

**Kilpailijoista erottuvan yritysilmmeen  
suunnittelu isännöintitoimisto  
Ykkös-Isännöinnille**

Viestinnän koulutusohjelma  
Graafinen suunnittelu  
Opinnäytetyö  
17.3.2010  
Marianna Teitto

## TIIVISTELMÄSIVU

Koulutusohjelma Viestintä		Suuntautumisvaihtoehto Graafinen suunnittelu	
Tekijä Marianna Teitto			
Työn nimi Kilpailijoista erottuvan yritysilmmeen suunnittelu isännöintitoimisto Ykkös-Isännöinnille			
Työn ohjaaja/ohjaajat Viktor Kaltala			
Työn laji Opinnäytetyö	Aika 17.3.2010	Numeroidut sivut + liitteiden sivut 45 + 32	
<p>TIIVISTELMÄ</p> <p>Opinnäytetyöni aihe on kilpailijoista erottuvan yritysilmmeen luominen isännöinti-toimisto Ykkös-Isännöinnille. Yritys tuottaa isännöinti- ja kirjanpito palveluja asunto-osakeyhtiöille sekä liikekiinteistöille Lappeenrannassa. Opinnäytetyöni koostuu visuaalisesta ja kirjallisesta osuudesta. Visuaalisen osuuden suunnittelutyö jakautuu kahteen vaiheeseen. Ensimmäinen vaihe, jonka asiakas otti käyttöön, sisältää yritystunnuksen, käyntikortin, kirjelomakkeen, kirjekuoren ja ilmoituksen.</p> <p>Asiakkaan tiukan aikataulun vuoksi ensimmäinen vaihe ei täyttänyt täysin odotuksiini yksityiskohtien täsmällisyydessä, selkeydessä ja soveltavuudessa isännöinti alan yritysilmeksi. Päätin siis tutkia opinnäytetyössäni ensimmäistä vaihetta syvemmin ja löytää keinot, joilla yritysilmmeestä saisi paremmin toimivan isännöintialan yritykselle. Toinen vaihe sisältää yritystunnuksen, käyntikortin, kirjelomakkeen, kirjekuoren, ilmoituksen, flyerin/esitteen, kansion, autoteippaukset, t-paidat ja merkkien muotoon visualisoituja palveluperiaatteita. Toista vaihetta ei ole otettu vielä käyttöön asiakkaan puolesta, mutta se olisi tulevaisuudessa potentiaalisesti mahdollista.</p> <p>Kirjallisessa osiossa esittelen isännöintialaa ja tutustuin graafisen suunnittelun ja mainonnan kirjallisuuteen saadakseni teoreettista taustaa työlleni. Haastattelin yrityksen toimitusjohtajaa Mari Kiljusta kartoittaakseni tietoja heidän palveluistaan ja kilpailijoistaan. Tutkin myös kilpailijoiden yritystunnuksia, palveluja ja verkkosivuja löytääkseni tietoja siitä, kuinka Ykkös-Isännöinti voisi yritysilmellään ja visuaalisella viestinnällään erottua kilpailijoista.</p> <p>Suunnittelutyöni lähtökohtana oli luoda yritysilmmeestä kilpailijoista erottuva, nuorekas, raikas, moderni yhtenäinen visuaalinen kokonaisuus. Opinnäytetyön lopputulos on onnistunut graafinen ilme, joka koostuu edellä mainituista ominaisuuksista. Graafinen ilme antaa yrityksestä myös positiivisen, ihmisläheisen ja helposti lähestyttävän mielikuvan.</p>			
Teos/Esitys/Produktio			
Säilytyspaikka Metropolian kirjasto/Tikkurila			
Avainsanat yritys ilme, isännöinti, kilpailijoista erottuminen			

Degree Programme in <b>Media</b>		Specialisation <b>Graphic Design</b>
Author <b>Marianna Teitto</b>		
Title <b>Designing Visual Identity That Differs from Competitors. Case: Ykkös-Isännöinti</b>		
Tutor(s) <b>Viktor Kaltala</b>		
Type of Work <b>Bachelor´s Thesis</b>	Date <b>17 March 2010</b>	Number of pages + appendices <b>45 + 32</b>
<p>The objective of this thesis was to create a visual identity for a real estate management office <i>Ykkös-Isännöinti</i>. The company produces real estate management and accounting services for housing cooperatives and commercial real estates in Lappeenranta. My Bachelor´s thesis consists of a visual and theoretical part. The designing process of the visual part is divided into two phases. The first phase, which was taken into use by the client, consists of the following parts: a corporate sign, a business card, a letterhead, an envelope and an announcement.</p> <p>Due to the tight timetable, the first design phase did not completely meet my expectations in terms of accuracy and clarity. Furthermore, also the compatibility for the field of real estate management was not sufficient. As a consequence, I decided to study it deeper and find out how to develop it, so that it would function better in the field of real estate management. The second phase consists of a corporate sign, a business card, a letterhead, an envelope, an announcement, a flyer/brochure, a folder, car tapings, T-shirts and designed images which describe the company´s services. The second design phase has not been applied by the customer yet, but it would be potentially possible in the future.</p> <p>In the theoretical part, I introduce the field of real estate management and I have studied the literature of graphic design and advertisement in order to get the theoretical background for my thesis. I interviewed the company´s chief executive officer Mari Kiljunen to map the situation of their services and competitors. I also studied the corporation signs, services and websites of the competitors to get information about how Ykkös-Isännöinti could differ from its competitors with respect to the visual identity and visual communication.</p> <p>The starting point of my thesis was to create a visual identity that differs from the competitors, which is youthful, fresh and a modern uniform entity. The end result of my thesis is a successful visual identity, which consists of the previously mentioned features. It is an expression of positive, humane and easily approachable image of the company.</p>		
Work / Performance / Project		
Place of Storage <b>Metropolia Library/Tikkurila Unit</b>		
Keywords <b>visual identity, real estate management, differing from the competitors</b>		

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	2
2	MITÄ ON ISÄNNÖINTI?.....	4
3	YKKÖS-ISÄNNÖINTI Oy:n IDENTETEETTI-ANALYYSI.....	8
3.1	Ykkös-Isännöinti ja sen palvelut.....	8
3.2	Liiketoimintakatsaus.....	11
4	KILPAILIJA-ANALYYSI.....	13
4.1	Kilpailijoiden yritysilmeiden tarkastelua.....	13
4.2	Kilpailijoiden palvelut ja tavoitteet.....	15
4.3	Miten Ykkös-Isännöinti voisi visuaalisella viestinnällään erottua kilpailijoista?.....	16
5	YRITYSKUVA.....	19
5.1	Yrityskuvan määrittäminen.....	19
5.2	Vahvan yritysilmeen edut.....	20
5.3	Uuden yrityskuvan rakentamisessa huomioonotettavat asiat.....	21
5.4	Visuaalinen identiteetti, yritysilme.....	23
6	VISUAALISEN ILMEEN ENSIMMÄINEN VAIHE.....	25
6.1	Yritystunnuksen hahmottelua.....	25
6.2	Asiakkaan käyttöönotettava ilme.....	28
7	VISUAALISEN ILMEEN TOINEN VAIHE.....	32
7.1	Paranneltu, lopullinen versio tunnuksesta.....	32
7.2	Yritysvärit.....	34
7.3	Typografia.....	36
7.4	Graafinen elementti.....	38
7.5	Visuaaliset konseptit.....	39
8	YHTEENVETO.....	42
	LÄHTEET.....	44

LIITTEET (26 kpl)

## 1 JOHDANTO

Mietin pitkään opinnäytetyöni aihetta ja punnitsin eri vaihtoehtoja. Aluksi suunnitelmani oli tehdä kuvitus- ja taitto lastenkirjaa varten, mutta sitten minua pyydettiin yllättäen suunnittelemaan aloittelevalle Ykkös-Isännöinti nimiselle isännöintitoimistolle yritystunnus huhtikuun alussa 2009, joten loppujenlopuksi päädyin luomaan heille myös koko yritysilmeen.

Opinnäytetyöni tarkoitus on luoda yritysilme Ykkös-Isännöinti nimiselle toimintansa toukokuussa 2009 aloittaneelle isännöintitoimistolle. Asiakkaan toivomuksena oli, että yritysilmeestä tulisi kilpailijoista erottuva, nuorekas, raikas ja moderni. Itse asetin päämääräksi yhtenäisen, selkeän ja ihmisläheisen yritysilmeen suunnittelun. Yritysilmeen tarkoitus on myös antaa yritykselle tunnettavuutta sen toiminnan alkumetreillä ja luoda siitä positiivinen ja helposti lähestyttävä mielikuva, joka auttaisi yritystä saamaan lisää asiakkaita. Pyrin myös suunnittelullani luomaan sellaisen graafisen tyylin, jota on jatkossakin helppoa soveltaa yrityksen markkinointiviestinnän eri osissa. Näitä kaikkia ominaisuuksia olen pitänyt suunnitteluni lähtökohtana.

Yritysilmeen suunnitteluvaihe jakautuu kahteen osaan, joista ensimmäinen vaihe on otettu käyttöön tiukan aikataulun vuoksi. Taustatutkimukselle ja suunnittelulle jäi hyvin vähän aikaa, tämän vuoksi ensimmäisen vaiheen ilme ei mielestäni toimi parhaalla mahdollisella tavalla. Etenkin tunnuksen yksityiskohdissa ja asettelussa olisi vielä ollut hiomista. Muutenkaan mielestäni yritysilme ei tuonut tarpeeksi esille isännöintialaa. Asiakas itse oli kuitenkin jo kovin tyytyväinen ja halusi ottaa ilmeen heti käyttöön. Itse en ollut täysin tyytyväinen ensimmäisen vaiheen ilmeeseen, joten päätin tutkia

toisessa vaiheessa ensimmäisen vaiheen kehitystä. Pohdin kuinka ilmeestä saisi muutoksilla paremmin toimivan isännöinti alan yritykselle.

Opinnäytetyöni koostuu visuaalisesta ja kirjallisesta osuudesta. Visuaalinen osio jakautuu kahteen vaiheeseen, joista esittelen kummatkin. Ensimmäinen vaihe, joka otettiin käyttöön asiakkaan tiukan aikataulun vuoksi koostuu yritystunnuksesta, käyntikortista, kirjelomakkeesta (A4), kirjekuoresta (C5) ja ilmoituksesta. Toisessa vaiheessa tutkin ensimmäisen vaiheen kehitystä. Siinä esittelen siis parannellun, isännöinti alalla toimivamman version visuaalisesta ilmeestä ja perustelen minkä takia tämä versio on parempi ratkaisu. Muita sovelluksia asiakas ei vielä tilannut, mutta opinnäytetyöni toisessa vaiheessa suunnittelin vielä lisää markkinointiviestinnässä käytettäviä materiaaleja, joilla Ykkös-Isännöinti voisi tulla huomatuksi paremmin. Päätin suunnitella myös kansion, flyerin/esitteen, autoteippaukset ja t-paidat. Suunnittelin myös joitakin Ykkös-Isännöinnin palveluperiaatteita merkkien muotoon, joita voitaisiin käyttää markkinointimateriaalien yhteydessä tehostamaan sanomaa kuvallisin elementein. Toista vaihetta ei ole otettu vielä käyttöön, eikä sitä ole esitelty asiakkaalle, mutta se voisi olla potentiaalisesti mahdollista tulevaisuudessa. Opinnäytetyössä esittelen kummatkin vaiheet yritysilmeen suunnittelusta. Ensimmäisen vaiheen tilaajana toimi Ykkös-Isännöinnin toimitusjohtaja Mari Kiljunen.

Tein taustatutkimusta isännöintialasta, jotta ymmärtäisin alaa paremmin. Tämä auttoi minua etenemään suunnittelussa. Haastattelin Ykkös-Isännöinnin toimitusjohtaja Mari Kiljusta kartoittaakseni perustietoja yrityksestä ja sen palveluista. Haastattelusta sain myös tietoja kilpailijoiden tarjoamista palveluista ja visuaalisesta viestinnästä, koska Kiljunen oli ollut aikaisemmin töissä yhdellä nykyisistä kilpailijoistaan. Tein myös taustatutkimusta kilpailevien ja muiden samalla toimialalla toimivien yritysten ilmeistä ja palveluista löytääkseni keinot, joilla Ykkös-Isännöinnin visuaalinen viestintä voisi erottua muista. Nämä tiedot auttoivat minua löytämään keinoja, joilla Ykkös-Isännöinti voisi erottua visuaalisella viestinnällään kilpailijoista. Tutustuin myös graafisen suunnittelun ja mainonnan kirjallisuuteen, jotta saisin myös teoreettista pohjaa työlleni. Kirjallisessa osuudessa kerron myös suunnitteluprosessin etenemisestä ja sen aikana eteen tulleista ongelmista, niiden ratkaisuista ja perustelen miksi lopuksi valitut ratkaisut toimivat paremmin yrityksen visuaalisessa ilmeessä.

Ykkös-Isännöinnin lopullinen visuaalinen ilme (toinen vaihe) on luonteeltaan nuorekas, raikas ja moderni ja se sisältää yrityksen nimeen ja toimintaan liittyvää symboliikkaa. Yritysilme on yhtenäinen, toimiva ja kilpailijoista erottuva kokonaisuus, jonka uskoisin

auttavan yritystä sen alkumetreilla tuomaan lisää tunnettavuutta ja antamaan yrityksestä positiivisen, ihmisläheisen ja helposti lähestyttävän mielikuvan.

## 2 MITÄ ON ISÄNNÖINTI?

Isännöintiala ei ollut itselleni tuttu ennestään, joten päätin ensin ottaa hieman selvää siitä, mitä tarkoitetaan isännöinnillä ja mitä isännöitsijäpalvelut pitävät sisällään. Alan kirjallisuutta oli vaikeaa löytää, joten päätin lähteä tutkimaan asiaa internetin välityksellä. Löysin heti Suomen Isännöintiliitto ry:n sivuston ([www.isannointiliitto.fi](http://www.isannointiliitto.fi)), josta sain paljon hyödyllistä tietoa isännöinnistä. Isännöintipalvelua oli kuvattu hyvin myös [www.eloservice.com](http://www.eloservice.com) ja [www.isa-yhdistys.org](http://www.isa-yhdistys.org) sivuilla.

Monille ihmisille isännöintiala ei ole lainkaan tuttua, kuten ei ollut itsellenikään.

Suomen Isännöintiliitto ry on tehnyt tutkimuksen yhteistyössä seitsemän korkeakoulun Ristiin Rastiin – projektin kanssa, jossa selvitettiin opiskelijoiden mielikuvia isännöintitoimialasta. Kyselystä kävi ilmi, että opiskelijoilla on melko sekava käsitys isännöintitoimialasta ja isännöitsijän työstä. Monesti opiskelijat sekoittivat yleisesti isännöitsijän ja huoltomiehen tehtävät. Monet mielsivät isännöitsijän työnkuvaan kuuluvan kiinteistöhuoltoa, korjaustöitä ja jopa lumitöitä ja rappujen siivousta. Tämä ei kuitenkaan vastaa todellisuudessa isännöitsijän toimenkuvaa.

(Suomen Isännöintiliitto ry: isännöinnin ammattitutkimus 2006.)

Isännöitsijän työ on taloyhtiön johtamista. Tämä ei kuitenkaan näy useasti tavalliselle talonasukkaalle mitenkään, joten heidän on myös vaikea ymmärtää mitä isännöitsijä tekee. Isännöinti on todellisuudessa palveluala, jonka kohteita ovat muun muassa:

- Asunto-osaakeyhtiöt ja pienomistajien vuokra-asuntoyhtiöt
- Ammattiomistajien vuokra-asuntoyhtiöt
- Liikekiinteistöyhtiöt

(Suomen Isännöintiliitto ry.)

Eloservice Oy:n sivustoilla esitetään, että isännöitsijän tehtävät voidaan jakaa karkeasti kolmeen ryhmään:

- hallinnolliset tehtävät
- taloudelliset tehtävät
- tekniset tehtävät

### **1. Hallinnolliset tehtävät**

*Isännöitsijä on asunto-osakeyhtiön operatiivinen toimitusjohtaja, jonka tärkein tehtävä on yhtiökokouksen ja hallituksen ohjeiden mukaan hoitaa juoksevaa hallintoa. Isännöitsijän keskeisin tehtävä on huolehtia taloyhtiön normaalien toimintojen sujumisesta. Taloyhtiön hallituksen tehtävänä on muun muassa valvoa, että isännöitsijä huolehtii sovittujen päätösten toteuttamisesta. Isännöitsijä voi tarvittaessa käyttää ulkopuolisten asiantuntijoiden apua.*

*Isännöitsijä kutsuu yleensä koolle yhtiö- ja hallitusten kokoukset ja toimii näiden kokousten valmistelijana, lähettää kokouskutsut ja tekee pöytäkirjat yhtiöjärjestyksen määräysten mukaan.*

*Isännöitsijä huolehtii yleensä myös kiinteistön huoltoon ja vuokraukseen liittyvistä sopimuksista. Tehtäviin voi lisäksi kuuluu iso joukko tehtäviä, jotka lain mukaan on tehtävä tai joista taloyhtiökohtaisesti on erikseen sovittu.*

### **2. Taloudelliset tehtävät**

*Isännöitsijä huolehtii talousarvion laadinnasta, hoitaa kaikki juoksevaan kirjanpitoon liittyvät tehtävät sekä laatii tilinpäätökset yhtiöjärjestyksen määräämässä ajassa.*

*Isännöitsijä huolehtii ja valvoo asukkaiden ja vuokralaisten maksujen seurannasta sekä hoitaa taloyhtiön laskujen maksut. Tarvittaessa isännöitsijä on taloyhtiön yhteyshenkilö rahoituslaitoksiin päin ja huolehtii taloyhtiön maksuvalmiudesta.*

### **3. Tekniset tehtävät**

*Isännöitsijän tulee hoitaa ja valvoa kaikki kiinteistön huoltoon liittyvät sopimukset ja seurata säännöllisesti taloyhtiön sähkön, lämmön ja veden kulutusta. Isännöitsijän tulee tehdä ehdotus taloyhtiön hallitukselle ja/tai yhtiökokoukselle, mikäli taloyhtiössä on tarve tehdä suurempia korjauksia mihin vuosittaisessa talousarviossa on päädytty.*

( Eloservice Oy 2002: Mitä on isännöinti?)

Asukkaat tekevät yleensä vikailmoitukset isännöitsijälle, jotka isännöitsijätoimisto toimittaa eteenpäin palveluntoimittajille, esimerkiksi huoltoyhtiölle. Isännöitsijä tekee kiinteistökierroksia yhdessä huoltoyhtiön edustajan kanssa, jotta epäkohdat, kuten



rakennuksen kunnossa huomattaviin ajoissa. Isännöisijä vastaa kertaluontoisten korjausten hallinnollisista järjestelyistä ja hoitaa eteenpäin äkilliset ja satunnaisesti tapahtuvat korjaustoimet. Isännöitsijän työnkuvaan kuuluu myös esimerkiksi lämmön, -veden ja sähkön kulutuksen seuranta yhtiön ilmoittamien mittarilukemien mukaan.

Kiinteistöala kehittyy koko ajan, siksi isännöitsijältä edellytetään yhä enemmän vastuuntuntoa, ammattitaitoa ja itsensä kehittämistä. Isännöitsijällä voi olla joko pelkkä isännöitsijän koulutus ja tutkinto (ITS) tai ammatti-isännöitsijän tutkinto (AIT), johon vaaditaan ITS-tutkinto tai vähintään opisto- tai ammattikorkeakoulutasoinen tutkinto pohjalle. Isännöitsijän tutkinto antaa valmiuden hoitaa asuin- ja liikekiinteistöjen isännöintitehtäviä. Ammatti-isännöitsijän tutkinto antaa valmiuden hoitaa vaativien asuin- ja liikekiinteistöjen isännöintitehtäviä ja toimia isännöitsijätoimiston johdossa, kiinteistöpäällikkönä ja liikekiinteistöisännöitsijä tehtävissä. Isännöitsijä voi saada myös Isännöitsijöiden Auktorisointiyhdistys ry:n (ISA) tunnuksen, joka edellyttää ammatti-isännöitsijän tutkinnon suorittamista. (Isännöitsijöiden auktorisointiyhdistys ISA.)

ISAN:n auktorisoima isännöitsijä tarkoittaa sitä, että hän on koulutettu, päätoiminen ammattilainen. Hänet tunnustetaan ISA-tunnuksesta. Jos isännöintiyhteisö on auktorisoitu, koko organisaation tulee toimia ISA:n laatuvaatimusten mukaisesti. Jotta isännöitsijätoimisto voi käyttää ISA-tunnusta, täytyy yrityksen olla ensin toiminnassa kaksi vuotta. ISA valvoo auktorisoitujen toimintaa vuosi-ilmoituksin, auditoinnein ja tarvittaessa kurinpitomenettelyn avulla. (Isännöitsijöiden auktorisointiyhdistys ISA:auktorisoitujen isännöitsijöiden ja isännöintiyhteisöjen valvonta.)

Kiinteistöalan muutos on erityisen nopeaa, mikä edellyttää isännöitsijältä yhä enemmän vastuuntuntoa, ammattitaitoa ja itsensä kehittämistä. Isännöitsijöiden Auktorisointiyhdistys ISA ry on laatinut hyvää isännöintitapaa (HIT) koskevat eettiset ohjeet.

*Hyvää isännöintitapaa koskevien eettisten ohjeiden avulla tuetaan kiinteistöalan kehittymistä turvaamalla isännöintitehtävien riittävän korkeatasoinen hoitaminen, kiinteistönpidon osaamisen lisääntyminen ja alan yleisen arvostuksen kehittyminen. Auktorisoidut isännöitsijät ja isännöintiyhteisöt ovat sitoutuneet noudattamaan hyvää isännöintitapaa.*

(Isännöitsijöiden auktorisointiyhdistys ISA.)

*Hyvä isännöintitapa (HIT) - Isännöinnin eettiset ohjeet:*

*Isännöintiyritys:*

- toimii huolellisesti ja tilaajan edun mukaisesti.
- kertoo palveluistaan ja hinnoitteluperusteistaan selkeästi.
- toimii avoimesti tilaajan hankinnoissa ja käyttää kumppaniverkostoa tilaajan eduksi.
- toimii tasapuolisesti.
- edistää avoimuutta ja suhtautuu viestintään myönteisesti.
- noudattaa vaitiovelvollisuutta luottamuksellisen tiedon suhteen, eikä käytä väärin saamiaan tietoja.
- huolehtii parhaansa mukaan siitä, että tilaaja tuntee isännöinnin eettiset ohjeet.
- ottaa vastaan vain omien kykyjen ja resurssien mukaisia toimeksiantoja.
- tiedostaa vastuunsa, velvollisuutensa ja vaikutusmahdollisuutensa.
- tuntee toimialansa lainsäädännön ja normit.
- huolehtii ammattitaitonsa ylläpitämisestä ja kehittämisestä.
- ylläpitää ja kehittää isännöinnin arvostusta.
- kunnioittaa isännöintialan muita toimijoita ja kilpailee rehellisesti.
- sitoutuu harmaan talouden torjuntaan.
- edistää tehokasta energian ja materiaalien käyttöä.

