



VALTIOVARAINMINISTERIÖ
FINANSMINISTERIET

Suomi-pisteen brändikäsikirja

Versio 1

Päivämäärä 27.6.2024

Sisällysluettelo

1. Johdanto	3	3. Brändi-identiteetti	19	4. Sovellukset	39
2. Brändin lähtökohdat	5	Palvelupisteiden brändinimi	20	Viestintä ja markkinointi	40
Missio	6	Slogan & palvelulupaus	21	Kanavat	41
Kohderyhmät	7	Tarina	22	Digi	42
Brändihierarkia	9	Puhuttelutyyli / Tone of Voice	23	Printti	46
Asiakaskokemus ja asiakaspolku (konsepti)	11	Puhuttelutyyli	24	Tilat	48
Suomi-pisteiden asiakaspolku	12	Viestinnän kielet	26	Opasteet	49
Suomi-pisteiden asiakaskokemuksen tavoitetila	16	Äänensävy	27	Asiakasohjausjärjestelmä	55
Käyntiasiointipalveluiden käyttäjät	18	Asiakaspalvelu palvelupisteissä	28	Asiakaspäätteet	59
		Visuaalinen identiteetti	29	Palveluneuvojien vaatetus	60
		Logo	30	Sisustusvärit	61
		Typografia	33	Kalusteet (värit, yhtenäisyys)	62
		Värimaailma	34		
		Käyttöliittymien liikennevalovärit	35		
		Ikonit	36		
		Kuvien käyttö & tyyli	37		

1. Johdanto

The background is a solid teal color. It features several thin, white, curved lines that sweep across the frame. One line starts from the left edge and curves downwards towards the bottom right. Another line starts from the bottom left and curves upwards towards the right. A third line starts from the bottom left and curves upwards towards the top right. A fourth line starts from the bottom right and curves upwards towards the top right. These lines create a sense of movement and depth.

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.

Suomi-pisteen brändiä kehitetään jatkuvasti tarpeen mukaan, ja brändikäsikirjaa päivitetään sen mukaisesti. Tämä brändikäsikirja on luotu kesäkuussa 2024.

2. Brändin lähtökohdat

The background is a solid teal color. It features several thin, white, curved lines that sweep across the frame. One line starts from the left edge and curves downwards towards the bottom right. Another line starts from the bottom left and curves upwards towards the right. A third line starts from the bottom center and curves upwards and to the right. On the right side, there are two more lines that curve upwards and outwards towards the top right corner.

Missio

Julkisen hallinnon palvelut 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 palvelut 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.

Kohderyhmät

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.

Tunnistetut kohderyhmät avataan seuraavalla sivulla.

Kohderyhmät

Tärkeimmät kohderyhmät



B

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



D

Itseohjautuva yksittäisen palvelun asiakas

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

Toissijaiset kohderyhmät



A

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, tulkkaukset)
- Useiden asioiden ja palvelujen vireillepanon tarve samalla käyntikerralla (esim. monialainen asiantuntijoiden yhteistyön tarve)
- Toivoo, että taustoja ei tarvitsisi kerrata jokaiselle toimijalle erikseen



C

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 palvelupisteiden brändin ja viranomaisten brändien suhteen viestinnässä ja markkinoinnissa.

Palvelupisteiden brändillä on hierarkiassa kokoava rooli.

Hierarkiassa on kolme tasoa:

- 1. Palvelun tuottajan ohjaava viestintä**
Käytössä palvelun tuottajan oma brändi
- 2. Tiedottava palvelupisteeseen opastava viestintä**
Käytössä kokoavana brändinä palvelupisteiden brändi ja näkyvillä palveluntarjoajien brändit alisteisina
- 3. Viestintä palvelupisteessä**
Käytössä palvelupisteiden brändi

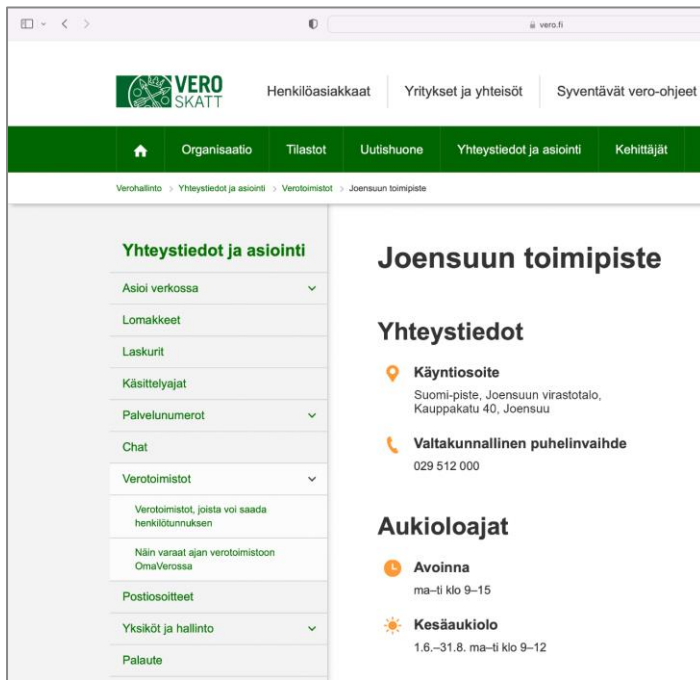
Toimipaikoissa, joissa samoissa tiloissa yhteisten palvelupisteiden kanssa toimii muita palveluita kokoavia brändejä, ne näyttäytyvät yhteisten palvelupisteiden kanssa brändinäkökulmasta tasa-arvoisina toimijoina.

Huomio! Sovellusesimerkkien tekstit ovat esimerkkejä, eivät todellisia viestejä.

Brändihierarkia

1. Palvelun tuottajan ohjaava viestintä

Käytössä palvelun tuottajan visuaalinen ilme ja tunnus.



2. Tiedottava ja palvelupisteeseen opastava viestintä

Käytössä palvelupisteen visuaalinen ilme ja tunnus sekä palvelun tuottajien tunnukset.



3. Viestintä palvelupisteessä

Käytössä palvelupisteen visuaalinen ilme ja tunnus.



The background features several thin, teal-colored lines that curve and intersect across the page, creating a modern, abstract design.

Asiakaskokemus ja asiakaspolku (konsepti)

Asiakaskokemus ja asiakaspolku

Suomi-pisteiden asiakaspolku

Palvelupisteiden konseptissa määritelty
asiakaspolku avattuna seuraavilla sivuilla.

