# Vuorovaikutusstrategia-pohja

# *Hankkeen nimi tähän*

**Täyttäjä:**

**Päivämäärä:**

# Sisällys

[1. Vaikuttavuustavoitteet 1](#_Toc99714726)

[2. Hankkeen yleiset ydinviestit 2](#_Toc99714727)

[3. Vuorovaikutuksen sidosryhmät 3](#_Toc99714728)

[4. Vuorovaikutuksen kanavat 3](#_Toc99714729)

[5. Vuorovaikutustyön toimenpiteet 4](#_Toc99714730)

[6. Vuorovaikutuksen vaikuttavuuden seuranta 5](#_Toc99714731)

[7. Vuorovaikutustarinat 5](#_Toc99714732)

Tämä on vuorovaikutusstrategian pohja. Vuorovaikutusstrategia tehdään hankkeen aluksi. Yhteisten vuorovaikutustavoitteiden luominen sekä haastaa hankkeen eri toimijat tekemään yhteistyötä, mutta myös sitouttaa yhteisiin tavoitteisiin. Täytä tätä pohjaa alusta alkaen, sillä tarvitset alun pohdintoja edetessäsi loppua kohden.

Vuorovaikutusstrategia auttaa pohtimaan, mitä hankkeelta odotetaan ja mitä vaikuttavuutta hanke tavoittelee​.

Strategia ohjaa hanketyötä, ja esimerkiksi tapahtumat tai muita vuorovaikutus- ja viestintätoimenpiteitä osataan suunnata oikeisiin vaikuttavuustavoitteisiin​.

Strategia sisältää vaikuttavuustavoitteet, hankkeen yleiset ydinviestit, vuorovaikutuksen sidosryhmät, kanavat, toimenpiteet ja vaikuttavuuden seurannan​.

Strategiaa päivitetään hankkeen edetessä​.

## Vaikuttavuustavoitteet

Vuorovaikutusta pyritään toteuttamaan mahdollisimman tavoitteellisesti. Hankkeen vaikuttavuus-tavoitteet vastaavat seuraaviin kysymyksiin: Millaista muutosta tavoittelemme tutkimuksellamme/ hankkeellamme? Millaisia vaikutuksia hankkeesta pitäisi syntyä, jotta muutos yhteiskunnassa etenee? Millaisia vaikutuksia tulisi kohdistua yksilöihin, entä yhteiskunnan rakenteisiin?

HUOM! Vaikuttavuutta ei pysty mittaamaan, jos vaikuttavuustavoitteet eivät ole ​mitattavassa muodossa! Tavoitteiden on hyvä olla selkeitä ja realistisia. Ohjeita mitattavien tavoitteiden määrittämiseen löytyy esimerkiksi Hyvän mitta -palvelussa: <https://www.hyvanmitta.fi/wp-content/uploads/2019/12/Hyva%CC%88n-Mitta-Ty%C3%B6kirja-final.pdf>

Hankkeen vuorovaikutusta kohdennetaan erityisesti seuraavien muutosten edistämiseen:

* **listaa tähän…**

Muutosvisiot käännettynä vaikuttavuustavoitteiksi eli indikaattoreiksi, jotka ovat SMART-muodossa.

Lähde: <https://www.lupatehdatoisin.fi/tyokalut/smart-tavoite/>

**S** - specific, **M** - measurable, **A** - attainable, **R** - relevant, **T** - time-bound

**S** - selkeästi määritelty, **M** – mitattavissa, **A** - aikaan sidottu, **R** - realistinen, **T** - tavoittelemisen arvoinen

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Muutos / visio | Tavoiteltu vaikutus | Vaikuttavuustavoite (SMART) |
| Kuvaa tähän minkälainen muutos halutaan saada aikaiseksi. *Esim: Suomesta tulee kiertotalouden edelläkävijämaa.* | Määrittele tähän minkälainen konkreettinen vaikutus. | Alla on esitelty SMART-kysymyskaavake. Muodosta vaikuttavuustavoitteet kysymyskaavakkeen avulla ja kopioi tähän.  |
| Yksi muutos / visio per rivi! |  | Tee jokaisesta muutoksesta oma SMART-avaus (kts. seuraava sivu).  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

SMART-kysymyskaavake, kopioi ja toista jokaisesta tavoitellusta vaikutuksesta:

