



Rohkeutta ja työkaluja vastuullisuusviestintään

- Esitys valtakunnallisilla luonnontuotepäivillä 8.11.2023

Heidi Wallin



MISSION
POSITIVE
HANDPRINT

#vastuullisempaakattausta

© Heidi Wallin &
Saara Gröhn, Laurea

Mission Positive Handprint

10/2021 - 8/2023

Tukee pk-ravintoloiden muutoskyvykkyyttä kohti kestävämpää huomista.

Mitä?

Pilotteja, tietoiskuja, työkaluja, toimintamalleja – yrittäjälähtöisesti!



Työ ja tekijät

PALVELUMUOTOILUN LÄHESTYMISTAPA

Ratkaisuja ravintola-alan pk-yritysten tarpeisiin

Aineistona mm. haastattelut, työpajat, pilotit, pöytätkimus



Saara Gröhn,
Service
Designer



Heidi Wallin,
Service
Designer

LUKU 4:

Vaikuttavuutta
vastuullisuudesta
viestimällä

<https://www.theseus.fi/handle/10024/805474>



MISSION
POSITIVE
HANDPRINT



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

LAU
REA

jamk

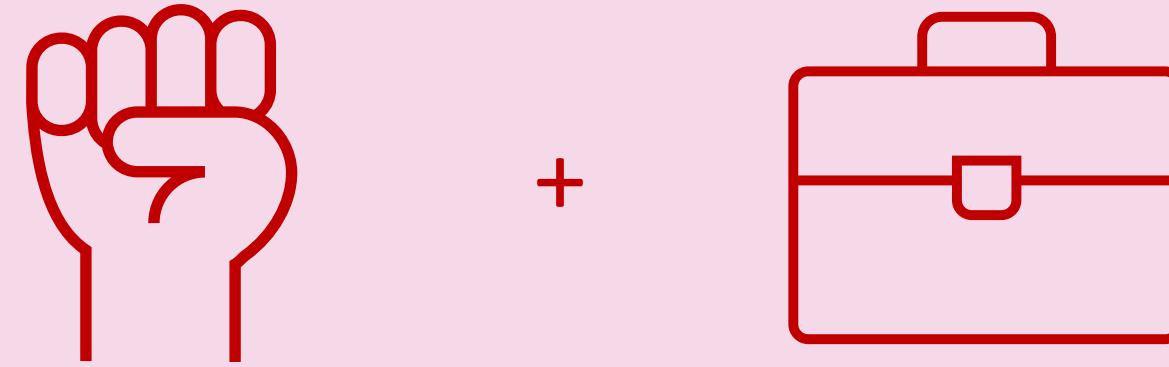
SAVONIA
ammattikorkeakoulu



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus

Hanketta rahoitetaan osana unionin
Covid-19 pandemian
johdosta toteuttamia toimia.

Agendalla tänään:



- **Rohkaisua: Mitä & miksi – esteiden yli!**
- **Suunnitelmallisuutta viestintään**
- **Missä viestiä ja miten?**



MISSION
POSITIVE
HANDPRINT

**Vastuullisuusviestinnän
haasteita – miten esteiden yli?
Miksi viestiä?**



Haasteet ja esteet

PILOTTIRAVINTOLOIDEN HAASTATTELUISTA

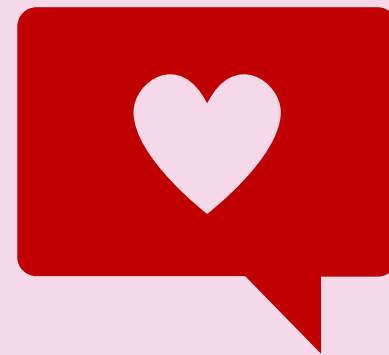
Kiire, osaamisen
tai resurssien puute

Viherpesun/-syytösten pelko
- viestitään sitten, kun ollaan
- täydellisiä?

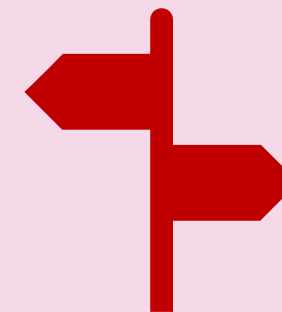


pelko vastuullisuusähkystä:
- kuinka viestiä
- tunnelmasta tinkimättä?

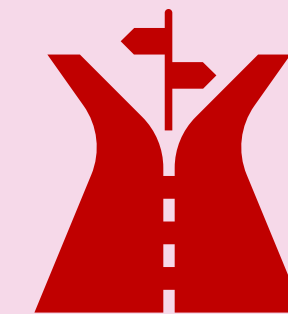
Vastuullisuusviestinnän lähtökohtia:



Kerrotaan vastuullisuusteoista, -
arvoista ja vaihtoehtojen
vastuullisuudesta.



