



Viestintäsuunnitelma
Kriisiviestintäsuunnitelma

Päivitetty 16.11.2025 / Sini Koppanen



Sisältö

1. Johdanto	1
2. Kriisiviestintätiimi	2
4. Sidosryhmät	3
5. Viestintä yleisesti	4
5.1. Sisäinen viestintä	4
5.2. Ulkoinen viestintä	4
5.3. Viestintäkanavien ohjeistus	5
5.4. Yhteistyökumppaneiden ja sponsoreiden viestintä	5
5.5. Joukkueiden omat sosiaalisen median tilit	6
5.6. Markkinointi ja viestintä ulkoasut	7
5.7. Some-kanavissa julkaisujen teknisiä yksityiskohtia	7

1. Johdanto

Liikuntaseura Vihti-Gym Ry on yksi Suomen Voimisteluliiton ja Suomen Cheerleadinliiton jäsenseuroista. Vihti-Gym on perustettu 17.6.1976 ja sen tavoitteena on tarjota liikuntamahdollisuuksia eri-ikäisille vihtiläisille kuin naapurikuntien asukkaille, niin harraste- kuin kilpailupuolella. Seuralla on voimassa oleva Tähtiseura status.

Seura toimii suurelta osin vapaaehtoisvoimin, ohjaajat ja valmentajat ovat pääosin palkallisia, mutta johtokunta ja muu toiminta pyörii vapaaehtoisvoimin.

Urheiluseura on juridinen yksikkö ja johtokunta organisoi seuran toimintaa.

Seuran johtokunta:

Sini Koppanen – Puheenjohtaja (vastuullisuus, sääntömääräiset asiat, viestintä, tietoturva, tilitoimistoyhteistyö)

Helen Haapala – Varapuheenjohtaja / Joukkuevoimistelun valmennusryhmien vastaava (somistusvastaava, lippupalvelun vastaava)

Minna Laapas – Jojo-vastaava / Tähtiseuravastaava (talkootyön organisointi)

Sue Haaksi – Cheer ryhmien talousvastaava / Varainhankinta- ja sponsorointivastaava

Elina Lindholm – Aikuisten ja perheliikunnan vastaava / lasten ja nuorten harrastevastaava

Sanni Oksanen – Kokoussihteeri / Salivuorovastaava

Sanna Nurmesniemi – Tanssillisen voimistelun valmennusvastaava

Venla Tuomi - Viestintävastaava

Pauli Pöyhiä – Turvallisuusvastaava

2. Kriisiviestintätiimi

Kriisinhallintaryhmän jäsenet ja varahenkilöt kriisityypin mukaan jaoteltuna:

Rooli	Toiminnallinen	Tietoturva	Brändi / imago	Johtamiseen liittyvä
Vetäjä	Sini Koppanen	Sini Koppanen	Sini Koppanen	Sini Koppanen
Vetäjän varahenkilö	Helen Haapala	Helen Haapala	Helen Haapala	Helen Haapala
Taustatietojen kerääjä	Vastaava	Vastaava	Vastaava	Vastaava
Hankintavastaava (kriisimateriaalit)	Sanni Oksanen	Sanni Oksanen	Sanni Oksanen	Sanni Oksanen
Sisäisen tiedotuksen vastaava	Sini Koppanen	Sini Koppanen	Sini Koppanen	Sini Koppanen
Ulkoisen tiedotuksen vastaava	Sini Koppanen	Sini Koppanen	Sini Koppanen	Sini Koppanen
Henkilövahinkojen yhteyshenkilö	Sini Koppanen	Sini Koppanen	Sini Koppanen	Sini Koppanen

Kriisinhallintaryhmän jäsenten yhteystiedot:

Sähköpostiosoitteet ovat muotoa etunimi@vihti-gym.fi.

