



Viestintäohjeita hanketoimijoille

Kommunikations- anvisningar för projektaktörer

Juulia Tuominen

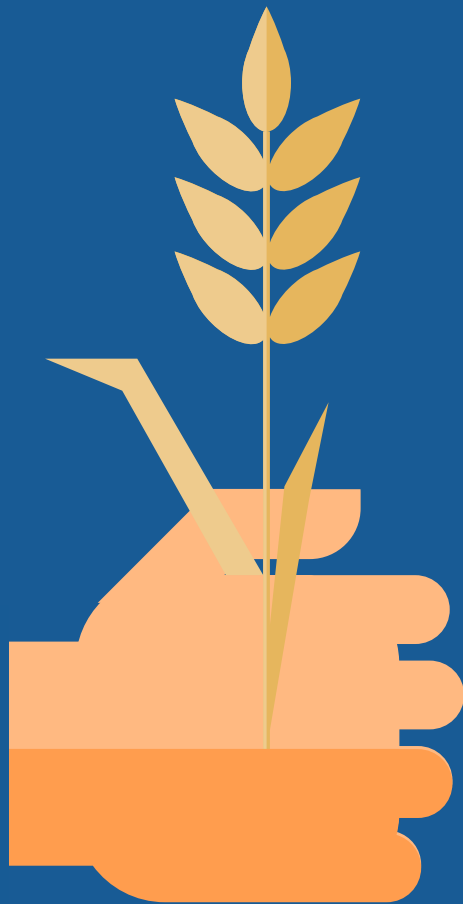


Hyvä viestintä on onnistuneen hankkeen edellytys

- Kaikessa viestinnässä on noudatettava tuensaajan viestintäohjetta
 - Rahoituskauden 2023–27 viestintäohje julkaistaan lähiaikoina ["kun olet saanut rahoitusta" - sivuilla maaseutu.fissä](#)
 - Viestinnässä on pääsääntöisesti käytettävä aina "Euroopan unionin osarahoittama"-logoa
 - Viestintäohjeessa määritellään, miten logoa käytetään esimerkiksi some-julkaisujen yhteydessä ja annetaan muita tarkempia ohjeita logon käyttöön ja viestintään
 - Ohjeita myös tiedotuskylttien ja julisteiden käytöstä hankkeissa
- Logot, sekä muita hyödyllisiä työkaluja (mm. asiakirjapohjia, kuvituskuvia) löytyy [maaseutuverkoston materiaalipankista](#)
- Viestintäohjeiden noudattamatta jättämisestä voi seurata sanktio

God kommunikation är en förutsättning för ett lyckat projekt

- All kommunikation ska ske i enlighet med stödmottagarens kommunikationsanvisningar
- Kommunikationsanvisningar för finansieringsperioden 2023–27 kommer att publiceras på landsbygd.fi
 - [När du har fått finansiering \(landsbygd.fi\)](https://landsbygd.fi)
- I regel ska man alltid använda logotypen "Medfinansierat av Europeiska unionen".
 - I kommunikationsanvisningen beskrivs hur logotypen ska användas till exempel i samband med inlägg på sociala medier och ges andra närmare anvisningar om användningen av logotypen och kommunikationen
 - Där finns det också anvisningar om användningen av informationsskyltar och affischer i projekt
- Logotyper och andra användbara material (bl.a. dokumentmallar, illustrationer) finns i [landsbygdsnätverkets materialbank](#)
- Om man inte följer kommunikationsanvisningarna kan det leda till sanktioner



Viestintä kannattaa aina

Tips för effektiv
projektkommunikation



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Euroopan unionin
rahoittama



Euroopan unionin
osarahoittama

Viisi syytä satsata viestintään

Fem orsaker att satsa på kommunikation

1

Lisäät hankkeen näkyvyyttä ja vaikuttavuutta (ja samalla koko EU:n maaseuturahoituksen vaikuttavuutta!)

Du gör projektet (och samtidigt EU:s landsbygdsfinansiering) mera synligt och inflytande

2

Aktivoit ja sitoutat hankkeen toteuttamisessa mukana olevia ihmisiä -> luot verkostoja

Du aktiverar och engagerar personer som deltar i projektet -> du skapar nätverk

3

Välität tietoa hankkeen etenemisestä rahoittajalle

Du sprider information om projektets resultat till finansiärer

4

Levität ideoita ja hyviä toimintatapoja muille toimijoille ja alueille

Du sprider idéer och god praxis till andra aktörer och områden

5

Edistät avoimuutta siitä, mitä julkisella rahalla tehdään

Du främjar öppenhet om vad man gör med offentliga pengar

On monta tapaa viestiä..

