



SISEMINISTEERIUM



KÜSK Kodanikuühiskonna  
Sihtkapital



*Tartumaa Arendusselts*

KODANIKUÜHISKONNA TOETUSEKS

Projekt: “Laiapõhjalise kommunikatsiooniplaani koostamine  
Tartumaa Arendusseltsi arenguhüppeks”

---

# KOMMUNIKATSIOONIPLAAN



## SISUKORD:

1. TAUST JA MUUTUSE VAJADUS.....	3
2. TAS-i VÄÄRTUSED JA KOMMUNIKATSIOONI ALUSVÄÄRTUSED.....	5
3. TAS-i KOMMUNIKATSIOONI LAIEMAD EESMÄRGID .....	6
4. PEAMISED KOMMUNIKATSIOONI SIHTRÜHMAD, OLEMASOLEVAD JA UUED KANALID.....	7
5. VÄÄRTUSPAKKUMINE JA PÕHISÕNUMID .....	9
6. KOMMUNIKATSIOONI TEGEVUSKAVA.....	10
7. RESSURSSIDE JA RISKIDE KIRJELDUS .....	12
8. VASTUTUSVALDKONNAD.....	14

LISA 1: TAS-i kommunikatsiooni sihtrühmade ja põhikanalite kaardistus

LISA 2: Kommunikatsiooniküsimustiku (TAS-i erinevatele sihtrühmadele, e-kirja listidele) analüüs ja märksõnaanalüüs otsingunähtavuse hindamiseks Google otsingumootoris

LISA 3: Kommunikatsiooni tegevuskava koos ajakavaga (jaanuar 2022 – juuni 2023)



## 1. TAUST JA MUUTUSE VAJADUS

Tartumaa Arendusselts (TAS) on Leader-tegevusgrupp, mis tegutseb Tartumaa kaheksas vallas ja ühes linnas. TAS-i liikmeskonda kuulub lisaks 9 omavalitsusele 22 ettevõtet ja 38 mittetulundusühendust.

TAS-i arenguvajaduste analüüsist selgus 2021. aastal vajadus selge ja eesmärgistatud kommunikatsiooniplaani järele, mis võimaldaks TAS-i väärtustel põhinevat, mitmesuunalist ja tasakaalustatud kommunikatsiooni.

TAS-i arengusuundadeks on suurendada avalikkuse teadlikkust oma tegevustest, luua usaldusväärne kuvand MTÜ tegevusvõimekusest, suurendada tegevuste läbipaistvust, jõuda paremini uute potentsiaalsete taotlejateni, saada erinevatelt sihtrühmadelt tagasisidet, luua võimalused liikmete ja nende potentsiaali kaasamiseks.

**Sisekommunikatsiooni** vallas on esiteks oluline süsteemne ja mitmesuunaline infojagamine TAS-i liikmete ja võrgustike osaliste vahel nii, et MTÜ liikmed, partnerid ja töötajad tunneksid end ühingu tegevustes informeerituna, kaasatuna, rahulolevana ja motiveerituna, samuti on organisatsioonile tähtis olla teadlik nende arvamustest, tagasisidest ja ideedest ning nendega arvestada oma tegevuste kavandamisel. Eriti väärtuslikuks osutub efektiivne kommunikatsioon TAS-i uue perioodi strateegia ja toetusmeetmete kujundamisel. Teine pool sisekommunikatsioonist peaks keskenduma liikmete ja võrgustikeosaliste kompetentside vahetusele ning nende koostöö- ja projektikogemuste jagamisele, mis aitab rakendada organisatsioonis olemasolevat potentsiaali. Selle abil saab käivitada uusi algatusi ja projekte, mis pikemas vaates elavdavad kogukonna elu ja toetavad kogukonnaliikmete ettevõtlikkust.

**Väliskommunikatsioon**is on oluline tegelda teadlikult sisuturunduse ning TAS-i nähtavuse parandamisega, samuti kommunikatsioonisõnumite rõhuasetuste, kanalite sobivuse ja ühtse stiiliga.

