

# VIESTINNÄN JA MARKKINOINNIN PERIAATTEET PARTIOSSA



PARTIO  
scout 

# SISÄLLYS

<b>1. Viestinnän ja markkinoinnin strategiset päämäärät</b> .....	<b>3</b>
Partio kasvaa .....	4
Partio antaa taidot elämään .....	4
Partio on paras paikka tehdä vapaaehtoistyötä .....	5
<b>2. Millaista partion viestintä ja markkinointi on?</b> .....	<b>6</b>
Partion arvojen mukaista .....	6
Partion yhteisiä tavoitteita edistävää .....	6
Partion brändiä positiivisesti rakentavaa .....	6
<b>3. Miten partiossa viestintää ja markkinointia tehdään?</b> .....	<b>7</b>
Toimijat ja vastuut .....	8
Partion viestintää ja markkinointia toteuttavat: .....	8
Julkisuusviestinnän linjaukset: .....	8
<b>4. Partion pääviestit</b> .....	<b>9</b>
<b>5. Kenelle partio viestii?</b> .....	<b>10</b>
Muut viestinnän ja markkinoinnin ohjaavat dokumentit .....	11



## Hei partiolainen!

Tämä on työkalu sinulle, joka omalta osaltasi teet partion viestintää ja markkinointia. Ohjeen on tarkoitus tukea niin piirien, FiSSc:n, keskusjärjestön, projektien kuin tapahtumien viestinnän ja markkinoinnin tekijöitä omissa pesteissään. Myös lippukuntien aktiiviset viestijät voivat halutessaan soveltaa näitä periaatteita. Nämä ohjeet ja linjaukset pohjautuvat partion strategiaan vuosille 2021–2026, sillä viestinnällä ja markkinoinnilla on keskeinen rooli strategian toteuttamisessa. Haluamme viestintämme ja markkinointimme olevan ketterää, kehittyvää ja edistyksellistä – siten tämänkin ohjeen muutostarpeita tarkastellaan uudelleen laajennetussa viestintä- ja markkinointivaliokunnassa vähintään parin vuoden välein. Tervetuloa mukaan tekemään entistäkin parempaa partioviestintää!

# 1. VIESTINNÄN JA MARKKINOINNIN STRATEGISET PÄÄMÄÄRÄT

Partion viestintä ja markkinointi tukee järjestön strategian toteutumista. Niinpä strategian painopisteet ovat viestinnän ja markkinoinnin tärkeimpiä aiheita. Seuraamme viestinnän ja markkinoinnin strategista onnistumista tasaisin väliajoin tiettyjen mittareiden avulla.

Partion strategian 2021–2026 visiona on “Partio – jokaiselle nuorelle taidot muuttaa maailmaa”. Strategia koostuu kolmesta osasta, joista jokaiseen kuuluu kolme alakohtaa.



## PARTIO KASVAA

Viestinnän ja markkinoinnin keskeisimpiä tavoitteita on tukea partion jäsenkasvua. Vahvistamme partion brändiä ja markkinoimme harrastusta, jotta tavoittaisimme partioon yhä enemmän lapsia ja nuoria.

- > Partio näkyy kohderyhmää kiinnostavissa kanavissa erityisesti huomioiden lapset ja nuoret kohderyhmänä
- > Tuotamme vähintään selko- ja englanninkielisten materiaaleja sekä kohderyhmälle suunnattuja sisältöjä niille, joiden kotikieli on joku muu kuin suomi tai ruotsi
- > Huomioimme viestinnän ja markkinoinnin sisällöissä moninaisuuden ja avoimuuden. Sisällöissä pidetään esillä aktiivisesti esimerkiksi eri vähemmistöryhmiä.
- > Tuemme lippukuntia eri kohderyhmille suunnatuissa markkinointitoimenpiteissä muun muassa tarjoamalla vinkkejä, materiaaleja ja valmiita kampanjoita
- > Kannustamme viestinnän ja markkinoinnin sisällöissä lippukuntia luomaan rohkeasti ja monipuolisesti uusia tapoja harrastaa sekä ottamaan maahanmuuttajataustaisia mukaan toimintaan.
- > Nostamme esiin erilaisia lippukuntia eri alueilta ja niiden erilaisia partiotoiminnan muotoja.

## PARTIO ANTAA TAIDOT ELÄMÄÄN

Viestinnällä ja markkinoinnilla on tärkeä roolinsa siinä, että partiosta saa taitoja elämää varten.

