

 Suomi-piste

Suomi-pisteen brändikäsikirja

Versio 2.0

Päivämäärä 3.3.2025

Sisällysluettelo

1. Johdanto	3
2. Brändin lähtökohdat	5
Missio	6
Keitä varten Suomi-pisteet ovat?	7
Kohderyhmät	8
Brändihierarkia	9
Muut brändit samoissa toimipaikoissa	10
Brändin suojaaminen	11
Suomi-pisteiden asiakaspalvelu	12

3. Brändi-identiteetti	19
Nimi, tarina ja äänensävy	20
Brändinimi	21
Suomi-pisteiden nimet	22
Slogan ja palvelulupaus	23
Tarina	24
Viestinnän kielet	25
Äänensävy	26
Puhuttelutyyli	27
Visuaalinen identiteetti	28
Tunnus	29
Typografia	32
Brändivärit	33
Käyttöliittymien liikennevalovärit	34
Opastavat ikonit	35
Kuvitusikonit	36
Valokuvien käyttö	37
Kuvatyyli	38

4. Brändin käyttö ja soveltaminen	39
Viestintä ja markkinointikanavat	40
Verkkosivut	41
Sosiaalinen media	43
Painettu viestintä	45
Brändin sovellutukset	47
Opasteet	49
Tilat	57
Sisustus ja kalusteet	58
Palveluhuoneen suunnitteluohje	59
Päivittäisviestintä Suomi-pisteessä	60
Palveluneuvojen vaatetus	61
Asiakasohjausjärjestelmä	62
Asiakastietokoneet	65
5. Brändin jatkokehittäminen	66

1. Johdanto

Suomi-pisteen brändikäsikirja

Julkisen hallinnon yhteisille asiakaspalvelupisteille on suunniteltu yhtenäinen brändi, joka on kehitetty Suomi.fi-brändin pohjalta. Asiakaspalvelupisteiden brändinimi on Suomi-piste.

Tämän brändikäsikirjan tehtävänä on antaa käsitys ja ohjeet siitä, miten Suomi-pisteen viestintää rakennetaan, millainen brändi on sekä miltä sen viestintä näyttää ja kuulostaa.

Brändikäsikirjan tarkoituksena on varmistaa, että Suomi-pisteen brändi viestii johdonmukaisesti ja tunnistettavasti kaikissa yhteyksissä.

Brändikäsikirja sisältää Suomi-pisteen brändin lähtökohdat, ohjeistuksen Suomi-pisteen tavasta puhua sekä visuaalisen identiteetin graafisen ohjeiston.

2. Brändin lähtökohdat

Missio

”Julkisen hallinnon palveluita asiakaslähtöisesti ja kustannustehokkaasti yhden katon alta.”

Suomi-pisteiden tavoitteena on mahdollistaa asiakaslähtöisempi ja kustannustehokkaampi käyntiasiointipalvelu. Ne ovat osa julkisen hallinnon monikanavaista palvelutarjontaa.

Suomi-pisteet kokoavat julkisen hallinnon palveluita helposti saavutettavaksi yhteen palvelupisteeseen. Palvelua tuotetaan asiakaslähtöisesti, huomioiden kohderyhmien tarpeet ja vaatimukset. Suomi-pisteiden toteutuksessa resursseja kohdennetaan asiakaskokemuksen kannalta keskeisiin asiakaspolun vaiheisiin, jotta palvelua voidaan tuottaa sekä asiakaslähtöisesti että kustannustehokkaasti.

Suomi-pisteiden tehtävä on huolehtia lakisääteisten palvelujen saatavuudesta niille kohderyhmille, jotka eivät pysty käyttämään digitaalisia kanavia. Lisäksi niiden tehtävänä on varmistaa fyysistä läsnäoloa vaativien julkisen hallinnon palvelujen saatavuus kansalaisille.

Keitä varten Suomi-pisteet ovat?

Palvelupisteet on ensisijaisesti tarkoitettu kohderyhmille, joilla on vaikeuksia käyttää digipalveluita. Palvelupisteissä on myös viranomaispalveluita, jotka vaativat käyntiasiointia.

Palvelupisteissä myös avustetaan ja ohjataan käyttäjäkuntaa mahdollisuuksien mukaan digipalveluiden käyttäjiksi.

Brändin rakennuksessa tulee huomioida, että yhteisistä palvelupisteistä ei haluta luoda laajemmalle kohderyhmälle houkuttelevaa vaihtoehtoa palveluille, jotka on mahdollista hoitaa diginä.

Tunnistettut kohderyhmät avataan seuraavalla sivulla.

Kohderyhmät

Tärkeimmät kohderyhmät

1. Tukea tarvitseva yhden palvelun asiakas

- Epävarma mistä ja miten palvelutarpeen vireillepano aloitetaan
- Ei tunne termistöä ja saattaa kokea palveluprosessin sekavaksi
- Tottunut henkilökohtaiseen neuvontaan ja saattaa suhtautua epäluuloisesti sähköistä asiointia kohtaan
- Asiointikynnys saattaa olla korkea esimerkiksi elämänhallinnallisten haasteiden vuoksi

2. Itseohjautuva yksittäisen palvelun asiakas

- Itseohjautuva sähköisten asiointipalvelujen käyttäjä, joka tarvitsee täsmätarpeeseen asiantuntijatapaamisen ajanvarauksella
- Avoin kehitykselle (teknologia, toimintamallit), kunhan ne ovat helppokäyttöisiä ja tarkoituksenmukaisia
- On suunnitelmallinen ja toivoo asioiden hoituvan mahdollisimman tehokkaasti ja vaivattomasti – varaa ajan tai haluaa käyttää jonotusajan hyödyllisesti

Toissijaiset kohderyhmät

3. Tukea tarvitseva usean palvelun asiakas

- Elämäntilanteen muutoksen myötä syntynyt palvelutarve (esim. maahanmuutto, työttömyys)
- Saapuu käyntiasioinnille usein ryhmässä (esim. perhe, pariskunta)
- Kielitaidottomuus ja palvelujärjestelmän vieraus luovat haasteita (esim. asiointituki, tulkkaus)
- Useiden asioiden ja palvelujen vireillepanon tarve samalla käyntikerralla (esim. monialainen asiantuntijoiden yhteistyön tarve)
- Toivoo, että taustoja ei tarvitsisi kerrata jokaiselle toimijalle erikseen

4. Itseohjautuva usean palvelun asiakas

- Tottunut sähköisten asiointipalvelujen käyttäjä, mutta saattaa pistäytyä paikan päälle spontaanisti esim. kauppareissun yhteydessä
- Tarve hoitaa ja vireillepanna useampi asia samaan aikaan
- Itseohjautuva ja valmis käyttämään esim. itsepalvelupäätteitä kunhan ohjeistus on selkeä ja apua saa tarvittaessa

Lähde: Case Pori (Senaatti-kiinteistöt, Porin kaupunki & Pentagon Design, 2020)

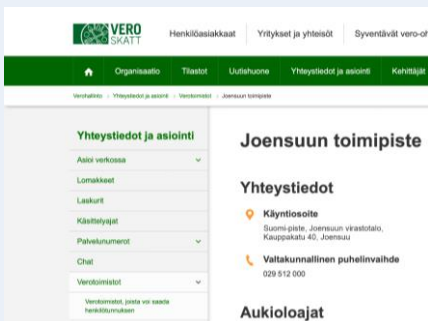
Brändihierarkia

Brändihierarkia määrittelee Suomi-pisteen ja viranomaisten brändien suhteen viestinnässä ja markkinoinnissa. Suomi-pisteen brändillä on hierarkiassa kokoava rooli. Hierarkiassa on kolme tasoa:

1

Palveluntarjoajan ohjaava viestintä

Palveluntarjoajan oma brändi käytössä.



2

Tiedottava ja Suomi-pisteeseen opastava viestintä

Suomi-pisteen brändi käytössä kokoavana brändinä, ja palveluntarjoajien tunnukset näkyvillä alisteisina.



3

Viestintä Suomi-pisteessä

Suomi-pisteen brändi käytössä.



Huomio! Sovellusesimerkkien tekstit ovat esimerkkejä, eivät todellisia viestejä.

Muut brändit samoissa toimipaikoissa

Toimipaikoissa, joissa samoissa tiloissa Suomi-pisteen kanssa toimii muita palveluita kokoavia brändejä, voidaan opastuksessa muut brändit esittää saman arvoisina Suomi-pisteiden brändin kanssa.

Lisäksi muut brändit ja palvelut, jotka ovat tarkoitettu eri kohderyhmälle kuin Suomi-pisteen omat palvelut, voivat näkyä samoissa tiloissa omana brändinään.