Suomi-pisteiden asiakaspolun vaiheet

Asiakaspolun vaiheet pysyvät yleisellä tasolla samana asiakaspalvelupisteestä ja sen koosta riippumatta. Asiakas vuorovaikuttaa asiakaspalvelupisteiden ja niissä tarjottavien palveluiden kanssa eri tavoin polun eri vaiheissa.

Kontaktipiste

= paikka, hetki tai tapa, jolla ihminen on vuorovaikutuksessa palvelun kanssa. Asiakkaan kokonaiskokemus koostuu yksittäisten kontaktipisteiden herättämisestä tunteista, mielikuvista ja kokemuksista.

1 ENNEN ASIOINTIA

- Itsenäinen tiedonhaku
- Media ja markkinointi
- Yhteisöt ja vertaiset
- Ohjaus muualta
- Asiointiin valmistautuminen
- Saapuminen
- Ohjautuminen
 - itsenäisesti
 - yleistä neuvontaa antavan asiakaspalvelijan avustamana
- Odottaminen

2 ASIOINTI

- Viranomaisen asiantuntijan kanssa
 - kasvokkain
 - etäpalvelun välityksellä
- Itsepalveluna
 - itsenäisesti
 - yleistä neuvontaa antavan asiakaspalvelijan avustamana
- Yleistä neuvontaa antavan asiakaspalvelijan eli palveluneuvojan kanssa

Osa asiakkaista asioi useammalla eri viranomaisella.

3 ASIOINNIN JÄLKEEN

- Jatko-ohjaus
- Palautteen antaminen
 - asioinnin yhteydessä
 - asioinnin ulkopuolella
- Poistuminen

2

ASIOINTI

Kontaktipisteet:

Asiointi yleistä neuvontaa antavan asiakaspalvelijan kanssa kasvokkain

- Yleistä neuvontaa antava asiakaspalvelija
- Sisääntuloaula
- Neuvontapiste

Asiointi viranomaisen asiantuntijan kanssa kasvokkain

- Viranomaisen asiantuntija
- Palvelupiste
- Turvahuone
- Neuvotteluhuone
- Palvelupisteen kalustus ja puitteet
- Turvahuoneen kalustus ja puitteet
- Neuvotteluhuoneen kalustus ja puitteet
- Asiantuntijan laitteet
- Asiakkaan omat laitteet
- Viranomaisten verkkosivut
- Asiakirjat verkossa
- Paperiset asiakirjat
- Muut materiaalit (esim. ohjeet ja esitteet)

Itsenäinen asiointi

- Itsepalvelualue
- Itsepalvelutietokone tai -mobiililaitte
- Ohjeet itsepalvelulaitteen käyttämiseen
- Itsenäisessä asiointissa avustava asiakaspalvelija
- ”Tarvitsen apua” -nappi tai ohjeet avun pyytämiseen

Asiointi etäpalvelun välityksellä

- Palvelupiste
- Etäpalvelulaitteet
- Etäasiointissa avustava asiakaspalvelija
- Etäyhteyden päässä oleva asiantuntija

- Asiakas kutsutaan numerolla palveluhuoneeseen, jossa on viranomaisen asiantuntija. Asiakas siirtyy huoneeseen.

Palvelupiste

- Asiakas asioi henkilökohtaisesti viranomaisen asiantuntijan kanssa.

Palvelupiste

- Ilmenee, että asiakkaan tarvitsee asioida myös toisen viranomaisen kanssa. Asiakaspalvelija tarkistaa yhteisestä järjestelmästä, milloin asian voi hoitaa ja varaa ajan, joka parhaiten sopii asiakkaalle.

Palvelupiste

- Asiakas saa hoidettua yhden asian kerralla kuntoon ja toista edistettyä.

Palvelupiste

- Asiakas kertoo ensimmäiset tiedot tilanteestaan. Asiakaspalvelija tunnistaa, että palvelutarpeen kartoittamiseen tarvitaan enemmän aikaa.

Vastaanottopiste

- Yleistä neuvontaa antava asiakaspalvelija ja asiakas selvittävät yhdessä asiakkaan kokonaistilanteen sekä palvelu- ja erityistarpeet.

Neuvontapiste

- Jos asiakkaan asiaa voidaan alkaa hoitaa paikan päällä saman tien, asiakaspalvelija ohjaa asiakkaan vuoronumeron kautta palveluketjun 1. viranomaiselle. Muutoin asiakkaalle varataan aika.

Neuvontapiste

- Asiakas saa asiaansa edistettyä.

Neuvontapiste

Yleinen palveluneuvonta julkisen hallinnon yhteisissä asiakaspalvelupisteissä

1

Asiakkaan kohtaaminen

Asiakas kohdataan yhteisissä asiakaspalvelupisteissä arvostavasti, empaattisesti, ystävällisesti ja ratkaisukeskeisesti.

2

Asiakkaan palvelutarpeen tunnistaminen

Yhteisen asiakaspalvelupisteen asiakaspalvelijoiden tehtävä on paikantaa asiakkaan palvelutarve oikeaan viranomaiseen ja oikeaan palveluprosessiin

3

Ohjaaminen oikean palvelun pariin

Asiakas ohjataan oikean palvelun pariin heti, kun palvelutarve on tunnistettu. Tarpeen kartoittamisesta saatujen tietojen perusteella muodostetaan tilannekuva ja päätös palvelupolusta.

4

Yksilöllinen ja henkilökohtainen neuvonta

Asiakkaan asiointikyky, erityistarpeet ja digitaitotaso tunnistetaan ja huomioidaan koko asiakaspolun ajan. Asiointikanava valitaan niin, että asiakas pystyy hoitamaan asiansa mahdollisimman sujuvasti. Lisäksi huolehditaan siitä, että asiakas saa tarvitsemansa tuen asiointissa.

5

Etäasioinnin tuki

Asiakasta tuetaan etäpalvelulaitteiston käytössä, hänet ohjataan tarvittaessa etäpalveluhuoneisiin tai -pisteisiin ja häntä autetaan häiriötilanteissa.

6

Yleinen neuvonta viranomaisasiointissa

Asiakaspalvelijat auttavat asiakasta hoitamaan asiansa niiden palveluiden osalta, joita yhteisissä asiakaspalvelupisteissä tarjotaan. Asiointia tuetaan riippumatta siitä, tapahtuuko se digitaalisten vai muiden kanavien kautta. Yleisessä neuvonnassa ei oteta kantaa digitaalisen asiointin sisältöihin (esim. tukien hakeminen).

7

Asiakkaan tukeminen digitaalisessa asiointissa

Asiakaspalvelupisteessä kannustetaan, rohkaistaan ja opastetaan asiakasta digitaalisten palveluiden käytössä niiden viranomaisten palveluiden osalta, joita pisteessä tarjotaan.