Autetaan viestimällä asiakkaita
valitsemaan vastuullisemmin
yrityksessä tai yritysten välillä.



Tehdään omalla esimerkillä
vastuullisuudesta arkipäivää
omalla alalla.

Kuva 38: Vastuullisuusviestinnän lähtökohtia. (Gröhn & Wallin 2023 CC BY-NC-ND)

Viherpesu vs. viherhyssyttely

TEHKÄÄ OLENNAISIA ASIOITA!

VIESTIKÄÄ AIDOISTA TEOISTA!



Kuva 39: Viherpesu vs. viherhyssyttely. (Gröhn & Wallin 2023 CC BY-NC-ND)



MISSION
POSITIVE
HANDPRINT

Suunnitelmallisuutta viestintään



Tehkää vastuullisuusviestinnästä strateginen linjaus ja laatikaa selkeät tavoitteet 1/2

- Korostakaa viestinnän merkitystä ja osoittakaa se käytännössä **korvamerkitsemällä työaika** viestinnän suunnitteluun ja toteuttamiseen
 - Määrittäkää viestintään selkeät roolit ja vastuut.
 - Jakakaa viestinnän vastuut pienempiin osiin, ja useammalle henkilölle. Näin into säilyy ja viestintä hoituu myös loma-aikoina. Sopisiko teille kiertävä postauslista, vastuuhenkilöt tai työpari?
 - Vastahakoisuus viestintään näkyy tuotoksissa – **valitkaa** tehtävään **motivoituneimmat!**
 - Laatikaa viestintäsuunnitelma: someviestintä osana laajempaa viestintäkokonaisuutta. Apuna voitte käyttää esim. Niku Creativen (2023) edullisia suunnittelupohjia

Tehkää vastuullisuusviestinnästä strateginen linjaus ja laatikaa selkeät tavoitteet 2/2

- Miettikää tarkkaan viestintänne kohderyhmät: kuka puhuu, kenelle ja millä äänellä?
- Mitkä eri kanavat ovat nykyisille ja toiveasiakkailenne tärkeimpiä, ja miten hyödynnätte niitä (sosiaalinen media, verkkosivut, viestintä tilassa jne.)
- Huolehtikaa, että suunnitelma viedään **käytäntöön** esim. laatimalla viestinnän vuosikello ja kalenteroikaa aikaa sisällön tuottamiselle.

Huomioikaa suunnittelussa nämä seikat:

1. **Positiivinen** tapa viestiä: viestistä on jäätävä asiakkaalle hyvä olo
2. **Selkeät**, ytimekkäät ja **konkreettiset** viestit, ei liikaa tietoa esillä samaan aikaan.
3. Tilaan, yrityksen brändiin ja kohderyhmään **räätälöity** viestintä
4. **Avoimuus** ja läpinäkyvät ketjut: Viestitään oikeasti vaikuttavista teoista rehellisesti, faktat on tarkistettu, tiedonlähteet näkyvillä tai saatavilla. Voidaanko vaikutuksia mitata ja todentaa?



MISSION
POSITIVE
HANDPRINT

Missä viestiä ja miten?



