

Invita

Inva-Apuvälineen asiakaslehti
& yritysilmme

Lahden ammattikorkeakoulu
viestinnän koulutusohjelma
Graafinen suunnittelu
Opinnäytetyö, 27.4.2007
Timo Salomaa

Inva-Apuväline Oy:n asiakaslehti & yritysilme

Tiivistelmä

Tämän lopputyö käsittelee pääsääntöisesti asiakaslehden luomista vammais- ja vanhusapuvälineitä maahantuovalle ja markkinoivalle yritykselle Inva-Apuväline Oy:lle. Yrityksen tarkoituksena on parantaa apuvälineiden tarvisijoiden mahdollisuuksia liikkumiseen, itsenäiseen elämään ja vuoro-vaikutukseen ympäristön kanssa.

Lehden sisältö koostuu Invan myyntituotteista, sanoin ja kuvin esitettynä. Lehdessä kerrotaan näkyvästi tuote-uutuuksista ja Inva-Apuväline Oy:stä yrityksenä.

Kohderyhmänä ovat sairaaloissa, vanhainkodeissa ja hoitolaitoksissa päättävillä tahoilla työskentelevät ihmiset, joiden tehtävänä on ohjata apuvälineitä niitä tarvitseville käyttäjille Suomessa. Tässä kirjallisessa osiossa käydään asiakaslehden lisäksi läpi myös yrityksen graafista identiteettiä: logon käyttöä, lomakkeisto ja käyttötypografia, sekä sivutaan lehti-ilmoittelua, Internet-sivustoa ja muita yksittäisiä töitä.

Summary

This study is about creating a customer magazine for Inva-Apuväline Oy. Inva-Apuväline Oy is a company that imports and markets equipment for elderly and disabled people. The goal of Inva-Apuväline Oy is to enhance possibilities for easy-access, independent life and interaction with environment for those in need of special equipment.

Contents of the magazine present Inva sales products both in text and graphic format. The magazine provides clear-cut information about new products and the company itself.

Target group of the magazine forms of professionals in hospitals, retirement homes and other health care institutions. Professionals, who have the authority to direct and guide the usage of aid equipment.

The written part of the study handles the magazine and the company's graphic identity: use of logo, company envelopes, business cards, letter forms and typography. In addition, news paper advertising, Internet site and some other issues are lightly dealt with.

Avainsanat asiakaslehti, graafinen identiteetti, liikemerkki, lomakkeisto, lehti-ilmoitukset

Keywords customer magazine, graphic identity, logo, stationary, advertisement



Sisällysluettelo

Johdanto	7
Inva-Apuväline Oy	8
Invan historia	9
Yritystunnuksen uudistaminen	11
Typografia	12
Lomakkeisto	13
Invita-asiakaslehti	15
Lehden rakenne	17
Lehti-ilmoittelu ja valokuvat	21
Terveydenhuollon mainonnasta yleisesti	22
Tulevaisuuden suunnitelmat	23

Johdanto

Toimin työelämässä päätoimisesti Tiimari Oyj:n markkinointiosastolla, jossa tehtäväni on tehdä monenlaista mainosmateriaalia. Päivätyöni ja opiskeluni ohessa olen toiminut myös yrittäjänä omalla toiminimellä vuodesta 2000. Asiakkaani ovat olleet eri aloilla toimivia yrityksiä, joten mainoksiin ja markkinointiin liittyvät tehtävätkin ovat olleet monipuolisia.

Viime syksynä sain asiakkaakseni Inva-Apuväline Oy:n Helsingistä. Yritys tuo maahan ja myy erilaisia apuvälineitä vanhuksille ja vammaisille.

Kiinnostuin toimialasta kolmesta eri syystä:

- Olen seurannut terveydenhuollon yritystoimintaa koko ikäni ja olen tehnyt alalle erilaisia graafisia töitä, eli ala on vähän tuttu.
- Apuvälineissä on huippuunsa hiottua hienomekaniikkaa, kiinnostavia teknisiä ratkaisuja sekä tietokoneohjattua High-techiä. Materiaaleina on käytetty metallia ja hiilikuitua, eli tuotteet ovat mielenkiintoisia.
- Apuvälineet ovat erikoistuotteita joiden markkinointi on ollut vähäistä, eli sain hyvän tilaisuuden tehdä opinnäytetyöni.

Tarkoitukseni on saada Invan markkinointimateriaalin erottumaan massasta positiivisella tavalla niin ikääntyneiden kuin invalidienkin osalta.

Vammautuneille apuvälineiden käyttö on jokapäiväisessä elämässä selviytymisen perusedellytys. Markkinoinnin tarkoituksena on tuoda esille, että apuvälinekin voi olla tyylikäs, se on osa arkea ja kaikessa mukana.

