

 Suomi-piste

Suomi-pisteiden asiakasviestinnän käsikirja

Versio 1.0

Päivämäärä 18.12.2025

Sisällysluettelo

1. Johdanto
2. Toimijat ja vastuut
3. Mitä on Suomi-pisteiden asiakasviestintä?
4. Miten Suomi-pisteiden asiakasviestintää toteutetaan?
5. Kohderyhmät
6. Kanavat
7. Materiaalipankki

1. Johdanto

3	1.1	Viestinnän merkitys
	1.2	Käsikirjan tarkoitus ja kohderyhmät
	1.3	Suhde muihin ohjeistuksiin ja konseptidokumentteihin

Tervetuloa lukemaan Suomi-pisteiden asiakasviestinnän käsikirjaa!

Tähän käsikirjaan on koottu ohjeita, kuinka Suomi-pisteistä viestitään. Suomi-pisteet ovat julkisen hallinnon asiakaspalvelupisteitä, joissa palvellaan asiakkaita, joilla on tarve asioida viranomaisten kanssa paikan päällä.

Suomi-pisteiden toiminnan ja viestinnän tulee olla yhdenmukaista kaikkialla Suomessa riippumatta siitä, mikä taho sitä tekee.



Suomi-pisteisiin on koottu valtion, kuntien ja hyvinvointialueiden palveluja. Suomi-pisteiden palveluvalikoimat vaihtelevat toistaiseksi riippuen paikkakunnasta. Palvelua voidaan tarjota myös etäpalveluna videoyhteydellä.

Tervetuloa lukemaan Suomi-pisteiden asiakasviestinnän käsikirjaa!

Käsikirjan tarkoitus on selkeyttää ja auttaa soveltamaan yhdessä sovittuja linjauksia arkitilanteissa, jotta kukaan ei jätä viestimättä tiedonpuutteen tai epävarmuuden vuoksi. Viestinnän ammattitaitoa kannattaa siis käyttää rohkeasti hyödyksi, jotta tieto Suomi-pisteistä tavoittaa asiakkaat.

Tämän käsikirjan materiaalipankissa on paljon hyödyllistä materiaalia työn tueksi.



TOIMI NÄIN

Yhteystiedot pulmatilanteissa

Tämän käsikirjan avulla voit useimmissa tilanteissa selvittää, keneen olla yhteydessä pulmatilanteessa.

Pääsääntö on: ota ensisijaisesti yhteyttä siihen organisaatioon, jonka vastuulla kyseinen asia on. Jos olet epävarma, voit aina lähettää sähköpostia osoitteeseen info@suomi-piste.fi.

1.1 Viestinnän merkitys

Suomi-pisteiden brändi ja toimintamalli ovat uusia ja asiakkaat pitää tutustuttaa niihin. Nykymuotoisia julkisen hallinnon yhteisiä asiakaspalvelupisteitä alettiin perustaa vuonna 2021 asetetun Valtion palvelu- ja toimitilaverkon uudistaminen 2020-luvulla -hankkeen myötä. Ensimmäiset palvelupisteet avattiin vuonna 2023 ja kesästä 2025 lähtien palvelupisteitä on kutsuttu Suomi-pisteiksi.

Tavoitteena on, että viestinnän kautta asiakkaat oppivat etsimään viranomaisten käyntiasiakaspalveluita Suomi-pisteistä ja hakeutumaan Suomi-pisteiden palveluiden pariin silloin, kun eivät löydä ongelmaansa ratkaisua verkosta.

Useimpia asiakkaita ei tarvitse erikseen kannustaa käyntiasiointiin. On kuitenkin tärkeää, että ne ihmiset, jotka eivät pysty hoitamaan asioitaan sähköisesti tai heidän asiansa vaatii käyntiasiointia viranomaisen kanssa, saavat tiedon Suomi-pisteistä.

1.1 Viestinnän merkitys

Viestinnän tehtävänä on tukea hyvää asiakaskokemusta. Asiakasviestinnällä on keskeinen rooli kaikissa asiakaspolun vaiheissa, jotta Suomi-pisteeseen saapuva asiakas tietää, mitä palveluja on tarjolla ja miten asiointi onnistuu.

Johdonmukainen viestintä vahvistaa asiakkaan luottamusta Suomi-pisteiden toimintaan, viranomaisiin ja sitä kautta yhteiskuntaan. Lisäksi se auttaa edistämään asiakaspalvelulle ja brändille asetettuja tavoitteita.



Johdonmukainen viestintä vahvistaa asiakkaan luottamusta Suomi-pisteiden toimintaan, viranomaisiin ja sitä kautta yhteiskuntaan.

1.1 Viestinnän merkitys



Lue lisää: Suomi-pisteen brändikäsikirja & Yhteisen asiakaspalvelun käsikirja

1.2 Käsikirjan tarkoitus ja kohderyhmät

Suomi-pisteiden asiakasviestinnän käsikirja on tarkoitettu kaikille ammattilaisille, jotka viestivät asiakkaille Suomi-pisteiden toiminnasta.

Asiakasviestintä on määritelty käsikirjassa myöhemmin. Asiakaspalvelutilanteet on rajattu tämän käsikirjan ulkopuolelle. Katso ohjeita yhteisen asiakaspalvelun käsikirjasta.

Suomi-pisteistä viestivät esimerkiksi:

- Suomi-pisteessä palvelevien viranomaisten viestijät
- Asiakaspalvelukoordinaattorit
- Yleiset palveluneuvojat

1.3 Suhde muihin ohjeistuksiin ja konseptidokumentteihin

Käsikirja on osa *Yhteisten työympäristöjen konseptikokonaisuutta*, johon kuuluu lukuisia erityyppisiä asiakaspalvelun järjestämiseen liittyviä ohjeita. Osaan arkisista viestintätilanteista ohjeistus löytyy esimerkiksi *Yhteisen asiakaspalvelun käsikirjasta*.

Suomi-pisteiden asiakasviestinnän käsikirja täydentää *Suomi-pisteiden brändikäsikirjaa* käytännön viestintäohjeilla ja esimerkeillä. Brändiin viitataan asianmukaisissa kohdissa.

2. Toimijat ja vastuut

11	2.1	Suomi-pisteiden yhteisissä rooleissa toimivat
	2.2	Päätöksenteko Suomi-pisteiden viestintäasioissa
	2.3	Viestintäverkosto

2.1 Eri tahojen vastuut

Suomi-pisteiden viestintä on iso kokonaisuus, jossa jokaisella taholla on omat vastuunsa.

Lupa- ja valvontavirasto (myöhemmin LVV)

- Johtaa, koordinoi ja kehittää Suomi-pisteiden asiakasviestintää
- Omistaa suomi-piste.fi-verkkosivuston ja vastaa sen päivittämisestä ja kehittämisestä
- Vastaa muiden mahdollisten Suomi-pisteiden omien viestintäkanavien perustamisesta
- Johtaa viestintäverkostoa
- Tuottaa viranomaisille viestintämateriaalia ja ylläpitää materiaalipankkia
- Johtaa Suomi-pisteiden brändiä
- Ylläpitää brändikäsikirjaa ja asiakasviestinnän käsikirjaa

Viranomainen

- Viestii palvelustaan Suomi-pisteessä asiakkailleen asiakasviestinnän prosessinsa sekä brändi- ja käsikirjalinjausten mukaisesti
- Sovittaa viestintätoimenpiteensä asiakastarpeeseen ja organisaation tilanteeseen Suomi-pisteiden verkostoon siirtymisessä
- Osallistuu viestintäverkostoon
- Käyttää viestinnässään brändin mukaista visuaalista ilmettä sekä sanoitusta
- Tuo LVV:n ja viestintäverkoston tietoon kehittämistarpeita

2.1 Eri tahojen vastuut

**Alueelliset
Asiakaspalvelu-
koordinaattorit ja
yleiset
palveluneuvojat
toimivat Suomi-
pisteiden yhteisissä
rooleissa.**

Alueelliset asiakaspalvelukoordinaattorit (palvelu- ja toimitilaverkkohanke)

- Tunnistavat viestinnän tarpeet sekä suunnittelevat, koordinoivat ja toteuttavat Suomi-pisteen yhteistä viestintää ennen Suomi-pisteen käynnistämistä ja noin puolen vuoden ajan sen avautumisen jälkeen.
- Huolehtivat, että Suomi-pisteen asiakaspalvelualueella toteutettava viestintä (esim. flyerit, julisteet, infonäyttöjen yhteinen viestintä) on Suomi-pisteiden brändin ja viestinnän linjausten mukaista

Yleiset palveluneuvojat (palveluneuvoja-koordinaattorit)

