

Niku Yliluoma

26.10.2017

Suomi.fi- kokonaisuuden lanseeraus

PROJEKTISUUNNITELMA, V.1.2

NIKU YLILUOMA, 26.4.2017

Sisällys

1 Johdanto	4
1.1Projektin tausta ja liityntä strategiaan.....	4
1.2Projektin tehtävä	4
1.3Projektin hyödyt	4
2 Hankkeen tavoitteet ja laajuus	4
2.1Tavoitteet.....	4
2.2Projektin päävaiheet.....	5
2.3Tulokset	6
2.4Rajaukset	8
2.5Edellytykset ja riippuvuudet	8
2.6Mittaaminen	8
3 Aikataulu ja resurssitarve	9
3.1Aikataulu	9
3.2Tarvittavat resurssit ja osaaminen.....	10
4 Talous	12
4.1Kustannusarvio	12
4.2Rahoitus.....	12
4.3Hankintamenettelyt.....	12
5 Organisaatio ja ohjaus	12
5.1Organisaatorakenne	12
5.2Kokouskäytännöt ja seuranta	13
5.3Päätöksenteko ja muutoshallinta	13
6 Tietoturva ja tietosuoja	14
7 Menetelmät ja työkalut	14
8 Riskienhallinta	14
9 Laadunhallinta	14
10 Viestintä	14
11 Projektin hyväksymismenettelyt ja päättäminen	14
12 Liitteet	15

Dokumentin versiohistoria

<i>Versio</i>	<i>Päiväys</i>	<i>Laatija</i>	<i>Muutoksen kuvaus</i>
0.1	9.3.2017	Niku Yliluoma	Ensimmäinen versio.
1.0	31.3.2017	Niku Yliluoma	Versio hyväksyttäväksi
1.1	13.4.2017	Niku Yliluoma	Muokattu vastaamaan rakenteeltaan KaPA-ohjelman hankkeiden suunnitelmia.
1.2	26.4.2017	Niku Yliluoma	Muokattu ohjausryhmän käsittelyn jälkeen.

1 Johdanto

Tämä dokumentti sisältää **Suomi.fi-kokonaisuuden lanseeraus** -projektin projektisuunnitelman. Projektin on asettanut Valtiovarainministeriö, ja sen toteutuksessa on vahvassa roolissa KaPA-ohjelman toteuttava organisaatio Väestörekisterikeskus.

1.1 Projektin tausta ja liityntä strategiaan

Suomi.fi-kokonaisuuden lanseerauksen myötä KaPA-ohjelmassa rakennettu palvelukokonaisuus tulee laajasti suomalaisten tietoisuuteen. Tähän mennessä ohjelmassa on keskitytty rakentamaan pohjaa sille, että ohjelman tuotokset, Suomi.fi-palvelut, tulevat mahdollisimman laajasti ja tehokkaasti palveluita tarjoavien organisaatioiden käyttöön. Brändin rakentamisen myötä painopiste on siirtynyt kansalaisen, yrityksen edustajan ja viranomaisen, eli loppukäyttäjien suuntaan.

1.2 Projektin tehtävä

Projektin päätehtävä on suunnitella ja toteuttaa Suomi.fi-kokonaisuuden lanseeraus niin, että KaPA-ohjelmaan tehtyjen investointien tuotokset tulevat näkyviksi ja alkavat tuottaa hyötyä kansalaisille ja yrityksille.

Lanseerauksen missio

Tehdään sykähdyttävä lanseerauskampanja, joka tavoittaa kaikki avainkohderyhmät ja herättää positiivisuutta ja kiinnostusta myös ulkomailla.

Lanseeraus tavoittaa kaikki eri kohderyhmiin kuuluvat kansalaiset, ja saa heidät vähitellen käyttämään Suomi.fi:tä ensisijaisena verkkosivuna, kun he asioivat julkishallinnon kanssa. Lisäksi kampanja herättää positiivisia mielikuvia julkishallinnon sähköisistä palveluista sekä Suomessa että ulkomailla, sekä kasvattaa Suomen tunnettua digitaalisen osaamisen kärkimaana.

