

Niku Yliluoma

26.1.2018

Suomi.fi- kokonaisuuden lanseeraus

LOPPURAPORTTI, V.1.0

NIKU YLILUOMA, 12.12.2017;ERJA LOHIKOSKI 26.1.2018

Sisällys

1	Lyhyt yhteenveto	4
	1.1Projektin tausta, tehtävä ja tavoite	4
	1.2Projektin onnistuminen ja tavoitteiden saavuttaminen.....	4
	1.3Projektin hyväksymismenettelyt ja päättäminen.....	5
2	Projektin vaiheet ja aktiviteetit	5
	2.1Projektin päävaiheet.....	5
	2.2Projektin aktiviteetit	7
	2.3Suomi.fi yrityksille.....	8
	2.4Riippuvuus Suomi.fi-palveluiden valmiudesta.....	9
3	Organisaatio ja työskentelytavat	9
	3.1Ohjausryhmä.....	9
	3.2Projektiryhmä	9
	3.3Kumppanit	10
	3.4Kokouskäytännöt ja seuranta	10
	3.5Päätöksenteko ja muutoshallinta	10
4	Talous.....	10
	4.1Budjetti projektin alkaessa	11
	4.2Budjetin lisäys onnistuneen lanseerauksen varmistamiseksi.....	11
	4.3Budjetti ja toteuma sekä arvio ylijäämästä	12
5	Projektin tulosten mittaaminen ja kokemukset lanseerauksesta.....	12
	5.1Kokemukset kauppakeskuskierroilta	14
	5.2Kampanjan vaikutusten arviointi.....	14
	5.3Kampanjan tuoma julkisuus.....	14
	5.4Suomi.fi-brändin tunnettuus	14
	5.5Suomi.fi-verkkopalvelun kävijämäärät	15
	5.6Projektiryhmän kokemukset.....	16
6	Jatkotoimenpiteet projektin päätyttyä	16
	6.1Projektin jälkeinen aika.....	16
	6.2Vuoden 2018 suunnitelma.....	16
7	Muut asiat	17
	7.1Tietoturva ja tietosuoja	17
	7.2Menetelmät ja dokumentaatio.....	17
	7.3Riskienhallinta.....	18
	7.4Viestintä.....	18
8	Liitteet.....	19

Dokumentin versiohistoria

<i>Versio</i>	<i>Päiväys</i>	<i>Laatija</i>	<i>Muutoksen kuvaus</i>
0.5	17.11.2017	Niku Yliluoma	Versio ohjausryhmän kommentoitavaksi.
0.6	17.11.2017	Erja Lohikoski	Kommentoitu versio
0.7	23.11.2017	Niku Yliluoma	Muokattu versio ohjausryhmän kokouksessa (viimeisteltäväksi ja) hyväksyttäväksi.
0.9	28.11.2017	Niku Yliluoma	Lisätty yhteenveto lanseerauksen arvioinnista ja liitteiden tiedot.
0.91	4.12.2017	Niku Yliluoma	Muokattu ohjausryhmän kokouksen jälkeen: lisätty ohjausryhmän analyysi, tarkennettu yhteenvetoa ja liitteiden tietoja.
0.92	12.12.2017	Niku Yliluoma	Muokattu taloustietoihin tarkennus budjettiin.
1.0	26.1.2018	Erja Lohikoski	Viimeistely raportti budjettitoteuman, kampanja-analyysin ja mediaraportin pohjalta

1 Lyhyt yhteenveto

Tässä dokumentissa on kuvattu aikavälillä 1.2.-31.12.2017 toteutettu **Suomi.fi-kokonaisuuden lanseeraus** -projekti. Projektin asetti Valtiovarainministeriö, ja sen toteutuksessa oli vahvassa roolissa Väestörekisterikeskus.

1.1 Projektin tausta, tehtävä ja tavoite

Projektin tavoitteena oli tuoda KaPA-ohjelmassa rakennettu Suomi.fi-palvelukokonaisuus laajasti suomalaisten tietoisuuteen. Projektin päätehtävänä oli suunnitella ja toteuttaa Suomi.fi-kokonaisuuden lanseeraus niin, että KaPA-ohjelmaan tehtyjen investointien tuotokset tulevat näkyviksi ja alkavat tuottaa hyötyä kansalaisille ja yrityksille. Projektin myötä haluttiin myös saada kansalaiset laajasti tietoisiksi Suomi.fi:stä, sen keskeisistä ominaisuuksista ja siitä miten Suomi.fi helpottaa sähköistä asiointia julkisen hallinnon kanssa nyt ja tulevaisuudessa. Projektin tarkoitus oli näin edesauttaa ohjelman strategisten tavoitteiden saavuttamista.