- Ottavat noin puoli vuotta Suomi-pisteen käynnistymisen jälkeen vastuun Suomi-pisteiden viranomaisyhteistyön koordinoinnista.
- Vastaavat tämän jälkeen myös niistä Suomi-pisteen yhteisen viestinnän tehtävistä, jotka aiemmin kuuluivat alueellisille asiakaspalvelu-koordinaattoreille (ks. edellä Alueelliset asiakaspalvelu-koordinaattorit).
- Osallistuvat paikallisen Suomi-pisteen asiantuntijana ja edustajana viestintäverkostoon
- Arvioivat viestinnän onnistumista Suomi-pisteen asiakaskäyttämisen perusteella
- Tuovat LVV:n ja viestintäverkoston tietoon viestinnän kehittämistarpeita

2.1 Eri tahojen vastuut

”

Suomi-pisteiden verkoston rakentamisvaiheessa Suomi-pisteissä toimii sekä palvelu- ja toimitilaverkkohankkeen alueellisia asiakaspalvelukoordinaattoreita että paikallisia palveluneuvoja-koordinaattoreita. Tehtävissä on erilaiset painotukset ja vastuu viestinnällisistä tehtävistä yksittäisessä Suomi-pisteessä siirtyy roolilta toiselle toiminnan vakiintuessa. Tähän käsikirjaan on kuvattu vastuunjakoja yleisellä tasolla, seikkaperäisempi ohjeistus julkaistaan erikseen täydentävänä ohjeena.

2.2 Päätöksenteko Suomi-pisteiden viestintäasioissa

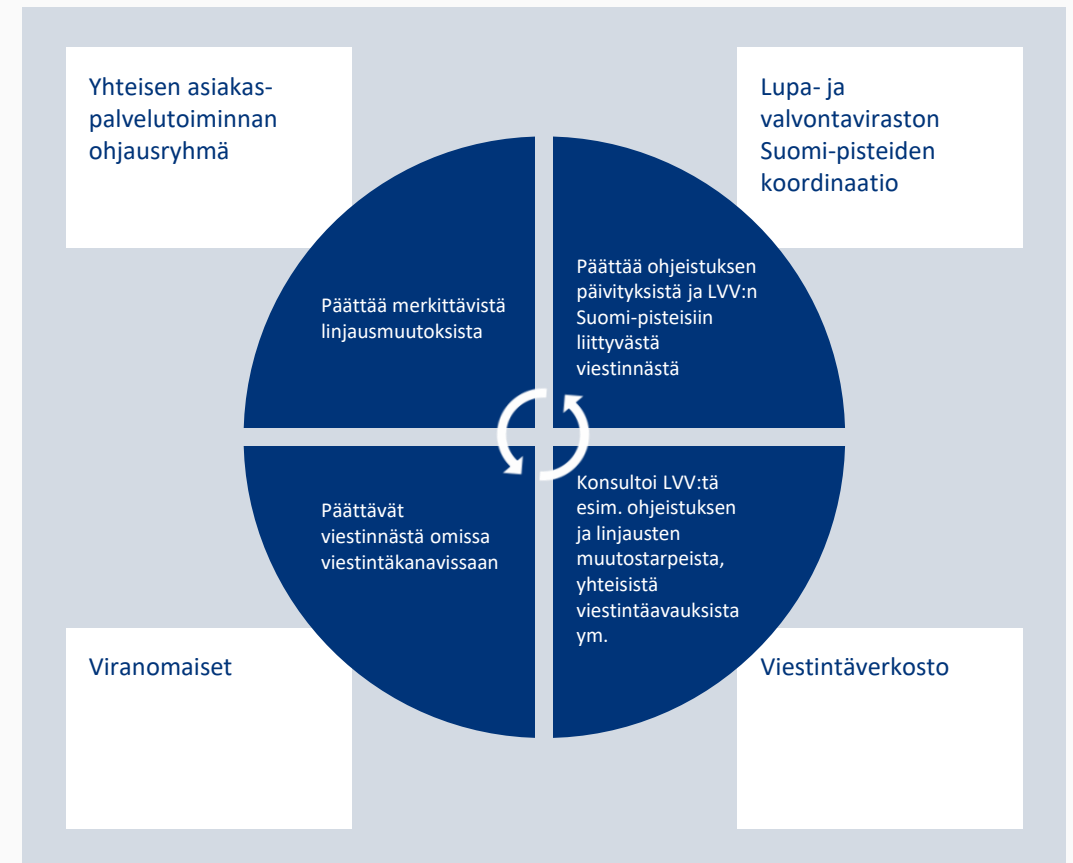
Pääsääntöisesti Lupa- ja valvontavirasto päättää Suomi-pisteiden yhteisestä viestinnästä johtamisrakenteidensa mukaisesti yhteistyössä viestintäverkoston kanssa. Viranomaiset niin ikään päättävät toimenpiteistä omissa viestintäkanavissaan.

Paikallisesti päätöksiä tehdään koordinaattorien johdolla Suomi-pisteen päätöksentekorakennetta mukaillen.

2.2 Päätöksenteko Suomi-pisteiden viestintäasioissa

Tarkennus Yhteisen asiakaspalvelutoiminnan ohjausryhmä/palvelu- ja toimitilaverkkouudistuksen ohjausryhmästä

Palvelu- ja toimitilaverkkouudistuksen ohjausryhmä päättää konseptikokonaisuuden muutoksista toimikautensa loppuun asti. Helmikuusta 2027 alkaen ohjausryhmän vastuut siirtyvät LVV:n yhteydessä toimivalle yhteisen asiakaspalvelutoiminnan ohjausryhmälle (nimi tarkentuu). Tällä ohjausryhmällä on lainsäädännön mukainen tehtävä konseptiin liittyvistä linjauksista.



2.3 Viestintäverkosto

Viestintäverkosto toimii yhteistyön foorumina

Palvelu- ja toimitila-verkkouudistuksen viestintä-alatyöryhmä jatkaa hankkeen II vaiheen loppuun eli tammikuuhun 2027 asti. Viestintäryhmä toimii siihen asti Suomi-pisteiden asiakasviestinnän yhteistyön foorumina.

Viestintäryhmän tehtäväksi on asettamispäätöksessä määrätty seuraavat:

1. Suunnitella, seurata ja koordinoida uudistuksen viestintää hankkeen viestinnän linjauksiin perustuen.
2. Varmistaa, että uudistuksen kohteena oleville viranomaisille ja henkilöstölle tiedotetaan yhdenmukaisesti, säännöllisesti ja samanaikaisesti uudistuksen etenemisestä.
3. Lisätä asiakkaiden tietoisuutta uudistuksesta – ihmisillä on oltava tarvittava tieto siitä, miksi uudistus tehdään ja miten uudistus vaikuttaa heidän palveluihinsa ja oikeuksiinsa. Lisäksi on kyettävä viestimään, miten palveluja jatkossa saa sekä mistä voi saada lisätietoja.
4. Lisätä sidosryhmien tietoisuutta uudistuksesta
5. Tukea uudistuksen muita alatyöryhmiä sekä varmistaa osaltaan asiakkaiden ja henkilökunnan osallistaminen.
6. Toimia asiantuntijaelimenä julkisen hallinnon yhteisten palvelupisteiden asiakasviestinnän ja yhteisten työympäristöjen viestintäratkaisujen kehittämisessä sekä laatia esitys julkisen hallinnon yhteisten asiakaspalvelupisteiden brändistä ja sen soveltamisesta.
7. Tukea valtion yhteisen asiakaspalvelutoiminnan käynnistämistä.

2.3 Viestintäverkosto

Helmikuusta 2027 alkaen perustetaan Suomi-pisteiden viestintäverkosto, johon voi osallistua laajemmin Suomi-pisteissä toimivien viranomaisten, kuntien ja hyvinvointialueiden edustajia sekä Suomi-pisteiden yhteisissä rooleissa toimivia asiantuntijoita. Käytännössä verkosto toimii kokouksin ja sähköisesti viestien.

Verkoston tavoitteena on:

- Seurata brändin ja muiden linjausten kehittämistarpeita ja tehdä ehdotuksia päivityksistä
- Tehdä ehdotuksia uusista viestintämateriaaleista
- Seurata asiakasviestinnän toimenpiteitä ja onnistumista
- Arvioida uusien viestintäkanavien tarpeita
- Osallistua verkkosivuston sisällölliseen kehittämiseen
- Jakaa tietoa ja hyviä käytänteitä

3. Mitä on Suomi-pisteiden asiakasviestintä?

- 3.1 Mistä Suomi-pisteiden asiakasviestintä koostuu?
- 3.2 Asiakasviestinnän tavoitetilä
- 3.3 Suomi-pisteiden asiakasviestinnän olemassa olevat linjaukset

3.1 Mistä Suomi-pisteiden asiakasviestintä koostuu?

Asiakasviestinnällä tarkoitetaan tässä käsikirjassa viestintää, jota viestinnän ammattilaiset sekä Suomi-pisteiden yhteisissä rooleissa toimivat asiantuntijat ja viranomaiset tuottavat Suomi-pisteiden ja LVV:n viestintäkanaviin. Viestinnän ensisijaisena kohderyhmänä ovat Suomi-pisteissä asioivat asiakkaat ja esimerkiksi heitä asioinnissa auttavat läheiset.