1.3 Projektin hyödyt

Lanseerauksen myötä ohjelman strategiset tavoitteet voidaan lopullisesti saavuttaa, kun uudet palvelut saadaan jokaisen käyttöön.

2 Hankkeen tavoitteet ja laajuus

2.1 Tavoitteet

Projektin tavoitteena on saada aikaan tilanne, jossa jokainen potentiaalinen Suomi.fi-kokonaisuuden käyttäjä tietää:

- Mikä Suomi.fi on
- Mitä hyötyä Suomi.fi:stä on juuri hänelle
- Mitä palveluita on tarjolla nyt

- Miten palveluiden käyttö onnistuu

Lisäksi tehdään selväksi:

- Mitä on tulossa tulevaisuudessa
- Mitä vaihtoehtoja on olemassa

2.2 Projektin päävaiheet

Projekti on 1.2.-31.12.2017. Projekti jakautuu karkeasti kolmeen päävaiheeseen:

1. Projektin pohjatyöt ja kampanjakokonaisuuden suunnittelu, helmikuu-huhtikuu
2. Markkinoinnin ja viestinnän lisääminen, kampanjan valmistelu, toukokuu-elokuu
3. Kampanja, syyskuu-joulukuu-välillä

Vaiheet on eritelty alla, ja niiden tarkempi sisältö ja tuotokset sisältyvät markkinointi-, viestintä- ja kampanjasuunnitelmiin.

Vaihe	Kuvaus tuotoksesta	Aikataulu
<i>Pohjatyöt</i>		<i>Helmi-maaliskuu 2017</i>
Tavoitteiden kartoitus	Selkeä kuva projektin tavoitteista ja karkean tason aikataulu	
Organisoituminen	Projektiryhmän ja ohjausryhmän tapaamiset → sitoutuminen projektiin, budjettiraamit	
Hyväksytty projektisuunnitelma	Projektin sisältö ja budjetti	28.3.2017 Kansallisen palveluarkkitehtuurin ohjelmaryhmä
<i>Vaihe 1</i>	<i>”Iso tarina”, viestinnän ja markkinoinnin suunnittelu</i>	<i>Maaliskuu-huhtikuu 2017</i>
Toimittajien arviointi ja kiinnittäminen lanseerauksen eri osa-alueille	Selkeät ja riittävän korkealle asetetut vaatimukset	Suunnittelu aloitetaan Kitchen Markkinointitoimiston kanssa huhtikuussa.
Lanseerauksen (Suomi.fi-kokonaisuuden) ”ison tarinan” suunnittelu ja jalostaminen	Koko lanseerauskokonaisuuden pohja	13.4.
Viestintä	Viestintäsuunnitelma	24.5.
Markkinointi	Markkinointisuunnitelma	24.5.

Kokonaiskonsepti	Yhdessä toimittajien kanssa tarkennettu kampanjan kokonaiskonsepti	24.5.
<i>Vaihe 2</i>	<i>Markkinoinnin lisääminen, kampanjan valmistelu</i>	<i>Toukokuu-elokuu 2017</i>
Viestintä	Viestintäsuunnitelman ja kokonaiskonseptin mukaan omana projektin osa-alueenaan	jatkuva
Markkinointi	Markkinointisuunnitelman ja kokonaiskonseptin mukaan omana projektin osa-alueenaan	jatkuva
Kampanjan suunnittelu ja valmistelu	Materiaalien suunnittelu ja toteutus (kaikkiin kanaviin, kaikki formaatit)	25.8.
<i>Vaihe 3</i>	<i>Kampanja</i>	<i>Syyskuu-joulukuun 2017</i>
Viestintä	Viestintäsuunnitelman ja kokonaiskonseptin mukaan omana projektin osa-alueenaan	jatkuva
Markkinointi	Markkinointisuunnitelman ja kokonaiskonseptin mukaan omana projektin osa-alueenaan	jatkuva
Lanseerauskampanja	Viestinnän ja markkinoinnin sekä toteutetun materiaalin avulla, tarkentuu suunnitteluvaiheessa	4.9.? → ?