3. Viestinnän mediat

Niin tavallisessa viestinnässä kuin mahdollisessa kriisitilanteessa viestitään relevanttien viestintäkanavien kautta. Jokaiselle viestintäkanavalle on määritelty vastuuhenkilö, joka vastaa kyseisen kanavan ylläpidosta. On tärkeää huomioida, että viestintäkanavien kautta viestinnässä noudatetaan silti kriisinhallintaryhmien rakennetta eli ulkoisen ja sisäisen viestinnän osalta mitään ei julkaista ilman vastaavien lupaa.

Viestintäkanava	Vastuuhenkilö/-t
Yrityksen nettisivut	Puheenjohtaja / Varapuheenjohtaja
Sähköposti sisäisesti	Puheenjohtaja / Vastaavat / Valmentajat ja ohjaajat
Sähköposti ulkoisesti	Puheenjohtaja / Vastaavat
Tiedotteet sidosryhmille	Puheenjohtaja
Seuran Instagram	Puheenjohtaja / Varapuheenjohtaja
Seuran Facebook-sivu	Puheenjohtaja / Varapuheenjohtaja
Paikallislehdet	Puheenjohtaja
Muut lehdet	Puheenjohtaja

4. Sidosryhmät

Seuran viestinnän sekä kriisiviestinnän kannalta oleelliset sidosryhmät, niiden suhde organisaatioon ja niistä vastaava henkilö organisaatiossa on esitelty seuraavaksi.

- Henkilöstö (ohjaajat, valmentajat)
Seuran viestinnällä / kriisillä on aina vaikutusta henkilöstöön ja heidän suuntaansa tehty viestintä on tärkeää, jotta henkilöstö saadaan pidettyä sitoutuneena seuraan ja toiminta käynnissä.
- Jäsenistö
Jäsenistön näkemys seurasta viestinnän / kriisin aikana vaikuttaa aina seuran maineeseen ja houkuttelevuuteen ja sillä on suora vaikutus seuran talouteen.
- Kunta
Seuran viestinnällä / kriisillä on vaikutusta siihen, miten kunta näkee sen toiminnan. Puutteellisella kriisiviestinnällä voi olla vaikutuksia saatuihin tai tuleviin tukiin.
- Viranomaiset
Mikäli kriisi aiheuttaa esimerkiksi riskin turvallisuudelle.
- Liitot
Liitot odottavat jäsenseuroiltaan tietynlaista toimintaa.
- Media
Joku kirjoittaa joka tapauksessa tarinan kulun kriisitilanteessa ja median kanssa viestiessä voi pyrkiä vaikuttamaan tähän tarinan kulkuun.

5. Viestintä yleisesti

5.1. Sisäinen viestintä

Sisäisen viestinnän kohderyhmänä ovat seuran johtokunta, valmentajat, ohjaajat sekä voimistelijat ja heidän vanhempansa. Seuramme tavoitteena on informoida ja tarjota selkeää tiedottamista ajankohtaisista asioista ja tapahtumista.

Seuran käyttämiä viestintäkanavia ovat seuran kotisivut, sähköposti, seuran Facebook, seuran Instagram sekä erilaiset WhatsApp-ryhmät.

Seuran kotisivuilta www.vihti-gym.fi löytyy perustiedot seurasta sekä esimerkiksi johtokunnan yhteystiedot ja harjoituspaikkojen tiedot. Sosiaalisen median kanavat toimivat seuran tiedotuskanavina sekä nälvyyden lisäämisen ja tunnettuuden lisäämisen kanavina.

Jäsenrekisteriä ylläpidetään Hoika-järjestelmässä, joka sisältää kaikkien jäsenten tiedot. Palvelun avulla lähetämme kohdennettuja tiedotteita sähköpostilla koko jäsenistölle tai esimerkiksi tietyn ryhmän oallistujille.