*Isännöintiyrityksellä tarkoitetaan tässä yritystä ja sen kaikkia työntekijöitä. Isännöintiyritys huolehtii siitä, että koko henkilökunta tuntee nämä eettiset ohjeet ja sitoutuu niihin.*

(Isännöitsijöiden auktorisointiyhdistys ISA: Hyvä isännöintitapa - Isännöinnin eettiset ohjeet.)

### 3 YKKÖS-ISÄNNÖINTI Oy:n IDENTITEETTI-ANALYYSI

Kartoittaakseni Ykkös-Isännöinnin toimintaa ja palveluita, haastattelin yrityksen toimitusjohtajaa Mari Kiljusta. Haastattelusta sain oleellisia tietoja yrityksen tarjoamista palveluista, tavoitteista, kohderyhmästä, vahvuuksista ja heikkouksista. Yritysilmeestä haluttiin tehdä kilpailijoista erottuva, joten oli tietenkin oleellista tiedustella yrityksen asemaa myös kilpailijoihin nähden.

#### 3.1 Ykkös-Isännöinti ja sen palvelut

Ykkös-Isännöinti Oy on toukokuussa 2009 toimintansa aloittanut, yksityinen isännöinti-toimisto Lappeenrannassa, jonka päätoimintaperiaate on asiakaslähtöisyys. Yritys tuottaa isännöinti- ja kirjanpito palveluja sekä asunto-osakeyhtiöille että liikekiinteistöille. Tällä hetkellä töissä on vasta kaksi osakasta, mutta keväällä 2010 tulee mukaan kolmas osakkaista ja myöhemmin vielä neljäs. Ykkös-Isännöinnin palveluperiaatteisiin kuuluu muun muassa viikoittainen ajan tasalla oleva vastikeseuranta, seuraavan kuukauden loppuun mennessä valmiina oleva kirjanpito, kehityskeskustelut hallituksen kanssa, sekä kiinteistökierrokset vähintään kaksi kertaa vuodessa yhdessä huoltoyhtiön ja hallituksen edustajan kanssa. Ykkös-Isännöinnin toimisto on nykyaikainen ja he käyttävät ajanmukaisia tietojärjestelmiä. Yrityksen internetsivuilta saa helposti tilattua asumiseen liittyviä asiakirjoja, esimerkiksi isännöitsijä todistuksen. Yritys tarjoaa myös jokaiselle asiakasyhtiönsä käyttöön internet pohjaiset asukassivustot. Toimitusjohtajana toimii Mari Kiljunen, joka on työskennellyt alalla vuodesta 1995 ja ollut päätoimisena isännöitsijänä vuodesta 1999. Henkilökohtaisen ISA- auktorisoinnin hän on saanut vuonna 2004. Yhtiö on Suomen Isännöintiliitto ry:n jäsenyritys ja noudattaa toiminnassaan eettisiä ohjeita (HIT). Kartoittaakseni Ykkös-Isännöinnin palveluja ja heidän asemaansa kilpailijoihin nähden, haastattelin toimitusjohtaja Mari Kiljusta (LIITE 1 ja LIITE 2). Seuraavassa kappaleessa käsittelen kyselyn tuloksia.

Asiakkaan tyytyväisenä pitäminen ja palvelujen sujuminen vaivattomasti on tärkeä osa isännöitsijän työtä. Esimerkiksi huoltomies olisi saatava paikalle nopeasti ja työ laadun tulisi myös olla ammattitaitoista. Ykkös-Isännöinnillä ei ole huoltomiehiä palveluksessa, mutta he tekevät kiinteistöhuoltoyhtiöiden kanssa yhteistyötä. Kiireellisissä tapauksissa huoltomiehen saa paikalle jopa puolessa tunnissa. Työn laatu on ollut myös hyvää, sillä asiakkailta on tullut hyvää palautetta. Asukkaan voidessa luottaa korjaus- ja huoltotöiden laatuun, myös asukasviihtyvyys kasvaa sen myötä.

Kiljunen on sitä mieltä, että Lappeenrannassa ongelmana ovat todella alas kilpailutetut hinnat. Monet huoltoalan yritykset käyttävät nuoria ammattitaidottomia poikia huoltomiehinä, jolloin se heijastuu laatuun. Väkisinkin työn laatu kärsii, jos hinnat ovat alhaiset, eli ei ole varaa palkata ammattitaitoisia ja siten kalliimpia huoltomiehiä. Kiljunen lisäsi myös, että nykyisten taloyhtiöiden talotekniikka on melko pitkälle vietyä, joten huoltomiehen tulisi todellakin olla ammattimies. Isännöintialalla kilpailutetut hinnat taas tarkoittavat sitä, että kannattavuuden takia täytyy yhdellä isännöitsijällä olla enemmän kohteita, tällöin tietysti yhdelle kohteelle ei ole aikaa niin paljon ja työn jäljessä ja asioihin paneutumisessa näkyy kiire.

Ykkös-Isännöinti panostaa etenkin työn laatuun ja asioihin paneutumiseen. He eivät ole polkeneet hintoja liian alas, jotta työn laatu säilyisi myös hyvänä. Kiljunen mainitsikin, että joillakin toimistoilla Lappeenrannassa hintataso on laskenut ja siten kohteita on yhdelle isännöitsijälle todella paljon. Tässä tapauksessa työn laatu kärsii ja asioihin ei pystytä paneutumaan tarpeeksi hyvin. Ykkös-Isännöinti onkin saanut kohteita isännöintiin jopa korkeammalla hinnalla kuin kohteella aikaisemmin on ollut. Kiljunen mielestä yhtiöt haluavat selkeästi palvelua ja sitä, että joku paneutuu heidän taloyhtiönsä asioihin. Ykkös-Isännöinti korostaa sitä tosiasiaa, että he eivät ole liian suuri toimisto ja siten heidän toiminnallaan on ”kasvot”. He haluavat, että koko heidän henkilökuntansa tuntee kaikki kohteet ja toisaalta he haluavat myös pitää hintatason sellaisena, ettei heidän tarvitse ottaa liikaa kohteita ja hukkaa töihin. Näin ollen he pystyvät keskittymään juuri yhteen tiettyyn asiakkaaseen kerrallaan ja voivat taata sen, että heidän asioidensa on paneuduttu ja työn laatu on hyvä. He tekevät siis räätälöityä työtä asiakkaille ja heiltä löytyy myös valmiita palvelupaketteja, joita ovat Ykkösen Pikkukumppani sekä Ykkösen isännöintikumppani.

On tärkeää, että asumiseen liittyvät asiakirjat ovat vaivattomasti saatavilla, Ykkös-Isännöinnin verkkosivuilta sekin käy nopeasti, asiakkaat voivat tilata myös isännöitsijätodistuksen suoraan kotiin verkkosivujen kautta. Yhtiökokouksen pöytäkirja toimitetaan osakkaille tiedoksi hallituksen niin päättäessä, muussa tapauksessa siitä voi saada yksittäisen osakkeenomistajan kopion. Jos kokouksessa käsitellään erityisen tärkeitä asioita, kuten suuria remontteja, Ykkös-Isännöinti tekee tiedotteen osakkaille yhtiökokouksen päätöksistä. Yritys on myös varautunut siihen, että isännöitsijään tulee saada pikaisesti yhteyttä, jos jotain ikävää sattuu kotona. Toimitusjohtajalla onkin tämän takia puhelin päällä koko vuorokauden, jotta asiakas voi soittaa mihin aikaan vain ja saada palvelua. Tällaiset asiat ovat lähinnä hätätapauksia, muuten asiakkaat ottavat yhteyttä huoltoyhtiöön. Yrityksellä on myös käytössään Tampuuri - järjestelmän asukassivustot,

joita isännöitsijätoimisto ylläpitää. Vikailmoitukset ja palvelutilaukset kirjataan järjestelmään samoin kuin kulutusseurantalukemat.

Eri-ikäisillä rakennuksilla on erilaiset hoitotarpeet, joten jokaisen kiinteistön pitäisi saada juuri sille suunniteltua hoitoa. Ykkös-Isännöinti pyrkii huomioimaan myös tämän asian palveluissaan, eli jokaista yhtiötä hoidetaan sen hallituksen ja yhtiökokouksen päätösten mukaisesti huomioiden kiinteistön elinkaari. Nyt uuteen asunto-osakeyhtiölakiin on tulossa pakollisena viiden vuoden pitkän tähtäimen suunnitelma (PTS), jossa tulee esittää tulevat korjaukset sekä tekniseltä, että taloudelliselta kannalta. Tämä on lisännyt kuntoarvioiden tekoa ja sitä kautta yksilöllisiä korjaustoimenpiteitä. Huolto ja uusimistyöt ovat siis tiedossa hyvissä ajoin. Hyvin hoidettu isännöinti kasvattaa kiinteistön arvoa. Isännöitsijällä onkin vastuu siitä, että kiinteistöt pysyvät hyvässä kunnossa, joten hänen tulisi tarkistaa hoitamansa kiinteistön kunto tarpeeksi usein. Ykkös-Isännöinti kiertää läpi kohteet huoltoyhtiön kanssa kaksi kertaa vuodessa, muuten toimitusjohtaja käy kohteissa viedessään niihin tiedotteita. Huoltomies käy kohteissa huoltosopimuksen mukaisesti kolmesta viiteen kertaan viikossa.

On hyvää palvelua isännöintiyritykseltä, jos se tarkkailee hoitamiensa kiinteistöjen kustannuksia, jotta asiakkaat eivät maksa turhasta. Ykkös-Isännöinti etsii aktiivisesti kohteita, joissa taloyhtiöt voisivat säästää ja tekee kuukausittaista kulutusseurantaa. Lisäksi he kilpailuttavat säännöllisesti vakuutus, sähkö ja jätehuoltoyhtiöt. Joihinkin kuluihin ei kuitenkaan pystytä vaikuttamaan, esimerkiksi kaukolämpöön (kulut ovat noin 60 prosenttia taloyhtiön menoista) ja kiinteistöveroon.

Isännöitsijän työnkuvaan kuuluu kutsua koolle yhtiö- ja hallitusten kokoukset ja toimia näiden kokousten valmistelijana, siksi onkin erityisen tärkeää, että taustatiedot ovat ajan tasalla ja osallistujien käytettävissä. Ykkös-Isännöinnin toimitusjohtaja pitääkin huolen siitä, että kokouksessa on saatavilla päivitetty taustatiedot. Isännöitsijän työ on taloyhtiön johtamista, siksi on tärkeää, että isännöitsijä on koulutettu ja asiakas voi luottaa hänen ammattitaitoonsa. Toimitusjohtaja ja päätoiminen isännöitsijä Mari Kiljusella on ammatti-isännöitsijän tutkinto ja ISA-yhdistys valvoo hänen toimintaansa. Ykkös-Isännöinti yrityksenä ei ole vielä saanut ISA-tunnusta, koska siihen vaatimuksena on, että yrityksen täytyy olla toiminnassa vähintään kaksi vuotta. Toinen osakkaista on myös suorittanut isännöitsijän ammattitutkinnon. Keväällä 2010 yritykseen tuleva kolmas osakas lähtee myös heti kouluttautumaan alalle.

Ykkös-Isännöinti aikoo lunastaa paikkansa Lappeenrannan parhaana isännöitsijätoimistona 10 vuoden sisällä. Tällä hetkellä Lappeenrannassa suurin toimisto asiakasmäärältään ja liikevaihdoltaan on REIM Lappeenranta OY.

### 3.2 Liiketoimintakatsaus

#### *Tavoitteet*

Yrityksen lähtökohtana on antaa asiakasyhtiöilleen aikaa ja ammattimaista sekä nykyai-kaista isännöintipalvelua. Yritys haluaa huolehtia asiakkaiden omaisuuden arvon säily- misestä sekä yhtiöiden suunnitelmallisesta ylläpidosta. Tavoitteena on olla kymmenen vuoden päästä Lappeenrannan paras ja ammattitaitoisin isännöintitoimisto, jonka asiakastyytyväisyys sekä henkilöstön töissä viihtyvyys on erinomainen.

#### *Kohderyhmä*

Kohderyhmänä Ykkös-Isännöinnillä ovat asunto-osakeyhtiöt. Asunto-osakeyhtiöiden koko on viiden huoneiston rivitaloista 45 huoneiston kerrostaloihin. Lisäksi heillä on yksi liike/toimistokiinteistö. Liikekiinteistöjen isännöinti poikkeaa hieman taloyhtiöiden isännöinnistä ja vaatii enemmän työtä, koska monella kiinteistömistajalla omat rapor- tointijärjestelmät, tuottolaskelmat, huolto-ohjelmat, joten tällä hetkellä yritys keskittyy pääasiassa asunto-osakeyhtiöihin. Tulevaisuudessa yrityksellä on tarkoitus ottaa asiak- kaikseen lisää liikekiinteistöjä. Asunto-osakeyhtiöistä kahdeksan kappaletta on Joutse- nossa sijaitsevia. Taloyhtiöiden rakennusvuodet vaihtelevat 1950-luvulla rakennetuista 2000-luvulla rakennettuihin, mikä tarkoittaa hyvin erilaisia tehtäviä taloyhtiöiden elin- kaarien takia, muun muassa korjaukset. Toiminta-alue on Lappeenranta ja siihen liit- tyneet tai liittymässä olevat kunnat: Joutseno, Ylämaa, Lemi, Taipalsaari ja Savitaipale. Yhtiössä tehdään järkevästi ja jatkuvasti huoltokorjauksia, ettei korjausvelka pääse muodostumaan liian suureksi ja ettei pahimmassa tapauksessa asuntojen arvo ole pienempi kuin niihin kohdistuvat korjaustoimenpiteiden kustannus.

Yritysilme on suunnattu ensisijaisesti tavalliselle taloyhtiön osakkaalle, joka haluaa että hänen omaisuutensa (koti/sijoitusasunto) arvo säilyy ja jopa kasvaa ammatti- taitoisen isännöinnin avulla. Ammattitaitoisen isännöinnin kautta hoitovastikkeet pyritään pitämään kohtuullisella ja tasaisella tasolla, niin etteivät ne rasita liikaa kenenkään maksukykyä.

### *Vahvuudet*

Ykkös-Isännöinnin vahvuutena voidaan pitää ammattitaitoista, koulutettua henkilöstöä, nykyaikaisia atk-järjestelmiä, räätälöityjä palvelupaketteja, organisaation pienuutta, henkilöstön hyvää ammattitaitoista mainetta, hyviä suhteita alalla toimiviin yhteistyökumppaneihin ja ennen kaikkea mahdollisuutta antaa aikaa asiakkaille. Pienenä toimistona Ykkös-Isännöinti pystyy räätälöimään palvelujaan juuri yksittäisille yhtiöille sopivaksi ja yrityksellä on aikaa keskittyä juuri yhteen tiettyyn asiakkaaseen kerrallaan. Ykkös-Isännöinnillä on käytössään laaja asiantuntija ja yhteistyökumppaneiden verkosto asiakkaiden hyväksi niin Lappeenrannassa kuin valtakunnallisestikin.

### *Heikkoudet*

Ykkös-Isännöinnin heikkouksina tässä vaiheessa voidaan pitää asiakkaiden hidasta liikkuvuutta, taloudellista epävarmuutta, henkilökunnan vähäisyyttä (sijaisuudet jne.) ja tunnettavuutta.

### *Kilpailijat*

Yrityksen pahimmat kilpailijat ovat Lappeenrannassa sijaitsevat Reim Lappeenranta, SKV, Karjalan Isännöintikeskus sekä Etelä-Karjalan Tili- ja ATK-palvelu Oy.

## 4 KILPAILIJA-ANALYYSI

Tein taustatutkimusta Ykkös-Isännöinnin tarjoamista palveluista ja sen suurimpien kilpailijoiden palveluista sekä heidän visuaalisesta viestinnästään. Tämä oli mielestäni oleellista Ykkös-Isännöinnin yritysilmmeen suunnittelussa, sillä sen tuli olla kilpailijoista erottuva. Tutkin myös muidenkin samalla toimialalla toimivien yritysten tunnuksia ja ilmeitä. Kilpailijoiden tutkiminen ja toimitusjohtaja Mari Kiljusen haastattelu auttoivat minua löytämään ne tekijät, joilla yritysilmee voisi erottua kilpailijoista.

### 4.1 Kilpailijoiden yritysilmneiden tarkastelua

Ykkös-Isännöinnin suurimmat kilpailijat ovat Lappeenrannassa sijaitsevat Reim Lappeenranta (LIITE 3), SKV (LIITE 4), Karjalan isännöintikeskus (LIITE 5) ja Etelä-Karjalan tili- ja ATK-palvelu (LIITE 6). Ensimmäinen asia, johon kiinnitin heti huomion, oli, että monien isännöintialan yritysten tunnusten värimaailma oli sininen tai sinisävyinen. Etelä-Karjalan tili- ja ATK-palvelun tunnus on kokonaan sininen, Karjalan isännöintikeskuksen tunnuksessa on käytetty sinistä. Myös monet muut samalla toimialalla toimivat yritykset olivat käyttäneet tunnuksissaan sinistä väriä (LIITE 7). Etenkin suomalaisille sininen sävy on tuttu ja turvallinen ja voi viestiä myös luotettavuudesta, mutta joissakin tapauksissa sinisestä sävystä voi saada myös kylmän ja kolkon vaikutelman, kuten esimerkiksi Kiinteistökulman, Eiran isännöitsijätoimiston ja Pihlajiston Kiinteistöt Oy:n verkkosivuilla käytetyistä väreistä (LIITE 8). Väreiksi on valittu harmaata ja sinistä, jotka yhdessä lisäävät kylmyyden ja kolkouden tunnetta. Myös Etelä-Karjalan tili – ja atk-palvelu Oy:n sivut (LIITE 6) eivät ole mielestäni kovin houkuttelevat, koska niissä ei juurikaan käytetty väriä. Sininen sävy voi olla hyvä, jos siihen on yhdistetty jokin toinen hieman piristävämpi sävy, kuten esimerkiksi Karimak Isännöintipalvelut Oy:n verkkosivuilla (LIITE 9), joissa on käytetty limenvihreää väriä ja Realcon verkkosivuilla (LIITE 10), joissa on käytetty oranssinkeltaista. Jos vertaa esimerkiksi Karimak Oy:n ja Kiinteistökulman sivuja, niin Karimak Oy saa todellakin suuremman huomioarvon. SKV ja Petla erottuivat selvästi muiden tunnusten joukosta punaisella värillä (LIITE 7). En heti ymmärtänyt, miten SKV:n tunnuksen majakka liittyy mitenkään isännöintipalveluun, mutta tutkittuani enemmän heidän verkkosivujaan ymmärsin, että majakka linkittyikin heidän tarjoamaansa Majakka palveluun. Mielestäni tämä oli aika hyvin oivallettu, että tunnuksessa heidän tarjoamansa palvelun nimi visualisoituu ja siten palvelu ja tunnus linkittyvät hyvin toisiinsa ja tukevat toisiaan.



Monista samalla toimialalla toimivien yritysten tunnusten typografiassa oli käytetty päätteettömiä kirjaintyypppejä, eli groteskeja. Monesti myös yrityksen nimi on kirjoitettu versaali kirjaimilla. Huomasin myös, että isännöintialalla toimivien yritysten tunnuksissa käytetyt nimet ovat todella pitkiä ja saattavat sisältää myös omistajan nimen. Ne ovat myös monesti yhteen pötköön kirjoitettu ja siten eivät ole kovin kompakteja kokonaisuuksia vaan hiukan irrallisia. Muotomaailmaa tarkastellessani huomasin, että monissa isännöintialan yrityksissä oli käytetty hyvin kulmikasta ja terävää muotomaailmaa tunnuksissa. Suosittua näytti olevan kolmion tai talon muodon käyttö tunnuksien yhteydessä. Monesti logo on sijoitettu neliön sisään negatiivina. Myös talo tai katto näytti olevan suosittu elementti isännöintialan yritysten tunnuksissa.

Haastatteleamalla Ykkös-Isännöinnin toimitusjohtajaa Mari Kiljusta sain myös selville hiukan lisää asioita kilpailijoiden viestinnästä. Hän on itse ollut töissä aikaisemmin Reim Lappeenrannassa, joka on nykyään heidän suurin kilpailijansa, joten hän tiesi kertoa myös hiukan kilpailijansa viestinnästä. Tiedustelin esimerkiksi sitä, miten kilpailijat mainostavat itseään. Esimerkiksi onko kilpailijoilla käytössään:

- Verkkosivut
- Esitteitä, flyereita
- Mainoksia katupuhujissa
- Ikkunateippauksia toimiston ikkunoissa
- Autoteippauksia
- Radiomainontaa
- Ilmoituksia paikallisissa lehdissä
- Jotain muuta, mitä?

Kaikilla kilpailijoilla on käytössään verkkosivut, mutta muista edellä mainituista kilpailijat käyttävät Kiljusten mielestä mainonnassaan vain ikkunateippauksia toimistojensa ikkunoissa ja harvoin joitakin ilmoituksia paikallisissa lehdissä. Suurimmilla yhtiöillä on asiakaslehdet, SKV:lla Majakka, joka ilmestyy noin neljä kertaa vuodessa ja REIM:llä Isännöinti sanomat, joka ilmestyy kerran vuodessa. Olin hyvin yllätynyt siitä miten vähän he panostavat mainontaan. Kiljusten tiesi sanoakin, että isännöintialalla mainostetaan itse asiassa todella vähän.

## 4.2 Kilpailijoiden palvelut ja tavoitteet

Halusin myös tutkia minkälaisia palveluja ja tavoitteita Ykkös-Isännöinnin kilpailijoilla on. Olen tutkinut neljän kilpailijan palveluja (LIITE 11): Reim Lappeenranta, SKV, Etelä-karjalan isännöintikeskus ja Etelä-Karjalan tili – ja atk-palvelu Oy. Verkkosivuilta pystyin vaivattomasti kartoittamaan palvelun tarjontaa ja saada lisää tietoa yrityksistä. Tutkiessani kilpailijoiden yritysilmeyttä ja heidän palvelujaan, sain hyvää tietoa siitä, kuinka Ykkös-Isännöinti voisi visuaalisella ilmeellään ja erilaisilla markkinointimateriaaleilla erottua hyvin kilpailijoistaan. Huomasin, että kilpailijoilla oli melkein kaikilla samankaltaisia palveluita ja lupauksia kuin Ykkös-Isännöinnillä. Seuraavassa kapaleessa esitän joitakin yhdennäköisyyksiä yritysten toiminnassa.