Lanseerauksen missioksi kirjattiin suunnitteluvaiheessa:

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

Lanseerauksen oli tarkoitus tavoittaa kaikki eri kohderyhmiin kuuluvat kansalaiset, ja saada heidät vähitellen käyttämään Suomi.fi:tä ensisijaisena verkkosivuna, kun he asioivat julkishallinnon kanssa. Kampanjalla haluttiin myös herättää positiivisia mielikuvia julkishallinnon sähköisistä palveluista sekä Suomessa että ulkomailla, sekä kasvattaa Suomen tunnettuutta digitaalisen osaamisen kärkimaana.

1.2 Projektin onnistuminen ja tavoitteiden saavuttaminen

Ohjausryhmä arvioi projektin onnistumista kokouksessaan 29.11., jolloin käytettävissä oli lokakuun kyselytutkimukseen pohjautuva kampanjan välianalyysi ja muut tutkimukset ja kyselyt (ks. liitteet, osio 8).

Projektin tavoitteiden saavuttamista on analysoitu tämän dokumentin osiossa 5. Tiivistelmä arvioinnista on esitetty alla.

1. Kampanja on onnistunut, koska tunnettuutta on pystytty kasvattamaan huomattavan paljon lyhyessä ajassa (tunnettuuden kasvu oli kesän ja lokakuun välillä 24 %-yksikköä).
2. Suomi.fi:n käyttäjämäärät ovat huomattavasti pienemmät uudistetun palvelun käyttöönoton jälkeen. Palveluiden hyötyjen tullessa konkreettisesti kansalaisille käyttäjämäärät kasvavat ja tunnettuus lisääntyy. Lanseeraustoimilla pitää tukea Viestit- ja Valtuudet-palveluiden käyttöönottoa projektin päättymisen jälkeen.
3. Kampanjan aikana selvisi myös, että Verkkopalvelun suositteluindeksi on laskenut. Tämä johtunee Verkkopalvelun sisäisen hakutoiminnon puutteista ja tietojen

hankalasta löydettävyydestä. Lisäksi ilmeni, että Suomi.fi-sivut eivät nouse näkyviin hakukoneiden tuloksissa.

1.3 Projektin hyväksymismenettelyt ja päättäminen

Ohjausryhmä katselmoi ja hyväksyi projektin tuotokset ja päätti projektin valmistumisesta kokouksessaan 29.11.2017. Osa projektin aktiviteeteista oli tällöin vielä toteutumatta, mutta ennuste niiden toteutumiselle suunnitellusti oli hyvä.

2 Projektin vaiheet ja aktiviteetit

2.1 Projektin päävaiheet

Projekti jakautui kolmeen päävaiheeseen:

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

Vaiheet on eritelty alla (otos projektisuunnitelmasta).

Vaihe	Kuvaus tuotoksesta	Aikataulu
<i>Pohjatyöt</i>		<i>Helmikuu-toukokuu 2017</i>
Tavoitteiden kartoitus	Selkeä kuva projektin tavoitteista ja karkean tason aikataulu	Helmikuu
Organisoituminen	Projektiryhmän ja ohjausryhmän tapaamiset → sitoutuminen projektiin, budjettiraamit	Maaliskuu
Hyväksytty projektisuunnitelma	Projektin sisältö ja budjetti	Kansallisen palveluarkkitehtuurin toteuttamisohjelman ohjelmaryhmä
<i>Vaihe 1</i>	<i>"Iso tarina", viestinnän ja markkinoinnin suunnittelu</i>	<i>Maaliskuu-toukokuu 2017</i>
Toimittajien arviointi ja kiinnittäminen lanseerauksen eri osa-alueille	Selkeät ja riittävän korkealle asetetut vaatimukset	Suunnittelu aloitetaan Markkinointitoimisto Kitchen Oyn 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-joulukuu 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. →

2.2 Projektin aktiviteetit

Projektissa toteutettiin alla luetellut aktiviteetit.

- **Suomi.fi-palvelujen lanseeraus valituille pääkohderyhmille**
 - Tapahtumamarkkinointi
 - Osallistuminen SuomiAreenaan Porissa heinäkuussa
 - Koko maan kattava kauppakeskuskiertue loka-marraskuussa
 - Mainoskampanja
 - TV-mainonta
 - Tietoisku Ylen kanavilla
 - Mainonta elokuvateattereissa ja niiden auloissa
 - Radiomainonta
 - Ulkomainonta
 - Mainonta liikennevälineissä
 - Online-mainonta ja hakukonenäkyvyys
 - Näkyvyys ja markkinointi sosiaalisessa mediassa
 - Sisältömarkkinointi blogeissa
 - Podcastit
 - Kärkimedian ja paikallislehtien printtimainonta
 - Yksittäiset ilmoitukset eri julkaisuissa
 - Mediaviestintä ja sisäinen viestintä
 - ”Iso tarina”, johon kaikki aktiviteetit nojautuvat, ydinviestit, aikataulutus
 - Sisäinen ja ulkoinen viestintä
 - Taustoittavat tapaamiset, tiedotustilaisuudet, tiedotteet, juttuideat eri medioihin, valmiiden juttujen ja haastattelujen tarjoaminen medioihin
 - Sosiaalisen median aktiivinen hyödyntäminen
 - Paikallismedioiden kontaktointi kauppakeskuskierroksen yhteydessä
 - Päätäjille: tiedotteet ja tapaamiset

