



## Valitse viestin tyyli kohderyhmän mukaan

Miksi on tärkeää valita vain tietty osa oman alueensa äänestäjistä kohderyhmäksi? Siksi, että mitä paremmin tunnet potentiaaliset äänestäjät, sitä helpompaa sinun on ylipäättään tavoittaa heidät ja herättää heidän kiinnostuksensa. Samalla säästät aikaa ja rahaa.

### Olet uniikki - hyödynnä sitä!

Tavallisen talleajan silmin katsottuna eduskuntavaaliehdokkaat ovat suurimmaksi osaksi samalta näyttävää pikkutakkimassaa. Siistin ulkomuodon, unversaalien sloganeiden ja valkopohjaisten esitteiden kautta ei aina välity se, mitä ehdokkaat ytimeltään ovat: isiä ja äitejä, duunareita ja yrittäjiä, erehtyviä ja empaattisia ihmisiä. Uniikkeja persoonia.

Valitse siis, ketä haluat koskettaa. Jos yrität miellyttää kaikkia, jäljelle jää väritön, hajuton ja mauton ehdokas, joka kumartaa joka suuntaan, mutta ei jää kenenkään mieleen. Älä ole väriä vaihtava kameleontti! Tutki ja tunnista, ketkä samaistuvat sinuun, uskovat tavoitteisiisi ja pitävät omasta uniikista tyylistäsi. Sieltä löytyy kohderyhmäsi.

### Miksi olet ehdolla?

Helpoin tapa lähteä hahmottamaan omaa potentiaalista kohderyhmään on lähteä liikkeelle siitä, mitä itse edustat. Osa äänestäjistä tuntee sinut ehkä työn, harrastuksen tai vapaaehtoistyön kautta. He tietävät, millainen olet vaalipaneelin ulkopuolella. Heidän äänensä eivät kuitenkaan vielä riitä läpimenoon (ystävien ja sukulaisten äänien lisäksi). Tarvitaan myös ihmisiä, jotka haluavat äänestää sinua sen vuoksi, mitä asioita edustat ja ajat.

Tee itsellesi selväksi, miksi olet ehdolla. Mihin asioihin haluat vaikuttaa ja kenen ääntä pitää esillä? Todennäköisesti tunnet jo alaa tai edustat niitä arvoja, joiden puolesta haluat puhua. Kerro niistä myös kohderyhmälle - eli niille, jotka eivät sinua vielä tunne. Anna heille kiinnostava syy äänestää sinua.

### Puhu kohderyhmälle heidän kielellään

Kun olet rajannut, kenet pyrit saamaan äänestämään sinua, valitse tyyli, jolla hänet todennäköisemmin vakuutat. Tämä ei tarkoita muuttumisleikkiä eri hahmoksi, vaan tyylivalinnan huomioon ottamista kaikissa kampanjan osa-alueissa: teksteissä, sloganeissa, pukeutumisessa, tapahtumien valinnassa ja niin edelleen.

Viestinnän tyylin valinnassa kannattaa ottaa aina huomioon oma persoonasi eikä pyrkiä muuttamaan sitä. Seuraavassa kuitenkin muutamia esimerkkejä siitä, mitä tyylin valinnalla tarkoitetaan.



Jos kohderyhmäsi on:

- **Nuoria** → Toivottavasti olet myös itse (ollut hiljattain) nuori. Korosta sitä tuoretta tietotaitoa, idearikkautta tai rohkeutta, jota sinulla juuri nyt on. Tunnusta reilusti myös oppivasi muilta. Näytä rehellisesti ikäiseltäsi. Vältä kankeaa kirjakieltä - selkokieliisyys on puolestaan plussaa!
- **Ammattikuntasi edustajia** → Esiinny osassa pr-kuvia työvaatteissa, jos mahdollista. Älä pelkää käyttää ammattislangia kohtuudella puhuessasi saman alan ihmisille. Puhuttele kirjoituksissasi suoraan kohderyhmää (“Hoitajana tunnen...” / “Yrittäjän rohkeudella...” / “Tunnollisena opettajana...”)
- **Vahvasti alueellinen** → Viittaa esittelyssä usein kuntaan / kylään / taloon, mistä tulet ja missä sinut tunnetaan. Tuo kirjoituksissa konkreettisia esimerkkejä esim. kyläsi vaikuttaneista poliittisista päätöksistä. Hyödynnä kunnan vaakunan värejä, paikallisia sanontoja tai murretta kampanjassa.
- **Aatteeseen / arvoihin sitoutunutta** → Tuo esille KD:n poliittista historiaa. Kerro, miksi valitsit juuri meidät. Hyödynnä puolueen värejä, logoa, poliittisia ohjelmia, vaaliteemoja, kampanjatuotteita, vaatteita, kansanedustajien kannanottoja ym. Kerro, miten arvot näkyvät arjessasi. Käytä viestinnässä me-muotoa.
- **lääkäitä** → Nosta elämäntarinastasi esille vaaliteemojasi tukevat kohokohdat - kaikkea ei tarvitse listata. Tuo esille valitsemiasi teemoja myös henkilökohtaisella tasolla (esim. isovanhemmuus, yksinäisyys, toimeentulo, eläke, hoiva, hyvinvointi...). Korosta kokemuksestasi kumpuavia oppimiskokemuksia.

## Hyvä slogan jää mieleen

Kun olet valinnut vaaliteemat, kohderyhmän ja viestinnän tyylin, on aika miettiä slogania. Keksi useita eri vaihtoehtoja ja pyydä niistä palautetta. Hyvä slogan on iskevä, hauska tai oivaltava. Vältä latteuksia, jotka eivät jää kenenkään mieleen.

Hyviä esimerkkejä ovat mm. *“Ei numero miestä pahenna, jos ei mies numeroa!”* (Tommi Terä, ehdokasnumerolla 666) sekä *“Ajankohtainen Kaikkonen”* (Antti Kaikkonen).

## Tehtävät

**3. Valitse pääkohderyhmäsi**, eli kenen mielenkiinto sinun tulee herättää, ja miksi olet juuri sen kohderyhmän parissa paras valinta! Kuvaile tyypillinen äänestäjä mahdollisimman tarkasti. Kun markkinoit, pyri osoittamaan viesti suoraan hänelle.

**4. Kirjoita / kuvaa kohderyhmääsi kiinnostavalla tyylillä** lyhyt teksti siitä, miksi lähdit ehdolle eduskuntavaaleissa. Tee se persoonallisella tyylillä tai erotu jollain muulla tavalla joukosta. Postaa teksti tai video somekanavaasi.