Esimerkkejä brändeistä ja palveluista, jotka näkyvät tiloissa omana brändinään:

- Kaupunkien omat turisti-infot (esim. Porissa)
- International House (IH) -brändit. Tähän liittyvää ohjetta tarkennetaan ensimmäisen IH-konseptin soveltamisen yhteydessä.

Brändin suojaaminen

Suomi-pisteiden brändin tarkoituksena on herättää luottamusta ja siksi on tärkeää, että brändiä ei käytetä väärin.

Suomi-pisteille on varattu verkko-osoitteet ***suomi-piste.fi*** sekä ***finlandsdiskens.fi***. Muita samankaltaisia verkko-osoitteita varataan tarvittaessa ja mahdollisuuksien mukaan.

Suomi-piste Finlandsdiskens on rekisteröity tavaramerkiksi, jonka omistaa valtiovarainministeriö (vuodesta 2026 alkaen Lupa- ja valvontavirasto).

Viranomaisille lisensoidaan oikeus tavaramerkin käyttöön.

Suomi-pisteiden asiakaspalvelu

Suomi-pisteiden asiakaspalvelu

Suomi-pisteiden yhteisen asiakaspalvelun taustalla on ymmärrys siitä, mitä ovat ne asiakkaat, joilla on tarve asioida eri viranomaisten palveluissa paikan päällä ja siitä, mikä saa heidät valitsemaan käyntiasioinnin sähköisen asioinnin sijaan. Ymmärrys käyntiasioivista ihmisistä ja heidän tarpeistaan on ohjannut yhteisen asiakaspalvelun suunnittelua ja Suomi-pisteiden toteutusta.

Palvelupisteiden konseptissa määritelty asiakaspolku sekä asiakaskokemuksen tavoitetilä on tiivistetty seuraaville sivuille.

Lue lisää yhteisestä asiakaspalvelusta Suomi-pisteessä:

Yhteisten työympäristöjen konsepti, 2025

api.hankeikkuna.fi/asiakirjat/15d21d3d-3679-4c53-a211-e50c8f1c119e/97913ea4-e59f-4560-bd1b-e9cdd91fdce3/KIRJE_20250214051619.PDF



Suomi-piste

Asioinnin eteneminen Suomi- pisteessä

Asioinnin ja vuorovaikutuksen hetket Suomi- pisteen palveluiden ja henkilöstön kanssa



Asiakas saa tietoa Suomi- pisteestä **viranomaisten omista palvelukanavista, Suomi- pisteen markkinointikanavista**, yhteisöjen tai vertaistuen kautta, sekä muilta kansalaisia neuvovilta tahoilta.

Itsenäinen tiedonhaku

Asiointitarpeen herätessä, asiakas tutustuu asuinpaikkansa lähimmän asiakaspalvelupisteen palvelutarjontaan eri viranomaisten omien ja **Suomi- pisteen verkkosivujen avulla**.

Saapuminen ja asioinnin aloitus

Saapuessaan Suomi- pisteelle asiakas ohjautuu **itsenäisesti viranomaisen palveluun** tai selvittää palvelutarvettaan **yleisen palveluneuvojan** avustamana.

Kokouskeskukseen saapuva kutsuttu asiakas ilmoittautuu saapuessaan Suomi- pisteen aulapalveluun*, josta hän saa vierailijakortin kokouskeskuksessa asioimiseen.

Asiointi

Asiakas voi asioida Suomi- pisteellä **viranomaisen asiantuntijan kanssa kasvokkain** tai **etäpalvelun välityksellä**. Viranomaisen asiantuntijan kanssa asioidessa asiakas ilmoittautuu **ottamalla ilmoittautumislaitteesta vuoronumeron** ja asioi vuorollaan viranomaisen asiantuntijan kanssa. Pienemmissä Suomi- pisteissä ilmoittautuminen voi tapahtua palveluneuvojan ohjaamana.

Asiakas voi asioida myös **asiakastietokoneella, täyttää ja palauttaa lomakkeita tai muita viranomaiselle tarkoitettuja asiakirjoja itsenäisesti, yleisen palveluneuvojan tai viranomaisen asiantuntijan** tukemana.

Kokouskeskuksen asiakas palauttaa vierailijakorttinsa aulapalveluun asiointinsa päätteeksi.

Palautteen antaminen

Asiakas voi antaa palautetta Suomi- pisteessä asioinnin yhteydessä sähköisellä tai paperisella palautelomakkeella tai antaa suullista palautetta Suomi- pisteen asiakaspalvelijoille.

Lisäksi asiakkaalla voi olla mahdollisuus antaa palautetta asiointistaan viranomaisten omissa palautekanavissa (esim. tekstiviesti).

*Kokousvieraiden ilmoittautumiseen kohteissa voi olla käytössä myös virtuaaliaula- palvelu.

Käyntiasiakkaan asiointipolkuihin voi tutustua tarkemmin **Yhteisen asiakaspalvelun käsikirjassa**. Käsikirjassa on kuvattu:

1. Saapumisen ja palveluun ohjautumisen asiointipolku
2. Asiakirjojen jättämisen asiointipolku

Asiointitavat Suomi- pisteessä

YTY:ssä toimivat viranomaiset tarjoavat käyntiasiointipalveluitaan YTY:ssä olevassa yhteisessä asiakaspalvelupisteessä eli Suomi- pisteessä. Suomi- pisteessä voidaan tarjota valtion, kuntien ja hyvinvointialueiden palveluita.

Suomi- pisteet ovat **osa valtionhallinnon monikanavaista palvelutarjontaa**, jossa ensisijaisena palvelukanavana ovat viranomaiskohtaiset digitaaliset palvelut, joita viranomaisten omat puhelinasiointipalvelut ja yhteinen käyntiasiakaspalvelu Suomi- pisteessä täydentävät.

Suomi- pisteet on tarkoitettu ensisijaisesti asiakkaille, joilla on vaikeuksia käyttää digitaalisia palveluita tai jotka asioivat viranomaisten palveluissa, jotka vaativat edelleen käyntiasiointia.

Suomi- pisteessä voi asioida eri viranomaisten omien asiantuntijoiden kanssa viranomaisesta riippuen joko ajanvarauksella tai ilman ajanvarausta. Viranomaisen asiantuntijan kanssa asiointi voi tarkoittaa myös etäpalvelua.

Suomi- pisteessä saa yleistä neuvontaa ja tukea digitaalisten palvelujen käytössä, eli digitukea, palveluneuvojilta, jotka palvelevat kaikkia Suomi- pisteeseen tulevia asiakkaita.

Suomi- pisteeseen voi myös tulla käyttämään asiakastietokonetta itsenäisesti ja esimerkiksi hoitaa asiansa viranomaisten kanssa digitaalisia palveluja käyttäen.

Jotkin **viranomaiset tapaavat asiakkaitaan tai sidosryhmien edustajia myös YTY:n kokouskeskuksessa.**

Suomi- pisteet osana monikanavaista palvelutarjontaa



Sytä sille, miksi ihmiset valitsevat käyntiasioinnin sähköisten palveluiden sijaan

ASIAKAS HALUAA ASIOIDA IHMISEN KANSSA



Käyntiasiointi koetaan miellyttävämpänä, helpompana, tehokkaampana tai ihmislähtöisempänä asiointitapana verrattuna itsenäiseen tai digitaaliseen asiointiin. Osalla asiakkaista voi myös olla haasteita digitaidoissa.

ASIAKAS TOIVOO TUKEA JA NEUVONTAA



Asiakkaat eivät välttämättä tunne eri viranomaisten palveluja. Asiakas ehkä tietää, mitä hän tarvitsee, mutta hän ei tiedä, mistä ja miten asiaa voisi lähteä ratkaisemaan. Voi myös olla, ettei asiakas tiedä, mikä asioinnin juurisyy on tai mitä apua hän tarvitsee.

ASIAKAS TARVITSEE USEAN VIRANOMAISEN APUA



Haastavissa elämäntilanteissa tai muutosten äärellä olevat ihmiset tarvitsevat usein apua monilta eri viranomaisilta. He voivat olla pitkässä asiointisuhteessa Suomi-pisteen viranomaisten kanssa. On myös paljon muita asiakkaita, jotka ovat tyytyväisiä, kun voivat hoitaa useamman asian yhdellä käyntikerralla.

ASIAKAS ON EPÄVARMA TAI PELKÄÄ ITSENÄISTÄ ASIOINTIA



Asiakas voi olla syystä tai toisesta epävarma asioiden hoitamisessa tai hän ei luota viranomaiseen tai omiin taitoihinsa. Suomi-pisteen palvelu voi myös olla ensimmäinen, jota asiakas käyttää ulkomailta Suomeen muutettuaan.