Suureks kommunikatsioonivaldkonna väljakutseks on Tartu 2024, mille raames TAS koordineerib ja viib koos partneritega ellu üle-lõunaestilist kogukonnaprogrammi, mis koosneb 24 sündmusest Lõuna-Eestis perioodil 2022-2024. Kaasata tuleb kohalikul tasandil kogukonnad (sh olulise sihtgrupina noored), maakondlikud ja regionaalsed koostööpartnerid ning



rahvusvahelised partnerid. Sündmuse läbiviimine eeldab oskuslikku kommunikatsiooni välistele sihtgruppidele, partneritele ja sündmuste küllastajatele.

Seetõttu taotleti KÜSK-ilt toetus projektile „Laiapõhjalise kommunikatsiooniplaani koostamine Tartumaa Arendusseltsi arenguhüppeks“, mille toel kujundati välja käesolev kommunikatsiooniplaan koos tegevuskavaga. Kommunikatsiooniplaani täiustatakse projekti järgmises etapis.

Kommunikatsiooniplaani loomiseks koostati ja viidi läbi:

- TAS-i kommunikatsiooni sihtrühmade ja põhikanalite kaardistus (aprill 2021): LISA 1
- Kommunikatsiooniküsimustik TAS-i erinevatele sihtrühmadele (mai-juuni 2021) ja selle analüüs: LISA 2
- Märksõnaanalüüs otsingunähtavuse hindamiseks Google otsingumootoris (mai 2021): LISA 2

Kommunikatsiooniplaani koostamiseks loodi järgmise koosseisuga kommunikatsiooni töörühm:

Jrk. nr.	Töörühma liige	Asutus	Kontakt
1.	Merilyn Säde	Elva Vallavalitsus	merilyn.sade@elva.ee
2.	Mare Laur	MTÜ Tartu Kalastajate Klubi	marelaur@gmail.com
3.	Meljo Musto	MTÜ GPS Abi Inimestele	meljom@gmail.com
4.	Alar Ilp	MTÜ Mäeotsa Külaselts	alarilp@gmail.com
5.	Kristi Kull	Kambja Vallavalitsus	kristi.kull@ylenurme.ee
6.	Anneli Saaroja	MTÜ Meeri Küla Arendamise Selts	meeriselts@gmail.com
7.	Marilin Kroon	Tartu Linnavalitsus	Marilin.Kroon@tartu.ee
8.	Liis Lainemäe	MTÜ Sibulatee	info@sibulatee.ee
9.	Priit Värv	C.T. Grupp OÜ	ctgrupp@gmail.com
10.	Gea Järvela	Luke Mõis, VVV SA	gea@nvv.ee
11.	Heili Petkin	TAS	heili@tas.ee
12.	Kadri Püü	TAS	kadri@tas.ee
13.	Kristiina Tammets	TAS	kristiina@tas.ee
14.	Meeri Maastik	Eesti maaeluvõrgustik	meeri.maastik@pmk.agri.ee

Kommunikatsiooniplaani koostamist juhtisid väliste arenguekspertidena Markus Jürisoo ja Koidu Tani-Jürisoo (SA Omanäolise Kooli Arenduskeskus, [markus808@gmail.com](mailto:markus808@gmail.com); [koidu@ami.ee](mailto:koidu@ami.ee)).



## 2. TAS-i VÄÄRTUSED JA KOMMUNIKATSIOONI ALUSVÄÄRTUSED

### 2.1. EETILISE TEGEVUSE PÕHIMÕTTED JA TAS-i VÄÄRTUSED

TAS-i toimimise aluseks on Vabaühenduste eetikakoodeks:

<https://heakodanik.ee/vabauhenduste-eetikakoodeks/>

TAS-i väärtused ([www.tas.ee](http://www.tas.ee)):

