

NÄIN INNOSTAT ASIAANTUNTIJAT Viestimään

Jyväskylä 12.3.2020



MOIKKA!

TÄNÄÄN KANSSANNE

Kati Keronen, Valoria

Strategisen, asiakaslähtöisen viestinnän ja markkinoinnin edelläkävijä, palkittu tietokirjailija.

@KatiKeronen @Valoriaoy
#merkityksellistäviestintää
#työkaveri

Mari Valkonen, Kide Consulting

Vaikuttavien tekstien puolustaja, joka auttaa asiantuntijoita kirjoittamaan napakasti, tehokkaasti ja persoonallisesti.

@marivalkonen @kidekoulu
#tekstityössä
#kirjoittaminen



&



TÄNÄÄN:



9-12 ROHKEUS JA SUUNTA
Hälvennä epävarmuus – sytytä
kipinä ja halu viestiä



12-13 Lounas



13-16 TAIDOT
Päivitä työelämän kirjoitustaidot – tue
asiantuntijaa tekstin tuottamisessa

**"Miksei meidän ihmiset viesti,
vaikka se lisääisi tietoa ja
sillä saisi näkyvyyttä?"**

MIKÄ ESTÄÄ VIESTIMÄSTÄ?

PELKOBINGO: MITKÄ NÄISTÄ OLET KUULLUT JOSKUS?

Ketä tämä nyt
muka kiinnostaisi?

En mä nyt ole mikään
mitään sanomaan.

Mä en ole mikään
kirjoittaja enkä osaa.

Ei tässä nyt ole
mitään uutista.

Viestintä ei ole
mun hommaa.

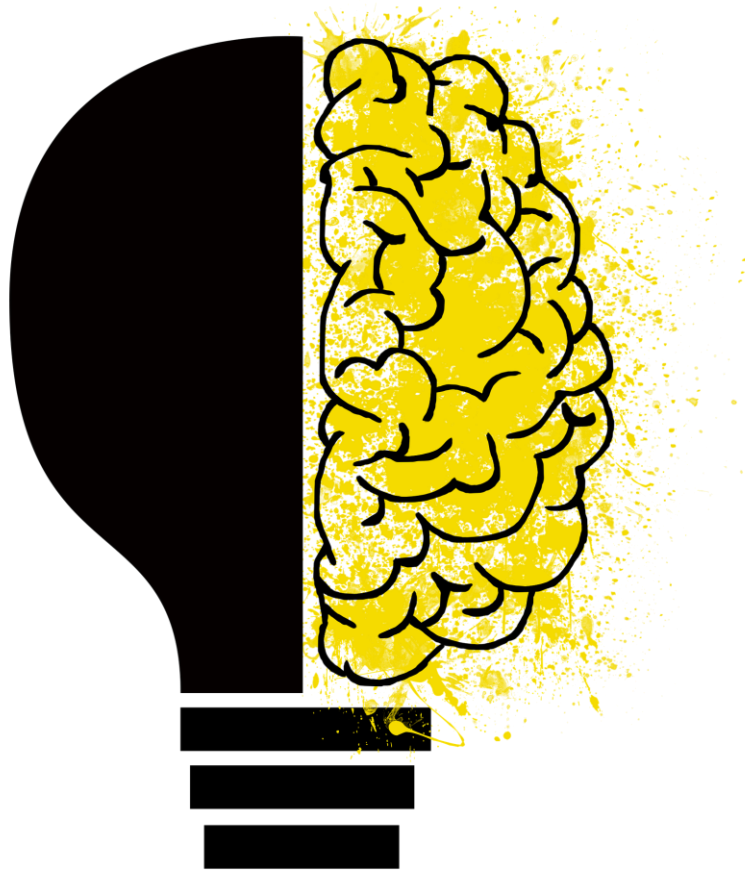
En tiedä mitä saa
sanoa ja mitä ei.

En minä halua
naamaani sinne.

Ei tästä kannata puhua,
tulee sanomista.

Kuka tästä ottaa
sitten vastuun?

Innostuksen biologia



Innostus on neurokemiallinen reaktio, johon tarvitaan serotoniinia, dopamiinia ja oksitosiinia.

"Onnellisuushormonit" lisäävät mm. motivaatiota, myötätuntoa, rentoutta, sosiaalisuutta, iloa, energisyyttä ja merkityksellisyyttä. Ne saavat ihmisen liikkeelle, luottamaan ja tavoittelemaan asioita.

Viestintä on luottamuslaji.



We have to teach people how to land
before they jump.

- Brené Brown -

MIKSI ASIAANTUNTIJOIDEN KANNATTA VIERSTÄ?

Toiveita asiantuntijoiden viestintään

Sitoutumista "kaikki viestivät" -ajatukseen ja uskallusta sanoittaa omaa osaamista.

Uskallusta tuottaa tekstimassaa - toimitustyön ja korjausluvunkin voi aina jättää toisille, mutta asiantuntija itse voi olla toisinaan paras henkilö kertomaan työstään omin sanoin

Kun osallistutaan tiiminä johonkin tapahtumaan tai järjestetään itse jotakin kivaa töissä, olisi mukava että näistä leviäisi pieniä positiivisia viestejä somessa.

Toisaalta olisi hyvä että työyhteisön sisällä osaisimme ja muistaisimme viestiä omasta tekemisestämme paremmin ja luoda yhteistyötä sitä kautta.

Asiantuntijaviestinnän tulisi olla kiinteä ja luonteva osa organisaation jokapäiväistä viestintää. Asiantuntijoiden pitäisi olla sitoutuneita viestimään omasta näkökulmastaan itselleen parhaiten sopivalla/sopivilla kanavalla/kanavilla.

Suunniteltua, tavoitteellista, oman asiantuntemuksen esiin nostavaa, sovitun säännöllistä.