8

Neuvonnan tilastointi toiminnan, palveluiden ja järjestelmien kehittämiseksi

Tilastointiin sekä tiedon analysointiin ja hyödyntämiseen on yhteiset toimintatavat ja järjestelmät. Asiakaspalvelijoiden tekemän tilastoinnin tulee olla mahdollisimman helppoa ja hoitua normaalien työtehtävien lomassa.

9

Turvallisuuden edistäminen ja vaaliminen

Yhteisissä asiakaspalvelupisteissä huolehditaan siitä, että asiointi on turvallista sekä asiakkaille että henkilökunnalle. Turvallisuuden vaalimiseen osallistuvat kaikki yhteisessä asiakaspalvelupisteessä työskentelevät henkilöt ja palveluita tarjoavat viranomaiset.

Asiakaskokemus ja asiakaspolku (konsepti)

Suomi-pisteiden asiakaskokemuksen tavoitetila

Palvelupisteiden konseptissa määritelty
asiakaskokemuksen tavoitetila avattuna
seuraavalla sivulla.

Yhteisten asiakaspalvelupisteiden asiakaskokemuksen tavoitetila

Näiden tavoitteiden on toteuduttava jokaisen asiakkaan kohdalla:

1

Asiointi on sujuvaa ja helppoa

Jonotus on minimoitu, siirtyminen eri viranomaisten välillä on sujuvaa ja palveluprosessi käynnistyy ja etenee sujuvasti.

2

Asiakas saa tarpeeseensa sopivaa palvelua

Tarpeiden kartoitus tehdään huolellisesti. Asiakas pääsee oikean palvelun pariin mahdollisimman nopeasti.

3

Asiakas saa asiaansa edistettyä

Asiakkaalla on koko ajan varmuus siitä, että asia etenee oikein, ja hän tietää, milloin asia on ratkaistu. Asiakas saa selkeät toiminta-ohjeet, jos asian hoitaminen jatkuu käyntiasioinnin jälkeen.

4

Asiointi on turvallista

Asiakkaalla on turvallinen olo koko asioinnin ajan, ja hän tietää, että asiat hoituvat tietoturva ja -suoja huomioiden

5

Asiakaspalvelu on arvostavaa, empaattista ja yhdenvertaista

Asiakas kohdataan arvostavasti, empaattisesti ja yhdenvertaisesti riippumatta siitä, mikä hänen asiointinsa syy tai asiointikykyensä on.

Lisäksi yhteisissä asiakaspalvelupisteissä pyritään edistämään sitä, että...

...asiakkaan luottamus yhteiskuntaan ja viranomaisiin kasvaa, ja asiakkaan itseluottamus ja rohkeus hoitaa asioita itsenäisesti ja digitaalisesti kasvavat.

Käytännössä tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että asiakas saa hoidettua asiansa ilman ylimääräistä odottelua tai liikkumista eri palveluiden ja kanavien välillä. Asiakas tietää koko asioinnin ajan, että hänen asiansa etenee oikein ja hoituu. Asiakkaalle ei jää missään vaiheessa tunnetta siitä, että hän on jäänyt yksin tai ilman apua. Asiakasta tuetaan ja rohkaistaan digitaalisessa asiointissa, ja hän tietää asioidensa tulevan hoidetuksi tietoturvallisesti.

Asiakaskokemus ja asiakaspolku (konsepti)

Käyntiasiointi- palveluiden käyttäjät

Käyntiasiointipalveluiden käyttäjille tarkoitetut, käyntiasiointia vaativat palvelut on määritelty yhteisten asiakaspalvelupisteiden konseptissa seuraavasti:

Asiaa ei voi hoitaa käymättä henkilökohtaisesti paikalla

Esimerkkejä:

- Passin ja henkilökortin hakeminen (Poliisi)
- Henkilötunnuksen antaminen (DVV ja Vero)
- Julkinen notaari ja vihkiminen (DVV)
- Tunnistautumiskäynnit (Maahanmuuttovirasto)
- Rikosseuraamusta voi suorittaa vain käymällä työntekijän vastaanotolla.
- Suunnitellun pohjoismaisen mallin edellyttämät henkilökohtaiset käynnit koskevat eri tavoin lähes kaikkia TE-toimistojen henkilöasiakkaita.

Asian hoitamiseksi ei ole olemassa sähköistä kanavaa

Joidenkin asioiden hoitaminen edellyttää esimerkiksi paperilomakkeiden täyttämistä ja toimittamista.

3. Brändi-identiteetti

The background is a solid teal color. It features several thin, white, curved lines that sweep across the frame. One line starts from the left edge and curves downwards towards the bottom right. Another line starts from the bottom left and curves upwards towards the right. A third line starts from the bottom center and curves upwards and to the right. On the right side, there are two more lines that curve upwards and outwards towards the top right corner.

Yhteisten palvelupisteiden brändinimi

Julkisen hallinnon yhteisten asiakaspalvelupisteiden suomenkielinen brändinimi on **Suomi-piste**.

Ruotsinkielinen brändinimi on **Finlandsdisken**.

Englanninkielisessä kommunikaatiossa käytetään suomenkielistä brändinimeä **Suomi-piste**.

Slogan & palvelulupaus

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

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

Palvelun rajatun kohderyhmän vuoksi Suomi-pisteille on määritelty oma palvelulupaus **Julkisen hallinnon käyntiasiointipalvelut kootusti yhdestä paikasta.**

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.

Puhuttelutyyli / Tone of Voice

The background features several abstract, flowing teal lines that create a sense of movement and depth. One line starts from the left and curves downwards towards the bottom right. Another line starts from the bottom left and curves upwards towards the right. A third line starts from the bottom center and curves upwards and to the right. A fourth line starts from the bottom right and curves upwards and to the left. These lines intersect and overlap, creating a dynamic and modern aesthetic.

Puhuttelutyö

1/2

Suomi-pisteiden palvelutilanteiden, viestinnän ja markkinoinnin puhuttelutyö mukailee Suomi.fi:n puhuttelutyötä. Asiakasta sinutellaan. Viestinnässä ja markkinoinnissa käytetään selkeää, helposti ymmärrettävää yleiskieltä.

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. Passiivisia vältetään.

Puhuttelutyö

2/2

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.

Viestinnän kielet

Suomi-pisteen viestinnän ja markkinoinnin kielet ovat suomi, ruotsi ja englanti. Saamea käytetään Pohjois-Suomessa tarvittaessa.