Suomi-pisteiden asiakasviestintä koostuu:

- Suomi-piste.fi-verkkosivut
- Viranomaisten verkkoviestintä ja tiedottaminen asiakkaille Suomi-pisteistä
- Suomi-pisteiden näkyvyys Suomi.fi-verkkopalvelussa
- Viranomaisten some-viestintä Suomi-pisteistä
- Mahdollinen ansaittu ja ostettu näkyvyys perinteisessä mediassa
- Viestintä Suomi-pisteiden asiakaspalvelualueella
- Mahdollinen jaettava printtimateriaali

3.1 Mistä Suomi-pisteiden asiakasviestintä koostuu?

Asiakaspalvelutilanteessa tapahtuva vuorovaikutus on rajattu käsikirjan ulkopuolelle

Usein organisaatioissa *viestintä* ja *asiakasviestintä* voidaan mieltää äsken kuvattua laajempänä kokonaisuutena ja se voi pitää sisällään esimerkiksi asiakaspalvelutilanteessa tapahtuvaa vuorovaikutusta. Tällaiset tilanteet on kuitenkin rajattu tämän käsikirjan ulkopuolelle.

Monilta osin linjauksia tai ohjeita voi löytää muista *Yhteisten työympäristöjen konseptikokonaisuuden* dokumenteista. Konseptikokonaisuutta myös kehitetään, ja tarvittaessa ohjeita voidaan lisätä.

Viranomaisilla on muitakin asiakaspalvelukanavia – niihin on omat ohjeensa

Jokaisella viranomaisella on Suomi-pisteiden lisäksi myös muita asiakaspalvelukanavia. Yhteisen palveluverkon rakentumisen aikana viranomaiset tarjoavat käyntiasiointia rinnakkain Suomi-pisteissä ja omissa palvelupisteissään. Esimerkiksi Kelalla voi olla Lappeenrannassa palvelua Suomi-pisteessä ja samaan aikaan oma Kelan palvelupiste Joensuussa.

Viranomaiset viestivät muista palvelukanavistaan kuten aiemminkin omien prosessiensa mukaisesti. Suomi-pisteiden asiakasviestintä koskee vain Suomi-pisteisiin liittyvää viestintää. Se on siten osa Suomi-pisteessä toimivan viranomaisen asiakasviestinnän kokonaisuutta.

3.2 Asiakasviestinnän tavoitetilä

Suomi-pisteiden asiakasviestintä on onnistunutta, kun

- Viranomaisen asiakas tietää saavansa hakemansa palvelun Suomi-pisteessä
- Asiakas ymmärtää, milloin palvelua voi saada, ja osaa toimia Suomi-pisteessä
- Asiakas oivaltaa voivansa hoitaa Suomi-pisteessä myös muita viranomaisasioita asiantuntijan kanssa tai itsepalveluna, ja että asiointiin liittyen tarjolla on yleistä palveluneuvontaa sekä digitukea. (Tässä huomioitavaa on, että viranomaiset saattavat palvella eri aikoihin, ja osaan palveluista tarvitsee ajanvarauksen.)
- Suomi-pisteiden tunnettuus kasvaa

3.3 Suomi-pisteiden asiakasviestinnän olemassa olevat linjaukset

Suomi-pisteille on laadittu brändikäsikirja, josta löytyvät keskeiset brändielementit ja visuaalisen ilmeen ohjeet. Brändin tehtävänä on rakentaa luottamusta, minkä vuoksi sen käyttöön tulee aina suhtautua huolellisesti ja ohjeistusta noudattaen.

Esimerkkejä Suomi-pisteen brändikäsikirjasta:

Brändinimi

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

- Suomenkielinen brändinimi on **Suomi-piste**
- Ruotsinkielinen brändinimi on **Finlandsdisken**
- 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**

99



3.3 Suomi-pisteiden asiakasviestinnän olemassa olevat linjaukset

Esimerkkejä Suomi-pisteen brändikäsikirjasta:

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**

100



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 keskeisimpiin 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.

84



4. Miten Suomi-pisteiden asiakasviestintää toteutetaan?

- 4.1 Peruseriaatteet
- 4.2 Viestintä ennen Suomi-pisteen avautumista
- 4.3 Viestintä Suomi-pisteen toiminnan aikana
- 4.4 Ajankohtaisviestintä
- 4.5 Poikkeus- ja kriisitilanteet (esimerkiksi uhka- ja väkivaltatilanteet)

4.1 Perusperiaatteet

Suomi-pisteiden asiakasviestinnässä tärkeää on *avoimuus, selkeys, saavutettavuus, yhdenmukaisuus ja asiakaslähtöisyys*.

Suomi-pisteiden viestintä on lakisääteisesti saavutettavaa. Viranomaiset huolehtivat omien verkkopalveluidensa teknisestä saavutettavuudesta ja edistävät selkeää virkakieltä oman organisaationsa linjausten mukaisesti. Suomi-pisteille ei ole erikseen laadittu ohjeistusta selkeän kielen käytöstä, mutta yhteisenä tavoitteena on ymmärrettävä viestintä. Brändikäsikirjassa kuvataan: Viestinnässä ja markkinoinnissa käytetään selkeää, helposti ymmärrettävää yleiskieltä. Viestintä on sävyltään opastavaa ja tiedottavaa. Mielikuvallista ja tulkinnanvaraista viestintää vältetään. Asiakasta sinutellaan.

4.1 Perusperiaatteet

Senaatti-kiinteistöt tekee kustakin Suomi-pisteestä esteettömyyskartoituksen, jonka tiedot viedään palvelutietovarantoon eli PTV:oon saavutettavuussovelluksen mukaisesti osana palvelukanavakuvausta. Lisäksi toimitilahankkeissa verkkosivulle laaditaan tila- ja sanakartat. Kysymyksiä ja vastauksia -osiossa on oma osionsa esteettömyysasioille.



TOIMI NÄIN

Hyödynnä valmiita tekstejä:

Jos epäröit, miten jokin asia kannattaa sanoa, nopea tapa edetä on katsoa [Suomi-piste.fi](https://suomi-piste.fi) -sivuilta, miten palveluista kerrotaan. Tämän käsikirjan materiaalipankista löydät myös paljon ohjeita.

4.1 Perusperiaatteet

Viestinnän kielet: suomi, ruotsi ja englanti

Suomi-pisteiden asiakasviestintä on kolmikielistä, mutta viranomaiset voivat kääntää materiaaleja muille kielille viraston käytäntöjen mukaisesti. On hyvä kuitenkin huomioida, että palvelua saa lähtökohtaisesti kotimaisilla kielillä ja usein myös englanniksi. Viestittäessä kolmella kielellä kielijärjestys on: suomi, ruotsi ja englanti.

LVV:n kielilinjausten mukaan muita kieliä kuin suomea ja ruotsia voidaan palvelussa käyttää mahdollisuuksien mukaan. Kuitenkin paras tapa palvella Suomeen kotoutuvia vieraskielisiä asiakkaita on selkeät, suomen- ja ruotsinkieliset sisällöt. Saamelaisten kotiseutualueilla toimitaan Saamen kielilain mukaisesti.



Suomi-pisteen viestinnän ja markkinoinnin kielet ovat suomi, ruotsi ja englanti. Jos suomea ja ruotsia käytetään rinnakkain, ne esitetään visuaalisesti samanarvoisina. Tarvittaessa viestintää toteutetaan myös saamen kielillä (inarin-, koltan- ja pohjoissaamella).

Lähde: Suomi-pisteen brändikäsikirja

4.2 Viestintä ennen Suomi-pisteen avautumista

Avautumista edeltävään viestintään sisältyy Suomi-pisteen avautuessa muun muassa *paikallinen tiedotus*, *sidosryhmäviestintä*, *ennakkomateriaali* ja *lanseerausviestintä*.

Ennakkoviestintä Suomi-pisteen avautumisesta on erityisen tärkeää niiden viranomaisten kohdalla, joiden palvelupisteen sijainti kaupungissa muuttuu. Viranomaiset viestivät muutosta oman asiakasviestinnän prosessiensa mukaisesti, kuitenkin mukauttaen viestinnän Suomi-pisteiden brändi- ja asiakasviestinnän ohjeistukseen. Alueelliset asiakaspalvelukoordinaattorit käyvät asiakaspalvelutiimin kanssa läpi ennako- ja avajaisviestintään liittyvät tarpeet, käytänteet ja prosessit.