**Tavoiteltu vaikutus 1:**

|  |
| --- |
| Mieti ensin vastaukset seuraaviin apukysymyksiin: |
| Minkä tarvitsee muuttua? |  |
| Keitä tähän asiaan liittyy? |  |
| Mikä on lähtötilanne? |  |
| Mikä on haluttu lopputilanne? |  |
| Mihin mennessä haluttuun lopputilanteeseen on päästy? |  |
| Mistä tiedämme, että asia on muuttunut? |  |
| Missä ja miten seuraamme tavoitteen toteutumista? |  |

**Määrittele sen jälkeen tälle vaikutukselle vaikuttavuustavoite:**

**Tavoiteltu vaikutus 2:**

|  |
| --- |
| Mieti ensin vastaukset seuraaviin apukysymyksiin: |
| Minkä tarvitsee muuttua? |  |
| Keitä tähän asiaan liittyy? |  |
| Mikä on lähtötilanne? |  |
| Mikä on haluttu lopputilanne? |  |
| Mihin mennessä haluttuun lopputilanteeseen on päästy? |  |
| Mistä tiedämme, että asia on muuttunut? |  |
| Missä ja miten seuraamme tavoitteen toteutumista? |  |

**Määrittele sen jälkeen tälle vaikutukselle vaikuttavuustavoite:**

Toista tämä jokaisesta tavoitellusta vaikutuksesta!

## Hankkeen yleiset ydinviestit

Hankkeen yleiset ydinviestit kertovat tutkimuksen tärkeimmistä painopisteistä yleisessä viestinnässä (”mainospuhe”). Niitä ei ole kohdennettu millekään tietylle kohderyhmälle vaan niitä käytetään tilanteissa, joissa viestitään usealle kohderyhmälle samaan aikaan. Aihetunnisteita (#) käytetään sosiaalisessa mediassa. Ydinviestejä voi olla 1–3 ja ne voivat olla kohdennettuja eri sidosryhmille.

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Ydinviesti: |  |
| Aihetunniste | #  |
| Muuta huomioitavaa: |  |
| Vaikuttavuustavoitteet, joihin linkittyy: |  |

|  |  |
| --- | --- |
| 2. Ydinviesti: |  |
| Aihetunniste | #  |
| Muuta huomioitavaa: |  |
| Vaikuttavuustavoitteet, joihin linkittyy: |  |

|  |  |
| --- | --- |
| 3. Ydinviesti: |  |
| Aihetunniste | #  |
| Muuta huomioitavaa: |  |
| Vaikuttavuustavoitteet, joihin linkittyy: |  |

## Vuorovaikutuksen sidosryhmät

Jotta vuorovaikutuksesta saadaan mahdollisimman vaikuttavaa, hankkeen ydinviestit muokataan sopivaksi hankkeen tärkeimmille sidosryhmille. Määrittele ensin tärkeimmät sidosryhmät taulukon yläosaan vastaamalla seuraaviin kysymyksiin:

* Kuka voi viedä muutosta eteenpäin yhteiskunnassa?
* Miten heitä tulee puhutella, jotta tavoiteltu muutos etenee?

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Sidosryhmät | Tärkein sidosryhmä 1 (esim. yritykset) | Tärkein sidosryhmä 2 (esim. ministeriöt) |  |  |  |
| Intressi: Mikä tavoite kiertotaloudessa? |  |  |  |  |  |
| Konteksti: Mihin vastaanottajan tuntemaan ongelmaan hanke liittyy? |  |  |  |  |  |
| Ongelma: Mihin osaan ongelmaa hanke tarkalleen tarttuu? Mikä tekee hankkeesta ainutlaatuisen? |  |  |  |  |  |
| Ajankohtaisuus: Miksi ongelmaan on tärkeä löytää vastaus nyt? |  |  |  |  |  |
| Hyöty: Miten hanke ratkaisee ongelman? Miten hanke onnistuessaan muuttaa yhteiskuntaa? |  |  |  |  |  |
| Sovellukset: Millaisia sovelluksia tai muita konkreettisia ratkaisuja hankkeessa odotetaan? |  |  |  |  |  |
| Kanavat: Miten tavoitamme? |  |  |  |  |  |

## Vuorovaikutuksen kanavat

Usein vuorovaikutusta ja viestintää kannattaa toteuttaa useissa eri kanavissa. Valitut kanavat on suunnattu eri kohderyhmille ja jokaisella kanavalla on oma viestinnän tyyli. Vuorovaikutusta tehdään sekä hankkeen konsortion sisäisesti että ulkoisesti. Kanavia voivat olla esim. Seminaarit, työpajat ja tapaamiset, erilaiset mediat, uutiskirjeet ja nettisivut, sosiaalisen median kanavat kuten Twitter, Instagram, Facebook, Youtube ja LinkedIn. Listaa vain ne kanavat, joita aiot todella käyttää.