Kaikki olivat kouluttautuneita alalle ja heillä oli ITS/AIT tutkinnot ja he pyrkivät jatkuvasti koulutuksella ylläpitämään ammattitaitoaan. Kaikki noudattivat hyvää isännöintitapaa (HIT). Yritykset myös korostivat antavansa räätälöityjä palveluja ja palvelupaketteja erilaisille kiinteistöille niiden tarpeiden mukaan. Yritykset mainostavat omaavansa hyvän ja laajan yhteistyökumppanien verkoston. Toiminnassaan monet mainitsivat omaavansa monen vuoden kokemuksen ja haluavansa tarjota asiakaslähtöistä palvelua asiakkaille. Yritykset lupaavat myös kiinteistön arvon säilyttämisen hyvän isännöinnin avulla. Kaikilla on käytössään nykyaikaiset atk-laitteet ja ohjelmistot ja he käyttävät toiminnassaan vikailmoituspalveluja (Tampuuri ja Hohtonet) ja kulutusseurantaa. Kaikilla yrityksillä on verkkosivut, joiden kautta asiakkaat voivat tilata isännöitsijätodistuksen ja muita tärkeitä dokumentteja.

Kaikki kilpailijat tarjoavat perinteisiä isännöintipalveluita, mutta kaksi suurinta yritystä, SKV ja Reim tarjosivat niiden lisäksi vielä ekstra palveluita. Esimerkiksi SKV:n internetissä toimiva Majakka palvelu ja Reim:n tarjoamat isännöintipalvelut myös erikoiskiinteistöjen omistajille (lomaosakkeita ja pysäköintilaitos). SKV sekä Reim tarjoavat myös asiakkaillensa isännöintialan asiakaslehdet, joita muilla isännöintitoimistoilla ei ollut käytössään. Mielestäni juuri tällaisen ekstra palvelun tarjoaminen perinteisten isännöintipalvelujen lisäksi on hyvä keino erottua massasta ja tulla huomatuksi paremmin.

Isännöinti yritykset näyttävät panostavan yllättävän vähän erityyppisiin mainontoihin, heillä ei ollut käytössään esitteitä/flyereita, mainoksia katupuhujissa, teippauksia firman käyttämissä autoissa eikä radiomainontaa. Ainut asia, johon kaikki olivat panostaneet, oli verkkosivut. Vaikka kaikkien sivut eivät olleetkaan visuaalisesti niin kiinnostavia,

nykyaikana on silti tärkeää, että yrityksellä on verkkosivut, koska ensimmäisenä monet ihmiset etsivät palveluita internetistä. Kuitenkin kilpailijoista vain SKV oli panostanut verkkosivujensa visuaaliseen ulkoasuun, käyttämällä tunnelmakuvia ihmisistä tai esi-  
neistä (LIITE 12), jotka pystyivät yhdistämään esimerkiksi johonkin tiettyyn palveluun tai yrityksen toimintaan. Käyttämällä juuri tällaisia tunnelmakuvia verkkosivuilla, niistä saa heti mielenkiintoisemman näköisiä ja helpommin lähestyttäviä. Monet sivuista olivat vain tekstimassaa, joissa oli lueteltu palveluita ja toimintoja ilman sitä tukevia visuaalisia elementtejä. Monet yrityksistä väittävät kuitenkin panostaneensa sähköisen asiointin kehittämiseen viime vuosina, mikä on varmaankin totta. Palveluita voidaan saada paljolti nykyään myös internetin kautta, mutta he eivät ole panostaneet mielestäni tarpeeksi visuaaliseen ulkoasuun. Nykyaikana verkkosivuilta saa ensimmäisen vilkaisun yrityksen toimintaan ja palveluihin, joten mielestäni niiden tulisi olla visuaalisesti hyvin hokuttelevan ja mielenkiintoisen näköisiä erottuakseen viestinnän paljoudessa.

#### 4.3 Miten Ykkös-Isännöinti voisi visuaalisella viestinnällään erottua kilpailijoista?

Briefissä asiakkaani tilasi minulta tunnuksen, käyntikorttien, kirjelomakkeen, kirjekuoren ja ilmoituksen suunnittelun. Halusin kuitenkin suunnitella opinnäytetyöni toisessa vaiheessa vielä muita markkinointimateriaaleja, joista voisi olla tulevaisuudessa hyötyä yritykselle sen alkumetreillä. Uskoisin, että näillä markkinointimateriaaleilla yritys pystyisi saavuttamaan tunnettavuutta ja erottuisi edukseen kilpailijoista. Sain paljon vinkkejä siihen, miten Ykkös-Isännöinti voisi yritysilmellään ja visuaalisella viestinnällään erottua kilpailijoistaan, haastatteleamalla yrityksen toimitusjohtajaa Mari Kiljusta ja tutkimalla kilpailijoiden yritysilmetit, palveluja ja visuaalista viestintää.

Ensimmäinen tekijä, joka erottaa Ykkös-Isännöinnin kilpailijoista on sen nimi. "Ykkönen" viittaa tietenkin siihen, että yritys olisi paras. Koska yritys on vasta aloittanut toimintansa, ei se tietenkään heti voi olla paras, mutta jo nimellään he tähtäävät siihen ja aikovat lunastaa parhaimman isännöitsijätoimiston tittelin tulevaisuudessa. Nimen valinta on mielestäni hyvä tapa erottua jo heti alkumetreillä muista. Isännöintialalla on käytössä paljon hyvin tylsiä nimiä, joissa on voitu käyttää jopa itse perustajan etu ja sukunimeä. Tässä tapauksessa, jos otetaan vertailuun kilpailijoiden nimistä esimerkiksi "Etelä-karjalan isännöintikeskus" tai "Etelä-karjalan Tili- ja ATK-palvelu Oy" ja "Ykkös-Isännöinti", on mielestäni oman asiakkaani nimi selvästi ytimekkäämpi ja mielenkiintoa herättävämpi.

Ykkös-Isännöinnin yritystunnuksen väryksellä yritys pystyy myös erottumaan kilpailijoista. Monien isännöintialan yritysten tunnuksissa on käytetty sinisen eri sävyjä. Ykkös-Isännöinnin yritystunnuksen suunnitteluvaiheessa tein ensin kartoitusta värien antamista mielikuvista ja vihreä väri tuntui sopivan hyvin kuvaamaan Ykkös-Isännöinnin toimintaa. Kilpailijoista ei kukaan, eikä muutenkaan isännöintialan yritykset käytä samaa väriä tunnuksissaan. Olen pyrkinyt yritystunnukseen tekimilläni valinnoilla; värillä, kirjaintyyppillä ja muotomaailmalla luomaan yrityksestä raikkaan, nuorekkaan, modernin, kilpailijoista erottuvan ja selkeän kokonaisuuden. Mielestäni oli myös tärkeää, että Ykkös-Isännöinnin yritystunnus viestii vastaanottajalle jotain yrityksestä, sen palvelusta tai toiminnasta symboliikan keinoin ja siitä tulisi välittyä positiivinen mielikuva. Ykkös-Isännöinnin tunnuksessa esiintyy kerrostalo ja ”ykkös” numero puoliympyrän sisällä. Eli tunnuksessa on käytetty kerrostalo ja numero symboleita. Kerrostalo viestii isännöintialasta, numero viestii yrityksen nimestä ja puoliympyrä kuvastaa asiakkaiden omaisuuden arvon säilymistä ja on ikään kuin taloa ympäröivä suojaava elementti. Isännöinnin tarkoitushan on suojata/turvata asiakkaan omaisuuden säilyvyyden toiminnallaan.

En pystynyt tutkimaan kilpailijoiden käyntikortteja, lomakkeita ja muita painettavia materiaaleja, koska niitä ei ollut saatavilla heidän verkkosivuiltaan. Itse halusin ottaa Ykkös-Isännöinnin yritysilmeeseen graafisen elementin, joka tukee yrityksen tunnusta ja josta kuvastuu isännöintiala. Toisen vaiheen graafisena elementtinä onkin käytetty kerrostalo rivistön silhuettia, joista oikeassa reunassa sijaitseva kerrostalo on Ykkös-Isännöinnin liikemerkki osuus. Graafinen elementti viittaa taloihin, joten se tukee isännöintialan mielikuvaa, koska sen toiminta tapahtuu eri kiinteistöjen keskuudessa. Graafisesta elementistä kuvastuu myös se, että Ykkös-Isännöinti on paras palvelija, koska sen liikemerkki osuus on suurempi ja siten korostuu muista taloista.

Ykkös-Isännöinnin palvelut ovat kutakuinkin samanlaiset kuin kilpailijoilla, joten millään kovin erilaisella palvelulla yritys ei voi erottua joukosta. Mieleeni tuli kuitenkin heti tehdä jotain muitakin markkinointimateriaaleja, kuin käyntikortit, kirjekuori ja ilmoitus. Useimilla yrityksillä ja varmasti myös jokaisella kilpailijoista ovat myös nämä materiaalit käytössään. Mari Kiljusen haastattelussa tuli ilmi, että isännöintialalla mainostetaan todella vähän. En näe itse mitään syytä, miksi myös isännöintialan yritys ei voisi mainostaa palvelujaan paremmin, joten päätin suunnitella opinnäytetyöni toisessa vaiheessa Ykkös-Isännöinnin erilaisia visuaalisen viestinnän materiaaleja. Niillä he erottuisivat varmasti kilpailijoiden joukosta, saisivat enemmän tunnettavuutta toiminalleen ja sitä myötä saisivat lisää asiakkaita.

On tärkeää tietää mitä asiakkaat arvostavat eniten isännöitsijän palveluissa ja painottaa markkinointiviestintä siihen suuntaan, näin viesti menee takuulla perille. On turhaa mainostaa sellaisia asioita, joita asiakkaat eivät pidä niin tärkeinä. Mari Kiljusen haastattelusta sain vinkkejä siitä, mitä asioita asiakkaat varmasti arvostavat heidän toiminnassaan, niitä ovat esimerkiksi nämä asiat:

- Ykkös-Isännöinti antaa aikaa asiakkaalleen
- Ykkös-Isännöinnillä on "kasvot" he eivät ole liian suuri yritys, joten henkilöstö tuntee myös asiakkaansa
- Palvelu on nykyaikaista (nykyaikaiset ohjelmat ja atk-laitteet)
- Ykkös-Isännöinti tarjoaa räätälöityjä palveluja erilaisille yrityksille heidän tarpeittensa mukaan (valmiita palvelupaketteja ovat: Ykkösen isännöintikumppani ja Ykkösen pikku-kumppani)
- Tarvittaessa palvelua saa 24 h
- Henkilöstö on koulutettua ja siten se näkyy ammattimaisessa työssä
- Ykkös-Isännöinnin palveluilla asiakkaan omaisuuden arvo säilyy tai jopa kasvaa
- Käytössä on laaja asiantuntija ja yhteistyökumppaneiden verkosto asiakkaiden hyväksi niin Lappeenrannassa kuin valtakunnallisestikin
- Tarvittavat tiedostot saa nopeasti ja helposti verkkosivuilta
- Etsii kohteita, jossa asiakkaat voisivat säästää rahaa (vakuutus, sähkö ja jätehuolto)

Koska asiakkaat varmasti arvostavat edellä mainittuja palveluita, päätin käyttää hyväkseni Ykkös-Isännöinnin markkinointimateriaaleissa näitä asioita ja visualisoida joitakin niistä merkkien muotoon. Mieleeni tuli heti, että suunnittelisin flyerin/esitteen, jota voitaisiin jakaa asiakkaille. Myös kansio, jossa annetaan asiakkaille erilaisia paperitiedotteita, esimerkiksi hallituksen kokouksen jälkeen voisi olla hyvä markkinoimaan heidän palvelujaan. Yritys voisi mainostaa toimintaansa Lappeenrannassa henkilöstön autojen teippauksilla. Yritys voisi myös painattaa t-paitoihin logonsa, joita voitaisiin antaa vaikkapa liikelahjoina asiakkaille.

Kilpailijoiden verkkosivuja tutkiessani huomasin, että he monet eivät olleet panostaneet visuaalisuuteen paljoakaan. Monia asioita voidaan hyvin visualisoida kuvilla ja graafisilla elementeillä, esimerkiksi yrityksen palveluja, toimintaa, tavoitteita ja faktoja. Visuaalisia elementtejä voidaan tukea myös tekstien/sloganeiden välityksellä, jotka tehostavat mainontaa. Mietin miten voisin kuitenkin luoda yrityksen visuaaliseen viestintään

jotain erilaista, joten päätin suunnitella joitakin Ykkös-Isännöinnin palveluperiaatteita/ lupauksia merkkien muotoon. Mielestäni tällaiset YKKös-Isännöinnin ilmeeseen tyyllitellyt merkit tehostavat hyvin viestintää.

## 5 YRITYSKUVA

Tutustuin graafisen suunnittelun ja mainonnan kirjallisuuteen, jotta saisin teoreettista pohjaa työlleni ja ymmärtäisin paremmin siihen liittyviä asioita. Pehdyin kirjallisuuden tutkimisessa etenkin yrityskuvan muodostumiseen ja merkitykseen yritykselle. Tutkin myös teoriaa visuaalisesta identiteetistä ja halusin ymmärtää mitä etuja yritykselle on vahvasta yritysilmelmästä ja mitä asioita yrityksen tulisi ottaa huomioon yrityskuvaa rakentaessa.

### 5.1 Yrityskuvan määrittäminen

Yrityskuvaa voidaan kuvailla mielikuva, joka jollakin kohderyhmällä on yrityksestä. Kaikki mikä liittyy yrityksen ympäristöönsä: mitä kuullaan, nähdään ja kuinka se koetaan vaikuttaa yrityksen antamaan mielikuvaan. Ihmisen saama informaatio, kokemukset, havainnot ja myös asenteet, uskomukset, ennakkoluulot ja tunteet vaikuttavat kaikki yrityskuvan syntyyn. (Iltanen 1998, 14.) Iltanen (1998, 14) mukaan yrityskuva on monesta tekijästä rakentunut kokonaisuus, jonka ihmiset pyrkivät säilyttämään alkuperäisen suuntaisena. Useasti torjutaan helposti mielikuvan vastainen tieto ja otetaan vastaan ainoastaan sitä tukeva informaatio. Nämä asiat viittaavat siihen, että mielikuvaa on vaikea muuttaa lyhyessä ajassa. Iltanen (1998, 16) mainitsee, että useasti myös asiakkailla on tapana yleistää kielteisiä kokemuksia ja ellei taustalla vaikuta hyvä mielikuva, kokemus yhdistetään yritykseen. Kun taas yrityskuvasta saa myönteisen ensivaikutelman ja sen pohjalta syntyy myönteinen mielikuva, nämä pystyvät eliminoimaan paljolti myöhempiä kielteisiä kokemuksia. Mielikuvat ovat aina siis ratkaisevassa roolissa ja vaikuttavat yrityksesi liiketoimintaan. Yrityksellä, jonka yrityskuvasta saa positiivisia mielikuvia on hyvät edellytykset vauhdittaa sen liiketoimintaa, kun taas yritys, jonka yrityskuva ei toimi oikealla tavalla ja se luo negatiivisia mielilyhtymiä on todennäköistä, että se vaikuttaa myös liiketoimintaan negatiivisesti.

## 5.2 Vahvan yritysilmmeen edut

Vahva yritysilmee on hyvä perusta, jolle voi rakentaa liiketoimintaa. Yrityskuvalla on keskeinen rooli yrityksen menestymisessä, sillä sen vaikutus ulottuu kauas. Vahva ja positiivisia mielikuvia herättävä yritysokuva on tärkeä yrityksille, jotta ne saavuttaisivat enemmän tunnettavuutta ja tulisivat huomatuksi potentiaalisten asiakkaiden keskuudessa. Tämän kautta myös rekrytointi ja uusasiakashankinta helpottuvat huomattavasti. Vahva yritysokuva auttaa myös lisäämään nykyisten asiakkaiden tyytyväisyyttä, uskollisuutta ja luottamusta yrityksen palveluihin ja tuotteisiin.

”Yritysokuva ei ole pelkästään asiakkaiden ja muiden ulkoisten sidosryhmien kokema havainto, yhtä hyvin henkilöstö muodostaa yrityksen toiminnasta oman näkemyksensä” (Iltanen 1998, 16). Vahva yritysokuva on tärkeä työkalu myös henkilöstön motivoinnissa, se lisää yhteenkuuluvuuden tunnetta, henkilöstön tuntemaa ylpeyttä omasta yrityksestään ja myös edesauttaa liikeidean ymmärrystä työntekijöiden keskuudessa.

”Yritysokuva koetaan entistä tärkeämmäksi kilpailukeinoksi. Mitä tunnetumpi ja arvostetumpi yritys on, sitä helpompi sen on myydä ja markkinoida tuotteitaan. Luotettavaksi ja myönteiseksi koetun yrityksen markkinointiviestintä otetaan paremmin vastaan.” (Iltanen 1998,18.) Nykyaikana maailma on pullollaan viestintää, joten on entistä tärkeämpää erottua positiivisesti kilpailijoista saadakseen liiketoiminnastaan kannattavampaa. Vahva yritysokuva auttaa yritystä saamaan tunnistettavan ja erottuvan ilmeen. Se antaa yritykselle ikään kuin ”kasvot”, johon yritys pystytään helposti yhdistämään ja se viestii yrityksen omista arvoista, toiminnoista ja henkilöstön ammattitaidosta. Yrityskuvalla on siis tärkeä rooli yritykselle. Kun uusi yritys avataan, on hyvä miettiä jo alussa, mitkä asiat yrityksen toiminnassa ovat tärkeitä asiakkaille. Tätä varten voidaan esimerkiksi laatia kysely asiakkaille tai sidosryhmille. Myöhemmin tästä on hyötyä yritykselle, jotta palveluja saadaan kaupaksi.

Yrityskuvassa on tärkeää, että se on yhtenäinen ja selkeä. Kun yritysokuva on yhtenäinen, on asiakkaiden helpompi muistaa ja yhdistää yrityksen tarjoamat erilaiset palvelut ja tuotteet juuri tähän nimenomaiseen yritykseen, koska niiden viestinnän ulkoasu noudattaa samaa suuntaa yritys kuvan ulkoasun kanssa. Ihmiselle on ominaista, että silmä pyrkii muodostamaan ehjän tai ymmärrettävän kuvion ja liittämään eri objektit loogisiksi ryhmiksi ja kokonaisuuksiksi. Objektit tulisi järjestellä rytmisesti

niin, että ne opastavat silmän liikettä, näin pystytään hyödyntämään yhtenäisyyttä. "Elementit kootaan yhdeksi erottamattomaksi kohteeksi tai ositettujen elementtien yhteenkuuluvuutta korostetaan erilaisin visuaalisin keinoin, kuten värillä, läheisyydellä, muodolla tai tekstuurilla" (Pohjola 2003: 128).

### 5.3 Uuden yrityskuvan rakentamisessa huomioonotettavat asiat

Yrityskuvan rakentamisessa voidaan lähteä liikkeelle yrityksen haluaman mielikuvan välittämisen selvittämisestä. Ensimmäiseksi olisi hyvä tehdä kartoittava yrityskuva tutkimus, josta saadaan selville tulisiko yrityksen edes lähteä rakentamaan mielikuvaa ja positiivisessa tapauksessa nähdään mihin suuntaan toimintaa pitäisi painottaa. (Iltanen 1998, 20.) Kun on päätetty, että yrityskuvaa lähdetään tietoisesti rakentamaan, tulee tehdä varsinainen yrityskuvatutkimus. Sen tuloksista selviää, mitä ominaisuuksia yritykseen liitetään, mitkä palvelut/tuotteet ovat kilpailijoita edellä ja mitkä jäljessä. Joskus voidaan tutkia myös eri toimenpiteitä ennen niiden varsinaista toteuttamista, esimerkiksi yrityskuvamainonnan ennakkotestien avulla. Tämän jälkeen tehdään usein seurantatutkimus, josta voidaan päätellä, onko yrityskuvan rakentamisessa onnistuttu ja tarvitaanko mahdollisesti lisää toimenpiteitä. Seurantatutkimus voidaan toteuttaa henkilökohtaisin haastatteluin, puhelinhaastatteluin tai kirjekyselyinä. Myös inhimillisillä ominaisuuksilla on joskus tutkittu ja määritelty yrityskuvaa; yrityksen ominaisuuksia voisi esimerkiksi olla menevä, avoin, nuorekas jne. On tärkeää myös pohtia mitkä ovat tärkeimmät yrityskuvatekijät, kun tarkastellaan mielikuvaa asiakkaiden näkökulmasta. Yrityksen tulisi miettiä mikä olisi heidän tavoitekuvansa ja mitä ominaisuuksia he haluaisivat tuoda esille. (Iltanen 1998, 20-27.)

Yrityksen tekemä tarjous sisältää useasti myös liitännäispalveluja markkinoitavan tavarankin lisäksi, tuote voidaan jakaa kolmeen osaan: fyysiseen, palveluosaan ja symboliseen osaan. Fyysinen osa muodostuu tavarankin kautta fyysisiä palveluja, joka sisältää asiakkaan haluamat toimintaominaisuudet, myös hinta liittyy fyysiseen osaan. Palveluosa koostuu henkilökunnan osaamisesta, palveluasenteesta, saatavuudesta, huolloista, takuista, varaosista, markkinointituesta ja neuvontapalveluista. Kytkemällä palveluosan fyysiseen osaan voidaan erilaistaa tuotetta. Symbolinen taso taas tarkoittaa asiakkaan mielikuvien kokonaisuutta tuotteesta ja yrityksestä. Fyysinen, palvelu- ja symbolinen osa muodostavat yhdessä kauppakuvan, joka on ajatusten ja mielikuvien summa. (Iltanen 1998, 28.)



Nykypäivänä on vaikeampaa tehdä mainontaa ja luoda mielikuvaa, koska monesti yrityksen tuote onkin palvelu ja sillä ei ole fyysistä ilmentymää. Mahdollisten etujen havainnollistamisesta voi etsiä ratkaisua tähän. On siis markkinointisuunnittelun keskeinen tehtävä konkretisoida ja havainnollistaa palvelutarjous. Viestinnässä voidaan toki hyödyntää yrityksen tavara osaan, jos sellainen liittyy palveluun. On tiedostettava asiakkaan palveluhyödykettä koskevat tarpeet ennen lopullisen päätöksen tekoa. Henkilöstö on myös osa tuotantoa, kommunikoimalla asiakkaiden kanssa työntekijät voivat vaikuttaa heihin, eli myyntityö kuuluu palvelutarjoukseen. Tällä palvelun osalla on tärkeä rooli yrityksen markkinointiviestinnässä. Oman henkilöstön huomioon ottaminen käyttämällä heitä yrityksen mainonnassa auttaa osaltaan myös myynninedistämistä ja palvelutasoa. He vaikuttavat osaltaan siis siihen minkälaisen kuvan asiakas saa yrityksestä. (Iltanen 1998, 30.)