4.2 Viestintä ennen Suomi-pisteen avautumista

Muutoksista on tärkeää viestiä sidosryhmille ennakoivasti, jotta ne voivat omassa toiminnassaan informoida asiakkaita.

Viranomaiset voivat hyödyntää materiaalipankkia ja tuottaa sen pohjalta painettua materiaalia, jota voidaan jakaa sekä sulkeutuvissa omissa palvelupisteissä että sidosryhmien tiloissa.

LVV julkaisee Suomi-pisteen avajaispäivänä tiedotteen suomi-piste.fi-sivustolla. Tiedotetta voidaan jakaa myös paikallisille medioille ajankohtaisviestinnän käytäntöjen mukaisesti.

VASTUUT

Suomi-pisteen avaamisen viestintä

- ✓ **Alueelliset asiakaspalvelukoordinaattorit** koordinoivat viestintään liittyviä toimenpiteitä paikallisesti asiakaspalvelutiimissä.
- ✓ **Viranomaiset** viestivät omille asiakkailleen muutoksesta oman asiakasviestinnän prosessinsa mukaisesti.
- ✓ **LVV** julkaisee uudesta Suomi-pisteestä tiedotteen ja jakelee sitä tarvittaessa paikallismedioihin.

4.3 Viestintä Suomi-pisteen toiminnan aikana

Toiminnan aikainen viestintä koostuu *jatkuvasta asiakasviestinnästä, palvelumuutoksista, tapahtumista ja yhteistyöstä viranomaisten välillä.*

Yksittäiset Suomi-pisteet eivät sinällään vaadi säännöllistä asiakasviestintää. Olennaista on, että muutoksista palveluun viestitään niin, että asiakaskunta saa siitä tiedon riittävän hyvin.



TOIMI NÄIN

Tiedota aukioloajoista selkeästi

Muista huomioida aukioloaika-asetuksen tiedotusvelvollisuus. Lisätietoa voit lukea [“Ohje valtion viranomaisten aukiolo” -dokumentista](#) sivulta 10.

4.3 Viestintä Suomi-pisteen toiminnan aikana

Muutoksia palvelussa voivat olla:

- Muuttuneet palveluajat
- Poikkeusaukiolo
- Tilapäinen tai pysyvä palveluvalikoiman tai palvelutavan muutos

Suomi-pisteessä voidaan järjestää myös tapahtumia, esimerkiksi digitukeen liittyen. Tapahtumista viestitään niin, että olennaiset kohderyhmät tavoitetaan. Digitukea tarvitsevia asiakkaita voidaan tavoittaa esimerkiksi kirjaston ilmoitustaululla tai muissa paikallisissa asiointi- ja kohtaamispaikoissa.

4.4 Ajankohtaisviestintä

Ajankohtaisviestintään sisältyvät muun muassa *mediaviestintä, kampanjat, kausittaiset tiedotteet ja yhteiset viestintäavaukset*.

Suomi-pisteisiin liittyvä ajankohtaisviestintä on lähtökohtaisesti valtakunnallista ja sitä toteutetaan Lupa- ja valvontavirastossa (sekä palvelu- ja toimitilaverkkouudistuksen jatkuessa osittain valtiovarainministeriössä). Suomi-pisteiden koordinaatio- ja kehittämistoiminto (nimi tarkentuu) valmistelee viestintää yhdessä Lupa- ja valvontaviraston viestintäyksikön kanssa. Viestintäverkosto arvioi erilaisten viestintäavausten tarvetta.

4.5 Poikkeus- ja kriisitilanteet (esimerkiksi uhka- ja väkivaltatilanteet)

Suomi-pisteissä voi olla poikkeustilanteita, joihin on hyvä varautua etukäteen. Sen lisäksi, että viestitään niille, joita asia suoraan koskee, voi avoimuuden vuoksi olla hyvä viestiä myös valtakunnallisesti.

Toimintamallit kriisitilanteisiin on kuvattu *Yhteisten työympäristöjen konseptikokonaisuuden uhka- ja väkivaltatilanteiden toimintamallissa*. Toimintamallissa jälkitiedottaminen tilanteista on vastuutettu sille viranomaiselle, jonka henkilöstöön tai asiakkaisiin uhka on kohdistunut. Jälkitiedottamista on kuitenkin koordinoitava LVV:n kanssa jotta voidaan arvioida, onko tarvetta myös laajemmin Suomi-pisteiden asiakas- tai mediaviestinnälle.



TOIMI NÄIN

Varaudu ja koordinoi LVV:n kanssa

Kriisitilanne tulee eteen usein yllättäen, joten tutustu etukäteen viestintäohjeisiin Materiaalipankin kautta. Muista koordinoida viestintää yhdessä LVV:n kanssa.

5. Kohderyhmät

	5.1	Suomi-pisteen asiakasviestinnän ensisijaiset kohderyhmät
	5.2	Suomi-pisteen kumppani- ja sidosryhmäviestintä
35	5.3	Eri kohderyhmien viestinnälliset tarpeet

5.1 Suomi-pisteiden asiakasviestinnän ensisijaiset kohderyhmät

Suomi-pisteiden tärkeimmät asiakasryhmät on kuvattu brändikäsikirjassa sivulla 8. Ne ovat myös viestinnän tärkeimmät kohderyhmät.

Asiakasviestinnän ensisijaiset kohderyhmät

- Tukea tarvitseva yhden palvelun asiakas
- Itseohjautuva yhden palvelun asiakas
- Tukea tarvitseva usean palvelun asiakas
- Itseohjautuva usean palvelun asiakas

5.1 Suomi-pisteen asiakasviestinnän ensisijaiset kohderyhmät

Kaikkien kohderyhmien kannalta on tärkeää, että tieto Suomi-pisteistä ja niissä tarjottavista palveluista sekä toimintaohjeet asiointiin ovat löydettävissä kaikissa mahdollisissa, asiakkaille relevanteissa viranomaisten viestintäkanavissa.

Vaikka asiakas alun perin hakisi vain yhden viranomaisen palvelua, voi tälle olla hyötyä myös muista Suomi-pisteen palveluista. Lisäksi on tärkeää, että asiakkaille viestitään selvästi, mitä palvelua Suomi-pisteestä on milloinkin saatavilla.

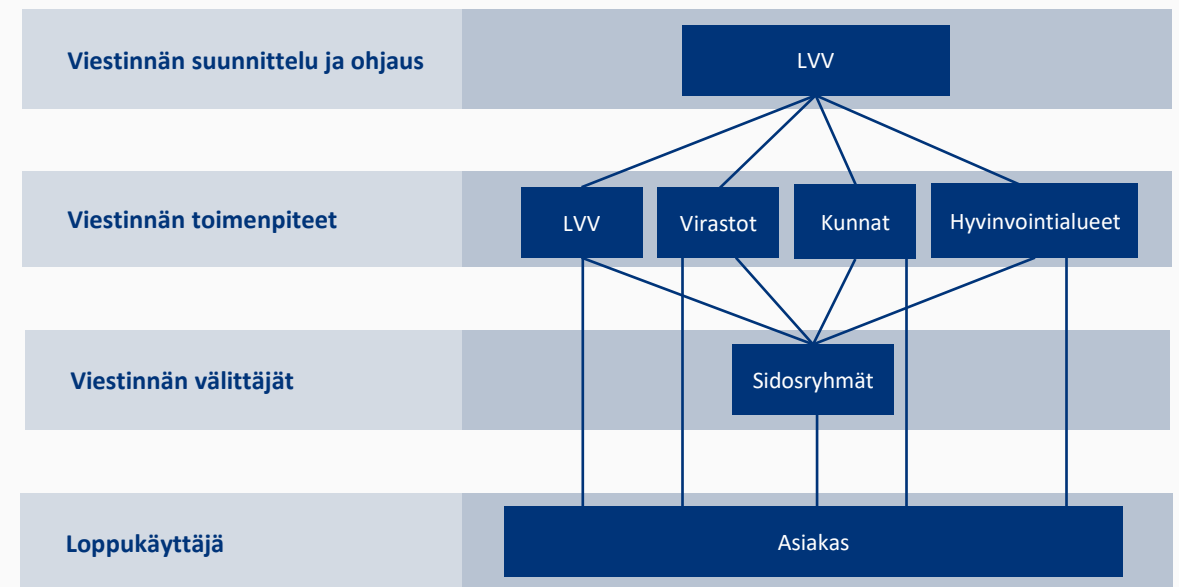
Suomi-piste.fi-verkkosivusto palvelee kaikkia Suomi-pisteen asiakkaita. Viranomaiset voivat kohdentaa viestintäänsä omien kohderyhmiensä tarpeiden mukaan. Joillakin viranomaisilla tämä voi tarkoittaa korostetummin sähköisten palveluiden markkinointia ennen käyntiasiointimahdollisuutta.

