Tullin verotustehtävien siirtäminen Verohallintoon (VETO-hanke)

Viestintäsuunnitelma alkaen 17.2.2017

12.1.2017

VERO SKATT

SISÄLTÖ

TAUSTAA **3**

1 TAVOITTEET **3**

2 PERIAATTEET **3**

3 SISÄINEN VIESTINTÄ **3**

3.1 Kanavat 4
3.2 Työnjako 4

4 ASIAKAS- JA SIDOSRYHMÄVIESTINTÄ **4**

4.1 Kanavat 4
4.2 Työnjako 4

5 VIESTINTÄKALENTERI **5**

MUUTOSHISTORIA

Versio ja pvm	Laatija	Muutoksen kuvaus	Hyväksyjä
V1.0 29.10.15	Terhi Karttunen, Verohallinto	Hyväksytty versio	VETO-hankkeen ohjausryhmä
V.1.1. 3.2.16	Terhi Karttunen, Verohallinto	Tarkennettu työnjakoa	VETO-hankkeen johtoryhmä
V.2.0 16.2.16	Terhi Karttunen, Verohallinto	Hyväksytty versio	VETO-hankkeen ohjausryhmä
V.3.0 12.1.17	Mika Parkkonen, Tulli Hannele Lotsari-Coffeng, Verohallinto	II vaiheen hankesuunnitelma	VETO-hankkeen ohjausryhmä

VERO SKATT

TAUSTAA

Strategisen hallitusohjelman mukaan ”valmisteverotus, autoverotus ja maahantuonnin arvonlisäverotus siirretään hallitusti Verohallinnon hoidettavaksi kustannus- ja resurssihyötyjen saavuttamiseksi ja yritysten hallinnollisen taakan pienentämiseksi”.

Tämän tavoitteen toteuttamiseksi valtiovarainministeriö on asettanut VETO-hankkeen, jonka tehtävänä on suunnitella ja toteuttaa tehtävien siirto.

Tässä viestintäsuunnitelmassa kuvataan hankkeen muutosviestinnän tavoitteet, periaatteet, kohderyhmät, kanavat ja työnjako.

1 TAVOITTEET

Henkilöstölle on tarjolla riittävästi tietoa hankkeen tavoitteista, aikataulusta, toteutumisesta ja mitä se merkitsee omalle työlle.

Asiakkaat osaavat hoitaa veroasiansa uudessa tilanteessa. He löytävät tiedon oikeasta paikasta ja kuormittavat mahdollisimman vähän asiakas- ja neuvontapalveluita.

Sidosryhmät saavat oikea-aikaisesti tietoa hankkeen merkityksestä.

2 PERIAATTEET

Hankkeen viestintä on aktiivista ja ajantasaista.

Valtiovarainministeriö, Verohallinto ja Tulli hoitavat viestintää yhteistyössä ja koordinoivat sen aikatauluja ja sisältöjä.

Hankkeen etenemisestä kerrotaan yhtäaikaisesti ja tasapuolisesti Tullin ja Verohallinnon henkilöstölle. Viestinnässä huomioidaan myös alueellinen tasapuolisuus.

Keskeiset sisäisen viestinnän materiaalit käännetään ruotsiksi. Ruotsiksi käännetään myös asiakas- ja sidosryhmäviestintämateriaalit pois lukien eräät poikkeukset esimerkiksi sosiaalisessa mediassa.

Osa asiakasviestinnän materiaaleista käännetään lisäksi englanniksi ja venäjäksi.

3 SISÄINEN VIESTINTÄ

Sisäisen viestinnän kohderyhminä ovat koko Verohallinnon ja Tullin henkilöstö ja erityisesti siirtyvät henkilöt.

3.1 Kanavat

Verohallinnon ja Tullin intraneteissä julkaistaan uutisia hankkeen etenemisestä ja tehdyistä päätöksistä sekä keskeiset materiaalit, kuten hyväksytyt hanke- ja projektisuunnitelmat, lista hankkeeseen kuuluvista henkilöistä ja ohjausryhmän pöytäkirjat.

Hankkeen edustajat vierailevat johtoryhmissä, henkilöstöinfoissa ja liittojen tilaisuuksissa kertomassa hankkeen etenemisestä ja vastaamassa mahdollisiin kysymyksiin. ~~Osaa esityksistä voi seurata myös videoyhteyden kautta.~~

Siirtyville henkilöille järjestetään mahdollisuus tutustua etukäteen tulevaan työyhteisöönsä. Heillä voidaan esimerkiksi järjestää työkiertomahdollisuuksia, vierailuja tulevalle työpaikalla ja erilaisia yhteisiä tapahtumia tulevien kollegojen kanssa. Tullin käyttöön voidaan myös tehdä erilaisia Verohallinnon esittelymateriaaleja.

3.2 Työnjako

Muutokseen liittyvästä sisäisestä viestinnästä vastaa hanke.

4 ASIAKAS- JA SIDOSRYHMÄVIESTINTÄ

Asiakas- ja sidosryhmäviestintä korostuvat VETO-hankkeen II vaiheen viestinnässä. Ulkoisen viestinnän kohderyhminä ovat Verohallinnon ja Tullin asiakkaat sekä sidosryhmät.

4.1 Kanavat

Verohallinnon ja Tullin verkkosivuilla kerrotaan muutoksista ja niiden vaikutuksesta asiakkaiden ja sidosryhmien toimintaan. Aiheelle pyritään saamaan myös mediajulkisuutta lehdistötiedotteiden, haastatteluiden ja toimittajatapaamisten avulla.

Asiakasviestinnässä keskeisessä roolissa ovat e-kirjeet ja uutiskirjeet. Tullilla on käytössä sähköpostijakelulistat, joilla tavoitetaan merkittävä osa siirtyvien verolajien asiakkaista.

Asiakasviestinnässä käytetään aktiivisesti myös sosiaalisen median kanavia. Tarvittaessa voidaan myös ostaa mediatilaa.

Hankkeen edustajia voi myös kutsua erilaisiin tilaisuuksiin kertomaan muutoksesta. Osaa esityksistä voi seurata myös videoyhteyden kautta.

Valtionvarainministeriön sivuille perustetaan hankesivu, jossa julkaistaan perustiedot hankkeesta, ministeriötasolla hyväksytyt dokumentit ja ohjausryhmän pöytäkirjat.

4.2 Työnjako

Hanke vastaa muutokseen liittyvästä asiakas- ja sidosryhmäviestinnästä yleisellä tasolla. Siirtyvien verolajien asiakasviestintää tekevät yksiköt Tullissa ja Verohallinnossa vastaavat kuitenkin omien asiakkaidensa ja sidosryhmiensä pitämisestä ajan tasalla. Hanke tukee yksiköitä viestinnässä esimerkiksi antamalla suunnitteluapua ja valmiita tiedotepohjia.

Mediaviestinnästä vastaavat yhdessä valtionvarainministeriö ja hanke. Valtiovarainministeriö kertoo hankkeen tavoitteista ja kontekstista ja tiedottaa ulospäin hankkeen suurimmissa päätöspaikoissa. Hanke kertoo median kautta ulospäin konkreettisesta etenemisestä sekä muutoksista asiakkaille ja sidosryhmille.

5 VIESTINTÄKALENTERI

Viestintäsuunnitelman tehtävät on kuvattu aikataulutettuna viestintäkalenterina. Kalenterissa kuvataan viestinnän toimenpiteet, niiden kohderyhmä, ajoitus, kanavat ja vastuuhenkilöt. Viestintäkalenteria päivitetään ja tarkennetaan säännöllisesti.