


# Tuloksekas TKI-viestintä rakennetaan kolmella tasolla huomioiden hanketyön kolme vaihetta

22.12.2025

Tutkimus- ja kehittämistoiminnassa onnistuminen on samalla sen viestinnässä onnistumista. Viestinnällä saavutetaan resurssit työn alkamiselle, varmistetaan työn sujuva eteneminen sekä luodaan vaikuttavuutta ja jatkuvuutta. TKI-viestinnän 3×3-malli auttaa tutkimus- ja kehittämistoiminnan toteuttajia hahmottamaan viestinnän kokonaisuuden niin hankkeen, sen koordinaattorin kuin tärkeimpien kumppaneiden yhteistyönä.

## Viestinnän tukena emo-organisaation osaaminen ja resurssit

TKI-toimintaa ja hankkeita koordinoivan organisaation resurssit tarjoavat hyvän pohjan TKI-viestinnän toteuttamiselle. Korkeakouluissa ja muissa tutkimus- ja kehittämistoimintaa toteuttavissa organisaatioissa on useimmiten viestintään ja markkinointiin erikoistunut tiimi tai tiimejä. Tiimeissä resurssit sekä asiantuntijoiden osaaminen ja tehtävänkuvat vaihtelevat jonkin verran organisaatioittain, mutta yleisesti ne huolehtivat organisaation sisäisen ja ulkoisen viestinnän suunnittelusta, erilaisten sisältöjen luomisesta ja sovittamisesta kohderyhmien mukaan, viestintäkanavien ylläpidosta ja kuratoinnista sekä asiantuntijoiden tukemisesta viestinnällisissä kysymyksissä.

Organisaation viestinnällä on elintärkeä rooli luoda edellytyksiä tutkimus- ja kehittämistoiminnan näkyvyydelle, vaikuttavuudelle ja asiantuntijoiden onnistumiselle viestinnässä. Organisaation viestintä tarjoaa

asiantuntijatukea TKI-toiminnan asiantuntijoille, valmiita järjestelmiä ja kanavia ohjeineen sekä apua viestinnän ja markkinoinnin suunnitteluun kuin toteutukseen. Sisältöjen näkökulmasta on hedelmällistä käydä aktiivista vuoropuhelua organisaation, sen asiantuntijoiden ja hankkeiden kesken, jotta yhteinen näkyvyys ja toiminnan vaikuttavuus vahvistuu.

# Tavoitteena tiivis yhteistyö kumppaneiden kanssa

Vaikuttavan TKI-viestinnän toisen tason muodostavat toimenpiteet, jotka rakentavat tiivistä ja pitkäjänteistä kumppanuutta yritysten, keskeisten julkisen sektorin organisaatioiden sekä elinkeinoelämän järjestöjen kanssa. Jatkuva kumppanuus voi perustua organisaatioiden välisiin sopimuksiin, mutta käytännössä hedelmällinen yhteistyö – ja varsinkin uusien kumppanuuksien syntyminen – vaatii aina henkilötason suhteiden muodostumista. Henkilökohtaisten suhteiden rakentaminen ja hoitaminen on työlästä sekä aikaa vievää, ja siihen on syytä varata henkilöresursseja. Kumppanuusvastaavana toimiminen voi kuulua oman toimen ohella tehtäväksi, mutta esimerkiksi monet korkeakouluista ovat käynnistäneet erilaisia yrityksille suunnattuja kumppanuusohjelmia ja perustaneet myös kumppanuuksiin sekä asiakassuhteiden hoitamiseen keskittyviä tiimejä.

Tärkeäksi kumppanuutta rakentavassa viestinnässä nousevat yhteinen tekeminen, viestinnän ja vuorovaikutuksen säännöllisyys ja merkityksellisyys sekä ratkaisukeskeinen asiakaspalveluote. Yhteinen tekeminen nostattaa yhteenkuuluvuutta ja luo samalla monenlaisia mahdollisuuksia viestiä. Organisaation viestinnän näkökulmasta kumppani on jo lähentynyt organisaatiota, todennäköisesti tutustunut tarjolla oleviin viestintäkanaviin ja ryhtynyt esimerkiksi seuramaan organisaatiota somessa tai tilannut uutiskirjeitä. Henkilöiden välisellä suoralla yhteydenpidolla on suuri rooli kumppanuusviestinnässä. Tämän lisäksi organisaation on tärkeää määrittää mahdollisimman tarkasti kumppaneita kiinnostava sisältö ja tarjota se hyvin paketoituna, esimerkiksi juuri tietynlaisille kumppaneille kohdennettuna uutiskirjeenä sopivalla frekvenssillä tai vapaamuotoisemmin toimijoiden yhteisellä pikaviestiryhmällä (esim. WhatsApp).

# Viestinnän rooli hankkeen eri vaiheissa

Tutkimus- ja kehittämishankkeen tai muun vastaavan projektin aikana viestinnällä nähdään eri funktioita ja eri toteuttajia. Ennen hanketta sitä valmisteleva organisaatio luo perustan hankkeen viestinnälle sekä sille, miten se kytkeytyy organisaation muuhun viestintään. Tässä suunnitteluvaiheessa pureudutaan kohderyhmiin ja hankkeen tavoitteisiin viestinnän kautta toteuttamalla viestintäsuunnitelma, joka tukee samalla hankehakemuksen laatua. Suunnitteluvaiheessa on hyvä ottaa huomioon myös käytettävissä olevat resurssit ja suunnata katse jo tärkeimpien sisältöjen ja tuotosten julkaisemiseen – vaikkakin vielä muutosvarauksin.

