa käänteisessä järjestyksessä: koota ensin www-sivuille tuleva materiaali ja arvioida sisältö niiden valmistuttua eri käyttäjien näkökulmista.

Koska Raina-säätiön toimintakenttä on varsin erityinen ja monimuotoinen, tiedon tiivistäminen informatiiviseen ja houkuttelevaan muotoon vaati nämä näkökulmat tuntevan henkilön. Kokemustieto voidaan ammatillisessa kehittämisessä nostaa tieteellisen tiedon rinnalle (Toikko & Rantanen 2009, 155 – 157).

Koska www-sivujen tekeminen ja viestintä eivät olleet vahvinta osaamisaluetta, halusin aikataulusta huolimatta sisäistää viestintään liittyvää kirjallisuutta. Siihen piti perehtyä erityisesti järjestö- sekä sosiaalialan näkökulmista.

Kehittämishanke toteutettiin Raina-säätiössä yhteistyössä www-sivujen tekni-
sestä toteutuksesta vastanneen firman, Tako WebDesignin kanssa. Tako Web-
Designin yhteyshenkilönä toimi Ove Takolander. Työn toteutuksesta oli sovittu
Tako WebDesignin kanssa jo ennen omaa toimeksiantoani johtoryhmän toimes-
ta. Työlle oli sovittu pakettihinta. Säätiön sivut toteutettiin Joomla!-alustalla. Si-
vun ulkoasun kuvat muokattiin Photoshopilla. Koodi tehtiin Dreamweaverilla ja
Artisteerilla. Hakukoneoptimointia ei ole tehostettu, vaan sivut ovat perus haku-
koneystävälliset. Se tarkoittaa sitä, että jokaisella www-sivulla on automaatti-
sesti lisätty avainsanoja, jotka liittyvät sivujen sisältöön. Raina-säätiön www-
sivujen avainsanat ovat Raina-säätiö, kuntoutus, koulutus, työtoiminta, Varsi-
nais-Suomi.

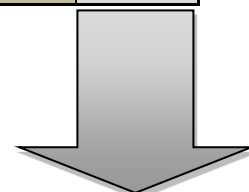
Johtoryhmässä sovittiin ensin pääpainotukset www-sivujen sisältöön liittyen.
Sovittiin, että sivuille kootaan tiivis, informatiivinen tietopaketti Raina-säätiön
toiminnasta, jotta ne toimivat työkaluna yhteistyökumppaneillemme asiakkaiden
meille ohjaamisessa. Sovittiin myös, että korostetaan sivujen ajankohtaisuutta.
Visuaalisesti www-sivuista haluttiin raikkaat ja nykyaikaiset. www-sivuja oli
ideoitu jo säätiössä syksyllä 2009, keräämällä ideoita henkilökunnalta sivuihin
liittyen (Liite 1.) Kerättyjä ideoita käytettiin suuntaa-antavina sivujen suunnittelu-
työssä.

6.2 www-sivujen suunnittelu ja toteutus

Kehittämishankkeen prosessi perustui jatkuvaan dialogiin sen eri toimijaryhmien ja tekijän kesken. Tuotoksen suunnittelemisessa ja toteuttamisessa oli osallisena koko Raina-säätiön organisaatio. Lukuisten sähköposti-, puhelinkeskustelujen ja palaverien aikana tapahtui prosessin arviointia ja lähdettiin korjaamaan jo tehtyä tai suunniteltua. Tuotoksen arviointiin käytettiin erilaisia tiedonkeruumenetelmiä, kuten haastatteluja, tapaamisia, keskusteluja ja kirjallista aineistoa. Lisäksi kuvattiin kuvamateriaali ja tettiin kuviot ja taulukot. Aineistojen pohjalta koottiin vaihe vaiheelta www-sivujen sisältö kokonaisuudeksi.

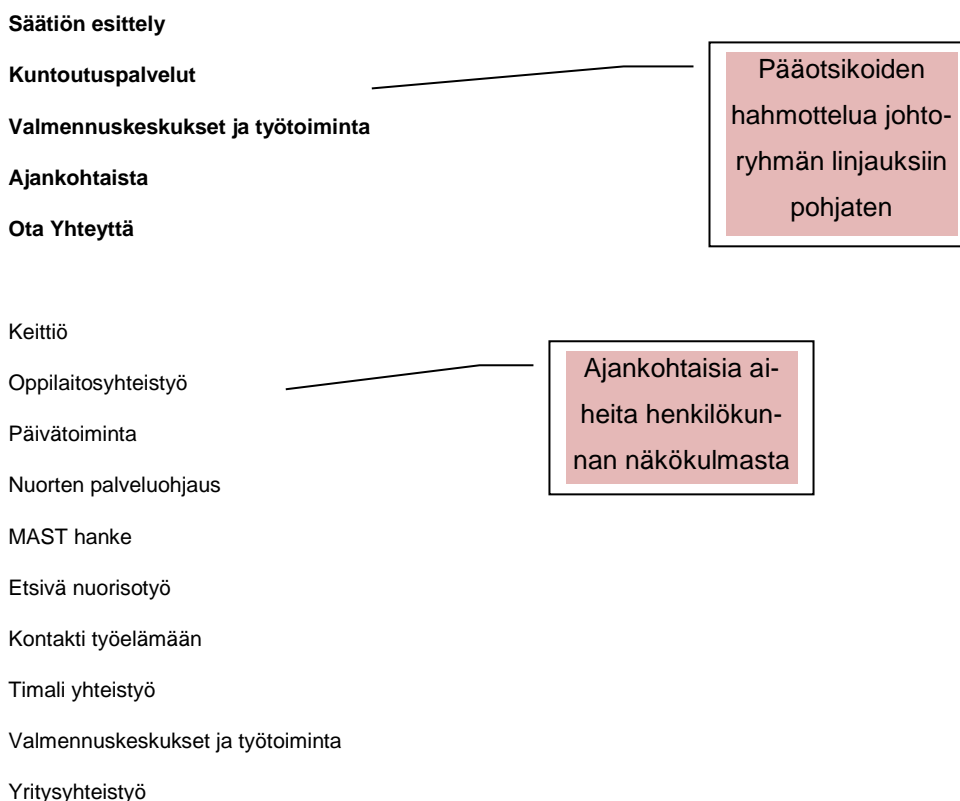
Dokumentointiin kiinnitettiin erityistä huomiota. Kirjasin kehittämispäiväkirjaan tarkasti ylös jokaisen sähköpostiviesti- ja puhelinkeskustelun, kokouksen ja tapahtuman. Näin työn vaiheisiin oli koko ajan helppo palata, kun tietoa tarvittiin raporttia kirjoittaessa. Pyrin havainnollistamaan hankkeen eri vaiheita kuvioin, taulukoin ja valokuvin. Tämän tarkoituksena oli visualisoida hankkeen etenemistä sekä havainnollistaa sen kokonaisuuksia, jotta sen prosessista voisi ottaa oppia myös muut. Kuvio 4. kuvaa www-sivujen suunnittelussa, toteutuksessa ja arvioinnissa käytettyjä tiedonkeruu- ja kehittämismenetelmiä, dokumentaatiota, sekä aineistojen analysointi- ja käyttötapoja sekä hankkeen toteutuksen aika-aulua. Hankkeen aikana opittuja kokemuksia pystytään hyödyntämään jatkossa viestinnän suunnittelussa.

AJANKOH- TA	OSALLISET	TIEDONKERUU-/ KEHITTÄMISEN- MENETELMÄ	DOKUMENTOINTI- TAPA	AINEISTON HYÖ- DYNTÄMISTAPA	VAIHE
08/11	johtoryhmä	johtoryhmäpalaveri	muistio	toimeksianto, lähtökoh- tien hahmottelua	VAIHE 1: OTSIKOT
08/10	johtoryhmä	johtoryhmäpalaveri	muistio	www-sivujen alustava sisältörunko	
08/11	henkilökunta	sähköpostit henkilökun- nalle	sähköpostit, kehittämis- päiväkirja	www-sivujen aineisto- jen keruu	
09/11	johtoryhmä	johtoryhmäpalaveri	muistio	päivittämisvastuusta päättäminen	VAIHE 2: SISÄLTÖ
10/11	johtoryhmä	johtoryhmäpalaveri	muistio, mindmap	saatekirjeen ideointia	
10- 11/11	asiakkaat, henkilökunta	toiminnan valokuvaus	valokuvat	valokuvat	
10/11	Takoweb- design Ove Takolander	palaverit	kehittämispäiväkirja	www-sivujen toteutuk- sesta sopiminen ja ideointi	
09- 11/11	Takoweb- design Ove Takolander	sähköpostit ja puhelut	sähköpostit, kehittämis- päiväkirja	toteutuksen organisoi- nti	
VAIHE 3: WWW-SIVUJEN JULKAISU					
12/11	johtoryhmä	johtoryhmäpalaveri	muistio, kehittämis- päiväkirja	survey kyselyjen työstö, päivittämisvastuusta päättäminen	PALAUTEET JA TYÖSTÄMISFOORUMIT
01/12	johtoryhmä	johtoryhmän palaveri	muistio, kehittämis- päiväkirja	survey kyselyjen työstö	
12/11	Takoweb- design Ove Takolander, päivittämisen vastuuhenki- löt	päivittämiskoulutus	muistiinpanot	www-sivujen päivittä- misen koulutus	
02/12	henkilökunta	viikkopalaveri	kehittämispäiväkirja	fokusryhmähaastattelu- jen ohjeistus	
03/12	henkilökunta	viikkopalaveri	kehittämispäiväkirja	fokusryhmähaastattelu- jen purku	
VAIHE 4: LOPULLISET WWW-SIVUT					
keväät 2013	johtoryhmä	viikkopalaveri tai kehittä- mispäivä	auki	ydinviestin määrittely	TYÖSKENTELY JATKO-



Kuvio 4. Prosessin kulkua pystyy kuvaamaan hankkeesta kootun kuvion avulla.