On tärkeää tietää mitä ostaja odottaa ja tahtoo yrityksen palveluilta. Eli palveluja olisi hyvä osata arvioida ja kartoittaa ostajan näkökulmasta. Tulisi myös osata asettaa heidän kannaltaan tärkeysjärjestykseen palveluominaisuudet, joita halutaan korostaa viestinnässä. On selvää, että sellaiset ominaisuudet, joita asiakas haluaa yritykseltä menevät viestinnässä paremmin läpi, kuin sellaiset joita asiakkaat eivät pidä tärkeänä omalta kannaltaan. Tärkeimmät palveluominaisuudet voidaan löytää esimerkiksi tekemällä tutkimuksia asiakkaiden mielipiteistä, oman kokemuksen perusteella ja näiden yhdistelmillä. (Iltanen 1998, 35.)

Nykyaikana palveluyrityksillä on kova kilpailu keskenään ja päihittääkseen kilpailijat, yrityksen tulisi erilaistaa oma yrityksensä ja palvelunsa. Viestinnän suunnittelussa yksi tärkeimmistä asioista on kilpailijoiden huomioiminen ja heidän viestintänsä analysoiminen. Voidaan tutkia esimerkiksi mitä mainosvälineitä kilpailija on käyttänyt, minkälainen heidän mainontansa sisältö ja toteutus on ja minkälaisia myynninedistystoimenpiteitä he ovat toteuttaneet. Yritys voi joko luoda sellaisen palveluominaisuuden, jota kilpailija ei tarjoa tai jos sellaista ei ole, on kilpailtava samoilla ominaisuuksilla kuin kilpailijatkin. Ratkaisukeino tähän tilanteeseen voi olla ainutlaatuisen edun vakiinnuttaminen tuomalla esiin yhden tai kaikkien ominaisuuksien täydellinen palvelutaso. (Iltanen 1998, 36 ja 48.)

Iltasen (1998, 50) mukaan mainonnan strategia tulisi vastata näihin kolmeen kysymykseen:

- Missä me olemme nyt?
- Minne haluamme päästä?
- Miten mainonnan keinoin pääsemme sinne parhaiten?

”Mainonnan strategian ydinelementti on peruslupaus. Luovan toteutuksen tehtävänä on tulkita se kohderyhmälle niin selkeällä ja mielenkiintoisella tavalla, että se havaitaan ja muistetaan. Ja niin, että se liitetään tiukasti tuotteen, palvelun tai yrityksen nimeen.” (Iltanen 1998, 50.)

Yrityskuvan suunnittelussa on päätettävä yritykselle, sen palveluille ja kohderyhmän parhaiten tavoittamiselle sopiva mainosmuoto. Iltanen (1998, 55) luettelee listassaan Kansainvälisen kauppakamarin määritelmän mukaiset mainosmuodot:

#### *1. Mediamainonta, johon sisältyy*

- *Ilmoittelumainonta*
- *Televisiomainonta*
- *Radiomainonta*
- *Elokuvamainonta*
- *Ulko- ja liikennemainonta*

#### *2. Suoramainonta*

#### *3. Muu mainonta ja myynninedistäminen, jonka kustannusluokat ovat:*

- *Menekinedistämisohjelmat (esimerkiksi promootiot)*
- *Näyttelyt, messut*
- *Myyvälämainonta*
- *Sponsorointi*

## 5.4 Visuaalinen identiteetti, yritysilm

Pohjolan (2003, 108) mukaan visuaalinen identiteetti on yrityksen tai tuotteen identiteetin näkyvä osa, eli kaikki se mitä voidaan havaita silmin yrityksestä tai tuotteesta. Visuaalisella identiteetillä yritys voi luoda yhdenmukaisen markkinoinnin, nostaa imagoon ja tätä kautta vahvistaa asiakkaiden luottamusta. Voisikin sanoa, että yrityksen visuaalinen identiteetti on yksi yrityksen peruskivistä. Koska visuaalinen identiteetti on usein yrityksen ainoa näkyvä osa, se on myös sen tärkeimpiä myyjiä. Useasti asiakas saa ensikosketuksen yritykseen sen yritysilmeeen kautta, joten on tärkeää, että yritysilmee on yhtenäinen, kiinnostava ja mieleenpainuva. Jos yrityskuva on hajanainen ja toistuu

eri yhteyksissä aina hieman erilaisen se menettää tehoaan ja siitä saa sekavan kuvan, vastaanottaja ei ehkä miellä eri elementtien kuuluvan samaan yritykseen. Yritysilmeen peruselementtejä ovat muun muassa värit, tunnus, typografia ja muut markkinointimateriaalien visuaaliset ilmeet. Seuraavissa alaotsikoissa määritellään mitä ovat yritystunnus, logo ja liikemerkki.

### *Yritystunnus*

Yritystunnus on yrityksen visuaalisen ilmeen tärkein elementti. Se nähdään kuten yrityksen allekirjoituksena, joka takaa laadun ja luotettavuuden. Yritystunnus muodostuu kahdesta elementistä, yrityksen nimestä eli logosta ja kuvallisesta osasta eli liikemerkistä. Tunnuksen välittämä sanoma on yrityksen mielikuva itsestään. On tärkeää, että yrityksen henkilöstö tietää tunnuksen ladatut ominaisuudet ja symboliikan ja toteuttavat niitä työssään, näin taataan se että myös ulkopuoliselle välittyy tunnuksen viesti.

### *Logo*

”Logotyyppi on nimen muotoiluun perustuva tunniste ilman kuvallista symboliikkaa” (Pohjola 2003, 129). Se on yrityksen nimen vakiintunut kirjoitusasu. Logo pohjaa yleensä johonkin tiettyyn kirjaintyyppiin, mutta useasti kuitenkin sen suhteita ja sijoittelua voidaan muokata suunnitteluvaiheessa.

### *Liikemerkki*

Liikemerkki on tunnuksen symbolinen/kuvallinen osio, jonka tarkoituksena on kertoa jotain yrityksestä, sen tuotteista tai palveluista.

## 6 VISUAALISEN ILMEEN ENSIMMÄINEN VAIHE

Alku briefissä asiakas antoi toivomuksen, että yritysilmmeen tulisi olla nuorekas, raikas, moderni ja kilpailijoista erottuva visuaalinen kokonaisuus. Tunnukseen he halusivat ”ykkös” numeron, joka hahmottuisi myös kerrostaloksi. Tämä sen vuoksi, että heidän kohderyhmänsä on asunto-osakeyhtiöt, jotka ovat pääasiallisesti kerrostaloja. Numero yksi taas tulee sanasta Ykkös-Isännöinti. Heillä oli myös mielikuva väristä ja he ehdottivat vihreää tai violetta väriä tunnukseen. Muuten he antoivat minulle vapaat kädet tunnuksen toteutuksessa. Esittelen opinnäytetyössäni joitakin tunnus luonnoksia, ensimmäisen vaiheen yritysilmmeestä, joka otettiin käyttöön tiukan aikataulun vuoksi sekä toisen vaiheen yritysilmmeestä. Toisessa vaiheessa tutkin ensimmäisen vaiheen kehitystä ja miten siitä saatiin muutoksilla paremmin toimiva kokonaisuus. Koska tein parannellun version ilmeestä, minulle oli todella hyötyä oppimiseni kannalta, että katsoin ilmettä ”uusin silmin”. Näin huomasin asiat, jotka eivät toimineet parhaalla mahdollisella tavalla isännöintialan ilmeessä ja yksityiskohdat, joita täytyi vielä hienosäätää. Perustelen myös minkä takia toinen vaihe ilmeestä toimii paremmin.

### 6.1. Yritystunnuksen hahmottelua

Ensimmäiseksi keskityin liikemerkin aiheen suunnitteluun. Hahmottelin ensin kerrostalon muotoa ja ongelmana oli löytää sellainen muoto, josta hahmottuisi heti sekä numero yksi että kerrostaloksi. Liikemerkki ei minun mielestäni saanut vaikuttaa liikaa ykkös numerolta, eikä liikaa kerrostalolta, vaan täytyi löytää tasapainoinen ratkaisu näiden kahden väliltä. Tein useita luonnoksia, joista asiakkaalle lähetettiin neljä parasta. Seuraavissa alaotsikoissa esittelen neljä asiakkaalle lähetettyä tunnusehdotusta.

#### *Ensimmäinen luonnos*

Ensin hahmottelin hieman sammakkoperspektiivistä katsottua elementtiä sijoitettuna kaaren muotoisen elementin päälle (kuva 1). Tästä versiosta kuvastui hyvin se, että juuri tämä isännöinti yritys on se numero ykkönen, joka seisoo ylväästi kukkulan päällä.



**KUVA 1.** Liikemerkin luonnostelua

Seuraavaksi lähdin tutkimaan eri kirjaintyyppien vaihtoehtoja logoon. Asiakas teki minulle selväksi heti alkuun, että haluaisi ilmeestä modernin, nuorekkaan ja raikkaan vaikutelman. Lähdin siis liikkeelle modernin kirjaintyyppin etsimisestä. Minulle oli heti selvää, etten lähtisi etsimään antiikvaa, koska mielestäni groteskeista saa heti modernimman vaikutelman.



**KUVA 2.** Tunnus luonnos nro.1

Kirjaintyyppiksi ensimmäiseen versioon (kuva 2) on valittu Metro DF, jossa oli samaa muotokieltä kuin liikemerkissä, esimerkiksi "K" kirjainten kaaret viittaavat liikemerkin kaarimuotoon. Myös ykkös numeron ja kerrostalo elementin ikkunat ovat samaa muotoa kuin kirjaintyyppin y-kirjaimet. Tutkiessani Ykkös-Isännöinnin kilpailijoiden logoja huomasin, että monesti sanat olivat tosi pitkiä ja yhteen pötköön kirjoitettuja. Näin koko tunnuksesta tulee kokonaisuudessaan todella pitkä elementti, joka ei mielestäni näytä hyvältä. Työssäni mainostoimistossa olen myös huomannut, että pitkänomaisia yritysten tunnuksia on vaikeampi sijoitella painomateriaaleihin, joissa on vähän tilaa. Minulle oli selvää, että halusin jakaa nimen "Ykkös-Isännöinti" kahdelle riville. Kysyin heti alkuun asiakkaalta voisimmeko toimia edellä mainitulla tavalla tunnuksessa, vaikka se on periaatteessa yhdyssana ja hän oli kanssani samaa mieltä asiasta. Joten yhdessä asiakkaan kanssa päätimme, että nimi jaettaisiin kahdelle riville. Ongelmana kuitenkin oli, että nimessä on myös tavuviiva, joka ei mielestäni sovi tunnukseen. Päätimme asiakkaan kanssa siis, että tunnuksessa tavuviivaa ei käytettäisi lainkaan. Ensimmäisessä tunnuksen luonnoksessa logo on sijoitettu keskitetysti liikemerkin alle.

### *Toinen luonnos*

Vaihtoehdoksi sammakkoperspektiiville hahmottelin myös edestäpäin katsotun version (kuva 3), jossa mielestäni numero yksi ja kerrostaloelementti ovat hyvin tasavertaiset, eikä kumpikaan nouse toisen yli.



**KUVA 3.** Edestäpäin katsottu versio liikemerkistä

Kokeilin "Ykkös" sanaan samaa kirjaintyyppiä kuin aikaisempaan sammakkoperspektiivistä katsottuun versioon (kuva 2) ja vaihdoin versaali Y-kirjaimen gemenaan myös sanan "isännöinti" vaihdoin kirjaintyyppiin nimeltä Skia. Halusin sanan erottuvan selkeästi, joten tämä kirjaintyyppi vaikutti versaali muodossaan toimivan hyvin Metro DF:n kanssa. Asettelen vaihdoin myös toisenlaiseksi. Tässä versiossa (kuva 4) liikemerkki on vasemmalla puolella ja logo sen oikealla puolella.



**KUVA 4.** Tunnus luonnos nro. 2

### *Kolmas luonnos*

Päätin myös kokeilla jotain toista kirjaintyyppiä, joka olisi vaihtoehtona Metro DF:lle. Kokeilin Ykkös-Isännöinti nimen kirjoittamista kymmenillä eri kirjaintyypeillä, joista sitten päädyin Gill Sansiin ja tein kokeilun edestä katsotun ykkös/kerrostalo elementin kanssa (kuva 5).



**KUVA 5.** Tunnus luonnos nro.3

### *Neljäs luonnos*

Mielestäni kuitenkin kerrostalo elementti oli jotenkin kolkko ja terävä yksin, joten se kaipasi jotain ympärilleen. Isännöinti yrityksen tehtävänä on pitää huolta asunnoista, joten halusin etsiä jonkin ”suojelevan elementin”. Päädyin ratkaisuun, jossa ykkös/kerrostaloelementti on sijoitettu kaarevan alapuolelta horisontaalisesti katkaistun elementin sisään (kuva 6). Näin siitä mielestäni välittyi heti tunnelma, että se on talosta huolta pitävä ja suojeleva elementti. Mielestäni tästä versiosta välittyi myös ihmisläheisempi ja sympaattisempi tunnelma.



**KUVA 6.** Tunnus luonnos nro.4

Päätin ehdottaa näitä neljää versiota asiakkaalle joista he voisivat valita mieleisensä (LIITE 13). Kaikista versioista tein versiot logo osuuksista sekä mustana, että harmaana ja liikemerkkistä vihreänä sekä violettina. Lähetetyistä versioista he sitten valitsivat nopeasti ja yksimielisesti tunnuksen numero neljä, jossa logo osuus on musta ja liikemerkki vihreä.

Kaikki Ykkös-Isännöinnin osakkaat olivat kovin tyytyväisiä tunnuksen jo tässä vaiheessa. Koska heillä oli todella tiukka aikataulu he päättivät, että tunnusta ei enää muokattaisi. Tämän jälkeen tein siis ensimmäisen vaiheen koko yritysilmeestä, joka sisältää tunnuksen, käyntikortin, kirjelomakkeen, kirjekuoren ja ilmoituksen. Asiakas otti käyttöönsä tämän kokonaisuuden. Omasta mielestäni tunnus ja koko yritysilme olisivat vaatineet vielä hiomista, joten yhdessä ohjaavan opettajani kanssa tarkastelimme ilmettä ja hän antoi minulle hieman vinkkejä miten ilmeestä saisi hiomalla paremman. Päätin siis tutkia ensimmäisen vaiheen kehitystä opinnäytetyössäni ja tehdä sen pohjalta toisen vaiheen koko yritysilmeestä.

## 6.2 Asiakkaan käyttöönotettava ilme

Tässä kappaleessa esittelen ensimmäisen vaiheen ilmeestä, jonka asiakas otti käyttöön. Yritysilme sisältää yritystunnuksen, käyntikortin, kirjelomakkeen, kirjekuoren ja ilmoituksen. Itse en suunnitellut Ykkös-Isännöinnille www-sivuja, koska aikataulu olisi ollut liian tiukka. Www-sivujen suunnittelun teki Agentec Solutions Oy. Toimitin heille www-sivuja

varten tunnuksen, määritin RGB värit ja kirjaintyyppiä Arialin, joka näkyy kaikkien selaimissa samanlaisena.

### *Yritystunnus*

Päätin valita kirjaintyyppiä selkeään groteskin. Asiakas mainitsi jo tehtävänannossa, että he haluaisivat ilmeestä nuorekkaan, joten minun mielestäni groteski oli modernimpi vaihtoehto kuin antiikva. Mielestäni myös groteski on logossa käytettynä helppolukuisempi ja selkeämpi kuin antiikva. Myös liikemerkki on luonteeltaan nuorekas, joten oli ilmiselvää valita kirjaintyyppiä groteski. En halunnut valita mitään niin sanottua trendi kirjaintyyppiä, koska sen käyttöikä voi jäädä lyhyeksi, koska jo seuraavana vuonna se voikin olla pois muodista. Liikemerkki on staattinen, joten mielestäni kirjaintyyppi tuli myös istua tähän muottiin, joten pyrin etsimään staattista, mutta kuitenkin nuorekasta, hienostunutta ja luotettavaa kirjaintyyppiä vaihtoehtoa.

Tein erilaisia kokeiluja kirjaintyypeistä, mutta lopuksi päädyin käyttämään tunnuksesta Gill Sans kirjaintyyppiä. Gill Sans on humanistinen groteski, jonka suunnitteli Eric Gill vuonna 1928. Humanistiset groteskit ovat tavallaan groteskin ja antiikvan välimuotoja. Niissä ei ole antiikvalle tunnusomaisia päätteitä, mutta niiden mittasuhteet ja muoto perustuvat renessanssiajan antiikvoihin. Humanistiset groteskit ovat luonteikkaampia ja helppolukuisempia, kuin tiettyyn muotoon pakotetut groteskit, koska ne myötäilevät 1400-luvun humanistiseen painokirjaimia edeltävän tasaterätekstauksen periaatetta, jossa kirjaimissa on paksuusvaihtelua. (Itkonen 2003, 49.) En halunnut liikemerkin rinnalle liian raskasta kirjaintyyppiä, joten Gill Sansista löytynyt bold leikkaus oli tarpeeksi erottuva, mutta kuitenkin myös tarpeeksi kevyt. Siitä kuvastuu myös nuorekkuus. Kirjaintyyppiä on luonnehdittu kepeäksi, muokkaantuvaksi ja arkkitehtonisesti kaartuvaksi. Muotokieleltään se on hyvin selkeälinjainen. Päädyin käyttämään kirjaintyyppiä versaali muodossa, koska siten se oli tarpeeksi selkeälinjainen ja jämpä. Gemena muodossa siihen olisi tullut liikaa yksityiskohtia. Minun mielestäni versaali muodossa logo istui siis paremmin yhteen liikemerkin kanssa.

Asiakkaan hyväksymässä yritystunnuksessa (kuva 7) logo on sijoitettu kahdelle riville, jottei sanasta olisi tullut liian pitkä. Virallisesti yrityksen nimi kirjoitetaan ”Ykkös-Isännöinti”, mutta asiakkaan kanssa sovimme, että logossa nimi voidaan jakaa kahdelle riville, jotta kokonaisuus ei olisi liian pötkömäinen. Aseteltuna kahdelle riville logosta tulee kompaktimpi ja jämpämpi vaikutelma. Isännöinti sana on linjattu liikemerkin vasempaan reunaan.





**KUVA 7.** Valittu tunnus

Ykkös-Isännöinnin logo on groteskia kirjaintyyppiä nimeltä Gill Sans. Logoon on valittu versaali groteski, koska halusin luoda siitä mahdollisimman neutraalin, jottei tulisi risti-riitaa merkin muotokielen kanssa. Liikemerkin muotokielessä on käytetty pyöreitä (ovaali elementti) sekä teräviä muotoja (kerrostalo & numero yksi), joten valittu kirjaintyyppi istui hyvin liikemerkin kanssa yhteen, koska myös kirjaintyyppissä on käytetty teräviä ja pyöreitä muotoja. Liikemerkki muodostuu alhaalta horisontaalisesti katkaistusta ovaalista ja ykkös numeron ja kerrostalon muotoisesta elementistä. Koska kerrostalo elementti on muodoltaan hyvin terävä, se kaipasi ympärilleen jotain sitä pehmentävää elementtiä. Muutoin liikemerkistä olisi tullut liian pistävä ja jyrkkä mielikuva.

### *Visuaaliset konseptit*

Lähtökohtana yritysilmmeen suunnittelulle oli luoda kilpailijoista erottuva, raikas nuorekas, moderni yhtenäinen yritysilmme. Tärkeänä osana yritysilmettä on visuaalisissa konsepteissa käytetyt graafiset elementit. Graafisena elementtinä on toistettu tunnuksen ovaalin ääri-viivoja, joita on sijoitettu peräkkäin kulmistaan pyöristetyn suorakaiteen sisälle. Näin sillä sai aikaan raikkaan ja nuorekkaan grafiikan. Visuaalisien konseptien suunnittelun aloitin käyntikorteista. Tein pari erilaista ehdotusta asiakkaalle (LIITE 14), joista he sitten yksimielisesti olivat valinneet vaihtoehdon numero yksi. Minulle oli heti selvää, etten haluaisi tehdä käyntikorteista liian tavanomaisia, vaan halusin jo itse kortin muotokielen olevan erilainen kuin tavallinen suorakaide ja standardi kokoinen. Koska tunnuksen ja graafisten elementtien muotokieli noudattaa pyöreitä linjoja, päätin myös jatkaa samaa linjaa käyntikorteissa ja pyöristää sen kulmat. Koska tunnus on pitkulainen ja melko matala korkeudeltaan, ajattelin valita käyntikortin kooksi jonkin tunnukselle sopivan koon. Joten tein käyntikortista hieman matalamman kuin tavallinen 90mm x 50 mm, käyntikortin kooksi valitsin siis 90mm x 40 mm.

Halusin että tunnus erottuu selvästi käyntikortin pohjasta, joten mielestäni paras ratkaisu oli sijoittaa tunnus valkoiselle pohjalle. Halusin jättää tunnukselle oman rauhoitetun tilansa, joten päätin tehdä käyntikortista kaksi puoleisen. Etu puolelle sijoitin siis

tunnuksen käyntikortin keskiosaan ja kääntöpuolelle yhteystiedot. Käyntikortin kääntöpuolelle sijoitin yläkulmaan graafisen elementin siten, ettei se ulotu reunasta reunaan. Halusin kortin ulkoasusta keveän, joten jätin korttiin valkoiset reunat. Yrityksen toimitusjohtajan nimi on sijoitettu vihreälle pohjalle, jotta se erottuisi paremmin. Alle on sijoitettu titteli ja yhteystiedot käyntikortin alareunaan kahteen palstaan vasempaan reunaan tasattuna.

Kirjelomakkeessa, A4 210 x 297 mm (LIITE 15) tunnus on sijoitettu oikeaan yläkulmaan ja yhteystiedot alareunaan. Alareunassa päätin käyttää myös graafista elementtiä. Kirjelomakkeessa itse kirjeen sisältö on kuitenkin tärkeämmässä roolissa, kuin graafiset elementit, joten en halunnut tehdä elementistä liian raskasta, vaan päätin keventää sitä. Päädyin käyttämään vihreää kulmistaan pyöristettyä kaistaletta, jossa on pieni osa graafisesta elementistä. Yhteystiedot ovat sijoitettuina elementin alle keskitetysti. Kirjekuoressa C5, 229 x 162 mm (LIITE 16) graafinen elementti on sijoitettu läppään, niin että läpän joka puolelle jää valkoiset reunat. Tunnus on sijoitettu kirjekuoren vasempaan yläreunaan ja osoitetiedot alareunaan keskitetysti. Ilmoituksessa, 140 x 90 mm (LIITE 17) on käytetty graafista elementtiä yläreunassa, tunnus on sijoitettu vasempaan alareunaan ja yhteystiedot tunnuksen oikealle puolelle ilmoituksen alareunaan.