Hankkeen alkumetreillä organisaation viestinnällä on tärkeä välivaihe käydä viestintäsuunnitelma laajasti läpi hanketta toteuttavan henkilöstön kanssa. Projektipäällikkö nousee vastaamaan hankkeen viestinnän toteutuksesta, ja organisaation viestintä tukee tätä työtä tason 1 mukaisesti. Yhteisen tapaamisen myötä toimijat ja mahdollisuudet tulevat toisilleen tutummiksi, ja yhteistyötä on helpompi jatkaa.

Hanke kutsuu ja tuo usein uusia toimijoita tutkimus- ja kehittämistoiminnan piiriin kohdentamalla toimintaansa eri ryhmille kuten tietyn sektorin yrityksille tai erilaisille ihmisryhmille. Hankkeen aikana toteutetaan erilaisia viestintätoimenpiteitä, jotka tukevat hankkeen tavoitteita. Samalla on kuitenkin tärkeä luoda jatkuvuutta kohderyhmien sitoutumiselle, yhteistyölle ja uusien kumppanuuksien syntymiselle. Hankkeen loppuessa projektipäällikön ja emo-organisaation on tärkeää kartoittaa ja sopia hankkeessa mukana olleiden kanssa, miten yhteydenpitoa jatketaan ja millaisia tarpeita heillä on yhteistyölle tulevaisuudessa.

Iso osa hankkeen ja koko TKI-toiminnan vaikuttavuutta ovat raportointia tukevat kirjaukset keskeisiin järjestelmiin (projektinhallinta ja CRM) sekä tehokas, tavoittava viestintä hankkeen julkaisuista ja tuloksista.

# Viestinnän 3X3-mallin erityisiä sovellutuksia SEAMKissa

Seinäjoen ammattikorkeakoulun (SEAMK) TKI-viestintää toteutetaan yllä kuvatun 3X3-mallin mukaisesti. Seuraavassa on poimintoja SEAMKin käytännöistä liittyen eri viestinnän eri vaiheisiin ja tasoihin.

SEAMKissa on käytössä SEAMKilaisen TKI-viestinnän käsikirja, joka on laadittu projektipäällikön näkökulmasta ja tarjoaa vinkkejä ja ohjeita linkkeineen hankkeen viestinnän toteuttamiseen sen kaikissa vaiheissa. Osana käsikirjaa tarjotaan käyttöön myös Excel-pohjainen viestintäsuunnitelmatyökalu, joka tarjoaa itse suunnitelman lisäksi toimenpiteille vuosikellonäkymän sekä julkaisuluettelon.

Hankkeen alkaessa viestinnän asiantuntijat kutsutaan mukaan sisäiseen aloituskokoukseen, jota viestinnän osalta jatketaan sopimalla erillinen viestinnän starttipalaveri. Konseptoidussa palaverissa tekijät viestinnän asiantuntijat ja projektihenkilöstö tutustuvat toisiinsa sekä hankkeen teemoihin. Samalla käydään läpi SEAMKin koordinoimilleen hankkeille tarjoama viestinnällinen tuki ja käytännöt. Starttipalaverissa pureudutaan myös viestintäsuunnitelmaan, ja sen työstämistä voidaan jatkaa erillisissä tapaamisissa.

SEAMKin käytössä olevaa asiakkuudenhallintajärjestelmää (CRM) ja sen prosesseja on muokattu mahdollisimman helppokäyttöiseksi niin, että se kerryttää kattavasti tarpeellista dataa yritysyhteistyöstä, yhteydenpidosta ja keskusteluiden teemoista. CRM:ään kertyvä tieto toimii pohjana uusille yhteydenotoille tai tiedonhaulle, kun etsitään eri teemoista kiinnostuneita kontakteja. CRM:n yhteystietojen kautta toteutetaan myös SEAMKin uutiskirjeviestintä. CRM:stä on luotu erillinen dashboard-näkymä palvelemaan projektipäälliköitä raportoinnissa.

Viestintätapojen ja mediankulutuksen pirstaleisuus haastaa riittävän tavoittavuuden saamisen orgaanisilla toimenpiteillä. SEAMK hyödyntää monipuolisesti digimarkkinoinnin keinoja saavuttaakseen kohderyhmät tutkimus- ja kehittämistoiminnan sisällöille, tapahtumill ja tuloksille. Samalla rakennetaan SEAMKin TKI-toiminnan ja rahoituslähteiden tunnettuutta. Digimarkkinoinnissa hyödynnetään muun muassa verkkosivusisältöjen optimointia hakukoneita ja tekoälysovelluksia varten, hakusanamainontaa, sosiaalisen median mainontaa, mainos- ja näkyvyysratkaisuja valtakunnallisten medioiden verkostoissa (myös perinteinen radio ja tv) sekä kumppanimedioiden verkostoa, joihin SEAMK voi tuottaa sisältöjä.

**Tuomas Rauhala**

viestinnän asiantuntija
Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Tämä artikkeli on kirjoitettu osana Seinäjoen ammattikorkeakoulun TKI-kumppanuusmallilla enemmän ja vaikuttavampaa TKI-toimintaa Etelä-Pohjanmaalle -hanketta, joka on Euroopan unionin osarahoittama. Kirjoittajat ovat kehittäneet hankkeessa uudenlaisia toimintamalleja, joilla tuetaan korkeakoulujen ja yritysten välistä yhteistyötä. Hanke toteutettiin ajalla 1.1.2023 – 30.7.2025