

Brändikäsikirja



Helen 2023



01

Johdanto

02

Helenin tarina

03

Brändi-identiteetti
ja -arkkitehtuuri

04

Pääviestit

05

Persoona ja
äänensävy

06

Alabrändikohtainen
yhteenveto

07

Mediakortti

08

Graafinen ohjeisto



Tervetuloa Helenin brändikäsikirjan pariin

01

Brändin johtamisen tavoitteena on tukea vision ja strategian toteuttamisessa asemoimalla Helen luotettavaksi ja asiakaskeskeiseksi suunnannäyttäjäksi. Osiossa kuvataan Helenin tärkeää roolia energiamurroksessa, suhdetta asiakkaisiin sekä taustoittaa ydinlupauksemme. **Johdanto s. 4.**

02

Helenin tausta ja tarina on kuvattu Brand Atlaksessa. Ymmärrys historiasta ja Helenin vaiheista taustoittaa miksi Helenille on luontevaa olla asiakaskeskeinen suunnannäyttävä energiamurroksen keskellä. **Helenin tarina s. 6.**

03

Helen on vahva brändi sekä konserni-että alabränditasolla. Jotta brändi on johdettavissa ja mahdollisimman vaikuttava, useat brändielementit ovat yhteisiä. Muutamat alabrändikohtaiset poikkeukset ja tarkennukset luovat lisäarvoa. Tämä logiikka on kuvattu ylätasoisessa yhteenvedossa brändin elementeistä. **Brändi-identiteetti ja -arkkitehtuuri s. 9.**

Helenin brändiattribuutit ovat selkeät ja ymmärrettävät. Kaiken keskiössä on kaksi attribuuttia, joihin alabrändikohtaiset attribuutit lisäävät vivahteita ja syvyyttä kohderyhmää puhuttelevalla tavalla. **Tavoiteattribuutit s. 17.**

03

Design DNA auttaa luomaan käyttäjälle brändiattribuuttien mukaisen mielikuvan Helenistä. Hyvä suunnittelu ja Design DNA:n toteuttaminen ovat avainroolissa luodessa Helenin näköistä ja tuntuista asiakaskokemusta. **Design DNA s. 22**

Asiakaskokemuksen kehittäminen on brändinrakennusta. Miten näemme asiakaskokemuksen viitekehyksen ja mitkä kokonaisuudet ovat asiakaskokemuksen rakennuspalikoitamme? **Asiakaskokemus s. 26**

Energiayhtiöt ovat vihreälle siirtymälle keskeisiä mahdollistajia ja samalla niiden toiminta sekä markkinointi on erityisen kriittisen tarkastelun alla. Haluamme mahdollistaa asiakkaille heidän tavoitteita edistäviä valintoja. Samalla meidän pitää huolehtia brändin erottuvuudesta ja viestien oikeellisuudesta. **Vihreä markkinointi ja -viestintä s. 29**

04

Pääviestit-osioista löytyvät Helenin pääviestit. Helen-tasoisten sekä alabrändikohtaisten pääviestien lisäksi osiossa avataan tarkentavia tukiviestejä viestinnän suunnittelun tueksi. Helenin viestintä vastaa pääviestejä tukevien ajantasaisten faktojen ylläpitämisestä. **Pääviestit s. 33.**

05

Helenin persoona ja puhe henkii aina tavoiteattribuutteja. Osiossa kuvataan Helenin persoonaa ja äänensävyä, jota avataan esimerkein eri käyttötarkoituksissa. **Brändipersoona ja äänensävy s. 40.**

06

Alabrändikohtaiset yhteenvedot helpottavat kunkin alabrändin johtamista. Yhteenvetosivulla taustoitetaan, mitä kunkin alabrändin tavoiteattribuuteilla tarkoitetaan eli minkälaista mielikuvaa ja kokemusta kyseisen kohderyhmän näkökulmasta tavoitellaan sekä summataan brändin johtamisen elementit kyseisen alabrändin näkökulmasta. **Alabrändikohtainen yhteenvedo s. 53.**

07

Helenillä on vaikuttavat omat mediat, joiden tavoitavuus on yli 600 000. Osiossa avataan medioiden vaikuttavuus kanavakohtaisesti. **Mediakortti s. 59.**

08

Helenin visuaalinen ilme herättää luottamusta ja henkii selkeyttä ja suunnannäyttäjyyttä. Muotokieli perustuu logon kulmikkuuteen ja dynaamisuuteen. Osiossa on avattu Helenin graafinen ohjeisto sekä tarjotaan esimerkityksiä eri käyttöyhteyksistä. **Graafinen ohjeisto. 65.**



Johdanto

01



Elämme uutta energia-aikakautta, jossa ilmastonmuutos, kaupungistuminen ja uudet teknologiat vaativat uutta ajattelua ja toimintaa. Helenin tehtävä on, ja on aina ollut, toimia suunnannäyttäjänä kohti kestävää tulevaisuutta. Visiomme on olla markkinoiden asiakaskeskeisin energiayhtiö, joka tuo uuden energia-aikakauden mahdollisuudet jokaisen ulottuville.

Tarkkaan määritelty brändi- ja asiakaskokemus auttaa meitä kaikessa vision saavuttamisesta ja uusasiakashankinnasta asiakaspitoon ja ostoskorin arvon kasvattamiseen. Näin toimimalla saamme uusia, kannattavia asiakkaita, jotka pysyvät asiakkainamme ja ostavat meiltä enemmän.

Asiakkaiden suhde meihin on aina yhdistelmä järkeä ja tunnetta, ja se määrittyy taloudellisella, toiminnallisella ja emotionaalisella tasolla. Muodostamalla asiakkaaseen vahvan tunnesiteen, kilpailemme vähemmän vain hinnalla ja palvelun laadulla.

Voidaksemme luoda haluttuja mielikuvia, olemme määritelleet brändiytimen ja -identiteetin sekä asiakas- ja brändikokemus tavoiteattribuutit. Tämä työ perustuu tutkimuksiin alan markkina-ajureista ja siitä miten Helen asemoituu suhteessa kilpailijoihin. Asiakas- ja brändikokemuksen tavoiteattribuutit ovat ylätasolla samat, mutta eri attribuutit korostuvat eri yhteyksissä.

Vaikka brändi- ja asiakaskokemus on määritelty erikseen niiden johtamisen, kehittämisen ja mittaamisen mahdollistamiseksi, ne liittyvät toisiinsa ja palvelevat samaa tavoitetta. Minkä brändi lupaa, sen asiakaskokemus lunastaa. Helenin brändilupaus on 'Näe energia uudessa valossa'. Sen lunastamiseksi tarvitaan meitä kaikkia, jotta uuden energia-aikakauden mahdollisuudet olisivat jokaisen ulottuvilla.

Tämä käsikirja on tehty helpottamaan tätä työtä.



Helenin tarina

02



Seuraavalta sivulta löydät Helenin tarinan. Ymmärrys historiasta ja Helenin vaiheista taustoittaa miksi Helenille on luontevaa olla asiakaskeskeinen suunnannäyttävä energiamurroksen keskellä.





Tavoitteemme on olla markkinoiden asiakaskeskeisin energiayhtiö. Tämä visio ei ole syntynyt tyhjästä, vaan se on ollut osa perimäämme alusta alkaen. Synnyimme yli sata vuotta sitten tarpeesta luoda turvallisempaa ja ympäristöystävällisempää energiaa savuiseen kaupunkiin. Siitä lähtien Helsinki ja koko Suomi sekä kansamme hyvinvointi ja onni ovat kasvaneet kasvamistaan - ja Helen siinä mukana, yhä useamman tarvitessa yhä enemmän energiaa.

Jatkuva kasvu toi mukanaan uusia haasteita ja energiatehokkuuden tarve kasvoi kasvamistaan. Helen vastasi oppimalla ja kehittämällä uusia ratkaisuja. Tämä oli kuitenkin vasta viero alkusoittoa. Ilmastokriisi mullisti ja mullistaa koko energia-alan. Uudet teknologiat, kaupungistuminen ja digitaalisuus luovat jatkuvasti uusia haasteita, mutta ennen kaikkea mahdollisuuksia. Jatkuvan kasvun rinnalle on noussut jatkuva, nopea muutos. Se mikä oli riittävän hyvää vielä eilen, ei enää riitä.

Helen on sitoutunut hiilineutraaliuteen vuoteen 2030 mennessä. Meidän kaikkien takia. Tätä tavoitetta ei saavuteta yksin, vaan yhdessä. Tulevaisuuden energia tuotetaan maasta, ilmasta, vedestä ja hukkalämmöistä kerätystä energiasta, jota asiakkaammekin tuottavat. Helen on asiakkaidensa opas energiamurroksessa ja suunnannäyttäjä kohti kestävää tulevaisuutta. Helen mahdollistaa, että uuden energia-aikakauden mahdollisuudet ovat kaikkien ulottuvilla. Siksi jokainen meistä - sinäkin - voit olla energiavaikuttaja ja vihreän siirtymän sankari. Siksi voimme luvata...

Näe energia uudessa valossa.



Brändi -identiteetti ja -arkkitehtuuri 03



Helen on vahva brändi sekä konserni- että alabränditasolla. Tässä osiossa on kuvattu kuinka kokonaisuutta johdetaan. Jotta brändi on johdettavissa ja mahdollisimman vaikuttava, useat brändielementit ovat yhteisiä. Muutamat alabrändikohtaiset poikkeukset ja tarkennukset luovat lisäarvoa. Tämä logiikka on kuvattu ylätasoisessa yhteenvedossa brändin elementeistä. Kutsumme sitä brändiarkkitehtuuriksi.

Helenin brändiattribuutit kuvaavat tavoiteltua mielikuvaa. Niiden on tärkeää olla selkeät ja ymmärrettävät, jotta ne ohjaavat toimintaa. Kaiken keskiössä on kaksi attribuuttia, minkä lisäksi osa alabrändeistä hyödyntää kolmatta attribuuttia.





Brändiarkkitehtuuri



Brändi-arkkitehtuuri



Helenillä on vahva ja yhtenäinen brändi konsernitasosta alabrändeihin.

Brändijohtamisen tärkeimpiä elementtejä on brändiattribuutit, pääviestit, kuvaus brändipersoonasta ja äänensävyistä, visuaalisuus sekä yhteinen brändilupaus.

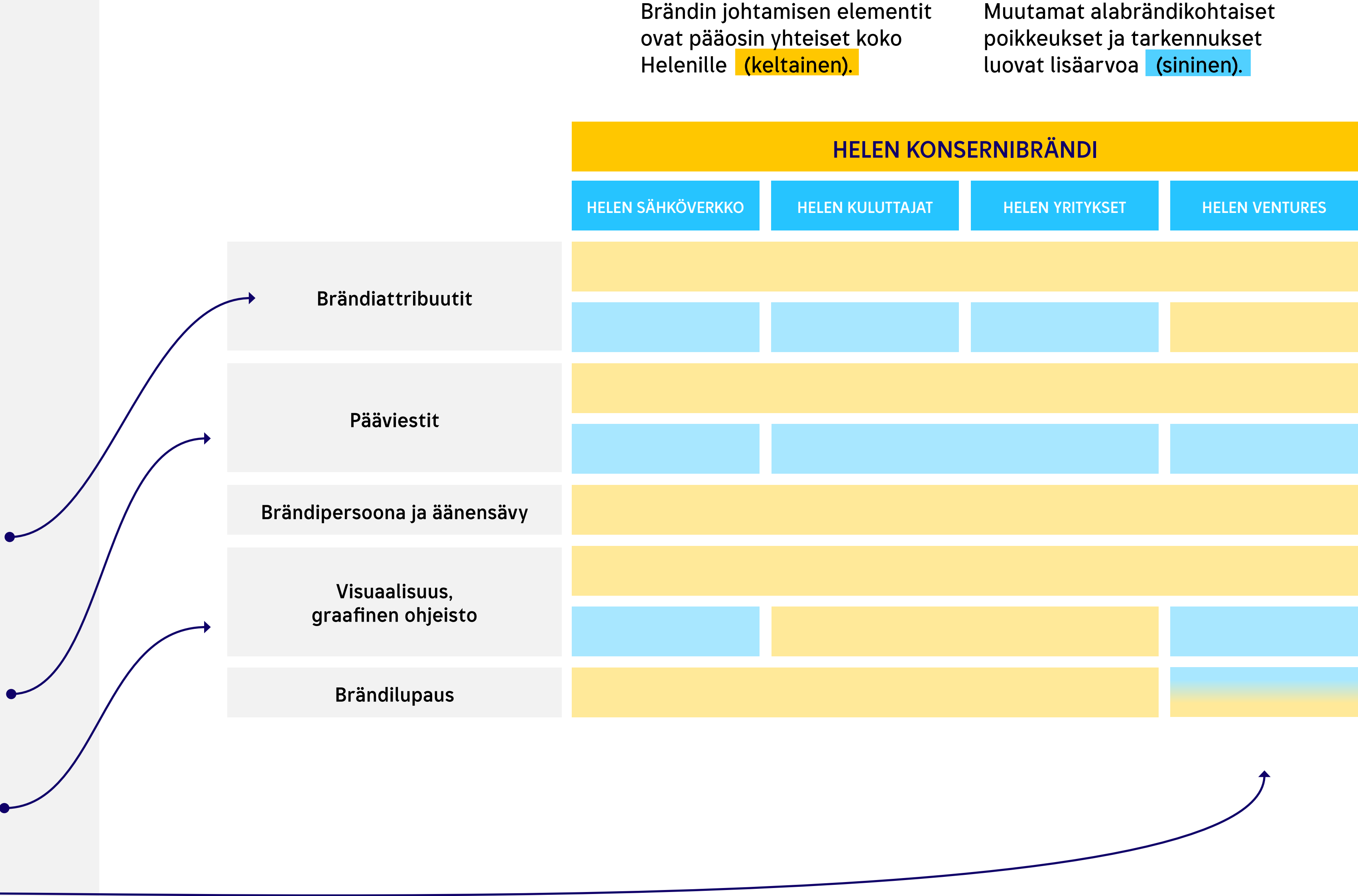
Helen-tasoiset, yhteiset elementit on tässä brändikäsikirjassa kuvattu keltaisella. Näiden lisäksi brändin johtamista tuetaan alabrändikohtaisilla tarkennuksilla: nämä kohdat on merkitty sinisellä.

Tavoiteattribuutit: Tavoiteattribuutit: Muilla paitsi Helen Ventures -alabrändeillä on konsernitasoisten lisäksi yhteinen syventävä tavoiteattribuutti.

Pääviestit: Alabrändikohtaiset viestit tukevat ja tarkentavat Helen-tasoisia pääviestejä omalle kohderyhmälle.

Visuaalisuus: Helen Sähköverkolla ja Venturesilla on omat liikemerkit.

Brändilupaus: Venturesilla englanninkielinen versio.





	HELEN KONSERNIBRÄNDI			
	HELEN SÄHKÖVERKKO	HELEN KULUTTAJAT	HELEN YRITYKSET	HELEN VENTURES
Brändiattribuutit	LUOTETTAVA	ARKEA HELPOTTAVA		SUUNNANNÄYTTÄJÄ
Pääviestit	Olemme energiayhtiönä sitoutuneet hiilineutraaliuteen vuoteen 2030 mennessä. Teemme vihreän siirtymän päästöttömään energiaan yhdessä asiakkaidemme kanssa. Tulevaisuuden lämpö ja sähkö tuotetaan maasta, ilmasta, vedestä ja hukkalämmöstä kerätystä energiasta, jota myös asiakkaamme tuottavat. Hyödynnämme digitaalisuutta ja dataa tuottavuuden ja tehokkuuden optimoimiseksi tavalla, josta hyötyvät niin asiakkaamme kuin koko yhteiskunta.			
	Helsingin jakeluverkko on yksi maailman luotettavimmista sähköverkoista. Kehitämme jatkuvasti sähkön jakelua yhteisössä, jossa sekä vastuullisuuden että sähkön tarve kasvaa.	Olemme asiakkaidemme luotettava kumppani energiamurroksessa yli sadan vuoden kokemuksella. Tarjoamme asiakkaillemme parhaat energiaratkaisut ja digitaaliset palvelut laajasta valikoimastamme. Kehitämme sitä jatkuvasti yhdessä asiakkaidemme kanssa entistä kestävämmäksi niin ekologisesti kuin taloudellisesti.		Helen Ventures builds the energy transition by finding the right combination of people, ideas, climate technology and funding.
Brändipersoona ja äänensävy	Ensivaikutelma on aina ystävällinen. Helen on luontettava ja inspiroiva, sydämeltään asiakaskeskeinen suunnannäyttäjä.			
Visuaalisuus, graafinen ohjeisto	Yhteinen visuaalinen linja ja graafinen ohjeisto			
				
Brändilupaus	Näe energia uudessa valossa			See energy in a new light

Helen konsernibrändi

Helen konsernibrändin
tavoiteattribuutit
linkittyvät vahvasti
perustehtäväämme.

- Suunnannäyttäjäisyys ja luotettavuus kuvaavat ominaisuuksia, jotka koko brändin on tärkeä lunastaa.
- Lisäksi Helen konsernibrändi hyödyntää alabrändien attribuutteja puhuteltavan kohderyhmän mukaan.



Helen konsernibrändin tavoiteattribuutit:

Suunnannäyttäjä

Helenillä on pitkä historia energia-alan kehittämisessä, esim. lämpöverkon rakentamisessa ja tehokkaassa sähkön ja lämmön yhteistuotannossa. Olemme olleet suunnannäyttäjiä jo yli 100 vuotta. Nyt Helen on historiansa suurimman haasteen edessä: koko maailma tarvitsee energia-alan suunnannäyttäjiä ratkomaan ilmastonmuutosta ja toteuttamaan vihreän siirtymän. Suunnannäyttäjäisyys tarkoittaa rohkeutta kokeilla, mutta myös uskallusta epäonnistua ja yrittää uudestaan. Suunnannäyttäjyyteen vaaditaan maailmanluokan osaamista ja yhteistyön mestaruutta – kumppanuutta asiakkaiden, toisten yritysten ja muiden heleniläisten kanssa. Ratkaisu kerrallaan Helen raivaa tietä uuteen kestävään energiatulevaisuuteen.

