

Kela|Fpa[®]

Kelan viestinnän linjaukset



Sisällysluettelo

Toimintaympäristön muutokset vaativat viestinnältä paljon	3
Kela vaikuttaa viestimällä.....	4
Vastuullisuus näkyy kaikessa Kelan viestinnässä	5
Kelan viestinnän linjaukset pohjautuvat strategiaan.....	6
Viestinnän linjaus 1: Rakennamme luottamusta viestinnällä ja vuorovaikutuksella	7
Viestinnän linjaus 2: Viestinnässä käytämme ja jaamme tietoa, teemme keskustelunavauksia ja mittaamme tuloksia.....	8
Viestinnän linjaus 3: Huomioimme erilaiset elämäntilanteet ja viestimme niiden pohjalta ymmärrettävästi ja luotettavasti.....	9
Näin vastuullisuus ja viestinnän linjaukset näkyvät viestinnän tekoina arjessamme	10
Näin viestimme 1: Tunnetta eri kohderyhmien tarpeet ja odotukset.....	11
Näin viestimme 2: Jokainen kelalainen viestii.....	12
Näin viestimme 3: Tavoittelemme selkeää kieltä ja lämmintä äänensävyä	13
Jokainen kelalainen viestii – ja osaa viestiä	14
Kelan viestintää ohjaavat lait ja ohjeet.....	15



Toimintaympäristön muutokset vaativat viestinnältä paljon

Heiluriliike toimitetun median ja sosiaalisen median välillä

Toimitetun median ansaintalogiikan muutos:
klikkijournalismi, uutiskilpailu

Media on siellä missä puhelimesi:
mediaa käytetään 24/7/365

Vaikuttajien ja mikroyhteisöjen vaikutusvalta

Kuka tahansa voi julkaista mitä tahansa,
mutta kaikki eivät osaa tai halua

Disinformaatio, informaatiovaikuttaminen,
trollaaminen, maalittaminen, deep fake

Tekoälyn ymmärtäminen ja käyttäminen lisääntyvät
viestinnässä ja koko yhteiskunnassa.

Kriisit vaativat kaikilta epävarmuuden hyväksymistä



Sisäistä ja ulkoista ei pysty erottamaan
Monipaikkainen työ haastaa työyhteisöjä

Strategia ohjaa organisaation tekemistä ja asettaa tavoitteet

Viestintä on osa työelämätaitoja

Johtamisviestintä osana johtamisen periaatteita

Ekologinen, sosiaalinen ja taloudellinen
vastuullisuus täytyy huomioida

Vaatuksena nopeus, läpinäkyvyys ja keskustelu
sisäisesti, ulkoisesti ja sidosryhmien kanssa

Avoimuuden vaatimus koskee koko yhteiskuntaa

Viestien personointi ja kohdentaminen

Asiakasryhmien ja tarpeiden muutokset

Kriittinen mielikuva Kelasta

Tiedon, datan ja analyysin tarve

Kela vaikuttaa viestimällä

Kelan viestinnän linjaukset perustuvat Kelan toiminta-ajatukseen ja strategiaan sekä strategiassa kuvattuihin tavoitteisiin ja arvoihin. Sosiaaliturvasta tiedottaminen eli viestintä on Kelan lakisääteinen tehtävä. Lisäksi Kela vastaa Kanta-palveluihin ja EU-terveydenhoitoon liittyvästä viestinnästä ja viestii näistä eri kohderyhmille.

Muutos- ja kriisitilanteessa viestintä eri kohderyhmille korostuu entisestään. Viestinnän linjaukset on tarkoitettu jokaiselle kelalaiselle työn tueksi. Erityisen tärkeää on työyhteisössä tapahtuva viestintä.

Kelassa viestinnän tavoitteena on

- vahvistaa asiakaskokemusta
- rakentaa luottamusta ja mainetta
- kehittää sisäistä kulttuuria ja vauhdittaa muutoksia
- kertoa Kelasta tulevaisuuden työpaikkana
- lisätä vaikuttavuutta yhtenäisenä Kelana
- rakentaa Suomi-mielikuvaa.