- Valmiit radiotiedotteet

Syyskuu	Lokakuu	Marraskuu	Joulukuu	Vuosi2018
VERKKO				
Hakukonenäkyvyys21.8.-31.12.				
Banneri- ja videomainokset4.9.-26.11.			Perheblogienkirjoitukset	
TV&RADIO				
TV-mainokset4.9.-1.10.	YLE9.15.10. *Digi-ilta2.10.	TV-mainokset23.10-19.11.	Radio-mainokset20.11-3.12.	
TAPAHTUMAT				
Kauppakeskuskiertue7.9.-28.10.				
PRINTTI				
Paikallislehdet6.9.-27.10.				
Isot lehdet (Kärkimedia) 11.9.-8.10.		Kärkimedia 6.-19.11.		
ULKOMAINTO, MUU MAINONTA & VIESTINTÄ				
Katukuva- ja liikennevälineet 18.9.-22.10.			Elokuvateatt. 18.11.-1.12.	
Mediaviestintä: Taustoitavat mediatapaamiset, paikallismedian kontaktointi, juttuideat, järjestömediat, tiedotteet				

- 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 Palveluntarjoajaorganisaatioille kohdennetuissa tapahtumissa:
 - Keväthumaus 28.3., ValtioExpo 10.5., Sosiaali- ja terveydenhuollon ATK-päivät 23. -24.5., My Data Conference 30.8. – 1.9., Yritys 2017 5. - 6.9. sekä Kuntamarkkinat 13. – 14.9.
 - Suorakontaktointi
- **Opastavat aineistot ja tukimateriaalit organisaatioasiakkaille**
 - Materiaalipaketti Suomi.fi-palveluita hyödyntäville organisaatioille tueksi niiden omaan Suomi.fihin liittyvään viestintään ja markkinointiin

2.3 Suomi.fi yrityksille

Vaikka Suomi.fi-yrityspalveluiden (Yritys-Suomen) lanseerauskampanja oli rajattu pois projektin sisällöstä, aktiviteeteissa pidettiin yritysnaökulma esillä, kun se sopi muuhun viestiin. Projektin loppuvaiheessa suunniteltiin yrityspuolen lanseerauksen aktiviteetteja ja yhteistyötä yrityspalveluista vastaavien organisaatioiden kanssa tarkemmalla tasolla, lähinnä tulevaa vuotta varten.

2.4 Riippuvuus Suomi.fi-palveluiden valmiudesta

Projektilla oli hyvin merkittävä riippuvuus KaPAN hankkeiden ja Valtorin toteuttaman palvelukehityksen etenemisestä (erityisesti Viestit-palvelu ja Valtuudet-palvelun käyttöönotto organisaatioissa). Projektin aktiviteettien toteutus vaikeutui, kun kampanjakonsepti ja yksittäiset aktiviteetit piti projektin aikana mukauttaa siihen, että palveluista ei vielä ollutkaan toivottua hyötyä lanseerauksen kohderyhmille.

Aktiviteettien mukauttaminen johti siihen, että markkinointiviesti ei voinut olla niin vahva ja selkeä kuin siinä tapauksessa, että valitut kampanjakärjet olisivat olleet valmiimpia.

3 Organisaatio ja työskentelytavat

Projekti toteutettiin samaan tapaan kuin muut KaPA-ohjelman hankkeet: Toteutusvastuu oli VRK:lla, VM ohjasi toteutusta. Käytännössä ohjaaminen tapahtui ohjausryhmätyöskentelyn kautta. Lisäksi KaPA-ohjelmaryhmä vahvisti projektin ydinasiat: projektisuunnitelma, budjetti, mittarit. Muista hankkeista poiketen markkinointiviestinnän hankinnat tehtiin pääosin VM:n puitesopimusta hyödyntäen.

3.1 Ohjausryhmä

Projektin ohjausryhmän kokoonpano:

- Janne Viskari, VRK; puheenjohtaja (helmikuu-toukokuu 2017)
- Päivi Railotie, VRK; jäsen helmikuu-toukokuu, puheenjohtaja toukokuu-joulukuu 2017
- Jani-Matti Kaukonen, VRK; jäsen toukokuu-joulukuu 2017
- Erja Lohikoski, VM; jäsen
- Kirsi Pispala, VM; jäsen
- Niku Yliluoma, VRK (ext); sihteeri

Lisäksi kutsuttiin Pirjo Koivunen (VRK) asiantuntijaksi ohjausryhmään marras-joulukuuksi.

[Janne Viskari jättäytyi pois ohjausryhmästä toukokuussa ja hänen tilalleen ohjausryhmään nimitettiin Jani-Matti Kaukonen. Päivi Railotie nimitettiin samassa yhteydessä ohjausryhmän puheenjohtajaksi.]