Toisilla viranomaisilla asiakkaan kasvokkain kohtaaminen on tärkeämpää, jolloin asiointia Suomi-pisteessä korostetaan enemmän. Kaikkien viranomaisten tulee kuitenkin hyvän hallintotavan ja lainsäädännön mukaisesti tiedottaa asiakkaita riittävästi käyntiasiointimahdollisuudesta.

5.2 Suomi-pisteen kumppani- ja sidosryhmäviestintä

Monet keskeiset asiakasryhmät tavoitetaan parhaiten paikallisten kumppanien ja sidosryhmien kautta. Näitä voivat olla esimerkiksi kansalaisjärjestöt ja hyvinvointialueet.

Toimijat ja roolit viestinnän toteutuksessa



5.2 Suomi-pisteen kumppani- ja sidosryhmäviestintä

Viranomaisten on tärkeää tiedottaa paikallisille kumppaneille ja sidosryhmille palvelun tarjoamisesta Suomi-pisteessä sekä siitä, mitä muuta oman palvelun lisäksi on tarjolla. Asiakaspalvelukoordinaattorit voivat osana omaa tehtäväänsä välittää tietoa Suomi-pisteistä paikallisille sidosryhmille, mutta se ei poista viranomaisten oman sidosryhmäviestinnän tarvetta.



TOIMI NÄIN

Pidä yhteyttä kumppaneihin

1. **Informoi kumppaneita** siitä, että palvelua on tarjolla Suomi-pisteessä.
2. **Ohjaa kumppanit** verkkosivustolle suomi-piste.fi.
3. **Selvitä, tarvitseeko kumppani printtimateriaalia** – etsi materiaalipankista tai tuota itse graafisen ohjeen mukaisesti.

5.3 Eri kohderyhmien viestinnälliset tarpeet

Asiakasviestinnässä tulee ottaa erilaiset kohderyhmien tarpeet hyvin huomioon.

Suomi-pisteet on suunnattu erityisesti niille asiakkaille, jotka eivät pysty käyttämään sähköisiä palveluita.

Kohderyhmien erityistarpeet

Kuten on todettu aiemmin: Suomi-pisteiden viestintä on lakisääteisesti saavutettavaa. Viranomaiset huolehtivat omien verkkopalveluidensa teknisestä saavutettavuudesta ja edistävät selkeää virkakieltä oman organisaationsa linjausten mukaisesti. Suomi-pisteille ei ole erikseen laadittu ohjeistusta selkeän kielen käytöstä, mutta yhteisenä tavoitteena on ymmärrettävä viestintä.

Suomi-pisteiden esteettömyystiedot kuvataan palvelutietovarantoon (PTV) esteettömyyssovelluksen mukaisesti. Lisäksi toimitilahankkeissa Senaatti-kiinteistöt laatii verkkosivuille tila- ja sanakartat. Verkkosivujen Kysymyksiä ja vastauksia -osiossa on oma kohtansa esteettömyysasioille.

5.3 Eri kohderyhmien viestinnälliset tarpeet

Palvelua saa lähtökohtaisesti kotimaisilla kielillä ja usein myös englanniksi. Suomi-pisteiden asiakasviestintä on kolmikielistä (suomi, ruotsi ja englanti), mutta viranomaiset voivat kääntää materiaaleja muille kielille viraston käytäntöjen mukaisesti. LVV:n kielilinjausten mukaan muita kieliä kuin suomea ja ruotsia voidaan palvelussa käyttää mahdollisuuksien mukaan. Kuitenkin paras tapa palvella Suomeen kotoutuvia vieraskielisiä asiakkaita on selkeät, suomen- ja ruotsinkieliset sisällöt.

Viestinnässä on aina hyvä ottaa huomioon kulttuurisensitiivisyys. Viestintään sovelletaan jo valmiita, omia kulttuurisensitiivisyyden ohjeita.



TOIMI NÄIN

Pohdi tarpeita ja varmista selkeys

Otatteko kohderyhmien tarpeet huomioon? Onko viestintänne Suomi-pisteistä saavutettavaa ja selkeää?

5.3 Eri kohderyhmien viestinnälliset tarpeet

”

Kulttuurisensitiivisyys tarkoittaa ammattilaisen kulttuurisesti kunnioittavia vuorovaikutustaitoja ja arvostavaa sekä sanallista että sanatonta kohtaamista ja viestintää ammattilaisen ja asiakkaan välillä niin, että kummallakin osapuolella on oikeus oman kulttuurinsa ilmaisuun ja sen kanssa hyväksytyksi ja kuulluksi tulemiseen.

Lähde: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos

6. Kanavat

- 6.1. Kanavavalinnat ja niiden perustelut
- 6.2 Keskeiset kanavat
- 6.3 Suomi-pisteiden verkoston omat verkkosivut
- 6.4 Palvelutietovaranto eli PTV
- 6.5 Suomi.fi-tietosisältö
- 6.6 Viranomaisten verkkosivut
- 6.7 Sosiaalinen media
- 6.8 Viestintä fyysisessä tilassa
- 6.9 Maksettu näkyvyys ja printti

6.1. Kanavavalinnat ja niiden perustelut

Suomi-pisteiden viestintäkanavat on valittu sen perusteella, millä kanavien yhdistelmällä saavutetaan kustannustehokkaimmin kohderyhmät eli viranomaisten asiakkaat. Siksi viranomaisten vastuu Suomi-pisteiden tunnettuuden kasvattamisessa ja asiakkaiden ohjaamisessa korostuu. Lisäksi on haluttu luoda Suomi-pisteiden yhteinen verkkosivusto, jotta on vähintään yksi valtakunnallinen viestintäkanava johon tietoa voidaan koota ja jonne asiakkaita on helppo ohjata.

Tulevaisuudessa viestintäkanavia ja uusien kanavien tarvetta arvioidaan asiakastarpeeseen perustuen. Tavoitteena kuitenkin on, etteivät uudet kanavat tuota kohtuutonta työmäärän lisääntymistä vastuuorganisaatioissa.

Monesti käyntiasiointia suosivat asiakkaat eivät seuraa sähköisiä viestintäkanavia. Siksi mahdollisuus markkinointiin perinteisissä medioissa sekä muuhun ei-digitaaliseen viestintään on pidettävä osana Suomi-pisteiden asiakasviestinnän keinovalikoimaa. Korkeista kustannuksista johtuen näiden hyödyntäminen on kuitenkin harkinnanvaraista. Lupa- ja valvontavirasto arvioi tarvetta tapauskohtaisesti.

6.2 Keskeiset kanavat

Suomi-pisteiden asiakasviestinnän kanavat

- [Suomi-piste.fi](https://suomi-piste.fi)
- Viranomaisten omat verkkosivut
- Palvelutietovaranto & Suomi.fi-verkkopalvelu
- Viestintä fyysisessä tilassa
- Sosiaalinen media
- Viranomaisten omat sosiaalisen median kanavat
- Suomi-pisteiden omat sosiaalisen median kanavat
- Maksettu näkyvyys ja printti

6.3 Suomi-pisteiden verkoston omat verkkosivut

Suomi-piste.fi on Suomi-pisteiden oma verkkosivusto ja pääasiallinen yhteisen viestinnän kanava.

Verkkosivulle on koottu tiedot avatuista Suomi-pisteistä sekä yleistä tietoa asioinnista julkisen hallinnon yhteisissä palvelupisteissä. Verkkosivulla voi myös julkaista uutisia ja sen kautta voi lähettää palautetta Suomi-pisteiden toiminnasta. Palautteeseen vastaamisesta ja tarvittaessa ohjaamisesta eteenpäin vastaa Lupa- ja valvontavirasto. Lupa- ja valvontavirasto myös kehittää verkkosivustoa ja kehittämistarpeita arvioidaan yhdessä viestintäverkoston kanssa.