Vastuullisuusviestinnän kanavia ja välineitä

ESIMERKKI RAVINTOLA-ALALTA



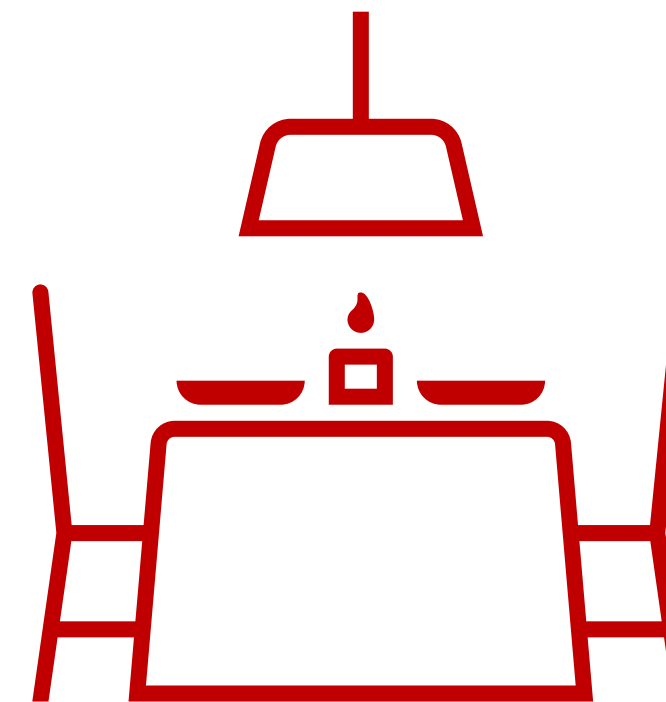
Verkkosivut



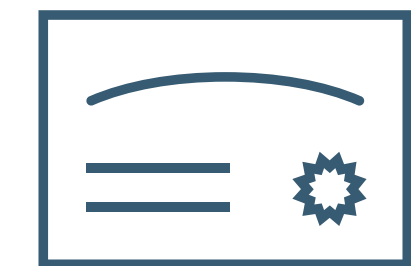
Sosiaalinen media



Menu eri kanavissa



Ravintolatila



Sertifikaatit



Yhtenäisyys



MISSION
POSITIVE
HANDPRINT

#vastuullisempaakattausta

© Heidi Wallin &
Saara Gröhn, Laurea

Vastuullisuusviestintä somessa



MISSION
POSITIVE
HANDPRINT

#vastuullisempaakattausta

© Heidi Wallin &
Saara Gröhn, Laurea

Vastuullisuusviestintä somessa

NÄIN ALKUUN

- Lähtekää **rohkeasti kokeilemaan**, esimerkiksi somen katoavia tarinoita (mm. Instagram Stories) voi käyttää testialustana. Syöte (feed) voi noudattaa tiukemmin brändin imagoa. (Rohkeutta ravintoloiden vastuullisuusviestintään somessa -työpaja 2022)
- **Ideoikaa** someviestintää **yhdessä** esimerkiksi Mission Positive Handprint-hankkeen tuottamaa Vastuullisuusviestinnän ideapohjaa hyödyntäen ja laatikaa julkaisusuunnitelma.
- **Benchmarkatkaa** kiinnostavia tilejä ja pohtikaa, miten sisällöntuotanto niissä on suunniteltu.
- Pohtikaa sopisiko yrityksen brändiin rennompi tapa tehdä somea? Vai olisiko tarpeen ja mahdollista investoida vaikuttajaviestintään? Tai ammattilaisen tekemiin kampanjoihin?
- Voisiko tuoreita ajatuksia saada esimerkiksi viestinnän opiskelijoilta, tarjoamalla tuntitöitä ja projekteja opintojaksoille, tai rekrytoimalla heitä harjoitteluun tai opinnäytetyön tekoon?

Rakentakaa vetävä postaus näin:

1. Panostakaa **laadukkaisiin** ja **houkutteleviin kuviin**. Tuottakaa esimerkiksi valmis kuvasetti, josta poimia eri tilanteisiin sopivia kuvituskuvia. Yleisluontoisina kuvituskuvina voitte alkuun käyttää myös netin ilmaisia kuvapankkeja, kuten Pexels.com, Unsplash.com.
2. Käyttäkää **rentoa, napakkaa**, omia asiakkaita **puhuttelevaa** ja ennen kaikkea yrityksenne **tyyliin sopivaa** kieltä.
3. Varmistakaa viestin leviäminen käyttämällä asiaan ja kohderyhmäänne keskeisesti liittyviä tunnisteita (hashtag). Merkitkää mukaan myös postaukseen liittyvät yhteistyökumppanien tilit.



Kuva 46: Vetävän postauksen anatomia. (Gröhn & Wallin 2023 CC BY-NC-ND)

Miten parantaa vastuullisuusviestintää sosiaalisessa mediassa askel askeleelta

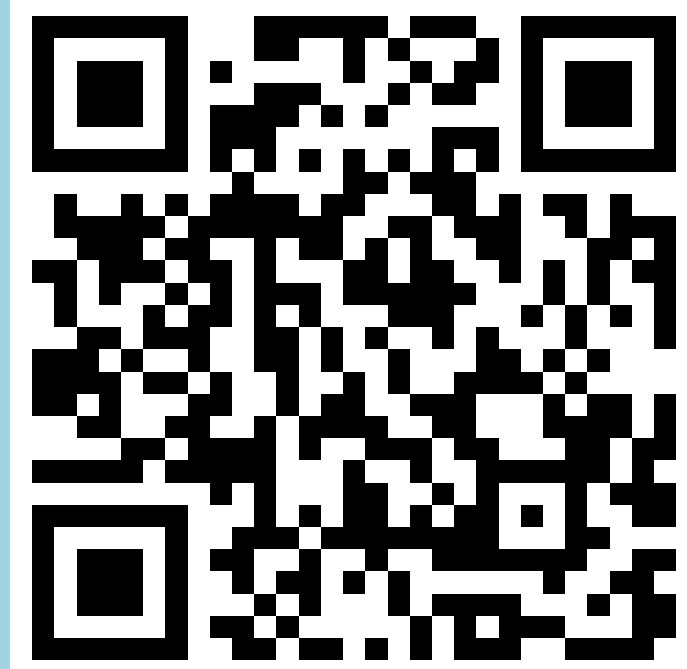


Kuva 42: Miten parantaa vastuullisuusviestintää sosiaalisessa mediassa. (Mukaillen Font & Higa 2015, 14. CC BY-NC-ND)

VASTUULLISUUSVIESTINNÄN SOMEKALENTERI

Pohja ravintolanne somevastuullisuusviestinnän suunnitteluun, olkaa hyvät! Olemme esimerkeissä pyrkineet kattamaan monipuolisesti erilaisia vastuullisuuden osa-alueita ja tapoja tehdä somea: sovelta omaan toimintaanne sopivaksi, parasta, innosta muutkin mukaan! Mieti miten voisit aktivoida yleisöä postauksessa saadaksesi sille lisää näkyvyyttä? Kenet voisit merkitä postaukseen?