3.2 Projektiryhmä

Aktiviteettien suunnittelussa ja toteutuksessa vastuu oli projektiryhmällä (VRK:n edustaja, ellei toisin mainittu) erityisesti neljällä osa-alueella:

1. Viestintä, Päivi Railotie
2. Markkinointi, Pirjo Koivunen
3. Kampanjakonsepti, Jarmo Valmari, Arcusys
4. Koordinointi, Niku Yliluoma, VRK (ext); hankinnat, Erja Lohikoski, VM

Muut projektiryhmän jäsenet olivat:

- Laura Alho, VRK (ext)
- Susanna Hyvärinen, Kuntaliitto
- Eetu Jokela
- Jani-Matti Kaukonen
- Marko Latvanen
- Maria Miró, TEM
- Sanna Puutonen, Kaiku Helsinki
- Taina Rinta-Kauhajärvi, Kaiku Helsinki

3.3 Kumppanit

Luovan suunnittelutyön ja tuotannon kampanjaa varten teki kumppanina toiminut Markkinointitoimisto Kitchen Oy. Kitchenin projektinhallinnasta vastasivat Kimmo Kena ja Sini Räsänen, toteutuksesta Virpi Kailento ja Tuomas Hautamäki.

Markkinointikampanjan suunnittelun ja käytännön toteutuksen tukena oli Mediatoimisto OMD Finland Oy, viestinnän tukena oli Kaiku Helsinki Oy.

Muita Markkinointitoimisto Kitchenin projektissa käyttämiä alihankkijoita olivat Tuotantoyhtiö Mjolk, 24Mags (kampanjasivusto) ja radiotuotantoyhtiö Hotspot.

3.4 Kokouskäytännöt ja seuranta

Projektiryhmä kokoontui koko projektin ajan joka toinen viikko ja ohjausryhmä noin kerran kuukaudessa. Projekti raportoi etenemisestä säännöllisesti ohjausryhmälle ja tiedotti aktiivisesti KaPA-ohjelman henkilöille ja sidosryhmille.

3.5 Päätöksenteko ja muutoshallinta

Projektin neljän pääosa-alueen omistajat tekivät yhdessä muun projektiryhmän kanssa pienet päätökset ja muutokset ja valmistelivat merkittävämmät päätökset ohjausryhmän ja KaPAN ohjelmaryhmän ratkaistaviksi. Projektin ohjausryhmä teki päätösesitykset KaPAN ohjelmaryhmälle. KaPAN ohjelmaryhmä teki projektia koskevat ylemmän tason suunnitelma- ja budjettipäätökset.

4 Talous

Projekti rahoitettiin KaPA-ohjelman määrärahasta momentilta 28.70.03 Kansallisen tietöalan ohjaus ja kehittäminen. Projektin kuluja maksettiin sekä valtiovarainministeriön että Väestörekisterikeskuksen toimesta ja hankinnat toteutettiin käyttäen olemassa olevia sopimustoimittajia.

Lanseerauksen kustannukset jakautuivat kolmeen päälinjaan:

1. Suomi.fi-palvelujen lanseeraus ns. loppukäyttäjille. Lanseerauksen kärjet pohjautuvat Suomi.fi-verkkopalveluun, Suomi.fi-viesteihin ja Suomi.fi-valtuuksiin. 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.

4.1 Budjetti projektin alkaessa

Lanseerauksen päälinja	Kustannus € + alv
Suomi.fi-palvelujen lanseeraus kansalaisille	1 169 100 €
Suomi.fi-brändin lanseeraus palveluntarjoajille ja sidosryhmille + <i>lisäys Yritys 2017 – tapahtumaan, kesäkuu 2017</i>	236 900 € + 10 000 €
Opastavat aineistot ja käytön tuki yhteensä	91 000 €
Yhteensä	1 507 000 €

4.2 Budjetin lisäys onnistuneen lanseerauksen varmistamiseksi

KaPAn ohjelmaryhmä päätti kokouksessaan 28.6. siirtää Slush-tapahtumaan varatun 100 000 € ulkomainonnan toteuttamiseen. Tämän lisäksi ohjelmaryhmä päätti 29.8.2017 budjetin lisäyksestä ja varauksen tekemisestä ennakoimattomia kuluja varten.

<i>Alkuperäinen budjetti</i>	1 507 000 €
Lisäbudjetti	Kustannus € + alv
Printtimainonta Kärkimediassa (Top 10 sanomalehdet)	50 000 €
Radiomainonta toiston ja jatkuvuuden varmistamiseksi	50 000 €
Opastavat aineistot ja käytön tuki yhteensä	50 000 €
Yhteensä 29.8.2017 jälkeen	1 657 000 €
Alustava varaus projektin loppuvaiheen ennakoimattomia kuluja varten	100 000 €
Yhteensä	1 757 000 €

4.3 Budjetti ja toteuma sekä arvio ylijäämästä

Budjetti: 1 757 000 €

Toteuma.: 1 328 597 €

Ylijäämä vuoden lopussa (mahdolliset vuoden 2018 viestintä- ja markkinointipanostuksiin siirrettävät varat): 265 532 €

Budjetti ja toteuma 31.12.2017 on esitetty yksityiskohtaisesti liitteessä 1, *Lanseerausprojektin budjettitoteuma*.