Det finns många sätt att kommunicera..

Sidosryhmäviestintä

- Kerro hankkeesta niille tahoille, joita hanke koskee ja jotka voivat saada hankkeesta jotain hyötyä
- Aina, kun saat kutsun, kannattaa hyödyntää mahdollisuus käydä esittelemässä hanketta erilaisissa tilaisuuksissa
- Sisäisen tiedottamisen välineitä ovat myös esimerkiksi sähköposti, intranet ja ohjaus- tai hankeryhmän kokoukset
- Muista myös maaseutuverkosto.fi!



7

Sosiaalinen media

- Sosiaalisen median (mm. Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter) avulla saat kiinni suuria yleisöjä
- Mahdollisuus maksulliseen, mutta kustannustehokkaaseen markkinointiin
- Toisaalta sisällöntuotanto on usein aikaa vievää, ja algoritmit vaativat aktiivista sisällöntuotantoa
- Mieti, millä kanavalla saat oman kohderyhmäsi kiinni. Esim. työelämästä ja ammattiin liittyvistä asioista keskustellaan usein LinkedInissä, kun taas Instagramissa ja Facebookissa käydään arkisempia keskusteluja
- Ennen oman some-tilin perustamista hankkeelle mieti, voitteko viestiä esim. hankkeen toteuttaja-organisaation tileiltä, sillä seuraajakunnan rakentaminen on aikaa vievää. Tai voisitteko kokeilla vaikkapa vaikuttajamarkkinointia?



9

Lehdistösuhteet

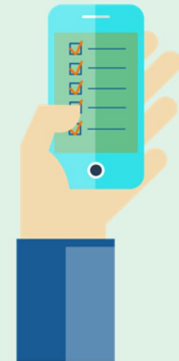
- Lehdistön kautta voit saada kiinni suuria ihmisjoukkoja, mutta ensin tulee kiinnittää toimittajien mielenkiinto
 - Helpointa kertoa juttuvinkkejä tutuille toimittajille
 - Isoista ja kiinnostavista asioista voi pitää lehdistötilaisuuksia: lähetä kutsu etukäteen tiedotteena
- Lehtitoimituksen sähköpostiin voi lähettää tiedotteen
 - Tiedotteen tulee käsitellä jotain uutta ja ajankohtaista, yleisesti kiinnostavaa asiaa
 - Tarkastele asiaa toimittajan, älä hankkeesi näkökulmasta
 - Kirjoita tiedote suoraan sähköpostiin, älä liitetiedostoon
 - Kirjoita tiiviisti ja otsikoi napakasti – lisätietoa saa kysymällä
 - Tärkeimmät asiat (mitä, missä, milloin, miten, miksi, kuka?) heti tiedotteen alkuun mahdollisimman selkeästi ja ytimekkäästi
- Vastaa aina haastattelupyyntöihin heti!
 - Mainitse mielellään haastattelussa myös rahoittaja
 - Muista, että voit pyydetäessä tarkistaa sitaattisi, mutta **et muuttata jutun sisältöä!**



11

Uutiset & blogit

- Uutiset ja blogit ovat lehdistötiedotteita kevyempi tapa saada ajankohtaisia asioita julki
- Mieti hankkeelle sopiva julkaisualusta, vaihtoehtoina esim. hankkeen kotiorganisaation nettisivut, hankkeelle perustetut verkkosivut tai blogi, tai maaseutuverkosto.fi
 - Valitsemalla alueeksi Pohjanmaan tai Keski-Pohjanmaan, blogi nousee maaseutu.fi/pohjanmaa -aluesivulle



13

Sidosryhmäviestintä

- Kerro hankkeesta niille tahoille, joita hanke koskee ja jotka voivat saada hankkeesta jotain hyötyä
- Aina, kun saat kutsun, kannattaa hyödyntää mahdollisuus käydä esittelemässä hanketta erilaisissa tilaisuuksissa
- Sisäisen tiedottamisen välineitä ovat myös esimerkiksi sähköposti, intranet ja ohjaus- tai hankeryhmän kokoukset
- Muista myös maaseutuverkosto.fi!