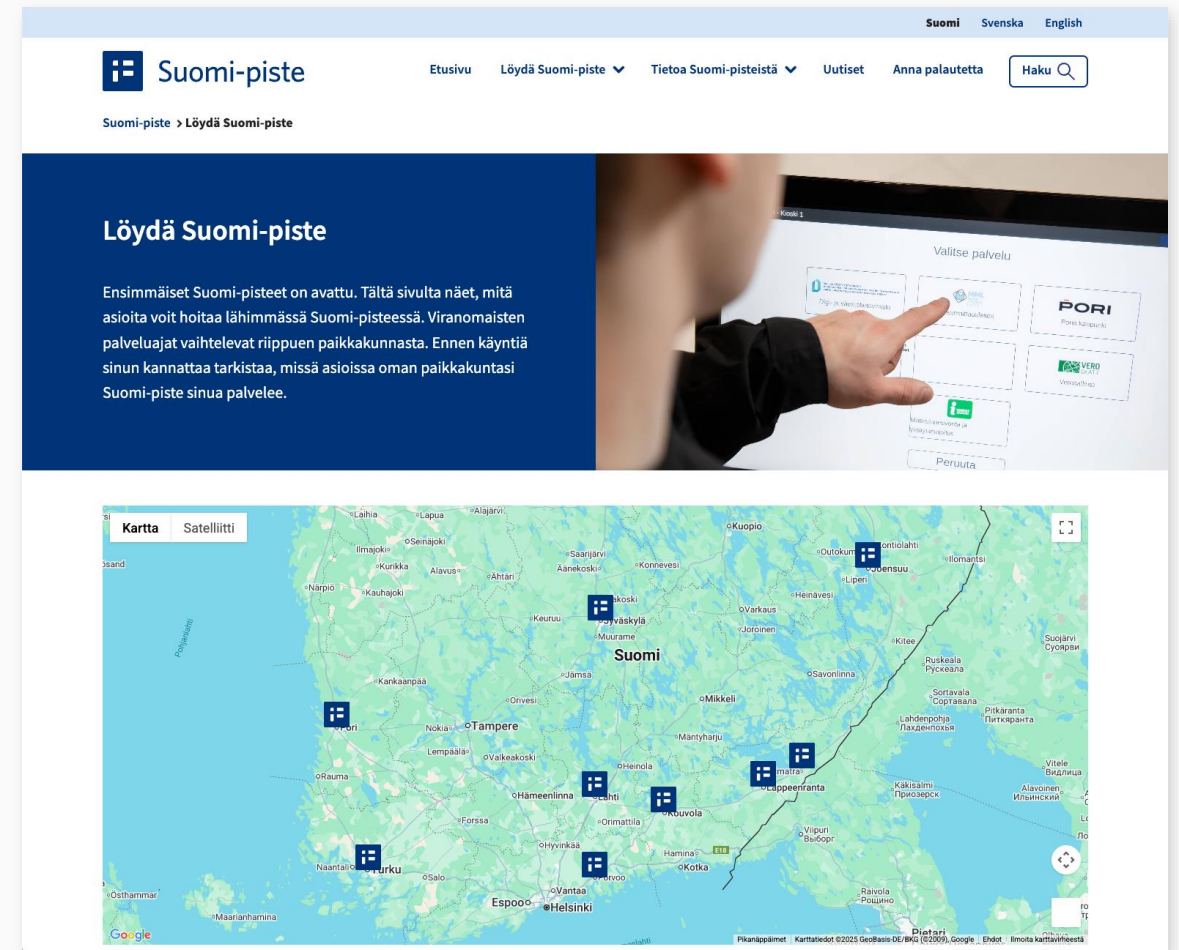
Suomi-piste.fi-sivustolla on kaksi pääosiota

- 1) Löydä Suomi-piste
- 2) Tietoa Suomi-pisteistä.

6.3 Suomi-pisteiden verkoston omat verkkosivut

1) Löydä Suomi-piste

Löydä Suomi-piste -osiossa on kunkin Suomi-pisteen perustiedot (sijainti, aukiolo, palvelut yms.) ja Suomi-pisteiden sijainnit on koottu Google Maps -pohjaiselle kartalle. Kaikkien palvelupisteiden Suomi-piste-kortit on koottu osion pääsivulle.



6.3 Suomi-pisteiden verkoston omat verkkosivut

1) Löydä Suomi-piste

Suomi-piste-kortti

Suomi-piste-kortti koostuu seuraavista elementeistä:

- 1 Otsikko muotoa X kaupungin Suomi-piste (Esim. Porin Suomi-piste)
- 2 Käyntiosoite (päivitetään manuaalisesti)
- 3 Aukioloaika
- 4 Linkki ”Tarkista kunkin viraston aukioloajat”
- 5 Palvelut, jonka alla listattuna kyseisessä Suomi-pisteessä palvelua antavat viranomaiset virastojen määrittelemien kirjoitusasujen mukaisesti sekä tieto tarjolla olevasta yleisestä palveluneuvonnasta ja digituesta.
- 6 Linkki ”Tutustu X kaupungin Suomi-pisteeseen”

Huomioitavaa: Kummatkin linkit vievät Suomi-pisteen omalle sivulle. Suomi-piste-kortin tiedot päivitetään manuaalisesti ja siitä vastaa LVV.

1

Lahden Suomi-piste

2

 Kirkkokatu 12, 15140 Lahti

3

 Avoimna arkisin klo 8-16.15

4

 Tarkista kunkin viraston palveluajat

5

Palvelut

 Digi- ja väestötietovirasto

 Hämeen ELY-keskus

 Kela

 Maanmittauslaitos

 Rikosseuraamuslaitos

 Ulosottolaitos

 Verohallinto, ainoastaan etäpalveluna ajanvarauksella

 Yleinen palveluneuvonta

 Digituki

6

 Tutustu Lahden Suomi-pisteeseen

Suomi-pisteiden omat sivut

Jokaiselta Suomi-piste-sivulta löytyy:

- Suomi-piste-kortti (ilman linkkejä)
- Lisätieto-haitari, johon tuodaan rajapinnan kautta palvelutietovarannosta: Palvelukanavan kuvaus, palveluajat ja esteettömyystiedot

Sivuilla on myös haitarin kohdalla tekninen valmius lisätä sinne Suomi-pisteen tilakartta sekä sanakartta. Tulevaisuudessa asiakkaat voivat siis nähdä, missä tilassa sijaitsee esimerkiksi inva-WC tai induktiosilmukka ja suunnitella asiointikäyntejään etukäteen. Senaatti-kiinteistöt tuottaa tila- ja sanakartat yhteisten työympäristöjen yhteydessä olevista Suomi-pisteistä osana toimitilahanketta.

Mukana sivuilla on Google Maps -kartta, johon on merkitty Suomi-pisteen sijainti.

