



Vinkkilista viestintään maaseutuyritykselle

Maaseutuyrityksen, toimialasta riippumatta, on hyvä varautua erilaisiin tilanteisiin, joissa yritys on median edustajien kanssa tekemisissä. Yrityksen tärkeimpiin asioihin viestinnän näkökulmasta kuuluu näkyvyys, joten verkkosivut ajantasaisine yhteystietoineen kannattaa pitää kunnossa. Media rakastaa tunnetta ja tarinoita, jotka saadaan linkitettyä yleisiin ilmiöihin tai tuoreisiin tilastoihin. Mikäli tilallasi on jo monen sukupolven pyörittämä luontomatkailuyritys, joka on majoittanut ensimmäiset asiakkaat teltan ja riippumaton yhdistelmässä eli puumajoitteessa, kannattaa siitä tarjota juttuvinkkiä medialle. Hyvällä valmistautumisella yrittäjän ei tarvitse pelätä haastattelutilanteita tai median edustajia. Yrittäjän kannattaa olla ajan hermolla ja avata arkensa käytänteitä avoimesti. Median huomio voi olla pelottavaa, etenkin kriisin hetkellä, mutta se saattaa koitua yritykselle myös suureksi eduksi. Yrittäjä voi myös vaikuttaa median näkökulmaan esimerkiksi sillä, kuinka suhtautuu median edustajiin.

Mikä mediaa kiinnostaa?

- Yleiset ja ajankohtaiset ilmiöt
- Tuoreiden tutkimusten ja tilastojen näkyminen käytännön työssä
- Ainutlaatuisuus, kuten suurin kurpitsa tai uusi toimintatapa Suomessa
- Muuttuvat säännöt tai pykälät ja kuinka ne näkyvät yrityksen toiminnassa

Huomioitavia asioita medialle viestittäessä

Tärkeimpiin asioihin yrittäjän osalta kuuluu tarjota oikeaa ja ajankohtaista tietoa sekä olla avoin. Oman alan käytäntöjä kannattaa avata niin, että asiaan perehtymätönkin ymmärtää mitä tehdään ja minkä takia. Juttuaiheet kannattaa antaa hyvissä ajoin, edellisenä iltana ilmoitettu tapahtuma harvoin saa median koneistoa liikkeelle, jollei merkitys yhteiskunnalle ole erittäin suuri. Yrittäjän kannattaa laatia juttuaiheestaan

mediatiedote, jonka lähettää medialle sähköpostitse. Henkilökohtainen yhteydenotto suoraan toimittajaan voi myös olla tehokas tapa median paikalle saamiseksi.

Haastatteluun valmistautuminen

Yrittäjän kannattaa varautua haastatteluun miettimällä mikä on se tärkein asia, jonka haluaa esiin nostaa. Toimittaja tulee todennäköisesti esittämään myös kriittisiä kysymyksiä, joihin kannattaa valmistautua jo etukäteen. Kuvaajan ollessa paikalla, hän tarvitsee kohteita mitä voi kuvata. Kuvaamiseen mielenkiintoisia aiheita ovat varsinainen työnteko ja normaalit toimet tilalla. Haastattelun jälkeen haastateltavan on oikeus tarkistaa juttu ennen sen julkaisua. Televisioon tehdyistä jutuista tarkastettavaksi voi pyytää käsikirjoituksen.

Huomioitavaa kriisitilanteissa

- Jos media päättää tehdä aiheesta jutun, se tekee aiheesta jutun. Halusi yrittäjä sitä tai ei.
- Yrittäjällä on mahdollisuus itse antaa oma lausunto, tämä saattaa vaikuttaa positiivisesti siihen, miten asiaa lähestytään median toimesta.
- Suunnittele etukäteen mitä mahdollisia kriisitilanteita eteen voi tulla. Laadi niiden pohjalta kriisiviestintään suunnitelma, jota on helppo seurata hädän hetkellä.
- Ole avoin ja rehellinen.
- Media voi tuoda mukanaan paljon hyvää, kun asiakkaat saavat tiedon asiasta paremmin sen kautta.
- Älä pelkää liikaa mediaa. Toimittajat ovat tavallisia ihmisiä, joita voi kohdata siinä missä muitakin.

Lähteet ja lisää tietoa aiheesta

1. Pennanen, R. 2020. Viestinnän vinkkilista maaseutuyrittäjille. <https://www.aitomaaseutu.fi/media/maatilan-viestinta.pdf>
- Pennanen, R. 2020. Viestinnän vinkkilista maaseutuyrittäjille. Videotallenne Päämäärätietoisesti uutta liiketoimintaa -hankkeen Tunne asiakkaasi - vuorovaikutuksella uutta liiketoimintaa infotilaisuudesta. https://www.youtube.com/watch?v=GV1kdR5y_ZI&t=2s