



---

## Tuomarinkylän Ratsastajat

### Viestintäsuunnitelma

#### Tavoitteet

TKR:n viestinnän tavoitteena on jakaa tietoa seuran jäsenille, houkutella uusia jäseniä sekä jakaa tietoa sidosryhmille seuran toiminnasta. Viestinnällä tuodaan läpinäkyvyyttä seuran toimintaan ja luodaan vuorovaikutteisuutta seuran ja jäsenten välille, jotta jäsenet voivat vaikuttaa seuran toimintaan ja tulevaisuuteen. Viestinnän tavoitteena on sitouttaa seuran jäseniä ja lisätä osallistumista seuran toimintaan. Lisäksi tavoitteena on kasvattaa seuran näkyvyyttä paitsi paikallisesti ja myös kansallisella tasolla eri sidosryhmien, kuten liiton, aluejärjestöjen, kaupungin, medioiden, sponsoreiden jne. Keskuudessa.

#### Vastuut ja resurssit

Seuran ulkoisesta viestinnästä vastaa hallituksesta (tai sen ulkopuolelta) nimetty viestintävastaava, joka ylläpitää yhteistyössä hallituksen kanssa viestintäsuunnitelmaa ja huolehtii ulkoisesta viestinnästä eri kanavissa. Pääasialliset tehtävät ovat päivittäinen/viikoittainen viestintä ja markkinointi sosiaalisen median eri kanavissa, mainos- ja viestintämateriaalin tuottaminen näihin kanaviin, suhteiden ylläpito liiton ja aluejärjestöjen viestintään, mediayhteistyö ja tiedotteiden laatiminen sekä kriisiviestinnästä vastaaminen.

Viestintään ei ole budjetoitu rahaa eikä käytössä ole maksullisia työkaluja. Tarvittaessa rahaa voi anoa hallitukselta.

Seuran sisäinen viestintä on hallituksen jäsenten keskinäistä viestintää, sillä seuralla ei ole palkattua henkilökuntaa eikä vakituisia valmentajia.

#### Viestintäkanavat



Seuran viestinnässä käytetään pääasiallisina kanavina seuran kotisivuja, Facebook-tiliä, Instagram-tiliä, sähköpostia sekä eri sidosryhmien kanavia. Käytämme monipuolisesti eri aihetunnisteita sosiaalisen median viestinnässä, jolloin päivitykset näkyvät tarvittaessa myös mm. Ratsastajainliiton, EsRan ja SRL Estekomitean eri tilien somepäivityksissä ja heidän hakusanoillaan. Julkaisemme kilpailumainoksia eri sivustoilla, kuten Etelä-Suomen kilpailut, sekä markkinoimme eri talliyrittäjien kanavien kautta. Lisäksi kuvaajat julkaisevat mielellään seuramme kilpailuista päivityksiä, joita jaamme omissa kanavissamme.

Mahdollisuuksien mukaan pyrimme saamaan näkyvyyttä eri medioissa, kuten Hippos, Hevoset ja Urheilu, HorseMail tai paikallismediat, podcastit, jne., mikä on mahdollista erityisesti suurempien tapahtumien aikaan.

Sponsorit ja yhteistyökumppanit huomioidaan viestinnässä tarjoten some-näkyvyyttä eri tavoin kilpailumainoksissa, kisaraporteissa, storyissa, kiitoksien ja kisapaikalla kuulutusmainoksien. Hyödynnämme sähköpostia jäsenten tavoittamiseen, sekä yhteydenpitoon tuomareiden yms. sidosryhmien toimijoiden kanssa. Edellisten lisäksi erilaiset keskusteluryhmät palvelevat mm. vapaaehtoisten rekrytoinnissa.

Kotisivujen ylläpidosta ja kehittämisestä vastaa nimetty hallituksen jäsen/ulkopuolinen henkilö, kuitenkin niin, että hallituksen jäsenet huolehtivat oman tiimin vastuutapahtuman ilmoitukset ja kalenterin päivityksistä.

### *Paikalliset kanavat*

Seuran kuulumisista viestitään Tuomarinkylän eri toimijoiden eli ratsastustalliensa eri kanavien kautta, esimerkiksi tallien omissa somekanavissa sekä viestiryhmissä. Lisäksi tallien seinille jaetaan tietoa ajankohtaisista tapahtumista, mikäli on syytä olettaa, ettei tieto kulje muuta kautta riittävästi.

Tuomarinkylän hevosharrastajien Koko Mäen Infot -facebook-ryhmässä tiedotetaan kaikista Tuomarinkylää koskevista uutisista säännöllisesti. Ryhmä tavoittaa myös ne toimijat, jotka edustavat muuta seuraa tai eivät edusta mitään seuraa, mutta vaikuttavat alueella. Tarvittaessa seuraa koskevista asioista kertoo myös (Tuomarinkylän) Maneesi Oy omissa päivityksissään.

Viestinnässä voidaan hyödyntää lisäksi Pohjois-Helsingin alueen sosiaalisen median asukasportaaleja.



---

### *Alueelliset ja kansalliset kanavat*

Kilpailuista, tapahtumista ja julkisista valmennuksista jaetaan tietoa ratsastusurheilijoiden yhteisissä ryhmissä. Viestintää tukevat mm. Etelä-Suomen alueen kilpailut ja rataharjoitukset (Facebook), Ratsastajainliiton ja Etelä-Suomen aluejärjestön some-viestintäkanavat (IG, FB, TikTok) ja muut hevostapahtumista kertovat Facebook-ryhmät. Sosiaalisen median merkittäviin tai erityisen kiinnostaviin uutisiin liitetään mukaan toimijoita, jotka jakavat mielellään seurojen uutisia, kuulumisia ja tapahtumamainoksia.