- Tartumaa tegevuspiirkonnas on rohkelt loodus-, kultuuri- ning oskusressursse, mida kasutatakse piirkonna arenguks leidlikult ning säästlikult.
- Siin väärtustatakse puhast loodust, esivanemate pärandit ning inimest oma tarkuse, oskuste ja võimetega.
- Kohalike ressursside baasil sünnib rohkelt tulusaid, elanikele hüvesid loovaid, uuenduslikke tooteid ja teenuseid.
- Tartumaa tegevuspiirkonnas on tugevad koostöösuhted ja palju ärksaid inimesi.
- Siinsed inimesed väärtustavad koos tegemist ning oma oskuste, võimete ja teadmiste arendamist.
- Aktiivsete noorte näol on piirkonnal olemas järelkasv.
- Siinsed kogukonnad on tugevad, hoolivad ja kaasavad.
- Selleks, et oma eesmäärke saavutada, on sarnaste huvidega organisatsioonid koondunud koostöövõrgustikesse.
- Siin on kõik omavahel seotud ja interaktsioonis.
- Tartumaa tegevuspiirkond paistab silma uuenduslikkuse ja heade ideede rohkusega.
- Siinsetel ettevõtjatel on nutikad ja tulusad ideed, millega luuakse töökohti maapiirkonnas.
- Ettevõtlikud inimesed julgevad siin unistada ning tulevikku vaadata. Nad saavad tuge ja julgustust, et oma mõtteid ellu viia.
- Tartumaa tegevuspiirkond on avatud ja külalishahke ning valmis koostööks kõigi naabrite ja sõpradega.
- Nii omadel kui ka külalistel on siin mõnus olla.



## 2.2. TAS-i KOMMUNIKATSIOONI ALUSVÄÄRTUSED

TAS-i kommunikatsioon vahendab TAS-i väärtusi ning tugineb järgmistele horisontaalsetele väärtustele: kaasav, arendav ja innovatiivne.

### KAASAV

Kommunikatsioon on mitmesuunaline, arvestab sihtrühmade vajadusi ja väljakutseid, käivitab liikmete endi aktiivsust ja soodustab koostööd, võrgustumist.

### ARENDAV

Kommunikatsioonitegevuste käigus tõuseb liikmete ja partnerite kompetentsus, nad saavad omandatud oskusi rakendada oma põhitegevustes. Liikmeid ja partnereid motiveeritakse rakendama ja arendama oma tugevusi.

### INNOVATIIVNE

Kasutatakse uuenduslikke keskkondi, innovatiivseid koostöö- ja kogemuste jagamise vorme ning lähtutakse keskkonnasõbralikust mõtteviisist.

## 3. TAS-i KOMMUNIKATSIOONI LAIEMAD EESMÄRGID

### 3.1. KOMMUNIKATSIOONIPLAANI EESMÄRK

Kommunikatsiooniplaani koostamise eesmärk on kirjeldada, süstematiseerida ja eesmärgistada TAS-i olemasolevaid ja loodavaid kommunikatsioonitegevusi, kirjeldada teadaolevaid sihtrühmade ja kanalite erisusi (sh vajadused ja põhisõnumid) ning luua ühtne alus kommunikatsiooni tegevuskavadele.

### 3.2. KOMMUNIKATSIOONITEGEVUSTE EESMÄRGID

Läbimõeldud ja planeeritud kommunikatsioonitegevused aitavad täita järgmisi põhieesmärke:

1. TAS-i kommunikatsioon toetab Tartumaa arengut ja koostööd, käivitab uusi arendustegevusi ja koostöövorme.
2. TAS-i kommunikatsioon on selge, piisav, sihitud ja mitmesuunaline.
3. TAS-il kui mitmekihilisel ja laiapõhjalisel organisatsioonil on toimiv kaasamismudel erinevate sihtrühmade jaoks, mis toetab omavahelist võrgustumist ning kogemuste ja kompetentside jagamist.



4. TAS-i kommunikatsioon toetab TAS-i liikmete ja partnerite vajadust rakendada oma potentsiaali, luua innovaatilisi ideid, kogeda arendavat koostööd ning tunda end väärtustatuna.