Suomi-pisteissä asiakasta opastetaan kolmella kielellä: suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi.

Äänensävy

Viestinnän äänensävy on linjassa Suomi-pisteiden yleisen puhuttelutyylin kanssa. Asiakasta sinutellaan.

Viestintä on äänensävyltään selkeää, opastavaa ja tiedottavaa. Mielikuvallista ja tulkinnanvaraista viestintää vältetään.

Asiakaspalvelu palvelupisteissä

Asiakas kohdataan arvostavasti, empaattisesti ja yhdenvertaisesti, riippumatta hänen asiointinsa syystä tai kyvystään asioida. Tärkein asia kerrotaan aina ensin. Palvelutilanteissa käytetään helpottajuisia lauseita.

Asiakaspalvelu noudattaa Suomi-pisteen puhuttelutyyliä (s. 24–25).

Asiakaspalvelussa huomioidaan kohderyhmien erityispiirteet. Asiakkaita opastetaan selkeästi ja lyhyin, ymmärrettävin lausein.

Visuaalinen identiteetti

The background features several abstract, flowing teal lines that create a sense of movement and depth. One line curves from the top left towards the center, another from the bottom left towards the center, and a third from the bottom left towards the right. On the right side, two more lines curve upwards and outwards, creating a fan-like shape.

Visuaalinen identiteetti

Logo

Suomi-pisteen logo mukailee Suomi.fi-brändin logo-ohjeistusta. Logossa yhdistyvät lipputunnus ja tekstiosa.

Logosta on kieliversiot suomeksi ja ruotsiksi. Suomenkielistä logoa käytetään suomen- ja englanninkielisessä viestinnässä, ja ruotsinkielistä logoa ruotsinkielisessä viestinnässä.



Suomi-piste



Finlandsdiskens

Visuaalinen identiteetti

Logon käyttö

Logosta on käytössä kaksi väriversiota.

Valkoisella pohjalla käytetään tummansinistä logoa ja tummansinisellä pohjalla valkoista logoversiota.

Lipputunnusta voidaan käyttää tunnisteena käyttötilanteissa, joissa koko logon (tunnus ja tekstiosa) käyttö ei ole mahdollista.



Suomi-piste



Finlandsdisken

TUNNUS

TEKSTIOSA



TUNNUS

 Suomi-piste

 Finlandsdisken

TUNNUS

TEKSTIOSA

Visuaalinen identiteetti

Logo opasteissa

Opasteissa logon yhteyteen lisätään tarvittaessa selitteet kolmella kielellä: suomi, ruotsi ja englanti.

Selitteet eri kielillä ovat: palvelupiste, serviceställe ja service point.

 Suomi-piste  Finlandsdiskens

Palvelupiste • Serviceställe • Service point

 Aluehallintovirasto
Regionförvaltningsverket

 MML
MAAN-
MITÄUS-
LAITOS

 LMV
LÄNTI-
MÄTERI-
VERKET

 DIGI- JA VÄESTÖTIETOVIRASTO
MYNDIGHETEN FÖR DIGITALISERING OCH BEFOLKNINGSDATA
DIGITAL AND POPULATION DATA SERVICES AGENCY

 OIKEUSAPU
RÄTTSHJÄLP

 EDUNVALVONTA
INTRESSEBEVAKNING

 RISE

 Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus
Närings-, trafik- och miljöcentralen

 TE-palvelut
AN-tjänster | TE services

 Kela|Fpa

 Ulosottolaitos
Utsökningsverket

 Maahanmuuttovirasto
Migrationsverket
Finnish Immigration Service

 VERO
SKATT

Visuaalinen identiteetti

Typografia

Markkinointimateriaali

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

Suomi-pisteen typografia noudattaa Suomi.fi-brändiin 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.

Visuaalinen identiteetti

Värimaailma

Pävärit

Suomi Pantone 294 C C100 M75 Y0 K45 #003479 R0 G52 B121	Valkea - - #FFFFFF R255 G255 B255	Musta Pantone Black C C0 M0 Y0 K95 #282828 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
---	--	---	--

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

Pävärit ovat **suomi**, **valkea** ja **musta**.

Pävärien lisäksi käytetään neljää lisäväriä: **kaamos**, **järvi**, **lakka** ja **tunturi**.

Värien käytössä ja väriparien muodostuksessa kiinnitetään erityistä huomiota saavutettavuuteen.

Lisäksi väripaletissa on käyttöliittymiä varten määritelty liikennevalovärit.

Visuaalinen identiteetti

Käyttöliittymien liikennevalovärit

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

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

Käyttöliittymien liikennevalovärit

Vihreä #00B38A R0 G179 B138	Keltainen #F4AA00 R244 G170 B0	Punainen #C13832 R193 G56 B50
--	---	--

Visuaalinen identiteetti

Ikonit



Ikoneilla on keskeinen rooli asiakkaiden opastamisessa Suomi-pisteissä. Osa asiakaskunnasta on vieraskielistä ja ikonit saattavat olla ainoa ymmärrettävä opaste tiloissa.

Visuaaliselta ulkoasultaan ikonit toteuttavat Suomi.fi:n asiakkaille suunniteltua ikonikokonaisuutta. Ikoneissa käytettävät värit ovat Suomi.fi:n *tunturi* ja *lakka*.

Suomi-pisteitä varten tullaan luomaan oma fyysisiä palvelutilanteita kuvaava ikonikirjastonsa.

Visuaalinen identiteetti

Kuvien käyttö

Esimerkkejä Suomi.fi:n kuvatyylissä



Suomi-pisteiden tiloissa viestintä on teksti- ja ikonipainotteista informatiivista viestintää. Valokuvia käytetään harkiten.

Päivittäisviestinnässä ja markkinoinnissa tulee olemaan erilaisia kuvatarpeita. Kuvien suunnittelussa ja toteutuksessa hyödynnetään Suomi.fi:n olemassa olevaa kuvaohjeistusta ja kuvien ilmettä.

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

Valokuvina käytetään valokuvia aidoista tilanteista. Tekoälyllä ei tuoteta valokuvia kuvituksiksi.

Visuaalinen identiteetti

Kuvien tyyli

Esimerkkejä Suomi.fi:n kuvatyylistä



Suomi.fi-kuvatyylin määritelmä

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.

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.

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

4. Sovellukset

The background is a solid teal color. It features several thin, white, curved lines that sweep across the frame. One line starts from the left edge and curves downwards towards the bottom right. Another line starts from the bottom left and curves upwards towards the right. A third line starts from the bottom left and curves upwards and then downwards towards the right. A fourth line starts from the right edge and curves upwards and then downwards towards the bottom left. These lines create a sense of movement and depth.