Vaihe 1: Etusivun pääotsikot ja ajankohtaiset osion aiheet

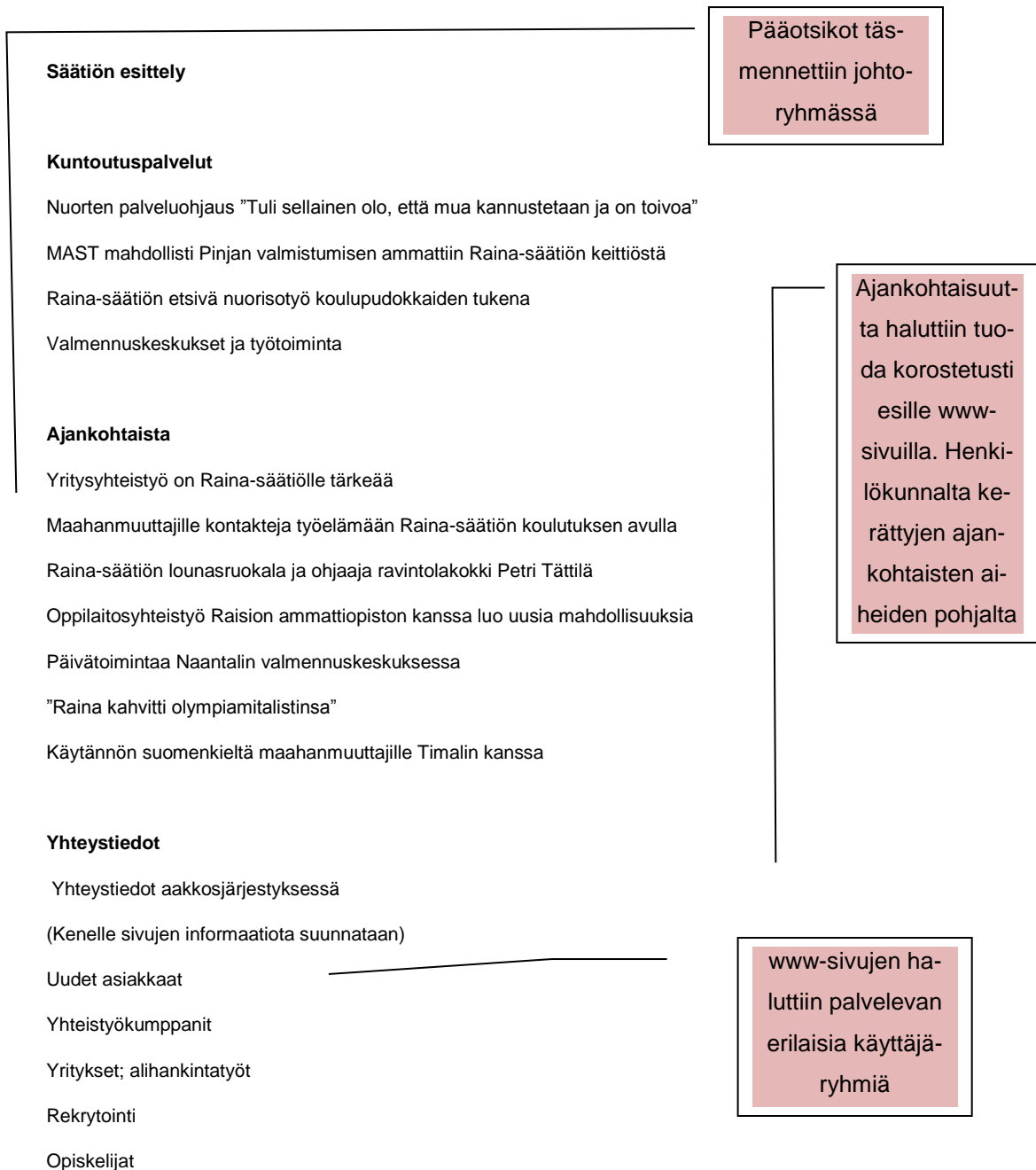


Kuvio 5. www-sivujen ensimmäinen versio.

Aluksi tein rungon nettisivuista. Lähestyin asiaa siitä näkökulmasta, mitä haluamme toiminnastamme kertoa eri kohderyhmille. Ehdotin johtoryhmän toiveisiin pohjaten, että sivuille koottaisi tiivis tietopaketti toiminnastamme, paljon ajankohtaista tietoa, sekä että sivuilla olisi selkeä paikka yhteystiedoille. Kokosin johtoryhmän ajatusten pohjalta etusivulle tulevat pääotsikot. Pääotsikoiksi hahmottelin ”säätöön esittely”, ”kuntoutuspalvelut”-, ”valmennuskeskukset ja työtoiminta”-, ”ajankohtaista”- ja ”ota yhteyttä”-osion.

Yhteistyöni Tako WebDesignin kanssa alkoi sähköpostilla, jossa selostin kuka olin ja että olen toteuttamassa www-sivuja organisaatiolleni. Sovin yhteyshenkilö Ove Takolanderin kanssa tapaamisen kuukauden päähän, jotta ehtisin saada materiaalin ja kuvat valmiiksi.

Vaihe 2: www-sivujen sisältö



Kuvio 6. www-sivujen toinen versio.

Työstin ”kuntoutuspalvelut”-osion tekstit pohjaten omaan kokemustietooni, esitteisiin, vanhoihin nettisivujen materiaaleihin sekä toimintakatsauksen materiaaleihin. Kokosin ensin tietoa, ja työstin tiedon tekstiksi. Tekstit käytiin valmiina henkilökunnan toimesta.

”Ajankohtaista”- osiota varten pyysin henkilökuntaa ideoimaan kanssani, mitä ajankohtaista haluaisimme toiminnastamme tuoda esille. Paras tieto ja näkemys toiminnastamme on toimintaa toteuttavilla eli henkilökunnallamme, joten halusin hyödyntää heidän tietotaitoaan mahdollisimman hyvin. Määrittelin ehdotusten pohjalta ”ajankohtaista”-osion aiheiksi käynnissä olevat koulutukset maahanmuuttajille, meille tärkeät oppilaitos- sekä yritys yhteistyön, lounaskahvilamme, uuden palvelumme päivätoiminnan esittelyn, viime kesän special olympics mitalistien esittelyn, etsivän työn profiilin, sekä nuorten palveluohjauksen tulosten esittelyn. Tämän jälkeen lähestyin kustakin toiminnosta vastaavaa henkilökunnan jäsentä henkilökohtaisilla sähköposteilla, joissa pyysin tietynlaista juttua osiota varten. Keräsin näin materiaalia, jonka sitten työstin nettisivuille sopivaksi ajankohtaiseksi artikkeliksi yhteistyössä henkilökunnan kanssa.

”Yhteystiedot”- osion tiedot sain sisäisestä tietokannasta, mutta henkilökunnan ehdotuksesta kokosin sen uudella tavalla. Koska sivujen haluttiin vetoavan erilaisiin käyttäjäryhmiin, yhteystiedot päätettiin erottaa omaksi osioksi ja eriyttää kahdeksi osaksi.”Kiinnostuitko?”- osion idea lähti siitä, että nettisivujemme tulee palvella niin monenlaisia asiakkaita. Niiden tulisi olla tarkoituksenmukaiset palvelussa olevien asiakkaiden, palveluista kiinnostuneiden asiakkaiden näkökulmasta. Lisäksi niiden tulisi palvella yhteistyötahoja, jotka ohjaavat meille asiakkaita. Tarkoituksena olisi, että sivut toimisivat sidosryhmille työkalun tapaan, heidän ohjatessaan asiakkaita Raina-säätiön palveluihin. www-sivujen tulisi palvella myös yrityksen vastuuhenkilöitä, jotka voivat teettää meillä alihankintatyötehtäviä. Koska organisaatio haluaa pysyä osaamisen varmistamisella laadukkaana ja vetovoimaisena, sivuja piti kohdentaa myös alan opiskelijoita ja työnhakijoita palveleviksi. Myös yksityishenkilöt oli huomioitava, sillä yksityisiä henkilöitä käyttää pesula- tai lounasruokalapalveluitamme. Jokaisen sivujen käyttä-

järyhmän täytyisi löytää sivuilta tietoa omiin tarpeisiinsa helposti, sekä erityisesti yhteystieto, keneen tai mihin olla tarvittaessa yhteydessä.

Visuaalista ilmettä ideoitiin johtoryhmän ja henkilökunnan viikkopalavereissa ja johtoryhmän kokouksissa. Pyysin myös kommentteja ulkoasuun ja kuviin liittyen sähköpostitse molemmilta ryhmiltä. Viikkopalaverissa ideoitiin väritykseksi Raina-säätiön värejä sinistä ja vihreää, logoa etusivulle sekä kuvia toiminnoista. Johtoryhmä oli toivonut toimeksiannon yhteydessä sivuille nykyaikaista, raikasta visuaalista ilmettä toimeksiannon alussa. Johtoryhmä halusi sivuille lisäksi kuvia ja kuvioita, jotka kuvaisivat toimintaamme tiiviissä muodossa ja toisivat sivuille selkeyttä.



© Sandra Englund 2013

Kuva 1. Keskustelua www-sivujen visuaalisesta ilmeestä henkilökunnan palaverissa.



© Sandra Englund 2013

Kuva 2. Asiakkaat ideoivat www-sivujen kuvia Naantalın valmennuskeskuksen keittiössä.

Sekä johtoryhmä, että henkilökunta toivoi nettisivuille kuvia. Kuvia haluttiin elävöittää sivuja ja kuvaamaan toimintaamme. Kuvasin Raina-säätiössä 14.10, 17.10, 18.10, 20.10, sekä 3.11.2011. Lisäksi osa henkilökunnasta toimitti valokuvia omiin ajankohtaisiin juttuihinsa. Raina-säätiön asiakkaat saivat vaikuttaa visuaaliseen ilmeeseen omalla panostuksellaan. Kuvaustilanteissa asiakkaat ideoivat kuvien sisältöä yhdessä ryhmän ohjaajien ja minun kanssani. Kaikilta kuvattavilta henkilöitä pyydettiin kirjallisesti lupaa kuvaamiseen ja kuvien käyttöön www-sivuilla.



Kuvio 7. www-sivujen ulkoasuehdotus.

Luonnostelin ehdotusten pohjalta alustavasti sivujen ilmettä: raikasta, selkeää ja nuorekasta. Palaveriin www-sivujen tekijän kanssa otin mukaan työstämäni tekstit, kuvat, esimerkkejä visuaalisesta ilmeestä, ideoita kuvien sijoittelusta sekä idean ”mainoslauseesta” yhdessä eteenpäin. Tapaamisessa käytiin läpi värejä, sijoittelua, ehdotuksia ulkoasusta sekä aikataulua sivujen toteuttamiselle.

Vaihe 3: julkaistavat sivut

Etusivu

Säätiön esittely

Kuntoutuspalvelut

Palvelut

Valmennuskeskukset

Naantali, Raisio, Turku

Ajankohtaista

(Vaihtuva osa)

Yritysyhteistyö on Raina-säätiölle tärkeää

Maahanmuuttajille kontakteja työelämään Raina-säätiön koulutuksen avulla

Raina-säätiön lounasruokala ja ohjaaja ravintolakokki Petri Tätilä

Oppilaitosyhteistyö Raision ammattiopiston kanssa luo uusia mahdollisuuksia

Päivätoimintaa Naantalinnon valmennuskeskuksessa

"Raina kahvitti olympiamitalistinsa"

Käytännön suomenkieltä maahanmuuttajille Timalin kanssa

Nuorten palveluohjaus "Tuli sellainen olo, että mua kannustetaan ja on toivoa"

MAST mahdollisti Pinjan valmistumisen ammattiin Raina-säätiön keittiöstä

Raina-säätiön etsivä nuorisotyö koulupudokkaiden tukena

(Pysyvä osa)

Ruokalista

Pesula palvelee

Kiinnostuitko?

Kiinnostuitko kuntoutusjaksosta meillä?

Yhteistyökumppani! Kiinnostuitko lähettämään meille asiakkaan kuntoutusjaksolle?

Yrityksesi vastuuhenkilö; Kiinnostuitko työn teettämisestä meillä?

Sosiaalialan ammattilainen!

Opiskelija!

Yhteystiedot

Vaihde, yhteystiedot aakkosjärjestyksessä

Kuvio 8. Julkaistujen www-sivujen sisältö.

www-sivut julkaistiin tässä muodossa marraskuussa 2011.