## 7 VISUAALISEN ILMEEN TOINEN VAIHE

Koska yritysilmeen ensimmäisen vaiheen suunnittelu vaati vielä mielestäni hiomista, otin sen siis uudestaan tarkasteluun ja yhdessä opinnäytetyöni ohjaajan kanssa pyrin tekemään muutoksia tunnukseseen ja koko ilmeeseen. Kävin läpi asiat, joihin en ollut tyytyväinen ja etsin niihin ratkaisukeinot. Tässä luvussa kerron myös valituista yritysväreistä, typografiasta, graafisesta elementistä ja esittelen toisen vaiheen lopullisen yritysilmeen. Yritysilme koostuu tunnuksesta, käyntikorteista, kirjelomakkeesta, kirjekuoresta, ilmoituksesta ja lisäksi suunnittelemistani esitteestä/flyerista, kansiosta, t-paidoista, merkeistä ja autoteippauksista.

### 7.1 Paranneltu, lopullinen versio tunnuksesta

Olin tyytyväinen logon kirjaintyyppin valintaan, eli en halunnut lähteä muuttamaan sitä. Tunnuksessa huomasin kuitenkin pari asiaa lähemmässä tarkastelussa, joita halusin parantaa. Ensimmäiseksi kiinnitin huomion logon asetteleeseen, joka ei ollut paras mahdollinen. Linjattuna liikemerkin vasempaan reunaan tunnukseseen tuli ikään kuin kolme osiota, joihin silmä kiinnitti erikseen huomion: liikemerkkiin, ”YKKÖS” sanaan ja ”ISÄNNÖINTI” sanaan. Isännöinti sana oli myös liian ohutlinjainen ja pienikokoinen, joten se jäi varjoon ja ”YKKÖS” sanan korostui enemmän. Liikemerkissä ykkösen muotoisessa kerrostaloelementissä olevat ikkunat muistuttivat enemmän kolmiulotteisia nappeja, kuin ikkunanpieliä. Kun pienensi tunnusta, ikkunanpielet olivat liian ohuita ja siten ne hävisivät miltei kokonaan. Ovaali muoto oli myös hiukan ristiriidassa logon kirjainmuodon kanssa. Logossa on käytetty hyvin geometrisia muotoja ja esimerkiksi o-kirjain on selkeä ympyrä. Kerrostalo/numero elementti ei myöskään toiminut parhaalla mahdollisella tavalla ovaali muodon sisällä, koska oikealle ja vasemmalle puolelle jäi liian paljon tyhjää tilaa ja kerrostalo/numero elementti näytti liian pieneltä sen sisällä.

Päätin parannella tunnusta näiden ongelmien tiimoilta. Ensimmäinen ongelma, joka koski logon asettelua oli helposti ratkaistavissa, sijoittamalla ”isännöinti” sanan ”YKKÖS” alle välistettynä niin, että se tasaantui sanan ”YKKÖS” kanssa. Logosta tuli heti selvästi kompaktimpi ja helpompi hahmottaa. Näin ollen ratkaistiin myös se ongelma, että tunnuksessa on ikään kuin kolme osiota. Tällä tavoin aseteltuna silmä huomioi enää kaksi kokonaisuutta, liikemerkin ja vasemmalla puolella olevan logon, joka on kompakti kokonaisuus näin allekkain sijoiteltuna. Päätin suurentaa hitusen ”isännöinti” sanaa ja otin

siihen seuraavaksi paksumman leikkauksen, jotta se erottuisi paremmin myös silloin kun logo on pienessä koossa. "YKKÖS" sana kaipasi mielestäni vielä myös hiukan hienosäätöä. Y -ja K-kirjaimien väliin jäi hieman enemmän tyhjää tilaa kuin muiden kirjaimien väliin, joten välistin niitä hiukan lähemmäksi toisiaan. Myös Ö-kirjainta välistettiin lähemmäksi K:ta ja siten S-kirjainta täytyi ottaa myös lähemmäksi Ö:tä.

Liikemerkin osalta päätin muuttaa napeilta näyttävät ikkunanpielet neliöiksi. Tällä tavoin ne eivät näytä napeilta, eivätkä liikemerkkiä pienennettäessäkään häviä. Tästä sain idean, että korvaisin logossa Ö:n ja Ä:n pyöreät pisteet myös neliöillä, siten logo linkittyy yhä enemmän liikemerkkiin. Myös ovaali alhaalta horisontaalisesti katkaistu muoto oli hieman ristiriidassa logon muotokielen kanssa. Tämä oli ratkaistavissa sillä, että tein ovaalista enemmänkin ympyrän muotoisen ja suurensin kerrostalo/numero elementtiä, jolloin sen reunoille jäi vähemmän tyhjää tilaa ja siitä tuli tasapainoisempi kokonaisuus. Pyöreä muoto on nyt enemmän yhdistettävissä logon muotokieleen ja on siten harmoniassa sen kanssa. Jotenkin tunnus oli mielestäni edelleen "lattea" ja kaipasi kolmiulotteisuutta. Kokeilin liikemerkin ympyrä muotoon liukuväriä, jossa käytin jo aiemmin käytettyä vihreää väriä ja tummempaa vihreää. Tämä tuntui tuovan lisää särmää, kolmiulotteisuutta ja moderniutta tunnuksen. Tähän tunnukseen (kuva 8) olin itse vihdoinkin tyytyväinen ja tunsin sen toimivan paremmin kuin aikaisempi jo asiakkaan valitsema tunnus.



**KUVA 8.** Lopullinen versio tunnuksesta

Pyöreä alhaalta horisontaalisesti katkaistu muotoa voidaan kutsua suljetuksi kaareksi. Olen käyttänyt tätä muotoa liikemerkissä siksi, että täydellinen ympyrä olisi tuonut mieleen kolikon, koska sen sisällä olevassa elementissä on myös numero. Huovila (2006, 38) mainitsee, että vaakasuora viiva on äärimmäisen levon ja maisemaa hallitseva viiva, se viestii myös rauhallisuutta ja tasapainoa. Tämän perusteella päädyin suljettuun kaari muotoon. Näin se ei mielestäni enää näytä niin kolikkomaiselta ja se myös istuu yhteen paremmin logon kanssa, koska se tasautuu samalle tasolle sen kanssa. Huovilan (2006, 38) mukaan suljettu kaari on myös vakaa, elegantti ja kaariviiva luo sisäistä jännitettä. Pyöreän muotoisen merkin lähtökohtana on ollut modernius, positiivisuus ja nuorekkuus.

Pyöreät muodot luovat kuvan mukavasta ja harmonisesta yrityksestä, mielestäni liian terävät muodot saattavat herättää jopa vaarantunteen. Ympäröidessään liikemerkissä olevaa taloa se luo sitä suojelevan tunnelman. Se kuvastaa sitä kuinka Ykkös-Isännöinti huolehtii asiakkaiden omaisuuden arvon säilymisestä. Näinkin pienillä muutoksilla tunnuksesta tuli heti selkeämpi ja kompaktimpi kokonaisuus ja sen olemus oli enemmän tunnuksen omainen kuin aikaisempi versio. Yritysilmeen toista vaihetta ei ole vielä esitelty asiakkaalle, mutta potentiaalisesti se olisi mahdollista tulevaisuudessa, enkä näe syytä miksi sitä ei voitaisi ottaa myös käyttöön.

## 7.2 Yritysvärit

Keskustellessani tehtävänannosta asiakkaan kanssa, heillä oli mielikuva tunnuksen väristä ja he ehdottivat vihreää tai violettiä. Minä halusin kuitenkin ensin tehdä taustatutkimusta värien mielikuvista ja kilpailijoiden käyttämistä väreistä. Näin varmistuin siitä, mikä väri vaihtoehto olisi sopiva Ykkös-Isännöinnille. Tutkiskeltuani heidän kilpailijoita, huomasin sinisen värin olevan hallitsevana melkein jokaisessa isännöintialan yritystunnuksissa. Näin asiakkaan ehdottamat vaihtoehdot olivat mielestäni hyviä, koska en juuri törmännyt samoihin värimaailmoihin alan tunnuksissa. Jo värimaailman valinnallakin Ykkös-Isännöinti pyrkii erottumaan heti kilpailijoistaan.

Tein taustatutkimusta kahdesta asiakkaan ehdottamasta väristä, joka auttoi minua tekemään lopullisen ratkaisun tunnuksen värimaailmasta. Värit auttavat viestimään ja luomaan tiettyjä mielikuvia. "Värit ovat henkilökohtaisia mieltymyksiä, joista ei ole olemassa pelkästään yhtä totuutta" (Bohman & Hallberg 1988, 100). Kuitenkin väreistä on tehty tutkimuksia, joista on käynyt ilmi, että etenkin ympäristöstä löydettävät värit vaikuttavat ihmisten mielialaan ja viihtymiseen. Tummat värit mielletään illaksi tai yöksi, kun taas vaaleista väreistä ihmiset saavat mielikuvan aurinkoisesta ja selkeydestä, ne yhdistetään myös valoisuuteen ja myönteisyyteen. Tämän perusteella päädyin valinnassani etsimään kirkkaita ja raikkaita vaihtoehtoja värin valinnassa.

Etsin tietoa internetistä ja löysin tietoa Colorian ([www.coloria.net/varit/vihrea.htm](http://www.coloria.net/varit/vihrea.htm)) ja Oulun seudun ammattikorkeakoulun ([www.oamk.fi/~mviitala/umv\\_fin/index.htm](http://www.oamk.fi/~mviitala/umv_fin/index.htm)) sivuilta, joissa oli selitetty hyvin perusteellisesti värien merkityksistä ja mielikuvista. Vihreä väri mielletään monissa kulttuureissa kasvuun, elämään, nuoruuteen ja ekologisuuteen. "Väri vaikutelmaltaan vihreän sävyt vaihtelevat hyvin kylmästä neutraaliin. Vihreä mielletään monesti myös feminiiniseksi väriksi ja sanotaan olevan ihmissilmälle

kaikkein rauhallinen väri.” (Oulun seudun ammattikorkeakoulu, Matti Viitala: www-sivut ja väripsykologia.)

*Joidenkin väriasiiantuntijoiden mukaan vihreä viestii sitkeydestä, ylpeydestä, pysyvyyden tavoittelusta sekä ylemmydentunteesta. Vihreä on rauhoittava väri, joka saa ihmiset tuntemaan itsensä turvassa oleviksi ja hoivatuiksi. Usein vihreä koetaan myös ”lupana” siinä missä punainen pysäyttäjänä - tämä asetelma on esimerkiksi liikennevaloissa. Vihreä on symboli raa'alle tai uudelle (niin ihmisistä kuin asioistakin). Nuoruutta väri on symboloinut viimeistään 1700-luvulta lähtien. (Coloria.net 2000, Päivi Hintsanen: vihreä, mielikuvia.)*

Violetti on Suomessa edelleen hieman vieras väri. Violetin katsotaan ilmaisevan viisautta ja rakkautta. Sitä pidetään myös eron, irtautumisen ja leskeyden värinä. Violetti kaikkine alasävyineen liitetään useisiin valtauskontojen vastaisiin uskonliikkeisiin, kuten New Ageen, wicca-kulttiin ja pakanallisuuteen. Se liitetään myös sakramentaalisuuteen ja surullisuuteen. (Coloria.net 2000, Päivi Hintsanen: violetti.)

Tämän taustatiedon perusteella päädyin kirkkaaseen limenvihreään väriin, koska sen mielikuvat sopivat paremmin Ykkös-Isännöinnin yrityskuvaan ja periaatteisiin. Muutenkaan en juuri törmännyt isännöintialan yrityksien tunnuksissa tähän väriin. Päätin tehdä liikemerkkiin liukuvärin ja etsin vihreän skaalasta kirkkaan, raikkaan ja nuorekkaan vaihtoehdon pohjaväriksi ja tummemman vihreän osaväriksi liukuun. Kirkkaampi pohjaväri on: **Pantone:** 382 C **CMYK:** 34, 0, 100, 0 **RGB:** 190, 214, 0. Tummempi liu'un osaväri on: **Pantone:** 575 C **CMYK:** 60, 9, 95, 50 **RGB:** 85, 118, 48. Ykkös-Isännöinnin tunnuksessa vihreän värin voi katsoa kertovan eniten isännöitsijän rauhallisuudesta, yksi heidän lupauksistaanhan on antaa aikaa asiakkaalle. Väri kertoo myös siitä, halusta kehittyä ja kuinka Ykkös-Isännöinti huolehtii asiakkaiden omaisuuden arvon säilymisestä ja asiakkaat voivat olla siten ”turvassa.”

Logossa on käytetty mustaa väriä. Aluksi esitin asiakkaalle vaihtoehtona mustalle logon väriksi myös harmaan (LIITE 13), koska se sointui hyvin yhteen limen vihreän kanssa. Se olisi ollut mielestäni harmoninen ja tyylikäs ratkaisu, mutta asiakas halusi logossa käytettävän mustaa väriä, jotta se erottuisi paremmin. Asiaa pohdiskeltuani tulin itsekin siihen tulokseen, että musta on kuitenkin parempi ratkaisu tässä nimenomaisessa logossa. Koska kirjaintyyppi on kuitenkin aika ohut, mustana se todella erottuu paremmin. Etenkin sanomalehtien ilmoituksissa logon ollessa melko pienenä voisi tulla erottuvuus ongelmaa tai värin kohdistuminen voisi mennä pieleen, joten myös tässä mielessä musta vaihtoehto toimii paremmin. Musta käy hyvin myös kontrastiksi kirkkaalle limen vihreälle värille.

### 7.3 Typografia

Yritysilmeen suunnittelussa yksi tärkeimpien asioiden joukossa on oikeanlaisen ja ilmettä tukevan typografian valinta. On tärkeää, että teksti on suunniteltu ja ryhmitelty niin, että se on selkeästi luettavaa ja vastaanottajan on vaivatonta vastaanottaa sanoma. ”Sillä on kyky viestiä tai kertoa jotakin epäsuorasti tekstin hengestä, ilmapiiristä ja sen julkaisuajankohdasta” (Loiri 2004, 9). Typografiassa tulee ottaa huomioon sen yhteensopivuus yrityksen tyylin kanssa. Esimerkiksi jos yritys haluaa painottaa olevansa arvostettu ja hienostunut, myös typografian valinnassa tulisi etsiä tämän tyylistä kirjaintyyppiä. Jos taas yritys haluaa luoda modernia ja nuorekasta kuvaa itsestään tulisi myös typografian ilmentää samaa asiaa.

Typografian keskeisin tehtävä on laittaa eri tekstielementit hierarkkiseen järjestykseen, esimerkiksi otsikko, ingressi, väliotsikko, leipäteksti ja mahdolliset kuvatekstit. Tämä helpottaa lukemista selvästi, koska tekstien eri osat ovat jäsennetty ja erottuvat toisistaan selvästi, esimerkiksi koolla, kontrastilla, kirjasintyypillä ja korostuskeinolla (esimerkiksi lihavointi ja kursivointi). Joskus Typografia voi korvata myös kuvan, koska se on niin voimakas visuaalinen elementti. Monesti kuitenkin kuva on typografiaa voimakkaampi kuvan ilmaisussa. Jos kuva ei ole niin informatiivinen, typografialla voidaan korostaa asian painoarvoa. Yhdessä typografian ja kuvan käyttö tukevat toisiaan. (Loiri 2004,10.) Bohmanin ja Hallbergin (1988, 83) mukaan tasapainoisella typografialla annetaan uskottava, asiantunteva ja laadukas vaikutelma. Typografia voidaan jakaa kahteen pääryhmään, symmetriseen ja epäsymmetriseen. Jotta saadaan aikaan typografinen tasapaino, asettelussa käytetään jompaakumpaa näistä pääryhmistä. Myös kontrastin liikkeen, värin ja pintojen käytöllä saavutetaan tasapaino.(Bohman & Hallberg, 1988, 83.)

#### *Painotuotteiden ja markkinointiviestinnän typografia*

Mielestäni oli tärkeää, että painotuotteiden ja markkinointiviestinnän typografia erotuisi logon typografiasta, mutta ei olisi kuitenkaan liian vanhanaikainen ja koristeellinen. En valinnut perusantiikva kirjaintyyppiä, koska se ei mielestäni istunut yritysilmeen modernisuuteen ja tunnuksesta välittyvään klassisuuteen, selkeälinjaisuuteen ja nuorekkuuteen. En kuitenkaan halunnut toistaa typografiassa liian samanlaista kirjaintyyppiä, joten päädyin monien kokeilujen jälkeen Optima kirjaintyyppiin. Halusin säilyttää moderniuden ja klassisuuden myös lomakkeiston ja muun materiaalin typografiassa, mutta kuitenkin tuoden hieman kontrastia logon typografiaan. Optima sopii

hyvin yhteen logon kirjaintyyppin kanssa, koska se on mittasuhteiltaan klassinen, puhdas -ja helppolukuinen. Lyytikäisen & Riikosen (1995, 32) mukaan sitä on myös helppo yhdistellä muihin kirjaintyyppisiin. Optima luokitellaan päätteettömiin antiikvoihin. Joskus tämän kirjainperheen muodot luokitellaan humanistigroteskien ryhmään. ”Päätteetön antiikva on rakenteeltaan kaksivahva kirjain, jonka päätteet ovat lähes huomaamattomat tai ne muodostuvat kirjainvarren lievästä kaartumisesta” (Loiri 2004, 46).

Halusin myös piristää typografiaa ja tuoda mukaan iloisuutta, positiivista henkeä ja luoda helposti lähestyttävän, tuttavallisen vaikutelman. Halusin etsiä lisäksi kirjaintyyppin, joka näyttää käsinkirjoitetulta tekstiltä ja pitkän etsinnän jälkeen löysin sellaisen, johon olin tyytyväinen. Päätin, että otsikoissa (esimerkiksi ilmoituksissa, flyerissä/esitteessä, kansiossa jne.) käytetään Caflish Script MM kirjasinta. Minusta se toi piristystä materiaaleihin ja siitä saa positiivisen ja helposti lähestyttävän vaikutelman.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö  
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö  
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö  
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö  
1234567890

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö*  
*1234567890*

**KUVA 9.** Käytetyt kirjaintyypit. Optima roman, Optima medium, Optima demi, Optima black ja Caflish Script MM 640 BD.



## 7.4 Graafinen elementti

Tarkasteltua uudelleen aiemmin ehdottamaani graafista elementtiä, näin ongelmana sen, että siitä ei kuvastunut tarpeeksi isännöintiala. Ovaalit elementit linkittyivät kylläkin tunnuksen, mutta isännöintiala ei sinänsä tullut mitenkään esille ovaalia näin yksin käytettynä. Käyntikorteissa, kirjelomakkeessa, kirjekuoressa ja ilmoituksessa käytettynä graafinen elementti oli kyllä yhtenäinen, raikas ja nuorekas kuten asiakas juuri oli toivonutkin. Kuitenkin mielestäni se olisi sopinut enemmän esimerkiksi jollekin design toimistolle kuin isännöintialan ilmeeseen. Päätin siis lähteä etsimään uutta graafista elementtiä, josta voisi heti ymmärtää sen liittyvän isännöintialaan ja siten yhdessä tunnuksen kanssa se tukisi enemmän koko ilmettä.

Halusin graafisen elementin olevan yhdistettävissä tunnuksen myös muotokielellisesti, jotta yritysilmeestä tulisi yhtenäinen kokonaisuus ja näin ollen yritysilmeen sovellukset olisivat helposti tunnistettavissa ja yhdistettävissä kyseiseen yritykseen. Monien kokeilujen jälkeen päätin hyödyntää graafisessa elementissä jo olemassa olevaa liikemerkin osuutta (kerrostalo/numero elementti) ja sijoitin sen kerrostalorivistön silhuettiin. Kerrostalot viittaavat heti enemmän isännöintialaan, kuin aikaisemmin käytetyt ovaalit elementit. Ykkös-Isännöinti toimii pääasiassa kerrostalo kiinteistöjen keskuudessa, joten kerrostalorivistön silhuetti tukee enemmän heidän toimintaansa. Sijoitin liikemerkin kerrostalo/numero elementin silhuettiin suurempana kuin muut talot, jotta siitä kuvastuisi myös se, että Ykkös-Isännöinti on paras palvelija. Silhuetti on sijoitettu vihreän liukuvärisen palkin sisään, josta vasen kulma on pyöristetty. Graafista elementtiä on helppo toistaa käyntikorteissa, kirjelomakkeissa, kirjekuorissa, ilmoituksissa ja muissa markkinointimateriaaleissa. Liukuväri on sama kuin logossa ja siten graafinen elementti ja logo yhdistyvät toisiinsa ja tukevat toisiaan.

Mietin aluksi olisinko käyttänyt kaupungin silhuetti rivistössä rakennuksia Lappeenrannasta, esimerkiksi kirkko, vesitorni jne. Tulin kuitenkin siihen lopputulokseen, että on parempi käyttää tuntematonta silhuettirivistöä, koska silloin yritys ei olisi sidoksissa Lappeenrantaan. Jos esimerkiksi tulevaisuudessa yritys haluaisikin laajentaa toimintaansa muihin kaupunkeihin, siellä ei ehkä kuitenkaan tunnistettaisi Lappeenrantalaisia rakennuksia.

## 7.5 Visuaaliset konseptit

Tässä kappaleessa esittelen Ykkös-Isännöinnin visuaaliset konseptit, joita ovat: käyntikortti, kirjelomake, kirjekuori, ilmoitus ja muut markkinointimateriaalit. Muut markkinointimateriaalit käsittävät esitteen/flyerin, kansion, t-paidat merkit ja autoteippaukset.

### *Käyntikortti*

Käyntikortissa (LIITE 18) on säilytetty ensimmäisen vaiheen koko (90 x 40 mm), pyöristetyt kulmat ja kortin kaksipuoleisuus. Kulmien pyöristys on esiintyy muissakin Ykkös-Isännöinnin materiaaleissa, näin ollen yritysilmene on yhtenevä. Tunnus on sijoitettu keskitetysti käyntikortin etupuolelle valkoiselle pohjalle, josta se erottuu parhaiten. Käyntikortin kääntöpuolella on toimitusjohtajan nimi ja titteli, osoite, puhelinnumero, sähköposti- ja www-sivujen osoite negatiivitekstinä. Tiedot ovat sijoitettu käyntikortin yläreunaan kolmelle palstalle ja kolmelle riville. Käyntikortin pohjalla on käytetty kulmista pyöristettyä suorakaidetta, jonka värinä on käytetty tunnuksessa olevaa vihreää liukuväriä. Päätin jättää kortin reunat valkoisiksi, koska halusin ilmeen säilyvän raikkaana. Jos väripinta menisi reunoihin asti, mielestäni siitä olisi tullut liian tunkkainen vaikutelma. Värillisen suorakaiteen oikeaan reunaan on sijoitettu kerrostalo silhuetti.