2.3 Tulokset

Projektin tuloksena:

- Suomi.fi tulee tunnetuksi koko kansan keskuudessa.
- Kansalaiset ymmärtävät, että palvelukokonaisuus laajenee tulevaisuudessa merkittävästi.
- Kokonaisuuden palveluita kokeillaan, ne otetaan nopeasti käyttöön ja niitä halutaan käyttää uudelleen.

Tuotokset, joiden avulla tuloksiin päästään:

Suomi.fi-palvelujen lanseeraus valituille pääkohderyhmille

- Tapahtumamarkkinointi
 - SuomiAreena
 - Kauppakeskuskiertue
 - Slush
- Mainoskampanja
 - Sopivan räväkkä, erottuva
 - Kohderyhmiä puhutteleva
 - Riittävän informatiivinen
 - Valmiina olevia toiminnallisuuksia vastaava
 - Kampanjakonsepti
 - Moodboard = välitettävää tunnetta kuvaava kooste
 - Luonnokset, miten konsepti konkretisoituu mm. mainonnassa
 - Aikataulu: mitä ennen kampanjaa, kampanjan aikana, kampanjan jälkeen
 - Mediatilan suunnittelu, ostot ja trafiikki
 - Mainonta
 - TV
 - Radio
 - Ulkomainonta
 - Verkko
 - Sosiaalinen media
 - Podcastit
 - Printti
 - Muut
- Mediaviestinnän ja sisäisen viestinnän suunnittelu ja toteutus koko vuoden ajan
 - Sisäisen ja ulkoisen viestinnän suunnittelu
 - ”Iso tarina”, johon kaikki aktiviteetit nojautuvat, ydinviestit, aikataulutus
 - Taustoittavat tapaamiset, tiedotustilaisuudet, tiedotteet, juttuideat eri medioihin, valmiiden juttujen ja haastattelujen tarjoaminen medioihin
 - Sosiaalisen median aktiivinen hyödyntäminen
 - Paikallismedioiden kontaktointi kauppakeskusierroksen yhteydessä
 - Päätäjille: tiedotteet ja tapaamiset
- Myynnin ja markkinoinnin tukimateriaalit
- Kampanjasivusto Suomi.fi-verkkopalvelun yhteydessä
 - Jatkaa kampanjan luomaa tunnetta ja kokemusta
 - Auttaa käyttäjää ymmärtämään palvelukokonaisuuden hyödyt ja mahdollisuudet

Suomi.fi-brändin lanseeraus palveluntarjoajille ja sidosryhmille

- Muutosviestintä palveluntarjoajille: tiedotteet, tapahtumat, koulutukset, asiakastapaamiset, ohjeet, uutiskirjeet
- Näkyvyys tapahtumissa
 - Keväthumaus, Valtio Expo, Kuntamarkkinat
 - Ammattitapahtumat (esim. Tili- ja veropäivät, Sosiaali- ja terveydenhuollon ATK-päivät)
- Suorakontaktointi

Opastavat aineistot ja tukimateriaalit

- Opastavat videot (fi, sv, viittomakieliset molemmista)
- Tukiaineistot Kansalaisneuvonnalle ja Asiointipisteille (188 kpl)
- Opastavat videot organisaatioasiakkaille

2.4 Rajaukset

Tämä projekti ei suunnittele eikä toteuta:

- VRK:n Digitaaliset palvelut -yksikön sisäistä tai ulkoista markkinointi- tai muuta viestintää. Läheisesti Suomi.fi-palveluihin liittyvät palvelut otetaan tarvittaessa huomioon esimerkiksi tapahtumamarkkinoinnissa.
- Verkkopalvelun viranomaisen näkymään liittyvää markkinointia ja viestintää, lukuun ottamatta yleistä muutosviestintää.
- Yritys-Suomen lanseerauskampanjaa, lukuun ottamatta yhteisiä aktiviteetteja Suomi.fi-palveluiden lanseerauksessa.

2.5 Edellytykset ja riippuvuudet

Tällä projektilla on hyvin merkittävä riippuvuus KaPAN hankkeiden ja Valtorin toteuttaman palvelukehityksen etenemisestä. Tämä riippuvuus aiheuttaa projektille yhden sen suurimmista riskeistä: Jos palvelut eivät ole valmiit, lanseerauskampanja pitää mukauttaa olemassa/valmiina oleviin palveluihin.

