

PR
COM

Suunnannäyttäjät

Uusi organisaatio- viestinnän kilpailu nostaa onnistuneet viestintäsisällöt esiin!

Tutustu kilpailuun »





Suunnannäyttäjät

Uusi organisaatioviestinnän kilpailu

Varmista viestinnän vaikuttavuus ja nosta tiimisi osaaminen esiin

Viestintätyö on parhaimmillaan silloin kun se ei näy, mutta hyvä viestintä ansaitsee tulla palkituksi. Suunnannäyttäjät on kilpailu, joka nostaa onnistuneen viestintätyön ansaitsemaansa valoon: alan tietoisuuteen ja osaksi organisaationne mainepääomaa. Töitä arvioi asiantuntijatuomaristo, joka pisteyttää sisällöt ja palkitsee vuoden lopussa parhaat toteutukset.

Suunnannäyttäjät-kilpailu:

- Tuo onnistuneen kampanjan, viestintäsisällön tai uudistuksen sekä tiimin osaamisen koko alan tietoisuuteen
- Vahvistaa organisaationne mainetta, viestinnän arvoa ja vaikuttavuutta myös johdon silmissä
- Kertoo, miten teidän medianne sijoittuu alan parhaiden joukossa!

MILLÄ MEDIALLA VOI ILMOITTAUTUA MUKAAN?

Kilpailussa on kuusi sarjaa:

- 1) Lehti (painettu tai sähköinen asiakas- tai jäsenlehti)
- 2) Digisisältö, kuten verkkosivusto, blogisivusto tai intranet
- 3) Sosiaalisen median kanava
- 4) CSRD-kestävyysraportointidirektiivin mukainen vuosikertomus
- 5) Vuosikertomus tai vastuullisuusraportti
- 6) Mediakokonaisuus, kuten podcast, videosarja tai muu monimediakokonaisuus

KENELLE KILPAILU SOPII?

1

Kilpailuun ovat tervetulleita kaikenkokoisten organisaatioiden, yritysten, julkisten organisaatioiden että järjestöjen, tuottamat mediat.

2

Kilpailu on tarkoitettu kaikille niille, jotka tuottavat sisältöä omille sisäisille tai ulkoisille kohderyhmille.

3

Kilpailu sopii organisaatiolenne, kun tavoitteenanne on näkyvyys ja osaamisen esiin nostaminen.

MIKSI KANNATTAA ILMOITTAUTUA MUKAAN?



Ulkopuolinen arvio on arvokas

Asiantuntijatuomaristo arvioi viestintätyönne laadun puolueettomasti. Se on konkreettinen tapa osoittaa, että organisaationne viestintä on ammattimaista ja vaikuttavaa, ei ainoastaan viestintätiimin oma arvio.



Näkyvyys kohdistuu oikeille sidosryhmille

ProComin kanavien 22 000 seuraajaa ovat viestinnän, markkinoinnin ja johtamisen ammattilaisia. Osallistuminen näkyy juuri siellä, missä organisaationne maineen rakentaminen on keskeistä.



Viestintä osaksi mainepääomaa

Kilpailussa menestyminen on konkreettinen tulos, jota voi hyödyntää rekrytoinnissa, sidosryhmäviestinnässä ja organisaation omassa tarinankerronnassa.

Hinta sisältää kaikille osallistujille:

- Mahdollisuuden profiloitua suunnannäyttäjänä viestintäalan kilpailussa.
- Brändinäkyvyyttä ProComin sosiaalisen median kanavissa (seuraajia yhteensä 22 000).
- Yhden illalliskortin Suunnannäyttäjät 2026 -juhlaan (arvo noin 150 euroa) ja etuhinnan lisäosallistujille.

Lisäksi voittajaehdokaslistalle päässeet ja voittajat saavat:

- Laajaa näkyvyyttä ProComin viestinnässä. Voittajasta artikkeli ProComin mediaan ja vapaasti omaan käyttöön.
- ProComin myöntämän kunniakirjan sekä LinkedIn-sertifikaatin osallistumisesta.