Työkalun yhtenä inspiraationa toimi Niku Creativen kehittämä somekalenteri, joka sopii mainiosti tämän kalenterin rinnalle ravintolan someviestinnän kokonaisuuden suunnitteluun. Edullisen kalenterin voi ostaa Niku Creativen verkkosivuilta.



KEITTIÖ VINKKAA

Kerää keittäjä (esim. keittiömestari) ja henkilökuntaa suosikkinsa vastuullisista annoksista. Jaa myös resepti, jossa raaka-aineita säästetään.

OSTA MUKAAN

Kerää asiakkaita vastuullisempiin vaihtoehtoihin: osta listalta vastuullisin annos ja saat kahvin kaupan päälle, tai esim. alennusta seuraavasta annoksesta.

NUMEROT PÖYTÄÄN

Kerro numeerisista tavoitteista ja niiden toteutumisesta kiinnostavin kuvoin visualisoinnein, tai vaikkapa hedelmistä, marjoista yms. rakennetuin numeroin.

TUOTTEET VASTUULLISUUSVERTAILUSSA

Tee tuotteiden vastuullisuusvertailu.



TAPAMME TOIMIA

Anna puheenvuoro henkilökunnalle: ketkä ovat vastuullisuusideoiden takana ja mikä heille on tärkeää?



SHOUT OUT ESIKUVALLE

Kerro, mitä olette oppineet toiselta ravintolalta tai vastuullisuusvaikuttajalta. Pyydä toinen ravintola mukaan omaan vastuullisuushaasteeseen.



TYÖNTEKIJÄN HAASTATTELU

Pyydä työntekijää kertomaan, mikä teillä motivoi ja tsemppaa työssä. Tuo samalla esille arvojanne työnantajana.



BEHIND THE SCENES

Esittele rennosti ajankohtaisia vastuullisuusprojektejanne, kuten kompostoria, käyttöönottamianne tuuppaukeinoja, menun uudistamisprojektia, energiaremonttia, omien yrttien kasvatusta jne.



ASIAKAS SUOSITTELEE

Kerää asiakkailta palautetta: mikä maistui erityisesti, ja mitä he suosittelisivat? Voit myös jakaa suoraan asiakkaiden omia julkaisuja.



EKOLOGISET JUOMAT

Esittele juomavalikoimanne vastuullisempia vaihtoehtoja kiehtovasti: esim. kuukauden juoma, ja resepti ruokaan minkä pariksi se sopisi.



SESONGIN AJANKOHTAISET

Kuvaa sesongin herkullisimmat annokset ja kerro miten eri tavoin hyödynnätte sesongin raaka-aineita juuri nyt. Vinkkaa sesongin resepti tai jaa vaikkapa sesongin raaka-aineiden käsittelyyn liittyvä kokkausvinkki?



YHDESSÄ TUOTTAJAN KANSSA

Mistä raaka-aine X tulee, ja miksi haluisitte valita juuri tämän tuottajan? Tee hyvän mielen yhteistyöpostaus tuottajan kanssa.



SAAVUTETTAVUUS JA INKLUSIIVISUUS

Miten teille pääsee pyörätuolilla? Millä kielillä teillä palvellaan? Miten näkövammaiset on huomioitu ravintolatilassa? Ovatko lapset tervetulleita ja miten heidät on huomioitu?



UUELLEEN- BRÄNDÄÄ

Esittele vastuullisia raaka-aineita: esim. perunaa käytännönläheisesti, ja kerro, missä annoksissa teillä sitä käytetään. Kuvaa visuaalisin keinoin esim. miksi/ miten peruna on vastuullisempi vaihtoehto kuin riisi.



HÄVIKITUOTTEIDEN HYÖDYNTÄMINEN

Järjestä live, jossa keittiömestari esittelee, miten teillä hyödynnetään raaka-aineiden sivuvirtoja. Rohkaise: saa kokeilla kotona!



OMISTAJAN HAASTATTELU

Kerro rennosti arvoistanne: Miksi yritys on perustettu? Miksi juuri tänne?



AMMATTILAISTEN LIFE HACKS

Esittele huumorin keinoin: näin säästät kotikeittiössä vettä tai sähköä kuin keittiöammattilainen, tai näin hyödynnät raaka-aineiden kaikki osat.