Invalidien apuvälineiden lisäksi tulevaisuuden kohderyhmänä ovat ikääntyneet.

Väestön vanhetessa monet ihmiset ovat pitkään omatoimisia ja asuvat yksin. Heille apuvälineiden käyttöönotto on suuri kynnykskysymys. Tämän ryhmän tavoittaminen on tehtävälleni suuri haaste; miten asenteisiin voi vaikuttaa, siten että apuvälineitä ei tarvitsisi hävetä.

Tavoitteeni on kehittää Inva Oy:n markkinointia, lisätä heidän myyntiä sekä välittää asiakkaille tietoa korkealaatuisista tuotteista. Mahdollisuus vaikuttaa mielikuviin ja löytää sitä kautta uusia asiakkaita vanhusväestöstä.

Inva-Apuväline Oy

Inva-Apuväline Oy on Suomen johtavia apuvälineyrityksiä, ja asiakkaat tuntevat sen jo pelkästä logosta. Inva kuuluu Invalidiliitto-konserniin ja on erittäin vakavarainen.

Inva-apuvälineen päämääränä on parantaa ja helpottaa apuvälineiden tarvitsijoiden mahdollisuuksia liikkumiseen, asumiseen ja päivittäisten toimien suorittamiseen. Yrityksellä on valmis maanlaajuinen kontaktiverkosto sekä kunnallisiin että yksityisiin apuvälineyksikköihin.

Toiminta-ajatus

Tuoda maahan ja myydä maailman johtavien valmistajien tuotteita. Palveluun kuuluu myös apuvälineiden huolto sekä niiden muutostyöt.

Asiakkaiden tarpeet ymmärretään syvällisesti. Invalla on vankka yhteistyöverkosto, johon kuuluvat asiakkaat ja alan vaikuttajat. Tuotteiden hyvä saatavuus ja niihin liittyvät palvelut ovat olennainen osa tarjontaa.

Kohderyhmä

Apuvälineiden tarvitsijat lapsesta ikäihmiseen.

Historiaa

- Inva-Apuväline Oy on 65-vuotias Invalidiliiton omistama apuvälineyritys. 1942 liitto perusti Invalidien myyntikeskuksen Invan, jonka tarkoituksena oli toimia vammaisten valmistamien tuotteiden myyntikanavana.
- 1940-luvulla aloitettiin tukkukauppatoiminta kiertävien myyntiedustajien välityksellä. Jälleenmyyntiverkostona toimivat liiton piiriyhdistykset ympäri maata.
- Tuontitoimintaa Inva oli harjoittanut koko toimintansa ajan välittämällä mm. raaka-aineita vammaisille käsityöläisille.
- 1948 Invalidiliitto aloitti oman apuvälinetuotannon. Kyseessä oli ensimmäinen invalidien perustama tehdas Suomessa.
- 1950-luvun puolivälissä apuvälinetehdas siirtyi Helsingin Käpylän kuntouttamislaitoksen yhteyteen.



- 1967 apuvälinetehdas lopetettiin ja voimavarat keskitettiin apuvälineiden maahantuontiin. Invan tämän päivän toiminta-ajatus oli syntynyt.
- 1998 liiketoiminnan uudelleenryhmittely toi Invalidiliitolle kaksi erillistä toimintayksikköä: kuulokojeista vastaavan Kuulo-Invan ja muista apuvälineistä vastaavan Invan.
- Invan nimi muuttui virallisesti Inva-apuväline Oy:ksi 1993. Silti tunnettu apuvälineyritys kulkee puheissa yhä tuttavallisesti nimellä "Inva".
- 1990-luvun alusta alkaen Inva-apuväline keskittyi voimakkaimmin omien maahantuomiensa tuotteiden myyntiin ja markkinointiin.
- Nykyisessä toimintamuodossaan Inva on yksi suurimmista apuvälineyrityksistä maassamme ja se kehittyy jatkuvasti ajan vaatimusten ja tarpeiden mukaan.

Yritystunnuksen uudistus

Yhtiön liikemerkki on alun perin oletettavasti vuodelta 1993, jolloin Inva-Apuväline Oy perustettiin. Sen muodostavat pyörätuoli-merkki ja Inva-tekstilogo. Tekstilogossa olevat punaiset pallot tuovat mieleeni lähinnä nivelsäryn. Mikäli yritystunnusta vielä muokataan ennen lopullista uudistusta, jättäisin pallot Inva-sanasta pois.

Aloittaessani yrityskuvan työstämisen, muokkasin tunnusta ainoastaan helpommin käytettäväksi. Logo uusitaan kokonaisuudessaan vuoden 2008 aikana vastaamaan paremmin yrityksen muuttunutta toimenkuvaa.

Määrittelin värit uudestaan, koska alkuperäisestä ei originaaleja ollut jäljellä, ja varastoista löytyi useita keskenään erilaisia värityksiä.