Luotettava

Yhteiskuntamme toimii sähkön ja lämmön varassa, Helenin tehtävänä on varmistaa, että rattaat pyörivät kaikissa olosuhteissa. Helen on huoltovarmuusyhtiö, jonka toiminta on rakennettu luotettavaksi. Helsinkiläiset voivat luottaa, että lämpöä riittää pakkasen paukkuessa ja sähköt katkeavat vain kerran kymmenessä vuodessa. Energia-alan murros vaatii jatkuvaa innovointia, jotta myös uusiutuvan energian aikakautena sähköä ja lämpöä on aina saatavilla – luotettavuus edellyttää innovatiivisuutta ja suunnannäyttäjyyttä.

Helen tavoite- attribuutit

Helen ja kaikki sen alabrändit haluavat positioitua suunnannäyttäjänä ja luotettavana toimijana. Tämän lisäksi Helen Sähköverkko, Helen Kuluttajat ja Helen Yritykset alabrändien tavoitemielikuvana on arjen helpottaminen.

Näin kokonaisuus muodostuu kohderyhmän mukaan yhdistelmänä Helen-tasoisia ja alabrändien tavoiteattribuutteja.



Helen konsernibrändin tavoiteattribuutit:

Suunnannäyttävä Luotettava



Helen alabrändien tavoiteattribuutit:

Helen Sähköverkko Helen Kuluttajat Helen Yritykset

Helpottaa arkea



Konserni- ja alabrändien attribuuttien avaaminen





Helen Konserni

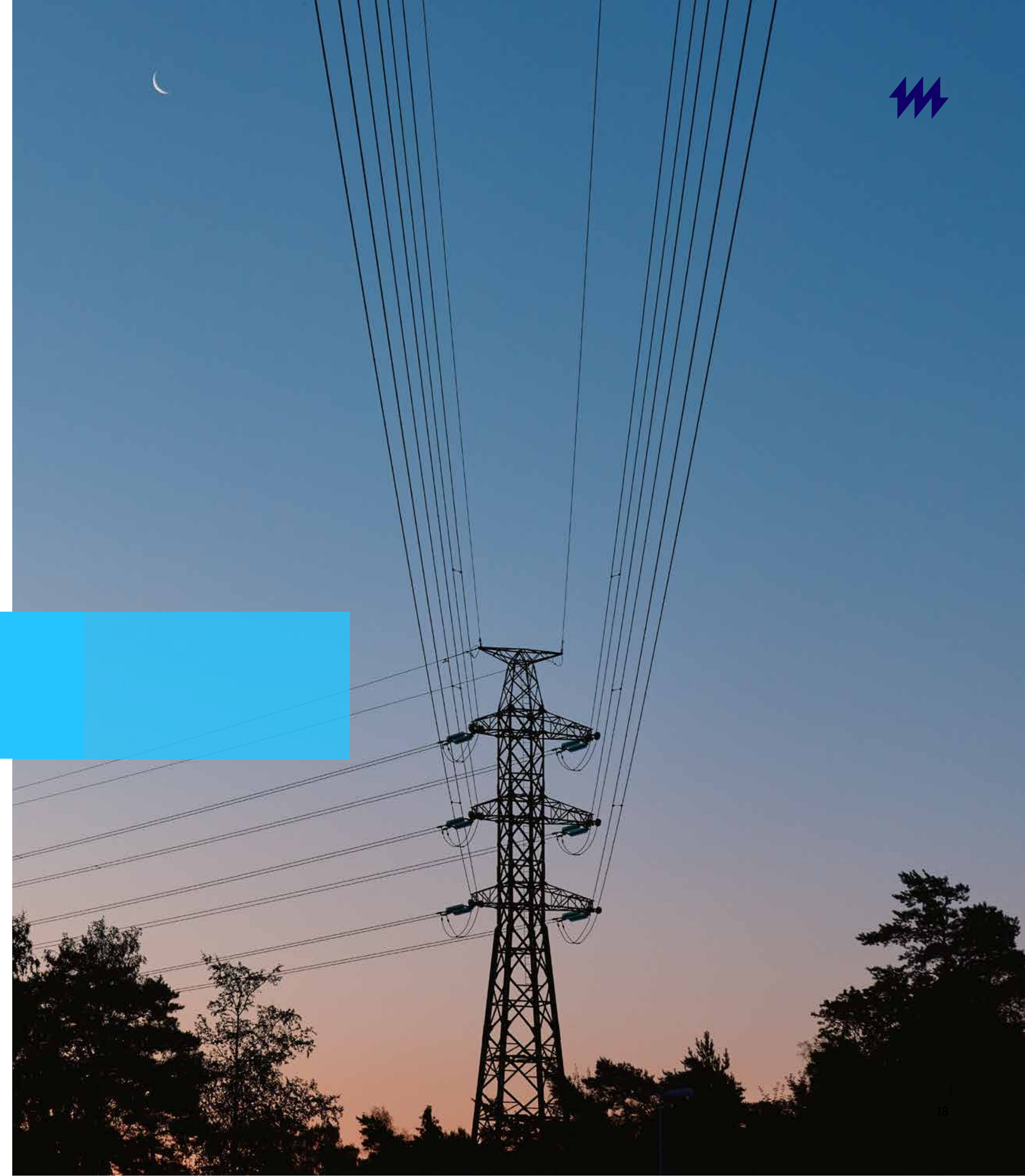
Suunnannäyttäisyys Luotettavuus

Helen on sitoutunut hiilineutraaliuteen vuonna 2030. Toimimme energiamurroksen innovatiivisena **suunnannäyttäjänä**, joka kehittää jatkuvasti uusia, entistäkin kestävämpiä energiaratkaisuja yhdessä asiakkaidemme ja kumppaniemme kanssa. Asiakkaamme voivat luottaa siihen, että Helen ja sen ratkaisut toimivat **luotettavasti**. Attribuutit linkittyvät toisiinsa, koska jatkuvassa muutoksessa olevalla energia-alalla luotettavuus edellyttää innovatiivista suunnanäyttäjyyttä.

Helen Sähköverkko

Helpottaa arkea

Helen Sähköverkko on yksi maailman luotettavimmista sähköverkoista. Sähkön siirrossa tärkeintä asiakkaalle on **luotettavuus**: varmuus siitä, että sähköä tulee ja että sähkökatkoksia on mahdollisimman vähän. Energia-alan murroksen takia luotettavuus edellyttää innovatiivisuutta. Helen Sähköverkko on innovatiivisuudestaan palkittu **suunnannäyttäjä**, joka palvelee ja kommunikoi ystävällisesti, **helpottaen arkea**.





Helen Kuluttajat

Helpottaa arkea

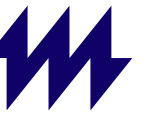
Asiakas on aina tarinan sankari. Helen on asiakkaan ystävä ja opas energiamurroksessa yli 100 vuoden kokemuksella. Helenin ansiosta asiakas voi luottaa siihen, että arjen energia-asiat toimivat, asiointi on sujuvaa ja digitaaliset kohtaamiset asiakaskeskeisiä. Siksi Helen **helpottaa arkea**. Palvelemme asiakkaitamme aina ystävällisesti.

Helen Yritykset

Helpottaa arkea

Helen **helpottaa** aktiivisesti yritysasiakkaidensa **arkea** olemalla kumppani, joka auttaa valitsemaan parhaan mahdollisen ratkaisun ja kehittämällä jatkuvasti valikoimaa. Helen inspiroi yritysasiakkaita kokeilemalla ja kertomalla uusista ratkaisuista. Näin asiakas voi keskittyä ydinliiketoimintaansa luottaen siihen, että Helen tarjoaa hänelle parhaat ratkaisut ja palvelut.





Helen Ventures

Suunnannäyttäjäys Luotettavuus

Helen Ventures uses the accumulated experience and knowhow of over a hundred years to act as the pathfinder (**suunnannäyttävä**) of the energy sector, Helen Ventures actively supports startups in the energy, e-mobility, circular economy, decarbonisation and digital solutions sectors. We do it by finding the right combination of people, ideas technologies and funding. Startups can trust us (**luotettavaus**) to be an active partner for growth. Helen Ventures is one of the ways in which Helen as a whole can act as a pathfinder in the energy transition.



Design DNA





Helenin Design DNA on suunnittelun työväline, joka auttaa luomaan käyttäjälle brändiattribuuttien mukaisen mielikuvan Helenistä eri kosketuspisteissä. Design DNA varmistaa, että palvelut ja tuotteet ovat tunnistettavia, yhtenäisiä ja ne muodostavat selkeän jatkumon uutta sisältöä luodessa. Tässä osiossa Design DNA ja sen tarkoitus on kuvattu ylätasoisesti.



Design DNA

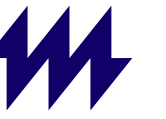
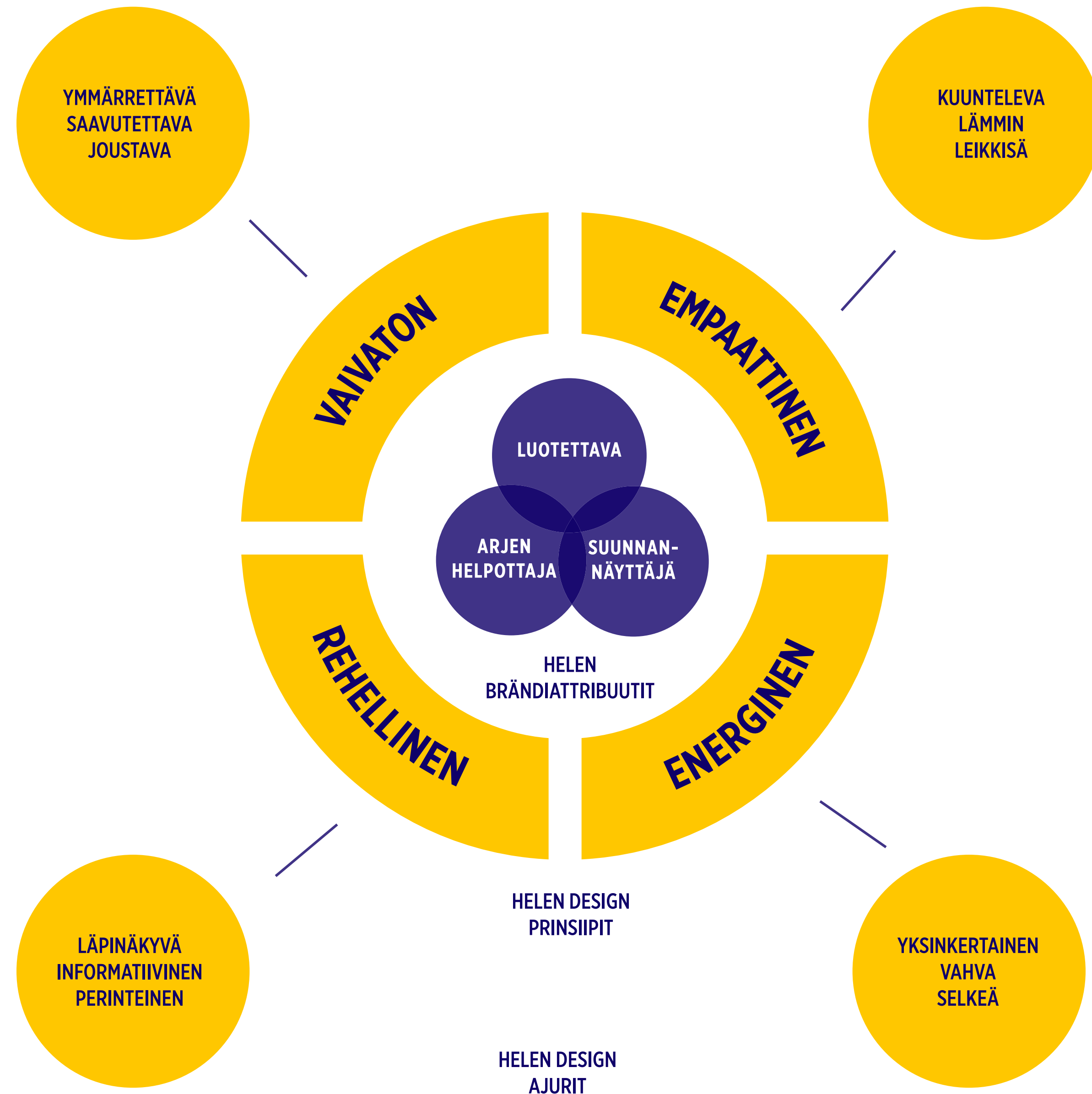
Helenin Design DNA varmistaa, että Helenin käyttökokemukset ovat mahdollisimman yhtenäisiä kosketuspisteestä riippumatta.

Design DNA auttaa luomaan käyttäjälle brändiattribuuttien mukaisen mielikuvan Helenistä.

Hyvä suunnittelu ja Design DNA:n toteuttaminen ovat avainroolissa luodessa Helenin näköistä ja tuntuista asiakaskokemusta.

Design DNA:han vaikuttavat sekä sisäiset asiat kuten Helenin arvot ja historia (Helen brändi), että ulkoiset asiat kuten kilpailijat ja trendit (Ulkoiset vaikuttavat tekijät)

Katso koko dokumentti täältä





DESIGN DNA				
Brändiattribuutit	LUOTETTAVA	ARKEA HELPOTTAVA	SUUNNANNÄYTTÄJÄ	
Helenin design prinsiipit	VAIVATON Kaiken luomamme tulee olla vaivatonta käyttää ja vaivatonta ymmärtää. Asiakkaamme tavoitteena on löytää yksinkertainen ja luotettava ratkaisu energiatarpeeseensa, tavoitteenamme on tehdä ratkaisun löytämisestä mahdollisimman vaivatonta. Palvelumme ja tuotteemme ovat helposti käytettäviä. Siirtyminen kanavasta tai kosketuspisteestä toiseen on aina looginen ja sulava kokemus. Pyrimme aina näyttämään oikean tiedon oikeaan aikaan ja mahdollisimman vähän ylimääräistä tietoa.	EMPAATTINEN Olemme helposti lähestyttäviä ja empaattisia. Pyrimme ymmärtämään asiakastamme mahdollisimman hyvin. Helenin kosketuspisteet ja viestintä tuntuvat ystävällisiltä ja inhimillisiltä, ei teknisiltä ja etäisiltä. Palvelumme ja tuotteemme ovat lähtökohtaisesti vaivattomia, mutta jos ongelmia ilmenee, teemme kaikkemme jotta asiakas tuntisi itsensä kuulluksi ja huomioiduksi. Asiakkaamme ovat harvoin tyytymättömiä, mutta kun he ovat, otamme heidät aina vakavasti.	REHELLINEN Helen on aina rehellinen ja luotettava. Meidän suunnittelemissa kosketuspisteissä asiat ovat kuvattu läpinäkyvästi. Haluamme olla informatiivinen ja selkeä. Kosketuspisteemme tarjoaa myös selkeän ohjauksen asiakastukeen, jonka avulla asiakas voi luottaa siihen, että kaikki hoituu vaikka jokin asia jäisi hänelle ensin epäselväksi. Helen on ansainnut asiakkaidensa luottamuksen pitkäjänteisellä työllä, ja tästä perinteestä tulee aina pitää kiinni.	ITSEVARMA Luotamme ydinelementteihimme. Meidän ei tarvitse koristella tai monimutkaistaa kosketuspisteitämme improvisoiduilla elementeillä. Käytämme määrittäviä elementtejämme rohkeasti ja isosti, tällä varmistetaan, että meidät on helppo tunnistaa myös vilaukselta kaikissa kosketuspisteissä. Suunnittelumme on modernia ja inspiroivaa, ja se korostaa Helenin asemaa energia-alan itsevarmana edelläkävijänä.
	Ymmärrettävä	Kuunteleva	Läpinäkyvä	Yksinkertainen
	Saavutettava	Ystävällinen	Informatiivinen	Vahva
	Joustava	Leikkisä	Perinteinen	Selkeä
Helenin design ajurit				



Asiakaskokemus





Brändi lupaa, asiakaskokemus lunastaa, käyttäjäkokemus varmistaa ja työntekijäkokemus mahdollistaa. Asiakaskokemuksen kehittäminen on brändinrakennusta. Helenin tavoitemielikuvan lunastaminen ja halutun asiakaskokemuksen saavuttaminen on tärkeä, yhteinen matkamme. Tässä osiossa tiivistämme kuinka näemme asiakaskokemuksen viitekehyksen ja mitkä kokonaisuudet ovat asiakaskokemuksen rakennuspalikoitamme.





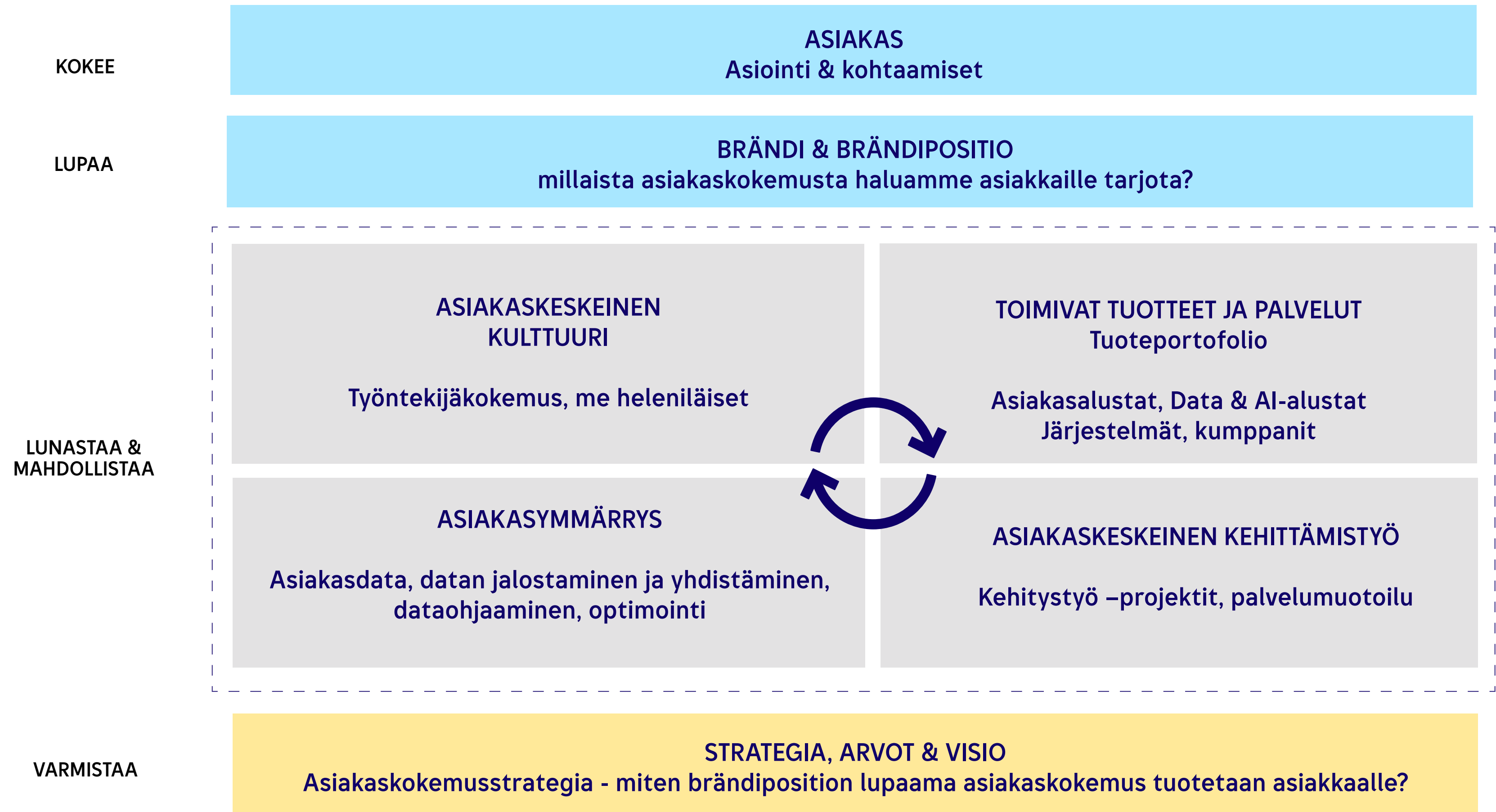
Asiakaskokemus

Brändi lupaa, asiakaskokemus lunastaa, käyttäjäkokemus varmistaa. Työntekijäkokemus mahdollistaa.