MUISTOJA VASTUULLISUUSPOLULTA

Kerro kuvakarusellina, kelana (reels) tai postaussarjana, miten ravintolanne vastuullisuuspolku on edennyt, mitä kokeiluja on vuosien varrella tehty ja mitä se on vaatinut. Mitä tekisitte toisin? Inhimillisyyden toimii: myös epäonnistumisia voi tuoda esille.



MILJÖÖN TARINA

Kerro ravintolatilaa tai ravintolan sijaintiin liittyvä tarina ja siitä miten haluatte vaalia tilan alkuperää.



HENKILÖKUVAT VASTUULLISUUSTWISTILLÄ

Tuo vastuullisuustoimia esille henkilökunnan kautta: kokkimme A on tällä hetkellä erityisesti innostunut omien X:ien viljelystä tai uusien Y-reseptien kehittämisestä.



HAASTA

Haasta asiakkaat suosimaan ilmastoystävällisiä kulkuvälineitä ravintolalle saapuessaan liittämällä siihen kampanja.



ENERGIATEHOKKAAT LAITTEET

Esittele laitteiden uusiminen huumorin keinoin: vanha juhlallinen menoin eläkkeelle, uusi tilalle!



OSANA PAIKALLISYHTEISÖÄ

Miten ravintolanne on mukana alueen vastuullisuutta edistävissä projekteissa? Jaa kuva yhteistyöstä ja kerro tarinanne! Esim. lähiruokatori, hyväntekeväisyystapahtuma.



ASIAKKAAT MENUA SUUNNITTELEMAAN

Osallista asiakkaat mukaan ruokalistan suunnitteluun: mikä näistä vastuullisista vaihtoehtoista pitäisi saada menuulle?

<https://missionpositivehandprint.fi/ryhtia-ja-vauhtia-vastuullisuusviestintaan-suunnittelupohjien-avulla/>



MISSION
POSITIVE
HANDPRINT

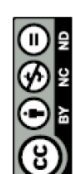


Vipuvoimaa
EU:lta
2014-2020



SAVONIA
ammattikorkeakoulu

jamk



Vastuullisuusviestintä tilassa, asiakkaan silmin



MISSION
POSITIVE
HANDPRINT

#vastuullisempaakattausta

© Heidi Wallin &
Saara Gröhn, Laurea

Vastuullisuusviestintä miljöössä

- KOKONAISUUS LÄPI ASIAKASPOLUN

- Näkyviä elementtejä, kuten opasteita, kylttejä tai infotauluja, pöytäkolmioita, lehtisiä, ravintolamenun, ovitarroja tai materiaali -ja tilaratkaisuja.
- Suullista viestintää henkilökunnalta.
- Tuuppausta eli hienovaraista ohjausta kohti parempia valintoja. Pohtia voi esimerkiksi, miten tuotteet järjestellään vitriinissä tai linjastolla: mitä korostetaan ja mitä häivytetään?



Kuva 50: Kuvakollaasi, Ravintola Plant Base. (Wallin 2023)



Tyyli tavoitellun tunnelman mukaan?

Vastuullisuus henkilökunnan puheissa

- VASTUULLISUUS JA SIITÄ VIESTIMINEN ON KAIKKIEN ASIA

- Jokainen työntekijä on yritykselle sen **vastuullisuuden käyntikortti**. On tärkeää, että kaikki työntekijät osaavat ja pystyvät kertomaan vastuullisuudesta osana normaalia toimintaa. Vastuullisuus ei ole eksotiikkaa, vaan ihan **normaalia tekemistä**. (Penttinen 2022.)
- Kaikkiin asiakkaan kysymyksiin ei tarvitse heti tietää vastausta. On hyvää asiakaspalvelua kertoa asiakkaalle **"Selvitän asian ja palaan sinulle."** Kyrö Distilleryn Brand Manager Reija Penttinen vinkkaa keräämään yritykseen tulevat kysymykset yhteen paikkaan kaikkien nähtäville. (Penttinen 2022).
- Mitkä olisivat teillä luontevia paikkoja ja tapoja kertoa tuotteidenne taustoista tai yrityksenne vastuullisuusvalinnoista?

VASTUULLISUUSVIESTINTÄ RAVINTOLAMILJÖÖSSÄ

SUUNNITTELUPOHJA

Tämän työkalun avulla voitte suunnitella ravintolanne miljöössä näkyvää vastuullisuusviestintää esimerkkipohjapiirroksen avulla. Voitte lisätä pohjaan kollaasiteknikalla esimerkiksi kuvia, tekstiä ja piirroksia. Työskentely kannattaa aloittaa miettimällä mistä asioista haluaisitte ravintolatilassanne viestiä.

Pohtikaa ravintolamiljöönne vastuullisuusviestintää kokonaisuutena asiakkaan silmin: minkälaisen palvelupolun läpi asiakas kulkee ravintolakäynnin aikana ja miten vastuullisuusviestintä voisi näkyä tai kuulua kussakin polun vaiheessa?