Tunnuksella on kaksi käyttötapaa. Sitä voidaan käyttää yritystietojen kanssa tai ilman, asiayhteydestä riippuen. Sekä värillisinä että mustavalkoisena.

Värimäärytykset:



CMYK = C100, M60, Y0, K 0



PMS = 287C



CMYK = C0, M100, Y69, K0



PMS = 199C



Painoväriä musta, 100 K





Typografia

Frutiger on sveitsiläisen kirjainsuunnittelijan Adrian Frutigerin alunperin Pariisin, Charles de Gaullen lentokentän opastinjärjestelmää varten suunnittelema kirjaintyyppi. Frutigerin tavoitteena oli luoda selkeä, erittäin hyvän luettavuuden omaava päätteetön kirjaintyyppi. Monikäyttöinen kirjainperhe on valmistunut vuonna 1976. Tätä kirjainta näkee käytettävän usein, mutta monipuolisuutensa, selkeytensä ja jämakkyytensä ansiosta se soveltuu erinomaisesti nykypäivään ja Inva-Apuvälineen perusfontiksi.

Frutiger 45 light

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqr
stuvwxyzääö
1234567890

Frutiger 45 light - bold

**ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqr
stuvwxyzääö
1234567890**

Frutiger 55 Roman

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqr
stuvwxyzääö
1234567890

Frutiger 65 - bold

**ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqr
stuvwxyzääö
1234567890**

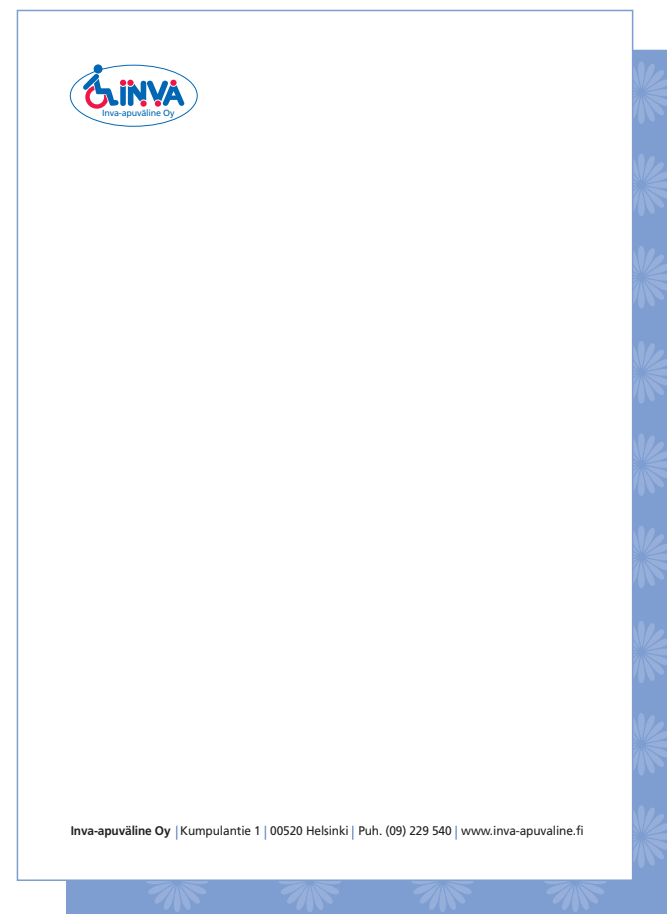
Lomakkeisto ja käyntikortit

Graafista ulkoasua uudistettaessa tehdään uusiksi luonnollisesti myös lomakkeisto. Siihen kuuluvat käyntikortit, kirjelomakkeet ja kirjekuoret. Näissä materiaaleissa on tarkoituksena käyttää jo aiemmista materiaaleista tuttua tapettimaista kukkakuviota. Lomakkeiston väri perustuu logon siniseen. Pohjan värinä on 50 % ja kukassa 40 % tuosta logon sinisestä PMS-väristä.

Lomakkeisto uudistuu logon osalta vuonna 2008.

Invita
Invita
Invita

Invita - lehden tekstilogo on ladottu Frutiger 55 Roman, joskin kirjainvälistystä on muuteltu.



Lomakkeiston väri perustuu logon PMS-siniseen.