Projektin onnistuminen riippuu vahvasti myös valittujen toimittajien kyvystä toteuttaa lanseerausta tukevat materiaalit ja itse lanseerauskampanja laadukkaasti.

2.6 Mittaaminen

Projektin tavoitteiden toteutumisesta mitataan monin eri tavoin. Tarkemmat mittarit suunnitellaan yhteistyössä markkinointitoimiston kanssa. Mittaristo laaditaan esim. seuraavien aihealueiden pohjalta:

- Suomi.fi-palvelun tunnettuus
 - Suomi.fi-palvelun tunnettuutta mitataan ennen ja jälkeen lanseerauskampanjan, tuloksia peilataan projektin tavoitteisiin.
 - Kyselyn suunnittelu ja tulosten analyysi tehdään yhteistyössä VRK:n kanssa.
- Palveluiden käyttömäärät

- Erityisesti lanseerauksen kärkinä olevien Suomi.fi-palveluiden käyttömääriä lanseerauksen edetessä seurataan.
- Kampanjan havaitseminen
 - Kampanjan havaitsemista mitataan markkinointitoimiston kanssa yhdessä suunnitellulla tavalla.

Suomi.fi-brändin omaksuminen palveluntarjoajien parissa mitataan myös. Tähän käytetään OwlGroupin riippumatonta arviointia. Suomi.fi-brändin sisäistäminen Kansallisen palveluarkkitehtuurin tekijöiden keskuudessa tutkitaan – esimerkkinä brändikäsikirjan ohjeistusten sisäistäminen, mm. oikeiden palvelunimien käyttö.

Esimerkkejä mahdollisista mittareista

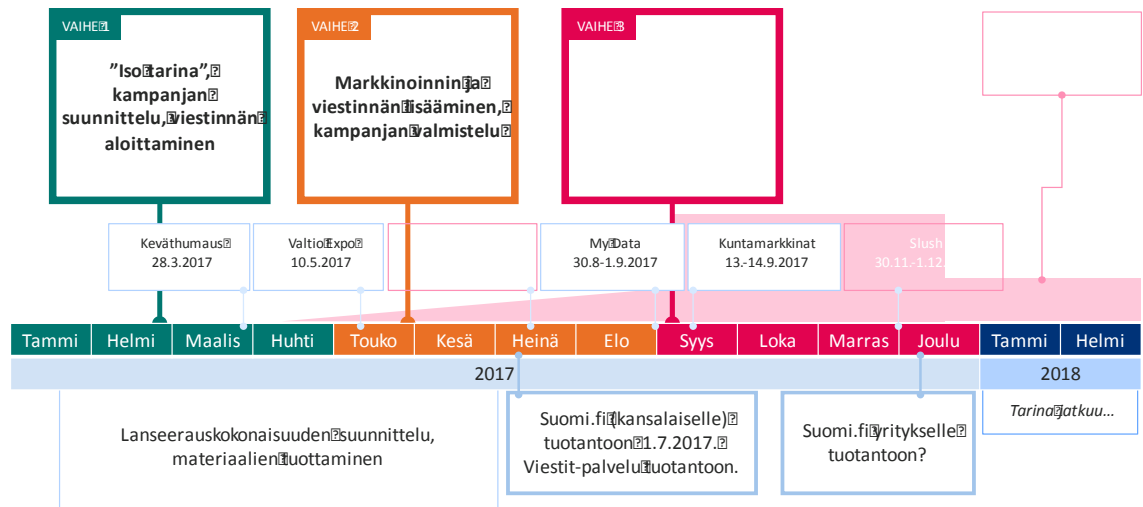
Mittaristo tarkennetaan kampanjakonseptin valmistumisen myötä.