VASTUUT

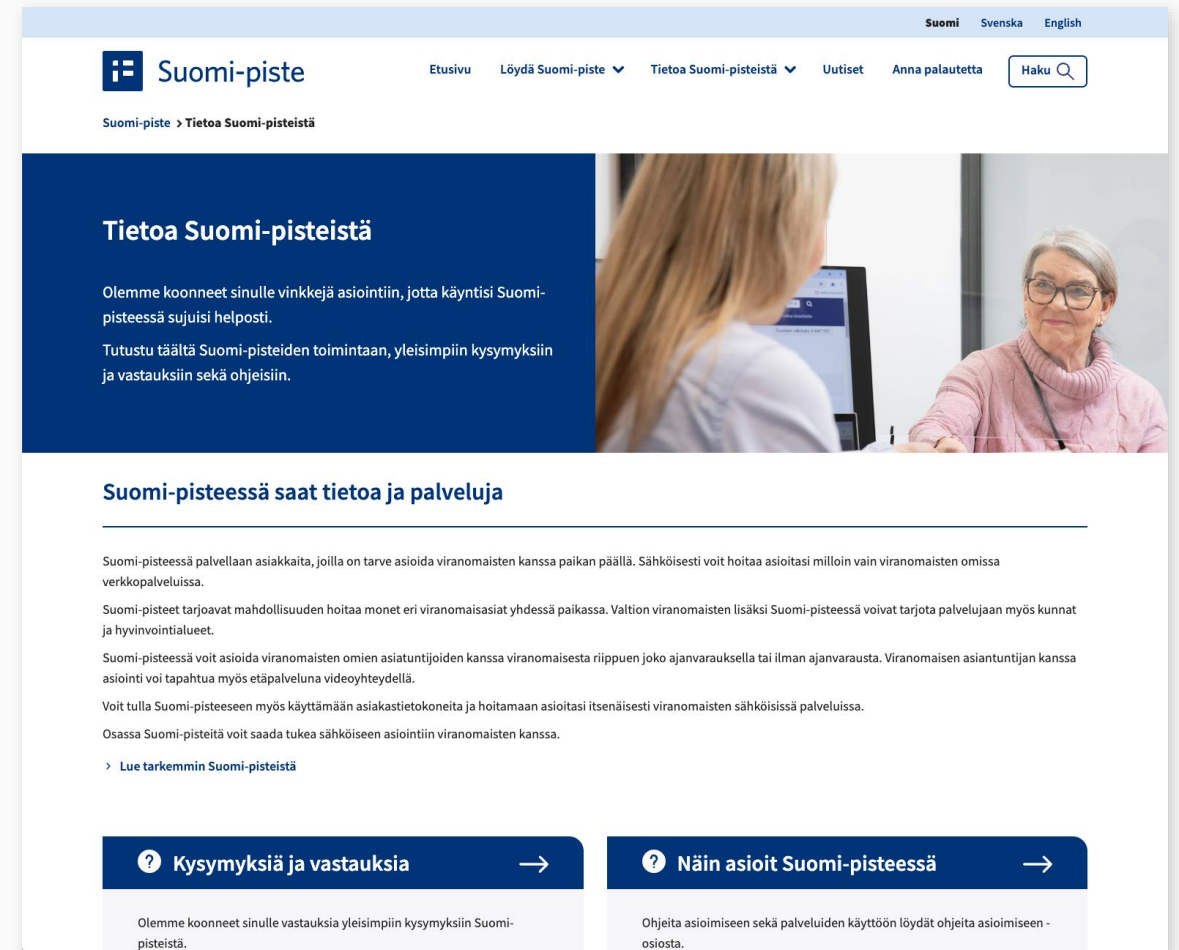
Verkkosivut

- ✓ **LVV** vastaa Suomi-piste-korttien päivittämisestä ja karttojen asetuksista.
- ✓ **Asiakaspalvelukoordinaattorit** vastaavat PTV-tiedon päivittämisestä.
- ✓ **Viranomaiset** vastaavat siitä, että omat tiedot verkkosivuilla ja PTV:ssä ovat oikein ja ovat tarvittaessa yhteydessä oikeaan päivittäjätahoon.

6.3 Suomi-pisteiden verkoston omat verkkosivut

2) Tietoa Suomi-pisteistä

Tietoa Suomi-pisteistä -osioon on koottu yleistä tietoa Suomi-pisteiden toiminnasta, yleisiä kysymyksiä ja vastauksia sekä vinkkejä asiointiin.



Kysymyksiä ja vastauksia

Kysymyksiä ja vastauksia -osioon on koottu usein kysyttyjä kysymyksiä Suomi-pisteisiin liittyen eri otsikoiden alle. Pääosin kysymykset koskevat Suomi-pisteiden yleistä toimintaa, mutta mukana voi olla myös tiettyyn viranomaispalveluun liittyviä kysymyksiä. Viestintäryhmän ja verkoston on hyvä säännöllisesti arvioida Kysymyksiä ja vastauksia -osion päivitystarpeita. Osion tulee elää asiakastarpeen mukaan.



TOIMI NÄIN

Ehdota osioon parannuksia

Tutustu Kysymyksiä ja vastauksia -osioon ja ehdota mielestäsi tarpeellisia päivityksiä viestintäryhmälle tai jatkossa viestintäverkostolle.

Näin asioit Suomi-pisteessä

Näin asioit Suomi-pisteessä -osioon on kuvattu yleisimmät Suomi-pisteiden asiointiprosessit vaiheineen. Koska Suomi-pisteiden käytännöissä on vielä eroavaisuuksia, eivätkä verkkosivusisällöt saa johtaa asiakkaita harhaan, on prosessit kuvattu hyvin yleisellä tasolla. Suomi-pisteissä olevien viranomaisten on hyvä tutustua asiointiohjeisiin ja tarvittaessa ehdottaa sisältöön päivityksiä aitoon asiakasymmärrykseen perustuen.

6.4 Palvelutietovaranto eli PTV

Palvelutietovaranto eli PTV on tärkeä osa verkkosivuston toimivuutta

Viranomaisilla on lakisääteinen velvollisuus kuvata palvelunsa ja palvelukanavansa palvelutietovarantoon. PTV:oon kuvatut palvelut ja kanavat näkyvät suoraan Suomi.fi-verkkopalvelussa ja niitä voi tuoda rajapinnan kautta myös muihin verkkopalveluihin. Suomi.fi on monelle asiakkaalle olennainen osa palvelupolkua viranomaisasiainnissa, vaikka se ei olisi ensisijainen kanava. Siksi on tärkeää, että myös Suomi-pisteet on kuvattu sinne johdonmukaisesti ja laadukkaasti.

Ohjeita löytyy esimerkiksi täältä:

[Asiointikanavien kuvaamisen ohjeet](#)

[Liitosten tekemisen ohjeet](#)

6.4 Palvelutietovaranto eli PTV

Palvelu- ja toimitilaverkkohankkeen viestintäryhmä on hyväksynyt Suomi-pisteiden PTV-linjaukset:

1. Jokaisella Suomi-pisteellä on yksi yhteinen palvelupaikkakuvaus. Suomi-pisteessä palvelevat viranomaiset arkistoivat aiemmat samaan käyntiosoitteeseen kohdistuvat palvelupaikkakuvausensa.
2. Suomi-pisteiden palvelupaikkakuvauksien luomisesta ja ylläpidosta vastaavat alueelliset asiakaspalvelukoordinaattorit. Kuvaukset pidetään ajan tasalla.
3. Suomi-pisteiden palvelupaikkakuvaukset laaditaan yhtenäisen mallin pohjalta.
4. Viranomaiset liittävät yhteisen Suomi-pisteen kuvauksen omiin, kyseisessä Suomi-pisteessä tarjolla olevien palveluidensa kuvauksiin.
5. Suomi-pisteiden esteettömyystiedot kirjataan Senaatti-kiinteistöjen asiantuntijoiden kanssa esteettömyyssovelluksen mallin mukaisesti.
6. Viranomaisille voidaan myöntää oikeudet Suomi-pisteiden kuvausten muokkaamiseen, jolloin organisaation edustajat voivat päivittää kuvauksia oman viraston tietojen osalta. Asiasta sovitaan asiakaspalvelukoordinaattorien kanssa.
7. Suomi-pisteiden PTV-kuvauksiin liittyviin kyselyihin vastaavat asiakaspalvelukoordinaattorit, jotka tarvittaessa konsultoivat DVV:tä tai VM:ää (myöhemmin LVV:tä).

6.5 Suomi.fi -tietosisältö

Suomi.fi-verkkopalvelussa on kahdenlaista sisältöä: PTV:oon laadittuja kuvauksia palveluista sekä ns. tietosisältöä, joka on yleistä tietoa palveluista. Esimerkkinä: [“Asiointi Suomi-pisteessä.”](#)

Tietosisältöä voi päivittää vain DVV:n verkkotoimitus. Tietosisältö palvelee erityisesti asiakkaita, jotka tutustuvat julkisen hallinnon palveluihin Suomi.fi-verkkopalvelussa. Myös siellä on tärkeää olla tietoa Suomi-pisteistä. LVV vastaa tietosisällöstä yhdessä DVV:n kanssa.

6.5 Suomi.fi -tietosisältö

Asiakaspalvelukoordinaattorit ovat tuottaneet Suomi-pisteiden palvelukanavakuvauksen mallipohjan, jonka mukaisesti kaikkien Suomi-pisteiden palvelukanavakuvaukset toteutetaan yhtenäisesti.

VASTUUT

Palvelukanavakuvaukset

- ✓ **LVV** toimii Suomi-pisteet organisaation pääkäyttäjänä, koordinoi kokonaisuutta ja yhteistyössä DVV:n kanssa vastaa Suomi-pisteisiin liittyvästä pysyvästä tietosisällöstä.
- ✓ **Viranomaiset** ovat vastuussa siitä, että Suomi-pisteiden palvelupaikkakuvauksissa on oikeat palvelua koskevat tiedot ja että Suomi-pisteet on liitetty viranomaisten palveluihin (ja vanhat kuvaukset poistettu).
- ✓ **Asiakaspalvelukoordinaattorit** vastaavat Suomi-pisteiden palvelukanavakuvausten päivittämisestä tai myöntävät oikeudet viranomaisen edustajalle sopimuksen mukaan.

6.6 Viranomaisten verkkosivut

Viranomaisilla on velvollisuus viestiä asiakkaille käytössä olevista palvelukanavista ymmärrettävällä tavalla. Näin ollen on olennaista, että viranomaisten verkkosivuilla kerrotaan myös, kun palvelua on saatavana Suomi-pisteestä.

Jos viranomaisen palvelua annetaan Suomi-pisteessä, Suomi-piste tulee mainita verkkosivuilla sanallisesti. Brändiohjeistuksen mukaan Suomi-pisteistä ei kuitenkaan tarvitse viestiä graafisen ohjeiston mukaisesti.