Helenin visio on olla markkinoiden asiakaskeskeisin suunnannäyttäjä, joka tuo uuden energia-aikakauden mahdollisuudet jokaisen ulottuville.

Markkinoiden parasta asiakaskokemusta ei kehitetä yksin. Se onnistuu vain kuuntelemalla ja yhdessä tekemällä – asiakkaan, kumppaneiden ja toistemme kanssa. Rakennamme yhdessä **asiakaslähtöistä kulttuuria**, jossa asiakkaan ääni näkyy ja kuuluu kaikessa mitä sanomme, päätämme ja teemme.

Markkinoiden parasta asiakaskokemusta ei rakenneta päivässä tai vuodessa. Se vaatii tavoitteisiin kytkettyä toimintaa, jatkuvaa oppimista ja kehittymistä sekä asiakasymmärrystä. Hyödynnämme yhteistä osaamistamme ja asiakasdataa varmistaaksemme, että markkinoiden syvällisin **asiakasymmärrys ja tieto johtavat toimintaan.**





Vihreä markkinointi ja -viestintä





Energiayhtiöt ovat vihreälle siirtymälle keskeisiä mahdollistajia ja samalla niiden toiminta sekä markkinointi on erityisen kriittisen tarkastelun alla.

Haluamme mahdollistaa asiakkaille heidän tavoitteita edistäviä valintoja. Samalla meidän pitää huolehtia brändin erottuvuudesta & viestien oikeellisuudesta.





Vihreä markkinointi ja viestintä

Kaiken viestinnän pitää olla linjausten mukaisia sekä noudattaa myös EU:n Green Claims- direktiiviä.

Noudattamalla linjauksia vältämme viestinnälliset kliseet, kriisit sekä rangaistukset.

Helenin vihreän markkinoinnin linjaukset

Linjaukset vihreän markkinoinnin sekä viestinnän ohjaamiseksi. Linjauksilla reagoimme asiakkaiden tarpeisiin ja muuttuvaan ilmapiiriin.

Green claims- direktiivi

Direktiivin päätarkoituksena on varmistaa, että kuluttajat saavat ostamistaan tuotteista luotettavaa tietoa ympäristöväättämistä. Direktiivi asettaa vähimmäisvaatimukset yritysten ja kuluttajien välisille kaupallisille menettelyille eli ympäristöväättämille ja -merkinnöille.

Katso koko direktiivi täältä

Vältä näitä yleisiä vihreän markkinoinnin virheitä.

- Markkinoitavat vihreät tuotteet edustavat vain pientä osaa yrityksen todellisesta toiminnasta, tarjoamasta tai liikevaihdosta.
- Markkinointi nostaa esiin varsinaiselle liiketoiminnalle epäolennaisia seikkoja.
- Yritys korostaa toimivansa esimerkiksi vihreällä sähköllä samaan aikaan kun sen varsinainen liiketoiminta aiheuttaa merkittäviä päästöjä.
- Markkinointi on epätarkka ilmaisuissaan, eikä kerro esimerkiksi uusiutuvan energian prosenttiosuutta tai lähdettä.
- Markkinointi ylikorostaa esimerkiksi hyväntekeväisyyttä, sponsorointia tai yksittäisiä tempauksia varsinaisen liiketoimintansa sijaan.
- Viestinnän kärkenä ovat tulevaisuuden tavoitteet ja aikomukset nykytilan sijaan. Tämä pätee myös markkinointiin, jossa annetaan vääristelty kuva yrityksen investoinneista uusiutuvaan teknologiaan suhteessa fossiilisiin polttoaineisiin.
- Markkinointi korostaa kompensatiota varsinaisten päästövähennysten sijaan.
- Tunnukset tai merkki tai väri- ja kuvakoodisto luo mielikuvaa vihreästä valinnasta ilman perusteluja



VIHREÄN MARKKINOINNIN LINJAUKSET

TEEMME NÄIN

- ✓ Sijoitamme vihreät tuotteemme osaksi asiakkaan saamaa kokonaishyötyä ja palvelua.
- ✓ Autamme asiakkaitamme vähentämään kasvihuonepäästöjä ja parantamaan energiatehokkuuttaan - luotettavasti lukujen ja oikeiden vertailukohtien avulla.
- ✓ Lisäämme asiakkaidemme sekä suuren yleisön tietoisuutta ja vuoropuhelua kestävästä energiavalinnoista, -keskustelusta ja -käsitteistä - olemme myös itse valmiita keskusteluun, kriittiseenkin sellaiseen.
- ✓ Rakennamme yhteistyötä, joissa voimme kumppaniemme ja asiakkaidemme kanssa vaikuttaa koko energiakäytön arvoketjuun.
- ✓ Kerromme näyttävämme suuntaa - kun teemme asioita ensimmäisenä, proaktiivisesti ja toimialalla uusia avauksia tehden.

NÄIN EMME TEE

- ✗ Rakenna brändiämme tai toimenpiteitä pelkästään vihreyden tai ympäristöystävällisyyden varaan.
- ✗ Emme markkinoi itseämme edelläkävijöinä tai suunnannäyttäjinä, jos teemme vain sen mitä laki sanoo tai toimialan käytännöt vaativat.
- ✗ Markkinoi kliseillä, lupauksilla tai kuvilla, joita kilpailijat jo käyttävät, tai jotka vähentävät erottuvuuttamme.
- ✗ Emme tarjoa vihreistä tuotteistamme asiakkaille merkkejä, tarroja tai muuta sellaista. Tarjoamme ainoastaan faktapohjaisia todistuksia, kuten esimerkiksi sähkön alkuperätakuuta voidaan myöntää uusiutuvilla energianlähteillä tuotetulle sähkölle.
- ✗ Käytä ilmaisuja kuten “ympäristöystävällinen”, “vihreä”, “hiilineutraali” tai “kompensoitu” ilman selkeitä, läpinäkyviä faktoja sekä vertailukohtia ja päästö- ja elinkaarilaskelmia.
- ✗ Suurentele tai harhaanjohta asiakkaitamme yksittäisten toimenpiteiden roolista tai vaikuttavuudesta.
- ✗ Lainaa Helenin brändiä tai uskottavuutta kolmansille osapuolille ilman selkeää, kontrolloitua kuvaa asiayhteydestä ja käytöstä.



Pääviestit

04



Pääviestejä hyödynnetään kaikessa ulkoisessa viestinnässä, ja sisäisessä viestinnässä aina kun se on mahdollista ja tilanteeseen sopivaa. Helen-konsernilla on yhteiset pääviestit, Helen Sähköverkolla, kuluttajilla ja yrityksillä ja Helen Venturesilla tarkentavat pääviestit. Jokaisella pääviestillä on myös tukiviestejä sekä todentavia faktoja (faktat löytyvät Intrassa olevasta jatkuvasti päivittyvästä dokumentista).





Pääviestit

Helen konsernibrändi

Olemme energiayhtiönä sitoutuneet hiilineutraaliuteen vuoteen 2030 mennessä. Teemme vihreän siirtymän päästöttömään energiaan yhdessä asiakkaidemme kanssa. Tulevaisuuden lämpö ja sähkö tuotetaan maasta, ilmasta, vedestä ja hukkalämmöstä kerätystä energiasta, jota myös asiakkaamme tuottavat. Hyödynnämme digitaalisuutta ja dataa tuottavuuden ja tehokkuuden optimoimiseksi tavalla, josta hyötyvät niin asiakkaamme kuin koko yhteiskunta.

Helen Sähköverkko

Helsingin jakeluverkko on yksi maailman luotettavimmista sähköverkoista. Kehitämme jatkuvasti sähkön jakelua yhteisössä, jossa sekä vastuullisuuden että sähkön tarve kasvaa.

Kuluttajat + Yritykset

Olemme asiakkaidemme luotettava kumppani energiamurroksessa yli sadan vuoden kokemuksella. Tarjoamme asiakkaillemme parhaat energiaratkaisut ja digitaaliset palvelut laajasta valikoimastamme. Kehitämme sitä jatkuvasti yhdessä asiakkaidemme kanssa entistä kestävämmäksi niin ekologisesti kuin taloudellisesti.

Helen Ventures

Helen Ventures builds the energy transformation by finding the right combination of people, ideas, climate technology and funding.



Helen konserni -taso

**HIILINEUTRAALI 2030, DIGITAALISUUS,
HAJAUTETTU ENERGIAJÄRJESTELMÄ**

Ydinviesti

Olemme energiayhtiönä sitoutuneet hiilineutraaliuteen vuoteen 2030 mennessä. Teemme vihreän siirtymän päästöttömään energiaan yhdessä asiakkaidemme kanssa. Tulevaisuuden lämpö ja sähkö tuotetaan maasta, ilmasta, vedestä ja hukkalämmöstä kerätystä energiasta, jota myös asiakkaamme tuottavat. Hyödynnämme digitaalisuutta ja dataa tuottavuuden ja tehokkuuden optimoimiseksi tavalla, josta hyötyvät niin asiakkaamme kuin koko yhteiskunta.

Tukiviestit

- Puolitamme kivihiilen käyttömme vuoteen 2024 mennessä, ja päästöt laskevat 40 %. Fossiilinen tuotanto korvataan pääsääntöisesti polttoon perustumattomilla energialähteillä, kuten hukka- ja ympäristölämmöllä.
- Helen on viime vuosina investoinut merkittävästi uusiutuvaan ja päästöttömään lämmön ja sähkön tuotantoon sekä energian optimointiin.
- Vuosikymmenien kokemuksella kehitetty energiajärjestelmä toimii hyvin yhteisenä alustana energiavirtojen hallinnassa ja energian kierrättämisessä. Datan avulla optimoimme alustan virtoja siten, että lämpöä ja sähköä on saatavilla siellä missä niitä tarvitaan - myös ääriolosuhteissa.

Helen Sähköverkko

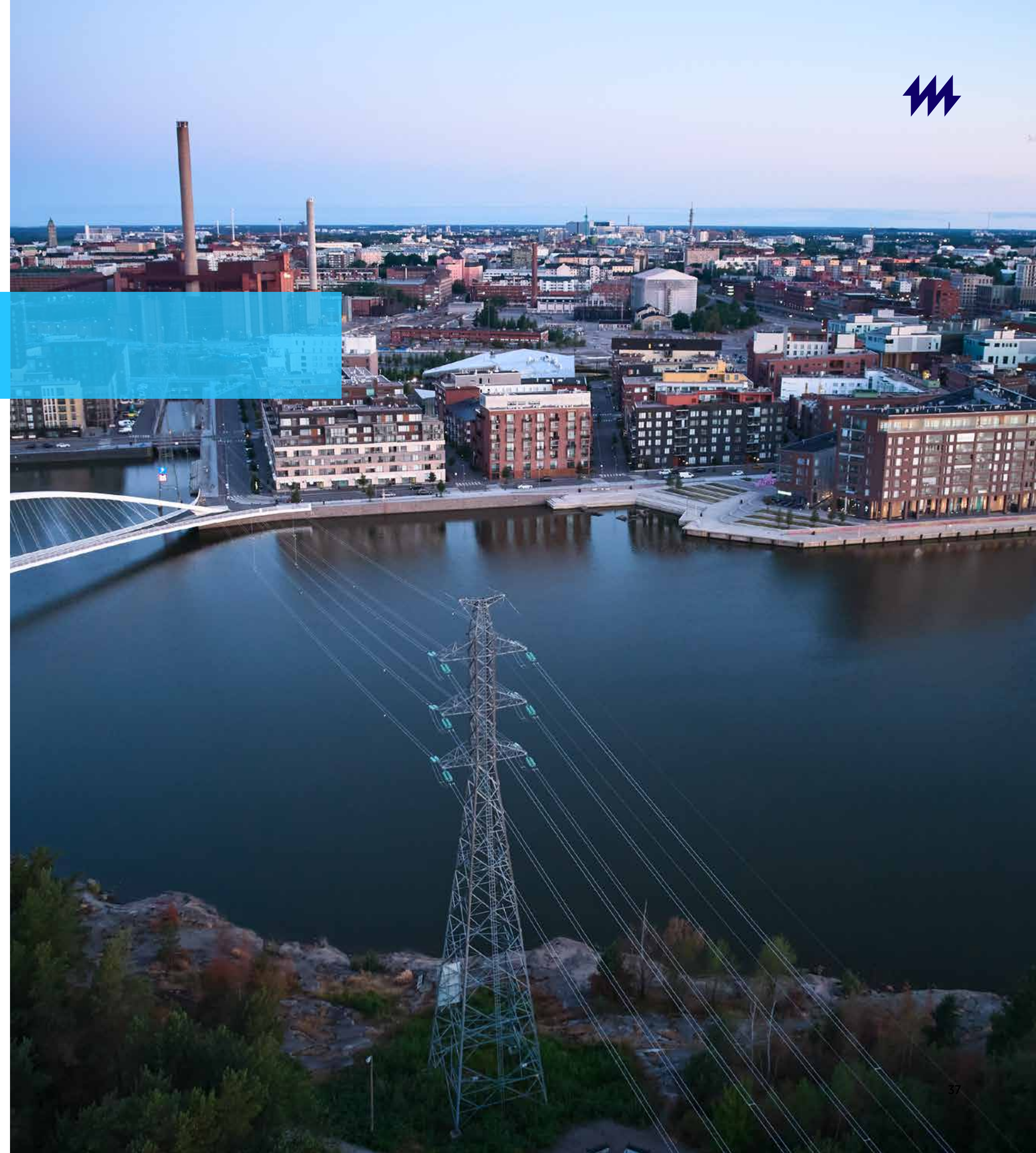
LUOTETTAVUUS, KEHITTÄMINEN

Ydinviesti

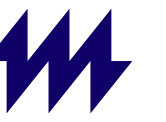
Helsingin jakeluverkko on yksi maailman luotettavimmista sähköverkoista. Kehitämme jatkuvasti sähkön jakelua tilanteessa, jossa sekä vastuullisuuden että sähkön tarve kasvaa.

Tukiviestit

- Helen Sähköverkko on puhtaan ja joustavan energiajärjestelmän mahdollistaja. Palvelut tuovat uuden energia-aikakauden mahdollisuudet jokaisen helsinkiläisen ulottuville.
- Hiilineutraalius yhdistettynä sähkön käytön lisääntymiseen edellyttää isoja muutoksia myös sähköverkolta.
- Suurjännitteistä sähköverkkoa rakennetaan uusiksi ja kantaverkkoyhteyttä laajennetaan.
- Sähköverkon luotettavuus on Euroopan parasta. Helsinkiläinen kohtaa keskimäärin puolen tunnin sähkökatkon vain joka kymmenes vuosi.
- Lämmityksen vihertyminen lisää sähköntarvetta, sillä lämpöpumput tarvitsevat sähköä lämmön muodostamiseksi.



Helen kuluttajat ja yritykset



ASIAKKAAT JA RATKAISUT, KUMPPANUUS JA KEHITTÄMINEN

Ydinviesti

Olemme asiakkaidemme luotettava kumppani energiamurroksessa yli sadan vuoden kokemuksella. Tarjoamme asiakkaillemme parhaat energiaratkaisut ja digitaaliset palvelut laajasta valikoimastamme. Kehitämme näitä jatkuvasti yhdessä asiakkaidemme kanssa entistä kestävämmäksi niin ekologisesti kuin taloudellisesti.

Tukiviestit

- Asiakas on keskiössä kaikessa tekemisessä tuotekehityksestä tuotantoon ja henkilökohtaiseen asiointiin. Tavoitteenamme on olla Suomen asiakaskeskeisin energiayhtiö.
- Helen rakentaa uusia ratkaisuja, jotka liittyvät hajautettuun energiatuotantoon, kiinteistöjen älykkääseen ohjaukseen ja energiahallintaan sekä sähköiseen liikenteeseen.
- Hyödynnämme digitaalisuutta tekemällä energia-asioista helposti hallittavia ja ymmärrettäviä. Asiakkaat voivat hoitaa lähes kaikki energia-asiansa Oma Helen -sovelluksella. Ratkaisuja kehitetään jatkuvasti yhdessä asiakkaidemme kanssa.
- Helenin osaaminen, kokemus ja asenne mahdollistavat nykyisten ja uusien liiketoimintojen kehittämisen yhdessä asiakkaiden ja kumppaniverkostomme kanssa. Kasvamme investoimalla uuteen teknologiaan.

Helen Ventures

PARTNERSHIP WITH STARTUPS, INNOVATION

Ydinviesti

Helen Ventures builds the energy transition by finding the right combination of people, ideas, climate technology and funding.

Tukiviestit

- We partner with innovative start-ups and entrepreneurs that disrupt and renew the energy sector.
- We are more than just a long-term venture capital investor. We offer a platform for accelerated growth by opening doors and connecting the right people, technologies and ideas.