Johtokunnan arkisessa viestinnässä hyödynnetään WhatsApp-ryhmää, samoin kuin vastaavien viestinnässä oman vatualueensa ohjaajien ja valmentajien kanssa. Lisäksi ryhmillä on omia sisäisiä ryhmiään. Ryhmissä tiedotetaan esimerkiksi harjoitusaikataulujen muutoksista.

5.2. Ulkoinen viestintä

Ulkoinen viestintä kohdistetaan sisäistä viestintää laajemmalle joukolle. Kanavat ovat pääosin samat. Ulkoisen viestin tavoitteena on saavuttaa tunnettavuutta sekä herättää esimerkiksi mainostajien, tukijoiden ja potentiaalisten uusien jäsenten huomio. Ulkoista viestintää tehdään sisäisen viestinnän kanavien lisäksi esimerkiksi paikallislehdissä ja yhteistyökumppaneiden kautta. Nummelan Citymarketin seurataulussa näkyminen viestinnän keinona.

Sen lisäksi ulkoista viestintää on myös seuran toimijoiden edustaminen seuravaatteissa sekä heidän seurasta kertomansa asiat.

5.3. Viestintäkanavien ohjeistus

Kaiken viestinnän tulee olla lukijoita ja jäsenistöä kunnioittavaa ja arvostavaa. Pyrimme viestimään seuran toiminnasta ja tavoitteista aina positiivisesti. Muistamme, että huumori on vaikea laji, joten käytämme sitä harkiten. Viestimme aina seuran arvojen mukaisesti, olemme poliittisesti sitoutumattomia, emmekä vaaranna seuran mainetta ja toimintaa viestinnän kautta.

Kun käytämme kuvia ja videoita, varmistamme niiden käyttöoikeudet ja mainitsemme kuvaajan tiedot sovitusti. Varmistamme myös, että meillä on lupa kuvissa esiintyviltä henkilöiltä julkaisuun. Kuvien tulee olla myös laadukkaita ja esittää kuvattavat positiivisessa ja edustavassa valossa.

Viestinnän tyyli poikkeaa toisistaan riippuen kanavasta, jota siihen käytetään. Esimerkiksi seuran kotisivuilla viestiminen on huomattavasti virallisempaa kuin esimerkiksi Instagram-tilillä tehtävä viestiminen.

Sosiaalisen median tilien osalta viestimme aina seurana, emme allekirjoita postauksia omalla nimellämme. Liiallinen teksti sosiaalisen median julkaisuissa ei ole suositeltavaa. Pyrimme tuomaan sosiaalisessa mediassa esille seuran toimintaa houkuttelevassa valossa ja monipuolisesti. Sosiaalisen median julkaisujen osalta on tärkeää olla myös suunnitelmallinen, ajoittaa postaukset oikein ja tehdä postauksia säännöllisesti, jotta tavoitetaan toivottu kohderyhmä. Sosiaalisen median julkaisuissa muistetaan #liikuntaseuravihtigym tai #vihtigym. Joukkueiden omilla tileillään tekemiin postauksiin ohjeistetaan pääsääntöisesti merkitsemään seuran tili.

WhatsAppin osalta hyödynnetään sitä nopean viestinnän kanavana, mutta on tärkeää muistaa mihin aikaan päivästä viestejä on asiallista lähetellä ja se, ettei viestintää tehdä siellä lainkaan.

Noudatamme viestinnässä aina lakeja ja suosituksia, joita sille asettaa esimerkiksi yhdistyslaki ja seuran säännöt. Tietojen suojaamisen osalta ollaan tarkkoja ja muistetaan, etteivät esimerkiksi jäsenrekisteritiedot ja jäsenten yhteystiedot ole julkisia tietoja.

5.4. Yhteistyökumppaneiden ja sponsoreiden viestintä

Tarjoamme viestintämme kautta lisänäkyvyyttä yhteistyökumppaneille. Kuuntelemme aina yhteistyökumppaneidemme toiveita kanavista ja valitsemme kanavat tuote ja

asiakaskunta edellä. Toistaiseksi hyödynnämme ensisijaisesti Instagramia ja Facebookia. Viestinnässä on tärkeää huomioida, että yhteistyökumppanin kanssa sovitut julkaisumäärät täyttyvät.