Invita Invita Invita

Invita-apuväline Oy:n
tarjouslehti

Upea
asiakaskilpailu
uusituilla
nettisivuillamme

makuuhuoneen
yhteistyösarja yhdistää
tuotantoyhtiön ja kodikkaan
muutoksen

comfort- ja geriatriset
tarjoukset
1.1.-2.3.2007

2/06

Invita

2/07

Invita-apuväline Oy:n
tarjouslehti

Invita-apuväline Oy:n
asiakaslehti

- Ota talteen Invitan yhteystiedot
- Kaikki tuotetiedot ja hinnat uusituilla www.sivuilla www.inva-apuväline.fi
- Osallistu nettisivuilla asiakaskilpailuun ja ilmoittaudu Invitan sähköpostilistalle
- Tarjoukset voimassa 30.4.2007 asti

Vaihtoehtoja
maksutavoissa:
vuokraus ja
osamaksu



- Invita-apuväline Oy
Invita-ikä messuilla
19.-23.9. (osasto 6c5)

Tarjoukset voimassa
9.-20.10.2006

Tuustuotteita
Tarkka kyselyimme ja
kylpyläviikonloppu

Invita-apuväline Oy:n
asiakaslehti

Invita

Invita-apuväline Oy:n
tarjouslehti

- Loppuvuoden
tarjoukset
23.11.-29.12.2006
- Loimaan tk:n
fysioterapeutti

Invita - asiakaslehti

Kuinka kaikki alkoi

Koko projekti alkoi asiakkaani, toimitusjohtaja Sirkka Müllerin yhteydenotosta elo-syyskuussa 2006. Sain toimeksiannon suunnitella yritykselle asiakaslehden. Yksittäisen numeron sisältö suunniteltiin pidettäväksi keveänä, esitteen omaisena ja helposti vastaanotettavana. Lehti ilmestyy neljä-kuusi kertaa vuodessa ja se jaetaan osoitteellisena suorapostituksena sairaaloihin, vanhainkoteihin ja hoitolaitoksiin ympäri Suomen.

Sisältö koostuu Invan myyntituotteista sanoin ja kuvin esitettynä. Lehdessä kerrotaan näkyvästi tuote-uutuuksista ja Inva-Apuväline Oy:stä yrityksenä.

Lehti ristittiin Invitaksi. Sanana Invita ei tarkoita mitään, mutta se on helposti johdettavissa yrityksen nimestä. Latinaksi sana vita tarkoittaa elämää ja suomalaisessa puhekielessä, englannista johdettu sana In tarkoittaa muunmuassa jossain mukana olemista, positiivisella tavalla. Oma tulkintani lehden nimestä on: mukana elämässä – Invita.

Lähtötilanne päättöyölleni

Lähtötilanne päättöyölleni oli hyvä, koska pystyin aloittamaan suunnittelun miltei tyhjästä. Graafista materiaalia oli valmiina vuosien varrelta sekalaisesti, lähinnä yksittäisiä tuote-esitteitä ja luultavasti yrityksen perustamisesta saakka käytössä ollut liikemerkki. Kokonaisilmettä ei logon lisäksi ollut. Mikäli valmista materiaalia olisi ollut, se olisi ehkä nopeuttanut työn valmistumista.

Lehden rakenne

Lehti koostuu kolmesta osiosta: kansi, tuoteosio ja palvelulipare. Kannen suunnittelun lähtökohtana oli raikkaan, värikkään ilmeen luominen koko julkaisulle. Erottuakseni muusta alan mainonnasta päädyin kehittämään kantta siten, että kokonaisilme muodostuu muustakin, kuin pelkästä kanteen valittavasta kuvasta. Siksi jaoin kannen kolmeen osa-alueeseen.

Lehden yläosan varasin vuodenaikojen vaihtelulle ja tekstilogolle. Otsikkopalkin elävöitin hieman retro-henkisellä tapettikuviolla ja kolmas osio jäi suurimmalle visuaaliselle elementille, pääkuvalle.



Asiakaslehden rakenne

Vuodenajat kannessa

Ensimmäiseen syksyiseen numeroon valitsin kirkkaan oranssin vaahteranlehden, pimeimpään joulukuiseen talveen kuvasin vaalean lumihuhtaleen tummansinisellä pohjalla. Kevättä kohti mentäessä lumihuhtalekuva vaaleni ja maaliskuussa oli vuorossa jo pajunkissat. Kesälehdessä jatkan vuodenaikoja ajankohtaan sopivalla teemalla.

Otsikkopalkki

Värikäs palkki kasaa kannessa esitettävän informaation selkeästi yhdelle alueelle. Lehden sisältö kerrotaan siinä selkeästi muutamalla otsikolla. Palkissa esiintyvä samansävyinen kukkakuvio antaa eloisuutta ja lisää julkaisun omaleimaisuutta.

(Kukkakuvio on tehty vektorigrafiikkana Freehandissä ja on näin ollen helposti skaalattavissa ja värjättävissä. Sama kuvio toistuu kaikessa Invan mainonnassa).

Pääkuva

Lähtökohtana kannen kuviin on ollut positiivinen suhtautuminen elämään, jota kannessa esiintyvä slogankin: "Täyttä elämää itsenäisesti" tukee. Kuvia on käytetty välinetoimittajien sekä kuvapankkienkin valikoimista.