## 4. PEAMISED KOMMUNIKATSIOONI SIHTRÜHMAD, OLEMASOLEVAD JA UUED KANALID

### 4.1. PEAMISED SIHTRÜHMAD:

Kommunikatsiooni sihtrühmade auditi (LISA 1) põhjal on peamisteks sihtrühmadeks:

- Liikmed (sh juhatas)
- Taotlejad (Leader, Noortefond)
- TASI poolt koordineeritavad võrgustikud ja koostöögrupid:
  - o Emajõe võrgustik
  - o rohefestivali võrgustik
  - o Tartumaa toiduvõrgustik
  - o Lõuna-Eesti kollaste akende koostöövõrgustik
  - o Euroopa regionaalsete lennujaamade võrgustik
  - o koostöögrupp Tartu 2024 raames Lõuna-Eesti kogukonnaprogrammi elluviimiseks
  - o arukate külade üle-eestiline võrgustik
- Koostööpartnerid erinevate koostöötegevuste ja projektide elluviimisel:
  - o Tartumaa partnerid (TOL, Tartu Ärinõuandla, Tartumaa Noortekogu, Tartumaa Noorsootöötajate Ühendus, Teaduspark, Eesti Lennuakadeemia ja Lennundusklaster, Kodukant Tartumaa jt)
  - o Regionaalsed partnerid (Lõuna-Eesti ja Peipsimaa partnerid)
  - o Siseriiklikud tugiorganisatsioonid (Eesti Leader Liit, Eesti Külaliikumine Kodukant, Eesti Linnade ja Valdade Liit, MEM, SOM, PRIA töögrupp, maaeluvõrgustik)
  - o Rahvusvahelised partnerid:
    - erinevate koostööprojektidega seotud partnerid – „Innovatsiooni otsingul“, „Crowd4Region“, „Airtraffic Network“, Urbact projekt „Food Corridors“, Välisministeeriumi arenguabiprogrammi projektipartnerid Moldovas jne
    - ELARD – üle-euroopaline Leader katusorganisatsioon



#### 4.2. OLEMASOLEVAD KOMMUNIKATSIOONIKANALID

Täpsem kokkuvõte kanalitest on ära toodud LISAS 1.

Peamisteks/esmasteks kanaliteks sihtrühmadega suhtluses on: e-kiri, koduleht, TAS-i liikmete list, TAS-i koostööpartnerite list, juhatuse list, sihtgrupipõhised e-maili listid, infokiri.

Peamisteks teisesteks kanaliteks sihtrühmadega suhtluses on: Facebook, Webex, Zoom. Muud kanalid, mida sihtrühmadega suhtluses kasutatakse, on: infopäev, suvepäevad, õppereisid, üldkoosolekud, koosolekud, seminarid, loometalgud.

TAS-i liikmete hulgas läbiviidud küsitlus (LISA 2) tõi välja, et kõige olulisemateks kanaliteks TAS-i info saamisel on: koduleht, e-kiri, infokiri, koosolekud, koolitused ja infopäevad.

TAS-i infokanalite tugevustest toodi välja, et endale meelepärast infot on lihtne leida ja väljaminevat infot on valdavalt parasjagu. Lisaks TAS-i infokanalitele on enimkasutatavateks välisteks infokanaliteks TAS-i tegevuste kohta info saamisel erinevate organisatsioonide infokirjad, kodulehed ja Facebooki lehed (nt Tartumaa Ärinõuandla, TOL, Teaduspark, Kodukant, tartumaa.ee, jt) Tartu Postimees, vallalehed.

#### 4.3. TAS-i UUDSETE KOMMUNIKATSIOONIKANALITE ARENDAMINE

Loodud kommunikatsiooni töörühm tõi esile heade praktikate jagamise ning näost-näku kohtumiste tähtsuse (õppereisid, erinevasisulised kohtumised, koolitused jm), samuti kõikide kommunikatsioonikanalite selge sihitatuse olulisuse. Lisaks olemasolevatele sihtrühmadele soovitati erilist tähelepanu pöörata noortele, laiemalt Tartumaa inimestele suunatud kanalitele ja sõnumitele ning koostöövõrgustike toetamisele. Toodi esile Facebooki strateegia loomise vajadus ja partnerite kommunikatsioonikanalite parema rakendamise võimalused.

Sihtrühmadele suunatud uudsete kommunikatsioonikanalite väljatöötamine on kavandatud projekti 2.etappi peale kasutajateekondade loomist ja erinevatest sihtrühmade esindajatest koosnevate fookusgruppide läbiviimist.





## 5. VÄÄRTUSPAKKUMINE JA PÕHISÕNUMID

TAS-i kommunikatsiooni väärtuspakkumine ja põhisõnumid luuakse peamiselt projekti 2.etapis. Väärtuspakkumise all on mõeldud lubadust, mida organisatsioon erinevatele sihtrühmadele loob ja annab ehk kuidas TAS täidab nende vajadusi või aitab lahendada probleeme. Selleks luuakse TAS-ile selge ja kõnetav väärtuspakkumine, tuginedes liikmete ja muude sihtrühmade vajaduste analüüsile.

Väärtuspakkumisest tuletatud põhisõnumid viiakse vastavusse küsimustega:

- Miks? Miks me teeme seda, mida me teeme?
- Kuidas? Kuidas me teeme seda, mida me teeme?
- Mis? Mis on see, mida me teeme?

Kommunikatsiooni töörühmas esile toodud TAS-i liikmeks oleku eelised, mida võtta aluseks põhisõnumite loomisel:

- TAS on ideede ja innovatiivsuse kandja ja liikmetele jagaja
- liikmeksolek tagab vajaliku info liikumise ja võimaluse olla asjadega kursis, saada infot erinevate toetuste kohta
- hea võimalus kuulda ja näha teiste projektide näited ja partnerite häid praktikaid
- teistega suheldes saad laiemat arusaamist valdkonnast (mida teevad partnerid ja konkurendid) ning koostöö käigus tekivad ideed, mis tugevdavad konkurentsivõimet
- saab julgust osaleda taotlusvoorudes ja enda projekte luua
- võimalus osaleda õppereisidel ja koolitustel
- võimalus läbi TAS-i maakonna arengus kaasa rääkida, panustada kodupiirkonna arengusse, olla osaline ja kogukonna vedamise mootor
- töögruppides saab genereerida uusi ideid ja olla nende elluviimise eestvedajaks
- võimalus leida uusi ettevõtteid ja partnereid, kellega edaspidi koostööd teha
- saab võimaluse kuuluda, olla TAS-i väärtuste ja identiteedi kandjaks, tunda uhkust TAS-is tehtavate algatuste pärast

Projekti 2. etapi tegevuste käigus kaardistatakse ka kommunikatsioonibarjäärid, mis võivad takistada põhisõnumite kohalejõudmist erinevatele sihtrühmadele.



## 6. KOMMUNIKATSIOONI TEGEVUSKAVA

Kommunikatsioonieesmärkide saavutamiseks koostati toetudes läbiviidud analüüsidele ning koostöös töörühmaga kommunikatsiooni tegevuskava. Kommunikatsiooni tegevuskava koos ajakavaga on ära toodud LISAS 3.

Kokkuvõtte põhitegevustest koos indikaatoritega:

JRK	TEGEVUS	INDIKAATOR/TULEMUSNÄITAJA
1.	<b>TAS-i kommunikatsioonikanalite täiustamine, uuendamine ja vajalike uute kanalite käivitamine</b>	
1.1.	Sihtgruppide kasutajateekondade kirjeldamine (liikmed, taotlejad, koostööpartnerid, KOV ametnikud, noored jt) sh isikute loomine ning neile vastavate tegevuste ja kanalite kaardistamine	On loodud isikud olulisemate sihtgruppide loomiseks ja kirjeldatud isikutele vastavad kasutajateekonnad.
1.2.	Kodulehe uuendamine	TAS-i uus koduleht on avatud ja sihtgruppide poolt testitud.
1.3.	Sotsiaalmeediakanalite kasutamise täiustamine ja Facebooki temaatiliste gruppide loomine	Facebooki põhilehe jälgijate arv kasvab vähemalt 25% aastas. Loodud on TAS-i sihtgruppide vajadustele vastavad temaatilised grupid, 1-3 temaatilist gruppi.
1.4.	E-suhtluse optimeerimine, rutiinide määramine	Välja on töötatud rutiinid e-kirjade saatmiseks TAS-i sihtgruppidele, tehtud on kokkulepped teiste arendusorganisatsioonidega dubleerimise vähendamiseks.
1.5.	TAS-i infokirja täiustamine	Loodud on uus infokirja väljaandmise formaat ja kasutusele on võetud veebipõhine infokirjade



		saatmise platvorm.
<b>2.</b>	<b>TAS-i bränding ja sisuturundus</b>	
2.1.	Sisuturundus TAS-i väärtusi (koostöö, avatus, innovatsioon, Tartumaa areng) rõhutavate sõnumitega	Loodud on sisuturundusplaan koos avaldamisgraafikuga 2022-2023
2.2.	Nähtavuse parandamine TAS-i liikmete, partnerite, Tartumaa inimeste jaoks väliskanalites	Lugude sari Tartu Postimehes 2022-2023. Esmaste projektitaotlejate arvu tõus. Iga Tartumaa valla vähemalt ühes kanalis on kord kvartalis TAS-i info (projektid, arendustegevused jms).
2.3.	TAS-i liikmete iga-aastase võrgustumise- ja koolituskava loomine	Välja on töötatud liikmete võrgustumise- ja koolituskava, mida igal aastal uuendatakse. Igas kvartalis on liikmetele/liikmetega toimunud tegevus.
2.4.	Noorte kaasamiskava loomine ja Tartumaa noortefondi taotlemise täiustamine ja lihtsustamine	Noortefondi formaat on uuendatud ja noortele sobivad kanalid kaardistatud, tööle rakendatud.
<b>3.</b>	<b>TAS-i kommunikatsioonitegevuste iga-aastase monitooringu läbiviimine ja kommunikatsiooniplaani uuendamine, vajalike iga-aastaste tegevuskavade väljatöötamine</b>	
3.1.	Iga-aastase monitooringu läbiviimine	Sisendid kommunikatsioonitegevuste tõhustamiseks.
3.2.	Iga-aastane kommunikatsioonikava uuendamine ja vajalike iga-aastaste tegevusplaanide, avaldamisgraafikute loomine	Uuendatud kommunikatsioonikava ja iga-aastased tegevuskavad liikmete võrgustumiseks ja koolitusteks ning sisuturunduseks.



## 7. RESSURSSIDE JA RISKIDE KIRJELDUS

### 7.1. OLEMASOLEVAD RESSURSID

#### Rahalised ressursid:

- Tartumaa Arendusseltsil on Leader programmi rahastus, mille vahendeid saab osaliselt suunata kommunikatsioonitegevuste elluviimiseks.
- Võimekus kaasata vahendeid teistest programmidest, projektidest (nt Urbact, KÜSK, Välisministeerium, ERASMUS jt).

#### Kompetentsid, rutiinid, kontaktid:

- TAS-i tegevmeeskonnal on olemas peamised oskused kommunikatsioonitegevuste korraldamiseks, projektipõhiselt on kaasatud täiendavat tööjõudu kommunikatsioonitegevuste elluviimiseks (nt Urbact, Arukad külad). Meeskonnal on motivatsioon uute innovaatiliste lahenduste, tegevuste käivitamiseks.
- Olemas on väljakujunenud kommunikatsioonirutiinid: infokiri 1 x kahe kuu jooksul, kodulehe uudiste uuendamine jooksavalt, e-kirjade saatmine listide kaudu 1-3 x nädalas, FB postitused iganädalaselt jne.
- Arenguhüppe tegemiseks kommunikatsiooni valdkonnas on loodud tööühm, kuhu kuulub erinevatest sektoritest/sihtrühmadest 14 liiget. Tööühmas on liikmeid, kellel on pikaajaline ekspertiis kommunikatsiooni valdkonnas.
- TAS-il on laiahaardeline kontaktide ja partnersuhete võrgustik kohalikul, regionaalsel, siseriiklikul ja rahvusvahelisel tasandil, mille kaudu infot levitada, et see jõuaks võimalikult paljude inimesteni erinevatest valdkondadest. Samuti on TAS-il siinkohal suur potentsiaal erinevate sektorite lõimimisel.
- TAS koordineerib mitmeid temaatilisi ja/või territoriaalseid koostöövõrgustikke, mille kaudu sihitatud infot jagada ja uusi koostöövorme algatada.



## 7.2. PEAMISED RISKID KOMMUNIKATSIOONI TEGEVUSKAVA ELLUVIIMISEL NING NENDE MAANDAMISE TEED

### 1. Tööjõu- ehk elluviijate puudus

Maandamine:

- vääriline tasustamine, teiste fondide kasutamine
- teenuste sisseostmise võimaluse kasutamine

### 2. Rahalise ressursi nappus

Maandamine:

- eelarvestamine TASI aasta eelarves
- projektide eelarvetesse kommunikatsiooni eelarverea sisseplaneerimine

### 3. Partnerite kaasatus ei pruugi olla hea

Maandamine:

- teadlik arvestamine partnerite soovide ja motiveeritusega, teha tööd win-win-valikute suunas
- kokkulepped partneritega ühiste kommunikatsiooni tegevuste planeerimiseks
- partnerite kaasamine ka muul ajal

### 4. Meeskonna kommunikatsioonialaste oskuste vähesus

Maandamine:

- vajaminevate teenuste sisseostmine
- meeskonna koolitamine
- partnerite teadmiste ja ressursside kaasamine

### 5. Järjepidevuse hoidmine on keeruline

Maandamine:

- realistliku plaani tegemine, kus on kirjeldatud selged rutiinid koos ajakavaga
- ette näha meeskonnaliikmetele ajaline ressurss (n. 1 x kuus, 1 x nädalas) nende tegevuste tegemiseks, rollide planeerimine
- kord aastas toimivuse ülevaatamine, iga tegevuse puhul ka pikema perspektiivi teadlik hoidmine

### 6. Ajaressurs: protsess võtab rohkem aega kui planeeritud

Maandamine:

- kavandatakse realistlik ajakava, pigem arvestatakse tegevustele rohkem aega, arvestatakse TAS-i muude tegevuste ajakavaga



## 8. VASTUTUSVALDKONNAD

1. **TAS-i tegevmeeskond ja juhatus** - kõikide kommunikatsioonitegevuste eestvedamine, analüüs, hindamine ja arendus, lühiajalise kommunikatsioonitegevuskava ja kommunikatsiooniplaani uuendamine.
2. **Kommunikatsiooni töögrupp**, nõuandvas funktsioonis, koguneb alates 2021. aasta juunikuust regulaarselt - kommunikatsioonitegevuste hindamine, tagasisidestamine, ideede genereerimine, soovitude ja ekspertarvamuse jagamine.
3. **Tähtajaliselt palgatud eksperdid** (nt kodulehe arendaja, sotsiaalmeediagruppide käivitaja, sisuturunduse ekspert): tähtajalised tegevused kommunikatsioonitegevuse indikaatorite saavutamiseks.
4. TAS-i nähtavuse parandamiseks kaasatakse tegevustesse ka **KOVide kommunikatsioonijuhid, ajakirjanikud, koostööpartnerite esindajad**.

Täpsed vastutusvaldkonnad on kirjeldatud kommunikatsiooni tegevuskavas LISA 3.