### *Kirjelomake*

Kirjelomakkeessa A4, 210 x 297 mm (LIITE 19) tunnus on sijoitettu vasempaan yläreunaan. Yhteystiedot ovat sijoitettu alareunan graafiseen elementtiin kolmelle palstalle ja kahdelle riville negatiivitekstinä. Graafinen elementti ei ulotu reunasta reunaan ja sen alapuolelle on jätetty tyhjää tilaa, koska halusin tuoda hiukan erilaista ilmettä kirjelomakkeeseen. Näin se tuo siihen omaleimaisuutta.

### *Kirjekuori*

Kirjekuoressa C5, 229 x 162 mm (LIITE 20) on käytetty samanlaista asettelua kuin kirjelomakkeessa. Tunnus on sijoitettu kirjelomakkeen vasempaan yläreunaan. Yhteystiedot ovat sijoitettu alareunan graafiseen elementtiin kolmelle palstalle ja kahdelle riville negatiivitekstinä.

### *Ilmoitus*

Ilmoituksen (LIITE 21) koko on 140 x 90 mm. Yrityksen tunnus on sijoitettu ilmoituksen vasempaan yläreunaan. Otsikossa on käytetty Caflish Script MM kirjaintyyppiin 640 BD leikkausta. Leipätekstissä on käytetty Optima kirjaintyyppiä ja sen eri leikkauksia. Kuva

(toimitusjohtaja Mari Kiljunen) on sijoitettu ilmoituksen vasempaan laitaan. Alareunassa on graafinen elementti, jonka sisään on sijoitettu yhteystiedot kahdelle palstalle ja kolmelle riville.

*Muut markkinointimateriaalit: esite/flyer, kansio, T-paidat, merkit, autoteippaukset*

Suunnittelin vielä opinnäytetyöni toiseen vaiheeseen muita markkinointimateriaaleja, joista voisi olla hyötyä Ykkös-Isännöinnille sen visuaalisessa viestinnässä. Esite/flyer (LIITE 22) on kooltaan 140 x 200 mm ja on kaksipuolinen. Kannessa on käytetty taustalla kulmista pyöristettyä suorakaidetta, jossa on vihreä liukuväri. Kuvana on käytetty Ykkös-Isännöinnin toimitusjohtaja Mari Kiljusen valokuvaa. Tunnus on sijoitettu kannen vasempaan yläreunaan valkoiselle taustalle. Kääntöpuolen yläreunaan on sijoitettu merkit, jotka kuvaavat Ykkös-Isännöinnin palveluperiaatteita. Niiden alapuolella on jokaista merkkiä kuvaava teksti. Otsikoissa on käytetty Caflish Script MM kirjaintyyppin 640 BD leikkausta. Otsikoiden väri on Ykkös-Isännöinnin vaaleampi vihreä. Leipäteksti on Optima kirjaintyyppin medium leikkaus, pistekoko on 8 pt, riviväli 12,5 pt. ja teksti on tasapalstana. Graafinen elementti on sijoitettu sivun alalaitaan. Yhteystiedot ovat negatiivitekstinä graafisen elementin sisällä kahdessa palstassa ja kolmella rivillä.

Kansio (LIITE 23) on tarkoitettu A4, 210 x 297 mm paperia varten. Sen etukannessa on yrityksen logo vasemmassa yläreunassa ja alareunaan on sijoitettu graafinen elementti, jonka liukuväripinta jatkuu takakanteen. Takakannen alaosassa ovat yhteystiedot kolmella palstalla, kahdella rivillä negatiivitekstinä. Yhteystietojen yläpuolelle on sijoitettu yrityksen logo valkoiselle pohjalle. Kansion sisäosan pohjaväri on tunnuksen vaaleampi vihreä, sisäpuolelle kääntyvät läpät ovat samaa liukuväriä kuin etukannessa. Alaosan läppään on varattu paikka käyntikorttia varten. Sisäosan oikealle puolelle on varattu tilaa tekstille, joka kertoo Ykkös-Isännöinnin toiminnasta.

T-paidat (LIITE 24) ovat suunniteltu käyttäen miesten ja naisten t-paita malleja. Paidat ovat valkoiset ja yrityksen tunnus on sijoitettu oikealle rinnukseen. T-paidoissa on vihreät raidat kauluksessa, hihoissa ja paidan alareunassa. T-paitoja voidaan lahjoittaa esimerkiksi asiakkaille liikelahjoina.

Merkit (LIITE 25) kuvaavat Ykkös-Isännöinnin palveluperiaatteita ja tehostavat siten sanomaa kuvallisin elementein. Asetin itseni asiakkaan näkökulmaan ja mietin mitkä palveluista olisivat sellaisia, joita asiakkaat arvostaisivat ja visualisoin nämä. Ensimmä-

mäinen merkki viestii siitä, että Ykkös-Isännöinnin palvelu on nykyaikaista, heillä on uusimmat ohjelmat ja atk-laitteet. Myös tarvittavat tiedostot ovat helposti saatavilla verkkosivuilta. Toinen merkki kertoo, että yrityksellä on aikaa asiakkaillaan. He ovat pieni yritys, henkilökunta tuntee asiakkaansa ja he voivat keskittyä kunnolla jokaisen asiakkaan erilaisiin tarpeisiin. Kolmannessa merkissä viestitään kuvan keinoin ammattitaitoisesta ja koulutetusta henkilökunnasta. Neljäs merkki kertoo siitä, että yrityksellä on hyvä yhteistyökumppaneiden verkosto. Viides merkki kuvastaa sitä, kuinka hyvin hoidettu isännöinti lisää asiakkaan omaisuuden arvon säilymistä tai jopa kasvattaa sitä. Viimeisen merkin tarkoitus on viestiä rahan säästämisestä. Ykkös-Isännöinti etsii jatkuvasti kohteita, joissa asiakkaat voivat säästää selvää rahaa ja kilpailuttavat vakuutus, sähkö ja jätehuoltoyritykset.

Autoteippauksissa (LIITE 26) logo on sijoitettu valkoisen pakettiauton kylkeen. Kyljen alapuolella on käytetty Ykkös-Isännöinnin vihreää liukuväriä. Yrityksen nimi, puhelinnumero ja verkkosivujen osoite ovat sijoitettu auton oveen ikkunan alapuolelle.

## 8 YHTEENVETO

Opinnäytetyön toiminnallisessa osuudessa toteutettiin yritysilme isännöintitoimisto Ykkös-Isännöinnille. Aluksi olin sopinut asiakkaan kanssa vain yritystunnuksen luomisesta, mutta hiukan myöhemmin hän halusi myös koko ilmeen suunnittelun (käyntikortti, kirjelomake, kirjekuori ja ilmoitus). Ongelmaksi muodostui todella tiukka aikataulu. Pystyin kyllä luomaan yritysilmeen nipin napin aikataulussa, mutta minulle ei jäänyt tarpeeksi aikaa paneutua kunnolla taustatutkimukseen. Valitettavasti tämän vuoksi ensimmäisen vaiheen ilme ei mielestäni toimi parhaalla mahdollisella tavalla. Etenkin tunnus olisi vaatinut vielä hiomista. Asiakas oli kuitenkin täysin tyytyväinen ilmeeseen ja halusi ottaa sen heti käyttöön. Myöhemmin toimitusjohtaja Mari Kiljunen kertoi minulle saaneensa myös paljon hyvää palautetta heidän asiakkailtaan raikkaasta ja nuorekkaasta yhtenevästä ilmeestä.

Koska en ollut itse täysin tyytyväinen ensimmäisen vaiheen ilmeeseen, päätin ottaa sen uudelleen tarkasteluun ja tutkia sen kehitystä eteenpäin. Yhdessä opinnäytetyön ohjaajani kanssa tarkastelimme tunnusta ja koko ilmettä, kuinka siitä saisi muutoksilla paremmin toimivan. Katsoessani ilmettä ”uusien silmin” ja rauhassa, löysin epäkohdat ja pystyin perustelemaan minkä takia ne eivät toimineet parhaalla mahdollisella tavalla. Opinnäytetyön tarkoituksena on mm. oppia tunnistamaan kehittämiskohteita, ongelmia ja niiden ratkaisuja. Itse koin, että opinnäytetyöstäni oli minulle todellakin hyötyä juuri oppimiseni kannalta ja ongelmaratkaisujen muodostamisessa.

Asiakas halusi ilmeestä nuorekasta, raikasta modernia ja kilpailijoista erottuvaa. Itse halusin luoda ilmeestä yhtenäisen, selkeän ja ihmisläheisen kokonaisuuden. Jälkeenpäin katsoessani lopputulosta, mielestäni toisen vaiheen ilme täyttää kaikki edellä mainitut kriteerit ja olen itse tyytyväinen työhöni. Myös ensimmäinen ilme on kuitenkin käyttökelpoinen ja kuvaa asiakkaan minulle asettamia ominaisuuksia, vaikka parannettavaa tietenkin löytyi. Oli harmillista, että asiakkaalla oli liian kiire saada ilme käytäntöön, joten minulla ei ollut aikaa enää tehdä muutoksia siihen. Kuitenkaan en näe syytä, miksi en voisi esitellä toisen vaiheen kehiteltyä ilmettä tulevaisuudessa asiakkaalle ja perustella heille minkä takia se toimii paremmin. Uskoisin, että he voisivatkin ottaa ilmeen käyttöönsä myöhemmin.

Opinnäytetyön taustatutkimusta tehdessäni huomasin, kuinka vähän itse asiassa isännöinti alalla käytetään mainontaa. Koska kehitin myös muita markkinointimateriaaleja

(esite/flyer, kansio, T-paidat, merkit ja autoteippaukset) uskoisin niistä olevan todella hyötyä Ykkös-Isännöinnin tunnetummaksi tekemisessä ja asiakkaiden mielenkiinnon saavuttamisessa. Etenkin merkkien muotoon visualisoimani palveluperiaatteet antavat yrityksestä omaleimaisen, positiivisen mielikuvan. Ne herättävät myös enemmän mielenkiintoa pitkien tekstien yhteydessä, esimerkiksi esitteissä, miksei myös verkkosivuilla. Pitkät tekstit ovat monesti tylsää, harmaata tekstimassaa, joten merkkien käyttö tekstin lisänä tuo siihen enemmän kiinnostavuutta. Ennen kaikkea koen, että Ykkös-Isännöinnin ilme erottuu edukseen kilpailijoista. Jo nimivalinta on minusta osuva, joka viittaa siihen, että heidän tähtäimensä tulevaisuudessa on olla Lappeenrannan parhain isännöinti-toimisto. Ilme erottuu myös raikkaalla värillä, muotokielellä ja tunnuksessa käytetyllä kirjaintyyppillä. Merkit tuovat myös yritykselle omaleimaisen lisukkeen ilmeeseen.

Näin jälkepäin ajatellen, ymmärrän kuinka tärkeää on, että suunnittelulle varataan tarpeeksi aikaa. Yritysilmeen suunnittelu ei tapahdu hetkessä, vaan täytyy tehdä taustatutkimusta monesta asiasta, jotta löytää oikean linjan, jota lähteä työstämään eteenpäin. Mielestäni olisi tärkeää kertoa asiakkaalle jo etukäteen tämä tosiasia ja suunnitella aikataulu kunnolla. Koko prosessi oli kokonaisuudessaan minulle opettavainen kokemus, josta tunnen olevan hyötyä minulle myös työelämässä.

## LÄHTEET

Ykkös-Isännöinnin toimitusjohtaja Mari Kiljusen haastattelu  
19.10.2009 ja 1.11.2009

### **kirjallisuus**

Bohman, Jan & Hallberg Åke 1988. Graafinen suunnittelu.  
Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Huovila, Tapani 2006. "Look" visuaalista viestisi.  
Hämeenlinna: Kirjapaino Karisto Oy.

Iltanen, Kaarina 1998. Mainonnan suunnittelu.  
Porvoo: WSOY kirjapainoyksikkö.

Itkonen, Markus 2003. Typografian käsikirja.  
Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Loiri, Pekka 2004. Pieni käytösopas typografian laatijalle.  
Tampere: Tammer-paino Oy.

Lyytikäinen, Kata & Riikonen, Hannu 1995. Painotuotteen suunnittelu.  
Gummerus kirjapaino Oy.

Pohjola, Juha 2003. Ilme. Visuaalisen identiteetin johtaminen.  
Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

### **internet**

Hintsanen, Päivi 2000. Vihreä, mielikuvia. Coloria.net. [verkkodokumentti]  
Saatavissa: <[www.coloria.net/varit/vihrea.htm](http://www.coloria.net/varit/vihrea.htm)>. [viittauspäivä:30.9.2009.]

Elo-service Oy 2002. Mitä on isännöinti? [verkkodokumentti]  
Saatavissa: < [http://www.eloservice.com/esittely/mita\\_on\\_isannointi/](http://www.eloservice.com/esittely/mita_on_isannointi/)>  
[viittauspäivä: 9.7.2009.]

Etelä-Karjalan Tili- ja ATK Palvelu Oy [verkkodokumentti]

Saatavissa: <<http://www.ektiliatpalvelu.fi/>> [viittauspäivä: 15.8.2009.]

Suomen Isännöintiliitto ry. [verkkodokumentti]

Saatavissa: <[www.isannointiliitto.fi](http://www.isannointiliitto.fi)> [viittauspäivä: 6.7.2009.]

Isännöitsijöiden auktorisointiyhdistys ISA. [verkkodokumentti]

Saatavissa: <<http://www.isa-yhdistys.org/>> [viittauspäivä: 9.7.2009.]

Karjalan isännöintikeskus. [verkkodokumentti]

Saatavissa: <<http://www.tilikeskus.net/isannkeskus/index.php>>

[viittauspäivä: 8.8.2009.]

Viitala, Matti. Www-sivut ja väripsykologia. Oulun seudun ammattikorkeakoulu.

[verkkodokumentti] Saatavissa: <[www.oamk.fi/~mviitala/umv\\_fin/index.htm](http://www.oamk.fi/~mviitala/umv_fin/index.htm)>

[viittauspäivä: 30.9.2009.]

Reim Lappeenranta. [verkkodokumentti]

Saatavissa: <<http://www.reimgroup.com/lappeenranta/>> [viittauspäivä: 7.8.2009.]

SKV isännöinti. [verkkodokumentti]

Saatavissa: <<http://www.skvisannointi.fi/Pages/Etusivu.aspx>>

[viittauspäivä: 16.8.2009.]

LIITTEET (26 kpl)



- 1. Kuinka nopeasti huoltomiehen saa paikalle? Onko korjaus ja huoltotöiden laatu hyvä? Onko asiakkailta tullut hyvää palautetta?**

Meillä ei ole huoltomiehiä palveluksessa. Mutta toki teemme kiinteistöhuolto-yhtiöiden kanssa yhteistyötä. Kiireellisissä tapauksissa huoltomiehen saa paikalle noin puolessa tunnissa. Asiakkailta tulee pääosin huoltomiestä melko hyvää palautetta. Laatu on ihan ok, ehkä huoltomiehillä voisi hieman enemmän olla ammattitaitoa. Lappeenrannassa ongelma on todella alas kilpailutetut hinnat, jolloin yhtiöt käyttävät nuoria ammattitaidottomia poikia huoltomiehinä ja se heijastuu laatuun. Lisäksi myös nykyisten taloyhtiöiden talotekniikka on melko pitkälle vietyä, jota huoltamaan tarvittaisiin todella ammattimies.
- 2. Miten helposti asumiseen liittyvät asiakirjat, kuten isännöitsijätodistus saadaan teiltä? Voiko isännöitsijätodistuksen tilata esim. www-sivujen kautta? Saako muita sähköisiä dokumentteja www-sivujen kautta, esimerkiksi yhtiökokousten pöytäkirjat?**

Isännöitsijätodistuksen saa yleisesti seuraavana päivänä. Nettisivujen kautta ([www.ykkosisannointi.fi](http://www.ykkosisannointi.fi) /asukassivustot) voi tilata isännöitsijätodistuksen, antaa palautetta ja niin edelleen. Yhtiökokouksen pöytäkirjan toimitamme osakkaille tiedoksi hallituksen niin päätessä. Muuten siitä voi saada yksittäinen osakkeenomistaja kopion. Jos päätetään tärkeitä, normaalista poikkeavia asioita, esimerkiksi suuria remontteja, teen tiedotteen osakkaille yhtiökokouksen päätöksistä.
- 3. Milloin olette tavoitettavissa? 8-16 vai kellon ympäri?**

Toimisto on avoinna klo 9.00 – 15.00. Erjalla (työntekijä) on puhelin päällä normaalisti klo 8.00 – 16.00 ja minulla 24/7. Se on ihan oma valinta, periaatteessa isännöintitoimistoilla ei tarvitsisi olla päivystystä.
- 4. Saako jokainen kiinteistö teiltä yksilöllistä ja juuri sille suunniteltua hoitoa? Esimerkiksi onko teillä jokin hoitosuunnitelma, josta näkyy kaikki huolto –ja uusimistyöt hyvissä ajoin?**

Jokaista yhtiötä hoidetaan sen hallituksen ja yhtiökokouksen päätösten mukaisesti. Toki huomioidaan myös sen elinkaari. Nyt uuteen asunto-osakeyhtiölakiin on tulossa pakollisena hallituksen yhtiökokouksessa esittämä 5-vuotis PTS (pitkän tähtäimen suunnitelma), jossa tulee esittää tulevat korjaukset sekä tekniseltä, että taloudelliselta kannalta. Tämä on lisännyt kuntoarvioiden tekoa ja sitä kautta yksilöllisiä korjaustoimenpiteitä.
- 5. Kuinka usein te tarkistatte hoitamanne kiinteistön kunnon?**

Tietyt työt huoltoyhtiö tekee kerran kuukaudessa, tietyt useammin ja toiset harvemmin. Me käymme huoltoyhtiön kanssa kiertämässä kohteet läpi kaksi kertaa vuodessa. Muuten käyn kohteissa yksin, kun vien sinne esim. tiedotteita. Huoltomies tietysti käy huoltosopimuksen mukaisesti kolmesta viiteen kertaan viikossa.

**6. Tarkkailetteko hoitamienne kiinteistöjen kustannuksia? Esimerkiksi etsittekö kohteita, joissa taloyhtiöt voisivat säästää?**

Etsimme kohteita ja teemme muunmuassa kuukausittaista kulutusseurantaa. Lisäksi kilpailutamme säännöllisesti vakuutukset, sähköyhtiön, jätehuoltoyhtiön jne. Taloilla on kuitenkin tiettyjä kuluja, joihin ei pystytä vaikuttamaan esimerkiksi kaukolämpö, jonka kulut ovat noin 60 prosenttia taloyhtiön menoista sekä kiinteistövero.

**7. Miten asunto-osakeyhtiön hallituksen kokoukseen valmistaudutaan? Esimerkiksi tarkistatteko, että taustatiedot ovat ajan tasalla ja osallistujien käytettävissä?**

Kun sovin hallituksen kokouksen, teen kokouskutsun noin viikkoa ennen kokousta ja kerään siihen kokouksessa tarvittavan materiaalin. Joskus hallitus pitää kokouksen keskenään.

**8. Kuinka nopeasti asukas tietää esim. Mittavasta julkisivuremontista?**

Kun asiaa on valmisteltu hallituksessa jonkin aikaa tuodaan sen joko osakas-kokoukseen keskusteluun ja myöhemmin yhtiökokoukseen päätettäväksi tai sitten suoraan yhtiökokoukseen päätettäväksi.

**9. Miten sinun mielestäsi Ykkös-Isännöinti erottuu kilpailijoista palveluillaan? Onko jotain parannettavaa?**

Erotomme sillä että toiminnallamme on kasvot, eli emme ole liian suuri toimisto. Olemme ammattilaisia eli koulutautuneet tälle alalle. Lisäksi olemme luvanneet antaa aikaa ja hyvää palvelua taloyhtiöille.

Aina on parannettavaa, varmaankin aika jonka käyttää kohteen hoitoon on se tärkein. Myös yhteydenpito hallituksiin.

- 1. Aikaisemmassa haastattelussa mainitsit, että Lappeenrannassa ovat ongelmana alas kilpailutetut hinnat, jolloin myös työn laatu kärsii. Onko teillä siis hiukan korkeammat hinnat (esimerkiksi huolto-palveluissa) mutta parempi työnlaatu sitä myöten?**

Olemme saaneet kohteita isännöintiin jopa korkeammalla hinnalla kuin kohteella on aiemmin ollut. Selkeästi yhtiöt haluavat palvelua ja että joku paneutuu heidän taloyhtiön asioihin.

- 2. Onko jokaisella Ykkös-Isännöinnin osakkaalla isännöitsijätutkinto (AIT)? Valvooko auktorisointiyhdistys ISA teidän toimintaanne?**

Meitä on tällä hetkellä kaksi osakasta, keväällä tulee yksi lisää ja seuraavana keväänä vielä yksi. Ainoastaan minulla on AIT-tutkinto ja ISA-yhdistys valvoo toimintaa. Meidän toimisto ei ole vielä saanut ISA-tunnusta, vaan siihen täytyy toimistolla olla toiminnassa vähintään kaksi vuotta. Erja Lappalainen on suorittanut isännöitsijän ammattitutkinnon ja Saija, joka keväällä tulee mukaan, lähtee kouluttautumaan.

- 5. Ovatko teidän kilpailijanne myös koulutettuja (AIT tutkinto) vai onko isännöinti alalla myös "itseoppineita"? Jos he eivät ole koulutettuja, niin miten ammattitaidottomuus näkyy heissä?**

Isännöintialalla on paljon "itseoppineita". Isännöintitoimiston perustaminen ei ole luvanvaraista, vaan kuka vaan voi perustaa isännöintitoimiston. Suurimmissa toimistoissa henkilökunta on kouluttautunut AIT, ITS yms. tutkintojen kautta ([www.kiinko.fi](http://www.kiinko.fi)) Lähinnä koulutuksen puute näkyy ehkä tiedon puutteena asunto-osakeyhtiölain osalta jne. Mutta toisaalta asiakkaat saattavat olla erittäin tyytyväisiä, vaikka isännöitsijällä ei olisikaan mitään tutkintoa, jos saavat vain muuten hyvää ja ystävällistä palvelua.

- 6. Tiedätkö ovatko teidän kilpailijanne tavoitettavissa ympäri vuorokauden?**

Isännöintitoimistot ovat avoinna arkisin 8.00 – 16.00 välillä, osa 9.00 – 15.00. Joskus asiakkaat saattavat soittaa illalla tai viikonloppuna, lähinnä jos on joku hätätapaus, mutta muuten he ottavat yhteyttä huoltoyhtiöihin. Kiinteistö-huoltoyhtiöillä on päivystys 24/7.

- 7. Sanoit, että erotutte kilpailijoistanne sen takia koska ette ole liian suuri toimisto. Onko teillä siis enemmän aikaa asiakkaalle? Entä kilpailijat, jotka ovat suurempia; eivätkö he siten pysty keskittymään yhteen asiakkaaseen tarpeeksi perusteellisesti?**

No lähinnä se, että me emme halua olla liian suuria, koska haluamme, että henkilökuntamme tuntee kaikki kohteet ja toisaalta haluamme pitää hintatason sellaisena, ettei meidän tarvitse ottaa liikaa kohteita ja hukkaa töihin.