Brändipersoonana & äänensävy

05



Helenin persoona ja puhe henkii aina tavoiteattributteja. Tässä osiossa kuvataan Helenin persoonaa ja miten se näkyy äänensävyssä. Osiossa myös näytetään esimerkkien avulla, kuinka äänensävy tulee esiin erilaisissa viestinnällisissä tilanteissa ja käyttötarkoituksissa.



Brändipersona

Helen on ensivaikutelmasta ja -silmäyksestä alkaen aina **ystävällinen** kaikessa mitä se sanoo tai tekee.

Kun Heleniin tutustuu tarkemmin, osoitamme olevamme **luotettava** ja **inspiroiva**.

Brändipersonan sydän on '**asiakaskeskeinen suunnannäyttävä**'. Tämä on se mikä innostaa ja motivoi Heleniä ja mistä kaikki sen käyttäytyminen ja kommunikaatio kumpuaa.





Helenin äänensävy

Tyyli ja sävy ohjaavat kirjoittamista ja sisällön tuotantoa.

YSTÄVÄLLINEN

Äänensävyssä aina

Helen ymmärtää, että jokainen asiakas ja tilanne on erilainen. Kommunikaation lähtökohta on pääsääntöisesti aina asiakas ja asiakkaan tarpeet.

Asiakas on tarinan sankari, Helen opas ja mahdollistaja. Helen on itsevarma asiantuntijuudestaan, mutta aina asiakaskeskeinen. Helen ei ole koskaan ylimielinen tai näpättele.

Asiakaskeskeisenä asiantuntijana Helen osaa sovittaa sanansa asiakkaan ja tilanteen mukaan – ymmärrettävästi ja ilman kapulakieltä. Pääsääntöisesti sinuttelemmme asiakkaitamme, viittaamme Heleniin Heleninä ja puhumme heleniläisistä me-muodossa.

LUOTETTAVA

Äänensävyssä aina

Helen on aina rehellinen ja avoin. Asiakkaamme voivat luottaa siihen, että puhumme totta ja että olemme aina heidän puolellaan.

Olemme avoimia mahdollisten haasteiden suhteen.

Tarkastamme aina faktat, vältämme epämääräisiä superlatiiveja tai lupauksia, joita emme voi lunastaa.

Käytämme hymiöitä niille soveltuvissa tilanteissa kuten sosiaalisessa mediassa.

INSPIROIVA

Äänensävyssä kontekstisidonnaisesti

Inspiroimme uuden energia-aikakauden mahdollisuuksista ja ratkaisuista ymmärrettävällä, konkreettisella ja oivalluttavalla kommunikaatiolla. Käytämme asiakkaille kehitettyjä ratkaisuja esimerkkeinä.

Huumorin käyttö on sallittu, jos ja kun se inspiroi halutulla tavalla – emme siis käytä alatyylisiä, sarkastista tai synkistelevää mustaa huumoria. Huumorimme on oivaltavaa, ei näsäviisasta.

Huom: Inspiroivuus ei kaikissa tilanteissa, esim. maksumuistutuksessa, ole mahdollista tai järkevää.



Esimerkityksiä äänensävyistä

YSTÄVÄLLINEN - LUOTETTAVA - INSPIROIVA





Käyttötilanteet ohjaavat äänensävyä

YSTÄVÄLLINEN - LUOTETTAVA - INSPIROIVA

Helenin tapa puhua asettaa asiakkaan keskiöön. Nöyrä itsevarmuus inspiroi ja herättää luottamusta. Teemme energiasta kiinnostavaa ja ymmärrettävää sekä luomme vakautta murroksen keskellä.

Konserniviestintä



Omat mediat



Mainonta



SoMe





Esimerkki äänensävystä

Sosiaalinen media



Huomioidaan sosiaalisen median konteksti ja kohderyhmä. Asiakas on sankari, ei Helen. Kerrotaan asia lyhyesti, inhimillisesti ja kansantajuisesti ilman kapulakieltä (ystävällisesti).

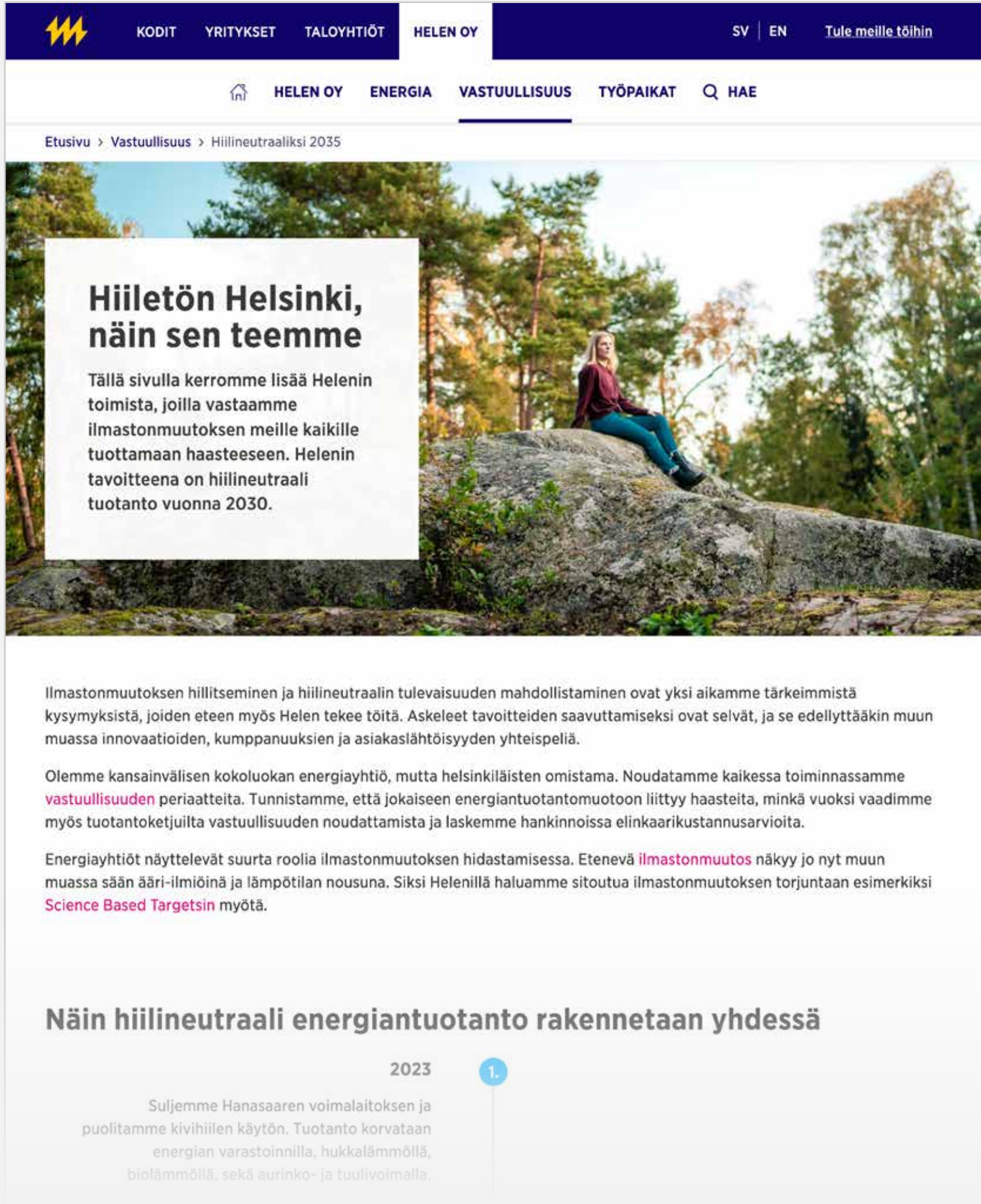


Luvut ja faktat kohdillaan. Lähtökohtana asiakkaan etu ja näkökulma (luotettava).



Helen inspiroi konkreettisella esimerkillä aurinkosähkön mahdollisuuksista (inspiroiva).

Esimerkki äänensävyistä Verkkosivut



Helen on opas energiamurroksessa. Se huolehtii ilmastomuutoksen hillitsemisestä ja mahdollistaa hiilineutraalin tulevaisuuden. Kerronta on ymmärrettävää, ilman kapulakieltä tai pelottelua (ystävällinen).



Faktat kohdillaan. Haasteet myönnetään avoimesti ja torjuntatoimet perustuvat tutkittuun tietoon. Ei liioittelua tai ylilupauksia (luotettava).



Helen kertoo omista teoistaan hiilineutraalin tulevaisuuden puolesta oikeassa mittakaavassa ja tulevaisuuteen katsovalla viestillä kannustetaan muut mukaan. (inspiraatio).



Esimerkki äänensävyistä

Helen-lehti

YLPEYDEN AIHE

Kasa katoaa

Helsingin lämmityksessä luovutaan kivihiilestä. Helen sulkee Hanasaaren voimalaitoksen viimeistään huhtikuun alussa 2023, lähes kaksi vuotta suunniteltua aikaisemmin, ja Salmisaaren voimalaitoksen suunnitelmien mukaan viimeistään 2029. Hiilikasa katoaa Hanasaaresta, ja alue vapautuu kaupunkilaisten käyttöön. Helsingin kaupunki on sitoutunut hiilineutraaliuteen vuoteen 2030 mennessä.

Lue lisää kaukolämmön muuttamisesta hiilineutraaliksi sivuilta 24–25.



Helen on sitoutunut hiilineutraaliuteen ja kertoo sen etenemisestä avoimesti ja ymmärrettävästi ilman kapulakieltä. (ystävällinen).



Helen toimii kaikkien edun mukaisesti edistämällä hiilineutraaliutta. Faktojen suhteen ollaan tarkkoja: ”viimeistään huhtikuun alussa” (luotettava).



Helenillä on hyviä uutisia. Muutos tehdään konkreettiseksi ja ymmärrettäväksi. Vakavastakin asiasta viestitään rennosti ja ihmisläheisesti (inspiroiva).



Esimerkki äänensävystä Verkkomainos



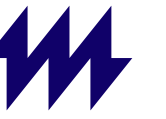
Helppoudesta viestitään ymmärrettävästi, lyhyesti ja helposti (ystävällinen).



Asiantuntijan tapa puhua herättää luottamusta (luotettava).



Opastetaan käytännössä siirtymistä uusiutuvaan energiaan (inspiroiva).





Esimerkki äänensävyistä

Helen Sähköverkko - rekryilmoitus

”Olemme muutosmatkalla ja toivomme sinusta rohkeaa ja muutoksesta innostuvaa kollegaa. Emme tyydy siihen, miten teemme asioita nyt, vaan nostamme rimaa itse – jatkuvasti. Tässä tehtävässä olet keskiössä miettimässä muutoskeinojamme. Arvostamme oppimista ja kehittymistä ja siksi kehitämme aktiivisesti omaa osaamistamme, opimme muilta ja jaamme mielellämme omia näkemyksiämme.”



Helen arvostaa työntekijöidensä osaamista ja toivottaa ystävällisesti uudet työntekijät tervetulleeksi. Helenillä kehitetään yhdessä oppien ja parhaita oppeja jakamalla. (ystävällinen).



Olemme avoimia sen suhteen, ettei maailma tai osaamisemme ole vielä valmista (luotettava).



Nostamme jatkuvasti rimaa, arvostamme oppimista ja kehittymistä sekä kehitämme aktiivisesti osaamistamme eri tavoin voidaksemme olla suunnannäyttäjiä (inspiroiva).

Esimerkki äänensävyistä

Oma Helen - kehoite applikaation lataamiseen

*”Muistitko maksaa sähkölaskun?
Entä tehdä sähkösopimuksen
uuteen kotiin? Nämä arkiset
sähköasiat tarkistat ja hoidat
näppärästi Oma Helenissä!
Oma Helen -sovelluksella opit
tuntemaan paremmin omaa
energiankulutustasi ja hoidat
helposti energiaan liittyvän
asioinnin.”*



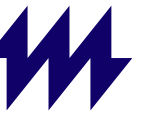
Muistutetaan ja ohjataan asiakasta ystävällisesti arkisten asioiden hoitoon. (ystävällinen).



Ajattelemme asiaa asiakkaan kannalta, emmekä liioittele (luotettava).



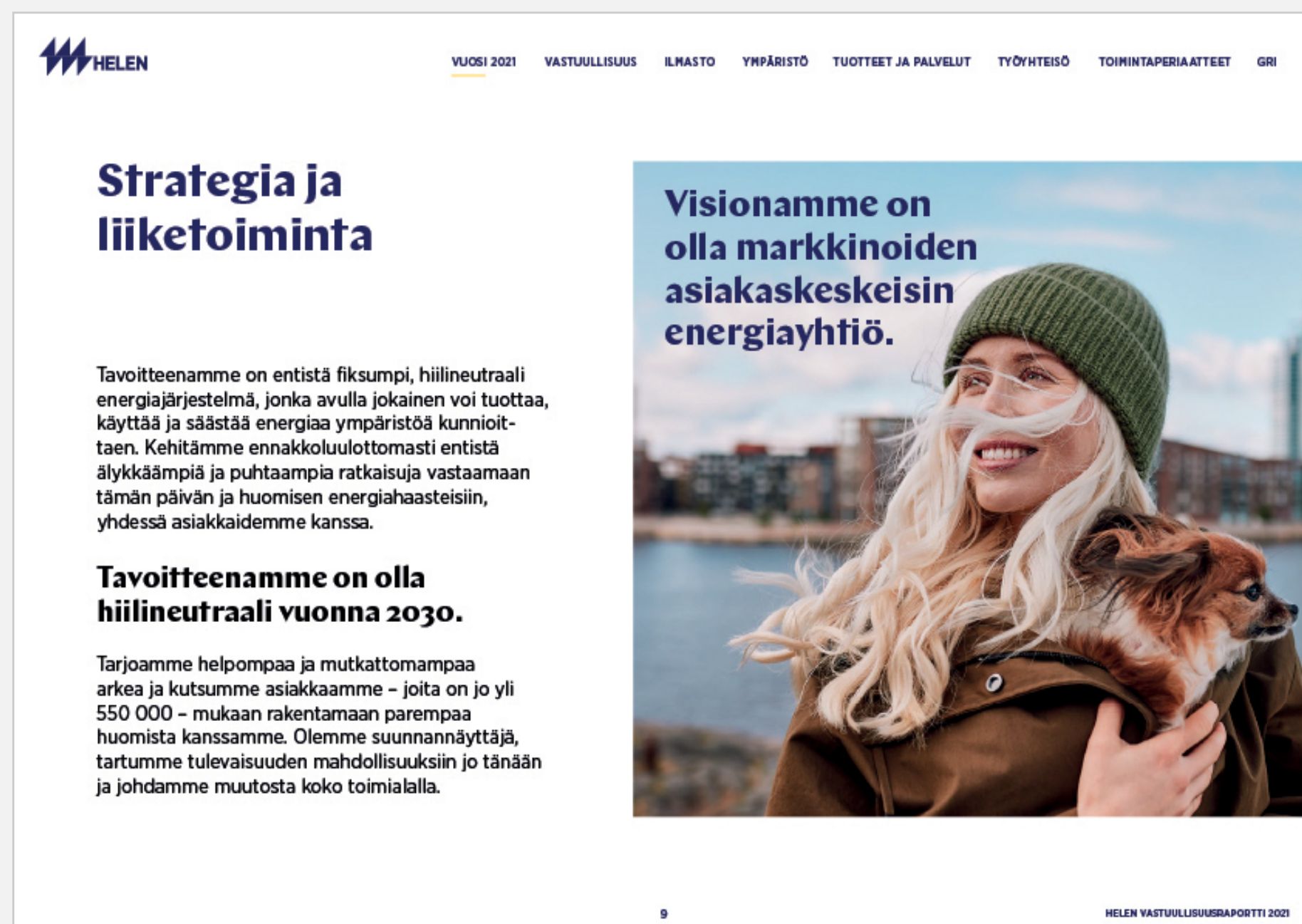
Neuvomme, miten omaa energiankulutusta ja asiointia voi hoitaa helposti sovelluksella (inspiroiva).





Esimerkki äänensäyvystä

Helen Oy - vastuullisuusraportti 2021



Asiakas on sankari, ei Helen. Helen mahdollistaa sen, että asiakkaat voivat olla mukana rakentamassa parempaa tulevaisuutta.



Itsevarma suunnannäyttävä kertoo avoimesti ja rehellisesti mitä ollaan tekemässä, miksi ja missä ollaan.



Helen on asiakaskeksinen asiantuntija, joka tekee monimutkaisistakin asioista ymmärrettäviä ja kansantajuisia.



Alabrändikohtainen yhteenveto

06



Tämä osio tiivistää ja auttaa hahmottamaan minkälaista mielikuvaa tavoittelemme kunkin alabrändin asiakkaiden ja sidosryhmien näkökulmasta. Kukin yhteenvetosivu kokoaa brändin elementit yksittäisen alabrändin näkökulmasta.





Helen Sähköverkko yhteenveto

Helen Sähköverkko on yksi maailman luotettavimmista sähköverkoista. Sähkön siirrossa tärkeintä asiakkaalle on **luotettavuus**: varmuus siitä, että sähköä saa ja että sähkökatkoksia sekä häiriötilanteita on mahdollisimman vähän. Energia-alan murroksen takia luotettavuus edellyttää innovatiivisuutta. Helen Sähköverkko on innovatiivisuudestaan palkittu **suunnannäyttäj**, joka palvelee ja kommunikoi ystävällisesti, **helpottaen arkea**.

Tavoiteattribuutit (Helen + Helen Sähköverkko)

LUOTETTAVUUS - SUUNNANNÄYTTÄJYYS - HELPOTTAA ARKEA

Pääviesti (Helen Sähköverkko)

Helsingin jakeluverkko on yksi maailman luotettavimmista sähköverkoista. Kehitämme jatkuvasti sähkön jakelua yhteisössä, jossa sekä vastuullisuuden että sähkön tarve kasvaa.

Brändipersoona (Helen)

Ensivaikutelma on aina ystävällinen. Helen on luotettava ja inspiroiva, sydämeltään asiakaskeskeinen suunnannäyttäjä.

Äänensävy (Helen)

YSTÄVÄLLINEN - LUOTETTAVA - INSPIROIVA

Brändilupaus (Helen)

NÄE ENERGIA UUDESSA VALOSSA



Helen kuluttajat yhteenveto

Asiakas on aina tarinan sankari. Helen on asiakkaan ystävä ja opas energiamurroksessa yli 100 vuoden kokemuksella. Helenin ansiosta asiakas voi luottaa siihen, että arjen energia-asiat toimivat. Siksi Helen **helpottaa arkea**.

