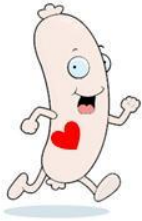


KEhittävät KEsäpäivät

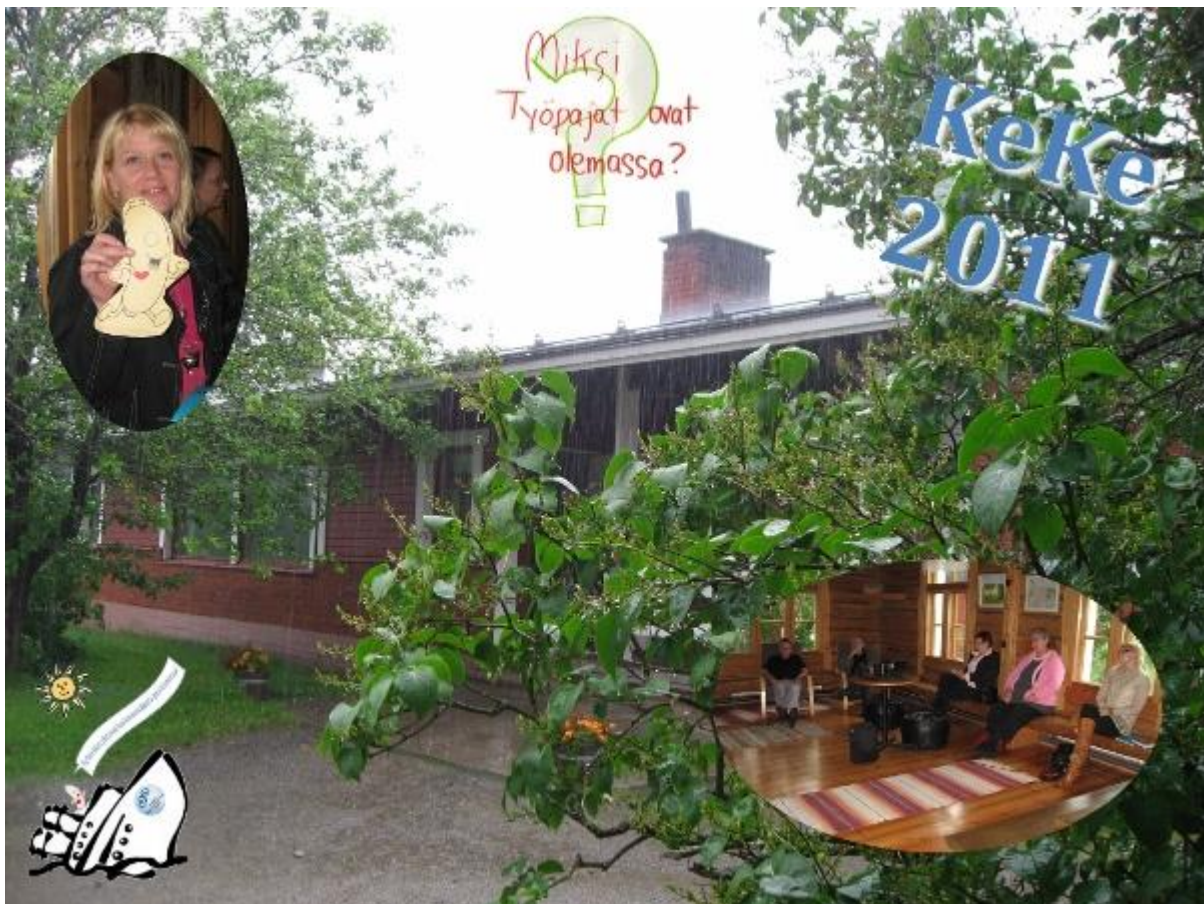


Kehitetään yhdessä keskisuomalaista pajatoimintaa!



23.8.2011

Vähäisen ilmoittautujamäärän vaivaama Kesäpäivä aloitettiin tavan mukaan aamukahvilla. Vaikka järjestäjien tunnelma ennen päivien alkua olikin ollut alavireinen, nousi tunnelma nopeasti, kun porukka saatiin kasaan ja työskentely aloitettiin. Matkailutila Surkeen loistavissa puitteissa työskentely alkoi jouhevasti ja aktiivisesti.



Kieliä kirvoittavan kahvituokion jälkeen siirryttiin jouhevasti hommiin Tiimiakatemia TAKOMON johdolla. Tiedottamiseen keskittyvän päivän aluksi pohdimme Timo Hyvärin ja Salla Lehtipuun johdolla sitä, miksi työpajat oikeastaan ovatkaan olemassa ja mistä ne tunnetaan. Millä tasolla meidän tulisi toimintaa kuvata, jotta "suuri yleisö" tai edes päättäjtkään saisivat työpajojen toiminnasta oikean kuvan.

Tiimiakatemia: Mikä ihmeen työpajabrändi?



Mitä jos emme osaa viestiä?

- väärinkäsityksiä
- kaaosta
- tiedottomuus
- tiedonkulku katkeaa
- ristiriitoja
- kehittyminen pysähtyy
- rahoitus loppuu
- oma brändi katoaa
- väärää tietoa
- luulotietoa/mutu
- ei tule asiakkaita

Mitä saamme hyvän viestinnän avulla?

- säästää aikaa
- lisää laatua
- asiakas"tunkua"
- näkyvyys
- näkyvyys rahoittajille
- uskottavuus paranee
- toimenkuvat selkiytyy
- kehittyminen työssä vahvistuu
- päättäjiin vaikuttaminen
- ongelman ratkaisutaidot työyhteisössä paranee
- työviihtyvyys paranee
- molemmansuuntainen viestintä
- tuottavuus kasvaa
- tiedonkulku paranee
- perehdyttäminen paranee

Miksi työpajat ovat olemassa?