SUUNNITTELUN LÄHTÖKOHDAT:

1.

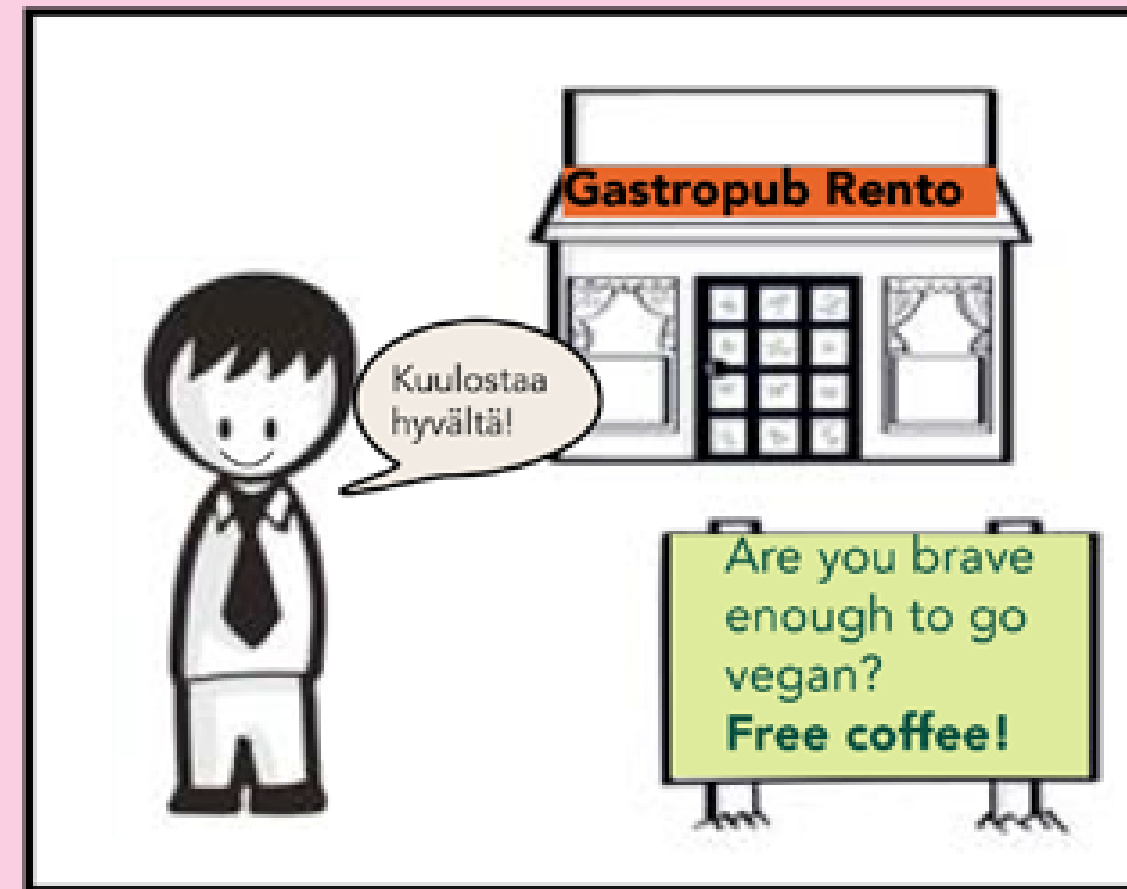
4.

HUOMIOITA:

<https://missionpositivehandprint.fi/ryhtia-ja-vauhtia-vastuullisuusviestintaan-suunnittelupohjien-avulla/>

Sama ideointi
/suunnitteluharjoitus
sarjakuvamuodossa
(Story board)

- Konseptin esittelyyn
muulle tiimille?



