



Hur kan förbunden förnya sin kommunikation?

Oslo 27.10.2015

Juhana Harju
Kommunikationschef

Julkisten ja hyvinvointialojen liitto JHL

Grip tillfället!

- Möjlighetskommunikation – dra nytta av tillfällen, där budskap kan nå längre än normalt
- Kampanjliknande arbetssätt, vid behov satsa allt på spel
- Vi tar övervägda risker
- Av egen kompetens för att stödja partners vid behov
- Målen är
 - Påverkan ska mätas
 - Bygga upp varumärket
 - Stärka verksamhetens förmåga

Julkisten ja hyvinvointialojen liitto JHL

JHL 2

[Tekijä] 19.10.2015

Case: Lönekvitton till ministern



Case: Palmia



Case: Espoo

-



Julkisten ja hyvinvointialojen liitto JHL

JHL 5

[Tekijä] 19.10.2015

Case: STOP! 18.9.2015



Julkisten ja hyvinvointialojen liitto JHL

JHL 6

[Tekijä] 19.10.2015

Kommunikationens målsättning är påverkan

- Målsättning i all kommunikation och marknadsföring: Vad är det vi vill uppnå?
- Vi väljer sätt som är **verksamma** och motiverade
- Nytt arbetssätt: Vi griper tillfället, drar nytta av **möjligheter** som är intressanta kommunikationsmässigt – deras **hävstångseffekt**
- Vi agerar just nu, när det behövs (visserligen med normal årscykel i bakgrunden)
- Vi är där medlemmarna är, är där medias fokus finns, där det händer – **närvarande**.

Vad har vi lärt oss av arbetssättet?

- Att reagera snabbt vid behov, upprätta budskap snabbt
- Bra planering
- Att vid behov ändra planeringen, ständig uppdatering av lägesbilden
- Integrering (kommunikation och marknadsföring, organisation, samhällspåverkan drar i samma lina/rep)
- Målmedvetenhet och uthållighet – vi arbetar tills målet nåtts
- Uppföljning / tänka på framtiden – hur kampanjen påverkar själva frågan – och å andra sidan – vår bild av organisationen
- Ständigt lärande och delande av kunskap
- Med god anda kommer vi långt