Viestintä ja markkinointi

The background features several abstract, flowing teal lines that create a sense of movement and depth. One line curves from the top left towards the center, another from the bottom left towards the center, and a third from the bottom left towards the right. On the right side, two more lines curve upwards and outwards, creating a fan-like shape.

Viestintä ja markkinointi

Kanavat

Suomi-pisteen viestintää ja markkinointia toteutetaan sekä omissa kanavissa, kuten asiakaspalvelutiloissa, että ulkoisissa kanavissa.

Viestinnässä ja markkinoinnissa käytetään molemmissa tapauksissa ensisijaisesti digitaalisia kanavia.

Lisäksi Suomi-pisteellä tulisi olla kokoava informatiivinen verkkosivu esimerkiksi Suomi.fi-sivustolla.

Printtikanavia käytetään harkiten ja vain tilanteen sitä vaatiessa.

Viestintä ja markkinointi

Digi

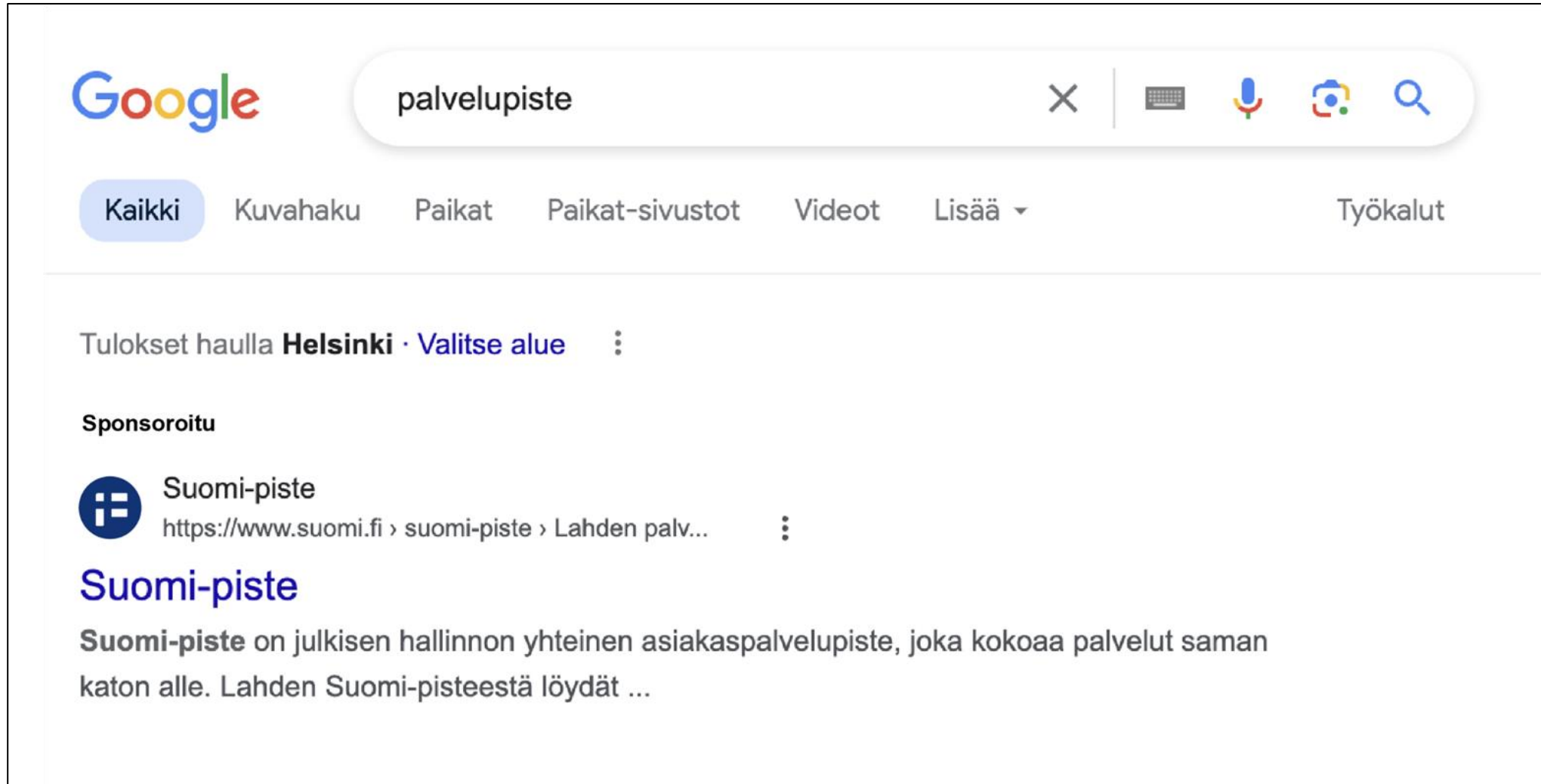
Digitaaliset kanavat

Suomi-pisteen palvelukokonaisuuden tietoisuuden lisäämiseksi voidaan toteuttaa maksettuja kampanjoita sosiaalisessa mediassa.