Palvelemme asiakkaitamme aina ystävällisesti.

Tavoiteattribuutit (Helen + Helen kuluttajat)

LUOTETTAVUUS - SUUNNANNÄYTTÄJYYS - HELPOTTAA ARKEA

Pääviesti (Helen kuluttajat)

Olemme asiakkaidemme luotettava kumppani energiamurroksessa yli sadan vuoden kokemuksella. Tarjoamme asiakkaillemme parhaat energiaratkaisut ja digitaaliset palvelut laajasta valikoimastamme. Kehitämme sitä jatkuvasti yhdessä asiakkaidemme kanssa entistä kestävämmäksi niin ekologisesti kuin taloudellisesti.

Brändipersoona (Helen)

Ensivaikutelma on aina ystävällinen. Helen on luotettava ja inspiroiva, sydämeltään asiakaskeskeinen suunnannäyttäjä.

Äänensävy (Helen)

YSTÄVÄLLINEN - LUOTETTAVA - INSPIROIVA

Brändilupaus (Helen)

NÄE ENERGIA UUDESSA VALOSSA



Helen yritykset yhteenveto

Helen **helpottaa** aktiivisesti yritysasiakkaidensa **arkea** olemalla kehittämällä jatkuvasti ratkaisuvaihtoehtojaan heitä varten. Helen inspiroi yritysasiakkaita kokeilemalla ja kertomalla uusista ratkaisuista. Näin asiakas voi keskittyä ydinliiketoimintaansa luottaen siihen, että Helen tarjoaa uusia räätälöityjä ratkaisuja.

Tavoiteattribuutit (Helen + Helen yritykset)

LUOTETTAVUUS - SUUNNANNÄYTTÄJYYS - HELPOTTAA ARKEA

Pääviesti (Helen kuluttajat)

Olemme asiakkaidemme luotettava kumppani energiamurroksessa yli sadan vuoden kokemuksella. Tarjoamme asiakkaillemme parhaat energiaratkaisut ja digitaaliset palvelut laajasta valikoimastamme. Kehitämme sitä jatkuvasti yhdessä asiakkaidemme kanssa entistä kestävämmäksi niin ekologisesti kuin taloudellisesti.

Brändipersoona (Helen)

Ensivaikutelma on aina ystävällinen. Helen on luotettava ja inspiroiva, sydämeltään asiakaskeskeinen suunnannäyttävä.

Äänensävy (Helen)

YSTÄVÄLLINEN - LUOTETTAVA - INSPIROIVA

Brändilupaus (Helen)

NÄE ENERGIA UUDESSA VALOSSA



Helen Ventures yhteenveto

Helen Ventures uses the accumulated experience and knowhow of over a hundred years to act as the pathfinder (**suunnannäyttävä**) of the energy sector, Helen Ventures actively supports startups in the energy, e-mobility, circular economy, decarbonisation and digital solutions sectors. We do it by finding the right combination of people, ideas technologies and funding. Startups can trust us (**luotettavaus**) to be an active partner for growth. Helen Ventures is one of the ways in which Helen as a whole can act as a pathfinder in the energy transition.

Tavoiteattribuutit (Helen)

SUUNNANNÄYTTÄJYYS - LUOTETTAVUUS

Pääviesti (Helen Ventures)

Helen Ventures builds the energy transition by finding the right combination of people, ideas, climate technology and funding.

Brändipersoona (Helen)

Ensivaikutelma on aina ystävällinen. Helen on luotettava ja inspiroiva, sydämeltään asiakaskeskeinen suunnannäyttävä.

Äänensävy (Helen)

YSTÄVÄLLINEN - LUOTETTAVA - INSPIROIVA

Brändilupaus (Helen)

NÄE ENERGIA UUDESSA VALOSSA



Mediakortti

07



Tämä osio helpottaa mediavalintojen tekemistä ja esittelee millaisia omia kanavia Helenillä on asiakkaiden ja sidosryhmien tavoittamiseen. Mediakortit näyttävät miten Helenin markkinointiviestintä on toiminut eri kanavissa.





Helenin omat kanavat ja vaikuttavuus





Otsikko 1 - lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

UUTISKIRJE

Tavoittavuus

400 000

Avasusprosentti

37 %

KODIT

YRITYKSET

TALOYHTIÖT

HELEN OY

Sähkö

Lämmitys ja jäähdytys

Aurinkopaneelit

Sähköauton lataus

Asiakaspalvelu

Uusia tukia sähkösopimus-asiakkaille

Väliaikainen lainsäädäntö sähköhyvitykselle sekä sähköenergianlaskujen maksuajan pidennykselle on astunut voimaan. Tutustu tukimuotojen ohjeisiin.

Lue Lisää

Sähkösopimus Heleniltä

Tee sähkösopimus netissä helposti ja nopeasti! Helen tarjoaa sähkösopimuksia kaikkialle Suomeen. Myymme sähköä henkilöasiakkaille, yrityksille sekä taloyhtiöille.

HELEN.FI

Tavoittavuus

Yli 1,4 milj. kävijää vuosittain

Sivukatselut

Lähes 7,5 milj.

KODIT

YRITYKSET

TALOYHTIÖT

HELEN OY

Helen Oy

Energia

Vastuullisuus

Työpaikat

Etusivu

Uutiset

Jäähdytys Hanasaaren voimalaitokselle

Takaisin

Jäähdytys Hanasaaren voimalaitokselle

Merkittävä aikakausi päättyy, kun helsinkiläisiä lähes 50 vuotta palvellut Hanasaaren B-voimalaitos lopettaa toimintansa. Kattiloiden tulet sammuvat ja höyryturbiinit pysähtyvät 1. huhtikuuta, ja samalla Helenin energiantuotanto ottaa mittavan loikan vihreämpään suuntaan.

SISÄLTÖMARKKINOINTI

Artikkeleiden lukukerrat

210 000 vuosittain



HELEN-LEHTI

Ilmestyy

Jakelu

2 kertaa vuodessa n. 350 000

Lukijoiden lehdelle antama kokonaisarvosana on 8,2/10 ja 63 % lukijoista kertoo lehden olevan melko tai erittäin tärkeä asiakasetu.

Oma Helenin uudet ominaisuudet auttavat säästämään sähköä

Oma Helen -sovellukseen on tämän syksyn aikana julkaistu liuta uusia hyödyllisiä ominaisuuksia, jotka auttavat sinua säästämään euroja ja tekemään fiksuja energiatekoja arjessa.



1. Seuraa sähkön tuntihintaa ja suunnittele omaa sähkönkulutustasi

Oma Helenin sähköosiosta alaspäin vierittämällä löytyvä kuvaaja näyttää Nord Pool -sähköpörssin Suomen aluehinnat tunneittain ilman veroja tai sähköyhtiön perimää marginaalia. Kuvaajan avulla omaa sähkönkulutusta on helppo suunnitella ja ajoittaa niihin hetkiin, kun sähkön hinta on edullisimmillaan.

2. Ota käyttöön sähkön korkeista ja matalista hinnoista hälyttävät ilmoitukset

Ottamalla käyttöösi Oma Helenin hintailmoitukset saat puhelimeesi hälytyksen, mikäli sähkön tuntihinta on seuraavana päivänä poikkeuksellisen korkea tai matala.

3. Madalla sähkön kulutushuippuja ja paranna Suomen energiaomavaraisuutta

Oma Helen kertoo sinulle Suomen ajantasaisen sähkötilanteen ja neuvoo, milloin energiankulutusta tulisi rajoittaa kulutushuippujen madaltamiseksi.

Maksuttoman Oma Helen -sovelluksen voit ladata App Store- tai Google Play-sovelluskaupoista.

LASKUNLIITE

Vuosittain lähetettyjä paperilaskuja

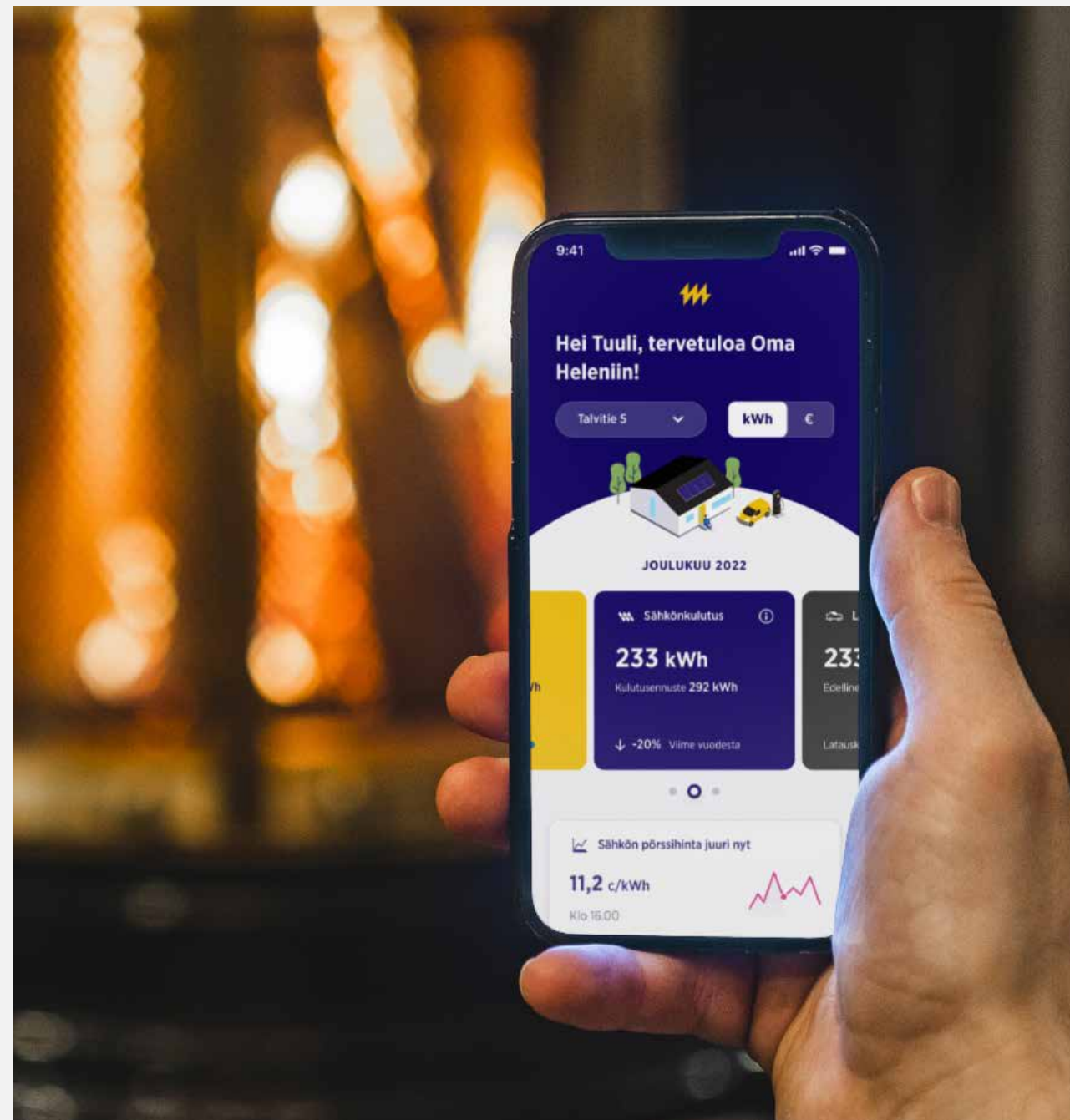
1,6 milj.



DIGITAULOT

Kampin kauppakeskuksen digitaalujen näkyvyys kuukaudessa noin

320 000



OMA HELEN -PALVELU

Rekisteröityjä käyttäjiä yli

390 000

Päivittäisiä käyttäjiä yli

46 000



MEDIANÄKYVYYS

Yhdellä kaupallisen PR:n medialähdöllä jopa

100 000 €

laskennallinen media-arvo.



SOMEKANAVAT



Fb seuraajat:

12 000



Ig seuraajat:

3 100



Li seuraajat:

12 400



Tw seuraajat:

6 000



Graafinen ohjeisto

08



Helenin visuaalinen ilme herättää luottamusta ja henkii selkeyttä ja suunnannäyttäjyyttä. Helenin muotokieli perustuu liikemerkin kulmikuuteen ja dynaamisuuteen. Liikemerkin salama on Helenille ominainen, uniikki ja graafinen. Värimaailmassa auringon keltainen liitetään Heleniin ja sitä pyritään käyttämään mahdollisimman usein vahvistamaan viestiä. Helenin salamatunnusta käytetään näkyvyyden vahvana allekirjoittajana.





Liikemerkki





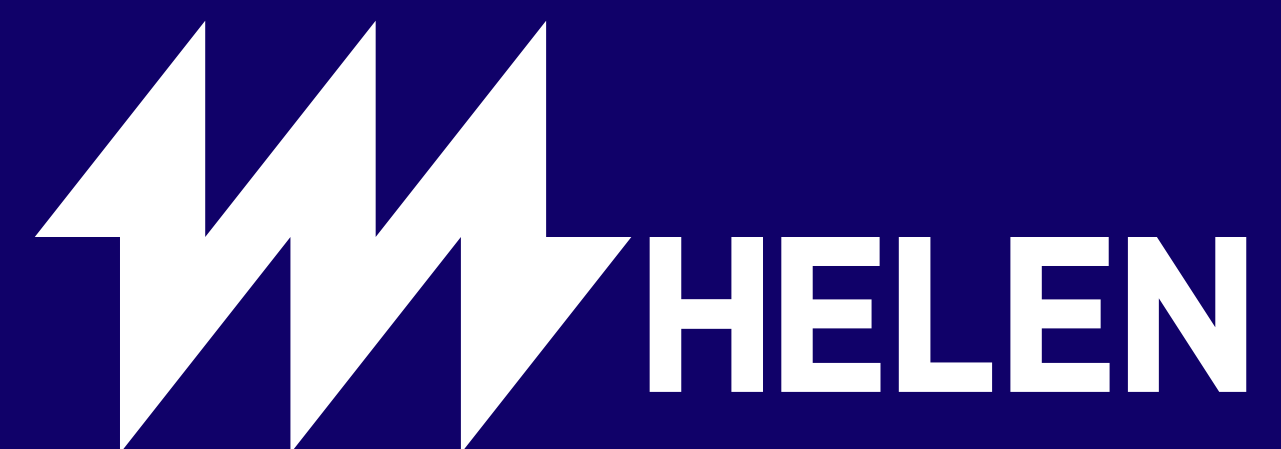
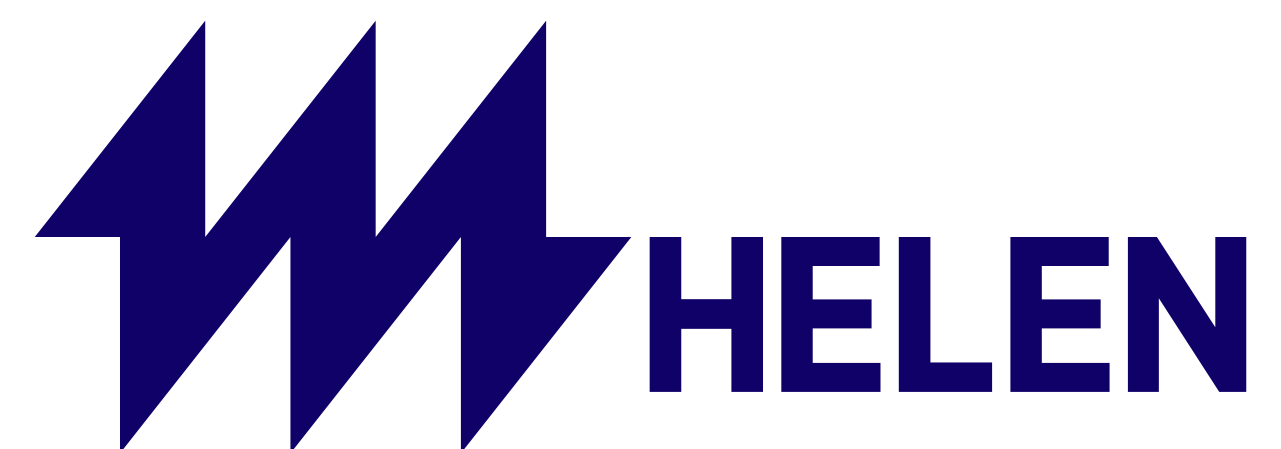
Helen liikemerkki

Helen logo on monokramaattinen eli se näyttäytyy aina yhdessä Helenin värissä, suositaan keltaista (aurinko) ja sinistä (vesi) väriä, valkoista käytetään sinistä taustaa vasten. Logon väri määräytyy käytettävän taustan mukaisesti niin, että sen erottuvuus maksimoidaan.

Pääasiallisesti liikemerkistä käytetään pystyversiota. Vaakaversiota käytetään silloin, kun se on tilankäytöllisesti järkevää. Kokonaan mustaa liikemerkkiä käytetään vain mustavalkoisessa värimaailmassa, kun muita värejä ei voida käyttää.







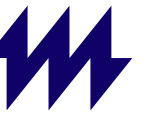


HELEN



HELEN





Esimerkkejä oikeasta logon käytöstä

Yksivärisellä taustalla käytetään keltaista taustaa ja sinistä logoa. Keltaista logoa suositellaan käytettävän tummia taustoja vasten ja sinistä logoa vaaleita taustoja vasten. Tummansinisen taustan päällä käytetään valkoista logoa.

Verkossa ei käytetä keltaista logoa valkoisella taustalla, koska tällöin saavutettavuusstandardit eivät toteudu.





Esimerkkejä virheellisestä logon käytöstä

Älä venytä, kallista, värjää tai muotoile logoa. Vältä efektien käyttämistä, mutta kevyttä varjostusta voidaan hyödyntää, mikäli merkki ei muuten erotu selkeästi. Varjostuksen tulee kuitenkin olla mahdollisimman huomaamaton.