Kuvilla halutaan, että lehden kohderyhmään kuuluva pystyy kokemaan sen aiheeseen sopivaksi. Kuvissa voi näkyä toimintojen vajaavaisuutta, sulkematta kuitenkaan pois sitä, että elämästä nauttiminen olisi jollain lailla vaikeampaa vanhukselle tai vammautuneellekaan. Mikäli kanteen valitaan kuva teeman puitteissa esimerkiksi urheilijasta, niin silloin kuvaan on otettava selvästi havaittava vanhus- tai vammaisurheilija. Kuvavalinnoissani olen huomioinut, että kuvassa esiintyvät ihmiset olisi helposti samaistettavissa suomalaisen elämänmenoon.



Invita-lehtien kansia, joissa vuodenaikojen vaihtelu näkyy lehden nimen alla.

Asiakaslehden rakenne

Tuoteosio

Sisä- ja takasivut muodostavat tuoteosion. Sivuilla esitellään tuotteet pääsääntöisesti valkoisella taustalla kuvattuna. Tuotekuvan vieressä on kerrottu tiedot lyhyesti, vain ydinkohdat huomioiden. Turhia tekstejä on pyritty välttämään, jotta taitto pysyisi ilmavana.

Ensimmäinen ja toinen Inva olivat sisäsivujen osalta tilkkutäkkimäisiä. Sekavuuden huomasi myös toimeksiantajani ja yhteistuumiin päätettiin tehdä muutoksia. Nyt on tarkoitus käyttää vähintään kokonainen sivu esittelemään yhtä tuotealuetta, tämä selkeyttää lehteä. Valkopohjaisten tuotekuvien lisäksi on jokaisessa lehdessä käytetty myös fiiliskuvia. Nämä elävöittävät kokonaisuutta ja kertovat käyttötarkoituksesta enemmän. Valmistajien logot esitetään sivuilla tasa-arvoisesti, värillisinä ja samankokoisina.



Uusi hoitosängysarja: BOCK

Korkealaatuisia ja samalla edullisia

- sähköä ja turvalla kotohoidoksi
- suunniteltu vastamaan käyttäjien ja avustajien tarpeita
- käytönsä on helppoa ja yhteensopiva kalusteita, esim. yöpyöjä ja sängynpöytä
- luku- ja säätötoimintoja
- luku- ja säätötoimintoja
- luku- ja säätötoimintoja

Sängynvalmistaja BOCK

BOCK on saksalainen yli 80 vuotta perustettu, 1970-luvun alkua lähtien perhe- ja sängynvalmistaja. Vuonna 1983 kehitettiin ensimmäinen korkealaatuinen sängynvalmistaja. Tästä päivästä lähtien valmistuksessa ja tuotantoprosessissa käytetään vain korkealaatuisia materiaaleja. BOCK on valmistaja, joka on ollut jo yli 80 vuotta. BOCK on valmistaja, joka on ollut jo yli 80 vuotta.

Korkealaatuiset Bock-sängyt

Eloflex

- edullisin pensamalli
- 4-funktionisella säätöjärjestelmällä
- pieni ja kevyt
- pieni ja kevyt
- pieni ja kevyt

Hinta alk. 958,00 (sis. v. 0), 1.168,76 (sis. av. 22 %)

Domiflex

- edullisin pensamalli
- 4-funktionisella säätöjärjestelmällä
- pieni ja kevyt
- pieni ja kevyt
- pieni ja kevyt

Hinta alk. 871,00 (sis. v. 0), 1.062,62 (sis. av. 22 %)

Beluno

- korkealaatuinen sängynkorkeus
- pieni ja kevyt
- pieni ja kevyt
- pieni ja kevyt

Hinta alk. 1.138,00 (sis. v. 0), 1.288,36 (sis. av. 22 %)

Kängbo

- korkealaatuinen sängynkorkeus
- pieni ja kevyt
- pieni ja kevyt
- pieni ja kevyt

Hinta alk. 2.998,00 (sis. v. 0), 3.657,56 (sis. av. 22 %)

Lisävarusteet

BOCK-sängyn lisävarusteet koostuvat monipuolisista lisävarusteista. Saman kaluston yhdistäminen mahdollistaa erittäin monipuolisen sängynvalmistuksen. Lisävarusteita on saatavana myös sängyn ylä- ja alapuolelta.

Upea asiakaskilpailu uusituilla nettisivuillamme

Avaamme uudet sivut 1.2.-07

Info-lipareiden avulla voit osallistua arvontaan. Voittajat valitaan arvonnasta. Arvonta on avoimella arvonnalla. Arvonta on avoimella arvonnalla. Arvonta on avoimella arvonnalla.