Kommunikation med intressenter

- Berätta om projektet för dem som projektet gäller och dem som kan ha nytta av projektet
- Varje gång du får en inbjudan är det värt att presentera projektet vid olika evenemang
- Även e-post, intranet och styrgruppsmöten är verktyg för internt kommunikation
- Kom ihåg även landsbygdsnätverk.fi



On monta tapaa viestiä..

Det finns många sätt att kommunicera..

Sidosryhmäviestintä

- Kerro hankkeesta niille tahoille, joita hanke koskee ja jotka voivat saada hankkeesta jotain hyötyä
- Aina, kun saat kutsun, kannattaa hyödyntää mahdollisuus käydä esittelemässä hanketta erilaisissa tilaisuuksissa
- Sisäisen tiedottamisen välineitä ovat myös esimerkiksi sähköposti, intranet ja ohjaus- tai hankeryhmän kokoukset
- Muista myös maaseutuverkosto.fi!



7

Sosiaalinen media

- Sosiaalisen median (mm. Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter) avulla saat kiinni suuria yleisöjä
- Mahdollisuus maksulliseen, mutta kustannustehokkaaseen markkinointiin
- Toisaalta sisällöntuotanto on usein aikaa vievää, ja algoritmit vaativat aktiivista sisällöntuotantoa
- Mieti, millä kanavalla saat oman kohderyhmäsi kiinni. Esim. työelämästä ja ammattiin liittyvistä asioista keskustellaan usein LinkedInissä, kun taas Instagramissa ja Facebookissa käydään arkisempia keskusteluja
- Ennen oman sometiilin perustamista hankkeelle mieti, voitteko viestiä esim. hankkeen toteuttaja-organisaation tileiltä, sillä seuraajakunnan rakentaminen on aikaa vievää. Tai voisitteko kokeilla vaikkapa vaikuttajamarkkinointia?



10

Lehdistösuhteet

- Lehdistön kautta voit saada kiinni suuria ihmisjoukkoja, mutta ensin tulee kiinnittää toimittajien mielenkiinto
 - Helpointa kertoa juttuvinkkejä tutuille toimittajille
 - Isoista ja kiinnostavista asioista voi pitää lehdistötilaisuuksia: lähetä kutsu etukäteen tiedotteena
- Lehtitoimituksen sähköpostiin voi lähettää tiedotteen
 - Tiedotteen tulee käsitellä jotain uutta ja ajankohtaista, yleisesti kiinnostavaa asiaa
 - Tarkastele asiaa toimittajan, älä hankkeesi näkökulmasta
 - Kirjoita tiedote suoraan sähköpostiin, älä liitetiedostoon
 - Kirjoita tiiviisti ja otsikoi napakasti – lisätietoa saa kysymällä
 - Tärkeimmät asiat (mitä, missä, milloin, miten, miksi, kuka?) heti tiedotteen alkuun mahdollisimman selkeästi ja ytimekkäästi
- Vastaa aina haastattelupyyntöihin heti!
 - Mainitse mielellään haastattelussa myös rahoittaja
 - Muista, että voit pyydetäessä tarkistaa sitaattisi, mutta **et muuttata jutun sisältöä!**



11

Uutiset & blogit

- Uutiset ja blogit ovat lehdistötiedotteita kevyempi tapa saada ajankohtaisia asioita julki
- Mieti hankkeelle sopiva julkaisualusta, vaihtoehtoina esim. hankkeen kotiorganisaation nettisivut, hankkeelle perustetut verkkosivut tai blogi, tai maaseutuverkosto.fi
 - Valitsemalla alueeksi Pohjanmaan tai Keski-Pohjanmaan, blogi nousee maaseutu.fi/pohjanmaa -aluesivulle



13

Sosiaalinen media

- Sosiaalisen median (mm. Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter) avulla saat kiinni suuria yleisöjä
- Mahdollisuus maksulliseen, mutta kustannustehokkaaseen markkinointiin
- Toisaalta sisällöntuotanto on usein aikaa vievää, ja algoritmit vaativat aktiivista sisällöntuotantoa
- Mieti, millä kanavalla saat oman kohderyhmäsi kiinni. Esim. työelämästä ja ammattiin liittyvistä asioista keskustellaan usein LinkedInissä, kun taas Instagramissa ja Facebookissa käydään arkisempia keskusteluja
- Ennen oman sometilin perustamista hankkeelle mieti, voitteko viestiä esim. hankkeen toteuttaja-organisaation tileiltä, sillä seuraajakunnan rakentaminen on aikaa vievää. Tai voisitteko kokeilla vaikkapa vaikuttajamarkkinointia?