Joillakin toimistoilla on Lappeenrannassa hintataso laskenut ja kohteita yhdelle isännöitsijälle on todella paljon.

**8. Tiedätkö etsivätkö kilpailijanne kohteita missä asiakas voisi säästää? (Kuten te, esimerkiksi vakuutus, sähkö ja niin edelleen)**

Taloyhtiöt voivat periaatteessa vaikuttaa kilpailuttamalla isännöintiin, kiinteistöhuoltoon, vakuutukseen, jätehuoltoon ja sähkөөn. Mutta halpa hinta ei sitten aina takaa laatua isännöinnissä ja kiinteistöhuollossa. Kaukolämmön osuus kiinteistöjen hoitokuluista on noin 60 prosenttia ja siihen taloyhtiöt eivät voi vaikuttaa.

**9. Te haluatte siis lunastaa paikkanne Lappeenrannan "Ykkös" isännöitsijä toimistona 10 vuoden sisällä. Jos te ette ole nyt Lappeenrannan "Ykkönen" niin kuka on? Esimerkiksi kenellä on suurin liikevaihto?**

Lappeenrannassa tällä hetkellä suurin toimisto on asiakasmäärältään ja liikevaihdoltaan REIM Lappeenranta Oy.

**10. Tiedätkö kilpailevien yritystenne visuaalisesta viestinnästä jotain? Miten he mainostavat itseään Lappeenrannassa?**

**Esim. onko heillä käytössään:**

- 1. esitteitä**
- 2. flyereita**
- 3. mainosjulisteita kaduilla**
- 4. Onko heillä ikkunateippaukset firman toimistossa?**
- 5. Käyttävätkö he autoteippauksia?**
- 6. Onko heillä radio mainontaa? Esimerkiksi paikallisessa radiossa?**
- 7. Ilmoituksia paikallisissa lehdissä?**
- 8. Jotain muuta, mitä?**

1. ei
2. ei
3. ei
4. on
5. ei
6. ei
7. ei oikeastaan

Isännöintialalla mainostetaan itse asiassa todella vähän. Suurimmilla yhtiöillä on asiakaslehdet kuten SKV:lla Majakka (ilmestyy noin neljä kertaa vuodessa) ja REIM:llä Isännöintisanomat (ilmestyy kerran vuodessa) Itse olen miettinyt esimerkiksi radiomainontaa tai taksin tarroitusta. Jotakin vähän erilaista.

**11. Voiko siun mielestä Isännöinti alalla pärjätä, vaikka yrityksellä olisi huono visuaalinen ilme? Vai onko ilmeellä suuri merkitys? Esim. Etelä-Karjalan Tili- ja ATK-palvelu:n ilme jonka nettisivuilta näin, ei ole kovin houkutteleva. Luuletko, että se vaikuttaa asiakkaiden saantiin?**

Luulen, että visuaalisen ilmeen merkitys tulee koko ajan kasvamaan. Aiemmin monilla isännöintifirmoilla ei ole ollut edes nettisivuja. Kaiken tällaisen merkitys lisääntyy koko ajan. Yrityksen ilme tulee varmasti olemaan yksi syy ainakin pyytää tarjous. Valintaan varmasti vaikuttaa tuttujen kokemukset, yhtiön maine ja ikävä kyllä hinta on edelleen monesti se ratkaisevin.

## LIITE 3. Reim Lappeenranta. Tunnus ja verkkosivut.





SIIRRY TALOYHTIÖSI OMLLE SIVUILLE:

(kirjoita taloyhtiösi nimi/osoite tai sen osa, väh. 5 merkkiä)

SUOMEN ISÄNNÖINTILIITTO RY  
JÄSENYRITYS

ETUSIVU | PALVELUT | YHTEYSTIEDOT | OHJEET

### LUOTETTAVAA ISÄNNÖINTIPALVELUA – ASIAKKAIDEN PARHAAKSI

Reim Lappeenranta Oy Ltd on vuonna 1978 perustettu yksityinen ja riippumaton ISA-auktorisoitu isännöitsijätoimisto. Auktorisointi takaa kiinteistön omistajalle paitsi ammattitaitoisesti hoidetun luotettavan isännöinnin myös hyvän palvelun ja vastuuvakuutuksen.

Osana REIM-ryhmää saamme merkittäviä etuja, kun kilpailutamme palveluntarjoajia. Hyötö hintaeduista näkyy asiakasyhtiöillemme alempina hoitokuluna.

Asiakkainamme on yhteensä noin 200 asuin- ja liike-, ja erikoiskiinteistöä eri puolilla Lappeenranta. Palveluihimme kuuluu myös manageeraus.

Kun haluat asiantuntevaa isännöintipalvelua – ota yhteyttä Reimiin.

REIM Lappeenrannan uusin asiakastiedote löytyy tästä linkistä.

LOMAKKEET

- Isännöitsijäntodistustilaus
- Lainausustaskelma
- Muuttoilmoitus
- Tarjouspyyntö
- Palautelomake
- Talonkirjanote
- Saunavuoro- / autopaikkakyselyt
- Tampuri.fi -kiinteistötietojärjestelmä

LINKIT

- Reim Group-uutiset
- Reim Group-henkilöstö
- ISA-yhdistys
- Suomen Kiinteistöliitto
- Suomen Isännöintiiliitto
- Muuttoilmoitus
- Tilastokeskus
- Suomen Talokeskus
- Suomen Toimitila- ja Rakennuttajaliitto
- Suomen Kiinteistöönvälittäjäliitto
- Kiinteistöalan Kustannus
- Kiinteistöalan Koulutus
- Rakennustieto

UUTISET

#### Isännöintiiltoin uutisia

- 8.1.2010 Isännöintiiliitto muistuttaa: Astianpesukoneen p...
- 7.1.2010 Verohallinto päätti tonttien verotusarvon lasko...
- 5.1.2010 Energiayhtiöiltä palautetietoa ja energiansääst...
- 5.1.2010 Lumikinoksista lisäkuluja taloyhtiöille
- 30.12.2009 Isännöintiiliitto: harrastajaisännöinti katoamas...

#### Taloyhtio.net -uutiset

Kotitalot kuntoon -kilpailukokonaisuus kannusta...  
Energiatehokkaat ratkaisut - taloyhtiön pitkäa...  
Isännöitsijöiden auktorisointi uudistuu  
Rakennuskustannusten lasku 1 % joulukuussa  
Kaukolämpö kilpailukykyinen myös matalan energi...

Postiosoite: PL 247 53101 Lappeenranta  
Käyntiosoite: Kauppakatu 63 (3 krs.) 53100 Lappeenranta  
Puhelin: 0207 438 420  
Telefax: 0207 438 429  
asiakaspalvelu.lappeenranta@reimgroup.com

IKV Kaskinen Notariaatti

REIM Group

SUOMEN KIINTEISTÖLIITTO

ASUNTOIHTOKESKUS

Taloyhtio.net  
TIEDON LÄHTEELLÄ

## LIITE 4. SKV Isännöinti. Tunnus ja verkkosivut.



Ammattitaitoista ja luotettavaa isännöintipalvelua 135.000 kotiin

### YRITYS

SIIRRY MAJAKKA™ -PALVELUUN

ARTIKKELIT JA JULKAISUT

TOIMISTOT JA YHTEYSTIEDOT

TARJOUSPYYNTÖ

TULE MEILLE TÖIHIN



### SKV Isännöinti

Olemme maan suurin isännöintialan palveluyritys. Toimimme 80 paikkakunnalla ja palveluksessamme on 500 alan ammattilaista. Isännöimme 5.850 asunto- ja kiinteistöyhtiötä, jotka kattavat yhteensä 135.000 kotia.

**Lue lisää** ▶

### Majakka™ -palvelu

On kehitetty helpottamaan nykypäivän asumiseen liittyviä tarpeita. Palvelun avulla voit hoitaa asumiseen ja taloyhtiösi liittyviä asioita silloin kun se sinulle parhaiten sopii 24h / 7pv.

**Siirry Majakka™ -palveluun** ▶

Kodin pienet  
remontit



## LIITE 5. Karjalan isännöintikeskus. Tunnus ja verkkosivut.



[ETUSIVU](#) [LOMAKKEET](#) [HYVÄ TIETÄÄ](#) [YHTEYSTIEDOT](#) [LINKIT](#)



### Karjalan Isännöintikeskus



Karjalan Isännöintikeskus on ISA ry:n auktorisoima ja valvoma isännöintitoimisto.

Meillä on yli 25 vuoden kokemus asunto-osakeyhtiöiden ja liikekiinteistöjen isännöintipalveluista. Vuosien saatossa ympärillemme onkin syntynyt laaja, luotettavien yhteistyökumppaneiden verkosto. Toimintamme on asukaslähtöistä, tavoitteenamme on parantaa asuinviihtyisyyttä ja säilyttää kiinteistöjen arvo.

Olemme sitoutuneet noudattamaan ISA ry:n laatimaa Hyvää isännöintitapaa ja eettisiä ohjeita sekä täytämme auktorisoinnin edellyttämät laatuvaatimukset.

#### Yritys

Yhtiömme on vuonna 1982 perustettu perheyrittäjä. Yrityksemme painottaa palvelussaan erityisesti laatua ja ammattitaitoa. Hoidamme yli 100 etelä-karjalaista kiinteistöä ja useisiin asiakkaisiin meillä on pitkäaikaiset asiakassuhteet.

#### Toimitilat

Viihtyisät toimitilamme sijaitsevat osoitteessa Ratakatu 47, Lappeenranta. Toimistomme on avoinna arkin klo 9.00 – 15.00. Toimistollamme on myös nykyaikainen kokoustila, jossa mahtuu järjestämään yhtiökokouksen noin 40 henkilölle.

#### Henkilökuntamme

Yrityksemme henkilökuntaan kuuluu viisi isännöitsijää, vuokranvalvoja ja kiinteistösihteeri sekä viisi kirjanpitäjää. Kaikilla isännöitsijöillämme on AIT- tai ITS- tutkinto, kahdella lisäksi ITS-TEK -tutkinto ja kirjanpitäjillämme on alan koulutus ja KLT-tutkinto. Pidämme ammattitaitoamme yllä jatkuvalla koulutautumisella sekä seuraamme



#### TALOYHTIO.NET -UUTISET

- ▶ *Kotitalot kuntoon -kilpailukokonaisuus kannusta...*
- ▶ *Energiatohokkaita ratkaisut - taloyhtiön pitkäai...*
- ▶ *Isännöitsijöiden auktorisointi uudistuu*
- ▶ *Rakennuskustannusten lasku 1 % joulukuussa*
- ▶ *Kaukolämpö kilpailukykyinen myös matalan energi...*

LIITE 6. Etelä-Karjalan Tili- ja ATK-palvelu Oy. Tunnus ja verkkosivut.

# Etelä-Karjalan Tili- ja ATK-palvelu Oy

Tilitoimisto Isännöinti

**Etelä-Karjalan  
Tili- ja ATK-palvelu Oy**  
Tilitoimisto Isännöinti

Snellmaninkatu 8  
53100 Lappeenranta  
puh. (05) 544 2100  
fax (05) 544 2120

Etusivu Yritys Palvelut Asiakaspalvelu Yhteystiedot



Etelä-Karjalan Tili- ja ATK Palvelu Oy on perustettu vuonna 1980. Yhtiön tavoitteena on alusta alkaen ollut tuottaa korkeatasoisia **tilitoimisto- ja isännöintipalveluja** Lappeenrannan alueella ja sen lähiympäristössä. Yhtiö on taloushallintoliiton valvoma ja hyväksymä auktorisoitu tilitoimisto.

Etelä-Karjalan Tili- ja ATK Palvelu Oy kuuluu Dun & Bradstreet Finland Oy:n luokittelemaan AAA- rating luokkaan.



LIITE 7. Muita Isännöintialan tunnuksia



EIRAN ISÄNNÖITSIJÄTOIMISTO OY



PIHLAJSTON KIINTEISTÖT OY



SILTARANNAN ISÄNNÖINTI  
ENSIO MÄKELÄ OY





## LIITE 9. Karimak isännöintipalvelujen verkkosivut



YRITYS | TALOYHTIÖT | LOMAKKEITA | LINKIT

Etusivu | Palvelut | Yhteystiedot | Tarjouspyyntö | Avoimet työpaikat | Ajankohtaista | Vuokrattavat tilat

### Isännöintiä ja manageerausta

Karimak Oy:n isännöitsijä tuntee vuosien kokemuksella asukkaiden tarpeet ja kykenee näin räätälöimään jokaiselle kiinteistölle ja osakkaalle sopivan joustavan palvelukokonaisuuden.

Olemme tiivis ja koulutettu ryhmä, joka tarjoaa asiakkailleen ammattitaitoisen palvelun. Näin voit olla varma yksilöllisestä ja luottamuksellisesta isännöinnistä.

PALVELUMME

Isännöintipalvelut



Kiinteistomanageeraus



### Pidämme huolta taloyhtiöstäsi

Hallituksen valtuuttama isännöitsijä on toimissaan aktiivinen. Tämä tarkoittaa kiinteistöjen säännöllistä tarkastamista ja tilanteiden ennakoimista sekä talouden tarkkaa seurantaa.

Asiansa tuntevan isännöitsijän palveluaika joustaa tarpeen mukaan. Karimak Oy huolehtii taloyhtiön tilasta niin, että hallitus voi nukkua yönsä rauhassa.

© Karimak Oy | Kauppalankatu 22, 05800 Hyvinkää | Puh. 0207 433 890 | Fax 020 769 4291 | Muut toimipisteet: Riihimäki



Portti-palveluun | Haku | Palaute | Sivukartta



Realco Oy
Isännöinti
Ajankohtaista
Välitys
Asukassivut
Yhteystiedot
Tarjouspyyntö
Ohjelma
Linkit

SUOMEN ISÄNNÖINTILIITTO RY -  
UUTISET

- 8.10.2009

Ratkaiseva isännöitsijä 2009

Tuomo Saarjärvi: ...
- 7.10.2009

Isännöitsijät: 70 prosenttia huolto- ja silvous...
- 5.10.2009

Asuntoyhtiöiden korjausten arvo laski 5,6 % vu...
- 2.10.2009

Hallitus esittää suhdanneuonteleva avustuksia ...

SUOMEN  
ISÄNNÖINTI  
LIITTO RY  
Jäsenyhteisö



Hallituksen koulutusilta

Realco järjesti hallituksen jäsenille onnistuneen koulutusillan 6.10.2009. Illan aiheena oli uudistuva asunto-osakeyhtiölaki. Aiheesta oli luennoinnassa asiantajaja Jarmo Asikainen. Illan materiaali on nähtävissä oikean linkin kautta. [Materiaali](#)



Isännöintiä yli 100 kohteelle!

Aina askeleen verran edellä oleva isännöintiyhtiö. Realco Oy isännöinti- ja kiinteistönhallinnasta edelläkävijöitä, kehitämme perinteisiä isännöintipalveluja toimimaan yhä tehokkaammin, samalla kun luomme uusia palvelukonsepteja asiakkaittemme tarpeisiin. Periaatteenamme on hoitaa jokainen taloyhtiö yhtä hyvin kuin omat kotitalomme. Teemme pitkän tähtäimen vuosisuunnitelmat, joiden avulla kiinteistön ammattimainen ja määrätietoinen hoitaminen on ennakoitavissa. Suunnitelmallisuus optimoi taloyhtiön kuluja, kun asioihin voidaan tarttua riittävän aikaisessa vaiheessa ja samalla pitää kustannukset kurissa. Kilpailuttamalla tarvittavat urakointityöt vuosisuunnitelman mukaan, hyvissä ajoin, voidaan varmistua siitä että jokaista toimenpidettä hoitaa paras mahdollinen yhteistyötaho. Toimintamme tavoitteena on kiinteistön arvon säilyminen ja nostaminen.

Monialaista osaamista

Realco Oy:ssä kiinteistönhallinnasta osaaminen keskittyy asiakkaittemme eduksi. Toimimme isännöinnin ja kiinteistövälityksen kaikilla osa-alueilla, joka parhaimmillaan antaa synergiaa asiakkaillemme. Hoidamme isännöinnin lisäksi asuntojen ja kiinteistöjen välityksen, tunneimme taloyhtiöt parhaiten, koska me myös hoidamme niitä. Tiedämme taloyhtiöissä toteutuneet kaupat ja alueen asuntojen oikean hinnan.

Olemme saatavilla.  
Palvelemme Malmilla  
ja keskustassa

Rikhardinkatu 1, 00130 Helsinki  
Kauppakaari 1, 00700 Helsinki







## LIITE 11. Kilpailijoiden tarjoamat palvelut

### **Reim Lappeenranta Oy Ltd**

*Reim Lappeenranta Oy Ltd on vuonna 1978 perustettu yksityinen ja riippumaton ISA-auktorisoitu isännöitsijätoimisto. Kohderyhmänään heillä on asuinkiinteistöt, liikekiinteistöt, kauppakeskukset, lomakiinteistöt, paikoitustalot, teollisuuskiinteistöt, erikoiskiinteistöt ja uudisrakennuskohteet. Asiakasmäärältään ja liikevaihdoltaan Reim on Lappeenrannan johtava isännöitsijätoimisto.*

#### *Perustietoja:*

- *Asiakasmäärä: 200 asuin- ja liike-, ja erikoiskiinteistöä Lappeenrannassa*
- *Reim-ryhmällä on isännöintitoimistoja 13 eri paikkakunnalla, he tarjoavat myös valtakunnallisille yrityksille palvelujaan, joiden sisältö ja toimintatavat ovat jokaisella paikkakunnalla yhtenevät*
- *ISA ry:n auktorisoima ja valvoma isännöintitoimisto*
- *Isännöitsijät ja kirjanpitäjät ovat kouluttautuneita alalle*
- *Heillä on ammattitaitoisia yhteistyökumppaneita, joiden apua voidaan pyytää tarvittaviin teknisiin tehtäviin*
- *Isännöinnissä he noudattavat hyvää isännöintitapaa (HIT).*

#### *Palvelut:*

- *Räätälöidyt palvelupaketit jokaiselle taloyhtiölle sopivaksi*
- *Palveluntarjoajien kilpailuttaminen. Hyöty hintaeduista näkyy alemmina hoitokuluina heidän asiakkaille.*
- *Käytössä Tampuuri-vikailmoituspalvelu ja KuluNet-kulutusseurantajärjestelmä. KuluNet mahdollistaa energiankulutuksen säästön asiakkaille.*
- *Kokenut isännöintitoimisto, mahdolliset korjaustarpeet nähdään tarpeeksi ajoissa.*
- *Manageeraus: Toimitiloilla sijoituskohteena on erityispiirteitä, joilla ne eroavat muista sijoitusmuodoista. Manageerauksen osalta Reimin hoidossa on sekä paikallisten että suurten suomalaisten toimijoiden kohteita. Palvelun lähtökohtana on aina huomioida kunkin asiakkaan toiveet ja tarpeet sekä räätälöidä sen mukaan asiakkaan tarvitsema, sopiva palvelupaketti.*
- *Perinteisen isännöitsijäpalvelujen lisäksi mm. liike- ja erikoisliikekiinteistöissä palveluun kuuluu: vuokralaisten hankinta, vuokratuottolaskelmat, sijoitetun pääoman tuoton laskenta sekä kannattavuusanalyysit.*
- *Isännöinti- ja muiden palvelujen tarjonta myös erikoiskiinteistöjen omistajille. Hoidossa on mm. lomaosakkeita sekä pysäköintilaitos. Esimerkiksi lomaosakkeiden ollessa kyseessä, Reim hoitaa asiakkaan puolesta vuokraukset, niiden laskutuksen sekä avainten hallinnan.*
- *Isännöitsijätodistuksen ja muiden tärkeiden dokumenttien tilaus www-sivujen kautta*
- *Asiakaslehti, Isännöintisanomat, joka ilmestyy kerran vuodessa*

(Reim Lappeenranta Oy.)

## **Karjalan isännöintikeskus**

*Yhtiö on vuonna 1982 perustettu perheyrittys. Yritys painottaa palvelussaan erityisesti laatua ja ammattitaitoa. Useisiin asiakkaisiin heillä on pitkäaikaiset asiakassuhteet.*

### *Perustietoja:*

- *Asiakasmäärä: yli 100 etelä-karjalaista kiinteistöä*
- *Koko henkilöstö koulutautunut alalle (ITS ja AIT-tutkinnot), kirjanpitäjillä myös alan koulutus*
- *ISA ry:n auktorisoima ja valvoma isännöintitoimisto*
- *Ammattitaidon ylläpitäminen jatkuvan kouluttautumisen ja alan kehittymisen seurauksen avulla*
- *Yli 25 vuoden kokemus asuto-osakeyhtiöiden ja liikekiinteistöjen isännöintipalveluista.*
- *Laaja, luotettava yhteistyökumppanien verkosto*
- *Toiminta on asukaslähtöistä, tavoitteena on parantaa asuinviihtyisyyttä ja säilyttää kiinteistöjen arvo*
- *Isännöinnissä he noudattavat hyvää isännöintitapaa (HIT).*

### *Palvelut:*

- *Sähköisen asioinnin kehittämiseen on viime vuosina panostettu, käytössä on verkkolaskutus ja verkkolaskujen vastaanotto.*
- *ATK-laitteistot ja ohjelmistot ovat nykyaikaisia*
- *Domus-isännöintiohjelmisto ja Hohtonet-vikailmoitusjärjestelmä*
- *Isännöinnissä he noudattavat hyvää isännöintitapaa (HIT).*
- *Isännöitsijätodistuksen ja muiden tärkeiden dokumenttien tilaus www-sivujen kautta*
- *Lupauksena kiinteistön arvon säilyttäminen tuleville sukupolville hyvän isännöinnin seurauksena*

(Karjalan isännöintikeskus.)

## **Etelä-karjalan tili- ja ATK palvelu Oy**

*Etelä-Karjalan Tili- ja ATK Palvelu Oy on perustettu vuonna 1980. Yhtiön tavoitteena on alusta alkaen ollut tuottaa korkeatasoisia tilitoimisto- ja isännöintipalveluja Lappeenrannan alueella ja sen lähiympäristössä.*

### *Perustietoja:*

- *Toiminut Lappeenrannassa 30 vuoden ajan, asiakkaina asunto-osakeyhtiöitä ja liikekiinteistöjä*
- *Talouhallintoliiton valvoma ja hyväksymä auktorisoitu tilitoimisto*
- *Toiminnan periaatteena asiakaslähtöisyys*
- *Isännöitsijät ja kirjanpitäjät koulutettuja, ammattitaidon ylläpitäminen jatkuvalla koulutuksella*
- *Ajanmukaiset toimintatavat*
- *Isännöinnissä he noudattavat hyvää isännöintitapaa (HIT).*

### *Isännöinti palvelut:*

- *Kokouksien järjestäminen*
- *Sopimusasiat*
- *Valvonta ja ilmoitusvelvollisuudet*
- *Taloussuunnittelu sekä laskentatoimi*

- *Kunnossapito*
- *Kiinteistöjen hoitotehtävien järjestäminen sekä korjaus ja peruskorjausasiat*

*Tilitoimistopalvelut:*

- *Kirjanpito ja tilinpäätös*
- *Palkkahallinto*
- *Laskutus, myös sähköinen laskutus*
- *Maksuliikenne*
- *Kustannuslaskenta*
- *Projektiseuranta*
- *Veroilmoitukset ja veroneuvonta*
- *Yrityksen perustaminen ja yritysmuodonmuutokset*

*Sähköinen taloushallinto:*

- *Asiakkailla on mahdollisuus talousjärjestelmien etäkäyttöä Fivaldin ohjelmistolla internetin välityksellä kiinteällä kuukausiveloituksella*

(Etelä-Karjalan Tili- ja ATK Palvelu Oy.)