5 Projektin tulosten mittaaminen ja kokemukset lanseerauksesta

Projektin tavoitteiden toteutumista mitattiin konseptin valmistumisen jälkeen sovittujen mittarien avulla.

Keskeiset havainnot kampanjasta (Liite 5: [Kyselyiden tulokset ja yhteenvedot](#))

- Verkkomainonta toimi panostuksiin nähden parhaiten. TV:llä saavutettiin suurin peitto.
- 61 % vastaajista piti kampanjan aikana tehdystä mainonnasta. Yli 25 % koki sen erottuvan positiivisesti muusta viranomaismainonnasta.
- 55 % koki, että kampanja oli lisännyt kiinnostusta Suomi.fi:tä kohtaan.
- 30 % verkkopalvelun käyttäjistä kokee sen sekavaksi.
- 23% suosittelisi palvelua tutuilleen, mutta suosittelemisindeksi (NPS) oli laskenut -16:een.
- Viestit-palvelun viivästymisen ja Valtuudet-palvelun vähäisen käytön (palveluntarjoajien toimesta) takia osa havaittavuudesta on tulossa vasta kampanjan jälkeen.
- Valtuuttamiseen on odotettavissa paljon kiinnostusta, kun palveluvalikoima laajenee.

Erityisen onnistuneena voidaan pitää mediajulkisuuden määrää (384 artikkelia vuonna 2017, josta lanseerausajanjaksolla 1.6. – 31.12. julkaistiin 273). Tämä toteutui kohdennettujen mediatapaamisten ja toimitusten suorakontaktoinnin avulla.

Alla olevassa taulukossa on arvioitu kampanjan tavoitteiden toteutumista.

Tunnettuuden mittaaminen ja markkinoinnin tavoitavuus	Tavoitetaso	Toteuma
<i>Kuinka suuri osa kohderyhmästä tavoitettiin kampanjalla? (Peitto) (Kohderyhmässä 15-79-vuotiaat on 4,6 miljoonaa henkilöä.)</i>	Peitto: 90 % (OMD tutkimusdataan pohjaten tämän suuruiselle kampanjalle realistinen tavoite.)	92 %
Kampanjan huomioarvo (OMD)	Tavoitetaso määritellään verrokkien pohjalta. (v. 2009 printtimedia, toimiala Informaatio ja yhteiskunta: 65%; Axen leffapeli 2017: 32%)	päivitetään
Suomi.fi-palvelun tunnettuus ja käyttö	Tavoitetaso	Toteuma
<i>Kuinka moni tuntee nimeltä Suomi.fi:n</i>	Tunnettuus: 75 % (kesäkuu 2017: 34 %)	44% (tunnettuuskysely), 61% (kampanja-analyysi, joulukuu)
<i>Kuinka moni on kokeillut palvelua kampanjan aikana</i>	60 % (kesäkuu 2017: 8 % oli käyttänyt viimeisen 6 kk aikana)	30%
Sivustolla viipymisen aika (Toteutus riippuu myös Palvelunäkymät-hankkeen kyvystä lisätä mittaamisen toimintoja.)	4 min / kävijäkyselyt: ”Oliko vierailusi onnistunut?” Nousujohteinen trendi käynnin kestossa kampanjan aikana	N/A
Bounce rate (Ks. ed.)	< 40 % , suositellaan mittaamaan tulokanavaan perustuen.	N/A
Suosittelijat-arvostelijat-indeksi: asteikko -100...100 (<i>Kuinka moni suosittelisi; NPS</i>)	50 (kesäkuu 2017: 37)	-16
Ei enää puhuta ”KaPA-palveluista” vaan Suomi.fi-palveluista	Tutkitaan OwlGroupin suorittaman puolueettoman arvioinnin yhteydessä.	Haastateltavat puhuivat Suomi.fi-palveluista
Positiivinen palaute (Kaiku Helsinki; mediasisältöjen sävy, some-kirjoittelun sävy)	Media kirjoittaa Suomi.fistä pääasiassa neutraalisti tai positiivisesti	Media: 7% positiivinen, 82% neutraali, 11% negatiivinen Some: 2,1%/96%/1,9%
Palveluiden käyttö	Tavoitetaso	Toteuma
Verkkopalvelun kävijämäärät	3 x entisen Suomi.fin kävijämäärä (uniikkeja kävijöitä ka/kk 01-05/2017: 286 044)	138 137 uniikkia kävijää 12/2017
Suomi.fi-viestit mobiilisovelluksen latausmäärä	Alustava: 100 000 (riippuu palvelun valmistumisajankohdasta)	N/A
Valtuudet-palvelun henkilöhenkilö-käyttäjämäärät	Tavoite tarkennetaan (riippuu palvelun osien valmistumisajankohdasta).	N/A

5.1 Kokemukset kauppakeskuskierroilta

Kauppakeskuskierro osoittautui erittäin hyväksi tavaksi lisätä ymmärrystä Suomi.fi-kokonaisuudesta sekä kansalaisten keskuudessa että eri KaPA-ohjelman hankkeissa ja projekteissa. Kierroksen kävijöiden palaute Suomi.fistä oli pääosin hyvin positiivista, joskin palveluiden keskeneräisyys aiheutti monessa yhteydessä hämmennystä.