Viestintä on määritelty Kelassa kriittiseksi voimavaraksi, ja tavoittelemme siinä edelläkävijyyttä.

Vastuullisuus näkyy kaikessa Kelan viestinnässä

Vastuullisuus koskee kaikkea toimintaamme, ja se on myös osa kaikkea viestintäämme. Vastuullisuus näkyy teoissamme, jakamassamme tiedossa ja siinä, miten toimimme:

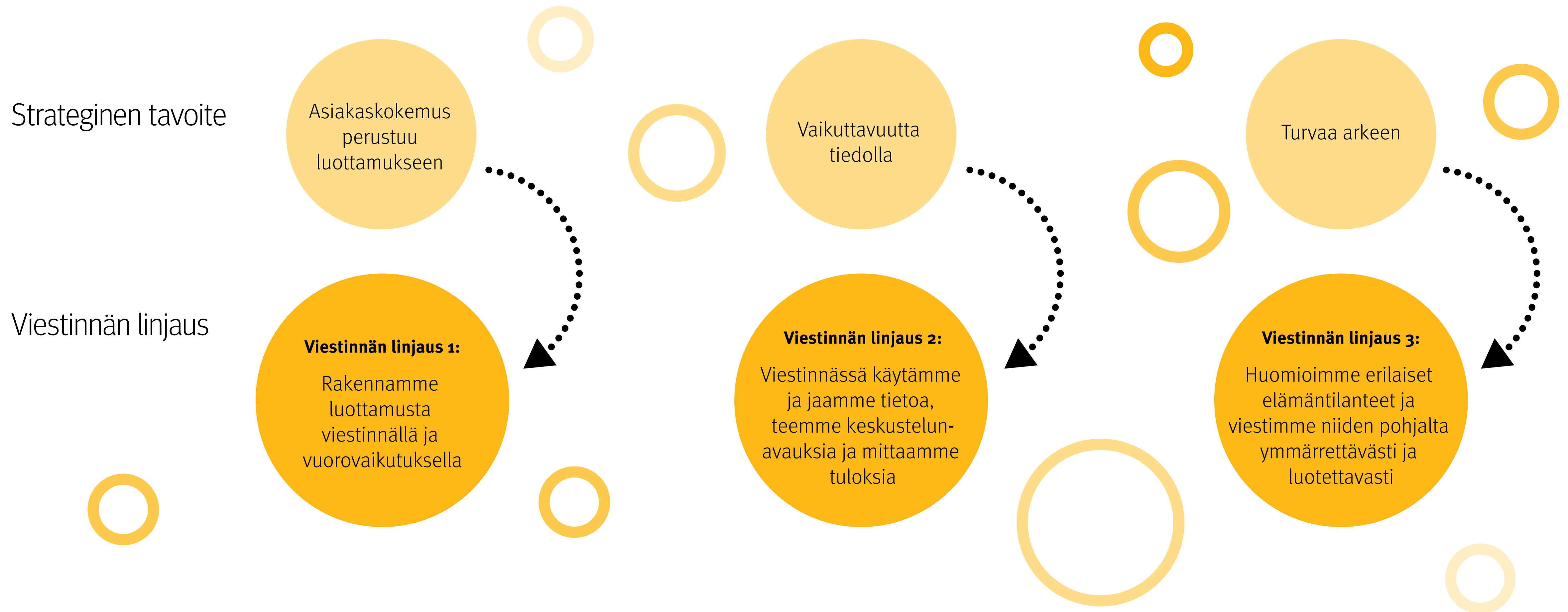
Teemme yhdessä sovittuja, tietoon perustuvia vastuullisuustekoja. Kannustamme toisiamme ideoimaan uusia, vastuullisuutta tukevia tekoja. Mietimme kumppaneidemme kanssa tekoja, joilla voimme esimerkiksi hillitä ilmastonmuutosta. Kerromme toimenpiteistä, joilla asiakas voi osallistua vastuullisuustyöhön (esimerkiksi valitsemalla paperittoman päätöksen postitetun päätöksen sijaan).