1. Suomi.fi-verkkopalvelu otetaan nopeasti käyttöön avainkohderyhmissä, jotka puolestaan suosittelevat sitä omassa lähipiirissään.
 - a. Tunnettuuskysely: nykytila (vanha Suomi.fi) – uudistunut verkkopalvelu (esim. uusi 50% tunnetumpi kuin nykyinen)
 - b. Sivuston kävijämäärien kasvu (esim. 3 x nykyinen kävijämäärä)
 - c. Bounce rate ja sivustolla viipymisen aika (tarkempi tavoitetaso määritellään verrokkien pohjalta)
2. Asiakasorganisaatiot tunnistavat Suomi.fi-brändin
 - a. Ei enää puhuta ”KaPA-palveluista” vaan Suomi.fi-palveluista (OwlGroupin suorittaman puolueettoman arvioinnin yhteydessä; tarkemmat kysymykset/mittaustapa sovitaan arvioinnin suunnittelun yhteydessä; ajankohta lokakuu)
3. Suomi.fi-kampanja havaitaan ja siitä saadaan positiivista palautetta.
 - a. Huomioarvo (OMD; tarkempi tavoitetaso määritellään verrokkien pohjalta)
 - b. Positiivinen palaute (Kaiku Helsinki; mediasisältöjen sävy, some-kirjoittelun sävy)
4. Kärkipalvelut otetaan nopeasti käyttöön (Suomi.fi-viestit mobiilisovellus, Valtuudet-palvelu) ja niitä suositellaan omalle lähipiirille
 - a. Tällä hetkellä on epävarmuutta siitä, millä aikataululla kärkipalvelut valmistuvat
 - b. Suomi.fi-viestit mobiilisovelluksen latausmäärä – riippuvainen Viestit-palvelun valmistumisesta
 - c. Suomi.fi-valtuudet: Valtuudet-palvelun henkilö-henkilö-käyttäjämäärät – riippuvainen palvelun valmistumisesta ja riittävän laajasta mukana olevien organisaatioiden määrästä

3 Aikataulu ja resurssitarve

3.1 Aikataulu

Alla olevassa kuvassa on esitelty projektin aikataulu karkealla tasolla.



Aikataulu esitetään tarkemmalla tasolla markkinointitoimistoa varten tehdyssä briefissä ja markkinointisuunnitelmassa.

Projektin jälkeinen aika

Suomi.fi-kokonaisuuden tulee pysyä näkyvänä kehittyessään KaPA-ohjelman jälkeenkin. Tämän tukemiseksi:

- Lanseerauksen tarina muotoillaan tukemaan pitkää aikaväliä.
- Materiaalit ym. toteutetaan projektin aikana niin, että ne jäävät käyttöön ohjelman jälkeisen ajan jatkuvassa palvelussa.
- Projektissa tehdään suositukset markkinoinnin ja viestinnän jatkolle vuoden 2018 alusta eteenpäin.

3.2 Tarvittavat resurssit ja osaaminen

Projektiryhmä osallistuu kaikkien tehtävien suorittamiseen ja mukaan voidaan tarvittaessa kutsua muitakin henkilöitä. Joissain tehtävissä hankitaan osaaminen ulkopuolelta, esim. markkinointitoimistolta.

Alla on listattu projektin pääosa-alueet.

Kokonaiskonsepti

Kuvaus: Kokonaisuuden hahmottelu ja pohjamateriaalin ("briefi") laatiminen toteuttavia tahoja varten. "Isoa tarinaa" tukevien ensiluokkaisten ja yhtenäisten materiaalien, kuten videoiden, printin ja verkkosisältöjen toteutuksessa mukanaolo ja koordinointi.

Ulkoiset resurssit: Mainostoimisto(t) tms.

Vastuhenkilö: Jarmo Valmari

Tapahtumat

Kuvas: Tapahtumakokonaisuuden hahmottaminen ja järjestelyjen koordinointi. Laadukkaiden, isoa tarinaa tukevien tapahtumien ja kunkin tapahtuman kohderyhmälle sovitettun sisällön suunnittelu.

Ulkoiset resurssit: Tapahtumatoimisto(t) tms.

Vastuuhenkilö: Eetu Jokela (Erja Lohikoski)

Viestintä

Kuvas: Viestinnän suunnittelu ja koordinointi. Ydinviestin kirkastaminen, jatkuva viestintä ja akuutteihin viestintätarpeisiin vastaaminen.