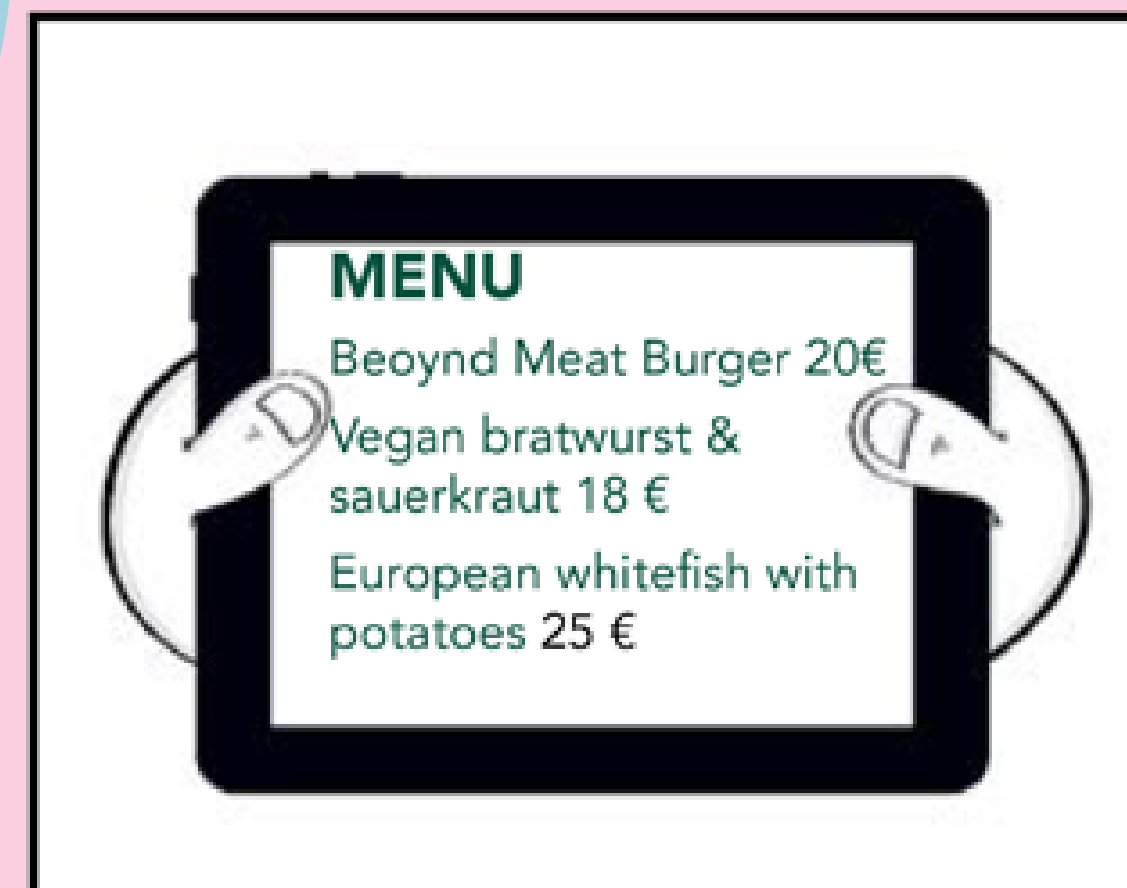
Ravintola mainostaa uusia vastuullisuustoimiaan ravintolan ulkopuolella ja verkossa. Markkinointikampanja on räätälöity ravintolan pääkohderyhmälle.



Vastuullisuustoimet näkyvät useissa ravintolan markkinointimateriaaleissa, jotka on tehty uusiomateriaaleista, ja niissä on yhtenäinen visuaalinen ilme ja sisältö.



Henkilökunta tuntee ravintolan vastuullisuustoimet ja osaa kertoa vastuullisista valinnoista, kuten ruoan ja juoman alkuperästä osana asiakkaan kohtaamista.



Vastuulliset valinnat ovat menulla ylimpänä. Menu on digitaalinen.



Ruoka on herkullista ja kahvi kaupan päällisenä kruunaa ravintolakokemuksen.



Kuitilta Antti saa hinnan ohella tiedon tuotteiden hiilijalanjäljestä



MISSION
POSITIVE
HANDPRINT

Kuva 54: Antin matka vastuullisessa ravintolassa. (Salonen 2023 CC BY-NC-ND)

#vastuullisempaakattausta



Kaikki mukaan!



<https://missionpositivehandprint.fi/ryhtia-ja-vauhtia-vastuullisuusviestintaan-suunnittelupohjien-avulla/>



MISSION
POSITIVE
HANDPRINT

YHDESSÄ PAREMPAA VASTUULLISUUSVIESTINTÄÄ

-SUUNNITTELUPOHJA

Kehittäkää pohjan avulla resepti vastuullisuustiedon jalkauttamiseen ja henkilökunnan sitouttamiseen viestimään vastuullisuusasioista.

0. Ideoikaa yhdessä tapoja kasvattaa henkilöstön vastuullisuusosaamista ja innostaa vastuullisuusviestintään.
1. Kirjatkaa pohjaan kriittiset elementit, jotka ovat tärkeimpiä onnistumisen kannalta.
2. Lisätäkää täytteeseen "muistetaan myös"/ "olisi hyvä huomioida mahdollisuuksien mukaan" - tyyppiset asiat.
3. Kakun koristeeksi lisätäkää palloihin "ekstrat", eli "olisi kiva-" -tyyppiset asiat.

TÄYTTEET:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

HUOMIOITA:



POHJA:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.