- Työpaja on väline, jota valtio rahoittaa
- Haluamme toimivia yhteiskunnan kansalaisia
- Säästetään rahaa ja autetaan ihmisiä
- Yksilöitä varten
- Ohjat omiin käsiin
- Uusi mahdollisuus
- Tuki
- Valmennus- ja kuntoutuspalveluja asiakkaille
- Työyhteisön jäsen
- Matalan kynnyksen paikka
- Hyvä olla yhdessä
- Haluatko itse määrätä elämästäsi
- Valaistuminen
- Autamme miestä/naista mäessä
- Elämänlaadun parantaminen



Mistä brändi muodostuu?

- mielikuva palvelusta
- ulkoinen kuva
- yhteiset laatustandardit
- yhteinen idea ja ajatus
- viestintä ja markkinointi
- perustehtävä esille
- positiivisia tuloksia esille
- tuotteistaminen

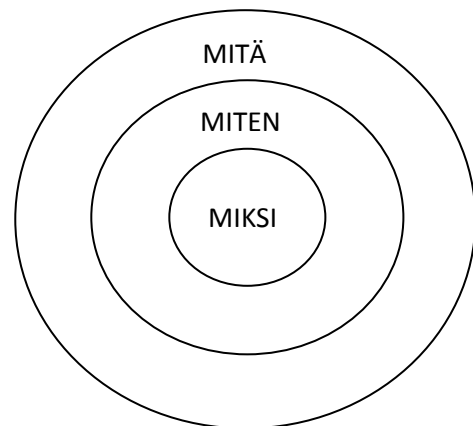
YDINASIAT ESILLE!



Esimerkkinä tiimiakatemia vastaukset kysymyksiin: MITÄ, MITEN, MIKSI



KULTAINEN YMPYRÄ



Usein kerrotaan ulospäin, että mitä ja miten, vaikka tärkeää olisi kertoa myös päättymättömästä perustehtävästä eli vastata kysymykseen MIKSI?

TAKOMOn johdannon jälkeen paneuduttiin ryhmissä miettimään tiedottamisen eri puolia. Vanhaan malliin porukkaa kierrätettiin eri ryhmissä pohtimassa pajojen tiedottamista eri näkökulmista.

Mistä työpajat tunnetaan ja mistä ja miten syntyy mielikuva niiden toiminnasta. Lähestymistavassa oli havaittavissa tiettyä taipumusta mustaankin huumoriin:

- työpajojen ulkoinen tunnuspiirre on tilojen heikko kunto ja syrjäinen sijainti
- työpajan tarkoitus pitää hankalat asiakkaat poissa silmistä ja poissa mielestä



Lopulta tulimme kyllä yhteisesti siihen lopputulokseen, että tiedotustoiminnassa meidän tulisi korostaa yhteistä viestiä osallisuuden mahdollistamisesta eri tavoin. Siinäkö se on, työpajojen yhteinen missio? Totesimme porukalla, että osallisuuteen tarvitaan tietysti valmentautujan oma halu ja päätös ottaa elämänsä omiin käsiinsä; Kangasahon Matin tiivistyksen mukaan ”kannettu nuori ei pajalla pysy”.

Ja päivän lopuksi nakitettiin väkeä erilaisiin tiedottamista koskeviin tehtäviin. Koska OSKO ei vuodenvaihteen jälkeen enää tunnetusti jatka, oli suosituimpana nakituskohteena tänä vuonna Keski-Suomen Työpajayhdistys.



NAKITUKSET

1. nakki: Valmentajien "koulaaminen" työpajakentälle

- ✓ Hanke esim. KSTPY
- ✓ Vuorovaikutus on sisällytettävä / tiedotus hankesuunnitelmaan

2. nakki: Palvelukuvaus

- ✓ Työpajat (hallintovastuussa oleva taho)
- ✓ Palvelut pitää kuvata, avata, tiedottaa: KELA, TE-toimisto, kunta (esim. sosiaalitoimi, opetustoimi)

3. nakki: Verkostoyhteistyö

- ✓ Sidosryhmäanalyysi, paperille verkostokartta
 - kenen kanssa tehdään yhteistyötä
 - kenen kanssa tiivistetään yhteistyötä
- ✓ Työpajojen vastaavat ohjaajat
- ✓ Marraskuun 2011 loppuun mennessä
- ✓ Seuranta: omantunnon mukaan

4. nakki: Työpajojen tiedotussuunnitelma

- ✓ KSTPY tekee tiedotussuunnitelmamallin työpajoille
 - ohjeita suunnitelman tekoon ja tiedottamiseen
- ✓ syyskuun aikana toimitetaan pajoille
- ✓ seuranta:
 - yhdistys seuraa suunnitelmien tekoa, kyselee kun on yhteyksissä pajojen kanssa
 - 2012 hallituksen kokouksissa seurantaa

5. nakki: Työpajatilastot

- ✓ Keski-Suomen tilastojen kerääminen ja julkistaminen
- ✓ Hyödynnetään PAR-tilastoja
- ✓ KSTPY ja Kari Suomalainen

6. nakki: Työpajametodin kuvaaminen

- ✓ Maria tekee pohjamateriaalin, jota muut kommentoi ja täydentää
 - pohjamateriaali valmis 1.9. mennessä
 - kommentit OSKOn kautta 1.10. mennessä
 - koonnin tekee 1.11. Heidi
- ✓ OSKOn päätösseminaarissa 18.11. päätetään, miten prosessi jatkuu ja miten kuvausta hyödynnetään