Ulkoiset resurssit: Viestintätoimisto tms.

Vastuuhenkilö: Päivi Railotie

Markkinointi

Tehtävä: Markkinointiaktiviteettien suunnittelu ja koordinointi.

Ulkoiset resurssit: Markkinointitoimisto tms.

Vastuuhenkilö: Pirjo Koivunen

Palveluntarjoajat

Kuvas: Palveluntarjoajille suunnatun viestin sisältö ja osuus lanseerauksessa.

Ulkoiset resurssit: -

Vastuuhenkilö: Laura Alho

Toteutushankeyhdydet ja käyttönotot, asiakaspalvelu

Kuvas: Tiedon ajantasaisuuden varmistaminen toteutushankkeiden ja projektin välillä. Asiakaspalvelun (ml. Kansalaisneuvonta) mukanaolon ja projektista tiedottamisen varmistaminen.

Ulkoiset resurssit: -

Vastuuhenkilö: Jani-Matti Kaukonen

Hankinnat ja sidosryhmäyhteistyö

Kuvas: Ulkopuolisten resurssien hankintojen koordinointi. KaPAan ja Suomi.fi-kokonaisuuteen liittyvien ulkopuolisten tahojen yhteistyön varmistaminen.

Ulkoiset resurssit: -

Vastuuhenkilö: Erja Lohikoski

Projektinhallinta

Tehtävä: Osa-alueiden oikeansuuntaisen edistymisen varmistaminen ja tiedottaminen.

Ulkoiset resurssit: -

Vastuuhenkilö: Niku Yliluoma

4 Talous

4.1 Kustannusarvio

Lanseerauksen kustannukset jakautuvat vuonna 2017 kolmeen päälinjaan:

1. Suomi.fi-palvelujen lanseeraus ns. loppukäyttäjille: kohderyhmät Innovators, Early Adopters ja Early Majority; kärjet Suomi.fi-verkkopalvelu, Suomi.fi-viestit ja Suomi.fi-valtuudet. Nämä on päätettävä projektin vaiheessa 1.
2. Palveluntarjoajille lanseerataan Suomi.fi-brändi – opetetaan pois "KaPA-palveluista".
3. Palvelujen käyttöä tukeva, jatkuvan palvelun tarpeisiin laadittava opastava aineisto; olennaiset osat valmiina loppukäyttäjälanseerauksen alkuun.

Lanseerauksen päälinja	Kustannus € + alv
Suomi.fi-palvelujen lanseeraus kansalaisille	1 169 100 €
Suomi.fi-brändin lanseeraus palveluntarjoajille ja sidosryhmille	236 900 €
Opastavat aineistot ja käytön tuki yhteensä	91 000 €
Yhteensä	1 497 000 €

Budjetti on esitetty yksityiskohtaisesti liitteessä 1.

4.2 Rahoitus

Projekti rahoitetaan KaPA-ohjelman toimesta.

4.3 Hankintamenettelyt

Projektissa tarvittavat hankinnat toteutetaan mahdollisimman joustavasti käyttäen mahdollisuuksien mukaan olemassa olevia sopimustoimittajia.

5 Organisaatio ja ohjaus

5.1 Organisaatorakenne

KaPA-ohjelmaryhmä:

- Vahvistaa projektisuunnitelman ja projektin budjetin.
- Saa tiedon oleellisista projektiin liittyvistä asioista.

Projektin ohjausryhmä:

- Janne Viskari pj.
- Kirsi Pispala
- Päivi Railotie

- Erja Lohikoski (projektin omistaja)
- Niku Yliluoma (projektipäällikkö)

Projektiryhmä:

- Erja Lohikoski, VM
- Niku Yliluoma, VRK/KPMG
- Laura Alho, VRK/KPMG, palveluntarjoajat
- Susanna Hyvärinen, Kuntaliitto
- Eetu Jokela, VRK, viestintä ja tapahtumat
- Jani-Matti Kaukonen, VRK asiakaspalvelu
- Pirjo Koivunen, VRK markkinointi
- Marko Latvanen, vanha Suomi.fi, kansainväliset benchmarkit
- Päivi Railotie, VRK viestintä
- Maria Miró, TEM
- Taina Rinta-Kauhajärvi, VRK / Kaiku Helsinki, viestintä ja tapahtumat
- Jarmo Valmari, VRK/Arcusys, konseptinsuunnittelu