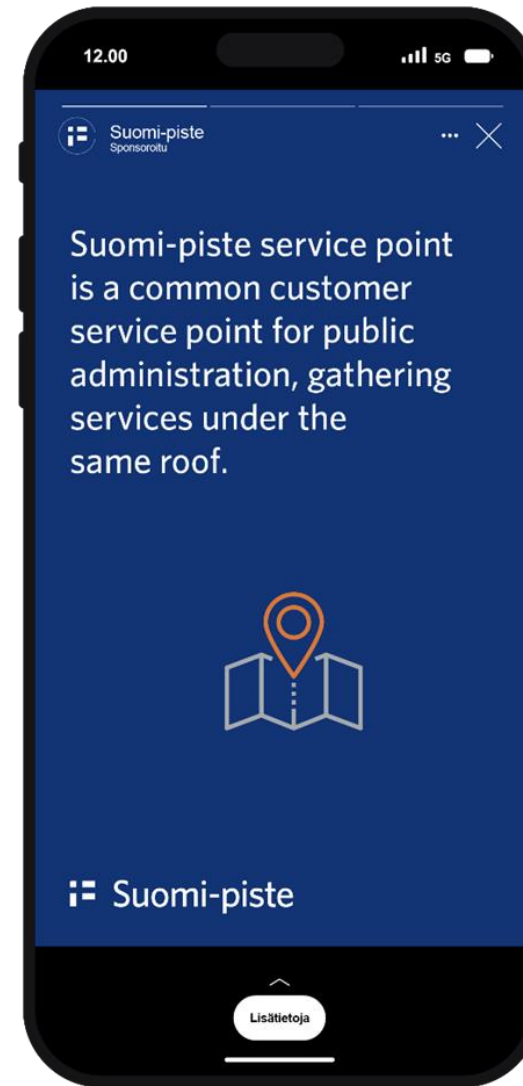
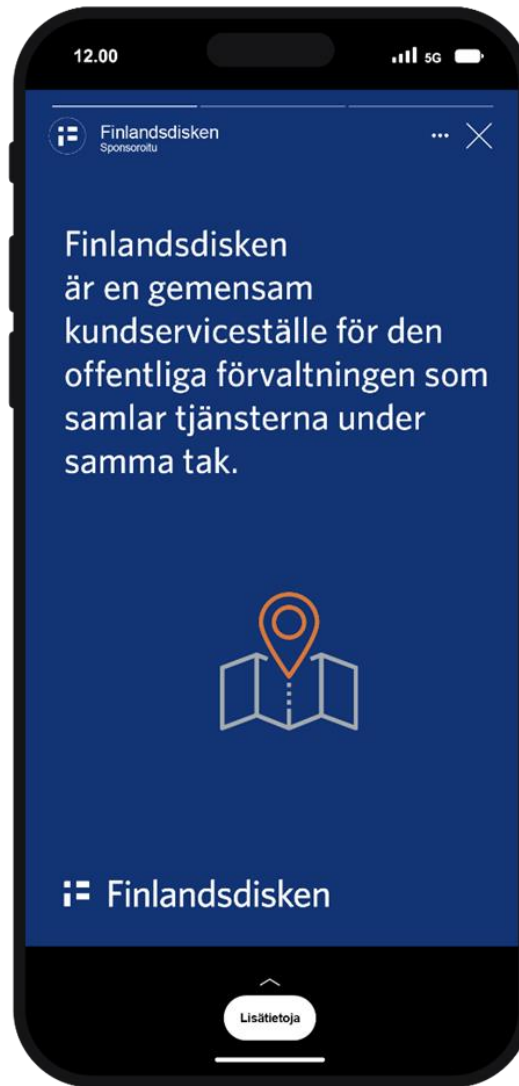
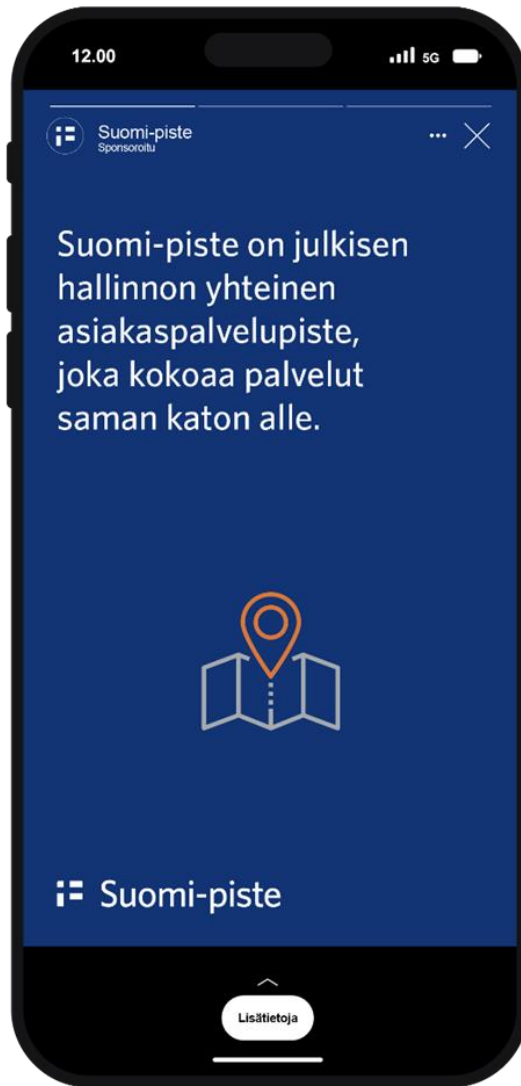
Käyntiasiointipalvelujen löydettävyyttä digitaalisessa ympäristössä voidaan vahvistaa hakukonemainonnalla. Hakukonenäkyvyyttä voidaan parantaa keskitetyn ratkaisun ja työkalun avulla.

Tiedon pitäisi olla yhtenäistä ja samantasoista verkkopalvelusta huolimatta. Tiedonhallintaa voi helpottaa ja keskittää työkalun avulla.

Suomi-pisteen omien some-kanavien luomista suositellaan. Ennen somekanavien perustamista tulee päättää, ketkä ja miten kanavaa koordinoidaan ja mitä sisältöä kanavissa julkaistaan.



The image shows a Google search interface. At the top left is the Google logo. The search bar contains the text "palvelupiste". To the right of the search bar are icons for clearing the search, keyboard search, voice search, image search, and a magnifying glass. Below the search bar are filter tabs: "Kaikki" (selected), "Kuvahaku", "Paikat", "Paikat-sivustot", "Videot", "Lisää", and "Työkalut". Below the filters, the text "Tulokset haulla **Helsinki** · Valitse alue" is displayed. Underneath is a "Sponsoroitu" section. The first result is for "Suomi-piste" with a blue icon containing a white 'F'. The URL is "https://www.suomi.fi > suomi-piste > Lahden palv...". Below the URL is the title "Suomi-piste" in blue. The description reads: "Suomi-piste on julkisen hallinnon yhteinen asiakaspalvelupiste, joka kokoaa palvelut saman katon alle. Lahden Suomi-pisteestä löydät ...".



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

 Suomi-piste



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

 Finlandsdiskens



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

 Suomi-piste



Viestintä ja markkinointi

Printti

(Fyysiset kanavat)

Flyereitä voidaan hyödyntää ja toteuttaa paikallisesti viestinnän tarpeisiin. Flyereitä voidaan tarjota jaettavaksi esimerkiksi muissa julkisen hallinnon 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.



Tilat

Tilat

Opasteet

Prio 1

Opasteiden merkitys hyvän palvelukokemuksen tarjoamisessa on ensisijaisen tärkeä. Opastamisessa huomioidaan Suomi-pisteiden kohderyhmän erityispiirteet.

Yleisesti opasteista

Opasteiden suunnittelussa pyritään äärimmäiseen selkeyteen. Opasteet ovat korostetun suurikokoisia. Tekstiopasteiden ymmärrettävyyttä lisätään suurikokoisten ikonien käytöllä tekstiopasteen yhteydessä.