Sociale media

- Sociale medier (bl.a. Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter) hjälper dig att nå stora publikgrupper
- Möjlighet till avgiftsbelagd men kostnadseffektiv marknadsföring
- På andra sidan är innehållsproduktion ofta tidskrävande och algoritmer kräver aktiv innehållsproduktion
- Tänk på vilken kanal du kan nå din målgrupp. T.ex. om arbetslivet och frågor som rör yrket diskuteras ofta på LinkedIn, medan på Instagram och Facebook förs mer vardagliga diskussioner.
- Innan du skapar egna some-konton för projektet, fundera på om ni kan kommunicera från konton som redan finns, eftersom det är tidskrävande att få nya följare. Eller kan ni prova på influencemarknadsföring till exempel?



On monta tapaa viestiä..

Det finns många sätt att kommunicera..

Sidosryhmäviestintä

- Kerro hankkeesta niille tahoille, joita hanke koskee ja jotka voivat saada hankkeesta jotain hyötyä
- Aina, kun saat kutsun, kannattaa hyödyntää mahdollisuus käydä esittelemässä hanketta erilaisissa tilaisuuksissa
- Sisäisen tiedottamisen välineitä ovat myös esimerkiksi sähköposti, intranet ja ohjaus- tai hankeryhmän kokoukset
- Muista myös maaseutuverkosto.fi!



7

Sosiaalinen media

- Sosiaalisen median (mm. Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter) avulla saat kiinni suuria yleisöjä
- Mahdollisuus maksulliseen, mutta kustannustehokkaaseen markkinointiin
- Toisaalta sisällöntuotanto on usein aikaa vievää, ja algoritmit vaativat aktiivista sisällöntuotantoa
- Mieti, millä kanavalla saat oman kohderyhmäsi kiinni. Esim. työelämästä ja ammattiin liittyvistä asioista keskustellaan usein LinkedInissä, kun taas Instagramissa ja Facebookissa käydään arkisempia keskusteluja
- Ennen oman sometiilin perustamista hankkeelle mieti, voitteko viestiä esim. hankkeen toteuttaja-organisaation tileiltä, sillä seuraajakunnan rakentaminen on aikaa vievää. Tai voisitteko kokeilla vaikkapa vaikuttajamarkkinointia?



10

Lehdistösuhteet

- Lehdistön kautta voit saada kiinni suuria ihmisjoukkoja, mutta ensin tulee kiinnittää toimittajien mielenkiinto
 - Helpointa kertoa juttuvinkkejä tutuille toimittajille
 - Isoista ja kiinnostavista asioista voi pitää lehdistötilaisuuksia: lähetä kutsu etukäteen tiedotteena
- Lehtitoimituksen sähköpostiin voi lähettää tiedotteen
 - Tiedotteen tulee käsitellä jotain uutta ja ajankohtaista, yleisesti kiinnostavaa asiaa
 - Tarkastele asiaa toimittajan, älä hankkeesi näkökulmasta
 - Kirjoita tiedote suoraan sähköpostiin, älä liitetiedostoon
 - Kirjoita tiiviisti ja otsikoi napakasti – lisätietoa saa kysymällä
 - Tärkeimmät asiat (mitä, missä, milloin, miten, miksi, kuka?) heti tiedotteen alkuun mahdollisimman selkeästi ja ytimekkäästi
- Vastaa aina haastattelupyyntöihin heti!
 - Mainitse mielellään haastattelussa myös rahoittaja
 - Muista, että voit pyydettäessä tarkistaa sitaattisi, mutta **et muuttaa jutun sisältöä!**



13

Uutiset & blogit

- Uutiset ja blogit ovat lehdistötiedotteita kevyempi tapa saada ajankohtaisia asioita julki
- Mieti hankkeelle sopiva julkaisualusta, vaihtoehtoina esim. hankkeen kotiorganisaation nettisivut, hankkeelle perustetut verkkosivut tai blogi, tai maaseutuverkosto.fi
 - Valitsemalla alueeksi Pohjanmaan tai Keski-Pohjanmaan, blogi nousee maaseutu.fi/pohjanmaa -aluesivulle