Projektin sidosryhmiä tai projektiin liittyviä palveluita ym. ovat mm.:

- KaPA-ohjelman sisäiset henkilöt
- Maanmittauslaitos (Kartat)
- Valtiokonttori (Maksut)
- Yritys-Suomi, Työ- ja elinkeinoministeriö (Ely-keskus, Keha)
- Kansalaisneuvonta
- Kuntaliitto
- Kunta- ja aluehallinto-osasto (KAO)
- Yhteispalvelupisteet
- Etäpalvelut

5.2 Kokouskäytännöt ja seuranta

Projektiryhmä kokoontuu joka toinen viikko, ja ohjausryhmä noin kerran kuukaudessa. Ohjausryhmässä päätetään KaPA-ohjelmaryhmälle esiteltävistä asioista.

Projekti raportoi etenemisestä säännöllisesti ohjausryhmälle ja tiedottaa aktiivisesti KaPA-ohjelman henkilöille ja sidosryhmille.

5.3 Päätöksenteko ja muutoshallinta

Projektipäällikkö ja projektin omistaja tekevät normaalina projektityönä pienten päätösten ja muutosten tekemisen ja valmistelevat merkittävämät päätökset ohjausryhmän ja KaPAN ohjelmaryhmän ratkaistaviksi. Projektin ohjausryhmä tekee päätösesitykset KaPAN ohjelmaryhmälle.

6 Tietoturva ja tietosuoja

Hankkeessa huolehditaan tietoturvasta elinkaariajattelun mukaisesti kilpailuttamisen, suunnittelun, toteutuksen, tuotannon ja kehittämisen yhteydessä. Hankintoihin sisällytetään Valtion tietoturvaohjeen (VAHTI 3/2011) hankinnoille asettamiin tietoturvasovaatimuksiin pohjautuen toteutetut tietoturvasovaatimukset.

7 Menetelmät ja työkalut

Projekti viedään läpi ketterin menetelmin. Dokumentit ja muu materiaali tallennetaan projektin omalle Confluence-sivustolle, jotta ne ovat sekä projektiryhmän että ohjausryhmän saatavilla. Tarvittaessa dokumentit julkaistaan myös VM:n järjestelmissä (esim. Vahti).

8 Riskienhallinta

Riskianalyysi toteutetaan osana projektin vaihetta 1. Projektia asetettaessa on tunnistettu kaksi merkittävää mahdollista riskitekijää, joita pyritään selkiyttämään vaiheen 1 aikana:

1. Lanseerattavan palvelun tarkentumattomuus.
2. Palveluiden valmiusaste lanseerauksen suunniteltuna ajankohtana.

Projektipäällikkö raportoi riskeistä ja niiden hallinnasta ohjausryhmälle. Riskeihin tulleet muutokset tarkastellaan säännöllisesti projektiryhmässä ja jokaisessa ohjausryhmän kokouksessa.

9 Laadunhallinta

Projektissa tehdyillä valinnoilla ja päätöksillä pyritään mahdollistamaan erinomaisen laadukas viestintä, markkinointi ja kampanjatoteutus.

10 Viestintä

Viestintä projektista toteutetaan yhteistyössä eri organisaatioiden omien ja KaPA-ohjelmassa toimivien muiden viestintäryhmien kanssa. Viestintää tehdään aktiivisesti ja avoimesti.

11 Projektin hyväksymismenettelyt ja päättäminen

Ohjausryhmä katselmoi ja hyväksyy projektin väli- ja lopputuotokset ja päättää projektin valmistumisesta tavoitteiden mukaisesti.

Projektista kirjoitetaan loppuraportti, jossa vedetään yhteen projektin vaiheet, ja jossa arvioidaan myös toteutuksen onnistumista suhteessa asetettuihin tavoitteisiin.

12 Liitteet

Liite 1: Lanseerausprojektin budjetti