Julkaistu toteutettiin lähettämällä yhteistyökumppaneille sähköposti, johon liitettiin uusista www-sivuista kertova saatekirje. (Liite 2)

Saatekirjeen lopussa oli linkki palautelomakkeeseen, jolla pyydettiin yhteistyökumppaneita arvioimaan sivujen tarkoituksenmukaisuutta heidän näkökulmastaan. (Liite 4)

Helmikuussa 2012 Raina-säätiön ohjaajat haastattelivat asiakkaita ryhmissä, jolloin sivuista saatiin palautetta heidän näkökulmastaan. (Liitteet 5 ja 6)

Maaliskuussa 2012 henkilökunta arvioi sivuja kokonaisvaltaisesti, sillä heillä on toiminnan näkökulmasta näköalapaikka. (Liitteet 3 ja 8)

On tärkeää, että nettisivut päivitetään aika-ajoin. Näin ne pysyvät raikkaina ja kiinnostavina. Sovin Tako WebDesignin Ove Takolanderin kanssa, että päivittämisen vastuuhenkilöiksi nimetyt henkilökunnan jäsenet koulutetaan päivittämään sivuja jatkossa. Henkilöt valittiin päivittämään sivuja omien perustehtäviensä perusteella. Henkilöt tehtävään määritteli johtoryhmä johtoryhmäpalaverissa. Viikkopalaverissa sovittiin, että sivuja päivitetään jatkossa säännöllisesti sekä perustietojen osalta, että ajankohtaisia artikkelityyppisiä osioita päivittämällä. Sivujen päivittämisen koordinointi päätettiin hoitaa yhdessä viikkopalaverissa.

6.3 www-sivujen palautteet ja työstämisfoorumit

Koska www-sivujen haluttiin palvelevan mahdollisimman kattavasti eri kohde-ryhmiä, sivuja arvioitiin eri näkökulmista. Kerättyä tietoa työstettiin eri foorumeissa ja käytettiin sivujen kehittämiseen. Tiedon keräämiseen ja työstämiseen käytettiin erilaisia keskustelu – ja haastattelutilaisuuksia ja sähköpostikyselyjä. Www-sivujen arviointiin haluttiin kattavasti näkökulmaa; mukaan otettiin Rainasäätiön henkilökunnan lisäksi laaja verkosto yhteistyökumppaneitamme, asiakkaitamme ja ulkopuolisia. Alun perin palautetta oli tarkoitus kerätä saman alan ammattilaisten testiryhmältä hankkeen aikana, mutta hankkeen edetessä sovittiin että testiryhmä sopii oivallisesti ydinviestin testaamiseen, kun se on yhdessä määritelty. Näin kyseinen testaus päätettiin siirtää hankkeen jälkeen työstettäväksi.

ARVIOIJA	KEHITTÄMIS- MENETELMÄ/	PALAUTETTA TYÖSTÄVÄ	AINEISTON HYÖDYNTÄMIS-	AIKA-
----------	---------------------------	------------------------	---------------------------	-------

RYHMÄ	DOKUMENTOINTI-TAPA	FOORUMI	TAPA	TAULU
yhteistyökumppanit	kysely/ yhteenveto	johtoryhmä johtoryhmän palaverissa	näkyvyys sivuille saattekirjeen avulla, ”työkalun” testaus	12/2011
asiakkaat	keskustelutilaisuudet/ haastattelut/ yhteenveto	henkilökunta viikkopalaverissa	osallisuuden lisääminen, sivujen testaus asiakasnäkökulmasta	01/2012
henkilökunta	kysely/ yhteenveto	johtoryhmä johtoryhmän palaverissa	tiedon oikeellisuuden testaus, sisällön arviointi sisäisen yhteisökuvan näkökulmasta	03/2012
tukialusprojektiryhmä	brainstorming- ajatustenvaihtoa/ ryhmän oma yhteenveto	johtoryhmä johtoryhmän palaverissa	sivujen testaus ulkopuolisen näkökulmasta	10/2012
saman alan ammatillisista koottu testiryhmä	auki	johtoryhmä johtoryhmän palaverissa	ydinviestin testaaminen	kevät 2013
yrittäjät	auki	auki	yrittäjien näkökulma, jo yhteistyötä tekevät, uudet yrityskontaktit	auki

Kuvio 9. www-sivujen palautteet ja työstämiskohtaukset.

Palautetta kerättiin www- sivuista eri näkökulmista ja analysoitiin eri foorumeissa. Viestinnän kokonaisuuden hahmottumisen myötä arviointia voidaan jatkaa hankkeen jälkeenkin, ehdotukset pohjaavat annettuihin palautteisiin.

Valitsin yhteistyötahojen ja henkilökunnan palautteen keräämismenetelmäksi sähköpostitse toteutettavan survey kyselyn. Survey kyselyllä tarkoitetaan sitä, että kyselylomake on vakioitu, eli kaikilta vastaajilta kysytään täsmälleen samat kysymykset. (Vilkkä 2005, 73.) Valitsin sähköpostilla tehtävän kyselyn tutkimusmenetelmäksi saadakseni mahdollisimman totuudenmukaista palautetta www-sivuista. Tämäntyyppisen kyselyn etu on anonyyminä pysyminen, sillä vastaaja saattaa kokea negatiivisen palautteen antamisen omalla nimellään

hankalaksi. (Vilkkä 2005, 74.) Kyselylomake sisältää sekä monivalintakysymyksiä, että avoimia kysymyksiä. Vastajiksi valikoitiin viime vuosina kanssamme aktiivisesti yhteistyötä tehneet tahot.

Yhteistyötahojen antamaa palautetta tuli todella vähän. Vastauksia tuli vain 6 46 lähetetystä. Palautetta analysoitiin johtoryhmässä ja yhdessä todettiin, että siitä ei jäänyt paljon kättä pidempää. Ohjaajat olivat saaneet palautetta, että on hyvä että sivut on saatu kuntoon, mutta ilmeisesti kyselyyn vastaaminen ei innostanut syystä tai toisesta. Yhdessä mietittiin, oliko palautteen keräämisen menetelmä valittu väärin, mutta todettiin että saatekirje (liite 2) oli kuitenkin antanut näkyvyyttä uusille sivuille ja näin täyttänyt tehtävänsä.

Henkilökunnan palaute vedettiin yhteen johtoryhmässä, niistä kootun yhteenvedon perusteella (liite 3). Henkilökunnan palautteiden perusteella www-sivuihin tehtiin rakenteellisia ja sisällöllisiä muutoksia. Ehdotusta ”ajankohtaista”- osion arkistosta pidettiin hyvänä, sillä ajankohtaisten artikkelien haluttiin toisaalta säilyvän, mutta jotta ne olisivat ajankohtaisia, niitä olisi säännöllisesti laitettava sivuille lisää. Henkilökunnan ehdotuksesta etusivulle, ”kuntoutuspalvelut” ja ”valmennuskeskukset” - osioihin linkitettiin esitteemme. Se koettiin hyväksi, sillä esitteitämme kysytään usein sidosryhmiemme toimesta ja näin ne olisivat sivuilta helposti saatavissa. Henkilökunta toi lisäksi esille, että myös yrittäjiltä tulisi pyytää palautetta sivuista. Palautetta toivottiin lähinnä siitä näkökulmasta, löydetäänkö meidät alihankintatyön toteuttajina.

Henkilökunnan palautteiden mukaan visuaaliseen ilmeeseen ei oltu täysin tyytyväisiä. Visuaalinen ilme koettiin hieman kömpelöksi ja vanhahtavaksi, siihen kaivattiin enemmän väriä ja ”sitä jotakin”. Asia päätettiin huomioida jatkotyöskenkeltyssä, mutta kokonaisuuteen oltiin nyt pääpiirteittäin tyytyväisiä. Pohdittiin, että visuaaliseen ilmeeseen ei nyt kajottaisi, koska siihen oli lähivuoden aikana mahdollisesti tulossa muutoksia joka tapauksessa. Henkilökunnan palautteissa ei tullut esille merkittävää muuta huomioitavaa, muutamaa kirjoitusvirhettä lukuun ottamatta.

Asiakasnäkökulman sain palvelun käyttäjäasiakkaista koottujen ryhmien ryhmähaastatteluilla, jotka henkilökuntamme suoritti. Fokusryhmähaastattelulla tarkoitetaan haastattelijan eli moderaattorin vetämää keskustelu- tai haastattelu-tilannetta. Se on puolistrukturoitu menetelmä, eli mukailee tiettyjä asioita. (Parviainen 2005, 53.) Henkilökunta kävi keskustelut asiakkaiden kanssa osastokohtaisesti, koska päätelin tutun ohjaajan saavan luotettavampaa tietoa kuin itse heiltä saisin. Fokusryhmät olivat kooltaan 4-11 henkilöä. Fokusryhmän koko vaikuttaa siitä saatavaan tiedon laatuun. Onkin määritelty, että hyvä fokusryhmän koko on 7-12 henkilöä. Tällä osallistujamäärällä nähdään syntyvän vastavuoroista keskustelua ja eriäviä mielipiteitä. (Mäntyneva 2008, 78-79.) Kaikilta asiakkailta kysyttiin samoja kysymyksiä, joita olin aiheesta koonnut haastattelujen rungoksi. Koska Raina-säätiön asiakaskunta on hyvin moninaista ja koostuu esim. kehitysvammaisista henkilöistä, koin että oma ohjaaja tietää myös parhaiten sen tason, jolla asiat tulee käsitellä. Ohjeistin ohjaajat johdattelemaan keskustelua kokoamani rungon mukaan, mutta keskustelun annettiin vapaamuotoisesti hakeutua niihin aiheisiin, jotka asiakkaat itse valitsivat.

Kerätyistä asiakaspalautteista tein yhteenvedon, joka käytiin henkilökunnan kanssa viikkopalaverissa läpi (Liite 6). Yhdessä seuloimme kehittämissuhteet, jotka johtivat toimenpiteisiin. Muutoksia tehtiin ruokalistaan ja ”yhteystiedot”- osioon. Muutokset pantiin heti käytäntöön. Ohjaajat kävivät myös heti palauteyhteenvedon läpi ryhmänsä kanssa ja kertoivat niistä muutoksista, joihin palautteet johtivat. Mielestämme nämä olivat tärkeitä asioita tehdä viipymättä, jotta asiakkaat saivat tiedon, että heidän antamallaan palautteilla oli vaikutusta.

Raina-säätiö teki osana organisaation 15-vuotisjuhlaa yhteistyötä Turun AMK:n tukialus projektin kanssa. Opiskelijoiden Tia Vanne, Pekka Haanpää, Aino Horiola ja Jasmiina Joki-Sipilän kanssa tehtiin syksyllä 2011 toimeksianto projektin puitteissa, jonka yhtenä osana kuului Raina-säätiön näkyvyyden lisääminen. www-sivut kuuluivat luonnollisesti tämän asian piiriin, joten sovimme, että ryhmä pohtii myös nettisivuja ja niiden sisällön kehittämistä. Opiskelijat kirjasivat kehittämissuhteita, niiden perusteluja ja lähtökohtia. Opiskelijat käyttivät aivoriihi-metodia, jotka kokosivat yhteenvedoksi (Liite 7). Aivoriihi eli tutummin brains-

tormig menetelmä on luova menetelmä, jota voi käyttää ideointiin ja ongelmanratkaisuun. Sen vetäjältä vaaditaan taitoja ennakoida ja pitää yllä keskustelua, jottei se työskentelyn aikana tyrehdy. (Ojansalo ym. 2009, 145- 146.)