13

Lehdistösuhteet

- Lehdistön kautta voit saada kiinni suuria ihmisjoukkoja, mutta ensin tulee kiinnittää toimittajien mielenkiinto
 - Helpointa kertoa juttuvinkkejä tutuille toimittajille
 - Isoista ja kiinnostavista asioista voi pitää lehdistötilaisuuksia: lähetä kutsu etukäteen tiedotteena
- Lehtitoimituksen sähköpostiin voi lähettää tiedotteen
 - Tiedotteen tulee käsitellä jotain uutta ja ajankohtaista, yleisesti kiinnostavaa asiaa
 - Tarkastele asiaa toimittajan, älä hankkeesi näkökulmasta
 - Kirjoita tiedote suoraan sähköpostiin, älä liitetiedostoon
 - Kirjoita tiiviisti ja otsikoi napakasti – lisätietoa saa kysymällä
 - Tärkeimmät asiat (mitä, missä, milloin, miten, miksi, kuka?) heti tiedotteen alkuun mahdollisimman selkeästi ja ytimekkäästi
- Vastaa aina haastattelupyyntöihin heti!
 - Mainitse mielellään haastattelussa myös rahoittaja
 - Muista, että voit pyydettyessä tarkistaa sitaattisi, mutta **et muuttaa jutun sisältöä!**



Presskontakter

- Via press kan du nå stora folkmassor, men först behöver man väcka journalisternas intresse
 - Det är lättast att tipsa bekanta journalister om projektet
 - Om stora och intressanta saker kan man hålla presskonferenser: skicka inbjudan i förväg som ett pressmeddelande
- Man kan skicka en pressmeddelande som e-post till olika tidningar
 - Pressmeddelanden ska handla om något nytt, intressant och aktuellt fråga
 - Försök att skriva ur journalisternas perspektiv
 - Skriv meddelanden direkt till e-post, inte som en bilaga
 - Skriv effektivt och kortfattat – man kan ge mera information sedan i intervjun
 - De viktigaste frågorna (vad, var, när, hur, varför, vem?) ska svaras genast i början av meddelandet så tydligt och koncist som möjligt
- Svara alltid på intervjufrågningar direkt!
 - Nämn gärna projektets finansiärer i intervjun
 - Kom ihåg att du be att kontrollera ditt citat, **men inte ändra innehållet i artikeln!**



On monta tapaa viestiä..

Det finns många sätt att kommunicera..

Sidosryhmäviestintä

- Kerro hankkeesta niille tahoille, joita hanke koskee ja jotka voivat saada hankkeesta jotain hyötyä
- Aina, kun saat kutsun, kannattaa hyödyntää mahdollisuus käydä esittelemässä hanketta erilaisissa tilaisuuksissa
- Sisäisen tiedottamisen välineitä ovat myös esimerkiksi sähköposti, intranet ja ohjaus- tai hankeryhmän kokoukset
- Muista myös maaseutuverkosto.fi!



7

Sosiaalinen media

- Sosiaalisen median (mm. Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter) avulla saat kiinni suuria yleisöjä
- Mahdollisuus maksulliseen, mutta kustannustehokkaaseen markkinointiin
- Toisaalta sisällöntuotanto on usein aikaa vievää, ja algoritmit vaativat aktiivista sisällöntuotantoa
- Mieti, millä kanavalla saat oman kohderyhmäsi kiinni. Esim. työelämästä ja ammattiin liittyvistä asioista keskustellaan usein LinkedInissä, kun taas Instagramissa ja Facebookissa käydään arkisempia keskusteluja
- Ennen oman sometiilin perustamista hankkeelle mieti, voitteko viestiä esim. hankkeen toteuttaja-organisaation tileiltä, sillä seuraajakunnan rakentaminen on aikaa vievää. Tai voisitteko kokeilla vaikkapa vaikuttajamarkkinointia?



10

Lehdistösuhteet

- Lehdistön kautta voit saada kiinni suuria ihmisjoukkoja, mutta ensin tulee kiinnittää toimittajien mielenkiinto
 - Helpointa kertoa juttuvinkkejä tutuille toimittajille
 - Isoista ja kiinnostavista asioista voi pitää lehdistötilaisuuksia: lähetä kutsu etukäteen tiedotteena
- Lehtitoimituksen sähköpostiin voi lähettää tiedotteen
 - Tiedotteen tulee käsitellä jotain uutta ja ajankohtaista, yleisesti kiinnostavaa asiaa
 - Tarkastele asiaa toimittajan, älä hankkeesi näkökulmasta
 - Kirjoita tiedote suoraan sähköpostiin, älä liitetiedostoon
 - Kirjoita tiiviisti ja otsikoi napakasti – lisätietoa saa kysymällä
 - Tärkeimmät asiat (mitä, missä, milloin, miten, miksi, kuka?) heti tiedotteen alkuun mahdollisimman selkeästi ja ytimekkäästi
- Vastaa aina haastattelupyyntöihin heti!
 - Mainitse mielellään haastattelussa myös rahoittaja
 - Muista, että voit pyydettäessä tarkistaa sitaattisi, mutta **et muuttaa jutun sisältöä!**