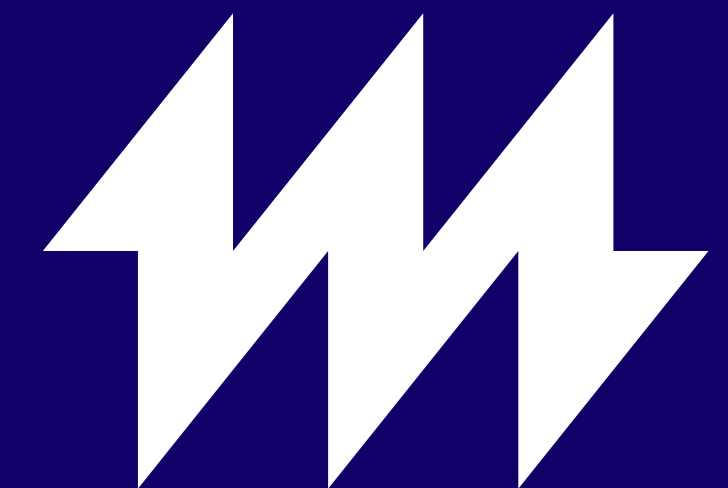
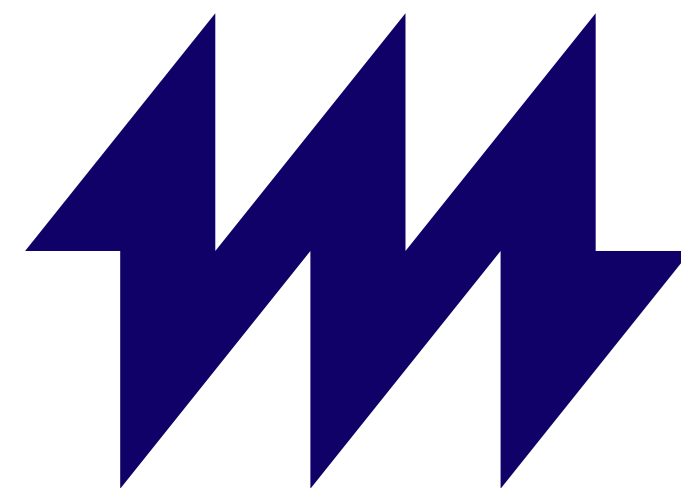
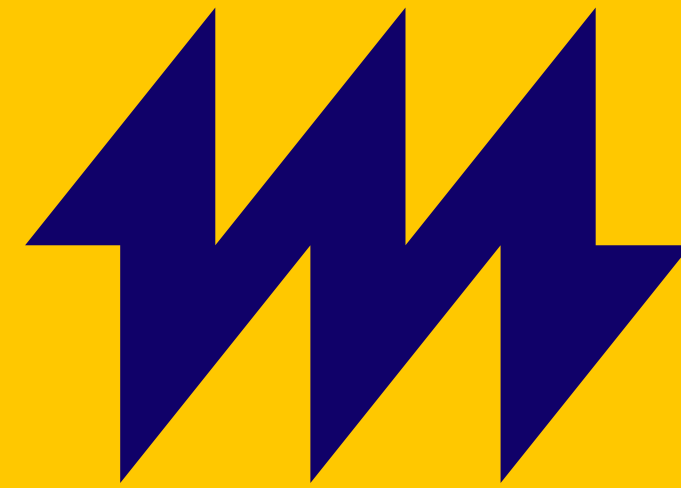
Suoja-alue

Logon ympärille tulee jättää suoja-alue, jotta se pysyy selkeästi tunnistettavana jokaisessa käyttötapauksessa. Suoja-alueen vähimmäismitta on logon yksittäisen salaman kärjen lyhimmän sivun pituus. Samaa kaavaa voidaan soveltaa kaikkiin logon versioihin.



Helen tunnus

Salama-tunnusta käytetään vain niissä tapauksissa, joissa logolle on vain vähän tilaa tai logon koko menee niin pieneksi, että tekstin luettavuus kärsii. Tunnusta voidaan käyttää värien sekä kuvien päällä. Varmista tunnuksen hyvä erottuminen taustasta. Tunnusta voidaan käyttää myös silloin, kun viestitään Helenistä konsernitasolla yhdessä Helen Sähköverkon kanssa.





Värit





Helenin värien käyttö

Päävärit ovat saaneet inspiraationsa energianlähteistä: aurinko, tuuli ja vesi. Keltainen on energia-alalla vahva erottautumistekijä ja sitä pyritään tuomaan esille mahdollisimman usein.



Väritasapaino

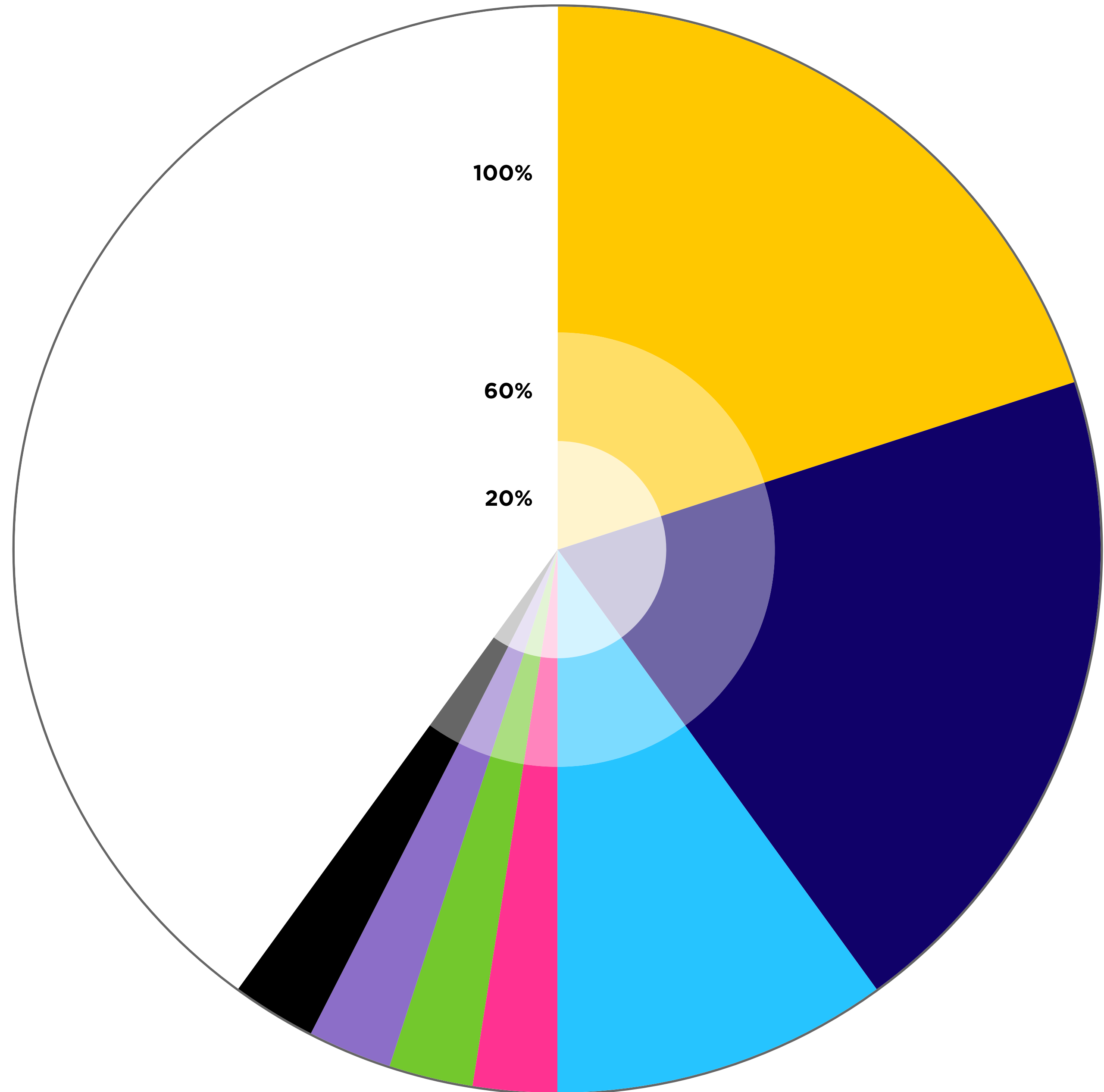
Helenin päävärit ovat keltainen Aurinko, vaaleansininen Tuuli, tummansininen Vesi ja valkoinen Valo. Aurinko-väri on Helenin värihierarkian huipulla ja sen tulisi olla mukana Helenin materiaaleissa ainakin jollain tasolla.

Valkoisen ja tyhjän tilan käyttö on merkittävässä roolissa ilmeen tunnistettavuudessa ja selkeydessä.

Vaaleampia sävyjä käytetään kuvituksissa, datavisualisoinneissa.

Värien käytössä on huomioitava saavutettavuus. Saavutettavan designin luominen on aina suunnittelijan vastuulla.

Verkkoympäristön värien määrittely on tarkemmin kuvattuna Design systemissä.



Päävärit

Helenin päävärit ovat keltainen Aurinko, vaaleansininen Tuuli, tummansininen Vesi ja valkoinen Valo. Aurinko-väri on Helenin värihierarkian huipulla ja sen tulisi olla mukana Helenin materiaaleissa ainakin jollain tasolla.

Vaaleampia sävyjä käytetään mm. kuvituksissa & datavisualisoinneissa.

Värien käytössä huomioitava aina saavutettavuus ja luettavuus.

Aurinko

HEX	#ffc800
RGB	255 200 0
CMYK C	0 15 100 0
CMYK U	0 7 100 0
Newspapper	0 10 100 0
PMS	7405 C

60 %

20 %

Vesi

HEX	#100169
RGB	16 1 105
CMYK C	100 78 0 18
CMYK U	100 85 0 10
Newspaper	100 85 0 15
PMS	7687 C

60 %

20 %

Tuuli



HEX	#26c4ff
RGB	38 196 255
CMYK C	85 0 0 0
CMYK U	90 0 0 0
Newspaper	100 3 0 0
PMS	2995 C

60 %

20 %

Valo

HEX	#ffffff
RGB	255 255 255
CMYK	0 0 0 0

Lisävärit

Lisävärit täydentävät
päävärejä ja mahdollistavat
korostesävyjen käytön tarpeen
vaatiessa. Helenin lisävärejä
käytetään harkinnanvaraisesti
silloin, kun se on perusteltua
käyttötarkoituksesta johtuen.
Tällaisia tilanteita ovat esimerkiksi
kuvitukset, datan visualisoinnit,
infograafit tai värin käyttö
yksittäisenä tehostevärinä.

Yö on lähtökohtaisesti vain
tekstin väri.

Miami

HEX	#ff3291
RGB	255 50 145
CMYK C	0 85 5 0
CMYK U	0 90 5 0
Newspaper	5 100 0 0
PMS	2039 C

60 %

20 %

Lehti

HEX	#73c82d
RGB	115 200 45
CMYK C	40 0 100 0
CMYK U	30 0 100 0
Newspaper	30 0 100 0
PMS	2300 C tai 3507 C

60 %

20 %

Laventeli



HEX	#8c6ec8
RGB	140 110 200
CMYK C	50 55 0 0
CMYK U	43 60 0 0
Newspaper	45 53 0 0
PMS	3543 C tai 2655 C

60 %

20 %

Yö

HEX	#000000
RGB	0, 0, 0
PMS	BLACK C

60 %

20 %

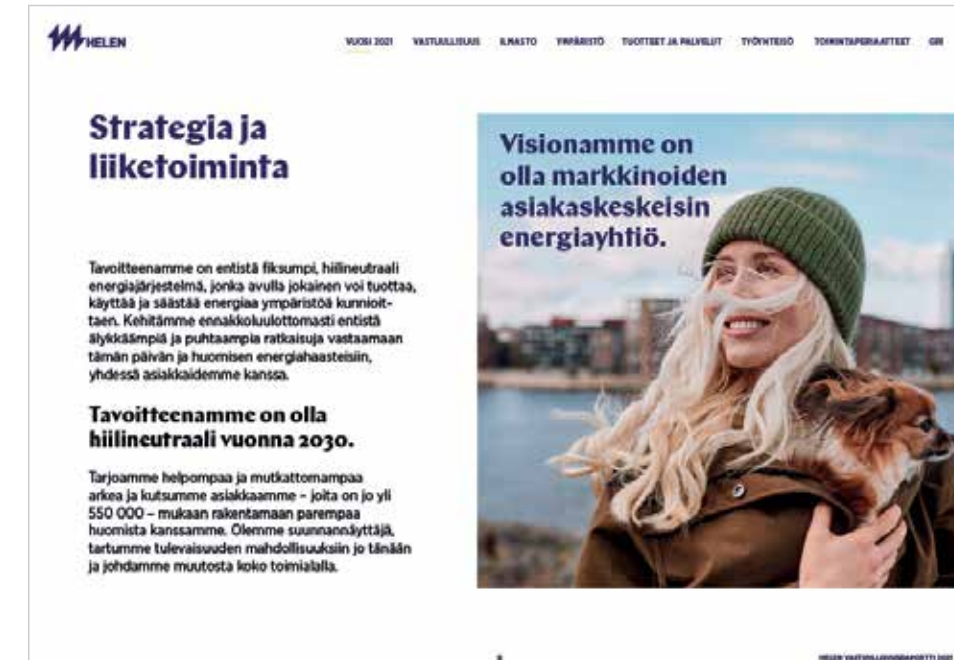


Värien käyttö



Väritasapaino

Valkoisen ja sekä päävärien Aurinko ja Vesi välinen tasapaino. Lisävärien käyttö hienovaraisesti.



Teksti

Tekstit tulee lähtökohtaisesti mustalla (yö), sinisellä (vesi) tai negana valkoisella (valo).

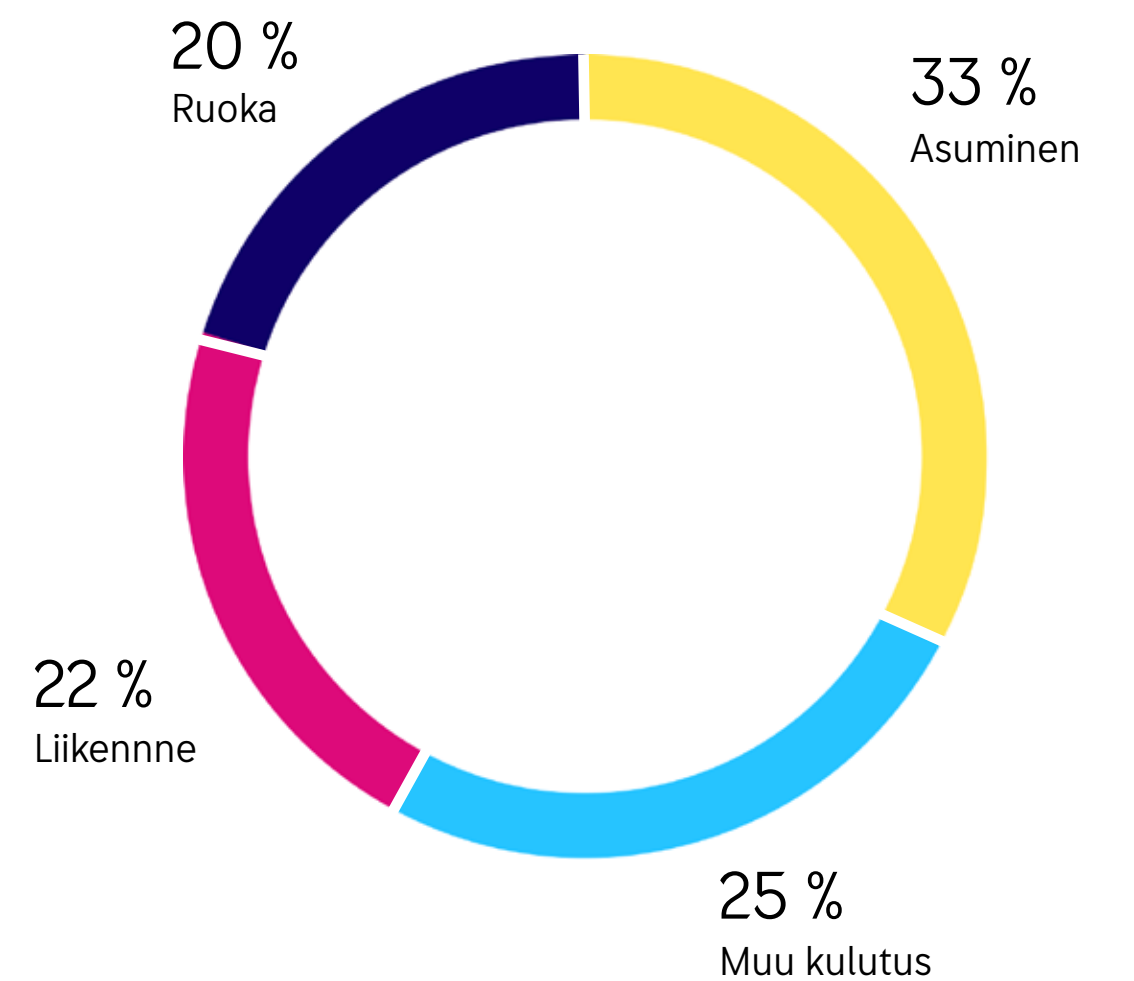
Huomioitava saavutettavuus ja luettavuus.

Tuuli+ valo & Aurinko & valo ei sovellu tekstin väriksi missään yhteyksissä.



Taustavärit

Värien hyödyntäminen tilanjakanana ja huomionherättäjänä. Pääpaino pääväreillä. Markkinoinnissa mahdollista hyödyntää vapaammin lisävärejä.



Grafiikka

Käytetään selkeästi toisistaan erottuvaa väripalettia, lähtökohtaisesti 100 % täytöllä.



Typografia





Helen Headline



Otsikkotasolla käytetään Helen Headline-leikkausta. Helen Headline- fontia tulee käyttää isoissa otsikoissa silloin, kun otsikoihin halutaan hieman enemmän visuaalisuutta ja huomiota eikä esimerkikisi käytettävyydellä ole niin suurta merkitystä. Persoonallinen fontti sitoo yhteen logon kulmikkuutta sekä graafisten elementtien pyöreyttä.

Helen Headline

A B C D E F G H I J K L M N O

P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö

a b c d e f g h i j k l m n o

p q r s t u v w x y z å ä ö

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? . , : ' ”



Helen Headline

Näe energia uudessa valossa

Helen Text



Helen Text -fonttia voidaan käyttää otsikko- ingressi- sekä leipätekstitasolla. Helen Text on selkeä ja kapeine kirjaimineen mahtuu kapeampiinkin palstoihin. Otsikot voidaan kirjoittaa gemenalla ja versaalilla riippuen tapauksesta. Leipäteksti kirjoitetaan aina gemenalla, eli isoja kirjaimia käytetään normaalien kielioppisääntöjen mukaan. Väliotsikot voidaan tapauskohtaisesti kirjoittaa versaalilla.