Tukialusprojektin kokoamia kehittämisideoita käsiteltiin johtoryhmässä. Päätettiin, että kohta 3 ja 4 toteutettaisi lähiaikoina ja kohtaan 2 palattaisi vielä vuodenvaihteen jälkeen. (Liite 7)

6.4 Kehittämishankkeen valmis tuotos; www.rainasaatio.fi.

Vaihe 4: Lopullisten www-sivujen sisältö

Etusivu

Säätiön lyhyt esittely, logo, ”ydinviestiä” kuvaava teksti, valikot

Kuntoutuspalvelut

Palveluryhmät, palvelutarjotin, palveluihin ohjautuminen

Valmennuskeskukset

Naantali, Raisio, Turku

AjankohtaistaVaihtuva osa

Säännöllisesti vaihtuvia ajankohtaisia tiedotteita, tapahtumia jne.

Pysyvä osa

Arkisto (vanhat ajankohtaiset)

Ruokalista

Pesula palvelee

Kiinnostuitko?

Kiinnostuitko kuntoutusjaksosta meillä?

Yhteistyökumppani! Kiinnostuitko lähettämään meille asiakkaan kuntoutusjaksolle?

Yrityksesi vastuuhenkilö; Kiinnostuitko työn teettämisestä meillä?

Sosiaalialan ammattilainen!

Opiskelija!

Yhteystiedot

Vaihe, Nimet ja tehtävät, henkilöiden yhteystiedot aakkosjärjestyksessä, toimipisteiden yhteystiedot, laskutustiedot

Lopulliseen www-sivuun on vaikuttanut eri näkökulmista tehty arviointi sekä viestintään liittyvä teorian tieto lähdekirjallisuudesta. Myös tietynlainen benchmarkkaus on vaikuttanut; prosessin aikana toisten organisaatioiden sivuja on tarkastellut kriittisesti ja siirtänyt kokemuksia hyödyntämällä ne omassa www-sivujen toteutusprosessissa.

Kuvio 10. Lopullisten www-sivujen sisältö.

Etusivu | Kuntoutuspalvelut | Valmennuskeskukset | Kiinnostuitko? | Yhteystiedot | Ruokalista

mennään yhdessä eteenpäin

Raina-säätiö

Sosiaalipalvelusäätiö Raina

ETUSIVU

KUNTOUTUSPALVELUT

VALMENNUSKESKUKSET

» ARKISTO

KIINNOSTUITKO?

YHTEYSTIEDOT

» **RUOKALISTA**

Tervetuloa sosiaalisen- ja ammatillisen kuntoutuksen valmennuskeskukseen Raina-säätiöön!

Tuotamme ammatillista ja sosiaalista kuntoutusta, koulutusta ja työtointia vaikeassa työmarkkina-asemassa oleville henkilöille. Toiminta-alueenamme on Varsinais-Suomi ja meillä on yhteensä kolme valmennuskeskusta: Naantalissa, Raisiossa ja Turussa. Naantalissa Maskuntien pieniteollisuusalueella sijaitseva Naantalin valmennuskeskus, Raision Petäsmäessä Raision valmennuskeskus ja Runosmäessä sijaitseva Turun valmennuskeskus.

Raina-säätiön ovat perustaneet vuonna 1997 Naantalin kaupunki, Raision kaupunki, Hengitysliitto Heili ry, Suomen MS-liitto ry, Kiilin kehitysvammaisten tuki ry, Raision seudun invalidit ry, Mielenterveyden keskusliitto ja Suomi huumeettomaksi ry.

Kuntoutus Raina-säätiössä koostuu seuraavista palveluryhmistä: työ- ja toimintakyvyn arviointipalvelut työelämään valmentavat palvelut, ja toimintakykyä ylläpitävät palvelut. Säätiön palvelujen ostaja ovat kuntien sosiaalitoimet (10 kuntaa vuonna 2010), työllänto, vakuutus kuntoutus VKK sekä alueen oppilaitokset. Raina-säätiössä oli vuonna 2010 231 pitkäaikaista asiakasta.

Lataa esitteemme lisää.

Ajankohtaista

- » [Raina-säätiö juhlisti 15-v taivaltaan](#)
- » [Raina goes International](#)
- » [Pääolympialaiset 2012](#)
- » [Syrjinnästä vapaa alue-kampanja](#)
- » [Työnhakuryhmät Raina-säätiössä](#)
- » [Yritysyhteistyö on Raina-säätiölle tärkeää](#)
- » [Ruokalista](#)
- » [Pesula palvelua](#)

Sosiaalialan ammattilainen!
Kiinnostuitko?

© Sandra Englund 2013

Kuva 3. Raina-säätiön www-sivut. Kuvassa etusivu. Sivut löytyvät kokonaisuudessaan osoitteesta www.rainasaatio.fi.

7 VIESTINTÄ HAASTEESTA MENESTYSTEKIJÄKSI

7.1 Raina-säätiön viestinnän kehittämisehdotukset

Kun www-sivujen teon prosessin aikana aloin syventymään teoriaosuuteen entistä paremmin, viestinnän kokonaisuus alkoi hahmottua sekä yleisellä, että oman organisaationi tasolla. Kehittämishankkeen tekemisen yhteydessä kokosin Raina-säätiön viestinnän kokonaisuutta kriittisen tarkastelun avulla muotoon, jossa se oli mahdollista tiivistää ja organisoida.

- VIESTINTÄ TUNNUSTETAAN TÄRKEÄKSI MENESTYSTEKIJÄKSI.
- VIESTINNÄN SUUNNITTELUUN , TOTEUTUKSEEN JA ARVIOINTIIN SITOUDDUTAAN KOKO ORGANISAATION TASOLLA.
- VIESTINNÄN TOIMIVUUDEN SEURAAMISEEN ON JOKIN SOVITTU MITTARI.

STRATEGISEN SUUNNITTELUN TASO

- määritellä ydinviesti
- sopia mitä tavoitteita viestinnälle asetetaan
- määritellä viestinnän painopistealueet

TOIMINNAN SUUNNITTELUN TASO

- täsmentää viestintä käsitteenä
- sopia mitä käytännön tehtäviä viestinnälle asetetaan
- erilaisten asiakkuuksien määrittely

Kuvio 11. Jatkotyöskentelyehdotukset Raina-säätiön johtoryhmälle.

Kuviossa on listattuna jatkotyöskentelyehdotukset johtoryhmälle Raina-säätiön viestinnän kehittämiseen jatkossa. Sekä johdon, että henkilöstön sitoutuminen on ratkaisevaa. Jotta voidaan määritellä viestinnän tavoitteet, painopistealueet ja viestintätavat, on tärkeää määritellä ensin yhdessä, mitä viestinnällä ymmärretään.

Sopimalla viestinnän vastuista, aikatauluista ja linjauksista saadaan aikaan kaivattua viestinnän organisointia. Tietenkään asioiden linjaaminen ei vielä riitä viemään sovittua käytäntöön. Tarvitaan sitoutumista: säännöllinen toimintatapa ja tietenkin toteutus. Luontevinta olisi kytkeä viestinnän suunnittelu jatkossa toiminnan suunnitteluun eli toimintasuunnitelmiin jollakin tapaa. Tätä ajatusta johtoryhmässä pidettiin hyvänä. Toimintasuunnitelmaan pitäisi tiivistää viestinnän käytännön ydintä: ydinviestit, viestinnän kohderyhmät, eri kohderyhmien viestintätapoja, aikataulua, määritellä vastuuhenkilöt, sekä miettiä miten jatkossa arvioidaan viestinnän toimivuutta, jotta keskitetään resurssia oikeisiin kohteisiin.



Kuvio 12. Raina-säätiön viestinnän painopistealueet tulevaisuudessa.

Kehittämishankkeesta hankittujen tietojen perusteella Raina-säätiön ulkoisen viestinnän painopistealueet voidaan tiivistää kolmeen näkökulmaan; on tärkeää tiedostaa tehdyn asiakastyön painoarvo markkinoinnin kanavana, korostaa sidosryhmäyhteistyön merkitystä ja tiedostaa ne parhaiksi tavoiksi markkinoida palveluja myös uusien asiakkuuksien näkökulmasta.

Raina-säätiössä kannattaa tulevaisuudessa panostaa ulkoiseen viestintään ja erityisesti sen suunnitteluun. Suhdetoiminnalla on myös tärkeä merkitys; tulee näkyä, olla tietoinen ajankohtaisista asioista ja pyrkiä yhteistyöhön muiden toimijoiden kanssa. Uudet tai orastavat asiakassuhteet ja niihin liittyvä viestintä on tärkeä suunnitella jatkuvassa vuoropuhelussa sisäisestä kehittämistyöstä vastaavan foorumin kanssa. Tämä takaa nopean reagoinnin yhteiskunnan tarpeisiin.

7.2 Kolmannen sektorin organisaation viestinnän menestystekijöitä

Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon kehittämishankkeen tulisi olla levitettävissä myös muihin organisaatioihin. Toikko ja Rantanen (2009, 16) pitää työn levitettävyyttä jopa hyvän kehittämisen mittapuuna.

Jotta myös hankkeen aikana hankittu tieto viestinnän kokonaisuudesta järjestönäkökulmasta olisi helpommin siirrettävissä muidenkin organisaatioiden hyödyksi, voidaan viestinnän kokonaisuuteen liittyen päätyä seuraaviin kiteytyksiin, joita kannattaa miettiä oman järjestöorganisaation näkökulmasta:

- koko organisaation sitoutuminen viestinnän suunnitteluun, toteutukseen ja säännölliseen arviointiin on viestinnän kokonaisuuden onnistumisen edellytys.
- viestinnän määrittely kannattaa jäsenellä käytännön toiminnan tasolla: mitä viestinnällä tarkoitetaan meidän organisaatiossa, juuri tässä toimintaympäristössä?
- ydinviestien määrittely, jotta kaikille on kristallin kirkasta, mitä haluamme organisaatiostamme viestittävän.
- mittarit viestinnän arviointiin. (esim. markkinointia tai sisäistä viestintää voi seurata mittarein)
- viestinnän suunnittelu: strateginen suunnittelu pitkällä aikavälillä, viestinnän suunnittelu esimerkiksi vuosittain toimintasuunnitelmiin kytkettynä.
- vastuuhenkilöiden määrittely.
- asiakas segmentointi eli eri asiakasryhmien määrittely mahdollistaa markkinoinnin suunnittelun tai toteutuksen kohdennetusti.

Hankkeen aikana kertyneen tiedon perusteella uskaltaisin väittää, että viestintä huomioimalla ja sen kehittämiseen sitoutumalla järjestöorganisaatiossa voidaan saavuttaa merkittävää hyötyä. Tulevaisuudessa viestinnän suunnittelua tullaan vaatimaan esimerkiksi rahoitushakemusten liitteiksi. Käytännössä järjestösektorilla on siis pakko jollakin tasolla sitoutua siihen. Miksi ei sitten ottaa siitä kaikki irti, mitä siitä on mahdollista saada?

8 KEHITTÄMISHANKKEEN ARVIOINTI

8.1 Prosessin arviointi

Työelämälähtöisessä kehittämisessä on omat haasteensa. Prosessin ajan täytyy koko ajan olla tarkkana, että tuntuma käytäntöön säilyy. Tämä siksi, jotta työn tarkoitus pysyy työyhteisön tarpeita eikä pelkästään kehittämishanketta palvelevana. Tässä suhteessa koen, että tutkimuksen tekeminen olisi yksinkertaisempaa. Työelämälähtöinen kehittäminen vaatii paljon vuorovaikutusta. Haasteita muodostaa myös ajankäyttö. Työelämässä on nykyään usein niin kiire, että harvaan kehittämistä vaativaan asiaan pystyy keskittymään niin paljon kuin haluasi ja kehittäminen vaatisi. Aikataulu on työelämälähtöisessä kehittämisessä kiinni itsesi lisäksi monesta muusta tekijästä. Vaikka itse pitäisit tiukasti aikatauluista kiinni, on mahdollista, että jokin muu lenkki prosessissasi pettää. Asiathan eivät tunnetusti käytännössä läheskään aina, jos koskaan, mene niin kuin alun perin suunnittelee.