ASIAKKAALLA ON KIELEEN LIITTYVIÄ HAASTEITA



Asiakas ei välttämättä puhu suomea, ruotsia tai englantia niin, että itsenäinen asiointi olisi mahdollista. Asiakkaalla voi myös olla erilaisia muita lukemiseen, ymmärtämiseen tai kielelliseen hahmottamiseen liittyviä haasteita.

ASIAA EI VOI HOITAA KÄYMÄTTÄ PAIKAN PÄÄLLÄ



On monia tarpeita ja asioinnin syitä, joita ei voi ratkaista käymättä paikan päällä Suomi-pisteessä. Näitä ovat esim. henkilötunnuksen antaminen (DVV ja Vero), vihkeminen (DVV), henkilökohtaiset käynnit (TE-toimisto). Lisäksi osa viranomaisista tapaa asiakkaitaan tai sidosryhmiään paikan päällä kokouskeskuksessa (ELY ja AVI).

Mitä asiakaskokemuksella tarkoitetaan Suomi-pisteessä?

Suomi-pisteen asiakaskokemus rakentuu kaikista asiakkaan kohtaamisista Suomi-pisteessä työskentelevien asiakaspalvelijoiden kanssa sekä esim. asiakkaan kokemuksista Suomi-pisteen viestinnästä, tiloista ja palveluista.

Kaikki Suomi-pisteen asiakaspalvelijat vastaavat siitä, että asiointi on sujuvaa ja asiakkaalle syntyy käynnistä hyvä kokemus. Jokaisella viranomaisen asiantuntijalla oma erityinen osaamisalueensa, mutta asiakkaalle Suomi-pisteen asiakaspalveluhenkilöstö näyttäytyy yhtenäisenä kokonaisuutena.

Suomi-pisteen yhteisissä rooleissa toimivat asiakaspalvelijat (palveluneuvojat ja aulapalvelun henkilöstö, joista tarkemmin luvussa 3) ovat erityisen tärkeässä asemassa asiakaskokemuksen muodostumisessa. He kantavat vastuuta asiakaskokemuksesta koko asiointipolun ajan.

Suomi-pisteen asiakaskokemus muodostuu mm. seuraavista osatekijöistä:

- Odotukset, oletukset, viestintä ja ennakkotiedot
- Sijainti, aukioloajat, saavutettavuus ja saapuminen
- Tilat, palveluympäristö, opasteet
- Kohtaaminen ja vuorovaikutus asiakaspalvelijoiden kanssa
- Palvelun sujuvuus ja helppokäyttöisyys
- Palvelujen kattavuus ja hahmotettavuus
- Sosiaalinen vuorovaikutus tilassa, muut asiakkaat
- Itsepalvelu, digitaaliset laitteet ja palvelukanavat

Asiakaskokemukseen vaikuttavat kokonaisvaltaisesti palvelun herättämät tunteet, mielikuvat ja havainnot. Jokaiselle kävijälle muodostuu oma henkilökohtainen asiakaskokemuksensa Suomi-pisteestä käynnin aikana.

Suomi-pisteen yhteisenä tehtävänä on helpottaa asiakkaan arkea, antaa tukea hänen erilaisiin tarpeisiinsa ja auttaa asiointissa eteenpäin – parhaassa tapauksessa lisätä asiakkaan osallisuutta ja luottamusta yhteiskuntaa kohtaan.



Suomi- pisteen asiakaskokemuksen tavoitetilä

**Kun asiakas saapuu
Suomi- pisteeseen**

**Kun asiakas asioi Suomi- pisteessä eri
asiakaspalvelijoiden kanssa**

**Kun käynti Suomi-
pisteessä on päättymässä**

Ensivaikutelma ja kohtaaminen

Palvelutilanne ja sen ohjaaminen

Kokemuksen saattaminen loppuun

**Hyvä ensivaikutelma luo pohjan
asiakaskokemukselle**

Asiakas muodostaa kuvan Suomi- pisteestä jo käynnin ensisekuntien aikana. Asiakas otetaan vastaan heti hänen saavuttuaan ja luodaan tunne siitä, että täältä saa apua.

**Asiakas autetaan alkuun asioinnissa
ja palvelu on sujuvaa**

Asiakkaan on helppo päästä asioinnissa alkuun. Hän saa ennakoivaa tietoa ja ohjeet heti saavuttuaan. Asiakas ohjataan sujuvasti viranomaiselta toiselle.

**Asiakas saa tarvittavan avun ja
tukea asioinnin aikana**

Ammattitaitoista tukea ja ohjausta on saatavilla koko asioinnin ajan. Asiakkaan tarpeeseen pyritään löytämään paras mahdollinen ratkaisu.

**Asiakkaalle syntyy myönteinen
kokemus asioinnista**

Asiakkaan asia voi tulla kerralla ratkaistuksi tai edellyttää jatkovaiheita. Asioiden kulkuun ei aina voi vaikuttaa, mutta voidaan vaikuttaa mielentilaan, jolla asiakas poistuu.

**Asiakkaan olo on tervetullut ja hänet
kohdataan arvostavasti**

Asiakas voi miettiä monenlaisia kysymyksiä saapuessaan ja tilanne voi jännittää. Asiakaspalvelijat luovat asiakkaalle yhdessä tervetulleen olon sanoilla ja eleillä.

**Asiakas tulee ymmärretyksi ja
häntä kuunnellaan empaattisesti**

Asiakkaalla voi olla huoli, ettei häntä ymmärretä tai ettei hän tule kohdatuksi. On tärkeää pyrkiä asettumaan empaattisesti asiakkaan asemaan.

**Asiakas kokee olonsa turvalliseksi
asioinnin eri vaiheissa**

Asiakas voi kokea olonsa turvalliseksi ja luottaa asiantuntijoihin - myös yksityisyyden- ja tietosuojan osalta. Palvelutilannetta jäsenetään ja sanoitetaan selkeästi.

**Asiakkaan luottamus ja tunne
osallisuudesta vahvistuu**

Hyvä asiakaskokemus vahvistaa osallisuutta jja lisää luottamusta viranomaisia ja yhteiskuntaa kohtaan.

3. Brändi-identiteetti

≡ Suomi-piste

Nimi, tarina ja äänensävy

Brändinimi

Julkisen hallinnon yhteisillä asiakaspalvelupisteillä on suomen- ja ruotsinkieliset brändinimet, joita käytetään aina pisteistä viestiessä:

- Suomenkielinen brändinimi on **Suomi-piste**
- Ruotsinkielinen brändinimi on **Finlandsdisk**
- Englanninkielisessä kommunikaatiossa käytetään suomenkielistä brändinimeä **Suomi-piste**

Suomi-pisteestä on käytössä myös vakiintuneet selitteet, jos palvelupisteeseen on tarve viitata yleisnimellä:

- Suomeksi **palvelupiste**
- Ruotsiksi **serviceställe**
- Englanniksi **service point**



Suomi-pisteiden nimet

Eri kuntien ja kaupunkien Suomi-pisteiden nimet muodostetaan alla olevan esimerkin mukaisesti. Palvelupisteissä käytetään aina Suomi-pisteen tunnusta, mutta viestinnässä (tekstissä ja puheessa) voidaan viitata kunnan tai kaupungin palvelupisteen omaan nimeen.

Esimerkkinä Lahden Suomi-pisteen nimeäminen:

- Suomeksi **Lahden Suomi-piste**
- Ruotsiksi **Finlandsdisken i Lahtis**
- Englanniksi **Suomi-piste in Lahti**

Slogan ja palvelulupaus

Suomi-pisteiden viestintä ja markkinointi tulee olemaan pääasiassa tiedottavaa – ei slogan-vetoista.

Slogan:

Tietoa ja palveluja elämäsi tilanteisiin

Suomi-pisteiden sloganina voidaan käyttää Suomi.fi:n slogania *Tietoa ja palveluja elämäsi tilanteisiin*. Slogania käytetään viestinnässä ja markkinoinnissa harkiten.

Palvelulupaus:

Julkisen hallinnon käyntiasiointipalvelut kootusti yhdestä paikasta

Palvelun rajatun kohderyhmän vuoksi Suomi-pisteille on määritelty oma palvelulupaus.

Tarina

Suomi-piste – Julkisen hallinnon käyntiasiointipalvelut kootusti yhdestä paikasta

Suomi-piste kokoaa julkisen hallinnon palvelut yhteiseen palvelupisteeseen. Samassa paikassa voidaan tarjota valtion, kuntien, hyvinvointialueiden ja digitukitoimijoiden palveluita.

Asiakkaan elämää helpotetaan tarjoamalla useamman palveluntuottajan palvelut yhden katon alta. Samalla viranomaisten yhteistyö paranee, kun työtä tehdään ja asiakkaat kohdataan samoissa tiloissa. Palveluja tarjotaan asiakaslähtöisesti, ja toimintoja kehitetään jatkuvasti.