## **SKV Isännöinti**

*SKV Isännöinti on alan suurin toimija Suomen markkinoilla. He toimivat monilla eri paikkakunnilla ja siten he voivat tarjota asiakkailleen hyvää ja laadukasta palvelua kautta maan. Paikallinen isännöitsijä tuntee alueen erityispiirteet ja osaa rakentaa parhaan yhteistyökumppaniverkoston kullekin taloyhtiölle.*

*Perustietoja:*

- *Maan suurin isännöintialan palveluyritys, toimintaa 80 paikkakunnalla*
- *Asiakasmäärä koko Suomessa 5850 asunto ja kiinteistöyhtiötä*
- *Ammattitaitoinen isännöinti, koulutetut isännöitsijät*
- *Asiantunteva taloushallinto ja toimistohenkilökunta*
- *Kaikilla isännöitsijöillä on alan koulutus (ITS /AIT) ja jatkuvalla koulutuksella taataan ammattitaidon säilyminen*
- *Yhdessä Kiinteistöalan Koulutuskeskuksen kanssa he ovat aloittaneet oman Isännöitsijän tutkintokoulutus (ITS) ohjelman, joka takaa laajan ja monipuolisen tietopohjan isännöitsijän muuttuvaan ja kehittyvään toimintaan*
- *Lupauksena omaisuuden arvon turvaaminen ammattitaitoisen isännöinnin kautta*
- *SKV mittaa asiakastyytyväisyyttä säännöllisesti ja vertaa tuloksia alan toimijoihin. Tulokset ovat olleet erinomaisia ja huomattavasti alan keskiarvoa parempia.*

*Palvelut:*

- *SKV haluaa helpottaa asiakkaitten arkea ja he lupaavatkin, että heidän verkostonsa tuovat kotien palvelukseen paikallisesti parhaat toimijat remonteista siivouspalveluihin.*
- *Perinteiset isännöitsijäpalvelut: hallinnolliset, taloudelliset ja tekniset*
- *Majakka palvelu*

*Majakka on sähköinen palveluportaali SKV Isännöinnin taloyhtiöasiakkaille. Majakka tarjoaa asumisen ja hyvinvoinnin palvelukanavan asukkaille, osakkaille, hallitukselle, isännöitsijälle ja sopimustoimittajille.*

*Majakka™ -palvelun kautta asiakas saa ajankohtaista tietoa yhtiönsä asioista sekä sähköisen palvelukanavan suoraan isännöitsijän työpöydälle. Majakka™ tarjoaa palvelua 24 / 7. Majakan kautta voi tilata taloyhtiötä koskevia asiakirjoja sekä laittaa omaa asuntoa tai taloyhtiötä koskevia viestejä isännöintiin*

(SKV isännöinti.)



## LIITE 12. Esimerkkejä kuvien käytöstä SKV:n verkkosivuilla

YRITYS	Isännöinnin palvelut
Palvelut	Asunisen palvelut
Ammattitaito	
Asiakastyytyväisyys	
Tarjouspyyntö	
SIIRRY MAJAKKA™ -PALVELUUN	Ammattimainen isännöinti on varallisuuden hoitamista, asumisen helpottamista moninaisin palveluin sekä informaation tarjoamista helposti ymmärrettävässä muodossa.
ARTIKKELIT JA JULKAISUT	Taloyhtiön järjestelmällinen kehittäminen ja osakkaiden omaisuuden arvon turvaaminen ovat ammattitaitoisien isännöitsijän tunnusmerkkejä.
TOIMISTOT JA YHTEYSTIEDOT	Isännöintitehtävän menestyksellinen hoitaminen vaatii isännöitsijän oman kokemuksen ja koulutuksen ohella asiantuntevaa taloushallintoa ja toimistohenkilökuntaa. Isännöitsijää valittaessa kannattaakin kiinnittää huomiota koko isännöitsijätoimiston palvelutasoon ja tarjontaan.
TARJOUSPYYNTÖ	
TULE MEILLE TÖIHIN	



YRITYS	Hyvin hoidettu isännöinti säilyttää ja kasvattaa kiinteistön arvoa. Isännöinti vaatii ammattitaitoa, joten kaikilla isännöitsijöillämme on jokin seuraavista alan koulutuksista ja tutkinnoista: peruskoulutuksena toimiva Isännöinnin ammattitutkinto (IAT), jatkotutkinto Isännöitsijän koulutus ja tutkinto (ITS) tai ylin isännöintialan tutkinto Johtavan ammatti-isännöitsijän tutkinto (AIT). Isännöitsijöiden ja työntekijöiden ammattitaitoa pidetään yllä ja kehitetään jatkuvalla koulutuksella.
Palvelut	
Ammattitaito	
Asiakastyytyväisyys	
Tarjouspyyntö	
SIIRRY MAJAKKA™ -PALVELUUN	<b>Koulutamme tulevaisuuden tekijöitä</b> Olemme käynnistäneet yhdessä Kiinteistöalan Koulutuskeskuksen kanssa oman Isännöitsijän tutkintokoulutus (ITS) -ohjelman, joka takaa laajan ja monipuolisen tietotaltopohjan isännöitsijän muuttuvaan ja kehittyvään toimintaan tulevaisuudessakin.
ARTIKKELIT JA JULKAISUT	
TOIMISTOT JA YHTEYSTIEDOT	
TARJOUSPYYNTÖ	
TULE MEILLE TÖIHIN	



YRITYS	<b>Hoitaako sijoitustasi ammattilainen ?</b> Me tarjoamme sinulle monipuolisimmat palvelut sekä alan parhaan asiakastyytyvyyden.
SIIRRY MAJAKKA™ -PALVELUUN	
ARTIKKELIT JA JULKAISUT	
TOIMISTOT JA YHTEYSTIEDOT	
TARJOUSPYYNTÖ	<b>Pyydä tarjous taloyhtiösi isännöinnistä</b> Lähetä meille tietosi. Otamme sinuun yhteyttä kartoittaaksemme tilanteen tarkemmin
TULE MEILLE TÖIHIN	



\* Nimi:

\* Sähköposti:

Puhelin:

\* merkityt kentät ovat pakollisia

Valitse toimisto, johon tiedot lähetetään \*

Valitse toimisto

Lähetä

Tyhjennä

ETUSIVU
ISÄNNÖINNIN PALVELUT
<b>ASUMISEN PALVELUT</b>
Palveluvalikoima
Palveluiden tarvekartoitus
HALLITUS
ASUMISEN TIETOPANKKI
<b>TIEDÄTKÖ ASUNTOSI ARVON?</b>
UUTISET
ARTIKKELIT JA JULKAISUT

ETUSIVU > Asumisen palvelut

## Tervetuloa asumisen palveluihin

Tarjoamme sinulle mahdollisuuden hyödyntää neuvottelemiamme asumisen palveluja.

Kaikki palveluntarjoajat ovat luotettavia ammattilaisia, jotka ovat sitoutuneet Majakka™ -taloyhtiöiden palvelemiseen ja tarjoavat asukkaalle monimuotoisia palveluitaan sähköisesti, ympäri vuorokauden.

Kaikki toimenpiteet tarjouspyynnöstä tilaukseen voidaan hoitaa keskitetysti selainpalvelun avulla ja SKV Isännöinti seuraa palvelun laadukkuuden toteutumista ja mittaa asukkaiden asiakastytyvyyttä.



ETUSIVU
ISÄNNÖINNIN PALVELUT
ASUMISEN PALVELUT
HALLITUS
ASUMISEN TIETOPANKKI
<b>TIEDÄTKÖ ASUNTOSI ARVON?</b>
UUTISET
ARTIKKELIT JA JULKAISUT

ETUSIVU > Tiedätkö asuntosi arvon?

## KoeKauppa kertoo asuntosi arvon

Koti on sijoitus ja sen arvo kiinnostaa jokaista asunnon omistajaa. KoeKauppa -palvelun kautta saat tiedon asuntosi aktiivisesta ja ajankohtaisesta kysynnästä sekä tilastotietoa kolmelta viimeiseltä vuodelta alueelta myydyistä asunnoista sekä toteutuneista nelöhinnoista.

Ajankohtainen kysyntätieto perustuu Huoneistokeskuksen ja SKV Kiinteistönvälityksen asuntovahtirekistereihin, joissa on yli 50.000 rekisteröityä asuntovahtia.

[Tee KoeKauppa >>](#)

Tehtyäsi KoeKaupan saat vastauksen välittömästi sähköpostiisi. Mikäli sinulla ei ole sähköpostia voit pyytää tiedot alueesi asuntokaupan asiantuntijoilta Huoneistokeskukselta ja SKV Kiinteistönvälitykseltä.

Valitse kiinteistönvälitystoimistosi:

**Huoneistokeskus** ■ **SKV**  
KIINTEISTÖNVALITYS



LIITE 13. Ensimmäisiä ehdotuksia tunnuksesta asiakkaalle

1.



2.



3.



4.



## LIITE 14. Käyntikortti ehdotuksia

Ehdotus 1.  
(koko: 90mm x 40 mm)

Etusivu



Takasivu



Ehdotus 2 .  
(koko: 90mm x 40 mm)

Etusivu



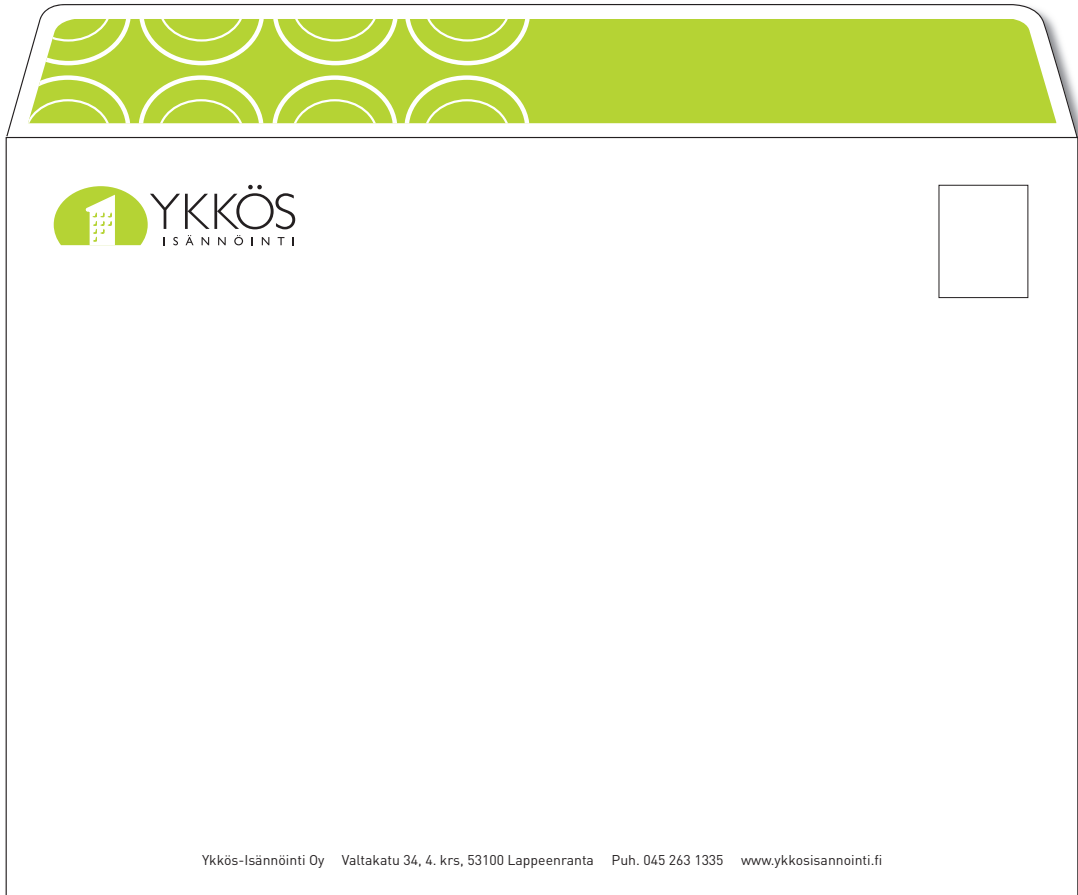
Takasivu



LIITE 15. Kirjelomake (A4, 210 x 297 mm)



LIITE 16 Kirjekuori (C5, 162 mm x 229 mm)





## HALUAISITKO ISÄNNÖITSIJÄLTÄ AIKAA, AMMATTITAITOA JA NYKYAIKAISUUTTA?

Avaan 1.5.2009 alkaen uuden isännöinti-  
yrityksen Lappeenrantaan.

Tulen mielelläni kertomaan hallituksellenne  
juuri Teille sopivasta isännöintipaketista ja  
yritykseni hyvistä palveluperiaatteista.

**OTA YHTEYTTÄ VAIKKA HETI  
JA SOVITAAN TAPAAMISAIKA!**



Ykkös-Isännöinti Oy  
Valtakatu 34, 4. krs.  
53100 Lappeenranta

Mari Kiljunen, isännöitsijä, AIT ISA  
Puh. 045 263 1335  
mari.kiljunen@ykkosisannointi.fi

LIITE 18. Toisen vaiheen käyntikortti (90 x40 mm)

Etupuoli



Kääntöpuoli





LIITE 19. Toisen vaiheen kirjelmake (A4, 210 x 297 mm)



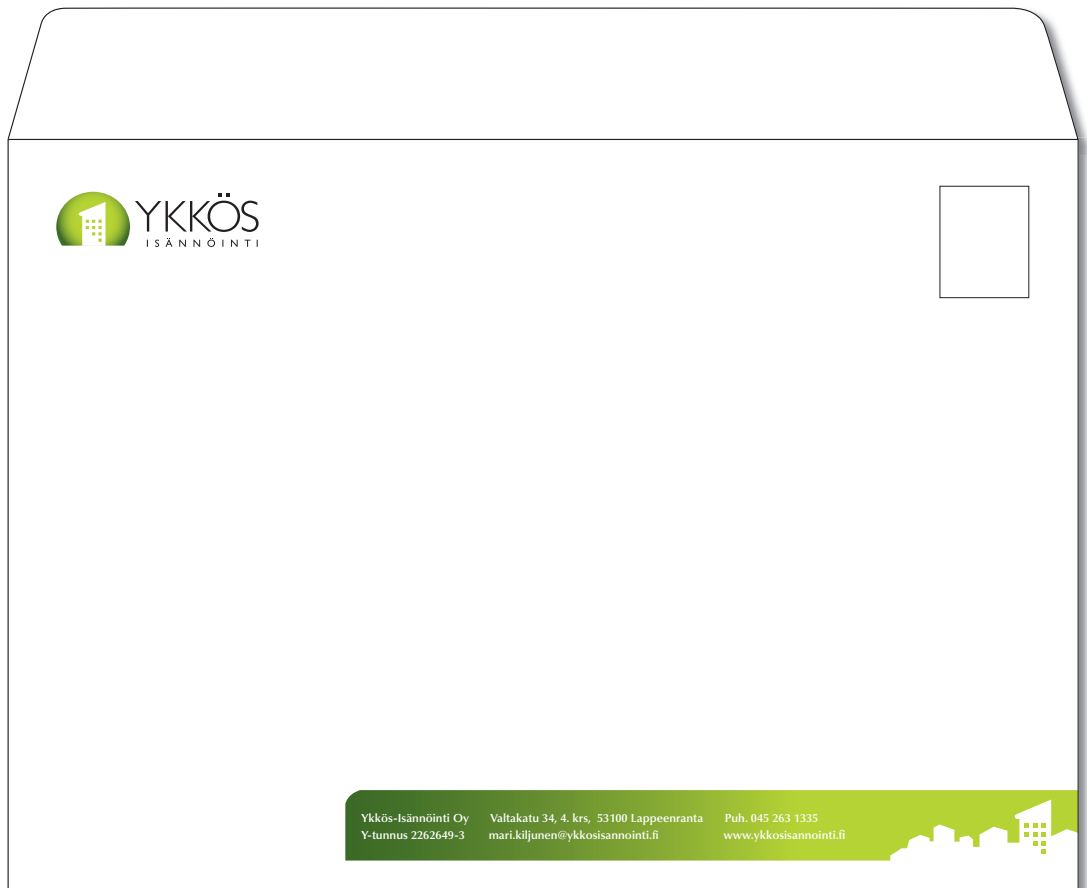
Ykkös-Isännöinti Oy  
Y-tunnus 2262649-3

Valtakatu 34, 4. krs, 53100 Lappeenranta  
mari.kiljunen@ykkosisannointi.fi

Puh. 045 263 1335  
www.ykkosisannointi.fi



LIITE 20. Toisen vaiheen kirjekuori (C5, 162 mm x 229 mm)





*Haluaisitko isännöitsijältä  
aikaa, ammattitaitoa ja  
nykyaikaisuutta?*

Avaan 1.5.2009 alkaen uuden isännöinti-  
yrityksen Lappeenrantaan.

Tulen mielelläni kertomaan hallituksellenne  
juuri Teille sopivasta isännöintipaketista ja  
yritykseni hyvistä palveluperiaatteista.

Lisää tietoa palveluista: [www.ykkosisannointi.fi](http://www.ykkosisannointi.fi)

OTA YHTEYTTÄ VAIKKA HETI  
JA SOVITAAN TAPAAMISAIKA!

Ykkös-Isännöinti Oy  
Valtakatu 34, 4. krs.  
53100 Lappeenranta

Mari Kiljunen, isännöitsijä, AIT ISA  
Puh. 045 263 1335  
[mari.kiljunen@ykkosisannointi.fi](mailto:mari.kiljunen@ykkosisannointi.fi)



LIITE 22. Muut markkinointimateriaalit. Esite/flyer, kaksipuolinen (140 x 200 mm)

Kansi



**YKKÖS**  
ISÄNNÖINTI

*Haluaisitko  
isännöitsijältä  
aikaa, ammattitaitoa  
ja nykyaikaisuutta?*

Kääntöpuoli



**Ykkös-Isännöinti**

*Antaa aikaa  
asiakkaille*

*Hyvä yhteistyökump-  
paroiden verkosto*

*Koulutettu ja ammatti-  
taitoisin henkilökunta*

*Nykyaikaisia  
palvelua*

*Omaisuuksien arvo  
säilyy tai jopa kasvaa*

*Voit säästää  
selvää rahaa*

**Es molupic ipienim iligenis in rest**

Es molupic ipienim iligenis in rest faccupatur, cusam, tem quaepti bla est, corum resequi atur, omniet laudem. Iliquam nat litae consed molorumendi dolecto conni bero est liquame nderum quibeatum expe nobissii, cum rem doluptas ut et lab invellent quam, cus, sani con ne minus quatio ium ipsandus minullam, con nulparum ese ident iminti diti.

Es molupic ipienim iligenis in rest faccupatur, cusam, tem quaepti bla est, corum resequi atur, omniet laudem. Iliquam nat litae consed molorumendi dolecto conni bero est liquame nderum quibeatum expe nobissii, cum rem doluptas ut et lab invellent quam, cus, sani con ne minus quatio ium ipsandus minullam, con nulparum ese ident iminti diti.

Ykkös-Isännöinti Oy  
Valokatu 24, 4. krs.  
53100 Lappeenranta

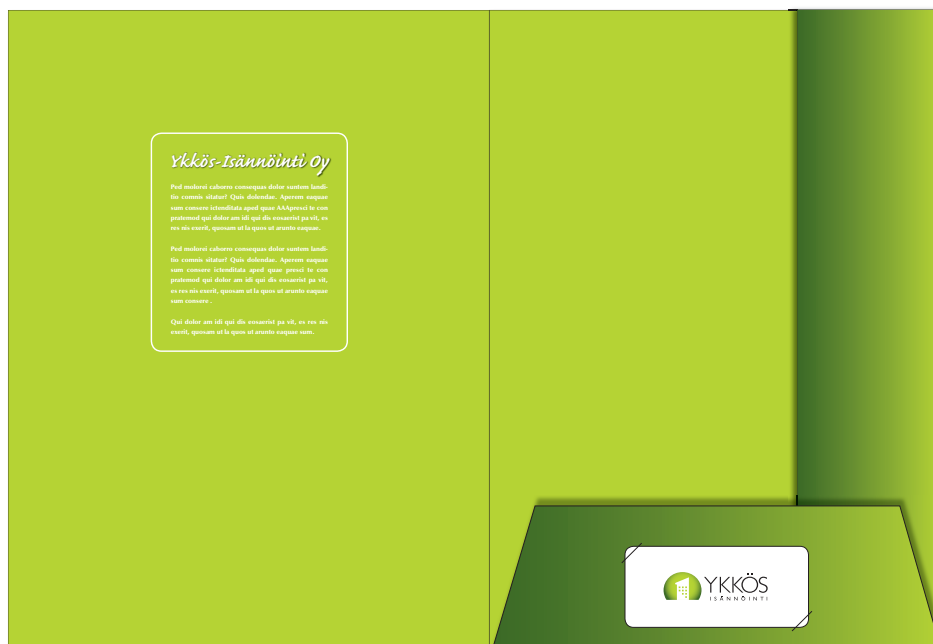
Mari Kiljunen, Isännöitsijä, AIT ISA  
Puh: 045 263 1335  
mari.kiljunen@ykkosisannointi.fi

## LIITE 23. Muut markkinointimateriaalit. Kansio (A4 paperia varten)

### Kannet avattuna



### Kansion sisäpuoli



LIITE 24. Muut markkinointimateriaalit. T-paidat miehelle ja naiselle



LIITE 25. Muut markkinointimateriaalit. Ykkös-Isännöinnille suunnitellut merkit



*Nykyaikaista palvelua*



*Aikaa asiakkaille*



*Koulutettu ja ammattitaitoinen henkilökunta*



*Hyvä yhteistyökumppaneiden verkosto*



*Omaisuuksen arvo säilyy tai jopa kasvaa*



*Voit säästää selvää rahaa!*

LIITE 26. Muut markkinointimateriaalit. Autoteippaukset