Toikko ja Rantanen (2009, 56) puhuvat jatkuvasta kehittämisestä. Tämä vaatii mielestäni organisaatiolta tietynlaista kulttuuria, asenne kehittämistä kohtaan täytyy olla kunnossa. Oman organisaationi koen erittäin kehittämismyönteisenä. Toki viime vuosien taloudelliset haasteet ovat tarkoittaneet resursseista nipistämistä, joka on verottanut juuri kehittämisestä.

Kehittämistoiminnassa minulle uutta oli tutkimuksellisuus. Eritoten tutkimus- ja kehittämismenetelmien sekä tiedonkeruumenetelmien valinta muodostivat alueen johon en aikaisemmin ollut paneutunut riittävästi. Aluksi oli vaikeaa hahmottaa, että esimerkiksi dialogi muiden toimijoiden kanssa, kuten palaverit, sähköpostikeskustelut ja puhelut voivat olla kehittämisen menetelmiä. Työssäni käytin www-sivuja työstäessäni paljon kokemustietoa, jota en myöskään olisi osannut ajatella kehittämisen menetelmäksi. Sosionomiopinnoistani on kulunut kymmenen vuotta, jonka aikana en ole vastaaviin asioihin törmännyt.

Toikon ja Rantasen (2009, 16) mukaan työn eri vaiheiden dokumentointi lisää sen käytettävyyttä ja siirrettävyyttä muille toimijoille ja edistää näin sen levittä-

mistä. Koin eri vaiheiden dokumentoinnin haasteellisena. Mikä tieto on arvokasta? Mitä kannattaa kirjata ylös? Mitä kannattaa kuvata kuviaina? Miten lukija ymmärtää vaiheiden merkityksen parhaiten? Myös kuvioiden toteuttaminen oli yllättävän haasteellista. Päädyin pitämään kaikesta kehittämispäiväkirjaa, joka osoittautui suhteellisen toimivaksi ratkaisuksi. Tarvittaessa muistiinpanoihin oli helppo palata. Nyt hankkeen raportointivaiheessa siirrettävyys ja tiedon levittäminen on ehkä hankkeessani se, mihin olen eniten tyytyväinen.

Ehdin aloittaa www-sivuihin liittyviä asioita jo ennen kun päätin tehdä niistä opinnäytetyön. Olin kalenterin kulmaan merkinnyt ajankohtia ja keskustelun aiheita, näin sain dokumentoitua hanketta jälkikäteen. Paljon keskustelua oli myös käyty sähköpostitse, josta tietoa oli helppoa poimia. Toisaalta se aiheutti myös haasteita. Jälkikäteen huomasi miten teoria ja käytännönkin tieto aiheuttivat sen, että asioita olisi ihan lähtökohtaisesti tehnyt toisin. Tässä vaiheessa olen kuitenkin tyytyväinen siihen, että organisaatio sai toimivat nettisivut ja opin itse sekä viestinnästä, että kehittämisen prosessista paljon.

Työn edetessä tuntui useaan otteeseen, että punainen lanka oli hukassa, kunnes jostain sen pää kuitenkin aina kurkisti, ja niin pääsin taas eteenpäin prosessissa. Kehittämisprosessi ei edennyt loogisesti eikä edes aina suunnitellusti. Sen lopputulos näyttää erilaisesta kun oli tarkoitus, mutta hyödyttää suuresti organisaatiotani. Toikko ja Rantanen (2009, 69- 72) kuvaa kehittämistä erilaisina prosesseina, muun muassa lineaarisen mallin, spiraalimallin ja spagettimallin avulla. Lineaarinen malli kuvaa kehittämistä vakioituna suoraan etenevänä prosessina, joka seuraa koko ajan tehtyä suunnitelmaa. Mallia voi verrata koelaboratorioon, siinä ei oteta huomioon häiriötekijöitä, siinä ei ole muuttujia, eikä muuttuvia tilanteita. Kehittäminen, joka tapahtuu muiden toimijoiden kanssa aidossa jokapäiväisessä tilanteessa, etenee harvoin, jos koskaan ilman muuttuvia tekijöitä ja tilanteita, jotka väistämättä vaikuttavat sekä prosessiin ja että sen lopputulokseen.

Spiraalimallissa korostuu reflektiivinen ajattelu. Prosessin edetessä palataan aina tarkastelemaan asioita uudestaan ja tarvittaessa tehdään korjausliikkeitä, palataan taas sorvin ääreen ja suunnataan toimintaa uudelleen. Malli on realis-

tinen ajatellen käytännön kehittämistä, jossa tilanteet vain väistämättä muuttuvat koko ajan. Spagettimallissa kehittämistä verrataan kasaan keitettyä spagettia: on vaikeaa erottaa kehittämisen pitkiä spagettilonkeroita toisistaan, koska sosiaalinen prosessi ei etene loogisesti.

Salonen (2011, 8) on koonnut kehittämisestä mallin, jonka on nimennyt konstruktivistiseksi malliksi. Malli kuvaa mielestäni järjestelmällisempää versiota spagettimallista. Konstruktivistisen mallin lähtökohtana on kehittämishankkeen huolellinen suunnittelu ja toiminnan vaiheistus. Mallissa kehittäminen tapahtuu kehittämisen ”hurrikanissa”, jossa toiminnasta otetaan oppia arvioimalla hanketta yhä uudelleen ja uudelleen. Näin jälkikäteen malli aukeaa minulle ihan eri tavalla kuin alussa. Ymmärrän, miten tärkeä osa on hyvä suunnittelu, ja miten merkityksellinen se on sekä toteutukselle, että arvioinnille. Myös vaiheistuksen merkitys, jotta lopputuloksen kirjallinen tuotos on ymmärrettävä ja näin levitettävissä, saa merkityksen näin hankkeen loppupäässä.

Omassa kehittämisprosessissa näen sekä konstruktivistista mallia että spagettimallia. www-sivujen kehittämisprosessin voisi tiivistää konstruktivistiseen malliin ja kaataa siihen kattilallinen spagettia päälle, jolloin se kuvaisi hyvin viestinnän kokonaisuuden kehittymistä. Se on kiertynyt jokaiseen väliin niin, että sitä on lopuksi vaikeaa erottaa. Tietoisuus viestinnän kokonaisuudesta on tiivistynyt ja jalostunut sekä teoretiedon lisääntyessä, että dialogissa, jota www-sivuja kehitettäessä on erilaisissa yhteyksissä käyty. Prosessi on ollut katkonainen ja hidas ja viestinnän kokonaisuus ja kehittämisen tarpeet hahmottuivat prosessin aikana.

8.2 Lopuksi

Miten kehittämishankkeelle asetetut tavoitteet saavutettiin ja miten kehittämiss tehtävät onnistuivat? Raina-säätiöllä on nyt asiasisällöltään hyvät www- sivut ja sekä päivittämisestä, että päivittämisen vastuuhenkilöistä on sovittu. Sivujen visuaaliseen ilmeeseen tullaan oletettavasti palaamaan ja yhtenäistämään se muun organisaation visuaalisen ilmeen kanssa lähiaikoina, sillä siihen ei oltu täysin tyytyväisiä. www-sivujen sisällön on tarkoitus muokkautua organisaation ja sen kohderyhmien tarpeiden mukaan, joten sitä ei pysyväksi ollut tarkoitettu-kaan.

Vaikka kehittämishankkeen päätuotoksena voidaan pitää www-sivujen tuotta- mista ja päivittämissuunnitelmaa, työ muotoutui sen edetessä paljon laajem- maksi organisaatiota hyödyttäväksi kokonaisuudeksi. Tutustuminen viestinnän kokonaisuuteen on ollut antoisaa, ja se on antanut jo nyt organisaatiossa paljon. Viestinnän kehittäminen on Raina-säätiössä saatu alkuun. Tulevaisuu- desta ei voi tietää, mutta uskon, että hankkeesta jää elämään osioita www- sivujen lisäksi, jotka ilmenevät tulevaisuudessa säätiössä kehittyneinä viestintää parantavina toimintatapoina.

Tavoitteena oli, että kehittämishanketta voidaan joitain osin hyödyntää myös muissa alan organisaatioissa. Oletan, että viestinnän organisoiminen voi hel- pommin aloittaa vastaavassa organisaatiossa hankkeen antia hyödyntämällä. Kiteytyksiä viestintään liittyen, joita olen koonnut järjestösektorin organisaation näkökulmasta, pystyy varmasti soveltamaan jatkossa järjestösektorilla. Myös ajatusta viestinnän suunnittelemisesta toimintasuunnitelman yhteyteen pidän sellaisena, jota pystyy käyttämään yleisemminkin kuin Raina-säätiössä hyvänä toimintatapana. Olen erityisen tyytyväinen hankkeen siirrettävyyteen levittämi- seen (Liite 9)

Työn suurinta antia on ehdottomasti ollut itse kehittämisen prosessi; siihen tu- tustuminen teoriassa, hankkeen käytännön toteutus, sekä sen arvioiminen han- keraportin muotoon. Prosessista oppiminen tulee olemaan suurin hyöty minulle itselleni ammatillisessa mielessä. Uskon, että jatkossa erilaisten isojen kokonai-

suuksien hahmottaminen ja tuottaminen paperille on helpompaa. Erityisen innostunut olen vaiheistuksesta. Vaiheistuksen avulla saa dokumentoidusta ammattimaisemman ja ymmärrettävämmän. Sitä tulen ehdottomasti käyttämään jatkossa ammatillisella tasolla.

Viestintään liittyvää tietoa ja termistöä tulee raportin edetessä tutuksi lukijalle. Raportti jäsentää lukijalleen myös niitä erityispiirteitä, mitkä vaikuttavat ja täytyy ottaa huomioon viestintää suunnitellessa. Viestintään liittyvä osaaminen lienee tulevaisuudessa tärkeä lisä jokaiselle alallamme toimivan henkilökohtaiseen ”työkalupakkiin”. Siksi hanke on ajankohtainen ja hyödyllinen.

LÄHTEET

Ahola, H., Koivumäki, T. & Oinas-Kukkonen, H. 2002. Markkinointi liiketoiminta digitaalinen media. Helsinki: WSOY.

Aula, P. & Mantere S. 2005. Hyvä yritys: Strateginen maineenhallinta. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Blythe, J. 2001. Essentials of Marketing. Second Edition. Financial Times. Prentice Hall. England: Pearson Education.

Dibb, S., Simkin, L. & Pride, W. M. & Ferrell O.C. 2006. Marketing Concepts and Strategies. 5 th edition. USA: Houghton Mifflin Company.

Huhtala, H. & Hakala, S. 2007. Kriisi ja viestintä. Helsinki: Hakapaino.

Huotari, T., Pyykkönen, M. & Pättiniemi, P. 2008. Sosiaalisen ja taloudellisen välimaastossa. Tutkimusnäkökulmia suomalaiseen sosiaaliseen yritykseen. Helsinki: Sosiaali- ja terveysturvan keskusliitto ry.