Yhteydenottolomake

Ruut ja nauti Inva-apuvälineistä tuosta

Sähköpostiosoitte:

Yhteyshenkilö:

Nimi _____

Sähköposti _____

Osoite _____

Puhelinnumero _____

Sähköpostiosoitte _____

Kaija Kojo voitti Haikon kypyläkilpailun

Haikon kypyläkilpailu on ollut suosittu tapa viettää vapaa-aikaa. Kaija Kojo voitti kilpailun ja voitti palkinnon. Kaija Kojo voitti kilpailun ja voitti palkinnon. Kaija Kojo voitti kilpailun ja voitti palkinnon.

Asiakaskysely

Käyttökäytännön kysely, kun valitset avustajan

Päivätty: _____

Sähköpostiosoitte: _____

Käyttökäytännön kysely, kun valitset avustajan

Käyttökäytännön kysely, kun valitset avustajan

Palautuskortti

Käyttökäytännön kysely, kun valitset avustajan

Käyttökäytännön kysely, kun valitset avustajan

Käyttökäytännön kysely, kun valitset avustajan

Kyymyt

Käyttökäytännön kysely, kun valitset avustajan

Käyttökäytännön kysely, kun valitset avustajan

Käyttökäytännön kysely, kun valitset avustajan

Upea asiakaskilpailu uusituilla nettisivuillamme

Avaamme uudet sivut 1.2.-07

Info-lipareiden avulla voit osallistua arvontaan. Voittajat valitaan arvonnasta. Arvonta on avoimella arvonnalla. Arvonta on avoimella arvonnalla.

Yhteydenottolomake

Ruut ja nauti Inva-apuvälineistä tuosta

Sähköpostiosoitte:

Yhteyshenkilö:

Nimi _____

Sähköposti _____

Osoite _____

Puhelinnumero _____

Sähköpostiosoitte _____

Taitettava infokortti

Infokortilla eli palvelulipareilla on useita käyttötarkoituksia, ja se kuuluu tärkeänä osana Invaan. On nostettu esiin kilpailuja, sitä on käytetty käytetty tiedotukseen ja siinä on esitelty mm. uusittuja Internetsivuja.

Upea asiakaskilpailu uusituilla nettisivuillamme

Käy tutustumassa: www.inva-apuväline.fi

Info-lipareiden avulla voit osallistua arvontaan. Voittajat valitaan arvonnasta. Arvonta on avoimella arvonnalla. Arvonta on avoimella arvonnalla.

Yhteydenottolomake

Ruut ja nauti Inva-apuvälineistä tuosta

Sähköpostiosoitte:

Yhteyshenkilö:

Nimi _____

Sähköposti _____

Osoite _____

Puhelinnumero _____

Sähköpostiosoitte _____

Upea asiakaskilpailu uusituilla nettisivuillamme

Käy tutustumassa: www.inva-apuväline.fi

Info-lipareiden avulla voit osallistua arvontaan. Voittajat valitaan arvonnasta. Arvonta on avoimella arvonnalla. Arvonta on avoimella arvonnalla.

Info-lipareissa on ollut usein myös palvelukortti, jonka postimaksu on valmiiksi maksettu. Kynnys ottaa yhteyttä madaltuu.

Yhteydenottolomake

Upea asiakaskilpailu uusituilla nettisivuillamme

INVA

Inva-apuväline Oy

info mark
tunnus 5015904
00003 Vastauspalvelu

Luottamusten tarkastus vuonna 2013 23.11.2013 - 17.2.2014

Monikäyttöinen ja laadukas kävelyteline
Triplex -valmistus

Laadukas ja kevyt yleispyörätuoli päivittäiseen käyttöön
Invitan Spina2

Keuhkokuivattimet

Aluemyyjät

Asiakaskysely

Invita 2/2006

Invita 2007

larpaukset voimassa 30.4.2007 asti

Kestävä ja nykäiskäntinen peruspyörätuoli

Viscoflex-tyynyt

Hoivakäyttö

Selkään ja lantioon tyyry

Rampit ylittää esteet

Mini Crosser, vapautta liikkua

Invita 2/2007, taitto on rauhoittunut muutaman numeron aikana. Nykyisin on tarkoitus käyttää vähintään kokonainen sivu esittelemään yhtä tuotealuetta, tämä selkeyttää lehteä.

Invitan palvelut

Aluemyyjät

Palvelemme Invassa vankeilla ammattitaidolla

Kuva vasemalla: henkilöstö on tehty myös tutuksi asiakkaille Invitan avulla.

Kuva oikealla: tuotekuvia tuetaan fiilikuvilla, jotka kertovat monesti paremmin tuotteesta oikeassa käyttöympäristössään.