5.5. Joukkueiden omat sosiaalisen median tilit

Joukkueiden sosiaalisen median tilit noudattavat seuraavaa nimeämistapaa:

Cheerleading – *vgcjoukkue*

Tanvo – *joukkue_vg*

JV – *vg_joukkue*

Huomioitavaa:

- Vanhempien suostumus joukkueen sosiaalisen median tiliin.
 - o Kun joukkueelle luodaan tili, tulee jokaiselta joukkueen jäsenen vanhemmalta pyytää siihen suostumus. Mikäli suostumusta ei saada, urheilija ei voi näkyä joukkueen sosiaalisessa mediassa.
- Kuvausluvat
 - o Jokaisesta alaikäisestä lapsesta tulee kysyä huoltajalta kuvauslupa kirjallisesti. Kuvauslupa koskee urheilijan kuvaamista seuran tapahtumissa, seuran markkinointiin tulevia kuvia ja joukkueen sosiaaliseen mediaan tulevia kuvia.
- Kisakuvat
- Mikäli joukkueesta otetaan kisoissa kuvia ulkopuolisen kuvaajan toimesta, selvitäthän ennen niiden julkaisemista, saako kuvia käyttää. Mikäli käyttö on sallittua, merkitse kuvaajan nimi selkeästi kuvatekstiin ja mahdollisesti voit myös tagätä kuvaajan julkaisuun. Mahdollista vesileimaa ei saa rajata kuvasta ulos.
- @liikuntaseuravihtigym
- Mikäli jaat Instagramin storyssä videoita joukkueen treeneistä/kisoista/tms., muista merkitä @liikuntaseuravihtigym storyyn niin story nostetaan myös seuran Instagram storyyn.
- Hyvä käyttäytyminen
 - o Muistathan, että joukkue tulee esittää hyvässä valossa, eikä ketään saa asettaa noloon tai häpäisevään asemaan.
- Valmentajan oma somekäyttäytyminen
 - o Jaathan omiin sosiaalisen median kanaviin kuvia treeneistä VAIN, mikäli sinulla on siihen erikseen kuvauslupa. Ethän jaa omassa sosiaalisessa

mediassa mitään valmennustyöhön liittyvää, joka voisi loukata jotakuta jollakin tavoin tai asettaa seuran negatiiviseen valoon.

5.6. Markkinointi ja viestintä ulkoasut

Fontti:

Logossa Arial

Värit: Liila, valkoinen ja musta

Logossa (liila):

R= 113	H= 281	L= 37	C= 60
G= 67	S= 55	a= 40	M= 89
B= 137	B= 54	b= -33	Y= 0

K= 0

5.7. Some-kanavissa julkaisujen teknisiä yksityiskohtia

FACEBOOK= Vakiintunut seuran sosiaalisen median kanava. Pääkanava yhdessä Instagramin kanssa. Vastaavana Sini Koppanen

Kansikuvan koko:

Mobiili (560 x 312 pikseliä)

Tietokone (851 x 315 pikseliä)

Julkaisukuva:

1280 x 1280 pikseliä

Facebook suosii neliökuvia, joten pyritään käyttämään ainoastaan niitä.

INSTAGRAM= Vakiintunut seuran sosiaalisen median kanava. Pääkanava yhdessä Facebookin kanssa. Vastaavana Roosa Järventausta (jarventausta.roosa@gmail.com)

Julkaisukuva:

1080x1080 pikseliä

Instagram stories

1080 x 1920 pikseliä

Instagram suosii julkaisuissa neliökuvia, joten pyritään käyttämään ainoastaan niitä.
Storeissa instagram suosii pystykuvia, joten käytetään pystykuvia storeissa.