Kauppakeskuskierroksen kokemukset kartoitettiin yhteenvedon ja kyselyn avulla. Raportit näistä ovat liitteissä 2a, *Esittelijöiden palaute kauppakeskuskierroilta* ja 2b, *Tapahtumanjärjestäjän raportti kauppakeskuskierroilta*.

5.2 Kampanjan vaikutusten arviointi

Mediatoimisto OMD toteutti lanseerauskampanjan puolesta välissä ja loppuvaiheessa kyselyt, joilla mitattiin kampanjan onnistumista. Kyselyiden tulokset on esitetty tiivistetysti yllä olevassa taulukossa ja kokonaisuudessaan liitteissä 3a, *Raportti kampanja-analyysistä lokakuussa 2017* ja 3b, *Kampanja-analyysin loppuraportti joulukuussa 2017*.

5.3 Kampanjan tuoma julkisuus

Kaiku Helsinki ja Owl Group arvioivat kampanjan aikana medianäkyvyyttä ja KaPA-ohjelman viestintää ja yleistä tunnettuutta. Kyselyiden tulokset ja arviot on esitetty liitteissä 4a, *Suomi.fi- ja KaPA-palveluiden maininnat* ja 4b, *Mediasävyt kesäkuu-joulukuun sekä 4c, Mediaraportti_vuosi 2017.pdf*.

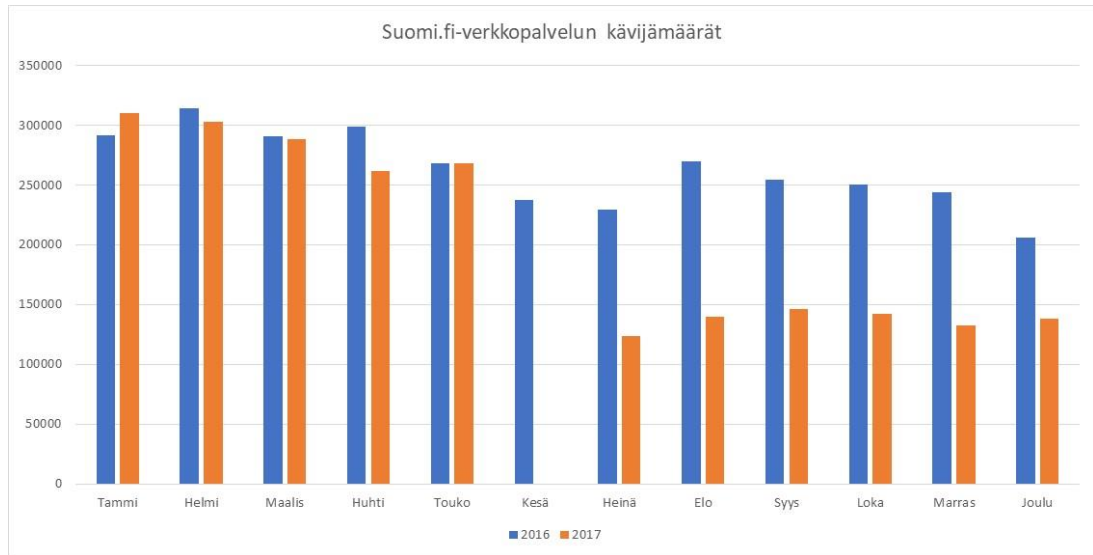
5.4 Suomi.fi-brändin tunnettuus

Suomi.fi-brändin (ja Yritys-Suomi-brändin) tunnettuutta mitattiin ennen ja jälkeen lanseerauskampanjan. Tunnettuuskyselyiden tulokset on esitetty liitteissä 5a-5c:

- a. *Suomi.fi-palvelun tunnettuuskysely, kesä 2017*
- b. *Yrityssuomi.fi-palvelun tunnettuuskysely, kesä 2017*
- c. *Suomi.fi-palvelun tunnettuuskysely, marraskuu 2017*

5.5 Suomi.fi-verkkopalvelun kävijämäärät

Suomi.fi-palvelun kävijämääriä on mitattu ennen palvelun uudistamista ja sen jälkeen.



Kävijämäärät	2016	2017
Tammi	291863	309784
Helmi	314070	302931
Maalis	290357	287972
Huhti	298583	261721
Touko	268147	267813
Kesä	237805	puuttuu
Heinä	229544	123807
Elo	269472	140131
Syys	254664	146313
Loka	250025	142561
Marras	244127	132629
Jouluu	206374	138137

Kävijämäärät ovat pienentyneet uudistetun palvelun lanseerauksen jälkeen.