Ensisijaisesti Suomi-pisteet tarjoavat palveluita asiakkaille, jotka eivät pysty hoitamaan asiointiaan digitaalisissa palvelukanavissa. Suomi-pisteestä saa myös neuvontaa, tukea ja opastusta sähköiseen asiointiin. Lisäksi Suomi-piste tarjoaa viranomaispalveluita, jotka palvelun luonteen vuoksi vaativat läsnäoloa.

Suomi-pisteen tekniset ja tilaratkaisut takaavat tietoturvallisen asioinnin, ja asiakkaan tietoja käsittelevät vain valtuutetut henkilöt. Viranomaisten omat palvelut pysyvät ennallaan Suomi-pisteissä. Asiointi on helppoa ja luotettavaa.

Viestinnän kielet

Suomi-pisteen viestinnän ja markkinoinnin kielet ovat suomi, ruotsi ja englanti.

Jos suomen- ja ruotsinkieltä käytetään rinnakkain, ne esitetään visuaalisesti samanarvoisina.

Tarvittaessa viestintää toteutetaan myös saamen kielillä (inarin-, koltan- ja pohjoissaamella).

Äänensävy

Suomi-pisteissä käytetään selkeää, helppotajuista yleiskieltä. Suomi-pisteiden viestinnän, markkinoinnin ja palvelutilanteiden puhuttelutyylillä mukailee Suomi.fi:n puhuttelutyylä (*seuraavalla sivulla*).

Viestinnän äänensävy

Viestinnässä ja markkinoinnissa käytetään selkeää, helposti ymmärrettävää yleiskieltä. Viestintä on sävyltään opastavaa ja tiedottavaa. Mielikuvallista ja tulkinnanvaraista viestintää vältetään. Asiakasta sinutellaan.

Palvelutilanteiden äänensävy

Palvelutilanteissa asiakas kohdataan arvostavasti, empaattisesti ja yhdenvertaisesti, riippumatta hänen asiointinsa syystä tai kyvystään asioida. Tärkein asia kerrotaan aina ensin. Palvelutilanteissa käytetään helppotajuisia lauseita: asiakkaita opastetaan selkeästi ja lyhyin lausein. Asiakaspalvelussa huomioidaan kohderyhmien erityispiirteet.

Puhuttelutyö

Suomi-pisteiden viestinnän, markkinoinnin ja palvelutilanteiden puhuttelutyö mukailee Suomi.fi:n puhuttelutyötä. Suomi.fi:n puhuttelutyö on määritelty seuraavasti:

- Pääsääntö on, että puhutellaan ja kohdistetaan sisältö sen käyttäjälle. Neutraalimpaa esitystapaa harkitaan tarvittaessa sisältökohtaisesti.
- Tekstintuotannossa käytetään yksinkertaisia ilmaisuja ja tuttuja sanoja. Lyhenteet ja vaikeat termit selitetään, jos niitä on pakko käyttää. Käytetään täsmällisiä verbejä – *esim. saada, hakea, kirjoittaa, postittaa* – joihin liitetään selvä subjekti silloin, kun sellainen on.
- Palvelutilanteissa käyttäjää tuetaan ja ohjataan selkeästi ja ytimekkäästi. Passiivia vältetään.
- Ympäripyöreyttä ja epäinformatiivisia lauseita vältetään.
- Tärkein asia kirjoitetaan tekstin alkuun, ja teksti on lyhyttä ja helppolukuista. Käydään suoraan asiaan, taustoituksen paikka on tekstin lopussa.
- Tekstit kirjoitetaan palvelun käyttäjän näkökulmasta, ei organisaatiolähtöisesti. Tekstin tulee olla kantaaottamatonta, objektiivista ja arvovapaata.
- Palvelun laajuuden vuoksi sen tulee kestää aikaa mahdollisimman hyvin. Tekstin täytyy vahvistaa vaikutelmaa palvelun luotettavuudesta ja hallinnon yhteisistä toimintatavoista. Teksti ei tue byrokraattisuutta, vaan on lähellä ihmistä.



Suomi-piste

Visuaalinen identiteetti

Tunnus

Suomi-pisteen tunnus mukailee Suomi.fi-brändin tunnusta. Tunnuksessa yhdistyvät sininen lippumerkki ja logotyyppi.

Tunnuksesta on kieliversiot suomeksi ja ruotsiksi.

- Suomenkielistä tunnusta käytetään suomen- ja englanninkielisessä viestinnässä.
- Ruotsinkielistä tunnusta käytetään ruotsinkielisessä viestinnässä.
- Jos viestintää tehdään sekä suomeksi että ruotsiksi, käytetään molempia tunnuksia rinnakkain samanarvoisina.



Suomi-piste



Finlandsdiskens

Tunnuksen käyttö

Tunnuksesta on käytössä ensisijaisesti kaksi versiota: sininen ja valkea tunnus.

Sinistä tunnusta (1)

käytetään aina valkoisella pohjalla.

Valkeaa tunnusta (2)

käytetään aina tummansinisellä pohjalla.

Värillistä negatiivitunnusta (3)

käytetään tummien taustojen päällä.

Lippumerkkiä (4)

voidaan käyttää tunnisteena tilanteissa, joissa koko tunnuksen käyttö ei ole mahdollista esimerkiksi rajallisen tilan vuoksi.

Tunnuksen mustavalkoisia versioita (5–6)

käytetään silloin, kun värillisten versioiden käyttö ei ole mahdollista.

1. Sininen tunnus



Suomi-piste

2. Valkea tunnus



Suomi-piste

3. Värillinen negatiivitunnus



Suomi-piste

4. Lippumerkki



5. Mustavalkoinen tunnus



Suomi-piste

6. Mustavalkoinen negatiivitunnus



Suomi-piste

Tunnus opasteissa

Suomi-pisteissä asiakasta opastetaan kolmella kielellä: suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi. Opasteissa käytetään sekä suomen- että ruotsinkielistä tunnusta.

Opasteissa tunnuksen yhteyteen lisätään tarvittaessa avaavat selitteet suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi. Suomi-pisteestä on käytössä vakiintuneet selitteet eri kielillä:

- suomeksi **palvelupiste**
- ruotsiksi **serviceställe**
- englanniksi **service point**

Palveluntarjoajien tunnukset näkyvät alisteisina.

Suomi-piste Finlandsdisken Palvelupiste Serviceställe Service point	
 Muuttamasiirtovirasto Migraationsverket Finnish Immigration Service	Ajanvarauksella ma-pe 8.15-16.00
 Muuttamasiirtovirasto Migraationsverket Finnish Immigration Service 	Ilman ajanvarausta ma- pe 9- 12 Ajanvarauksella ma-pe 12-16
 Muuttamasiirtovirasto Migraationsverket Finnish Immigration Service 	Ajanvarauksella ma-pe 8.15-16.00
	Ilman ajanvarausta ma- pe 9- 12 Ajanvarauksella ma-pe 12-16
 Ulosottolaitos Utsökningsverket	Ajanvarauksella ma-pe 8.15-16.00
 TE-palvelut Ahja-työskenteläjä TE services	Ilman ajanvarausta ma- pe 9- 12 Ajanvarauksella ma-pe 12-16

Typografia

Suomi-pisteen typografia noudattaa Suomi.fi-brändin määriteltyä typografiaa. Brändin määriteltyjä fonttiperheitä on kolme: *Whitney*, *Source Sans Pro* sekä *Calibri*.

- Graafisessa materiaalissa (esim. markkinointi) käytetään **Whitney**-fonttiperhettä.
- Digitaalisissa sovelluksissa ja palveluissa käytetään **Source Sans Pro** -fonttiperhettä.
- Yleisissä toimistosovelluksissa käytetään **Calibri**-fonttiperhettä.

Markkinointimateriaalit

Whitney Book

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö

Digitaaliset sovellukset ja palvelut

Source Sans Pro Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö

Toimistosovellukset

Calibri Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö

Brändivärit

Suomi-pisteen väripaletti on rajattu versio Suomi.fi:n väripaletista. Brändin päävärit määrittävät brändin yleisilmeen.

- Päävärit ovat **suomi, valkea ja musta**.
- Lisäksi voidaan käyttää neljää täydentävää väriä: **kaamos, järvi, lakka ja tunturi**.

Värien käytössä ja väriparien muodostuksessa kiinnitetään erityistä huomiota saavutettavuuteen.