Sanoitamme ja tuomme partion viestinnässä esiin, mitä ovat 2040-luvun taidot.

- > Tuomme esille partion tarjoamia taitoja, joita lapset ja nuoret tarvitsevat nyt ja tulevaisuudessa.
- > Otamme kantaa sekä vaikutamme rohkeasti viestinnän keinoin partion arvojen mukaisiin asioihin.
- > Tuomme esiin nuoria partiolaisia, jotka vaikuttavat aktiivisesti yhteisöihinsä ja maailmaan.
- > Teemme tarpeen mukaan yhteistyötä ulkopuolisten sidosryhmien kanssa, jotta vaikuttamisella on enemmän voimaa.
- > Huomioimme omassa toiminnassamme partion hiilijalanjälkeen vaikuttavat asiat esimerkiksi paperin ja printin määrällä.

## **PARTIO ON PARAS PAIKKA TEHDÄ VAPAAEHTOISTYÖTÄ**

Viestinnällä ja markkinoinnilla tuemme partion vapaaehtoisia omassa pestissään.

- Huomioimme omassa toiminnassamme partion hiilijalanjälkeen vaikuttavat asiat esimerkiksi paperin ja printin määrällä. Korostamme merkityksellisyyttä ja kavereita uusille aikuisille suunnatuissa markkinointisisällöissä sekä nykyisille vapaaehtoisille suunnatuissa viestintäsisällöissä.
- Huomioimme viestinnässä eri-ikäiset vapaaehtoiset ja tuomme esiin vapaaehtoistyön erilaiset ja erikokoiset mahdollisuudet.
- Sanoitamme ja tuomme näkyviin partiossa saatua monipuolista osaamista arvostavasti ja kunnioittavasti.
- Kannustamme vapaaehtoisia kehittämään osaamistaan ja luomme siihen omalta osaltamme mahdollisuuksia.
- Autamme ja tuemme vapaaehtoisia heidän pesteissään tarjoamalla oikea-aikaista, kohdennettua sisältöä sekä hyvää fiilistä luovaa viestintää.

## 2. MILLAISTA PARTION VIESTINTÄ JA MARKKINOINTI ON?

### PARTION ARVOJEN MUKAISTA

- > Partion viestintä ja markkinointi on peruskirjassa kuvattujen partion arvojen ja toimintaperiaatteiden mukaista. Huomioimme arvot sekä viestinnän tekemisessä että sisällöissä.
- > Lapset ja nuoret näkyvät viestinnässä ja markkinoinnissa aktiivisina toimijoina.
- > Viestinnässä ja markkinoinnissa näkyvät strategiamme keskeiset teemat: avoimuus, yhdenvertaisuus, partiokasvatuksen ja -taitojen rooli, vapaaehtoistyön merkityksellisyys, vapaaehtoisista huolehtiminen, kestävä kehitys sekä vastuullisuus.

### PARTION YHTEISIÄ TAVOITTEITA EDISTÄVÄÄ

- > Tuemme muiden toiminnanalojen tekijöitä ja tavoitteita.
- > Edistämme laadukas partiotoiminnan toteutumista lippukunnissa.
- > Tuomme esille partion monimuotoisia paikallisia piirteitä osana maailmanlaajuisia yhteisöä, johon jokainen partiolainen kuuluu.

### PARTION BRÄNDIÄ POSITIIVISESTI RAKENTAVAA

- > Autamme ja tuemme vapaaehtoisia heidän pesteissään tarjoamalla oikea-aikaista, kohdennettua sisältöä sekä hyvää fiilistä luovaa viestintää.
- > Lisäämme viestinnän ja markkinoinnin keinoin partiolaisten harrastusylpeyttä sekä innostamme partiolaisia viestimään itse omista partiokokemuksistaan.
- > Luomme partiolaisille ja sidosryhmille mielikuvaa partiosta iloisena, monipuolisena ja yhteiskunnallisesti merkittävänä harrastuksena ja vapaaehtoistyönä.
- > Olemme rohkeita! Kokeilemme aktiivisesti uusia ideoita ja luovomme tarvittaessa vanhasta.
- > Edistämme positiivista viestintäkulttuuria ja toimimme esimerkkinä muille nuorisjärjestöille lapsille ja nuorille suunnatusta, innostavasta ja hyvin tuotetusta viestinnästä.