Ruotsalaiset uutuudet tarjouksessa 2.3. asti

Invacaren uusissa komfort-pyörätuoleissa on muotoillut pehmusteet ja helpot avustajakäyttöiset säädöt istuin- ja selkäosankulman vaihtamiselle. Tämän ansiosta tuolissa jaksaa istua kauemmin, painehaavaumariski pienenee ja virkistävä sosiaalinen toiminta on helpompaa. Komfort-pyörätuolit sopivat erityisesti käyttäjille, joiden keskivartalon tukilihaksiston hallinta on heikentynyt.



Azalea Assistiin saa lisävarusteina päätueta ja plyysiset tyynyt



Rea Azalea Assist

- Istuinleveys 39-49, 44-54 tai 49-59cm
- Istuin syvyys- ja leveysäädettävä
- Korkeussäädettävä selkäosa
- Muotoiltu selkäosan tyyny Passad 2
- Puhkeamattomat pyörät 16" ja 8"
- Avustajan jarrut
- Sivutuet korkeussäädettävät
- Jalkatuet kulmasäädettävät
- Yhdistetty jalkapainike ja kaatumaste
- Työntötanko kahvoilla
- Painorajoitus 125kg
- Runko terästä, väri harmaa

H. 2.320,- (alv 0%)
H. 2.830,40 (sis. alv 22%)

Rea Clematis

Komfort-pyörätuolipaketti

- Istuinleveydet 39, 44, ja 49cm
- Istuinsyvyys 42-48cm
- Korkeussäädettävät työntökahvat
- Muotoiltu selkäosan tyyny Laguna
- Sivutuet korkeus- ja syvyysäädettävät
- Jalkatuet kulmasäädettävät
- Pyörät 24" ja 8"
- Niskatuki
- Kaatumasteet
- Runko alumiinia, väri harmaa

H. 1.573,00 (alv 0%)
H. 1.919,06 (sis. alv 22%)



Azaleaan saa lisävarusteina Mistral-selkätyyny ja päätueta

Rea Azalea

- Istuinleveys 39-45, 44-50 tai 49-55 cm
- Istuin syvyys- ja leveysäädettävä
- Korkeussäädettävä selkäosa
- Muotoiltu selkäosan tyyny Laguna
- Puhkeamattomat pyörät 24" ja 8"
- Sivutuet korkeussäädettävät
- Jalkatuet kulmasäädettävät
- Yhdistetty jalkapainike ja kaatumaste
- Työntötanko kahvoilla
- Painorajoitus 125kg
- Runko terästä, väri harmaa

Azaleaan ja Azalea Assistiin lisä- ja vaihtoehtovarusteet ovat: hemi-sivutuet, erilaisia jalkatukia ja selkäosia, erikokoisia pyöriä, pää- ja niskatukivaihtoehtoja, haarakäsiä, avustajan jarrut, säädettävä vartalotuki, turvavyö, pöytä ja keppitelin.

H. 2.095 (alv 0%)
H. 2.555,90 (sis. alv 22%)



Clematikseen saa lisävarusteina avustajan jarrut

Lehti-ilmoittelu ja valokuvat

Lehti-ilmoittelu

Lehti-ilmoittelu on tuotelähtöistä ja se keskittyy alan lehtiin. Ilmoittelun perustana ovat samat arvot kuin Invita tuote-esitteissäkin: ulkoasu on värikäs, selkeä ja pirteän näköinen. Tarkoituksena on erottua kilpailijoista ja tulla esiin alan lehdistä.

Ilmoitukset pyritään pitämään paljosta tekstistä huolimatta ilmavina käyttämällä valkoista väriä suurimpana yksittäisenä väripintana.

Pääsääntöisesti käytettävät ilmoituskoot: A4-pysty ja A5-vaaka.

Tapettimainen kukkakuvio on mukana ilmoitustenkin alareunassa tunnistettavuutta ja omaleimaisuutta lisäämässä. Väriensä ilmoitus saa pääsääntöisesti viimeksi julkaistusta Invita-lehdestä.

Kuvaussuunnittelu ja valokuvaus

Suunnitelmissa on ottaa sarja valokuvia, joissa Invan kohderyhmään kuuluva ihminen esiintyy positiivisesti arjessa mukana.

Kuvien pitää heijastaa ihmisläheistä fiilistä. Tarkoitus on saada hyvä mieli ja elämänilo välittymään kuvasta kuten jokaisen Invita-lehden kannessa ollut slogan "Täyttää elämää itsenäisesti" viestittää. Sarjan kuvat on tarkoitus saada keskenään saman oloiseksi jotta ne mielletään kuuluvaksi "samaa perheeseen". Siten niillä on yhtenäinen mainontaa tukeva vaikutus.

Muu mainonnassa esiintyvä kuvamateriaali on tuotelähtöistä. Yleensä kuva tulee valmistajalta ja se on kuvattuna valkoisella taustalla. Kun on kysymys erityistuotteesta, käytetään myös yksityiskohtia selventäviä lähikuvia.