Päävärit

Suomi

Pantone 294 C
C100 M75 Y0 K45
#003479
R0 G52 B121

Valkea

(paperi/peittovalkoinen)
C0 M0 Y0 K0
#FFFFFF
R255 G255 B255

Musta

Pantone Black C
C0 M0 Y0 K95
#202020
R32 G32 B32

Täydentävät värit

Kaamos

Pantone 295 C
C100 M85 Y20 K45
#002E5F
R0 G46 B95

Järvi

Pantone 660 C
C75 M45 Y0 K0
#2A6EBB
R42 G110 B187

Lakka

Pantone 158 C
C0 M70 Y100 K0
#EA7125
R234 G113 B37

Tunturi

Pantone 429 C
C8 M2 Y2 K35
#A5ACB0
R165 G172 B176

Käyttöliittymien liikennevalovärit

Suomi-pisteiden palveluympäristön digitaalisissa käyttöliittymissä voidaan käyttää Suomi.fi:n käyttöliittymien liikennevalvärejä.

- Käyttöliittymien liikennevalvörit ovat **vihreä, keltainen ja punainen**.

Käyttöliittymävörit on tarkoitettu ainoastaan käyttöliittymiin (esim. asiakaspalvelulaitteisiin), ei fyysiseen käyttöön. Käyttöliittymävärejä ei saa käyttää muualla.

Käyttöliittymien liikennevalvörit

Vihreä

#00B38A

R0 G179 B138

Keltainen

#F4AA00

R244 G170 B0

Punainen

#C13832

R193 G56 B50

Opastavat ikonit

Ikoneilla on keskeinen rooli asiakkaiden opastamisessa. Suomi-pisteelle on suunniteltu omia saavutettavia ikoneita opastamisen tarpeita varten. *Opastavia ikoneita* käytetään vain tilojen opasteissa, ja tilojen opastuksessa käytetään vain näitä ikoneita.

Ikoneit on suunniteltu Suomi-pisteen brändi-ilmeen muotokieltä mukaillen ja saavutettavuus huomioiden. Ikonit kuvaavat Suomi-pisteessä asiointia, tiloja ja palveluympäristön toiminnallisuuksia.

Ikoneista on kolme eri väriversiota, valkoinen (valkea), sininen (suomi) ja musta. Opasteissa käytetään lähtökohtaisesti valkoista ikonia sinisellä väritaustalla.



Itsepalvelualue



Ilmoittautuminen
vuoronumerolaitteella



Esteetön



Aulapalvelu



Asiakastietokone



Nainen



Mies



Lomakepiste



Lastenhoito



Kokouskeskus



Odotusalue



Nuoli ylös



Nuoli vasemmalle



Nuoli oikealle



Nuoli alas



Asiakirjan jättäminen



Viranomaisen
asiakaspalvelu



Vihkitila



Unisex



Palveluneuvoja

Kuvitusikonit

Esimerkkejä Suomi.fi:n kuvitusikoneista

Suomi-pisteen viestinnässä voidaan tarvittaessa hyödyntää Suomi.fi:lle luotuja kuvitusikoneita. **Kuvitusikoneita** käytetään vain viestinnässä, ja näitä ikoneita ei käytetä koskaan tilojen opastuksessa.

Kuvitusikonit kuvaavat sisällössä esitettäviä elämäntilanteita ja aihealueita. Ikoneissa käytetyt värit ovat vaaleanharmaa (tunturi) ja oranssi (lakka). Suomi.fi-palveluissa jokaisella kuvitusikonilla on teema, joka antaa osviittaa käyttötarkoituksesta.



Lataa kuvitusikonit aineistopankista:

Suomi.fi Design System
designsystem.suomi.fi/styles/icons/

Valokuvien käyttö

Viestinnässä ja markkinoinnissa voidaan käyttää myös valokuvia. Valokuvia ei kuitenkaan käytetä Suomi-pisteiden tilojen opasteissa tai ohjeistuksissa.

Viestinnässä tulee olemaan erilaisia kuvatarpeita. Kuvien suunnittelussa ja toteutuksessa hyödynnetään Suomi.fi:n olemassa olevaa kuvaohjeistusta ja kuvien ilmettä. Valokuvina käytetään valokuvia aidoista tilanteista. Tekoälyllä ei tuoteta valokuvia kuvituksiksi.

Nykyistä Suomi.fi:n kuvapankkia ei voida hyödyntää, koska kuvien käyttöoikeus on vain DVV:llä.

Esimerkkejä Suomi.fi:n kuvatyylistä



Kuvatyyli

Suomi-pisteiden kuvatyyli mukailee Suomi.fi:n kuvatyyliä. Kuvien suunnittelussa ja toteutuksessa hyödynnetään Suomi.fi:n olemassa olevaa kuvaohjeistusta:

Brändikuvat kuvaavat aitoa, samaistuttavaa ja sujuvaa Suomea. Kuvausympäristöt valitaan niin, että ne ovat samaistuttavia eri puolilla Suomea asuville suomalaisille.

Kuvien sävy maailma on raikas. Valo on pehmeää skandinaavista, aavistukseen viileää valoa. Kuvien tausta on selkeä ja rauhallinen.

Henkilöiden tulee mahdollisuuksien mukaan olla aitoja. Kuvien pitää olla Suomessa otettuja, mutta ihmisten ei kuitenkaan tarvitse olla kantasuomalaisia. Kuvamaailmassa korostetaan monimuotoisuutta. Aiheina voivat olla esimerkiksi arjen tilanteet ja työelämä. Kuvituksena voidaan käyttää myös abstrakteja kuvia.

Kuvia käytetään rohkeasti suuressa koossa ja pienistä kuvista muodostuvia kollaaseja vältetään. Kuvien asemointi ei saa koskaan häiritä lukemista. Tekstiä voidaan käyttää kuvien päällä harkitusti, mutta tekstin ja taustan välisestä riittävästä kontrastista on silloin huolehdittava.

Vältettäviä asioita

- Kuvissa ei saa näkyä tuotemerkkejä.
- Vältetään uskonnollisia tai poliittisia viittauksia sekä voimakkaita tunteita.
- Kuvat, joissa ihminen rajataan osin pois, eivät saa olla liian kaukaa otettuja.
- Kuvien taustoissa ei tule olla liiallista liikettä tai vahvoja pystylinjoja.
- Kuvia ei saa sävyttää eikä niitä saa muokata liian tummiksi tai haaleiksi.