### **3. MITEN PARTIOSSA VIESTINTÄÄ JA MARKKINOINTIA TEHDÄÄN?**

Teemme partiossa viestintää ja markkinointia rohkealla ja trendikkäällä tavalla. Suunnittelemme toimenpiteitä kokonaisvaltaisesti piireissä sekä keskusjärjestössä, jotta toimintamme tukee parhaalla mahdollisella tavalla partion strategiaa.

Vuosittain tehtävät toimintasuunnitelma sekä viestintä- ja markkinointisuunnitelma ohjaavat partion viestinnän ja markkinoinnin tekijöitä tekemään ja kehittämään sovittuja asioita. Teemme viestintää ja markkinointia yhteistyössä kaikkien toiminnanalojen kanssa. Viestinnän ja markkinoinnin toiminnanala tarjoaa työkaluja ja tukea muille toiminnanaloille, joiden tulee olla aktiivisia oman viestinsä eteenpäin saamiseksi.

Pyrimme luomaan viestinnän ja markkinoinnin osaksi koko partio-organisaation toimintakulttuuria. Kanavaratkaisuissa otamme huomioon eri kohderyhmien suosimat kanavat. Seuraamme aktiivisesti olemassa olevia trendejä sekä lasten ja nuorten mediakäyttäytymiseen liittyviä muutoksia. Pyrimme kohdentamaan viestintää valituille kohderyhmille käyttäjien moninaisuus ja yhdenvertaisuus huomioiden. Olemme aktiivisia partion digitaalisten palvelujen kehittämisessä.

Partiossa maksimoimme resurssit ja sisällöntuotannon muutamaan pääkanavaan. Tuotamme viihdyttävää ja asiapitoista sisältöä eri kanaviin. Partion viestinnässä ja markkinoinnissa panostamme yhtä aikaan kuvaan, videoon, tekstiin ja ääneen. Koemme, että aktiivinen vuorovaikutteisuus on tärkeässä asemassa, kun viestintää ja markkinointia tehdään nuorille. Otamme huomioon eri kanavien ominaispiirteet ja kohderyhmät ja kohdennamme viestin niiden mukaan.

Tuomme partion viestinnän ja markkinoinnin lähemmäksi arkea ja lippukuntien sekä piirien perustoimintaa. Puhuttelemme kohderyhmiä samaistuttavan ja yhdistävän sisällön kautta. Sisällöntuotanto on uutta, osallistavaa sekä viihdyttävää. Tuomme sisällön kautta esiin partiotoimintaa monipuolisesti, aidosti, innostavasti sekä informatiivisesti.

## TOIMIJAT JA VASTUUT

### PARTION VIESTINTÄÄ JA MARKKINOINTIA TOTEUTTAVAT:

- > Jokainen partiolainen – kukin rakentaa omalta osaltaan partion brändiä ja mielikuvaa
- > Viestinnän ja markkinoinnin vapaaehtoiset – vastaavat oman pestinsä mukaisesti tietyistä osa-alueesta tai kokonaisuudesta
- > Muiden toiminnanalojen vapaaehtoiset – vastaavat omien asioidensa viestimisestä joko itse tai yhteistyössä vima-tekijöiden kanssa
- > Projektien ja tapahtumien tekijät – vastaavat oman projektinsa tai tapahtumansa viestinnästä ja markkinoinnista sekä sisältöjen esiintuomisesta
- > Partio-toimihenkilöt – vastaavat omalta osaltaan oman toiminnanalansa tai toimenkuvansa asioiden viestimisestä yhteistyössä vapaaehtoisten kanssa.
- > Viestinnän ja markkinoinnin toimihenkilöt – tuottavat ja koordinoivat arjessa partion viestintää ja markkinointia sekä tukevat muita työntekijöitä ja vapaaehtoisia viestinnän ja markkinoinnin toteuttamisessa.

### JULKISUUSVIESTINNÄN LINJAUKSET:

- > Partion kasvoina toimivat partiolaiset, erityisesti lapset ja nuoret.
- > Haastatteluihin tarjotaan ensi sijassa partiolaisia, jotka ovat kyseisen aiheen asiantuntijoita. Haastateltava voi olla myös työntekijä, mikäli kyseisessä asiassa tietämys on työntekijällä.

Jokainen partiolainen rakentaa partion mielikuvaa ja brändiä. Partiolainen samaistuu partiolaiseen samalla tavalla kuin ihminen samaistuu ihmiseen. Viestinnässä ja markkinoinnissa korostamme omalla äänellä ja kasvoilla viestimistä.