Helen Text Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? . , : ' ”

Helen Text Medium

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? . , : ' ”

Helen Text Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? . , : ' ”

Helen Text Italic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? . , : ' ”



Helen Text

Näe energia uudessa valossa

Näe energia uudessa valossa

Näe energia uudessa valossa

Näe energia uudessa valossa

Arial



Microsoft-tuoteperheen sovelluksissa, kuten Wordissa ja PowerPointissa käytetään aina universaalia Arialia, jotta vältetään yhteensopivuusongelmat. PowerPointin tekstin koko ei tulisi mennä koskaan alle 14 pisteen luettavuuden vuoksi.



Arial Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? . , : ' ”

Arial Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? . , : ' ”

Arial Black

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? . , : ' ”



Arial

Näe energia uudessa valossa

Näe energia uudessa valossa



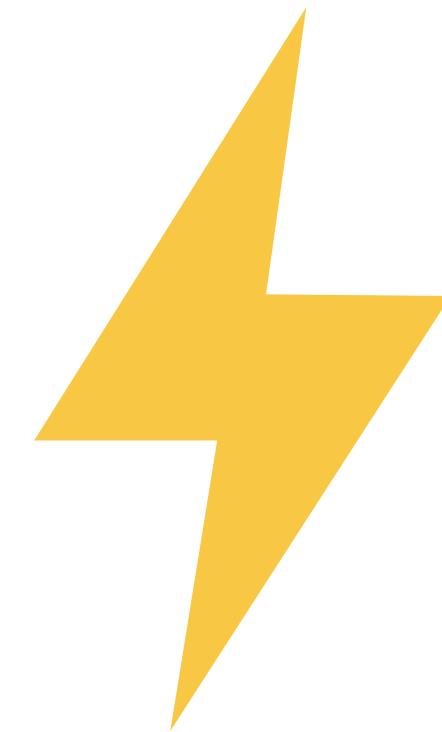
Graafiset elementit



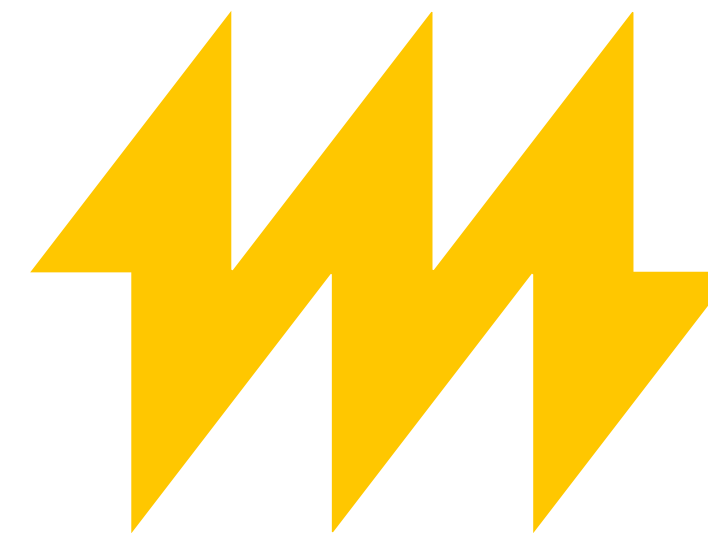
Key visuals

Graafisia elementtejä voidaan käyttää elävöittämään visuaalista ilmettä. Muodot ponnistavat samasta kulmikkaasta muotokielestä kuin Helenin logo ja visuaalisuus.

Elementtejä tulee käyttää harkiten ja vain yhtä elementtiä per toteutus.



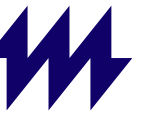
Sähkö



Salama



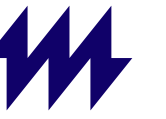
Sahalaita



Sähkö

Sähkö on graafinen elementti, jota voidaan käyttää elävöittämään visuaalista ilmettä. Salama ponnistaa samasta kulmikkaasta muotokielestä kuin Helenin logo ja visuaalisuus.

Sähköä voidaan käyttää esimerkiksi vahvana tunniste-elementtinä mainonnassa.



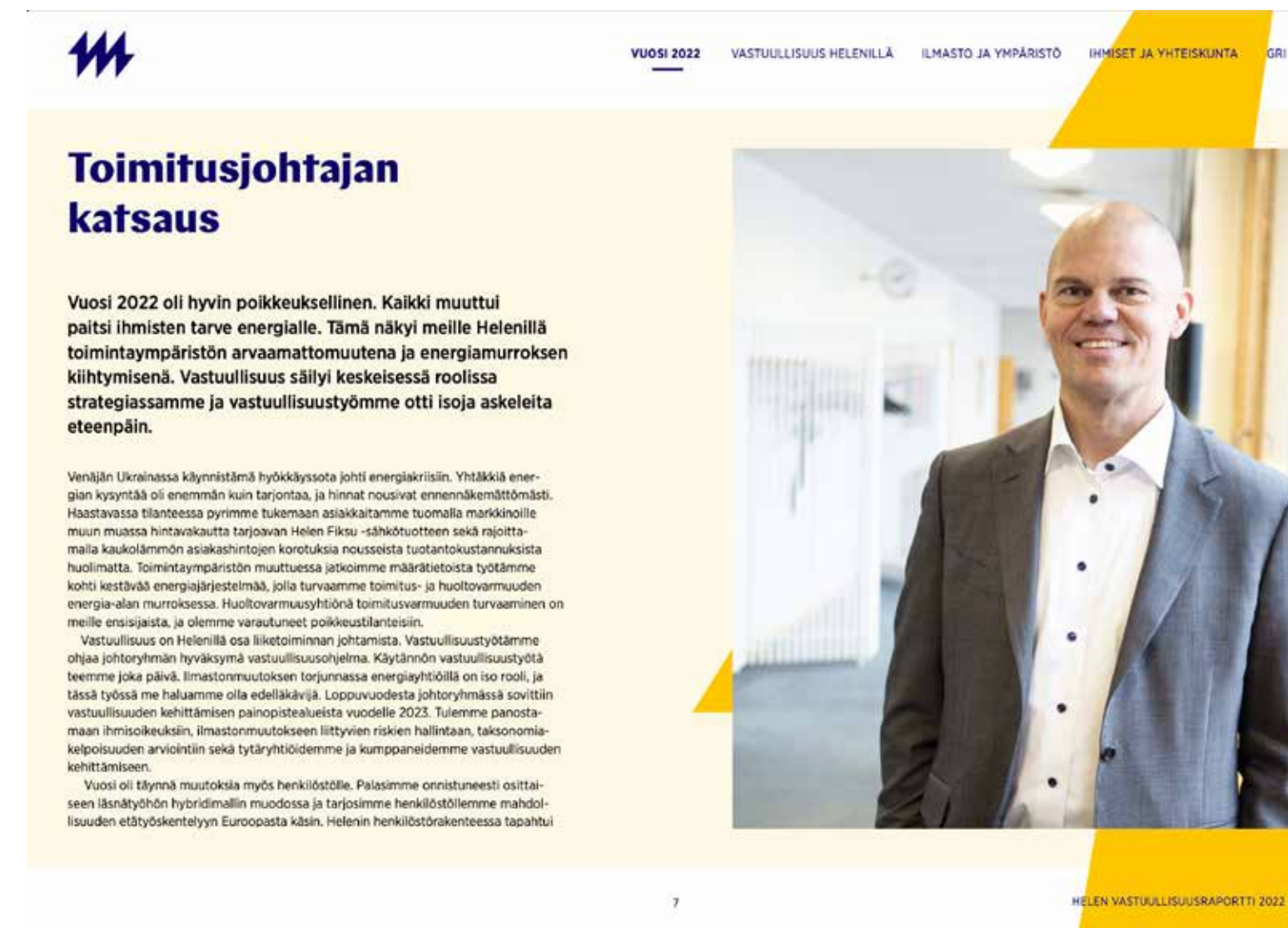


Sähkö

Sähkö on graafinen elementti, jota voidaan käyttää elävöittämään visuaalista ilmettä. Salama ponnistaa samasta kulmikkaasta muotokielestä kuin Helenin logo ja visuaalisuus.

Sähköä voidaan käyttää esimerkiksi vahvana tunniste-elementtinä mainonnassa.

Esimerkki: Taitto



Visuaalinen kontrasti ja elävöittäjä.

Esimerkki: Ulkomainos



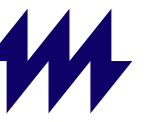
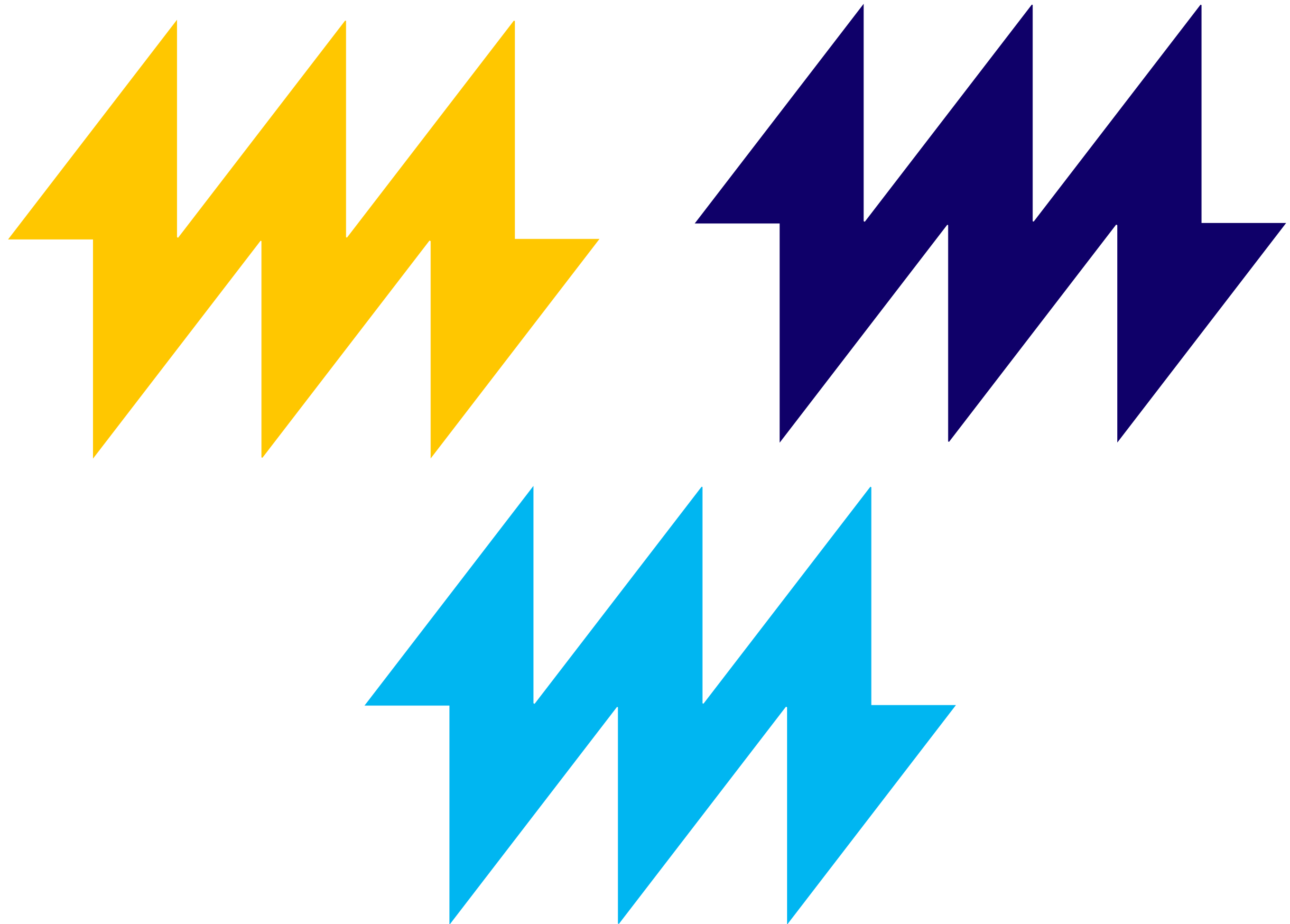
Tunniste-elementti

Salama

Salama on graafinen elementti, jota voidaan käyttää elävöittämään visuaalista ilmettä. Salama ponnistaa samasta kulmikkaasta muotokielestä kuin Helenin logo ja visuaalisuus.

Sitä voidaan käyttää esimerkiksi taustapintana esitteissä ja muissa painomateriaaleissa tai tunniste-elementtinä esityksissä.

Muoto on täysin sama kuin tunnuksessa, joten huomioitava, että sitä ei käytetä tunnuksen omaisesti ja toteutuksessa aina huomioitava symboliin suhde tunnukseen.



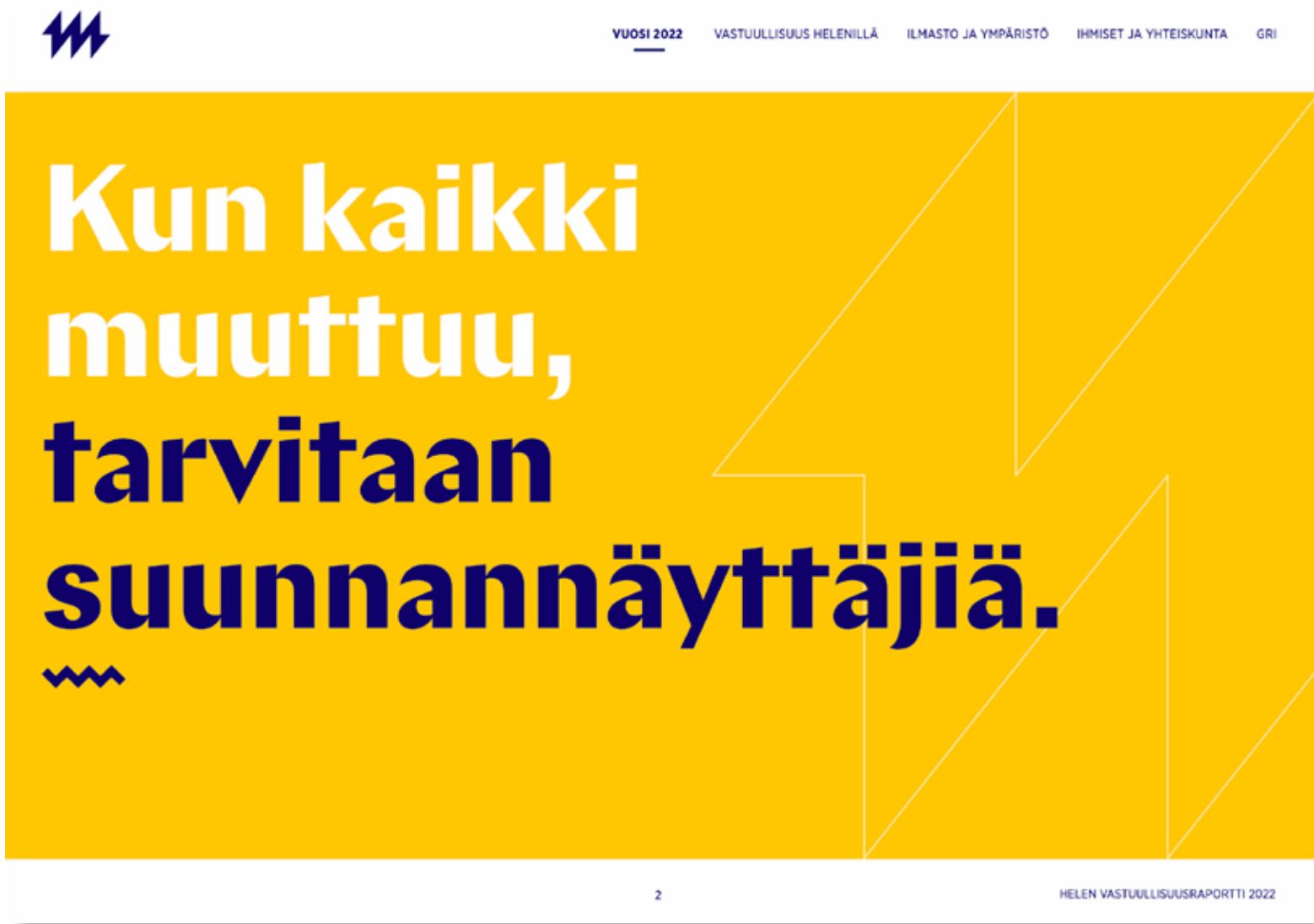
Salama

Salama on graafinen elementti, jota voidaan käyttää elävöittämään visuaalista ilmettä. Salama ponnistaa samasta kulmikkaasta muotokielestä kuin Helenin logo ja visuaalisuus.

Sitä voidaan käyttää esimerkiksi taustapintana esitteissä ja muissa painomateriaaleissa tai tunniste-elementtinä esityksissä.

Muoto on täysin sama kuin tunnuksessa, joten huomioitava, että sitä ei käytetä tunnuksen omaisesti ja toteutuksessa aina huomioitava symboliin suhde tunnukseen.

Esimerkki: Taitto



Visuaalinen kontrasti ja elävöittäjä.



AURINKOENERGIAN MYYTIT NURIN

Myytti 1:
Suomessa on liian kylmää ja pimeää aurinkovoimalalle.
Suomen ilmastoo sopii hyvin aurinkoenergian tuotantoon, koska aurinkopaneelit toimivat tehokkaimmin viileässä. Tuotanto on meillä yhtä tehokasta kuin esimerkiksi Pohjois-Saksassa.
Vaikkei aurinko aina paistaakaan, vuotuistuotanto tekee investoinnin kannattavaksi. Takaisinmaksuaika asuintaloyhtiöiden aurinkovoimaloissa on tyypillisesti 10-15 vuotta.

Myytti 2:
Aurinkovoimala on turvallisuusriski kiinteistöissä.
Aurinkovoimala ei ole riski kiinteistön turvallisuudelle, kun suunnittelu, asennuksen ja komponenttien laatuun kiinnitetään riittävästi huomiota. Käyttämällä luotettavia asiantuntijoita varmistat, että kaikki tehdään turvallisuudesta huolellisesti.
Suomen aurinkosähkönmarkkinoissa levittä viiteellisesti tietoa, että asiantuntijat parantavat aurinkovoimalan turvallisuutta. Lisäksi on pidä käyttäjä, sillä Suomessa ei ole viranomaisen hyväksymä aurinkovoimaloihin tarkoitettuja turvaotteita. Ylimääräinen elektronikka lisää muutenkin aurinkovoimalan kustannuksia ja ylläpitotoimia sekä heikentää paloturvallisuutta.