Suomi-piste

4. Brändin käyttö ja soveltaminen

Viestintä- ja markkinointikanavat

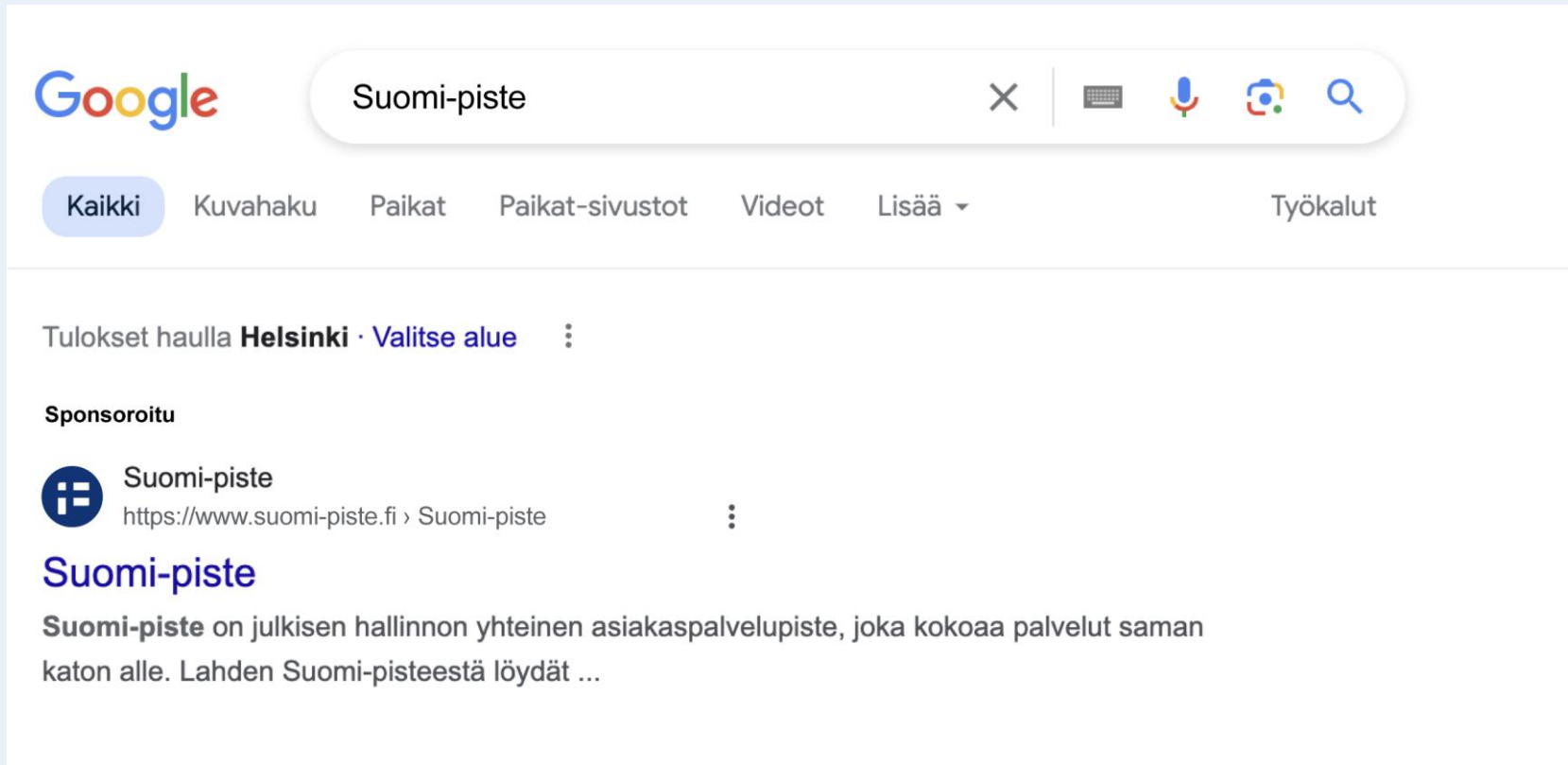
Verkkosivut

Suomi-pisteiden pääasiallinen viestintäkanava on verkoston omat verkkosivut.

Verkkosivujen varsinaiset verkko-osoitteet ovat suomi-piste.fi ja finlandsdisken.fi.

Verkkosivut ovat digitaalinen julkisivu viranomaisten varsinaiselle palveluihin liittyvälle tiedolle, jota ylläpidetään palvelutietovarannossa ja Suomi.fi-verkkopalvelussa.

Verkkosivujen ja siten käyntiasiointipalvelujen löydettävyyttä digitaalisessa ympäristössä voidaan vahvistaa hakukoneoptimoinnilla. Hakukonenäkyvyyttä voidaan parantaa keskitetyn ratkaisun ja työkalun avulla.



Esimerkittävä kuva hakukonemainonnasta



Sosiaalinen media

Suomi-pisteiden verkoston tunnettuuden lisäämiseksi voidaan toteuttaa kampanjoita sosiaalisessa mediassa. Suomi-pisteiden omien somekanavien rakentamisesta kuitenkin pitäydytään toistaiseksi.

Asiakastarpeen niin vaatiessa some-viestintäkampanjoita voidaan toteuttaa yhteistyössä viranomaisten kanssa. Tällöin tukeudutaan viranomaisten olemassa oleviin kanaviin.

Suomi-pisteen omien somekanavien perustamista voidaan harkita tulevaisuudessa, jos asiakastarvetta ilmenee. Ennen somekanavien perustamista tulee päättää, ketkä koordinoivat kanavia ja miten, sekä mitä sisältöä kanavissa julkaistaan.

**Suomi-piste on julkisen
hallinnon yhteinen
asiakaspalvelupiste,
joka kokoaa palvelut
saman katon alle.**



Suomi-piste



**Finlandsdisken
är ett gemensamt
kundserviceställe för den
offentliga förvaltningen
som samlar tjänsterna
under samma tak.**



Finlandsdisken



**Suomi-piste service point
is a joint customer service
point for public administration,
gathering services under
the same roof.**



Suomi-piste



Esimerkittävät kuvat sosiaalisen median sisällöstä



Suomi-piste

Painettu viestintä

Printtaviestintää käytetään harkiten ja vain tilanteen sitä vaatiessa.

Flyereitä voidaan hyödyntää ja toteuttaa paikallisesti viestinnän tarpeisiin. Flyereitä voidaan tarjota jaettavaksi esimerkiksi muissa valtion tarjoamissa palvelupaikoissa (kuten kirjastot) ja keskeisille kolmannen sektorin toimijoille.

Lehtimainontaa ei pääsääntöisesti tehdä. Lehtimainontaa voidaan kuitenkin harkita tapauskohtaisesti tärkeimpien viestien (esim. uuden palvelupisteen avaaminen) kohdalla kohderyhmän tavoittamiseksi. Lehtimainonnassa huomioidaan aina kustannustehokkuus.



Esimerkittävä kuva flyeristä

Brändin sovellutukset

Brändin sovellutukset

Suomi-pisteelle on toteutettu erilaisia sovellutuksia Suomi-pisteen brändin mukaisesti. Aineistopankki täydentyy jatkuvasti.

Suomi-pisteelle luotuja sovellutuksia, mallipohjia ja työkaluja:

- PowerPoint-mallipohja
- Digitaalisten infonäyttöjen näyttöpohja
- Ilmoituspohja printtauskäyttöön
- Opastavat ikonit

Lataa sovellutukset ja mallipohjat aineistopankista:

Suomi-pisteen aineistopankki

→ linkin ja tunnukset voi pyytää valtiovarainministeriöstä



Opasteet

Opasteet

Opasteiden merkitys hyvän palvelukokemuksen tarjoamisessa on ensisijaisen tärkeä. Suomi-pisteen opastamisen ja viestinnän ratkaisut auttavat asiakasta ohjautumaan Suomi-pisteen tiloihin, palveluihin ja toimintoihin.

Suomi-pisteiden opastus noudattaa kaikille sopivan suunnittelun periaatteita. Lähtökohtaisesti opasteet tuotetaan tummalla pohjalla (suomi) ja valkoisilla (valkea) teksteillä tai ikoneilla. Suomi-pisteelle on suunniteltu omia saavutettavia ikoneita, joilla on keskeinen rooli asiakkaiden opastamisessa. Opasteissa olevat tekstisisällöt toteutetaan kolmella kielellä: suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi. Tarvittaessa opasteet toteutetaan myös saamen kielillä (inarin-, koltan- ja pohjoissaamella).

Seuraavilla sivuilla on esitetty tiivistelmä Suomi-pisteiden opastuskonseptista.

Lue lisää opasteiden tarkemmista suunnitteluperiaatteista:

Suomi-pisteiden opastuskonsepti, 2025

https://api.hankeikkuna.fi/asiakirjat/15d21d3d-3679-4c53-a211-e50c8f1c119e/435eba1e-7162-4dc5-a997-d940caf65c3a/LIITE_20250314114015.PDF



Suomi-piste

Suomi-pisteessä opastettavat aiheet

Suomi-pisteen opastuksen viestisisällöt auttavat asiakasta ohjautumaan Suomi-pisteen palveluihin, toimintoihin ja tiloihin. Asiakkaiden ohjautumisen ohella opasteet vahvistavat Suomi-pisteiden brändin näkymistä käytännön tasolla.

1

Tilojen opastaminen

- Palveluhuoneet tai -pisteet
- WC-tilat
- Odotustilat
- Itsepalvelualue
- Vihkitila
- Kokoustilat

2

Suomi-pisteen ja viranomaisten palveluiden hahmottaminen

- Suomi-pisteessä asiointin tavat
- Aukiolo- ja palveluajat
- Palveluneuvoja
- Aulapalvelu

3

Toiminallisuuksien opastaminen

- Ilmoittautumis- ja vuoronumerolaite
- Asiakastietokoneet ja monitoimilaitteet
- Palautuslaatikko tai -laatikot
- Lomakepiste

4

Itsenäistä asiointia tukevat ohjeistukset

- Asiakirjojen jättäminen
- Asiakastietokoneiden käyttö
- Paperisten lomakkeiden löytäminen

5

Suomi-pisteen brändi

- Suomi-pisteen visuaalinen ilme ja viestintä

Opastettaviin aiheisiin soveltuvat opasteratkaisut

Suomi-pisteessä opastettaviin sisältöihin hyödynnetään erilaisia opasteratkaisuja. Erilaisten opasteratkaisujen avulla varmistetaan, että palveluympäristössä näkyvät viestit ja ohjeet ovat selkeästi havaittavissa ja asiakas kohtaa ne oikea-aikaisesti asiointinsa polulla.



Kaikille sopiva opastus

Suomi-pisteiden opastus noudattaa *kaikille sopivan suunnittelun* periaatteita. Kaikille sopiva suunnittelu tarkoittaa hyvää suunnittelua ja suunnitteluratkaisuja, jotka huomioivat ihmisten erilaiset tarpeet, toiveet ja toimintakyvyn sekä esteettömyyden. Suomi-pisteen kaikille sopiva opastus palvelee moninaisia käyttäjiä – toimintakyvystä riippumatta – ja edesauttaa omatoimisen asioinnin toteutumista.

Suomi-pisteen opasteet ovat visuaaliselta ilmeeltään selkeitä ja johdonmukaisia.