Kävijämäärien pienemiseen on arvioitu olevan mm. seuraavia syitä:

- Uuden Suomi.fin löydettävyyys hakukoneilla on huono. Tämä johtuu hakutoiminnon puutteellisesta toteutuksesta, mm. selkokielliset urlit ja dynaaminen sivukartta puuttuvat. Ongelmaa pyritään korjaamaan Verkkopalvelua kehitettäessä.

- Vanhaan Suomi.fi palveluun oli paljon linkityksiä muista julkisen hallinnon palveluista. Esim. Lomake.fin kävijät ovat näkyneet Suomi.fin käyttäjinä. Uusi palvelu on nyt PTV-pohjainen, joten vanhat linkit eivät toimi ja menee aikaa ennen kuin muissa palveluissa olevat linkit päivitetään.
- Monet valtion virastot ovat kuvanneet vain osan palveluistaan palvelutietovarantoon, esim. monia keskeisiä lomakkeita ei ole kuvattu. Ilmeisesti osa käyttäjistä on siirtynyt käyttämään näitä lomakkeita suoraan virastojen omilta sivuilta.
- Palveluiden keskeneräisyys, esim. Viestit-palvelun viivästynyt käyttöönotto ja Valtuudet-palvelun vajavaisuus, tekee Suomi.fistä vähemmän houkuttelevan.

5.6 Projektiryhmän kokemukset

Projektin onnistumisen arvioimiseksi tehtiin marraskuun lopulla kysely, jolla kartoitettiin projektin onnistumista. Kyselyn tulosten yhteenveto on esitetty liitteessä 6, *Projektiryhmän arvio projektista*.

6 Jatkotoimenpiteet projektin päätyttyä

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

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

6.1 Projektin jälkeinen aika

Vastuu lanseerauksen jatkuvuudesta – samoin kuin Suomi.fi-palveluiden kehittämisestä – on KaPA-ohjelman jälkeisenä aikana (1.1.2018 alkaen) VRK:lla. Projektin aikana tehtiin suunnitelmat sen varmistamiseksi, että lanseerauksen aikana saavutettu kansalaisten tietoisuus ja ymmärrys Suomi.fistä ja kampanjassa tehdyt markkinointiponnistelut saavat tarvittavan tuen myös jatkossa. Suomi.fin markkinointia on suositeltava jatkaa osana VRK:n normaalia toimintaa.

6.2 Vuoden 2018 suunnitelma

Projektissa tehtiin alustava suunnitelma vuoden 2018 aktiviteeteille. Aktiviteetteja pyritään toteuttamaan mahdollisimman paljon yhteistyössä muiden julkisen hallinnon organisaatioiden kanssa. Yhdistämällä resursseja mahdollistetaan isommat panostukset viestintään ja markkinointiin juuri niillä osa-alueilla, joilla on eniten hyötyjä kullekin organisaatiolle. Myös kohdeyleisö – kansalaiset ja yritykset – saavat konkreettisempia esimerkkejä palvelukokonaisuuden hyödyistä.

Alla olevassa kuvassa on esitetty alustava suunnitelma vuoden 2018 viestintä- ja markkinointi-ym. aktiviteeteista. Aktiviteetteja tarkennetaan yhteistyössä muiden organisaatioiden kanssa.

		Tammikuu	Helmikuu	Maaliskuu	Huhtikuu	Toukokuu	Kesäkuu	Heinäkuu	Elokuu	Syyskuu	Lokakuu	Marraskuu	Joulukuu
		TEM	TEM	Koulutus OPH?	Kela?	Posti?	Maakunta-vaalit?	Vero?	...	Kela, E-tstot ym.?	Vero?
MARKKINOINTI- JA MUUHEISTYÖ	Yrityssektorin markkinointi			Opetussuunnitelma ym.	Verkkopalv., Valtuudet	Muutto-ilmoitus			Tarkistaää-nestyspaikka	Verotuspäätös		Opiskelijat, Studia	Verokortti
			Valtio-konttori?	PTV-asiat?	Palvelu-väylä?				MML?				Hetu-työryhmä
	Maksut-palvelu			Saavutetta-vuusedirektiivi					Kartat-palvelu				Uudistus-tietoa
UUJETI PALVELUT	Suomi.fi yrityksille		Opastavaa markkinointia			Mainontaa?				Viestit?		Valtuudet?	Oma Suomi.fi?
	Viestit, asiointitilinmuutos			Valtuudet Kela?								"Kaikkiäminusta"?	
KUUKAUDEN UUTINEN	Suomi.fi yrityksille					Muutto-ilmoitus			Maakunta-vaalit				Verokortti
TAPAHTUMAT	Lääkäri-päivät					Valtio Expo			Suomi-Areena	MyData	Yritys 2018	MS-Soste	Paikkatieto-markkinat
	Vero- ja tilipäivät		Valtuudet, Viestit, Kela, Varmenteet	Sosiaalialan ammatti-päivät	Lapsi-messut Sote ATK-päivät						Kunta-markkinat		Studia?
				ITPro							ICA Conference		

7 Muut asiat

7.1 Tietoturva ja tietosuoja

Projektissa huolehdittiin tietoturvasta elinkaariajattelun mukaisesti kilpailuttamisen, suunnittelun, toteutuksen, tuotannon ja kehittämisen yhteydessä. Hankintoihin sisällytettiin Valtion tietoturvaohjeen (VAHTI 3/2011) hankinnoille asettamiin tietoturvasoatimuksiin pohjautuen toteutetut tietoturvasoatimukset.