Opasteissa käytetään aina saavutettavaa väriparia *suomi* ja *valkea*. Ikoneissa voidaan käyttää tehosteväriä *lakkaa*.

Ulko-opasteet

Jokaisen Suomi-pisteen sisäänkäynnin edessä on kokoava opaste, josta löytyy kaikkien palvelupisteessä toimivien viranomaisten logot.

Opastaminen tiloissa toimivien palveluntarjoajien aukioloajoista on tärkeää huomioida jatkosuunnittelussa. Näitä opasteita tulee priorisoida jatkosuunnittelussa palvelujen löydettävyyden lisäämiseksi.

Julkisivuun lisätään Suomi-piste -logo kunkin palvelupisteen kiinteistön tarjoamien mahdollisuuksien mukaan.

Tilat

Opasteet

Prio 1

Sisätilojen opasteet

Sisätiloissa opasteet ovat korostetun suurikokoisia. Opasteiden fontin pistekoko on tavanomaista opastetta suurempi (vrt. Senaatin opastejärjestelmä).

Opasteissa käytetään tekstien lisäksi viestiä selkeyttäviä ikoneita.

Asiakaskokemuksen ja palveluiden löydettävyyden parantamiseksi myös lattiapintoja hyödynnetään opastamiseen. Lattiapinnoille suunnitellaan opastepolut, jotka auttavat asiakkaita löytämään palvelupisteessä halutun palvelun äärelle.

Tilat

Opasteiden esteettömyys

Lähde:

<https://www.nakovammaistenliitto.fi/fi/opasteet-kohokyltit-ja-kohokartat>

Väri

Opasteiden värityksen tulee olla yhtenäinen ja erottua tilan muusta värityksestä (väripari: *suomi* ja *valkea*). Taustan ja kirjaimen/symbolin välisen kontrastin on oltava mahdollisimman hyvä. Paras näkyvyys syntyy tummalla pohjalla olevista vaaleista kirjaimista.

Kirjasinkoko

Opasteiden koko ja kirjasimen koko määrittyy katseluetäisyydestä: mitä kauempana opaste sijaitsee katselijasta, sitä suurempi opasteen täytyy olla. Heikkonäköisille on kuitenkin tärkeää, että opastetta pääsisi tarkastelemaan lähietäisyydeltä esteettömästi, ja siksi opasteen edessä ei saa olla esimerkiksi kalusteita. Luettavuutta parantaa, jos alkukirjain on isolla (versaali) ja tekstiosassa pienin kirjaimin (gemena).

Suosittelava tekstikorkeus heikkonäköisen kannalta:

- vähintään 15 mm opasteissa, joiden välittömään läheisyyteen voi päästä
- 25–40 mm sijaintia ja suuntaa osoittavissa opasteissa, jotka luetaan muutaman metrin etäisyydeltä, mutta joiden välittömään läheisyyteen myös pääsee
- 70–100 mm nimikilvissä ja vastaavissa opasteissa, jotka luetaan 1–3 metrin etäisyydeltä
- vähintään 100 mm opasteissa, jotka sijaitsevat kulkuväylän yläpuolella, yli kahden metrin korkeudessa.