Huovila, T. 2006. ”Look”: Visuaalista viestisi. Helsinki: Inforviestintä.

Järvikoski A. & Härkäpää K. 2011. Kuntoutuksen perusteet. Helsinki: WSOY.

Juholin, E. 1999. Sisäinen viestintä. Inforviestintä Oy. Porvoo: WSOY.

Juholin, E. 2009. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Inforviestintä. Porvoo: WS Bookwell.

Kallanranta, T. & Rissanen, P. & Vilkkumaa, I. 2001. Kuntoutus. Helsinki: Duodecim.

Korhonen N. & Rajala R. 2011. Viestinnän Prosessointi. Koreografia Kaaokselle. Helsinki: Talentum.

Korpilahti, M., Kukkonen, S., Mikkola, J. & Siitonen., T, 2009. Kuntoutus ja vakuutus työtapa- turma, liikennevahingot ja työeläke. Helsinki: Finanssi ja vakuutuskustannus FINVA oy.

Kuokkanen, E., Pohjanoksa, I. & Raaska, T. 2007. Viesti verkossa: digitaalisen viestinnän käsi- kirja. Helsinki: Infor.

Laki julkisesta työvoimapalvelusta 30.12.2002/1295.

Laki kansaneläkelaitoksen järjestämästä kuntoutuksesta 23.8.1991/1161.

Laki kehitysvammaisten erityishuollosta 23.6.1977/519.

Laki kuntouttavasta työtoiminnasta 2.3.2001/189.

Laki sosiaalihuollon asiakkaan asemasta ja oikeuksista 22.9.2000/812.

Liukko, E. 2006. Kuntouttavaa sosiaalityötä paikantamassa. Helsinki: SOCCA:n ja Heikki Warisinsitutuutin julkaisusarja 9/2006.

Lohtaja, S. & Kaihovirta- Rapo, M. 2007. Tehoa työelämän viestintään. Puhu kuulijalle, kirjoita lukijalle. Helsinki: WSOY.

Mäntyneva, M., Heinonen, J. & Wrange, K. 2008. Markkinointitutkimus. Helsinki: WSOY.

- Nielsen, J. & Tahir, M. 2002. Kotisivun suunnittelu – miten teet vetävimmät web-sivut. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Ojasalo, K. & Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOY .
- Parkkinen, J. 2002. Hyvään verkkopalveluun!. Helsinki: Inforviestintä.
- Parviainen, L. 2005. Fokusryhmät. Ovaska, S., Aula, A. & Majaranta, P. (toim.) Tampereen yliopisto, Tietojenkäsittelytieteiden laitos B-2005-1.
- Pietikäinen, R. & Hassinen, M. 2009. Johdanto – sosiaalinen työllistäminen kiristyvän talouden ja palvelurakennemuutosten pyörteissä. Teoksessa Yksilön vai talouden ehdoilla? Tilaaja – tuottaja –toimintatapa sosiaalisen työllistämisen kentällä. Toim. R. Pietikäinen, E. Vogt & M. Hautaluoma. Kaarina: Valtakunnallinen työpajayhdistys ry. Sivut 9-10.
- Raninen, A., Raninen, T., Toni, I. & Tornaeus, G. 2008. Mathildan muodonmuutos. Kansalais- ja vapaaehtoistoiminnan uudet kasvot. Helsinki: Sosiaali- ja terveysjärjestöjen yhteistyöyhdistys YTY.
- Rissanen, P. & Aalto, A-M. 2002. Yhteenveto kuntoutuksen vaikuttavuuden arvioinnista. Teoksessa Kannattaako kuntoutus? Asiantuntijakatsaus eräiden kuntoutusmuotojen vaikuttavuudesta. Toim. M. Aalto, H. Hurri, A. Järvikoski, J. Järvisalo, V. Karjalainen, H. Paatero, T. Pohjalainen & P. Rissanen. Helsinki: Stakes, 1-26. Raportteja 267. Sivut 2.
- Romppainen, E. 2007. Sosiaali- ja terveysjärjestön oikeudellinen asema hyvinvointipalvelujen järjestämisessä : tutkimus julkista avustusta saavan yhdistyksen asemasta hankintasääntöjen näkökulmasta. Helsinki: Suomalainen lakimiesyhdistys. Suomalaisen lakimiesyhdistyksen julkaisuja A-sarja 281.
- Sipilä, L. 2008. Käytännön markkinointi. Nyt. Keuruu: Infor oy.
- Siukosaari, A. 2002. 2. tarkistettu painos. Yhteisöviestinnän opas. Helsinki: Tietosanoma.
- Sosiaalihuoltolaki 17.9.1982/710.
- Säätiölaki 5.4.1930/109.
- Toikko T. & Rantanen T. 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. Tampere: Tampere University press.
- Vilka H. 2005. Tutki ja kehitä. Keuruu: Tammi.
- Vilkkumaa, I. 2004. Kolme tapaa nähdä sosiaalinen kuntoutuksessa. Teoksessa Kuntoutus kanssamme: ihmisen toimijuuden tukeminen, 71–80. Toim. Vappu Karjalainen, V. & Vilkkumaa, I. Helsinki. Stakes.
- Vuokko P. 2004. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. Porvoo: WSOY.
- Åberg, L. 2000. Viestintä –tuloksen tekijä. Tampere: Tammer-paino Oy.
- Wii, O.A. 2000. Johdatus viestintään. 6.-9. painos Porvoo: WSOY.
- Välimaa, A., Ylipaavalniemi, P., Pikkusaari, S. & Hassinen M. 2012. Sosiaalisen työllistämisen toimiala- palveluilla tasa-arvoa työllisyyteen. Helsinki: Valtakunnallinen työpajayhdistys ry ja VATES-säätiö.

Julkaisemattomat lähteet:

Raina-säätiön opintojen suorittaminen pajalla- esite 2012.

Raina-säätiön strategia 2013- 2016.

Raina-säätiön toimintakatsaus 2011.

Raina-säätiön yleisesite 2012.

Salonen, K. 2011. Kehittäminen opinnäytetyönä – näkökulmia toiminnallisen ja tutkimuksellisen opinnäytetyön samankaltaisuuksiin ja eroihin. Opintomoniste, Turun AMK.

Sähköiset lähteet:

Jämse`n, A. 2012. Vaikuttava ja innostava sosiaalialan viestintä. Viitattu 10.12 2012. http://www.isonetti.net/julkaisut/Viestintaraportti_AJ_120612.pdf.

Kela 2012. Viitattu 3.12 2012. <http://www.kela.fi/in/internet/suomi.nsf/NET/051011153338HL?OpenDocument>

Kuntoutusportti 2012a. http://www.kuntoutusportti.fi/portal/fi/kuntoutus/kuntoutusjarjestelma/sosiaalinen_kuntoutus/

Kuntoutusportti 2012b.

http://www.kuntoutusportti.fi/portal/fi/kuntoutus/kuntoutusjarjestelma/ammattillinen_kuntoutus/

Pihlaja, R. 2010. Kolmas sektori ja julkinen valta. http://www.kaks.fi/sites/default/files/TutkJulk_61_0.pdf

Pyykkönen, M. Uusi kolmas sektori. Viitattu 9.7 2012. <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/uusi-kolmas-sektori>

Raina-säätiön www-sivut 2012. Viitattu 9.7 2012. <http://www.rainasaatio.fi/>

Rosengren P. & Törrönen A. 2008. Viitattu 11.11 2012. http://www.yhdistystoimijat.fi/?page_id=112

Terveys ja hyvinvoinnin laitos 2012. Sosiaali- ja terveysalan tilastollinen vuosikirja 2011. <http://www.thl.fi/thl-client/pdfs/aab19516-a923-42e9-9430-fa2564c504d0>

Säätiö- oktetti. Viitattu 1.2 2012. <http://www.saatio-oktetti.fi/tiesitko.html>

Työpajatieto. Viitattu 9.7 2012. http://www.tyopajatieto.fi/tyopajatieto/mita_on_sosiaalinen_tyollistamin/

Valtakunnallinen työpajayhdistys. Viitattu 1.2 2012. <http://www.tpy.fi/tyopajapalvelut/tyopajapalveluista/>

Varsinais-Suomen ELY- keskus. Viitattu 29.2 2012. <http://www.te-keskus.fi/Public/?nodeid=10590&area=7652>

VKK 2012. Viitattu 3.12 2012. <http://www.vkk.fi/VKK/esittely.html>

Ylipaavalniemi P. 2005. Erytistyöllistämisen yksiköt heikossa työmarkkinaasemassa oleville. Työllistämispalveluiden tilastollinen katsaus. Sosiaali- ja terveysministeriön selvityksiä 27. Viitattu 9.7 2012. http://www.stm.fi/c/document_library/get_file?folderId=28707&name=DLFE-4095.pdf

Liite 1. Ote henkilöstöpalaverin muistiosta ja saatteeksi kirjoitetusta sähköpostista 8.9.2009

Saate:

Mietimme markkinointitiimissä Rainan nettisivujen päivittämisen tarvetta ja päädyimme siihen, että kysymme teiltä mitä mieltä olette Rainan nettisivuista. Avaa Rainan nettisivut sellaisella ajatuksella, että mikä toimii ja on hyvää mikä kaipaa muokkausta. Toimita kommenttisi ensi viikon aikana, 18.9 mennessä. Oivaltavista ja innovatiivisista kommenteista palkitaan suurilla suosionosoituksilla ja mahdollisesti osallistumisella nettisivujen jatkotyöstämiseen. Ei muuta kun näppikset laulamaan!

Yhteenveto kommentteista:

- Nettisivujen ilme kaipaa sellaista raikkautta, stailausta, nuorekkuutta. Olisi tärkeää että sivut näyttäisivät parhaita puolia Rainasta.
- Kaipaa väriä. Olisi tärkeää miettiä, mitä nettisivuilla olisi tärkeää olla, mitä voisi karsia, mikä ei ole olennaista olla nettisivuilla.
- Sivut kaipaavat selkeyttä, että niiltä olisi mahdollisimman helppoa löytää mitä hakee, esim. yhteystiedot, miten meille hakeudutaan, mitä erilaisia mahdollisuuksia meillä on. Puukuvio? Etusivulle esim. lyhyt kuvaus Rainasta, johon valikot: yhteystiedot, kuntoutuspalvelut, työharjoittelumahdollisuuksien esittely, työn mainostamista yrittäjille? mahdollisesti ruokalista? Slogan?
- Kun olen katsonut erilaisia nettisivuja, olen todennut että kun valikot ovat vasemmassa sivussa päällekkäin, on aika selkeä sivu.
- Nettisivut hyvin kotikutoisen näköiset. Etusivu on jotenkin levoton kun kuvat vaihtelee ja kuvat on muutenkin kolkon näköisiä. Kuvia saisi kyllä olla muuten enemmän, mutta esimerkiksi sisätiloista. Keittiöstä otetut kuvat olivat kivoja.
- Sisältö on sinänsä hyvää, mutta ehkä senkin voisi tiivistää.
- Sivuilta voisi löytyä viikon ruokalista ja muuta sellaista mitä asiakkaat voisivat käydä katsomassa, esim. "Rainassa tapahtuu" otsikolla. Sivujen päivittäminen voisi olla yksi työtehtävä.
- Eniten panostaisin etusivuun ja sen houkuttelevuuteen. Kuvat toimihenkilöistä voisi olla myös kiva lisä.
- Jos ehdit niin käy vilkaisemassa veljeni yrityksen sivuja. Minun mielestä ne on reippaat ja ryhdikkäät. Googleta Good idea niin löytyy.
- sivut ovat kyllä oikein informatiiviset, mutta visuaalinen ilme hieman "harrastelijamainen"..
- Kommentteja sivuista näin äkkiä kirjoittaen. Siitä on tosi pitkä aika kun olen käynyt katsomassa Rainan sivuja, sisältöä oli tullut tosi kattavasti lisää, kuten palvelutarjotin, esitteet eri palveluista ja tietosuojaseloste, hyvä juttu. Palveluiden esitteissä musta tausta esitteen molemmilla puolilla näytti hyvältä, tuolloin esitteet tulivat selkeästi näkyviin.
- Aloitussivu on sinänsä hyvä, kun on kaikki toimipisteet heti näkyvissä.
- Vilkkuvat jutut siitä voisi poistaa.
- Pilviihde sivujen reunassa ja ylhäällä kiva.
- Sivulla kuten "toiminta" osion "yleistä" on paljon hyvää asiaa. Samalla siinä on kuitenkin paljon tekstiä. Voisiko tekstiosuutta jakaa useammalle sivulle? Jos tekstiä on vähemmän, pilviihettä voisi näkyä enemmän.
- Voiko tekstin taustaväriä olla muu kuin valkoinen pohja? Esim. hyvin vaalean sininen joka sopisi pilviihden värityksen kanssa. Toisaalta, jos haluaa tulostaa sivun niin, valkoinen on tietty se paras vaihtoehto. Eli se oli huono idea! Linkit hieno asia.