13

Uutiset & blogit

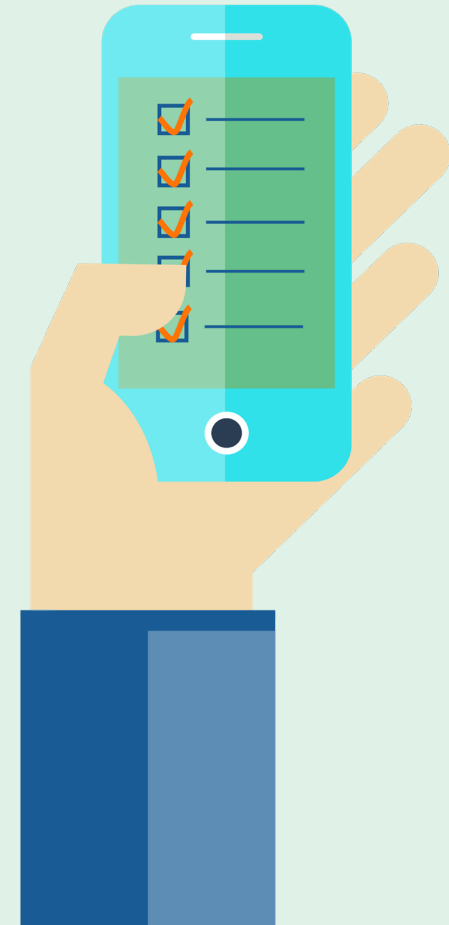
- Uutiset ja blogit ovat lehdistötiedotteita kevyempi tapa saada ajankohtaisia asioita julki
- Mieti hankkeelle sopiva julkaisualusta, vaihtoehtoina esim. hankkeen kotiorganisaation nettisivut, hankkeelle perustetut verkkosivut tai blogi, tai maaseutuverkosto.fi
 - Valitsemalla alueeksi Pohjanmaan tai Keski-Pohjanmaan, blogi nousee maaseutu.fi/pohjanmaa -aluesivulle



16

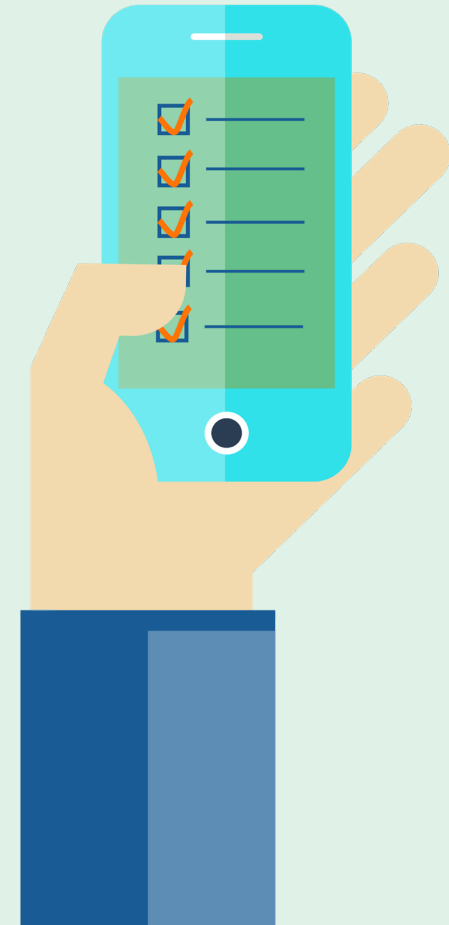
Uutiset & blogit

- Uutiset ja blogit ovat lehdistötiedotteita kevyempi tapa saada ajankohtaisia asioita julki
- Mieti hankkeelle sopiva julkaisualusta, vaihtoehtoina esim. hankkeen kotiorganisaation nettisivut, hankkeelle perustetut verkkosivut tai blogi, tai maaseutuverkosto.fi
 - Valitsemalla alueeksi Pohjanmaan tai Keski-Pohjanmaan, blogi nousee maaseutu.fi/pohjanmaa -aluesivulle