Vastuullisuus näkyy myös siinä, että tuotamme selkeää ja ymmärrettävää tietoa ja hyödynnämme tietoa vastuullisesti. Asiakas voi luottaa siihen, että hänen tietonsa ovat turvassa verkkopalvelussamme.

Toimimme työnantajana, työyhteisönä ja kollegoina vastuullisesti. Jaamme avoimesti tietoa ja tuemme toistemme työtä. Rakennamme työyhteisössä avointa, turvallista ja kannustavaa ilmapiiriä. Toimimme Kelan arvojen mukaisesti, ihmistä ja monimuotoisuutta arvostaen. Palvelumme ja viestintämme huomioivat mahdollisimman kattavasti erilaiset asiakasryhmät.

Muistamme myös kertoa työyhteisölle, kumppaneille ja sidosryhmille vastuullisuustyömme vaikuttavuudesta.

Kelan viestinnän linjaukset pohjautuvat strategiaan



Asiakaskokemus
perustuu
luottamukseen

Viestinnän linjaus 1:

Rakennamme
luottamusta
viestinnällä ja
vuorovaikutuksella

Viestinnän linjaus 1:

Rakennamme luottamusta viestinnällä ja vuorovaikutuksella

Viestinnän merkitys luottamuksen rakentamisessa on keskeinen. Viestimme asiakkaidemme ja muiden sidosryhmiemme kanssa luottamusta herättävästi. Haluamme osoittaa, että luotamme asiakkaaseen.

Luotamme omaan asiantuntemukseemme ja kykyymme viestiä. Luotamme myös työkavereihimme ja jaamme tietoa yhteisistä asioista avoimesti ja rakentavasti.

Viestintämme on avointa ja oikea-aikaista, ja se perustuu tosiasioihin. Tuomme esiin myös vaikeat asiat ja tekemämme virheet ja kerromme, miten korjaamme epäkohdat. Emme rasita turhalla sisällöllä.

Olemme helposti lähestyttäviä ja käytämme kanavia ja välineitä, joilla meihin saa yhteyden ja joilla tavoitamme itse asiakkaamme, kumppanimme ja sidosryhmämme parhaiten.

Vaikuttavuutta
tiedolla

Viestinnän linjaus 2

Viestinnässä käytämme
ja jaamme tietoa,
teemme keskustelun
avauksia ja mittaamme
tuloksia

Viestinnän linjaus 2:

Viestinnässä käytämme ja jaamme tietoa, teemme keskustelunavauksia ja mittaamme tuloksia

Tuomme aktiivisesti esiin tuottamaamme ja analysoimaamme tietoa, jonka tiedämme auttavan asiakkaitamme, kumppaneitamme ja sidosryhmiämme sekä päätöksentekoa. Käytämme niitä kanavia ja keinoja, joilla tavoitamme kohderyhmämme parhaiten. Etsimme tiedonjakamiseen myös uusia kanavia.

Osallistumme Kelaa ja Kantaa koskeviin keskusteluihin ja teemme myös uusia keskustelunavauksia tietoon perustuvien näkemystemme pohjalta. Asiantuntijamme osallistuvat yhteiskunnalliseen keskusteluun eri kanavissa ja foorumeilla, ja tarjoamme heitä aktiivisesti asiantuntijoiksi tiedotusvälineille.

Varmistamme, että tietoon pohjautuva asiakasymmärryksemme on kaikkien kelalaisien käytössä. Jaamme sisäisesti meillä olevaa tietoa sekä ymmärrystä siitä, kuinka sen avulla johdetaan.



Turvaa arkeen

Viestinnän linjaus 3
Huomioimme erilaiset elämäntilanteet ja viestimme niiden pohjalta ymmärrettävästi ja luotettavasti

Viestinnän linjaus 3:

Huomioimme erilaiset elämäntilanteet ja viestimme niiden pohjalta ymmärrettävästi ja luotettavasti

Huolehdimme, että Suomessa asuvilla on tieto siitä, mitä etuuksia ja palveluita he voivat saada elämän eri tilanteissa. Varmistamme, että jakamamme tieto ja viestintämme edistävät kaikkien osallisuutta ja tukevat arvojen monimuotoisuutta.

Käytämme niin ulkoisissa kuin sisäisissäkin viestintäkanavissa helposti ymmärrettävää kieltä. Kiteytämme sanottavamme ja erotamme olennaisen epäolennaisesta. Luomme kumppaniemme kanssa yhteisiä toimintamalleja, joiden avulla viestimme saavuttavat kohderyhmämme oikeaan aikaan ja oikeissa tilanteissa.

Kela viestii asiakkaille suomeksi, ruotsiksi, englanniksi, saameksi ja viittomakielellä. Eri kielillä tehtävällä viestinnällä on myös lakisääteinen pohja. Kaikki asiakasryhmät hyötyvät selkeän kielen lisäämisestä. Viestintää voidaan joustavasti toteuttaa ja kehittää myös muilla kielillä asiakastarpeen mukaan.

Palveluidemme häiriöttömyys ja tietoturvallisuus ovat toimintamme lähtökohta, ja viestimme avoimesti ja asiallisesti myös niihin liittyvistä ongelmista. Käsittelemme tietoa turvallisesti ja niin, ettemme loukkaa kenenkään yksityisyyttä.

Näin vastuullisuus ja viestinnän linjaukset näkyvät viestinnän tekoina arjessamme

Tarjoamme aina palveluissamme ja viesteissämme selkeää ja ymmärrettävää sisältöä. Esimerkiksi lomakkeet, Kelan ja Kannan verkkosivujen sisällöt sekä muut digitaaliset palvelumme ovat selkeitä, saavutettavia ja helppokäyttöisiä.

Palvelemme asiakkaitamme yhdenmukaisesti ja tasavertaisesti verkossa, puhelimessa ja palvelupisteissä.

Hyödynnämme asiakkailta ja kumppaneilta saamaamme palautetta sekä muuta tietoa asiakkaistamme, kun kehitämme asiointia ja palvelupolkuja.

Viestimme saavutettavasti ja monella kielellä ja käytämme myös selkokieltä.

Kerromme asiakkaillemme avoimesti tilanteista, jotka liittyvät palveluihin. Kerromme myös, jos käytössämme olevissa kanavissa on ongelmia, esimerkiksi etuuskäsittelyssä ruuhkaa tai digitaalisissa palveluissa häiriö.

Viestimme monimutkaisista asioista tekstin lisäksi visuaalisesti, esimerkiksi kuvilla, infograafeilla ja videoilla. Valokuvilla haluamme kertoa, että ymmärrämme asiakkaidemme elämäntilannetta.

Kun viestimme Kelan sisällä, otamme työkavereidemme toiveet huomioon ja hyödynnämme kollegoilta saamaamme palautetta.

Näin viestimme 1:

Tunnumme eri kohderyhmien tarpeet ja odotukset

Kelan viestinnällä on monia kohderyhmiä, joiden tiedontarve on keskenään erilainen.

Tavoitteenamme on tehdä vaikuttavaa ja vuorovaikutteista viestintää kaikille kohderyhmille.

Henkilöasiakkaat

Kelan etuuksien hakijat ja palvelujen saajat sekä OmaKanta-palvelun käyttäjät

Kelalaiset

Koko henkilöstö ja erikseen pienemmät kohderyhmät, kuten esihenkilöt tai ammattiryhmät

Kumppanit

Asiakasyhteistyöhön osallistuvat työntekijät hyvinvointi-alueilla ja kunnissa sekä muut palveluprosesseihin osallistuvat viranomaiset (kuten THL), yhteisöt ja yritykset

Työnantaja-asiakkaat

Kelan etuuksia hakevat ja saavat yhteisöt ja yritykset

Kanta-palvelujen asiakkaat

Henkilöasiakkaat, sosiaali- ja terveydenhuollon ja tietohallinnon ammattilaiset sekä apteekki-alan henkilöstö

Kelan toimielimet ja ministeriöt, neuvottelukunnat ja foorumit

Tietoasiakkaat

Päätäjät ja julkiset toimijat sekä yhteistyökumppanit Findatassa

Työnhakijat ja eri alojen osaajat

Media

Asiantuntijaverkostot

Erlaiset ammatilliset verkostot, jotka liittyvät esimerkiksi strategiaan, palvelumuotoiluun, viestintään, vastuullisuuteen tai IT-palveluihin

Akateeminen yhteisö ja tutkijat Suomessa ja ulkomailla

Kansanedustajat, europarlamentaarikot

Valtiolliset toimielimet

Sosiaaliturvauudistuksen työryhmät sekä kestävän kehityksen toimikunta

Suomessa ja ulkomailla toimivat järjestöt ja yhteisöt, kuten ISSA

Kansainvälinen yleisö

Äitiyspakkaus, perustoimeentulo, terveydenhoidon verkkopalvelut

Monikieliset yhteisöt



Näin viestimme 2:

Jokainen kelalainen viestii

Jokaisella kelalaisella on vastuu omaan työhönsä liittyvästä tiedonkulusta ja vuorovaikutuksesta, erityisesti omassa työyhteisössään. Viestintä onkin yksi Kelassa tärkeimpänä pidetyistä työelämätaidoista. Kelalaisilla on myös muita viestinnällisiä vastuita sen mukaan, missä tehtävässä he toimivat.

Palveluhenkilöstö

kuten assistentit, vahtimestarit ja puhelinvaihde, on usein myös Kelan ensimmäinen käyntikortti.

Esihenkilöt

luovat johtamisviestinnällään avointa ja vuorovaikutteista kulttuuria sekä tukevat viestintää organisaatiossa. Johtamisviestintä korostuu erityisesti muutostilanteissa.

Johtajat

osoittavat Kelan suunnan, osallistuvat yhteiskunnalliseen keskusteluun ja näyttävät mallia avoimuudessa. Merkittävä osa johtamisesta on viestintää.

Palvelu- ja ratkaisuasiantuntijat

rakentavat luottamusta ja mielikuvaa Kelasta jokapäiväisessä vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa.



Tutkijat ja muut asiantuntijat

vaikuttavat sisäisissä ja ulkoisissa verkostoissa, jakavat tietoa ja osallistuvat myös julkiseen keskusteluun.

Ketterät tiimit

tukevat toimintamallin muutosta jakamalla tietoa keskenään ja sisäisissä verkostoissa.

Viestinnän ammattilaiset

valmentavat, rohkaisevat ja tukevat kelalaisia viestinnässä, osallistuvat toiminnan suunnitteluun ja arviointiin sekä seuraavat viestintäalan kehitystä. Viestintäyksikkö vastaa myös Kelan ilmeestä.

Näin viestimme 3:

Tavoittelemme selkeää kieltä ja lämmintä äänensävyä

Haluamme kuulostaa enemmän rennolta ja lämpimältä kuin viralliselta ja etäiseltä. Puheessamme saa kuulua empaattinen kelalainen.

Vuorovaikutuksessamme on hyvä olla energiaa ja intoa, mutta emme halua kuulostaa tekopirteältä. Huumori on Kelalle hankalaa, koska moni asiakkaamme on vaikeassa elämäntilanteessa. Siksi jätämme vitsailun muille.

Käyttämämme kielen täytyy olla aina asiallista, selkeää ja ymmärrettävää. Asiallinen ei kuitenkaan tarkoita kylmää.

Tätä äänensävyn määrittelyä voit käyttää tukenasi vuorovaikutustilanteissa ja muussa viestinnässä. Harkitse kuitenkin äänensävy tilannekohtaisesti: Millainen sävy sopii juuri tähän tilanteeseen? Mikä on sopivaa tässä hetkessä, jotta kohtaat asiakkaan arvostavasti?



Jokainen kelalainen viestii – ja osaa viestiä

Yhteinen tavoitteemme on, että me kelalaiset koemme osaavamme viestiä omassa työroolissamme ja voimme samalla tehdä työmme tehokkaammin ja paremmin. Kelassa järjestetään jatkuvasti viestintäkoulutuksia eri aiheista. Viestintäkoulutusten sisältö vaihtelee ajankohdan ja ajankohtaisten yhteiskunnallisten asioiden mukaan.

Viestintäyksikkö seuraa yhteiskunnallista keskustelua ja viestinnän muutoksia ja etsii koulutuksiin ajankohtaisia teemoja. Tarjolla on esimerkiksi sosiaaliseen mediaan, puheen pitämiseen, verkkoviestintään ja johtamisviestintään liittyvää koulutusta sekä mediavalmennusta.

Viestintäyksikkö vastaa viestinnän linjauksista ja tukee viestinnässä

Viestintäyksikkö vastaa Kelan strategisesta viestinnästä ja viestinnän linjauksista sekä tukee johdon ja yksiköiden viestintää. Viestintäyksikkö vastaa keskitetystä viestinnästä kelalaisille, asiakkaille, kumppaneille ja sidosryhmille. Viestintäyksikön vastuulle kuuluu myös viestintäkanavien kehittäminen. Viestintää suunnitellaan ja toteutetaan yhteistyössä muiden yksiköiden kanssa.

Voit seurata Sinetin uutisista ja Kelan koulutustorilta, mitä viestinnän koulutuksia on tulossa. Monet koulutukset tallennetaan, ja näitä videoita voit katsoa omatoimisesti.

Keräämme myös toiveita henkilöstöltä. Jos sinä tai ryhmäsi tarvitsette valmennusta tai koulutusta, otathan yhteyttä viestintäyksikköön.

Esimerkkejä tarjolla olevasta tuesta

- yhteistyö- ja viestintävälineiden käytön koulutukset (esim. Teams ja M365)
- kielenhuolto erityisesti henkilöasiakkaille tarkoitettuihin teksteihin
- koulutukset Sinetin uutisten tekijöille (esim. verkkoon kirjoittamisesta, kuvista ja Sinetin työkaluista)
- kela.fin sisällöntuottajien säännölliset infot, oppaat, keskustelukanavat ja sparraus
- kanta.fin sisällöntuottajien infot, palaverit, oppaat ja käyttö- ja muut koulutukset
- visuaalisuuteen liittyvä tuki ja koulutukset (esim. kuvien käyttö eri tilanteissa, videoiden tekeminen sekä PowerPoint-esitysten luominen ja muu visualisointi)
- somekoulutukset
- mediavalmennukset
- mediaseurannan tuki
- johtamisviestinnän tuki

Kelan viestintää ohjaavat lait ja ohjeet

- [Laki digitaalisten palveluiden tarjoamisesta](#)
- [Perustuslaki](#)
- [Laki Kansaneläkelaitoksesta](#)
- [Yhdenvertaisuuslaki](#)
- [Hallintolaki](#)
- [Tietosuojalaki](#)
- [Laki sähköisen viestinnän palveluista, GDPR-asetus](#)
- [SDG-asetus](#)
- [Valtionhallinnon viestintäsuositus](#)
- [Julkisuuslaki](#)
- [Kielilaki](#)
- [Saamen kielilaki](#)
- [Kelan strategia](#)
- [Kelan strategiset vastuullisuuslinjaukset](#)
- [Kelan arvot](#)
- [Kelan sosiaalisen median linjaukset](#)
- [Viestinnän kielilinjaukset](#)

Kela|Fpa[®]