HINNAT

ProComin jäsenille: **490 euroa**

Muille: **650 euroa**

Hintoihin lisätään alv. 25,5 %.



TUOMARIT

Asiantuntijatuomaristo tarkastelee medioita useasta näkökulmasta: sisältö, visuaalisuus, käyttäjälähtöisyys, vaikuttavuus ja vastuullisuus. Lisäksi on omat tuomarit toimintakertomukselle & tilinpäätökselle sekä podcasteille.

Raine Tiessalo, toiminnanjohtaja, Ajatuspaja Toivo

Arvioi sisältöjen laatua, luettavuutta ja yhteiskunnallista relevanssia.

Tuija Tarkiainen, graafinen suunnittelija ja AD, Studio Kiss

Arvioi visuaalisen ilmeen houkuttelevuutta ja innovatiivisuutta sekä brändikokemusta.

Sari Kuvaja, kehitysjohtaja, Third Rock

Arvioi kestävyysviestinnän strategisuutta, uskottavuutta ja kykyä tukea organisaation tavoitteita.

Riikka Rantakari, toimitusjohtaja, FitComm Oy, kestävän kehityksen ja vastuullisuuden asiantuntija

Arvioi kestävyysviestinnän strategisuutta, uskottavuutta ja CSRD-raportoinnin laatua.

Kaisa Alapartanen, viestinnän konsultti

Arvioi median selkeyttä, kohderyhmälähtöisyyttä ja viestinnän ammatillista tasoa.

Tero Lehtinen, vaikuttavan talousviestinnän johtaja, Kreab

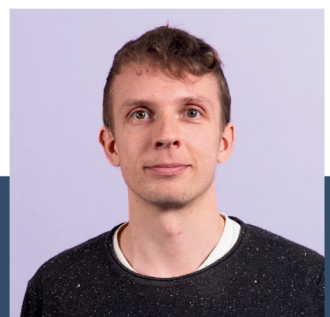
Arvioi talousviestinnän avoimuutta, johdonmukaisuutta ja käyttäjäystävällisyyttä.

Pirjo Hästbacka, viestintä- ja markkinointijohtaja, TTS

Arvioi vastuullisuusviestinnän läpinäkyvyyttä, esitystapaa ja kohderyhmälähtöisyyttä.

Hannu-Pekka Komonen, media-alan yrittäjä, HP Creative

Arvioi podcastien rakennetta, konseptia ja vaikuttavuutta.



AIKATAULU

Ilmoittautuminen kilpailuun on auki 31. lokakuuta asti.
Parhaat työt palkitaan Suunnannäyttäjät 2026 -juhlassa 3.12. Helsingissä.

ILMOITTAUTUMINEN

Valitse teille sopivin sarja ja ilmoittaudu verkkosivujen lomakkeella.



Vastaa taustatietokyselyyn, joka toimii tuomaristöskentelyn tukena.



Ilmoittaudu tiimin kanssa juhlaan, jossa parhaat palkitaan.



Jännitä voittajien julkistusta ja iloitse mahdollisesta voitosta!

[LUE LISÄÄ JA ILMOITTAUDU VERKKOSIVUILLAMME »](#)

“Suunnannäyttäjät syntyi tarpeesta tehdä viestinnän onnistumisia näkyväksi, sparrata organisaatioita kehittymään ja nostaa esiin työn vaikuttavuutta. Kun onnistuminen tunnistetaan, se ei jää vain palkinnoksi vaan sillä on mahdollisuus siirtyä osaamiseksi, joka vie koko viestintäalaa eteenpäin.”

– **Miia Rosenqvist, koulutus- ja kehitysjohtaja, ProCom**

Heräsikö kysyttävää? Ota rohkeasti yhteyttä meihin!



Miia Rosenqvist
koulutus- ja kehitysjohtaja
miia.rosenqvist@procom.fi
[+358 44 720 3022](tel:+358447203022)



Sara Nieminen
viestintä- ja markkinointisuunnittelija
sara.nieminen@procom.fi
[+358 44 720 3022](tel:+358447203022)