Nyheter & blogginlägg

- Nyheter och bloggar är ett lättare sätt än pressmeddelanden att få fram aktuella frågor
- Tänk på en lämplig publikationsplattform för projektet, som alternativ t.ex. projektets hemorganisations webbplats, webbsidor eller blogg som grundats för projektet eller landsbygdsnätverket.fi
- Om du väljer Österbotten eller Mellersta Österbotten som område när du skriver ett blogginlägg på landsbygd.fi, syns ditt inlägg automatiskt på vår regionala sidor:
www.landsbygd.fi/osterbotten



Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty

Tehokas viestintä vaatii usein suunnitelmallisuutta. Tee itsellesi viestintäsuunnitelma, jossa määrittelet ainakin:

Viestinnän ydinviestit

Kohderyhmät

Keinot/välineet

Tavoitteet (mitä viestinnällä halutaan saada aikaan?)

Budjetti

Vastuut (kuka tekee ja mitä)

Miten viestintää seurataan



Väl planerad är hälften gjort

Effektiv kommunikation kräver ofta planering. Skriv en kommunikationsplan där du definierar åtminstone:

Kommunikationens nyckelbudskap

Målgruppen

Media/verktyg

Mål

Budget

Ansvarspersoner

Hur följer man upp kommunikation



Vaikuttavaa viestintää tehdään yhteistyössä

- [Maaseutuverkosto.fi](https://maaseutuverkosto.fi) mahdollistaa hankkeiden ja rahoittajien välisen yhteistyön
 - Profiiliin voi luoda kuka vain
 - Alustalle voi luoda tapahtumia ja blogitekstejä, jotka automaattisesti nousevat maaseutu.fi/pohjanmaa -aluesivulle. Aluesivusta tehdään EU:n maaseuturahaston viestinnän kotipesä
 - Uusi hankerekisteri (www.maaseutuverkosto.fi/hankkeet) tehostaa tiedonjakoa ja auttaa hankkeen ideoinnissa
 - jokaiselle hankkeelle luodaan Hyrrään kirjattujen tietojen perusteella automaattisesti hankekortti
 - Hankekorttia voisi kuvata pienimuotoiseksi hankkeen ”kotisivuksi”, johon hankkeen yhteyshenkilö voi päivittää hankkeen ajankohtaisia uutisia, tuloksia tai linkkejä. -> tämä kannatta hyödyntää viestintävälineenä!
 - Tarvitset hankekortin hallintaan maaseutuverkosto.fi -käyttäjätunnuksen.
 - Lue lisää hankekortin mahdollisuuksista ja [päivittämisestä täältä](#).
- Viestimme mielellämme rahoittamistamme hankkeista!
 - Olkaa yhteydessä, mikäli teillä on uutisia, jotka sopisivat meille jaettavaksi

Efektiv kommunikation sker i samarbete

- Landsbygdsnätverket.fi möjliggör samarbete mellan projekt och finansiärer
 - Vem som helst kan skapa en profil
- På plattformen kan man skapa evenemang och bloggtexter som automatiskt stiger upp på regional sidan lansgbygd.fi/osterbotten. Regionala sidan ska bli hem för landsbygdsfinansieringens kommunikation i Ösetrbotten
- [Det nya projektregistret](#) effektiviserar informationsförmedlingen och hjälper till med att bolla idéer
 - Utifrån de uppgifter som registrerats i Hyrrä skapas automatiskt ett projektkort för varje projekt
 - Projektkort kan beskrivas som en småskalig "hemsida" för projektet. Projektets kontaktperson kan uppdatera projektkortet med aktuell information, resultat eller länkar som gäller projektet.
 - För att ta över projektkortet behöver du ett användarnamn till landsbygdsnätverket.fi
 - Läs mera om projektregistret och [projektkortets möjligheter här](#).
- Vi kommunicerar gärna om projekt som vi finansierar!
 - Ta gärna kontakt om ni har nyheter som ni tycker att vi kan sprida vidare!

Ota yhteyttä | Ta kontakt



Juulia Tuominen

Maaseutuviestinnän koordinaattori

Koordinator för landsbygds kommunikation

juulia.tuominen@ely-keskus.fi

+358 50 380 7144

maaseutu.fi / Pohjanmaa