Toivon, että asiantuntijat ymmärtäisivät, kuinka paljon heillä on tietoa, joka on monen mielestä kiinnostavaa ja jonka kertomisesta voi olla monelle hyötyä.

Uskallusta ja osaamista tunnistaa omasta työstä viestittäviä asioita (ajankohtaisia asioita, työn erikoisuuksia, onnistumisia ja epäonnistumisia, oppimiskokemuksia).

VIESTINNÄN 3 STRATEGISTA TEHTÄVÄÄ IHMISYYTTÄ KOROSTAVALLA VUCA-AJALLA

- 1) **Luoda varmuutta** epävarmuuteen kirkastamalla tulevaisuuden suunta ja tuomalla asiakkaat ja henkilöstö mukaan strategian ja tiekartan muodostamiseen.
- 2) **Rakentaa ainutlaatuista asiakaskokemusta** ymmärtämällä asiakasta tunteisiin asti, vastaamalla syviin tarpeisiin ja innostamalla asiakkaat mukaan kehittämään palveluita ja viestimään niistä yhdessä.
- 3) **Synnyttää yhteyttä** vastakkainasettelun ja kilpailun tilalle luomalla tasa-arvoista ja vuorovaikutteista kulttuuria ja vahvistamalla organisaation kyvykkyyttä kommunikoida muita ihmisiä voimauttaen kaikilla tasoilla.



Ihmisyiden ajan strateginen tarinankerronta

MARKKINOINNIN JA VIESTINNÄN
AMMATTILAISTEN TUOTTAMAA

EROTTUVA, INHIMILLISESTI KIINNOSTAVA,
MERKITYKSELLINEN JA SITOUTTAVA TARINA

STRATEGIASISÄLTÖ

Asiakkaan
polulle tiettyyn
kohtaan tarkoin
suunniteltu sisältö.

KOKEMUSSISÄLTÖ

Näkemyksellinen ja
ihmisten ajatukset ja
persoonan esiin tuova
sisältö.

ASiantuntijoiden ja ihmisten
itsensä tuottamaa

Strategisen tarinankerronnan kaksi puolta

	STRATEGIASISÄLTÖ	&	KOKEMUSSISÄLTÖ
KIRJOITTAJA	Viestinnän ammattilaiset		Asiantuntijat
STRATEGISUUS	Strategiasta johdettua ja sitä tukevaa		Strategiasta johdettua ja sitä tukevaa
MERKITYS	Tiettyyn kohtaan strategista sisältöpolkua tuotettavaa ydinsisältöä		Sisältöstrategiaa ja ydinsisältöä tukevaa kokemuksellista ja näkökulmittavaa sisältöä
TAVOITE	Vastaa kysymyksiin, opastaa, tuottaa ratkaisuja		Otaa osaa keskusteluun, tuo esiin ajatuksia ja uusia näkökulmia
SUUNNITTELU	Osana strategista viestinnän suunnittelua ja johtamista		Yhdessä asiantuntijoiden kanssa heitä osallistaen ja valtauttaen
KENELLE	Profiloidulle asiakkaalle tunnistettuun tarpeeseen		Teemasta kiinnostuneelle, potentiaaliselle työntekijälle
AKTIVOINTI	Suunniteltu tunnejälki ja call to action		Kokemuksellisuus ja samaistuttavuus arvo
SÄVY	Yrityksen tone of voice		Asiantuntijan oma ääni



PARIPORINA:

**MITEN SISÄLTÖJÄ TEILLÄ NYT TUOTETAAN?
KETKÄ TUOTTAA? ONKO ASiantuntijat jo äänessä?**

MIKÄ INNOSTAA?

The background of the slide features several dried, pressed leaves hanging from thin wires. Two of the leaves are shaped into hearts, one in the foreground on the left and another slightly behind it to the right. The leaves are a warm, golden-brown color with visible veins. The background is a soft, out-of-focus mix of warm tones.

OSALLISTUMINEN JUURRUTTAA

If a movement is to have an impact
it must **belong** to those who join it
not just those who lead it.

- Simon Sinek -

INNOSTUKSEN MOOTTORIT

OMAEHTOISUUS

Ihminen voi vaikuttaa itseään koskeviin asioihin ja tehdä omalla tavallaan.

Minä saan tehdä.

KYVYKKYYS

Ihminen kokee olevansa kyvykäs ja tekevänsä arvostettavia, tärkeitä asioita.

Minä osaan.

YHTEENKUULUVUUS

Ihminen kokee olevansa osa suurempaa kokonaisuutta ja muiden hyväksymä ja tukema.

Minua tuetaan, olen turvassa.

MERKITYKSELLISYYS

Ihminen tuntee edistävänsä itselleen tärkeitä asioita ja yhteistä hyvää.

Minä voin auttaa.

A photograph of a desert landscape at sunset. In the foreground, there is a round, mosaic-topped table and two ornate metal chairs. The sun is low on the horizon, casting a warm glow over the sand dunes and creating a lens flare effect. The sky is filled with soft, wispy clouds.

**"If you wanna be
a great leader,
start with empathy."
- Simon Sinek -**

KOLME KEINOA INNOSTAA VIESTIMÄÄN:



Suunnan
näyttäminen



Varmuuden
vahvistaminen



Osaamisen
tukeminen



SUUNNAN NÄYTTÄMINEN

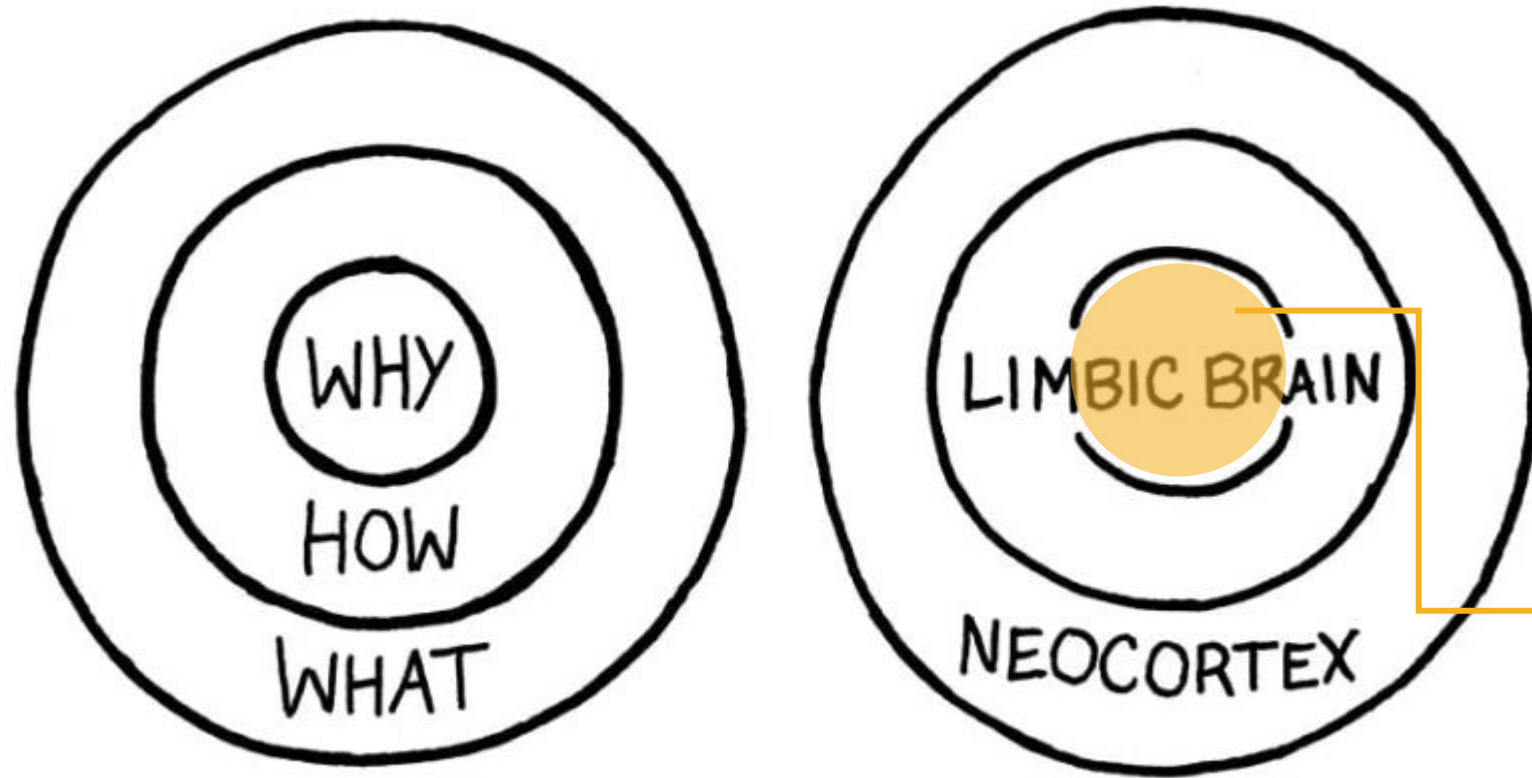
Ihminen ohjautuu luonnostaan
tuttuun ja turvalliseen. Innostajan tehtävä on tehdä
strategiasta ja viestinnästä osa asiantuntijan omaa arkea
näyttämällä suuntaa, avaamalla viestinnän roolia ja
madaltamalla kynnystä.

Suunta luo turvaa ja merkitystä

MIKSI
TEHDÄÄN?

MITEN
TEHDÄÄN?

MITÄ
TEHDÄÄN?



Limbiset aivot
vastaa tunteista,
ohjaa käyttäytymistä
ja päätöksiä sekä
säätelee motivaatiota.

Miksi viestitään

AJATUS- JOHTAJUUS

Profiloituminen valittujen teemojen osalta alan suunnannäyttäjänä ja uudistajana.
Kohderyhmäpainotus: Media, sijoittajat, alan vaikuttajat, varhaiset omaksijat, nykyinen ja tuleva henkilöstö.

MYynti

Asiakkaiden ymmärtäminen tuotteiden ja palveluiden tuottamista mahdollisuuksista ja ostamisen helpottaminen.
Kohderyhmäpainotus: potentiaaliset asiakkaat, nykyinen ja tuleva henkilöstö.

ASIAKAS- KOKEMUS

Asiakkaan rinnalla kulkeminen, auttaminen ja kumppanuus sekä helppo asiointi ja sujuva palvelu.
Kohderyhmäpainotus: nykyiset asiakkaat & henkilöstö.

TYÖNTEKI- JÄKOKEMUS

Työn imun ja työpäiväkokemuksen rakentaminen, erilaisuutta arvostavan ja toista tukevan viestintäkultuurin luominen.
Kohderyhmäpainotus: nykyiset asiakkaat & oma henkilöstö.

SISÄLTÖ

Alan nykyhetki ja tulevaisuus, toiminnan muutos, innovaatiot, asiantuntijanäkemykset, trendit ja tutkimus, strategiaviestintä

Innostavat ja opastavat tarinat asiakasmatkan kaikkiin vaiheisiin mm. toisten asiakkaiden kokemukset, suositukset, hyötyjä avaavat blogit / artikkelit, keskustelut.

Vastataan potentiaalisten ja nykyisten asiakkaiden tyypillisimpiin kysymyksiin erilaisissa kohtaamisissa.

Työntekijätarinat, "behind the scenes" -tarinat, asiantuntijoiden itsensä tuottama asiantuntijasisältö, johtamisviestintä, opastus, projektiviestintä, työkaveriviestintä.

Asiantuntijan oman roolin selkeyttäminen

Tavoitteenamme on olla alamme tunnettu ja arvostettu vaikuttaja. Toimialan uudistaja ja houkutteleva työpaikka.

Haluaisitko sinä tuoda omaa osaamistasi esille somessa?

Oletko:



Uudistaja. Oletko mukana suunnittelemassa jotakin uutta? Jotain missä tehdään asioita toisin kuin on totuttu? Kehititkö innovatiivisen suunnitelman tai ratkaisun?



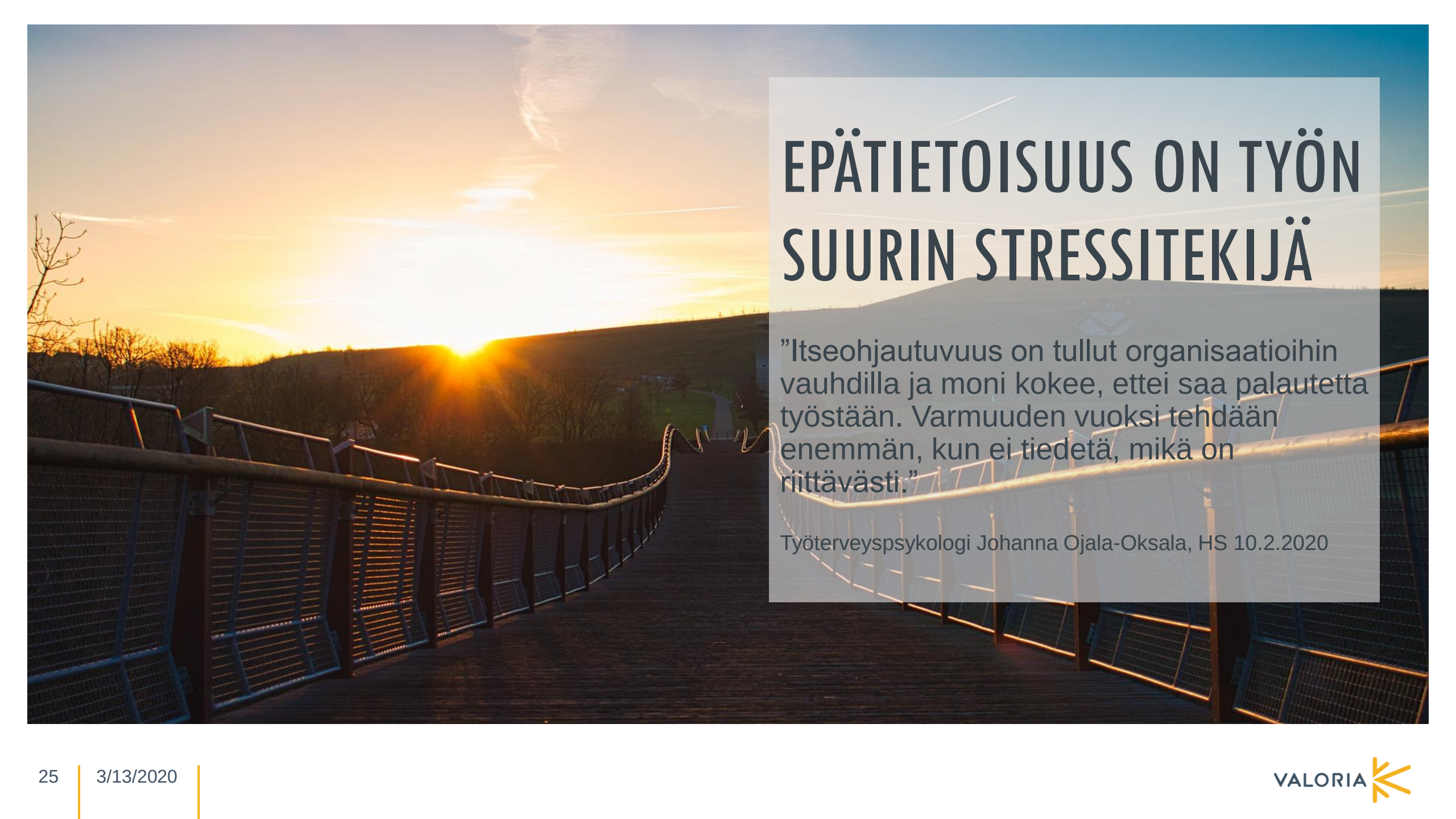
Vaikuttaja. Oletko miettinyt suunnitteluvalintoja tai tehnyt suunnitelmia, joilla on vaikutusta rakennusten energiatehokkuuteen, ilmastonmuutokseen tai ihmisten hyvinvointiin? Oletko tehnyt laskelmia, lukenut tutkimuksia? Seuraatko aihetta mediassa tai oletko mukana kehittämissryhmissä?



Töissä huipputiimissä. Millainen on normipäiväsi? Mitä tapahtuu erityisen mahtavana päivänä? Keiden kanssa teet töitä? Mikä työssäsi on sinulle kaikkein tärkeintä? Ilahduttiko sinua tänään jokin erityisesti?

Polun rakentaminen yhdessä





EPÄTIETOISUUS ON TYÖN SUURIN STRESSITEKIJÄ

”Itseohjautuvuus on tullut organisaatioihin vauhdilla ja moni kokee, ettei saa palautetta työstään. Varmuuden vuoksi tehdään enemmän, kun ei tiedetä, mikä on riittävästi.”

Työterveyspsykologi Johanna Ojala-Oksala, HS 10.2.2020



VARMUUDEN VAHVISTAMIEN

Innostus kumpuaa luottamuksen tunteesta ja sisäisestä varmuudesta. Innostajan tehtävä on auttaa selvittämään, mikä estää ja rohkaista sitten yli esteiden luottamusta ja turvan tunnetta vahvistaen.

ASIAKASLÄHTÖISYYS – CUSTOMER CENTRICITY

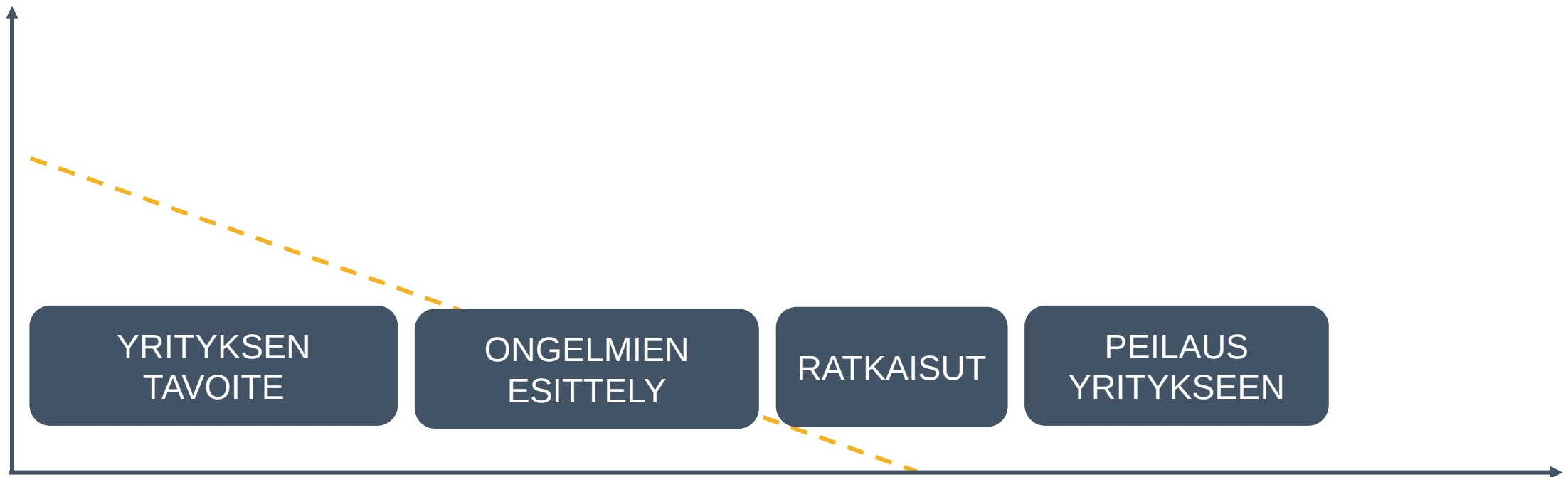
Being customer-centered means that your management **decisions and actions** in all facets of your business are centered on **customers` well-being** as the path to your well-being.

- Lynn Hunsaker-

<http://customerthink.com/what-is-customer-experience-strategy/>

Yrityslähtöisen viestinnän rakenne ja sen ongelma

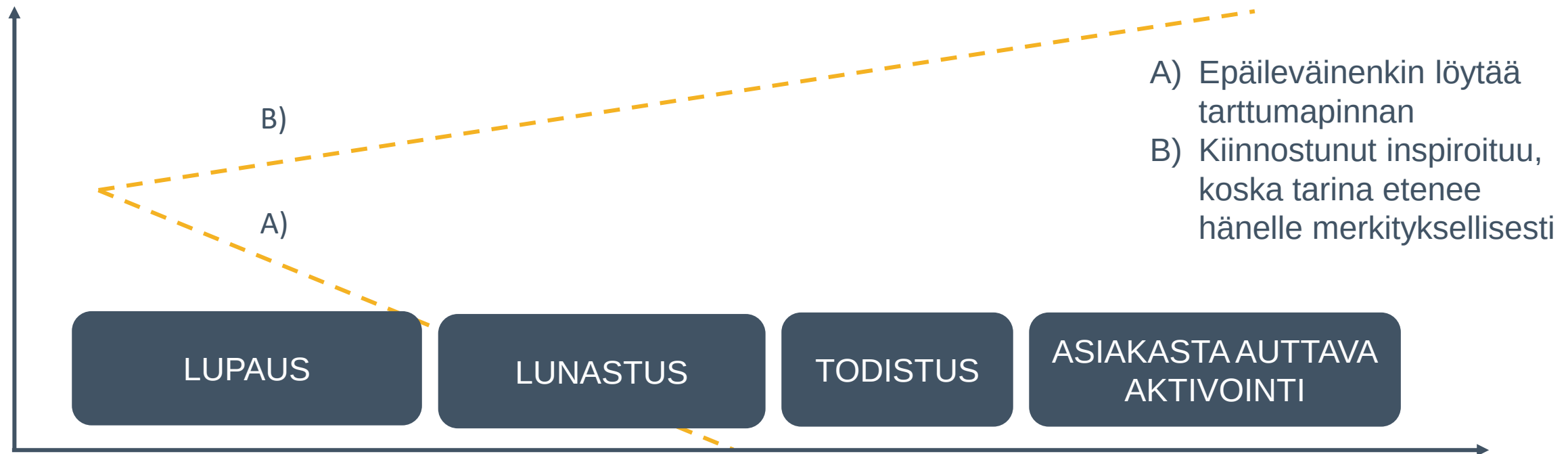
KIINNOSTUS



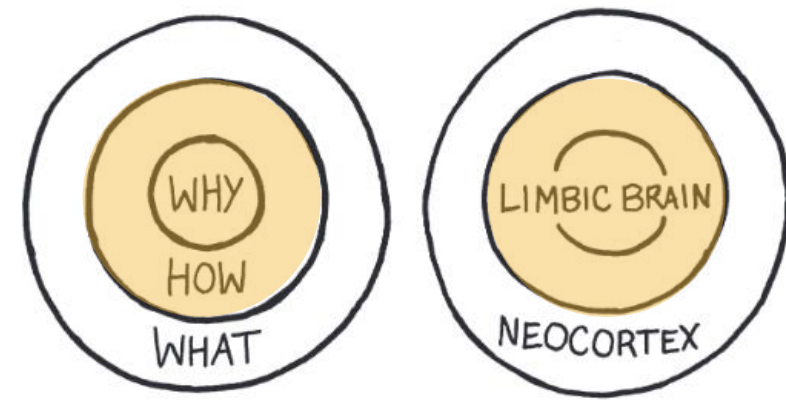
AIKA

Asiakaslähtöisen viestinnän rakenne ja sen hyöty

KIINNOSTUS



LLTA-MALLI VAIKUTTAVAAN VIESTINTÄÄN



LUPAUS (=pihvi)

Miksi asia on tärkeä? Mitä ihminen saa? Oppiiko uutta? Saako hän uutta näkemystä? Välttääkö hän harmilta? Pystyykö hän kokeilemaan jotakin sellaista kiinnostavaa, mitä ei vielä ole tehnyt? Voiko hän ratkaista jonkin ongelmansa?

LUNASTUS

Mitä lupaus tarkoittaa käytännössä? Miksi ja missä tilanteessa se on tärkeää? **Miten** sen voi saavuttaa? **Milloin** asiaan kannattaa tarttua? Kerro konkreettisia esimerkkejä oman kokemuksesi kautta. Havainnollista esimerkiksi kuvin, visualisoinnein, kaavioin jne.

TODISTUS

Todista esimerkiksi testimoniaalein, laskelmin, tutkimustuloksin, screenshotein, valokuvoin, taulukoin jne.

AKTIVOINTI

Ohjaa eteenpäin. Mitä ehdotat, että seuraavaksi kannattaisi tehdä? Lukea jokin juttu, tutkia tarkemmin jotakin lähdettä, kirjoittaa drafti, keskustella jonkun kanssa, sopia tapaaminen?

CANVAS: KEITÄ HALUAT INNOSTAA?

MITÄ TAVOITTELEE?

Innostettava
asiantuntija

MITÄ ARVOSTAA?

MIHIN KYSYY APUA?

MIKÄ PELOTTAA?

TEHTÄVÄ

Sijoita empatiakartan keskelle joku sisäinen asiakkaasi. Ketä halua innostaa? Kuvittele hänet eteesi (voit vaikka sulkea silmät hetkeksi, jos se helpottaa).

Pohdi empatiakartan avulla:

1. Mitä hän tavoittelee, minkä puolesta toimii?
2. Mitä hän kysyy, mitä pohtii?
3. Mitä hän arvostaa, mikä herättää positiivisia ajatuksia?
4. Mitä hän pelkää, mitä välttelee?



Empathy

is one of the linchpins of
cultures built on connection and trust.
It's also an essential ingredient
for teams who take risks.

- Brene Brown -



OSAAMISEN TUKEMINEN

Kukaan ei synny viestijäksi eikä kirjoittajaksi. Se on taito, jota voi opetella. Innostajan tehtävänä on auttaa asiantuntijaa näkemään potentiaalinsa ja osaamisensa ja kokemaan kyvykkyyttä kirjoittajana.

ROHKEUS KASVAA KULTUURISSA, JOSSA EI VOI MOKATA.

"100 prosenttia niistä
laukauksista, joita et vedä,
ei päädy maaliin."

- Wayne Gretzky -



PALAUTE VAIKUTTAA KOGNITIIVISEEN KYVYKKYYTEEN

Palautteen on tutkimuksissa havaittu alentavan suoritusta 38 % kohdalla.

Negatiivisin vaikutus oli palautteella, joka uhkasi ihmisen käsitystä itsestään.

Myös positiivisen palautteen tulkittiin viestivän palautteen antajan valta- ja arviointi-asemaa.

Lähde: APA PsycNet, Harvard Business Review 5/2018

Positiivisen vahvistuksen tarve suhteessa korjaaviin huomioihin

3:1

Neutraali tunnelma

7:1

Kukoistava tunnelma

Lähde: Positiivisen psykologian tutkija Barbara Fredriksson

SE VAHVISTUU, MITÄ VAHVISTAT

Tutkimuksissa työntekijän suorituskyky laski kehityskohteisiin fokusoivan keskustelun jälkeen. Vahvuuksiin keskittyminen paransi suoritusta.

Henkilöstölle positiivista vahvistusta antavan esimiehen tiimin on todettu olevan 30 % tuottavampi.

Lähteet: Harri ja Ilkka Virolainen, Mielen voima työssä
Pauliina Piippo, Joylla



Voimauttava palautekeskustelu

1. Kysy ja kuuntele ensin, miten toinen itse kokee tilanteen.
2. Kuvaile mitä vahvuuksiaan havaitset toisen käyttäneen.
3. Kerro mikä erityisesti ilahduttaa sinua hänen toiminnassaan ja miksi asia on sinusta merkityksellinen.
4. Kysy mitä toinen itse näkisi tärkeäksi muuttaa tai kehittää.
5. Keskity tavoitteeseen ja auta kysymysten avulla oivaltamaan, miten sitä voisi edistää. (Tekstissä lukemista helpottavat tekijät: toiston vähentäminen, rakenteen selkeys, epäloogisuudet)
6. Keskity omissa huomioissasi omiin toiveisiisi jatkoa ajatellen ja perustele miksi.
7. Kannusta kehittämään asiaa, joka edistää tavoitetta ja jonka toinen itse kokee merkitykselliseksi.
8. Kiitä ja kehu huomioista, joita toinen itse löysi.
9. Kertaa avuksi kehittämisideat, joita keskustelussa syntyi ja joihin tarttua.
10. Kiitä työstä ja keskustelusta ja kerro olevasi apuna.



VIESTINNÄN PERSONAL TRAINERIN TYÖKALUPAKKI

3 TYÖKALUA VOIMAUTTAJALLE

1

**OMA
MERKITYS**

2

**OMA
KYVYKKYYS**

3

**OMA
ROOLI JA TAPA**

Työkalu 1

MIKSI VIESTIÄ?

Auta löytämään oma merkitys.

Canvas: Syy viestiä

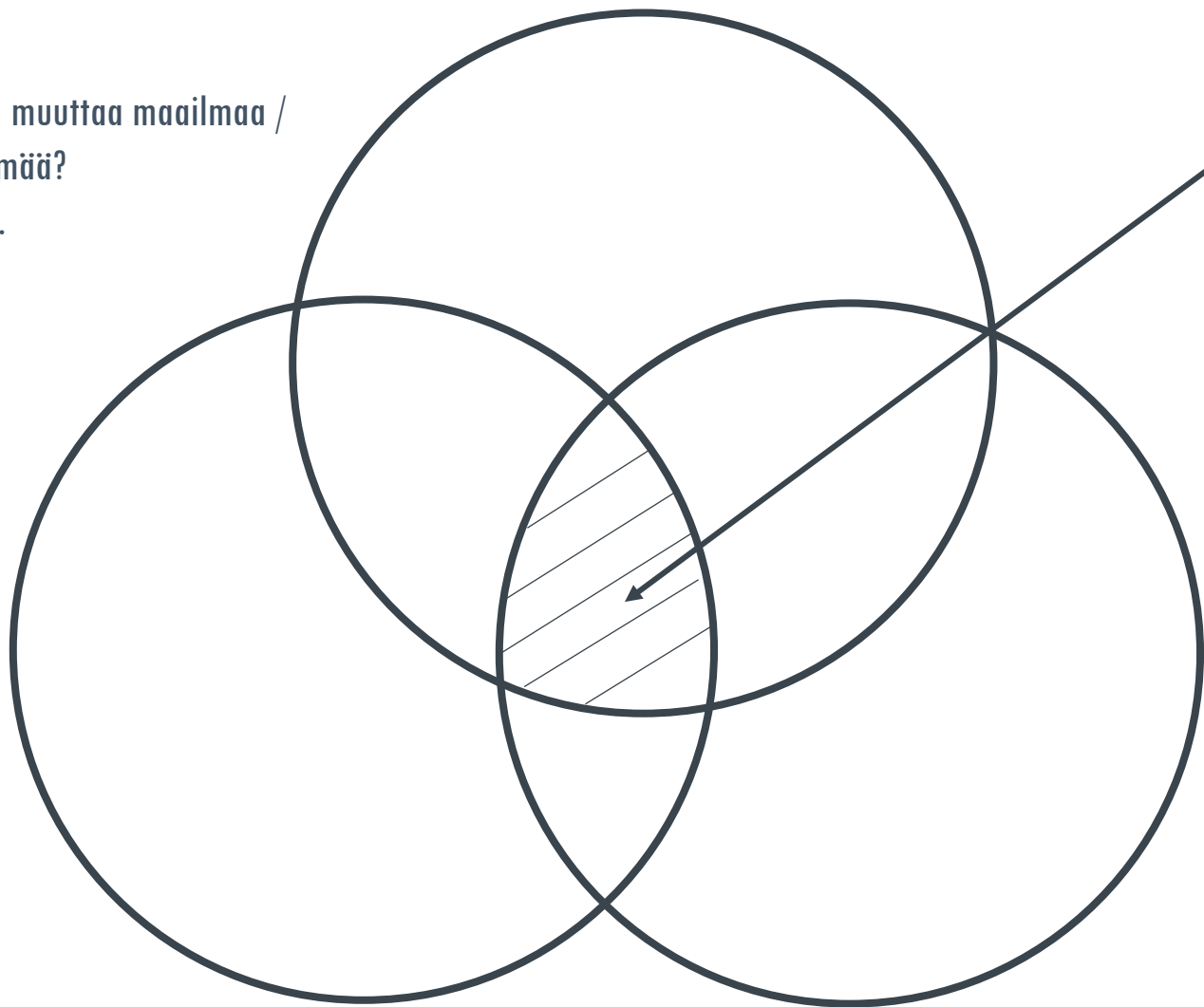
INTOHIMO

Miten haluan muuttaa maailmaa /
ihmisten elämää?

Miksi viestiä.

VAHVUUDET

Missä asioissa olen erityisen
hyvä, miten erotun muista?
Mihin keskittyä.



VIESTINNÄN MERKITYS:

ARVO

Mitä asiakkaani arvostavat eniten,
mistä he ovat kiinnostuneita?
Mistä viestiä.

TEHTÄVÄ

Testaa viestimisen merkityksen ja syyn etsimistä Viestinnän ydin -canvaksen avulla.

Pohdi seuraavia kysymyksiä:

1. Vahvuuksiasi. Missä asioissa olen erityisen hyvä, miten erotun muista?
2. Asiakasarvoa. Mitä asiakkaasi/lukijasi arvostavat eniten, mistä he ovat kiinnostuneita?
3. Intohimoasi. Miten haluan muuttaa maailmaa / ihmisten elämää?

Voit aloittaa siitä kysymyksestä, josta intuitiivisesti on mukavin aloittaa.

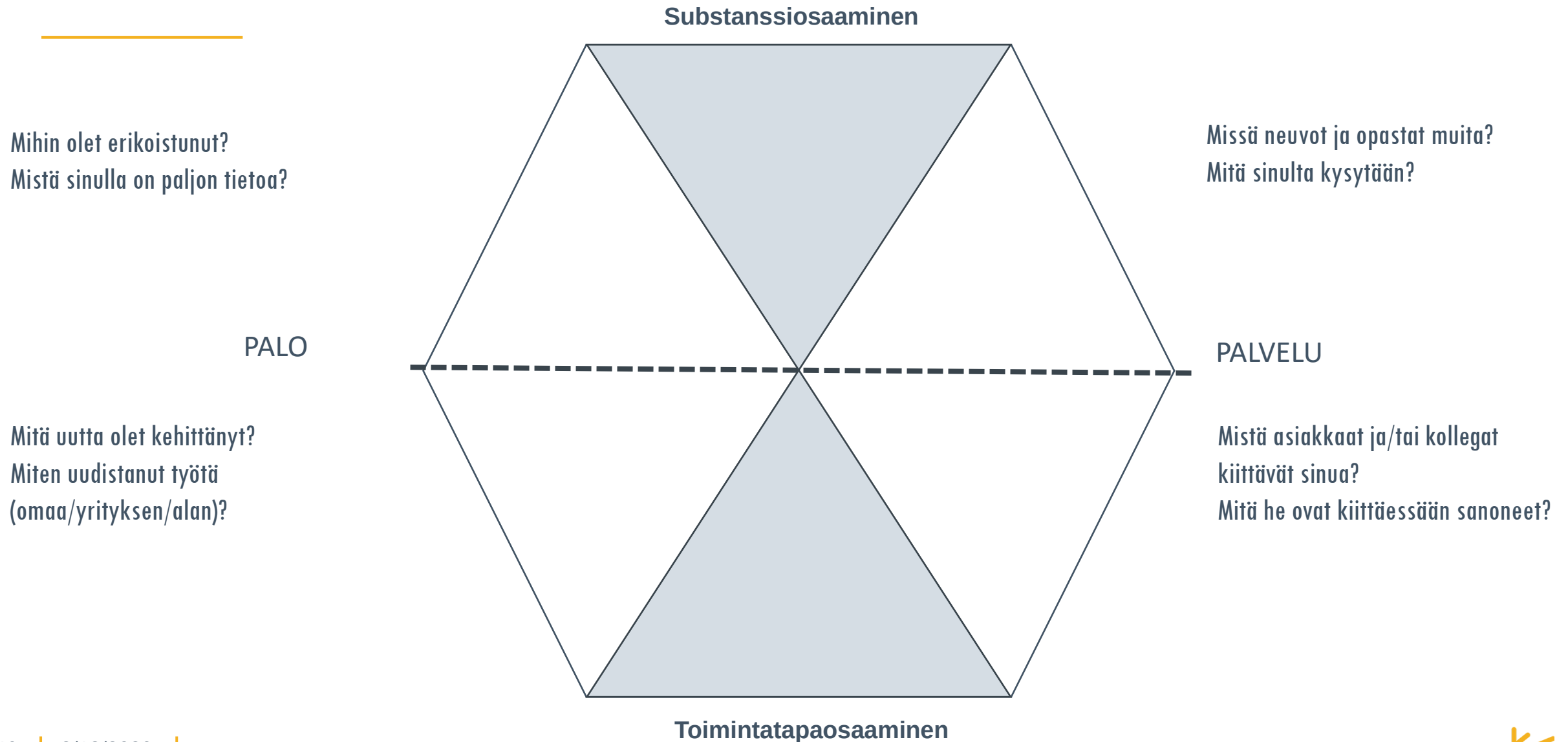
Mikä voisi olla oma sisältä kumpuava syys viestiä esim somessa omana itsenäsi?
Mille haluat antaa äänesi? Minkä puolesta puhua?

Työkalu 2

MITÄ VIESTIÄ?

Auta näkemään oma kyvykkyyks.

Canvas: Osaamistimantti



TEHTÄVÄ

Sparraa pariasi osaamistimantin avulla.

Kysy ja pohdi parisi kanssa:
Mitä neuvoa häneltä on viimeksi kysytty?
Mihin hän on erityisesti perehtynyt ja mistä kiinnostunut?

Yritä saada kuva parisi vahvuuksista ja osaamisesta.
Sanoita huomiosi hänelle.

Työkalu 3

MITEN VIESTIÄ?

Auta selkeyttämään oma rooli ja tapa.

Viestijäroolien luominen ja strategian sanoittaminen

Tavoitteenamme on olla alamme tunnettu ja arvostettu vaikuttaja. Toimialan uudistaja ja houkutteleva työpaikka.

Haluaisitko sinä tuoda omaa osaamistasi esille somessa?

Oletko:



Uudistaja. Oletko mukana suunnittelemassa jotakin uutta? Jotain missä tehdään asioita toisin kuin on totuttu? Kehititkö innovatiivisen suunnitelman tai ratkaisun?



Vaikuttaja. Oletko miettinyt suunnitteluvalintoja tai tehnyt suunnitelmia, joilla on vaikutusta rakennusten energiatehokkuuteen, ilmastonmuutokseen tai ihmisten hyvinvointiin? Oletko tehnyt laskelmia, lukenut tutkimuksia? Seuraatko aihetta mediassa tai oletko mukana kehittämissäryhmissä?



Töissä huipputiimissä. Millainen on normipäiväsi? Mitä tapahtuu erityisen mahtavana päivänä? Keiden kanssa teet töitä? Mikä työssäsi on sinulle kaikkein tärkeintä? Ilahduttiko sinua tänään jokin erityisesti?

Canvas: Oma viestijäroolini

TAVOITE/VISIO

--

ROOLIT

--	--	--

ESIMERKKI-
SISÄLTÖJÄ

--	--	--

Sparraaja
täyttää
tavoitteesta
käsien

MISSÄ ROOL(E)ISSA NÄET ITSESI?

--

TYÖSI MERKITYS TAVOITTEEN KANNALTA?

--

KENELLE JA MITEN HALUAT VIESTIÄ?

--

Asiantuntija
täyttää

OMAT JUTUT SE MIKÄ INNOSTAA

”Yhdessä luotu ja sanoitettu on oma, se sopii omaan suuhun, sen ymmärtää ja sen merkitykseen uskoo. Siksi siitä voi olla ylpeä.”

www.valoria.fi/blogi/2020/03/06/viestinnan-kolme-strategista-tehtavaa/

@KatiKeronen

@EllaKoota

#merkityksellistäviestintää

MERKITYS ⚡ VISIO ⚡ EMPATIA