Jos olet valinnut vaikuttavuuden toimenpiteeksi lobbaamisen, käytä viestien perille menon suunnitteluun seurantaan erillistä ”*Politiikkasuositusten vaikuttavuussuunnitelmaa*”, joka löytyy täältä: <https://cicat2025.turkuamk.fi/fi/vuorovaikutus-ja-vaikuttavuusmateriaalit/>

**Ulkoisen vuorovaikutuksen kanavat:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kanava | Ensisijaiset kohderyhmät | Toimintatapa | Huomioitavaa |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## Vuorovaikutustyön toimenpiteet

Vuorovaikutustyön konkreettinen toimenpidesuunnitelma tehdään vuositasolla ja se kannattaa tehdä erilliseen dokumenttiin nimeltä **Vuorovaikutuksen vuosikello 20xx.** Vuosikello kytketään tiiviisti strategian tavoitteisiin, kohderyhmiin ja mittareihin.

Vuosikellon tarkoituksena on kohdentaa tutkimuksen julkaisu globaalin tai EU:n aikataulun, Suomen sisäisen päätöksentekoaikataulun tai kuntatason aikataulun mukaisesti hankkeen merkittävimmistä sidosryhmistä riippuen.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Taso / Kvartaali | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 |
| Globaali (EU) |  |  |  |  |
| Suomi |  |  |  |  |
| Kunta |  |  |  |  |

## Vuorovaikutuksen vaikuttavuuden seuranta

Hankkeen vuorovaikutustyön vaikuttavuuden seuraamiseksi pyritään vastaamaan kysymykseen:
miten hanke on onnistunut edistämään tavoiteltua yhteiskunnallista muutosta?

Kopioi tähän **SMART**-indikaattorit vuorovaikutusstrategian alusta

1. indikaattori:
2. indikaattori:
3. jne.

Seuraavaan taulukkoon on koostettu suunnitelmia vaikuttavuuden seurantaan.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Indikaattori: Minkä tavoitteen toteutumista indikaattorilla mitataan? | 1. Esimerkki: Hankkeen suosittelemia poliittisia ohjauskeinoja otetaan käyttöön  | 2. | 3. | 4. | 5. |
| Mittarit: Miten tavoitteen toteutumista mitataan? |  |  |  |  |  |
| Merkitys: Miten kytkeytyy hankkeen kokonaistavoitteisiin tai antaa tietoa hankkeen strategiseen johtamiseen? |  |  |  |  |  |
| Aikajänne: Missä vaiheissa hanketta seurataan? |  |  |  |  |  |

## Vuorovaikutustarinat

Vaikuttavuuden seurannan tulokset voidaan koota esimerkiksi vaikuttavuustarinoihin. Hankkeen jokaiselle vaikuttavuustavoitteelle tehdään oma erillinen tarina, joita voi tehdä hankkeen aikana tai lopuksi ja niitä voi myös päivittää hankkeen aikana. Vaikuttavuustarinat ovat vaikuttavuuden laadullista seurantaa ja niiden tekemisessä hyödynnetään muutosteorioita ja kontribuutioanalyysiä. Tarinoiden työstämiseen kannattaa osallistaa koko hankekonsortio ja mahdollisesti myös sidosryhmiä. Tarinoiden rakentaminen voi edetä esimerkiksi seuraavasti.

Otetaan käsittelyyn yksi tavoiteltu vaikutus kerrallaan. Pohditaan yhdessä:

* Mitä meidän tulee saada aikaan, jotta mainittu muutos/visio toteutuisi?​
* Mitä on tehty tavoitteen eteen?​
* Minkälaisia vaikutuksia on ollut?​
* Onko jotain yllättävää tapahtunut?​

Näiden pohjalta kirjoitetaan tarinan luonnos, jota täydennetään ja hiotaan yhdessä. Tarinalle voi ottaa myös esimerkkipaikan tai tapahtuman, jossa tarinan tulokset näyttäytyvät.