Viestintää ja markkinointia tehdään lippukunta-, piiri- ja keskusjärjestötasolla. SP suunnittelee valtakunnallista viestintää ja markkinointia osana toiminnan suunnitteluprosessia ja piirit tekevät suunnitelmat sen pohjalta.

Lippukunnat tekevät viestintää ja markkinointia paikallisuus ja lippukunnan jäsenet huomioiden. Piirissä viestintää ja markkinointia suunnataan erityisesti alueen lippukuntien vapaaehtoisille. Valtakunnallisesti tehdään viestintää ja markkinointia laajasti lippukunnille ja piireille, suurelle yleisölle sekä yhteiskunnalle.

Viestinnän ja markkinoinnin tekijät tarjoavat aktiivista tukea, koulutusta ja työkaluja muiden toiminnanalojen sekä lippukuntien edustajille. Partion markkinoinnissa voidaan hyödyntää myös vaikuttajia ja muita julkisuuden henkilöitä viestin välittäjinä.



## 4. PARTION PÄÄVIESTIT

Pääviestit kiteyttävät partion ytimen – ne kirkastavat partion tarkoituksen. Pääviesteillä kerrotaan selkeästi strategisista päämääristä ja ne pohjautuvatkin näihin tavoitteisiin. Pääviestejä toistamalla partion tavoitteet ja arvot välittyvät yhtenäisesti. Pääviestien ilmaisua voi tarvittaessa muokata tilanteeseen, kanavaan ja kohderyhmälle sopiviksi.

- Partio on monipuolinen, hauska ja turvallinen harrastus, jossa oppii paljon uusia taitoja ja pääsee tekemään kiinnostavia asioita.
- Partiossa nuoret tekevät itse, ovat osa merkityksellistä yhteisöä ja vaikuttavat maailmaan.
- Partiossa jokainen voi olla oma itsensä. Partio on kaikille avoin ja moninainen harrastus.
- Partio on paras paikka tehdä vapaaehtoistyötä.
- Partio on ajan hermoilla oleva harrastus, josta voi olla ylpeä.
- Partio on luotettava, vaikuttava ja kiinnostava yhteistyökumppani.

## 5. KENELLE PARTIO VIESTII?

Partion viestinnän pitää sopia monelle kohderyhmälle. Partiosta kuulee ja tietää niin sudenpennut kuten heidän vanhempansa, teini-ikäiset harrastajat ja naapurin Markku, joka ei ole itse koskaan partiota harrastanut. Partion kanavia seuraa myös muut kuin partiolaiset, joten avaathan, mitä tarkoittavat vaikka akela, samoaja ja ROK. Viestinnässä on tärkeää kohdentaa sanoma aina tietyille kohderyhmälle, mutta mitä ne ovat?

### Partiolaiset:

- > Sudenpennut ja seikkailijat
- > Tarpojat ja samoajat
- > Vaeltajat
- > Aikuiset
- > Uudet partiolaiset

### Ei-vielä-partiolaiset:

- > Partiosta harrastuksena kiinnostuneet
- > Partiolaisen perhe ja tuttavat
- > Entiset partiolaiset

### Partion yhteistyökumppanit ja sidosryhmät, esimerkiksi

- > Lahjoittajat
- > Kuntapäätäjät
- > Toimittajat
- > Sepot (seurakunnan partiotyöntekijät)
- > Kumppaniyrietykset
- > Kansanedustajat
- > Muut järjestöt

## **MUUT VIESTINNÄN JA MARKKINOINNIN OHJAAVAT DOKUMENTIT**

- > Partio on luotettava, vaikuttava ja kiinnostava yhteistyökumppani.
- > Brändiohje
- > Kuvaohje
- > Graafinen ohjeisto
- > Someohje/-strategia
- > Asiantuntijuuden teemat
- > Ylipäättään muut ohjeet

### **DOKUMENTIN TIEDOT**

Versio: 1.0

Hyväksytty: 20.12.2020,  
voimassaoloa jatkettu 3.11.2022

Omistaja: Viestintä ja markkinointi

Päivityssykli: Kahden vuoden välein

Päivitysajankohta: 12/2024

Työryhmä:

Linnea Eerola, Anna Koroma-  
Mikkola, Mikko Laitinen, Marianna  
Pouta, Jenna Ritvanen, Anni Rossi,  
Satu Salo-Jouppila

Kansikuva:

Susanna Mikander



**SUOMEN PARTIOLAISET – FINLANDS SCOUTER RY**

Töölönkatu 55, 00250 Helsinki

Puh. (+358 9) 8865 1100 [www.partio.fi](http://www.partio.fi)