Parhaimmassa tapauksessa viranomaisten verkkosivuilta Suomi-pisteistä tietoa etsivä asiakas saa laajemmin tietoa Suomi-pisteen palveluista ja toimintamallista. Viranomaisten toivotaan ohjaavan asiakkaita tutustumaan myös suomi-piste.fi-sivustoon.

Verkkosivuilla viestitään Suomi-pisteistä brändiohjeiston äänensävyä ja sanoitusta seuraten, mukauttaen teksti verkkosivujen yleiseen kieleen. Palvelu- ja toimitilaverkkouudistuksessa on myös laadittu valmiita tekstiaihioita, esimerkiksi Suomi-pisteiden, joiden avulla tekstisisältöjä voi laatia vastaamaan yhdenmukaista brändiviestintää. Verkkoviestinnässä tulee käyttää Suomi-pisteiden terminologiaa oikein.

6.7 Sosiaalinen media

Suomi-pisteillä ei ole omia sosiaalisen median kanavia, vaan on todettu, että toistaiseksi asiakkaat tavoitetaan parhaiten hyödyntäen viranomaisten olemassa olevia sosiaalisen median kanavia, joilla on jo vakiintuneet seuraajakunnat.

Palvelu- ja toimitilahankkeessa on kuitenkin linjattu, että sosiaalisen median kanavien perustamista voidaan harkita, jos asiakastarve niin osoittaa. Silloin myös yhteisen asiakasviestinnän käsikirjaa päivitetään tämän osalta. Sosiaalisen median kanavien perustamisesta ja siihen liittyvistä prosesseista vastaa LVV.

Suomi-pisteiden tunnettuuden lisäämisessä ja asiakkaiden ohjaamisessa palveluun sekä toimimaan oikein palvelussa sosiaalisella medially on keskeinen rooli. Viranomaisten odotetaan viestivän Suomi-pisteistä omissa some-kanavissaan samalla tavalla, kuin muista palvelukanavistaan. Suomi-pistettä ei saa häivyttää pois viranomaisen asiakasviestinnästä. Kun viestintä koskee asiointia, joka tapahtuu Suomi-pisteessä, odotetaan viranomaiselta Suomi-pisteiden brändin ja ohjeistuksen mukaista viestintää.

6.7 Sosiaalinen media

Viestintä sosiaalisessa mediassa on korostetun visuaalista, joten Suomi-pisteiden visuaalisen ilmeen hyödyntäminen on aiheellista.

- Suomi-pisteiden brändin lanseerauksen yhteydessä viranomaisten käyttöön on tuotettu valmiita pohjia, joita voi hyödyntää Suomi-pisteissä tarjottavista palveluista viestittäessä. Ne löytyvät jatkossa materiaalipankista.
- Some-viestintää Suomi-pisteistä tehdään brändiohjeistuksen “Tiedottava ja Suomi-pisteeseen ohjaava viestintä” -periaatteen mukaisesti. Toisin sanoen viestinnässä yhdistellään Suomi-pisteen graafista ilmettä viranomaisen omaan brändiin.
- Viranomainen voi tuottaa myös itse visuaalista some-sisältöä graafisen ohjeen ja materiaalipankista löytyvän materiaalin avulla.

Suomi-pisteissä
palvellaan sinua,
jolla on tarve asioida
viranomaisten kanssa
paikan päällä.



 Suomi-piste

Esimerkki some-materiaalista



TOIMI NÄIN

Etsi materiaalipankista pohjia

Käytä jo valmista: Hyödynnä valmiit somepohjat ja tekstit viestinnässä, jotta työsi helpottuu. Some-viestinnässä tulee käyttää Suomi-pisteiden terminologiaa oikein.

VASTUUT

Sosiaalisen median kanavat

- ✓ **LVV** vastaa Suomi-pisteiden someviestinnän ohjeistuksesta, Suomi-pisteiden some-kanavien perustamisesta sekä tuottaa some-materiaalia viranomaisten käyttöön.
- ✓ **Viranomaiset** viestivät Suomi-pisteessä sosiaalisessa mediassa kuten muistakin palvelukanavistaan sovittaen brändiohjeistusta omiin viestintälinjauksiin.

6.7 Viestintä fyysisessä tilassa

Viestintä itse Suomi-pisteessä on tärkeä viestinnän kanava, koska moni asiakas ei välttämättä pysty käyttämään digitaalisia laitteita ilman tukea.

Asiakaspalvelutilassa voidaan viestiä infonäytöillä ja erilaisilla printatuilla materiaaleilla, kuten julisteilla ja flaijereilla. Nämä viestintäpaikat tulee varata ennen kaikkea Suomi-pisteiden toimijoiden paikalliselle ja ajankohtaiselle viestinnälle sekä Suomi-pisteiden yhteiselle viestinnälle. Tavoitteena on, että viestintä asiakaspalvelutilassa antaa aina asiakkaalle hyödyllistä tietoa saatavilla olevista palveluista.

Suomi-pisteiden yhteisissä rooleissa toimivat työntekijät koordinoivat asiakaspalvelualueella tapahtuvaa viestintää ja päättävät, millaisia julisteita yms. tilaan voidaan laittaa ja mihin ne sijoitetaan. Tiloissa noudatetaan ensisijaisesti Suomi-pisteiden brändi-ilmettä, mutta viranomaiset voivat hyödyntää tilaa myös väliaikaisesti omaan toimintaansa liittyvään viestintään (esim. verotukseen liittyvät määräpäivät).

6.7 Viestintä fyysisessä tilassa

Infonäyttöjä päivitetään Senaatin järjestelmällä ohjeiden mukaisesti Suomi-pisteiden pohjia hyödyntäen. Infonäyttöjen pohjia, päivittämisprosessia ja ohjeistusta kehitetään palvelu- ja toimitilaverkkohankkeen ja Senaatin yhteistyönä.

Infonäyttöjen sisällöstä vastaavat Suomi-pisteen yhteisissä rooleissa toimivat henkilöt. Viranomaiset voivat neuvotella omien sisältöjen tuomisesta infonäytöille koordinaattorin kanssa. Omien sisältöjen tuotannosta vastaa viranomainen itse, Suomi-pisteiden (brändi)ohjeistusta seuraten. Viranomaisen tulee huolehtia, että sisältö poistetaan sen vanhennuttua.



TOIMI NÄIN

Tarjoa ajankohtaista ja hyödyllistä tietoa

Viesti ajankohtaisista asioista infonäytöillä. Mikä on tärkeintä kertoa asiakkaille? Miten toteutat sisällön niin, että asiakas saa olennaisen tiedon? Muista poistaa sisältö, kun se ei ole enää ajankohtainen.

6.9 Maksettu näkyvyys ja printti

Ei-digitaitoiset asiakkaat tavoitetaan parhaiten perinteisen median ja printtiin perustuvan viestinnän keinoin. LVV voi tarpeen vaatiessa kustantaa mainoksia alueellisiin medioihin tai toteuttaa printtikampanjoita. Tarpeesta tehdään aina tapauskohtainen arvio, jossa punnitaan viestinnästä saatavia hyötyjä.

Viranomaiset voivat ostaa maksettuja mainoksia myös sosiaaliseen mediaan. Tällöin viranomaisen vastaa itse mainonnan kustannuksista.

Printtimateriaalia voidaan myös tuottaa viranomaisille ja sidosryhmille tulostettavaksi.

6.9 Maksettu näkyvyys ja printti

VASTUUT

Maksettu näkyvyys ja printtimateriaalit

- ✓ **LVV** vastaa Suomi-pisteiden maksetusta näkyvyydestä perinteisessä mediassa sekä suuremmista kampanjoista
- ✓ **Viranomaiset** tekevät asiakastarpeeseensa perustuen omalla kustannuksellaan maksettua viestintää
- ✓ **Koordinaattorit** voivat tuottaa tarvittaessa yhteisiä printtimateriaaleja viestintäbudjetin puitteissa



Esimerkkikuva printtimateriaalista Suomi-pisteen brändikäsikirjassa

7. Materiaalipankki

7. Materiaalipankki

Materiaalipankista saa jatkossa konkreettisia, käytännön materiaaleja. LVV tulee vastaamaan Materiaalipankista.

Tällä hetkellä löydät viestinnän tueksi materiaaleja [Yhteisten työympäristöjen konseptikokonaisuudesta, muun muassa:](#)

- Suomi-pisteen brändikäsikirja
- Yhteisen asiakaspalvelun käsikirja
- Nykyinen terminologia
- Uhka- ja väkivaltatilanteiden malli (UVT)

7. 2 Täydentäviä ohjeita

Vuonna 2026 on tulossa täydentäviä ohjeita:

- Kielelliset ohjeet ja kirjoitusasut
- Yhteisten roolien tehtävät ja työnjako
- PTV-kuvauksen mallipohja
- Infonäyttöjen ohjeistus