Mediaa ja liittoa kontaktoidaan erityisen kiinnostavien tapahtumien yhteydessä.

### *Sisäinen viestintä*

Seuran sisäinen viestintä on hallituksen keskinäistä viestintää. Sisäiseen viestintään käytetään hallituksen suljettua Facebook-ryhmää, sähköpostilistaa, sekä whatsapp-ryhmää, joista tärkeimpinä toimii hallituksen oma wa-ryhmä. Muita ryhmiä ovat esimerkiksi TKR Nuorisotiimi ja TKR Ponikerho

### Viestinnän sisältö ja kuva-aineisto

TKR:n viestinnässä tavoitteena on tuottaa sävyltään innostavaa, positiivista, kannustavaa ja helposti lähestyttävää sisältöä. Oikeinkirjoitus on tärkeää ja antaa ammattimaisen kuvan seurasta. Viestin sisällön tulee vastata mahdollisimman hyvin olennaisimpiin kysymyksiin, joita lukijan mielessä herää: mitä, missä, milloin, kuka, miksi, mitä hyvää tästä seuraa, mitä mahdollisuuksia, mistä saan lisätietoa, linkki eteenpäin, mahdollinen lähde sekä kuvan kuvaajan tiedot.

Viestintä kattaa erityisesti seuraavia aihealueita:



- Tiedotteet ja raportit kilpailuista, tapahtumista, valmennuksista ja koulutuksista, kurseista ennen tapahtumaa ja niiden jälkeen
- Tiedotteet ja kuulumiset seuran kerhoista kuten ponikerho
- Jäsentiedotteet, kuten kokouskutsut, vuosikokousraportti, muistutukset jäsenmaksuista, turvallisuusohjeistukset jne.
- Seuran jäsenten kuulumiset, palkinnot ja kisamenestyksen jakaminen
- Jäsenkyselyt ja jäsenten toiveet
- Seuran taustoista ja vastuuhenkilöistä kertovat päivitykset ja uutiset
- Äänestykset ja arvonnat ja kilpailut, tietovisat
- Seuran saavutukset ja palkinnot
- Sponsoreiden esittelyt ja yhteistyökumppaneiden tärkeät tapahtumat
- Liiton julkaisemat, olennaisesti jäseniin vaikuttavat tiedottamisasiat

Kuvamateriaalina käytetään iloisia ja positiivisia eli vain laadukkaita ja eettisen hevostenkäsittelyn läpäiseviä kuvia, joiden julkaisuun on kysytty lupa ja kuvaajan nimi kerrotaan. Kuvat valitaan hevosen hyvinvointi edellä, joten kuvassa tulee näkyä tyytyväinen ja rento hevonen, yhteistyöltään harmoninen ratsukko tai muutoin hyvä ja rauhallinen hevostenkäsittelytilanne. Turvavarusteet, kuten kypärä ja asialliset ratsastuskengät kuuluvat ratsastuskuviin, ja ratsailta itse otettuja kuvia ei suosita. Seuran jäsenten ja yleistilanteiden kuvissa käytetään tarkkaa harkintaa eli lasten kuviin on kysytty asianosaisen/vanhemman lupa ja yleiskuvissa julkaistaan kuvia, joissa henkilöt ovat edukseen.

Erilaiset mainokset ja muut julkaisuihin liittyvät kuvat tuotetaan pääosin itse. Tavoitteena näissä mainoksissa on selkeys, helppo luettavuus, olennainen tieto, positiivisuus ja houkuttelevuus.

#### Viestinnän aikataulut

TKR:n sosiaalisessa mediassa viestintää on useita kertoja viikossa, mutta vähintään viikoittain julkaistaan uutisia, tapahtumia, mainoksia tai muita nostoja. TKR:n viestintä on monipuolista käsitellen useita eri aiheita, jotta seuraajien mielenkiinto pysyy yllä ja uutisoinnissa on tuoreutta. Tasapuolisuus ja läpinäkyvyys on tärkeää, eli julkaisemme sopivassa suhteessa seuran jäsenten, tapahtumien ja muiden kiinnostavien aiheiden uutisia. Yhden tapahtumamainoksen prässääminen liki päivittäin ei ole laadukasta viestintää, joten sitä vältetään.

Kotisivuja päivitetään säännöllisesti, ja erityisesti päivityksiä tehdään seuraaviin: seuran kalenteri, valmennusten tarkemmat ohjeet, harjoituskilpailujen ohjeet jne. Sosiaalisen median syötteet kotisivuilla mahdollistavat sen, että viikoittaiset uutiset näkyvät automaattisesti kotisivuilla.



---

## Mittarit ja seuranta

Viestinnän mittareina käytetään mm. seuraavia asioita:

- viestinnän laatu (sisällöllisesti oikeakielistä, ajankohtaista, kiinnostavaa) – jatkuva seuranta
- viestinnän säännöllisyys (julkaisujen määrä, säännöllisyys, ajankohtaisuus) - vuosittain
- sosiaalisen median seuraajien kasvu ja sitoutumisaste päivityksiin (lukumäärä ja prosentit) - vuosittain
- kotisivujen analytiikka mahdollisuuksien mukaan: kävijämäärät, suosituimmat sisällöt - jatkuva
- jäsenkyselyt: säännöllisessä jäsenkyselyssä viestinnän osio, jossa arvioidaan viestinnän läpinäkyvyyttä, aktiivisuutta ja vuorovaikutteisuutta - vuosittain

## Kriisiviestintä

Kriisiviestintään on laadittu erillinen ohjeistus.