Kuvat vasemmalla:

Lumipalloyttö, positiivisesti arjessa mukana.

Pyörätuolit, Informatiivista taittoa jossa hyvät valkopohjaiset kuvat. Tuotetietoa paljon, mutta esitystapa selkeä.



Inva-Apuvälineen lehti-ilmoittelua



Yksityiskohtista kerrottaessa hyvä lähikuva kertoo paljon.

Terveydenhuoltoalan mainonnasta yleisesti

Suomessa apuvälinealalla toimijoita on useita. Välineistön maahantuojia, myyjiä ja valmistajia on erilaisia ja erikokoisia. Mainonnassa on myös nähtävissä yritysten eri tasoisuus. Pääsääntöisesti suurilla alan toimijoilla on mainonta suunniteltua ja tasokasta.

Invan mainonnan parissa työskenneltyäni olen havainnut, että suurten saksalaisten ja amerikkalaisten valmistajien lähettämä graafinen materiaali on vertaansa vailla. Kuvat ovat huipputasoisia, logoista on useita valmiita versioita ja kuvissa on useita erilaisia syväyksiä. Huippulaadun lisäksi on tullut myös toisenlaista materiaalia vieläpä pohjoismaiselta kohtalaisen suurelta toimijalta. Kuvat ovat pikku pokkareilla napsittuja harmaita suttuja ja logot yhtä "pikselimössöä". Sama toistuu alan yritysten Internet-sivuilla.

Mielestäni Mehiläinen Oy:n mainos on esimerkki hyvästä ja selkeästä markkinoinnista.

Terveydenhuoltoalan mainonnassa liikutaan usein eettisesti herkällä alueella. Kohderyhmät ovat erilaisia ja suhtautuminen omaan vaivaan taikka vammaan voi olla hyvinkin erilaista. Mainonnassa on otettava huomioon annettavien tietojen todenperäisyys, ja esitettävä asiat loukkaamatta vastaanottajaa. Tietojen todenperäisyydellä on myös tällaisessa mainonnassa erityisen suuri merkitys, koska tuotteet joita esitellään voivat osoittautua ihmiselle jopa vaaralliseksi liiallisesti tai väärin käytettynä. Asiallinen mainonta ei myöskään ole tyyliiltään tyrkyttävää, vaan siinä paneudutaan faktatietoihin.

Inva-Apuvälineen osalta tarkoituksenani on ollut pyrkiä pitämään tietty samanlainen selkeä linja mainonnassa värikkyttä ja positiivisuutta unohtamatta. Perinteisesti markkinointi on suunnattu tuotteiden käyttäjille yhteiskunnallisten laitosten kautta. Nyt tätä perinteistä tapaa olisi Invasa tarkoitus uudistaa tarjoamalla tuotevalikoimaa suoraan myös käyttäjälle hienotunteisen suoramarkkinoinnin avulla.



Messuille tehty englanninkielinen yleisesite, syksyiltä 2006.

Tulevaisuuden suunnitelmat

Tulevaisuuden suunnitelmat Inva-Apuvälineessä ovat suuret. Mainonnan tulee olla valmiiksi hioutunutta vuoden 2008 aikana, jolloin muutto uusiin tiloihin on ajankohtaista. Tuolloin on saatu päälinjat luotua ja osittain käytännössä myös kokeiltua.

Markkinoitavien tuotteiden jakauma on tuolloin jo muuttunut nykyisestä. Se on tarkoitus suuntautua tasaisemmin neljälle eri sektorille. Nykyinen vallalla oleva invalidi- ja vanhusväestön tuotteisto aiotaan jakaa tasaisemmin neljään pääosa-alueeseen: liikkuminen, asuminen, pienapuvälineet ja lasten maailma.

Vanhojen kohderyhmien lisäksi tarkoitus on laajentaa asiakaspohjaa ja lisätä etenkin asumiseen liittyviä tuoteryhmiä. Näitä neljää eri osa-aluetta tuodaan esille myös mainonnan keinoin.

Uusissa lanseerattavissa osa-alueissa väri näyttelee suurta osaa. Jokainen alue saa oman tunnusväriinsä, jota käytetään näkyvästi aina, kun kyseinen tuotealue on esillä mainonnassa.

Mainonnan kehittäminen jatkuu myös:

- Invita hioutuu valmiiksi
- Internet-sivusto saatetaan valmiiksi
- Fiilistelykuvasarja kuvautetaan
- Uudistettu peruslomakkeisto käyttöön
- Liikemerkin perusteellinen uudistus

Lähteet:
Invalidiliitto, Invalidityö-lehti



Uudet toimitilat valmistuvat Helsingin Mannerheimintielle vuonna 2008. Samassa rakennuksessa toimii myös Invalidiliitto.