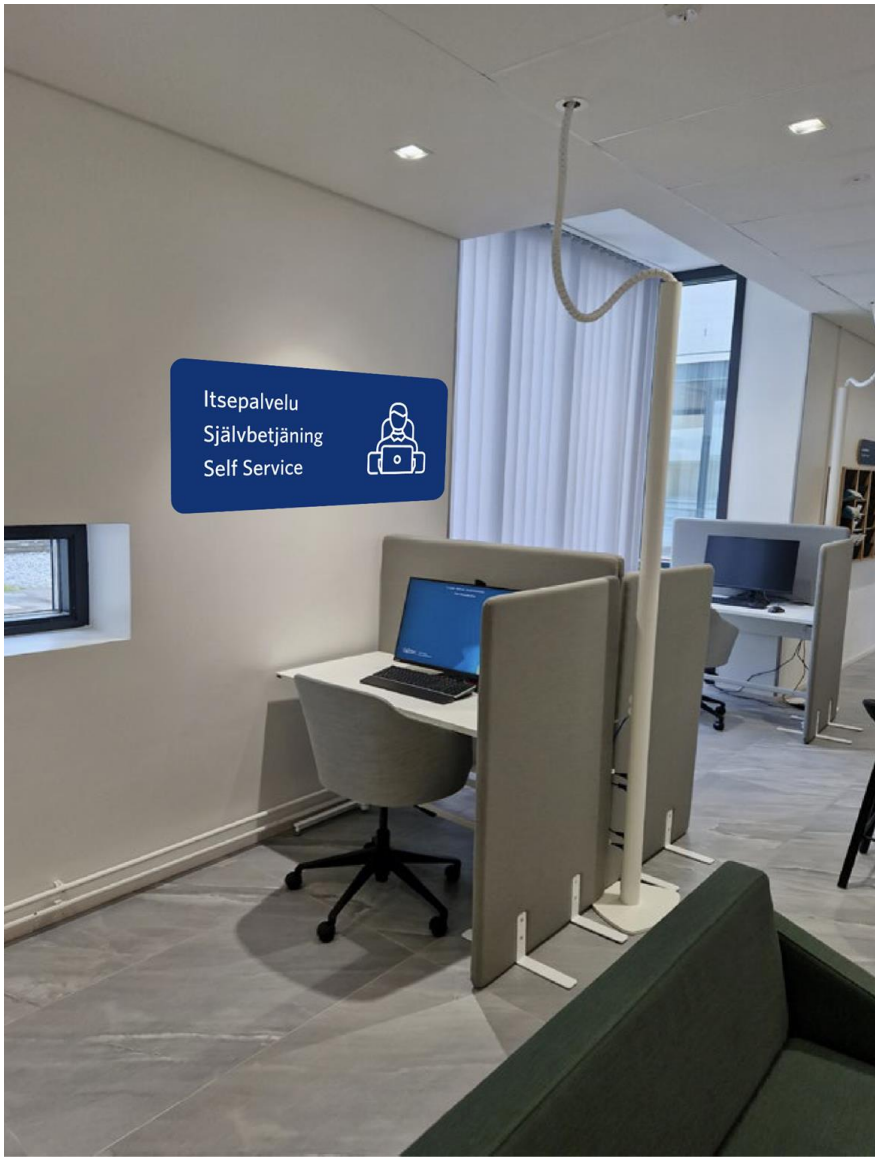


☐ Suomi-piste ☐ Finlandsdisken

Palvelupiste • Serviceställe • Service point

<p>Aluehallintovirasto Regionförvaltningsverket</p>	<p>MML MAANMITTAUSLAITOS</p> <p>LMV LÄNTI-MATERI-VERKET</p>
<p>DIGI- JA VÄESTÖTIETOVIRASTO MYNDIGHETEN FÖR DIGITALISERING OCH BEFOLKNINGSDATA DIGITAL AND POPULATION DATA SERVICES AGENCY</p>	<p>OIKEUSAPU RÄTTSHJÄLP</p>
<p>EDUNVALVONTA INTRESSEBEVAKNING</p>	<p>RISE</p>
<p>Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus Närings-, trafik- och miljöcentralen</p>	<p>TE-palvelut AN-tjänster TE services</p>
<p>Kela Fpa</p>	<p>Ulosottolaitos Utsökningsverket</p>
<p>Maahanmuuttovirasto Migrationsverket Finnish Immigration Service</p>	<p>VERO SKATT</p>





Tilat

Asiakasohjausjärjestelmä

Prio 1

Asiakasohjausjärjestelmään tulee panostaa. Pisteissä, joissa on laajasti tarjolla viranomaisten fyysistä asiakaspalvelua, käytetään Senaatti-kiinteistöjen kilpailuttamaa asiakasohjausjärjestelmää, jossa noudatetaan Suomi.fi:n graafista ohjeistoa. Muihin pisteisiin kehitettävissä asiakasohjausratkaisuissa noudatetaan Suomi-pisteen brändiä.

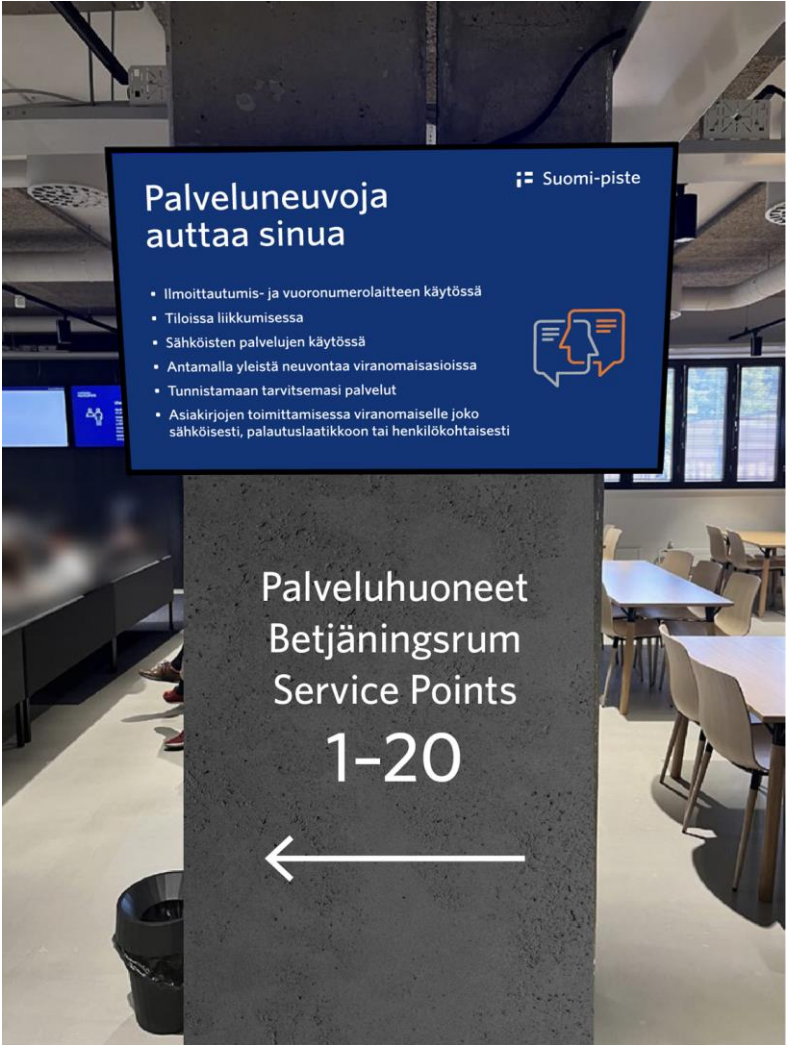
Asiakasohjausjärjestelmässä käytettävät vallitsevat värisävyt ovat *suomi* ja *valkea*.

Ohjauspääte

Viranomaisten logot ovat selkeinä painikkeina aloitusnäytöllä, josta asiakas pystyy valitsemaan tarvitsemansa viranomaispalvelun. Logoja käytetään tekstin sijaan 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.





Suomi-piste

Valitse palvelu





Suomi Svenska English ?

Finlandsdisk

Välj tjänst





Suomi Svenska English ?

Tilat

Asiakaspäätteet

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

Aloitusnäytön taustan värisävy on *suomi* ja näytöllä näkyy selkeästi kokoavana elementtinä Suomi-pisteen logo ohjeiston mukaan asemoituna. Jos tarvitaan huomioväriä asiakaspäätteisiin, voidaan hyödyntää Suomi.fi:n käyttöliittymävärejä.

Tilat

Palveluneuvojen vaatetus

Palveluneuvojen vaatetuksen tavoitteena on, että asiakkaiden on helppo tunnistaa palveluneuvojat.

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

Palveluneuvojan vaatteissa tulee aina olla näkyvillä Suomi-pisteen lipputunnus.

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

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

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

Tilat

Sisustusvärit

Asiakaspalvelutilojen sisustusväreissä Suomi-pisteen brändi näkyy ensisijaisesti asiakaspalvelukokemusta selkeyttävissä ja ohjaavissa opasteissa ja kyltityksissä.

Lisäksi pidetään huolta, että Suomi-pisteen päivittäisviestinnälle on tiloissa paikkoja, joissa viestintää on mahdollista toteuttaa visuaalisesti yhtenäisesti (julisteapaikat, ständit, näytöt jne.).

Fyysisten tilojen osalta värivalinnat suunnitellaan mahdollisuuksien mukaan niin, että yleisilme on rauhallinen, raikas ja avara.

Tilat

Kalusteet (värit, yhtenäisyys)

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 suositaan kovia pintoja ja luonnonmateriaaleja, kuten puuta. Lisäksi kalusteiden puhdistettavuuden tulee ohjata kalustevalintoja.



VALTIOVARAINMINISTERIÖ
FINANSMINISTERIET

Suomi-pisteen brändikäsikirja

Versio 1

Päivämäärä 27.6.2024