Liite 2. Saatekirje

Hyvä yhteistyökumppani

Tervehdys Raina-säätiöstä!

Kuluvaan vuoteemme mahtuu monenlaista tapahtumaa. Olemme saaneet kokea ilon hetkiä, kun yhteistyömme alueen oppilaitosten kanssa on mahdollistanut kahden nuoren valmistumisen ammattiin. Valmistumisjuhlia on vietetty Raina-säätiössä kakkukahvien merkeissä. Naantalin valmennuskeskuksessa työ- ja viriketoiminnan ryhmä muutettiin päivätoiminnaksi kesätauon jälkeen. Palvelua kehitettiin yhteistyössä Naantalin kaupungin kanssa vastamaan paremmin asiakaskunnan tarpeita. Kesän olympiakisoista kolme asiakastamme toi mitalit tullessaan ja taas saimme hyvän syyn juhlia koko porukan voimin.

Näistä ja monesta muusta ajankohtaisesta asiasta voit lukea uusilta nettisivuiltamme, osoitteesta www.rainasaatio.fi. Ajankohtaisien aiheiden lisäksi sivuille on koottu tietoa palvelutarjonnastamme. Sivut on tehty sosionomin ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon kehittämistyönä. Toivomme sivuista palautetta, jotta niistä voidaan muokata mahdollisimman monipuolisesti palvelevat. Palautetta voit antaa palautelomakkeella, jonka löydät täältä [linkki palautelomakkeeseen](#).

Lounasruokalamme on uusiutunut ja sen uutena vetäjänä on ravintolakokki Petri Tättilä. Jatkossa myös lounasruokalan ruokalista on nähtävissä nettisivuillamme.

Tervetuloa!



Liite 3. Henkilökunnan palautteista tehty kooste www-sivuista

Nettisivun rakenne on selkeä

täysin eri mieltä
lähes erimieltä
en osaa sanoa
lähes samaa mieltä 6 vastausta
täysin samaa mieltä 8 vastausta

Vapaat kommentit

- Olen pyytänyt muutamia tuttujani katsomaan sivuja, ja heidän palautteensa oli se, että alan ihmiset varmaankin osaavat hakea ym., mutta ns. ulkopuolisille ei heti selviä mikä Raina on.
- Tärkeimmät asiat ovat helposti löydettävissä.
- Tärkeimmät asiat löytyvät helposti.
- Otsikot löytyvät ylhäältä ja sivulta. Ulkonäkö selkeä.
- Olisi hyvä, että ohjaajan nimen perässä olisi toimipiste/ työpiste jossa toimii.
- Asiat löytyvät hyvin.
- Otsakkeet ovat hyvät ja sieltä löytyy kaikki tarvittava.

Nettisivuilla liikkuminen on sujuvaa

täysin eri mieltä
lähes erimieltä
en osaa sanoa
lähes samaa mieltä 3 vastausta
täysin samaa mieltä 9 vastausta

Vapaat kommentit:

- Kyllä on sujuvaa, asioita ei tarvitse etsiä monen mutkan kautta vaan selkeät otsikoinnit vievät perille.
- Minun mielestä helppokäyttöinen, ei ole liikaa "tavaraa" esillä, löytää kaiken oleellisen.

Nettisivujen sisältö ja kuvat kuvastavat toimintaamme arvojamme kunnioittaen

täysin eri mieltä
lähes erimieltä
en osaa sanoa 1 vastaus
lähes samaa mieltä 2 vastausta

täysin samaa mieltä 11 vastausta

Vapaat kommentit:

- Arvot tulevat selkeästi esille
- Kuvat kertovat hyvin toimintaa. Lisää kuvia.
- Arvot voisivat olla enemmän/osin esillä etusivulla.
- Kuvat ovat monipuoliset ja niistä välittyy hyvä tekemisen fiilis.

Nettisivujen sisältö on tarkoituksenmukaista palvelunkäyttäjien näkökulmasta

täysin eri mieltä

lähes erimieltä

en osaa sanoa 2 vastusta

lähes samaa mieltä 2 vastausta

täysin samaa mieltä 10 vastusta

Vapaat kommentit:

- Todennäköisesti palvelevat mahdollisimman monia palvelunkäyttäjiä; käyttäjät ovat erilaisia ja siksi kaikille toimivaa vaihtoehtoa on ehkä vaikea saavuttaa.
- Otsikko "Kiinnostuitko?" on hyvä, sellainen jonka asiakas tai muu taho hyvin löytää. Asiakkaalle osoitettu kappale ensimmäisenä on myös asiakaslähdistä ja hyvä asia.
- Palvelutarjonta on riittävän selkeästi esillä.
- Joidenkin kohdalla tekstiä saattaa olla liikaa. Kuitenkin työtehtävistä on kuvauksia ja sivuilta löytyy ruokalista mikä monelle tärkeä.
- Osa tekstistä voisi olla selkokielellä?

Nettisivujen sisältö on tarkoituksenmukaista palveluja ostavan tahon näkökulmasta

täysin eri mieltä

lähes erimieltä

en osaa sanoa 1 vastaus

lähes samaa mieltä 4 vastusta

täysin samaa mieltä 9 vastausta

Vapaat kommentit:

- Yhteystiedoissa olisi hyvä mainita myös toimipiste. Muuten ihan ok.
- Palvelutarjotin selitteineen löytyy ja se on varmasti oleellisin ostajille.
- Yhteystiedot ym. oleellisen löytää helposti.
- Palvelee varmaan parhaiten ostavaa taho.

Nettisivujen sisältö on tarkoituksenmukaista verkostoyhteistyön näkökulmasta

täysin eri mieltä

lähes erimieltä

en osaa sanoa 3 vastausta

lähes samaa mieltä 1 vastaus

täysin samaa mieltä 9 vastausta

Vapaat kommentit:

- Tulisiko jossakin kohdassa tuoda esille yhteistyötahojamme enemmän?

- Nyt kun Rainassa on suunnittelilla ja kehitteillä enemmänkin oppilaitosyhteistyötä (opintojen suorittamista pajoilla), toivoisin siihen "omaa sivua", mutta tätä voidaan miettiä ja kehittää sitten, kun asia on varmistunut.

Nettisivujen sisältö on tarkoituksenmukaista yritysyhteistyön näkökulmasta

täysin eri mieltä

lähes erimieltä

en osaa sanoa 2 vastausta

lähes samaa mieltä 4 vastausta

täysin samaa mieltä 8 vastausta

Vapaat kommentit:

Yritysyhteistyö ei ole kovinkaan suurta, ja sitäkin tulisi kasvattaa, vaikka yrityksiä on todella vaikea saada mukaan. Yrityksetkin haluavat toki näkyvyyttä, esim. "Kuukauden yhteistyökumppanimme"? Jonkinlainen mainosisku keittiön palveluista (firmat voisivat hakea täältä ruoan tai täältä kuskata firmoihin) olisi paikallaan.

- Osaako yrittäjä hakeutua sivuillemme? Jos osaa, niin luulen, että yrittäjä löytää helposti Kiinnostuitko osiomme. Voisi myös ehkä harkita jos Alihankintatyöt otsikoitaisiin erikseen.

- Alihankintaa voisi mainostaa enemmän.

- Mielestäni yrityksille välittyy viesti töistä mitä meillä on mahdollista tehdä.

Nettisivujen ulkoasu miellyttää

täysin eri mieltä

lähes erimieltä

en osaa sanoa

lähes samaa mieltä 12 vastausta

täysin samaa mieltä 2 vastausta

Vapaat kommentit:

- Raikas, monipuolinen, selkeä, värikäs ja paljon kuvia.
- Ehkä sivut kaipaisivat lähinnä yleistä stilisointia.
- Raikas ulkoasu.
- Värit miellyttää silmää.
- Ulkonäkö on ihan hyvä, ei liian sotkuisen ja sekavan oloinen, vaan selkeä!

Muuta palautetta

- Sivut ovat mielestäni kokonaisuudessaan hyvin toimivat, esteettisestikin kauniit ja ammatillisesti tehdyn näköiset. Hyvä!
- Iso kiitos Sandralle, hyvin toteutetuista uudistuneista nettisivuista! Vihdoinkin voi ohjata ihmisiä tutustumaan Rainan nettisivuihin.
- Otsikot ovat selkeitä ja kertovat sisällöstä
- Hyvä, että ajankohtaisuuteen on kiinnitetty huomiota!
- Nyt on mielestäni hyvät sivut, joita tulee nyt mainostettua jatkuvasti, eli meillä on nyt hienot toimivat nettisivut! JIPPIII !
- Hyvät ja hienot sivut.
- On hienoa että nettisivut pelittää. Eilen viimeksi työpajapäivillä kyseltiin löytyykö tietoja jostakin asiasta meidän nettisivuilta, ja sinne heidät ohjasin katsomaan!

Liite 4. Palautelomake yhteistyökumppaneille

Nettisivujen rakenne on selkeä

täysin eri mieltä lähes eri mieltä en osaa sanoa lähes samaa mieltä täysin samaa mieltä

Nettisivuilla liikkuminen on helppoa

täysin eri mieltä lähes eri mieltä en osaa sanoa lähes samaa mieltä täysin samaa mieltä

Löysin nettisivuilta tarvitsemani tiedon

täysin eri mieltä lähes eri mieltä en osaa sanoa lähes samaa mieltä täysin samaa mieltä

Nettisivujen kuvat kuvaavat hyvin toimintaa

täysin eri mieltä lähes eri mieltä en osaa sanoa lähes samaa mieltä täysin samaa mieltä

Nettisivujen ulkonäkö miellyttää

täysin eri mieltä lähes eri mieltä en osaa sanoa lähes samaa mieltä täysin samaa mieltä

Kehitysehdotuksia

Parasta sivustossa

Kiitos palautteestasi!

Liite 5. Fokusryhmähaastattelujen ohjeistus

Lähtettäjä: Sandra Englund

Lähetetty: 11. tammikuuta 2012 10:11

Vastaanottaja: Z_Koko_Rainasaatio

Aihe: Palvelunkäyttäjäpalaute nettisivuista

Hei kaikille ja hyvää alkanutta vuotta, Sain Heliltä viestin, että olitte sopineet nettisivuista annettavasta palautteesta niin, että jokainen ohjaaja kävisi ne oman ryhmänsä kanssa läpi. Toivoisin että kävisitte alla olevat aiheet läpi asiakkaiden kanssa yhteiskeskusteluna, esim. viikkopalaverin yhteydessä. Varmistatthän, että asiakkaat ovat käyneet nettisivuilla ennen palautekeskustelua.

Haastattelun runko asiakaspalautteen keräämiseksi www-sivuista

Onko nettisivut mielestänne selkeät?

Onko liikkuminen sivustolla sujuvaa?

Löydätkö sivulta mielenkiintoisia asioita?

Kuvastaako sivu mielestäsi Rainan toimintaa?

Löytyykö sivustolta mielestäsi tarpeeksi tietoa?

Miellyttääkö sivuston ulkonäkö?

Kuvaavatko kuvat sinusta toimintaa?

Mikä on mielestäsi parasta sivustossa?

Onko sinulla ehdotuksia sivujen kehittämiseksi tai muuta palautetta?

Kirjaisitteko palautteeseen myös kuinka monta henkilöä keskustelussa oli paikalla. Tarvitsen palautteen tammikuun loppuun mennessä.

Kiitos! Terveisin Sandra

Liite 6. Yhteenvedo asiakkaiden www- sivuista antamasta palautteesta

Palautetta Raina-säätiön www-sivuista kerättiin 27 asiakkaalta. Palautetta kerättiin kaikista toimipisteistä ja kaikista työtoimintapisteistä. Palautteen kerääminen suoritettiin käyttämällä haastattelurunkoa ja se kerättiin jokaisen työtoimintapisteen ohjaajan tekemänä ryhmähaastatteluna. Tällä pyrittiin siihen, että asiakkailla olisi mahdollisimman turvallinen olo antaa palautetta tutussa ryhmässä. Lisäksi ohjaaja pystyi ottamaan huomioon asiakasryhmänsä erityistarpeet ja muokkaamaan keskustelun tasoa sopivaksi.

Asiakaspalaute

Sivujen sisältöä kommentoitiin runsaasti. Sivujen sisältöä pidettiin asiallisena, selkeänä, ja mielenkiintoisena. Tietoa koettiin olevan riittävästi. Kiitosta sai ajankohtaista osio, koettiin että on hyvä että sen näkee heti etusivulla. Myös ruokalista ja yhteystiedot olivat tärkeitä ja helposti löydettävissä, mikä koettiin tärkeäksi. Liikkumista sivustolla pidettiin sujuvana. Myös kehittämis- ja parannusehdotuksia tuli runsaasti. Oltiin sitä mieltä, että sivujen perusteella ei tule tarpeeksi hyvin ilmi, miten meille ohjaututaan. Toivottiin karttakuvan olevan laajemmalla alueella, niin että siinä näkyisi myös päätiät, sekä toimipisteiden karttoihin tulostusmahdollisuutta. Koettiin tärkeäksi, että sivuilla ajankohtaisia aiheita päivitetäisi säännöllisemmin. Yhteystietoihin toivottiin parannusta siltä osin, että niistä tulisi ilmi missä kaupungissa kukin toimihenkilö työskentelee. Ruokalistan ei koettu palvelevan kaikkia toimipisteitä sillä vain Naantalissa on monta ruokalajia. Myös hinnastoa kommentoitiin, koska hinnat eivät ole niitä hintoja joita palvelunkäyttäjät maksavat. Keittiöstä toivottiin myös laajempaa, parempaa kuvausta, missä esiteltäisi paremmin, mitä meiltä voi ostaa. Oltiin myös sitä mieltä että kehitysvammaisten osuus sivuilla korostuu ja siihen toivottiin korjausta.

Sivujen ulkoasua pidettiin pääosin raikkaana ja selkeänä. Sivujen väritystä luonnehdittiin positiiviseksi, kauniiksi ja hyväksi. Sivujen ulkonäköä toivottiin myös kehitettävän. Jatkossa toivottiin käytettävän enemmän ja kirkkaampia värejä, sekä että sivuista tehtäisi houkuttelevammat.

Kuvista pidettiin yleisesti paljon ja ne koettiin tärkeiksi, koska ne kuvastavat sitä, mitä meillä tehdään. Kuvia pidettiin mielenkiintoisina. Valokuvia toivottiin olevan enemmän ja kaikista eri toiminnoista ja toimipisteistä. Kuviin toivottiin selkeyttä ja värikkyyttä. Valokuvia ehdotettiin toimipisteiden rakennuksista ulkoapäin, joka helpottaisi ensi kerran paikalle tulevaa. Kuvia rakennuksista ehdotettiin yhteystietojen yhteyteen.

Palautteen käsittely

Palautteen yhteenvetoa käsiteltiin henkilökunnan viikkopalaverissa 27.3. Palaverissa päätettiin myös että jokainen ohjaaja kokoaa taas ryhmänsä, ja kertoo sekä näyttää miten heidän parannusehdotukset on otettu huomioon ja mitä on muutettu. Näin asiakkaat näkevät että heidän mielipiteillään on merkitystä.

Liite 7. Raina-säätiön nettisivujen kehittämis ehdotukset kooste Turun AMK:n tukialusryhmältä

Kehittämis ehdotukset ovat Tukialusprojektin jäseniltä: Opiskelijat Tia Vanne, Pekka Haanpää, Aino Horila ja Jasmiina Joki-Sipilä

Projektimme yhtenä osana kuului Raina-säätiön näkyvyyden lisääminen, joten siksi lähdimme pohtimaan nettisivuja ja niiden sisällön kehittämistä. Kävimme kehitysehdotuksia yhdessä keskustellen läpi. Kehitysehdotukset ovat kirjoitettu meidän näkökulmastamme, mutta olemme kuitenkin pyrkineet ottamaan huomioon jo valmiiden asiakkaiden, mahdollisten uusien asiakkaiden sekä yhteistyökumppaneiden hyödyt ja tarpeet nettisivujen käyttäjinä. Olemme kirjanneet ylös kehittämisideoita, niiden perusteluja ja lähtökohtia. Nettisivut ovat yksi iso osa säätiön viestintää sekä imagon luomista, siksi niiden säännöllinen ylläpito ja päivittäminen on tärkeää.

1. Kuvagallerian luominen. Nettisivuilla olisi mielestämme hyvä olla erillinen paikka(kuvagalleria) minne kaikki Raina-säätiön toiminnasta ja erilaisista tapahtumista otetut kuvat laitettaisiin. Kuvagalleriaan sisälle voisi esimerkiksi luoda omia kansioita erilaisten tapahtumien kuville sekä kuvagalleriassa olevien kuvien alle voisi kuvatekstein kirjoittaa kuvassa tapahtuvasta toiminnasta tai tapahtumasta. Näin ulkopuolinen katsoja saa hyvän kuvan Raina-säätiöstä ja sen toiminnasta sekä kuvat olisi helppo löytää nettisivuilta sekä niiden katseleminen olisi helppoa kun kaikki kuvat löytyvät samasta paikasta. Kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa
2. Visuaalinen ulkoasu kiinnostavammaksi. Etusivut näyttävät mielestämme hieman jäykiltä, joten etusivuja voisi yrittää kehittää vähän rennommiksi esimerkiksi kuvilla, uusilla väreillä tai uusilla tekstifonteilla. Kohderyhmä on laaja joten nettisivujen ulkoasun muokkaaminen kaikille sopivaksi on vaikeaa.
3. Nettisivuilla olevan ”valmennuskeskukset” linkin alle voisi laittaa alaotsikkona jokaiselle valmennuskeskukselle omat pienet sivut. Nettisivuilla olevat tiedot valmennuskeskuksista ovat hyvät, mutta tietoa toiminnasta voisi olla konkreettisemmin ja kuvia enemmän. Jokainen toimipiste voisi miettiä itse kuinka tehdä sivusta oman toimipisteensä näköiset. Jokainen toimipiste saisi omaa yksilöllisyyttä, mutta samalla yhteiset nettisivut tuovat yhteisöllisyyttä.
4. Raina-säätiön nettisivuille voisi heti etusivulle laittaa näkyvän kuvan tai tekstin Raina-säätiön 15-vuotis juhluvuodesta. Tämä on suuri ajankohtainen aihe ja sillä on suuri merkitys toiminnalle. Se luo imagoa ja pitkä historia luo kuvaa kokemuksesta ja varmuudesta sekä luotettavuudesta. 15-vuotis juhluvuotta kannattaa ehdottomasti mainostaa. Kuvat esimerkiksi asiakasjuhlasta tuovat näkyvyyttä yhteisöllisyydestä ja voivat houkuttaa esimerkiksi uusia asiakkaita.
5. Nettisivuilla oleva ”ajankohtaiset” osion voisi laittaa kokonaan omalle sivulle. Etusivulle voisi laittaa linkin, jonka kautta nettisivuilla kävijä pääsisi katsomaan koko ajankohtaiset arkistoa.
6. Nettisivuilta ei mielestämme löydä tarpeeksi selvästi tietoa Raina-säätiössä tapahtuvasta konkreettisesta toiminnasta (pesula, makuraina yms), mikä varmasti kiinnostaisi paljon uusia mahdollisia asiakkaita. Moneen linkin takana olevat asiat on vaikea löytää.

Liite 8. Palautekysely henkilökunnalle

Nettisivujen rakenne on selkeä

täysin eri mieltä lähes erimieltä en osaa sanoa lähes samaa mieltä täysin samaa mieltä

Nettisivuilla liikkuminen on sujuvaa

täysin eri mieltä lähes erimieltä en osaa sanoa lähes samaa mieltä täysin samaa mieltä

Nettisivujen sisältö ja kuvat kuvastavat toimintaamme arvojamme kunnioittaen

täysin eri mieltä lähes erimieltä en osaa sanoa lähes samaa mieltä täysin samaa mieltä

Nettisivujen sisältö on tarkoituksenmukaista palvelunkäyttäjien näkökulmasta

täysin eri mieltä lähes erimieltä en osaa sanoa lähes samaa mieltä täysin samaa mieltä

Nettisivujen sisältö on tarkoituksenmukaista palveluja ostavan tahon näkökulmasta

täysin eri mieltä lähes erimieltä en osaa sanoa lähes samaa mieltä täysin samaa mieltä

Nettisivujen sisältö on tarkoituksenmukaista verkostoyhteistyön näkökulmasta

täysin eri mieltä lähes erimieltä en osaa sanoa lähes samaa mieltä täysin samaa mieltä

Nettisivujen sisältö on tarkoituksenmukaista yritys yhteistyön näkökulmasta

täysin eri mieltä lähes erimieltä en osaa sanoa lähes samaa mieltä täysin samaa mieltä

Nettisivujen ulkoasu miellyttää

täysin eri mieltä lähes erimieltä en osaa sanoa lähes samaa mieltä täysin samaa mieltä

Kehitysehdotuksia

Kiitos palautteestasi

Liite 9. Hankkeen prosessikuvaus opitun levittämisen näkökulmasta