Opasteet ovat kooltaan riittävän suuria ja ne hahmottuvat tummuuskontrastiltaan ympäristöstään. Opasteissa käytetyt tekstit ja ikonit hahmottuvat selkeästi kyltin taustasta. Kirjasin on muodoltaan selkeä ja helposti luettava, ja kirjaimet kooltaan riittävän suuria. Tekstin tukena opasteissa käytetään helppotajuisia ikoneita, jotka kuvaavat tilojen palveluita ja toiminallisuuksia, ja jotka palvelevat myös **kieli- tai lukutaidottomia** henkilöitä.

Selkeä, ymmärrettävä ja katkeamaton opastus mahdollistaa kaikille käyttäjille mutkattoman ja vaivattoman asioimisen. Mutta erityisesti tästä hyötyvät ns. **helppokäyttäjärhyhmän edustajat** (ks. käsitteen määrittely oikealla).

Liikkumisesteisen henkilön kannalta oleellista on esteettömien reittien ja palveluiden, kuten esteettömien wc-tilojen sekä esteettömien palvelupisteiden, opastaminen.

Näkövammaisia henkilöitä huomioidaan tuntoon ja ääneen perustuvilla opastusratkaisuilla.

Sukupuolivähemmistöjä huomioidaan järjestämällä tiloihin sukupuolineutraali WC-tila, esimerkiksi merkitsemällä esteetön wc-tila pyörätuolisymbolin lisäksi unisex-symbolilla.

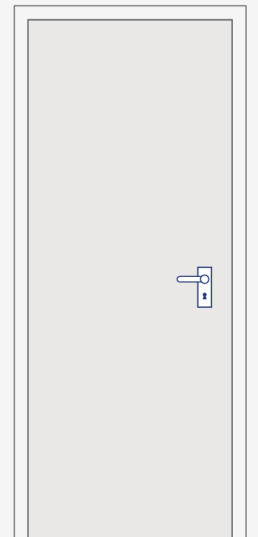
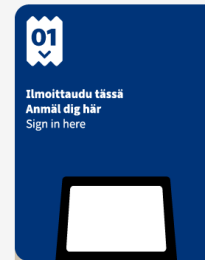
Opastussuunnittelua tehtäessä, voidaan liikkumis- ja toimimisesteiset henkilöt jakaa karkeasti kolmeen ryhmään:

- Liikkumisesteiset henkilöt
- Näkövammaiset henkilöt
- Helppokäyttäjät

Helppokäyttäjärhyhmässä yhdistyy useita samankaltaisia toimintavaatimuksia omaavia käyttäjäryhmiä: esimerkiksi ikääntyneet, vieraskieliset, digitaalisten laitteiden käyttöön tottumattomat, kehitysvammaiset, kuulovammaiset. **Näitä ryhmiä ajatellen oleellista on visuaalisesti selkeä, ymmärrettävä ja riittävän kookas opastus, joka ohjaa perille saakka.**

Visuaalinen ilme ja muotokieli

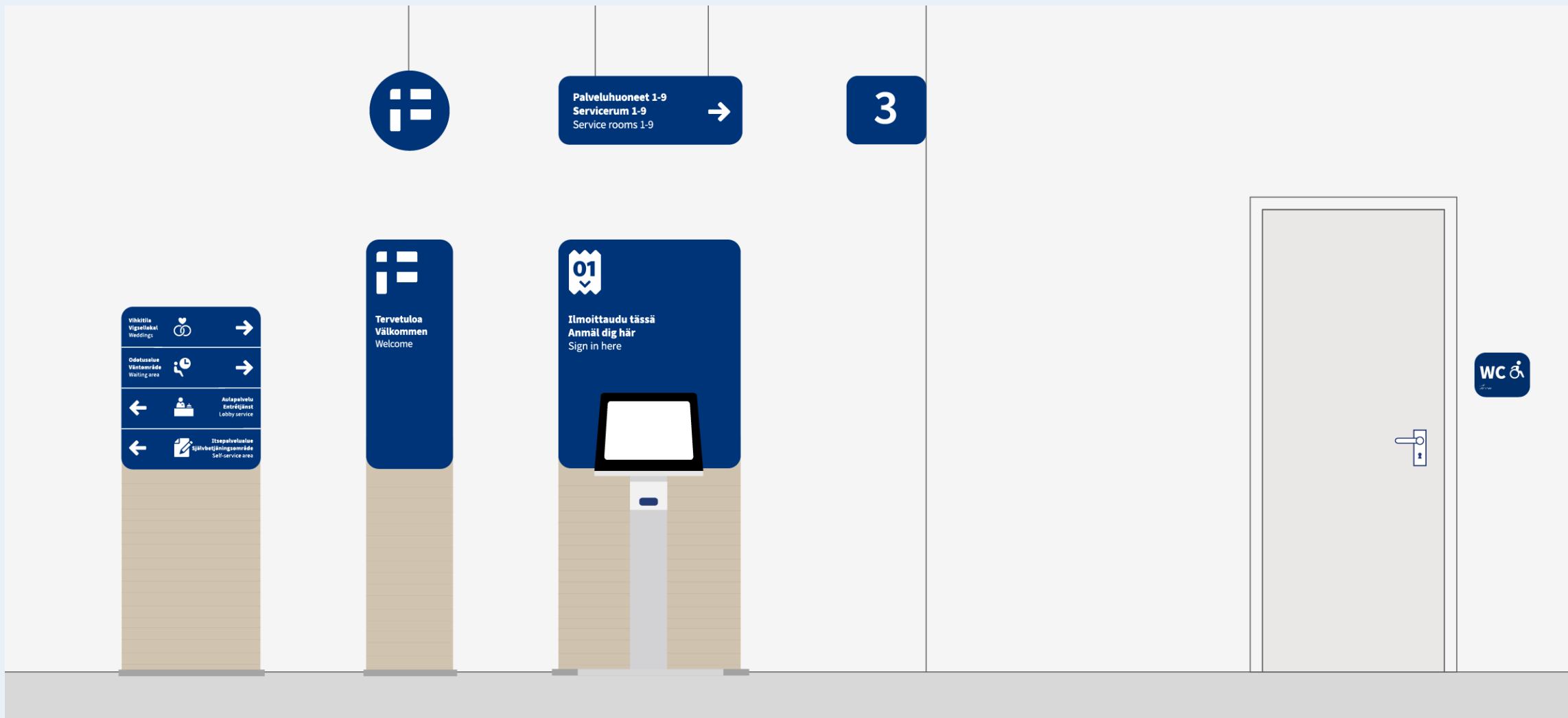
Opasteet koostuvat Suomi-pisteen brändin mukaisesti pelkistetyistä sinivalkoisista elementeistä. Lattialla seisovissa opasteissa käytetään sinisten värialueiden lisäksi puujäljitelmäpintaa. Yhdistelmä luo opasteisiin kontrastialueita sekä tukee Suomi-pisteen tilojen sisustuksessa tavoiteltavaa rauhallista, raikasta ja lämminhenkistä tunnelmaa. Opasteiden pyöristetty muotokieli on johdettu Suomi-pisteen lipputunnuksesta.





Esimerkittävät kuvat ulko-opasteista





Esimerkittävät kuvat sisätilojen opasteista

Tilat

Sisustus ja kalusteet

Fyysisten tilojen osalta sisustus suunnitellaan mahdollisuuksien mukaan niin, että yleisilme on rauhallinen, raikas ja avara. Sisustusratkaisuissa pidättäydytään asioista, jotka heikentävät tai häiritsevät tilojen opastusta. Valokuvaa tai kuvittavia elementtejä käytetään vain tarkasti harkiten.

Tilojen kalusteiden valintaa määrittelee palvelupisteille tehty tilakonsepti, mutta tiloja sisustetaan mahdollisuuksien mukaan jo olemassa olevilla kalusteilla. Tilasuunnittelussa huomioidaan vähähiilisyys ja kiertotalous.

Jos mahdollista, kalusteiden värit valitaan niin, että yleisilme on rauhallinen ja raikas. Materiaalivalinnoissa suositetaan kovia pintoja ja luonnonmateriaaleja, kuten puuta. Lisäksi kalusteiden puhdistettavuuden tulee ohjata kalustevalintoja.

Asiakaspalvelutiloissa Suomi-pisteen brändivärit näkyvät ensisijaisesti asiakaspalvelukokemusta ohjaavissa opasteissa ja kyltityksissä tai päivittäisviestinnässä.

Palveluhuoneen suunnitteluohje

Suomi-pisteen asiakaspalvelutilat suunnitellaan ja toteutetaan niin, että niiden yleisilme on rauhallinen, raikas ja avara. Asiakaspalvelutiloissa Suomi-pisteen brändi näkyy ensisijaisesti ohjaavissa opasteissa ja kyltityksissä, joiden suunnittelua ja toteutusta ohjaa Suomi-pisteiden opastuskonsepti.