MISSION
POSITIVE
HANDPRINT



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

#VASTUULLISEMPAAKATTAUSTA

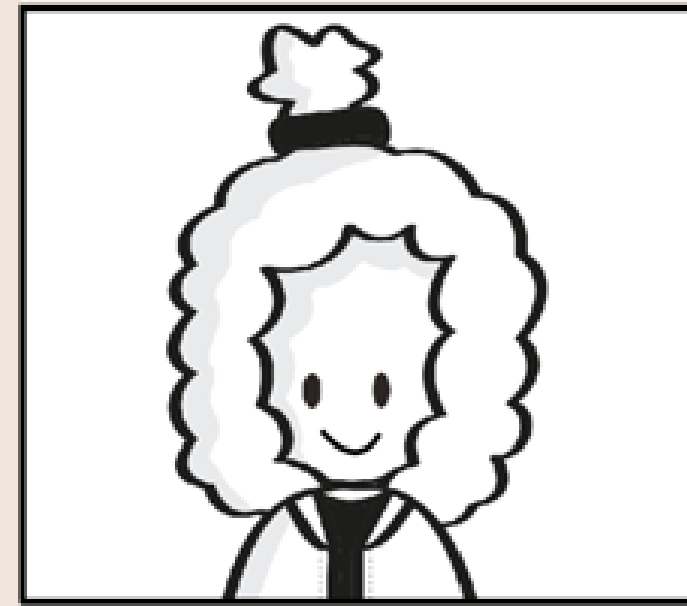
LAU
REA

SAVONIA
ammattikorkeakoulu

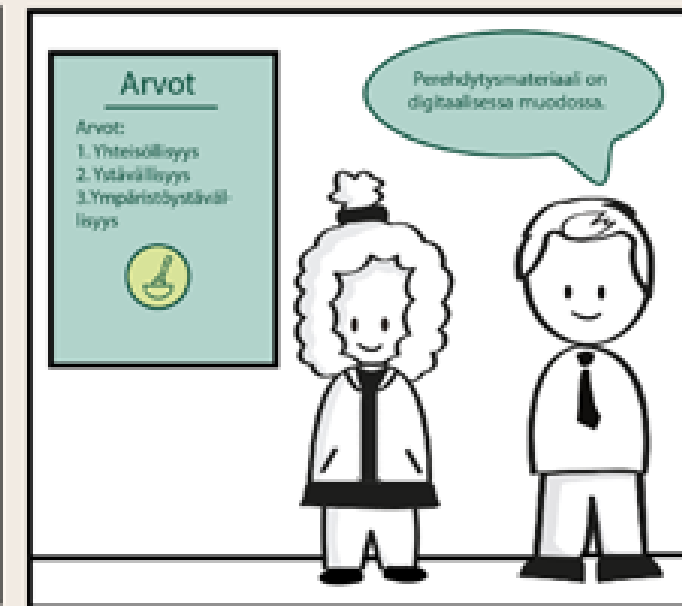
jamk

Sama ideointi
/suunnitteluharjoitus
sarjakuvamuodossa
(Story board)

- Konseptin esittelyyn
muulle tiimille?



Uusi baarimikko aloittaa gastropubissa



Perehdytys



Mentorointi työssä



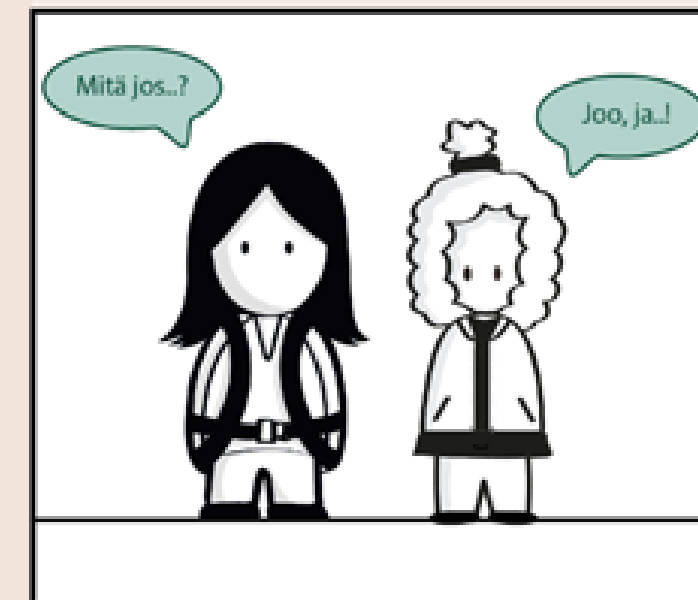
Tiimikokous



Ympäristövastuukoulutus henkilökunnalle



Vierailu paikalliseen panimoon.



Ideointipalaveri panimon omistajan kanssa



Gastropubin uusi vastuullinen drinkkilista on julkaistu



Tyytyväiset asiakkaat



#missionpositivehandprint
#vastuullisempaakattausta



Instagram @Missionpositivehandprint
ja Twitter @MPH_hanke



MISSION
POSITIVE
HANDPRINT

Kiitos!



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



jamk

SAVONIA
ammattikorkeakoulu



Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus