

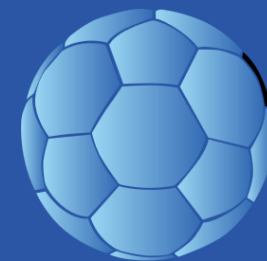
Viestintäsuunnitelma

1.11.2024-31.10.2025



HYPs

VOIMA. TAHTO. SYDÄN.



Viestintäsuunnitelma 2024-2025

Sisältö

- Miksi viestimme?
- Miten viestimme?
- Kenelle viestimme?
- Missä viestimme?
- Viestinnän vastuut
- Kriisiviestintä
- Viestinnän vuosikello
- Viestinnän nykytila & resurssit
- Tavoitteet toimintakaudelle 2024-2025
 - Mittarit & analysointi

Miksi viestimme?

Viestintä on vuorovaikutusta, jonka tavoitteena on mahdollistaa seuran toiminta sen strategian ja arvojen mukaisesti.

Viestimme omalle seurayhteisöllemme sekä ulkoisille sidosryhmillemme.

Jokainen kohtaaminen on viestintää, minkä vuoksi on tärkeää, että keskeiset sidosryhmät sisäistävät seuran toimintatavat ja -mallit, jotta viestintä on yhtenäistä.

Ymmärrämme toimintaamme ja viestintäämme kohdistuvat odotukset, ja pyrimme toimimaan ennakoivasti, riittävästi tietoa jakaen.

- Viestinnän strategiset tavoitteet
 - Sisäisten sidosryhmien tiedottaminen seuran ja sen joukkueiden toimintatavoista, tapahtumista ja tavoitteista
 - Avoimuus ja ennakointi
 - Yhteinen seuran linja
 - Uusien harrastajien hankinta
 - Yhteiskuntasuhteiden hoitaminen & vahvistaminen
 - Yhteistyökumppanuuksien vahvistaminen
 - Seuramielikuvan vahvistaminen & kiinnostavuuden kasvattaminen

Miten viestimme?

Viestimme monikanavaisesti kohtaamisissa, sähköisissä medioissa sekä perinteisissä medioissa.

Viestimme asiallisesti, mutta kiinnostavasti. Haluamme erottua ennen kaikkea tiedottamisen sujuvuuden ja markkinointiviestinnän laadukkuuden avuin.

Viestintäkielemme on kohderyhmälähtöistä ja faktoihin perustuvaa.

Henkilöstöllämme on vapaus ottaa aktiivisesti osaa yhteiskunnalliseen keskusteluun seuran arvoja kunnioittaen.

- Viestinnän keskeiset periaattemme
 - Asiallisuus ja faktapohjaisuus
 - Avoimuus niin positiivissa kuin vaikeissakin asioissa
 - Nopeus ja ajanmukaisuus
 - Arvojen kunnioitus ja korostaminen
 - Oikeinkirjoitus ja rento kirjakieli kirjoitetussa viestinnässä
 - Rento ja kohderyhmälähtöinen suullinen viestintä

Kenelle viestimme?

Viestintämme kohderyhmät jaetaan kolmeen pääluokkaan:

- *Sisäiset sidosryhmät*
- *Kumppanisidosryhmät*
- *Ulkoiset sidosryhmät*

Suunnittelemme ja toteutamme viestintäämme kohderyhmälähtöisesti.

- Viestinnän kohderyhmät
 - Sisäiset sidosryhmät
 - Joukkue toiminnan harrastajat
 - Joukkue toiminnan harrastajien vanhemmat
 - Harrasteryhmien harrastajat
 - Harrasteryhmien harrastajien vanhemmat
 - Luottamus- ja vapaaehtoishenkilökunta
 - Palkattu henkilökunta
 - Kumppanisidosryhmät
 - Hyvinkään kaupunki (liikuntapalvelut, koulut jne.)
 - Kaupalliset kumppanit
 - Toiminnan avustusrahoittajat
 - Suomen Palloliitto, HyPS Concariklubi ja muut kumppaniyhteisöt
 - Paikallismedia ja muut mediaorganisaatiot
 - Yhteistyöseurat
 - Ulkoiset sidosryhmät
 - Uudet harrastajat ja harrastajien vanhemmat
 - Fanit ja seuraajat
 - Turnausten ja otteluiden vierailevat joukkueet ja seurat
 - Potentiaaliset yhteistyöyritykset ja -yhteisöt

Missä viestimme?

Viestimme monikanavaisesti kohtaamisissa, sähköisissä medioissa sekä perinteisissä medioissa.

Hyödynnämme sosiaalista mediaa kohderyhmälähtöisesti sen trendejä seuraten.

Verkkosivumme ovat kasvomme.

Tiedotamme aktiivisesti toiminnastamme omien medioidemme lisäksi myös paikallismediaa lehdistötiedottein.

Ohjeistamme ja koulutamme toimijoitamme vuorovaikutustaidoissa.

- Viestinnän kanavat
 - Sosiaalinen media
 - Facebookissa tavoitamme kuvin, infograafein ja videoin potentiaalisten uusien harrastajien vanhempia ja isovanhempia. Lisäksi Facebook on tärkeä media vaikuttavuutemme ja toimintamme yhteisöviestintään Hyvinkäällä.
 - Instagramissa tavoitamme kuvin, infograafein ja videoin potentiaalisten uusien harrastajien ja heidän vanhempiensa lisäksi turnaustemme potentiaalisia osallistujajoukkueita.
 - Tiktokissa tavoitamme potentiaalisia uusia harrastajia sekä heidän vanhempiaan.
 - Instagramissa ja Tiktokissa pyrimme kasvattamaan somelähtöistä seuraajakuntaamme osuvalla viihteellisemmällä sisällöllä.
 - LinkedInissä pyrimme kasvattamaan seuramme kiinnostusta yrityspäättäjiä kohtaan.
 - Verkkosivut – HYP.S.FI
 - Verkkosivuiltamme löytyy seuramme toiminnan ajankohtaiset tiedot ja ne ovat tärkeä media uusien harrastajien hankinnassa.
 - Verkkosivujen uutiset toimivat alustana sosiaaliseen mediaan jakamiemme aiheiden lisätietoja varten ja sisältävät tarvittavat polut toimintaamme liittymiseksi ja osallistumiseksi.
 - Paikallismedia ja muut mediat
 - Tiedotamme säännöllisesti paikallismediaa sekä mm. Hyvinkään kaupungin viestintää tapahtumistamme ja menestyksestämme kohderyhmiemme laajentamiseksi
 - Sähköposti ja muu suoraviestintä
 - Sähköpostissa viestimme ajankohtaisista asioista tarvittaessa täydentävien liitetiedostoin
 - Whatsappissa viestimme kiireellisistä ohjeistuksista ja tiedotteista taataksemme suoran vuorovaikutuksen vastaanottajan kanssa
 - Kohtaamiset
 - Kohtaamiset ovat tehokkain viestinnän muoto ja pyrimme siihen, että muu viestintämme tukee kaikkia toimijoitamme välittämään totuudenmukaista ja positiivista tietoa seurastamme kohtaamisissaan.

Viestinnän vastuut

Tehokkaan viestinnän taustalla on aina selkeä ja toimiva prosessi.

Olemme määritelleet viestinnän vastuumme, jotta jokainen toimijamme tietää, kenen vastuulla mikäkin osa-alue viestinnästä on.

Viestinnän määrittelyt käydään läpi toimintakausittain sisäisten sidosryhmien kanssa ja niitä tarkennetaan ja niistä muistutetaan tarvittaessa toimintakauden aikana.

Viestintää johtaa seuran toiminnanjohtaja ja viestintää koordinoi seuran myynti- ja seurakehityspäällikkö.

- Viestinnän vastuut
 - Toiminnanjohtaja Jukka Räsänen
 - Johtaa viestintää strategisesta näkökulmasta
 - Vastaa seuran joukkueiden tiedottamisesta ja tiedotuskäytännöistä joukkue toiminnassa
 - Vastaa seuran kaupunkisuhteista
 - Käy säännöllisesti strategista viestintää ja viestinnän resursointia läpi myynti- ja seurakehityspäällikön kanssa.
 - Myynti- ja seurakehityspäällikkö Janne Bruun
 - Koordinoi ja johtaa operatiivista viestintää seurassa
 - On seuran verkkosivujen ja Facebook- sekä LinkedIn-tilien pääkäyttäjä
 - Vastaa seuran graafisten materiaalien tuotannosta ja tuotantoyhteistyöstä
 - Vastaa seuran tiedottamisesta
 - Vastaa seuran kaupallisista kumpanuuksista
 - Seuravalmentaja Elisa Husso
 - Videotuotanto & sosiaalisen median sisällöntuotanto, Instagram-tilin pääkäyttäjä
 - Seuravalmentaja Konsta Laakoli
 - Sosiaalisen median sisällöntuotanto ja kommentteihin sekä yksityisviesteihin vastaaminen. Tiktok-tilin pääkäyttäjä.
 - Päätoiminen henkilökunta
 - Vastaa omien vastuualueidensa viestinnän suunnittelusta, tiedottamisesta ja verkkosivujen asiasisältöjen päivittämisestä
 - Oto-, osa-aikais- ja vapaaehtoistoimijat
 - Vastaavat omien vastuujoukkueidensa sisäisestä viestinnästä sekä some-viestinnästä seuran ohjeistamien periaatteiden mukaisesti

Viestinnän suunnittelu & johtaminen

Onnistumisten takana on aina hyvä suunnitelma ja sen tehokas toteutus.

Viestintämme perustuu viikoittaiseen suunnitteluun, minkä jälkeen viestinnän toimenpiteitä johdetaan tehokkaasti.

Viestintä ja mediat muuttuvat ja kehittyvät jatkuvasti, mikä pakottaa meidätkin seuraamaan trendejä ja toimenpiteidemme tehokkuutta.

- Viestinnän suunnittelu
 - Viestinnän viikkopalaveri keskiviikkoisin
 - Edellisen viikon viestinnän tulokset
 - Alkavan viikon (to-ke) julkaisuaikataulu & sisältöjen tarkistus
 - vastuut, aikataulu, sisältö, alustat
 - Sitä seuraavan viikon (+7 to-ke) sisällön ja sen tuotannon suunnittelu
 - vastuut, aikataulu, sisältö, alustat
 - Pitemmän aikavälin tarpeet
 - Kehitystarpeet ja uudet ideat sisällöntuotantoon
 - Viikkopalaverissa maanantaisin koko henkilöstö tuo esiin viestinnän lyhyen ja pitkän aikavälin tarpeita ja kehitysideoita

Mitä viestimme?

Viestintämme tukee missiomme, visiomme ja strategiamme toteutuksessa ja siinä onnistumisen kerronnassa.

Viestintäämme ohjaavat strategiset tavoitteemme ja teemme rohkeita valintoja niiden perusteella.

Olemme määritelleet viestintäkieleemme media- ja tarkoitukskohtaisesti ja keskitymme viestimään meille keskeisistä aiheista, tapahtumista ja ilmiöistä.

- Viestinnän keskeisimmät teemat 2024-2025
 - *Urheilijan kehittämissympäristö*
 - *Hyvinkään suurin ja vetovoimaisin urheiluseura*
 - *Ehkäisemme lasten ja nuorten liikkumattomuutta*

Joukkueiden viestintä

Joukkueemme ovat toimintamme peruskivi, joiden toimihenkilöiden toiminta on monelle harrastajille seuramme kasvot.

On tärkeää, että joukkueiden viestintä noudattaa seuran arvoja ja viestinnällisiä periaatteita.

Joukkueiden viestinnän sisällöt eivät saa olla ristiriidassa seuran yleisen viestinnän kanssa.

- **Joukkueiden viestintä**

- **Viestinnän tavoitteet**

- Kertoa joukkueen toiminnasta ja ajankohtaisista asioista ennakoivasti nykyisille ja uusille pelaajille sekä heidän lähipiirilleen.
 - Tiedottaa ja kertoa joukkueen toiminnasta joukkueen seuraajille ja yhteistyökumppaneille

- **Viestinnän kanavat**

- Vanhempainkokous käy läpi ja hyväksyy joukkueen kausi- ja taloussuunnitelman
 - Sähköpostilla viestimme ajankohtaisista, mutta kiireettömistä asioista
 - myClubissa viestimme tapahtumiin liittyvistä ohjeista. Lisäksi laskutus tapahtuu myClub-järjestelmässä.
 - myClubin tiedotteilla tuemme muuta viestintäämme esimerkiksi tiedostoja jakamalla
 - Whatsappissa viestimme akuuteista ja kiireellisistä asioista joukkueen pelaajille ja vanhemmille
 - Sosiaalisen median kanavista käytämme joukkueissa Instagramia, jossa kerromme seuraajille joukkueen toiminnasta

- **Viestinnän vastuut**

- Joukkueen toiminnasta vastaa vastuuvälmentaja, joka sopii tarkemmista viestinnän vastuista joukkueen muiden toimihenkilöiden kanssa
 - Joukkueenjohtaja vastaa joukkueen vanhempien tiedottamisesta sekä uusien pelaajien ja heidän vanhempien vastaanotosta sekä tiedottamisesta
 - Joukkue voi nimetä viestinnän vastuuhenkilöitä esimerkiksi sosiaalisen median kanavilleen

Kriisiviestintä

Kriisiviestinnällä tarkoitetaan tilanteita, jotka syntyvät äkillisesti ja joissa on tarve viestiä viipymättä. Kriisitilanteessa vastuiden on oltava selkeitä ja viestinnän selkeää, faktapohjaista ja nopeaa.

Kriisiviestintätilanne voi syntyä esimerkiksi onnettomuustilanteessa tai seuraan jollain tavalla liitettävissä olevasta negatiivisesta tapahtumasta.

Seuran toiminnassa on tärkeää ehkäistä kriisitilanteita vastuullisella ja turvallisella toimintatavalla. Toiminnan riskejä arvioidaan säännöllisesti.

- **Kriisiviestinnän periaatteet**

- Selkeät vastuut
- Selkeät kriisitilanteiden toiminta- ja ilmoitustavat
- Nopea, selkeä ja faktapohjainen toiminta
- Kriisitilanteen laajentumisen ehkäiseminen
- Avun pyytäminen kriisin ja kriisiviestinnän hallintaan
- Turvautuminen viranomaisuus matalalla kynnyksellä

Kriisiviestintä

- Kriisiviestinnän vastuut ja työnjako
 - Kriisiviestintää hoitaa ainoastaan seuran puheenjohtaja sekä toiminnanjohtaja.
 - Muilla ei ole oikeutta eikä lupaa viestittää kriisin aiheuttaneesta tapauksesta eteenpäin ilman edellä mainittujen lupaa.
 - Joukkueen sisällä tapahtuvasta kriisistä tiedotetaan aina ja välittömästi toiminnanjohtajalle tai puheenjohtajalle
 - Mikäli heistä kumpaakaan ei saada kiinni, niin seuran vakituisille työntekijöille, joiden tehtävänä on ilmoittaa asiasta eteenpäin mahdollisimman nopeasti (toiminnanjohtajalle ja /tai puheenjohtajalle).
 - Seuran työntekijät tai joukkueiden toimihenkilöt eivät anna lausuntoja tilanteesta neuvottelematta asiasta ensin toiminnanjohtajan tai puheenjohtajan kanssa.

• Kriisiviestinnän tavoitteet

- Luoda kriisitilanteesta totuudenmukainen kuva viestimällä
- Välttää kriisitilanteen laajentuminen ja uusiutuminen
- Noudattaa aiheeseen mahdollisesti liittyvää viranomaisviestintää
- Huomioida tilanteenmukaiset erityiskohderyhmät, jotka tarpeen huomioida erityisesti
- Hoitaa kriisitilanteen viestintä loppuun saakka ja palata asiaan tarvittaessa myös akuutin kriisitilanteen jälkeen, jotta tieto kriisin päättymisestä saavuttaa asianosaiset ja asiasta kiinnostuneet
- Suojella kriisin osapuolten ja /tai osallisten oikeuksia ja yksityisyyden suojaa
- Ehkäistä tai minimoida kriisitilanteen mainehaitta seuran toiminnalle

Kriisiviestintä

- Mahdolliset riskit seuran toiminnassa
 - Turnauksen/tapahtuman/harjoitusten aikana sattuva isompi onnettomuus
 - Onnettomuus tai muu poikkeustilanne seuran toiminta-alueella
 - Valmentajan tai jonkun muun avainhenkilön äkillinen sairastuminen, tapaturma tai kuolema
 - Seuran omaisuuteen kohdistuva vakava vahingonteko tai onnettomuus
 - Seuran toimihenkilön tai vapaaehtoisen rikosepäily
 - Turnaus- tai pelimatalla sattuva aikuisten/nuorten sopimaton käyttäytyminen, joka uhkaa seuran mainetta
 - Joukkueen sisäiset ristiriidat tai erimielisyydet saavat sellaiset mittasuhteet, että asiasta tulee jollainlailla viestiä vanhemmille ja ehkä laajemminkin seuran sisällä
 - Seuran taloudellinen tilanteen äkillinen heikentyminen
 - Mahdollinen vastuuaseman väärinkäyttö
 - Harkitsematon teko, esim. vaitiolovelvollisuuden rikkominen
 - Seuran tai joukkueiden varojen väärinkäytökset

• Viestintäketju kriisitilanteessa

- Viranomaiset
 - Kriisin luonteen mukaan yhteys otetaan tarvittaviin viranomaisiin, joko poliisiin ja /tai pelastusviranomaisiin. Soita yleiseen hätänumeroon 112
 - Mikäli kriisin luonne on sellainen, ettei poliisia tai pelastuslaitosta tarvita, ota ensisijaisesti yhteyttä seuran toiminnanjohtajaan.
 - Seuran johto ottaa tämän jälkeen asian omaan käsittelyynsä, ja tiedottaa parhaaksi katsomallaan tavalla muita tahoja. Huolimatta kriisin luonteesta, tai siitä onko paikalla ollut poliisi tai pelastuslaitos, on asiasta aina ilmoitettava välittömästi seuran toiminnanjohtajalle, jotka hoitavat asiasta tiedottamisen.
 - Kenelläkään valmentajalla, joukkueenjohtajalla, joukkueella tai vanhemmilla ei ole lupaa tiedottaa tai antaa kriisitilanteesta lausuntoja seuran puolesta
- Hyvinkään Palloseuran toimihenkilöt
 - Ole välittömästi yhteydessä tapahtuman tai toiminnan vastuuhenkilöön, jonka vastuulla on olla yhteydessä viipymättä seuran toiminnanjohtajaan ja/tai puheenjohtajaan
 - Kenelläkään valmentajalla, joukkueenjohtajalla, joukkueella tai vanhemmilla ei ole lupaa tiedottaa tai antaa kriisitilanteesta lausuntoja seuran puolesta
 - Henkilöstölle ja toimihenkilöille tulee viestiä tilanteesta ajankohtaisesti
- Paikallismedia
 - Jos kriisitilanteesta on seuran taholta tarpeellista tavoittaa mediaa, esim. tiedottamisen vuoksi, ensisijainen yhteystaho on paikallislehti Aamuposti. Tiedottamisesta vastaa seuran toiminnanjohtaja.



Viestinnän vuosikello

Lokakuu:

- Turnausten markkinointiviestintä
- Syyskokous
- Talven harrasteryhmien ilmoittautuminen
- Toiminnansuunnittelu
- Kausisuunnitelmat & budjetit joukkueille
- Vanhempainkokoukset joukkueissa

Marraskuu:

- Toimintasuunnitelma & talousarvio
- Turnausten markkinointiviestintä
- Talven harrasteryhmät
- Turnausorganisaatioiden sisäinen rekry
- Euroliigan early bird –ilmoittautuminen
- Alakoulukiertueen viestintä kouluihin
- Joulupuu-keräys
- Futsal-kausi
- Hypsiläinen ilmestyy

Syyskuu:

- Seuraavan vuoden turnausten lanseeraus
- Hypsiläisen aineisto
- Hypsiläisen mainosmyynti
- Euroliigan päätös
- Valmentajarekrytointi
- Toiminnansuunnittelu
- Talven harrasteryhmien ilmoittautuminen

Elokuu:

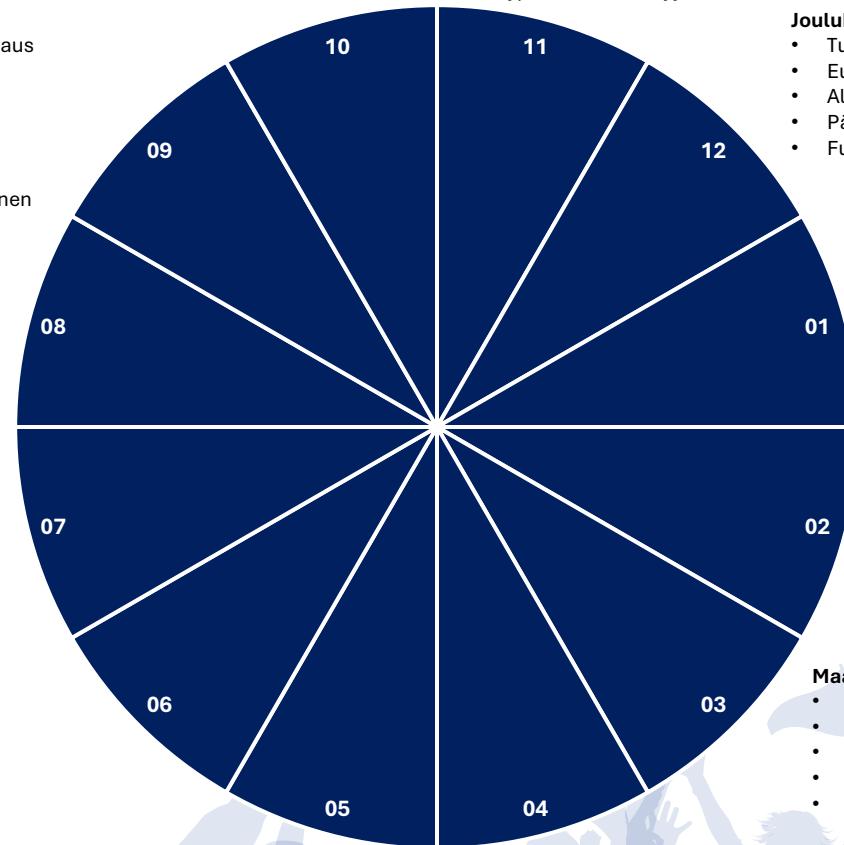
- Eloturnausten viestintä & jälkimarkkinointi
- Jalkapallokausi
- Toiminnansuunnittelu
- Yritysmyynti
- Euroliigatoiminta
- Valmentajarekrytointi

Heinäkuu:

- Kesätomakausi

Kesäkuu:

- Elokuun turnausten markkinointiviestintä
- Euroliiga-toiminta
- Harrasteryhmien toiminta
- Kesäleiritoiminta
- HyPS kesätyönantajana
- Seurakyselyn yhteenveto



Joulukuu:

- Turnausten markkinointiviestintä
- Euroliigan early bird –ilmoittautuminen
- Alakoulukiertueen viestintä kouluihin
- Päiväkotikiertueen viestintä päiväkoteihin
- Futsal-kausi

Tammikuu:

- Turnausten markkinointiviestintä
- Päiväkotikiertueen viestintä kouluihin
- Alakoulukiertueen viestintä ulkoisille sidosryhmille
- Futsal-kausi

Helmikuu:

- Vuosikokous
- Turnausten markkinointiviestintä
- Euroliigan ilmoittautuminen
- Alakoulukiertueen viestintä ulkoisille kohderyhmille
- Futsal-kausi
- Valmentajakoulutusten ilmoittautuminen

Maaliskuu:

- Turnausten markkinointiviestintä
- Euroliigan ilmoittautuminen
- Tyttöleirin viestintä ulkoisille sidosryhmille
- Futsal-kausi
- Kesäleirin ilmoittautuminen

Toukokuu:

- Intersport Keväturnaus
- Elokuun turnausten markkinointiviestintä
- Jalkapallokausi
- Ala- ja yläkouluturnaukset
- Seuran valokuvaus
- Euroliigan avaus
- Euroliigan jälki-ilmoittautuminen
- Kesäleirin ilmoittautuminen
- Harrasteryhmien ilmoittautuminen

Huhtikuu:

- Turnausten markkinointiviestintä
- Euroliigan ilmoittautuminen
- Poikien 8vs8 leirin viestintä ulkoisille sidosryhmille
- Jalkapallokausi
- Harrasteryhmien ilmoittautuminen
- Kesäleirin ilmoittautuminen
- Seurakysely



Viestinnän nykytila & resurssit

Tehokkaan viestinnän taustalla on aina selkeä ja toimiva prosessi.

Prosessin tulee sisältää selkeät mediavalinnat ja kyvyt sekä resurssit käyttää niitä, selkeät vastuut ja vastuullisten riittävät resurssit ja taidot.

Viestintään kohdistetaan usein odotuksia, joita on vaikea, jopa mahdoton täysin saavuttaa.

On myös tärkeä ymmärtää, että urheiluseurojen toimintaperiaate voittoa tavoittelemattomana toimijana ei usein mahdollista erikseen viestintäosaamiseen resursointia vaan viestintää tekevät jonkin muun toimialan ammattilaiset.

- Viestinnän nykytila & resurssit

- Haasteet

- Riittävä *in house* osaaminen ja aika tehokkaaseen monikanavaiseen viestintään
 - Riittävät taloudelliset resurssit ja osaaminen tehokkaaseen markkinointiviestintään
 - Riittämättömät resurssit ulkopuolisten viestintäpalveluiden hyödyntämiseen
 - Sisäisten sidosryhmien viestinnän ja vuorovaikutusten hallinta – seuran viestintä toiminnastaan ja arvoistaan ei tavoita tai puhuttele sisäisiä sidosryhmiä tehokkaasti
 - Sisäisten oto-, osa-aikais- ja vapaaehtoisresurssien osallistaminen toiminnan ja viestinnän suunnitteluun

- Vahvuudet

- Vahva arvopohja, joka sisäisesti henkilöstössä ja luottamusjohdossa ymmärretty ja sisäistetty
 - Vaikuttava ja yleisesti hyväksytty toiminta hyvinvoinnin luojana
 - Tahtotila edistää seuran missiota vahva ja yhtenäinen kaikissa sidosryhmissä
 - Kehittynyt resursointi viestintään ja viestinnän kehittämiseen

Tavoitteet toimintakaudelle 2024-2025

Seuran syyskokous on vahvistanut toimintasuunnitelman kaudelle, jonka pääteemat ovat:

- *Strategian 2022-2026 jalkauttaminen*
 - *Urheilijan kehittämisympäristö*
 - *Hyvinkään suurin ja vetovoimaisin urheiluseura*
 - *Ehkäisemme lasten ja nuorten liikkumattomuutta*
- *Henkilöstön hyvinvointi*
- *Elinvoimaiset ikäkausijoukkueet*

Lisäksi määrittelemme toimintasuunnitelmassa toiminta-alueittain tavoitteita, joita tuemme viestinnän toimilla.

• Viestinnän tavoitteet 2024-2025

- Strategian jalkauttaminen
 - Tavoite: Strategia tunnetaan ja toimenpiteet sen eteen tunnistetaan.
- Talous ja varainhankinta
 - Tavoite: Turnausten osallistujamäärätavoitteet toteutuvat tehokkaan markkinointiviestinnän avulla
 - Tavoite: Kehitämme seuran kiinnostavuutta yritys yhteistyökumppanina kasvattaen yhteistyökumppanuuksien kokonaisarvoa
- Jäsenistö ja jäsenmäärät
 - Tavoite: Koulutamme toimihenkilöiden viestintäosaamista ja yhtenäistämme heidän vuorovaikutustaan joukkueissa
 - Tavoite: Lisäämme vapaaehtoistoimijoiden määrää rekrytoimalla uusia vapaaehtoistoimijoita
 - Tavoite: Ikäkausijoukkueiden harrastajamäärä on vähintään 700 pelaajaa kauden päättyessä
 - Tavoite: Euroliigassa on kesällä 2025 vähintään 550 osallistujaa
- Toiminnan uudistaminen ja kehittäminen
 - Tavoite: Kohtaamme ja sitoutamme yhteisöämme seuran toimintaan ja toimintatapoihin
 - Tavoite: Pelaajakehitys seuran ydintehtävänä ymmärretään seuran keskeisimmäksi valinnaksi
- Henkilöstö
 - Tavoite: Tarkennamme henkilöstön viestinnällisiä vastuita ja kehitämme viestintäosaamista
- Kilpailu- ja harrastustoiminta
 - Tavoite: Viestimme joukkueiden ja ryhmien toiminnasta kiinnostavasti