Asiakaspalvelutilojen tulee vahvistaa vaikutelmaa palvelun luotettavuudesta ja hallinnon yhteisistä toimintatavoista. Asiakaspalvelutilojen toteutuksen tulee viestiä siitä, että hallinto on ***lähellä ihmistä***.

Tiloihin luodaan lämminhenkistä tunnelmaa pintamateriaali-, sävy- ja kalustevalinnoilla. Kalusteiden värit valitaan niin, että yleisilme on rauhallinen ja raikas. Materiaalivalinnoissa suositetaan kovia pintoja ja luonnonmateriaaleja, kuten puuta tai puujäljitelmää. Kalusteiden puhdistettavuuden tulee ohjata kalustevalintoja. Tiloissa pyritään välttämään virastomaisuutta, myös kylmiksi ja koviksi mielletäviä sävy-yhdistelmiä vältetään (esim. mustavalkoinen).

Päivittäisviestintä Suomi-pisteessä

Suomi-pisteen omaa päivittäisviestintää toteutetaan visuaalisesti yhtenäisesti Suomi-pisteen ilmeen mukaisesti. Muiden organisaatioiden (esim. tiloissa sijaistevan kahvilan tai ravintolan) viestinnässä ei käytetä Suomi-pisteen ilmettä.

Viestintää toteutettaessa tulee huomioida palveluympäristön selkeys, eikä sitä tule sisällyttää Suomi-pisteiden opastekonseptissa määriteltyjen opastettavien aiheiden ja sisältöjen kanssa samoihin opasteratkaisuihin. Palveluympäristössä näkyvää viestintää tulee toteuttaa ensisijaisesti aulatilaa digitaalisia infonäyttöjä hyödyntäen. Muita mahdollisia viestinnän paikkoja ovat julistepaikat ja tilapäiset ständit.

Suomi-pisteen aulan tiloissa voi näkyä viestintää, kuten:

- Suomi-pisteen tai viranomaisten tapahtumat ja tiedotteet
- Kampanjat
- Asiakaspalautteiden kerääminen
- Asiakasviestintää turvallisen ja viihtyisän tilan periaatteista
- Suomi-pisteen tiloissa mahdollisesti sijaitsevan kahvilan tai ravintolan viestintää
- Muita tiedotteita ja esitteitä
- Asiakaspalvelutilaan liittyviä kehotuksia
- Palveluajat esimerkiksi ilmoittautumis- ja vuoronumerolaitteen läheisyydessä

Palveluneuvojen vaatetus

Palveluneuvojen vaatetuksen tavoitteena on, että asiakkaiden on helppo tunnistaa palveluneuvojat. Palveluneuvojan vaatteissa tulee aina olla näkyvillä Suomi-pisteen lipputunnus.

Vaatetuksessa käytetään sinisen sävyjä, tummaa tai vaaleaa riippuen tilojen yleisilmeestä. Yleissävyltään vaaleissa tiloissa palveluneuvojen vaatetus on tummansininen (suomi). Yleissävyltään tummissa tiloissa vaatetus voi olla vaaleansininen (järvi).

Huomioarvon lisäämiseksi ja palveluneuvojen tunnistamisen helpottamiseksi palveluneuvojille voidaan tuottaa oransseja (lakka) avainnauhoja.

Palveluneuvojen vaatetuksen tulee olla tarkoitukseen sopivia ja huomioida kesä- ja talvisesonki (esim. t-paita ja fleece).

Palveluneuvojat voivat täydentää vaatetusta omilla vaatteillaan. Täydentävät vaatteet pyritään valitsemaan niin, että yleisilme on yhtenäinen ja hillitty.

Asiakasohjausjärjestelmä

Asiakasohjausjärjestelmään tulee panostaa. Pisteissä, joissa on laajasti tarjolla viranomaisten fyysistä asiakaspalvelua, käytetään Senaatti-kiinteistöjen kilpailuttamaa asiakasohjausjärjestelmää, jossa noudatetaan Suomi-pisteen brändiä. Muihin pisteisiin kehitettävissä asiakasohjausratkaisuissa sovelletaan Suomi-pisteen brändiä. Asiakasohjausjärjestelmässä käytettävät vallitsevat värisävyt ovat suomi ja valkea.

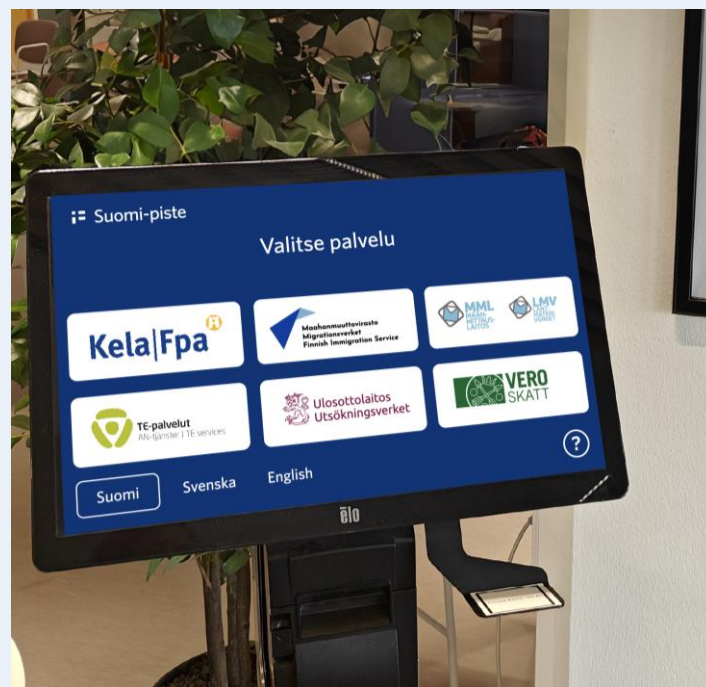
Ohjauspääte

Viranomaisten logot ja nimet ovat selkeinä painikkeina aloitusnäytöllä, josta asiakas pystyy valitsemaan tarvitsemansa viranomaispalvelun. Logoja käytetään tekstin ohella niiden tunnistettavuuden vuoksi myös vieraskielisessä kohderyhmässä.

Vuoronumeronäytöt

Vuoronumeronäytöissä priorisoidaan selkeyttä. Näytöillä on vain välttämättömät visuaaliset elementit. Fonttikoko on suuri ja värikontrasti saavutettava. Väriparina vuoronumeronäytöillä on suomi ja valkea. Jos tarvitaan huomioväriä vuoronumeronäytölle, voidaan hyödyntää Suomi.fi:n käyttöliittymävärejä.





Esimerkittävät kuvat asiakasohjausjärjestelmästä ja vuoronumeronäytöstä



☰ Suomi-piste

Valitse palvelu

Kela|Fpa



Maahanmuuttovirasto
Migrationsverket
Finnish Immigration Service



TE-palvelut
AN-tjänster | TE services



Ulosottolaitos
Utsökningsverket



Suomi

Svenska

English



☰ Finlandsdiskens

Välj tjänst

Kela|Fpa



Maahanmuuttovirasto
Migrationsverket
Finnish Immigration Service



TE-palvelut
AN-tjänster | TE services



Ulosottolaitos
Utsökningsverket



Suomi

Svenska

English



Esimerkittävät kuvat asiakasohjausjärjestelmän aloitusnäkymästä suomeksi ja ruotsiksi



Suomi-piste

Asiakastietokoneet

Asiakastietokoneille tehdään yhtenäinen aloitusnäyttö, jota käytetään kaikissa Suomi-pisteissä. Aloitusnäyttö kokoaa kyseenomaisessa Suomi-pisteessä toimivat palvelut selkeäksi aloitusvalikoksi, jossa on kaikkien pisteessä toimivien virastojen tunnukset. Käyttöliittymä suunnitellaan niin, että käyttö on yksinkertaista, suoraviivaista ja selkeää.

Aloitusnäytön taustan värisävy on suomi ja näytöllä näkyy selkeästi kokoavana elementtinä Suomi-pisteen tunnus. Suomi.fi:n käyttöliittymien liikennevalovärejä voidaan hyödyntää käyttöliittymässä.

5. Brändin jatkokehittäminen

Brändin jatkokehittäminen

Suomi-pisteen brändiä kehitetään jatkuvasti tarpeen mukaan, ja brändikäsikirjaa päivitetään sen mukaisesti.

Esimerkkejä tulevaisuudessa kehitettävistä asioista:

- International House -konseptien ja Suomi-pisteen brändin brändhierarkia, yhteensovittaminen ja sen ohjeistus
- Suomi-pisteiden verkoston määrittely

Suomi-pisteen brändikäsikirja

Versio 2.0

Päivämäärä 3.3.2025

 Suomi-piste