7.2 Menetelmät ja dokumentaatio

Projekti vietiin läpi ketterin menetelmin. Dokumentit ja muu materiaali tallennettiin projektin omalle Confluence-sivustolle (<https://confluence.csc.fi/x/thkEB>), jotta ne olivat sekä projektiryhmän että ohjausryhmän saatavilla. Sivusto on käytettävissä myös projektin jälkeen, ja materiaalit siirretään tarvittaessa muuhun paikkaan jatkokäyttöä varten.

Projektin dokumentit arkistoitiin valtiovarainministeriön MAHTI-asianhallintajärjestelmään seuraaville diaarinumerolle:

VM/350/00.01.00.01/2017: projektisuunnitelma, projektin budjetti, projektin loppuraportti, projektin aikana toteutetut kyselyt ja analyysit

VM/495/02.07.01/2017: Markkinointimateriaalien hankinnat

VM/522/02.07.01/2017: Suomi.fi-mainontaan liittyvät hankinnat

VM/905/02.07.01/2017: Markkinointitoimisto Kitchen Oy:n ja sen alihankkijoiden suunnittelu- ja tuotantotyö

VM/1508/00.01.00.01/2017: projektin ohjausryhmän kokousasiakirjat

Suomi.fi-lanseerausprojekti on esitelty myös valtioneuvoston Hankeikkunassa.

7.3 Riskienhallinta

Riskianalyysi toteutettiin osana projektin vaihetta 1 ja riskejä päivitettiin ja seurattiin koko projektin ajan.

Projektipäällikkö raportoi riskeistä ja niiden hallinnasta ohjausryhmälle. Riskeihin tulleet muutokset tarkasteltiin säännöllisesti projektiryhmässä ja jokaisessa ohjausryhmän kokouksessa. Useimmat riskit olivat luonteeltaan palvelun sisältöön tai toteuttamiseen liittyviä, joten lanseerausprojekti vei havaintojaan VRK:n palveluiden toteuttamisesta vastaaville henkilöille korjaustoimenpiteitä varten.

7.4 Viestintä

Viestintä projektista toteutettiin yhteistyössä eri organisaatioiden omien ja KaPA-ohjelmassa toimivien muiden viestintäryhmien kanssa. Viestintää tehtiin aktiivisesti ja avoimesti koko projektin ajan.

8 Liitteet

<i>Liite nro</i>	<i>Dokumentin nimi</i>	<i>Tiedostonimi</i>
1	Lanseerausprojektin budjettitoteuma	SuomiFi-lanseeraus-budjettitoteuma-final-20180126.xlsx
2a	Esittelijöiden palaute kauppakeskuskierrota	Esittelijoiden_palaute_SuomiFi-kierrota.pdf
2b	Tapahtumanjärjestäjän raportti kauppakeskuskierrota	Raportti_Suomi.fi_kierrota2017_20171117.pdf
3a	Raportti kampanja-analyysistä lokakuussa 2017	SuomiFI_kampanja-analyysi_raportti-lokakuu.pdf
3b	Kampanja-analyysin loppuraportti joulukuussa 2017	Loppuraportti SuomiFI kampanja-analyysi joulukuun 2017
4a	Suomi.fi- ja KaPA-palveluiden maininnat	Owalgroupp-suomifi_Kapa.pdf
4b	Some- ja mediajulkisuuden mediasävyt, kesäkuu-joulukuun	Mediasävyt kesäkuu-joulukuun.pdf
4c	Suomi.fi media- ja someraportti Vuosi 2017	Mediaraportti_vuosi 2017.pdf
5a	Suomi.fi-palvelun tunnettuuskysely, kesä 2017	Suomifi_tunnettuus_Kesa_2017-Tulosityhtenvetoraportti_kuluttaja.pdf
5b	Yrityssuomi.fi-palvelun tunnettuuskysely, kesä 2017	Tulosityhtenvetoraportti-yrityspaattaja_kesa_2017.pdf
5c	Suomi.fi-palvelun tunnettuuskysely, marraskuu 2017	Tulosityhtenvetoraportti kuluttaja syyskuun 2017.pdf
6	Projektiryhmän arvio projektista	Kysely-Suomi.fi-lanseerausprojektissa-mukana-olleille-29112017.pdf