Myytti 3:
Aurinkoenergia vaatii paljon perehtymistä.
Aurinkoenergian tuottajaksi ryhtymisen on Helenin kanssa helppoa, sillä ratkaisu suunnitellaan ja toimitetaan avaimet käteen -periaatteella.

Myytti 4:
Aurinkosähköön investointien ei kannata.
Aurinkosähkö on verkosta ostettua sähköä edullisempaa. Sen tuottajana voit myös varautua muuta paremmin sähkönmarkkinoilla tapahtuviin muutoksiin kuten esimerkiksi sähkönostomaksujen nousuun.

Myytti 5:
Aurinkoenergian merkitys on marginaalista.
Jokainen asiantuntijamme tietää, kun tuurta on oikea. Kaikki uusiutuvilla energialla tuotettua energiaa on pois fossiilisten polttoaineiden käytöstä, ja kunhan aurinkovoimala määritetään oikein, sillä voidaan vähentää merkittävästi taloyhtiön CO2-päästöjä.

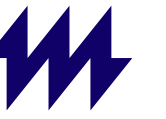
Myytti 6:
Aurinkovoimala ei toimi talvella
Aurinkoenergian tuotanto on Suomessa talvella hyvin pientä, minkä huomioimme aina aurinkovoimalan vuotuistuotantoa arvioiessamme. Siton kun aurinkoenergiasta ei synny sähköä onnetaan normaalisti sähköverkoista. Helenin valikoimasta löytyy useita ympäristöystävällisiä, uusiutuvia energialähteitä hyödyntäviä vaihtoehtoja.

Myytti 7:
Vielä ei kannata investoida.
Aurinkopaneelien hinnat ovat laskeneet 2000-luvun tasolta yli 90 % samalla, kun niiden teho on noussut. Hinnataseo on siten vakiintunut, eikä nykyteknikalla teho voi enää nousta merkittävästi. Kustannustehtävien näkökulmasta nyt on siis hyvä hetki investoida aurinkovoimalaan. Säästöä alkaa kertymään heti, kun aurinkovoimala käynnistyy.

Sahalaita

Sahalaita on graafinen elementti, jota voidaan käyttää elävöittämään visuaalista ilmettä. Sahalaita ponnistaa samasta kulmikkaasta muotokielestä kuin Helenin logo ja visuaalisuus.

Sitä voidaan käyttää esimerkiksi otsikoiden ja leipätekstin välissä erottajana.



Sahalaita

Sahalaita on graafinen elementti, jota voidaan käyttää elävöittämään visuaalista ilmettä. Sahalaita ponnistaa samasta kulmikkaasta muotokielestä kuin Helenin logo ja visuaalisuus.

Sitä voidaan käyttää esimerkiksi otsikoiden ja leipätekstin välissä erottajana.

Esimerkki: Esite

Sähköauton latauspisteen ostajan opas taloyhtiöille



Kaikki, mitä tarvitsee tietää
latauspisteiden hankinnasta.

Esimerkki: PowerPoint

Sisällysluettelo



1. Ensimmäinen aihe
2. Toinen aihe
3. Kolmas aihe
4. Neljäs aihe
5. Viides aihe

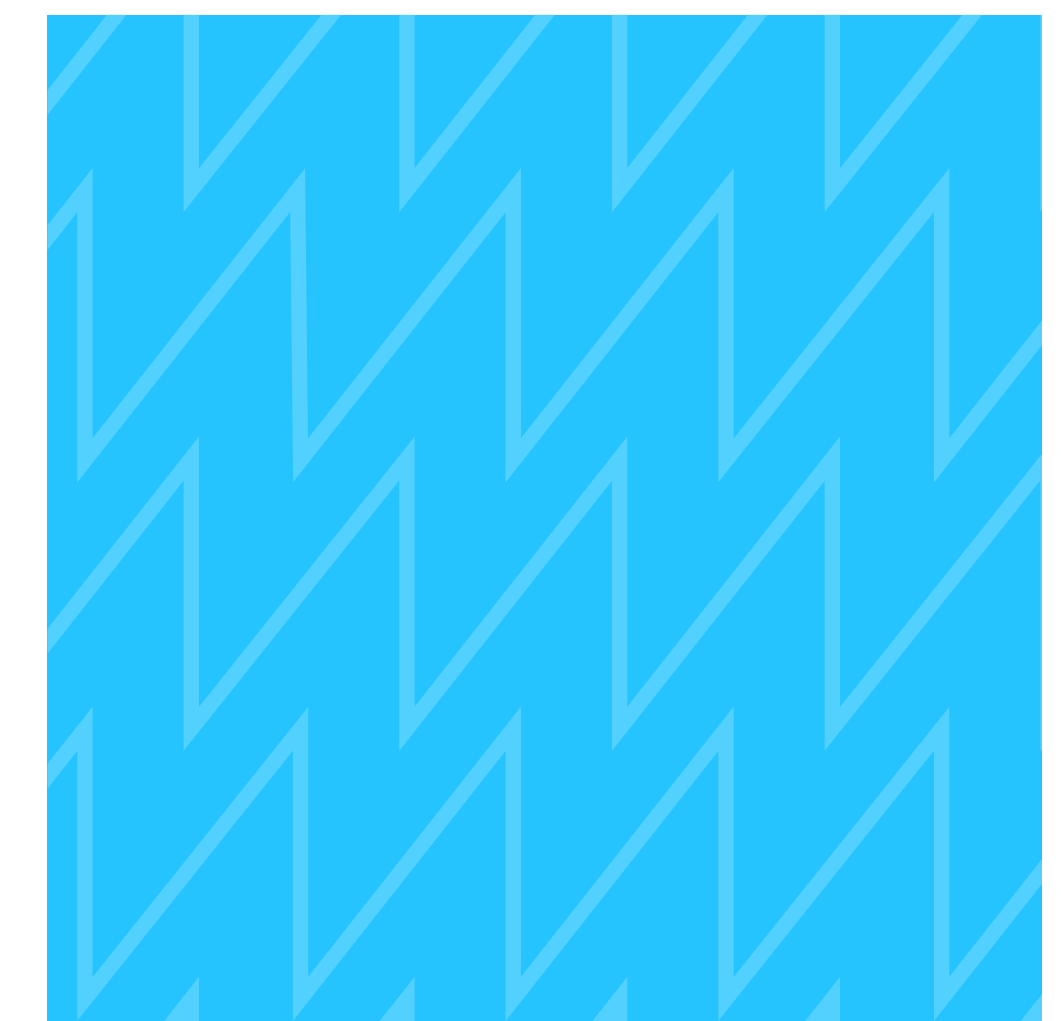
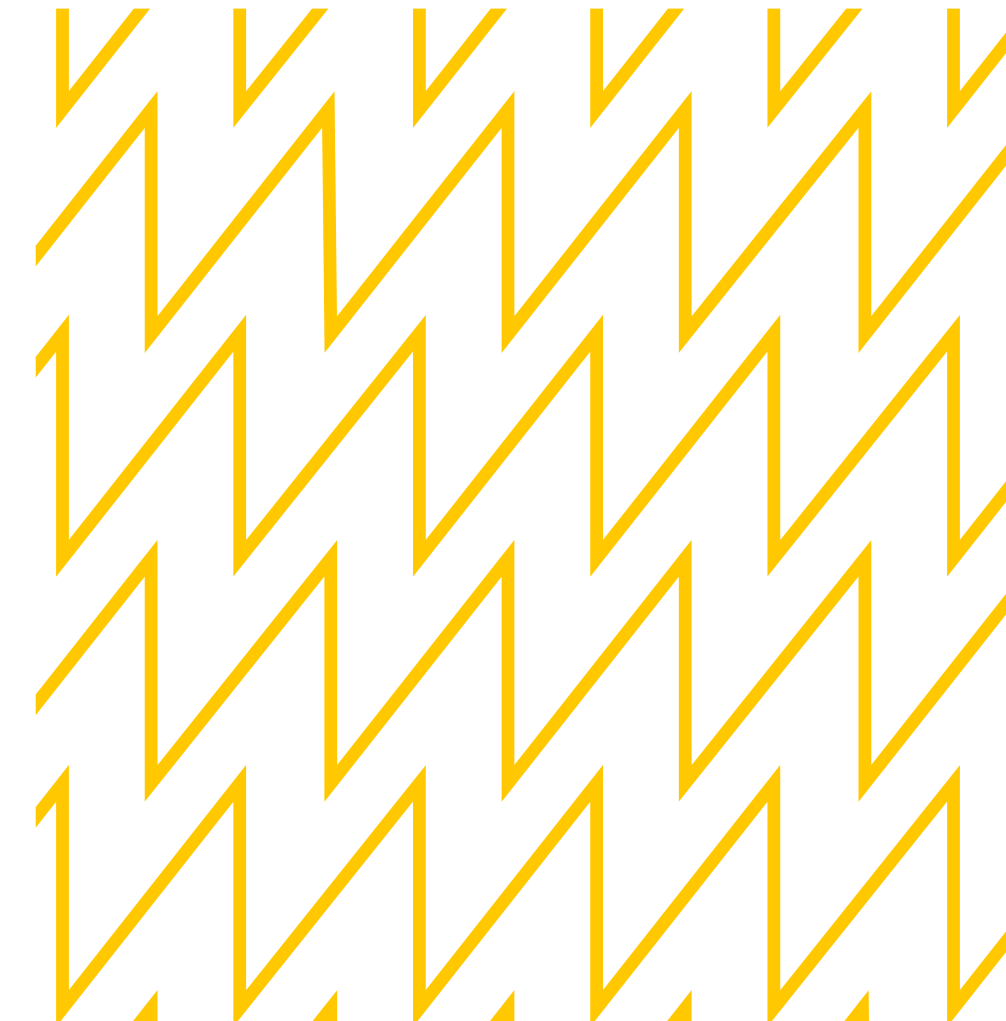
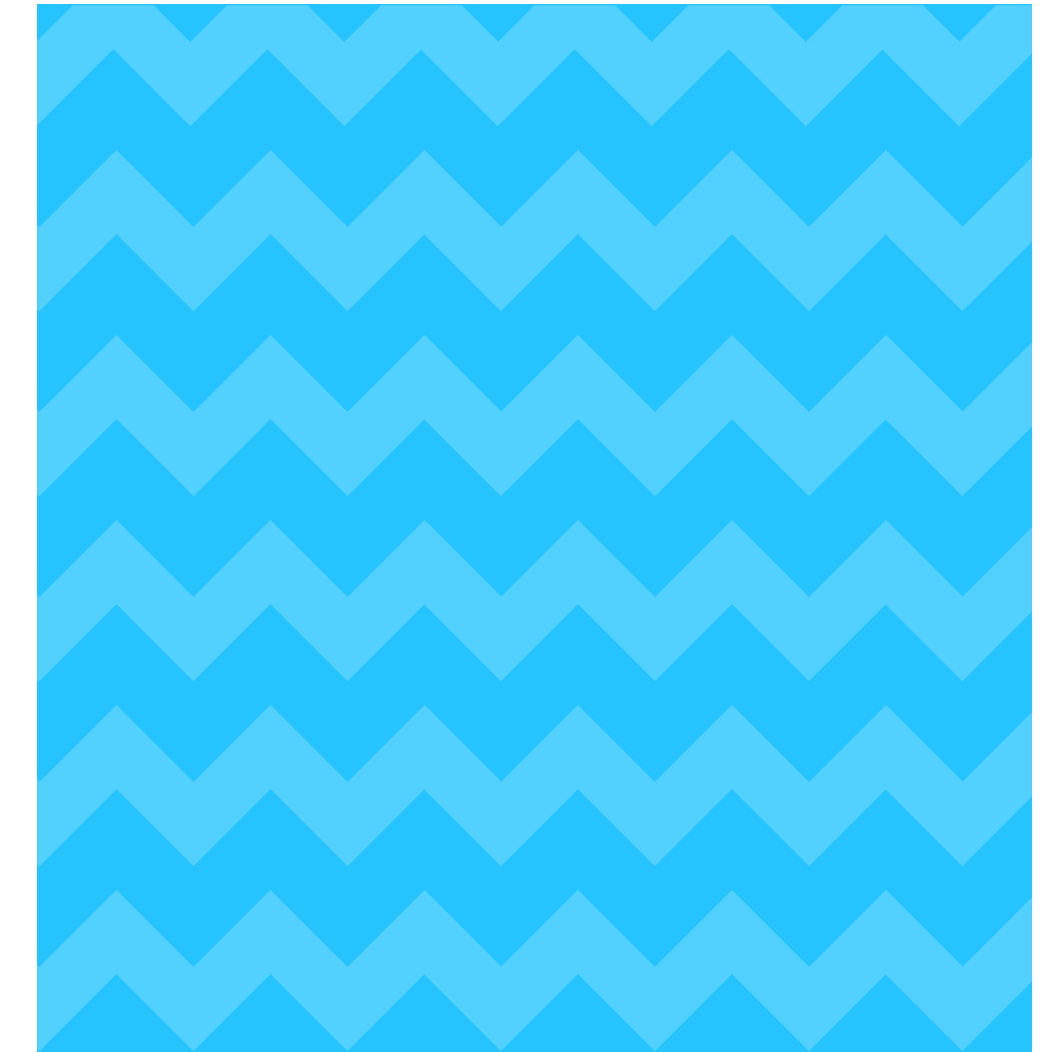
Otsikon ja sisällön välinen erottaja.





Taustakuviot

Taustakuvioita voidaan hyödyntää kuvien tai grafiikan taustakuvana. Taustakuvien tulee olla Helenin pääväreissä: Aurinko, Vesi ja Tuuli. Taustoja käytetään niin, että taustalla on 100 % Helenin pääväri ja päällä oleva kuvio on 60 % värinä. Taustavärinä voidaan käyttää myös valkoista. Värejä ei saa sekoittaa keskenään.







Taitto



Taitto

Helenin taitto pohjautuu selkeisiin pinnanjakoihin. Taitossa pinta jakautuu kolmeen osioon. Osiot jakautuvat yleensä sisällöittäin: kuva, tunnus & tekstisisältö.



Esimerkki: Esite



Esimerkki: Työmaataulu





Kuvitukset



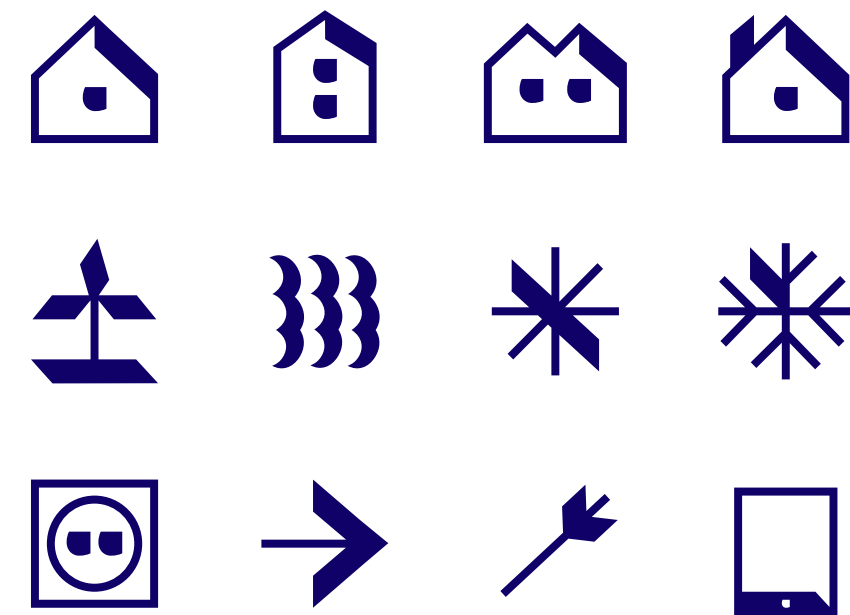


Kuvitystyytit

Selkeyden ja jatkuvuuden kannalta kuvituksia tulee hyödyntää johdonmukaisesti, käyttöyhteyden mukaan sopivammalla tavalla.

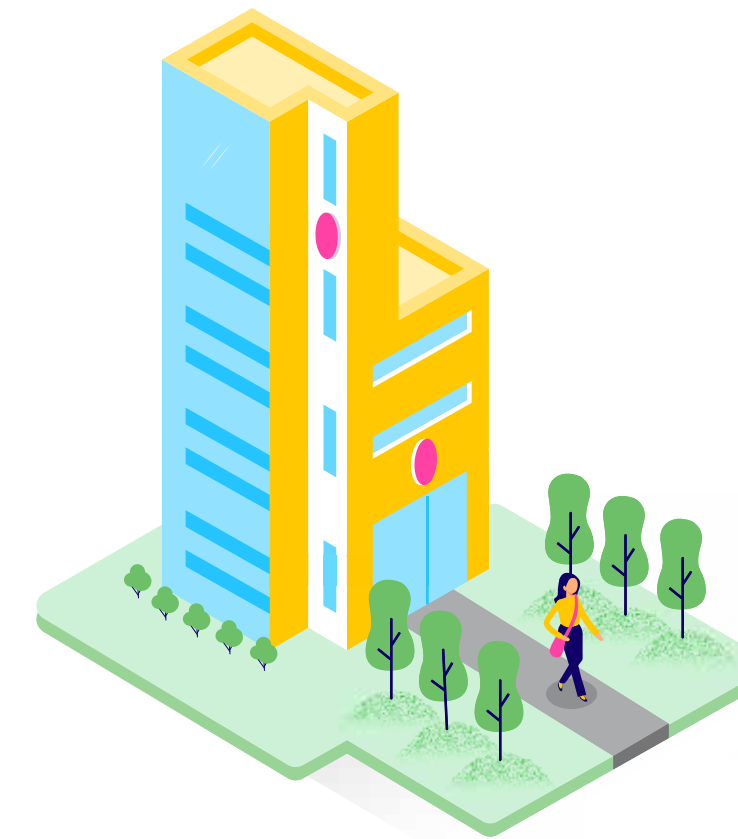
Varsinaisena kuvituskuvana käytetään vain isometristä kuvitustapaa graafisten elementtien ja valokuvien lisäksi.

Ikoneille selvennetään funktiota ja infograafiikalla avataan tietoa visuaalisesti.



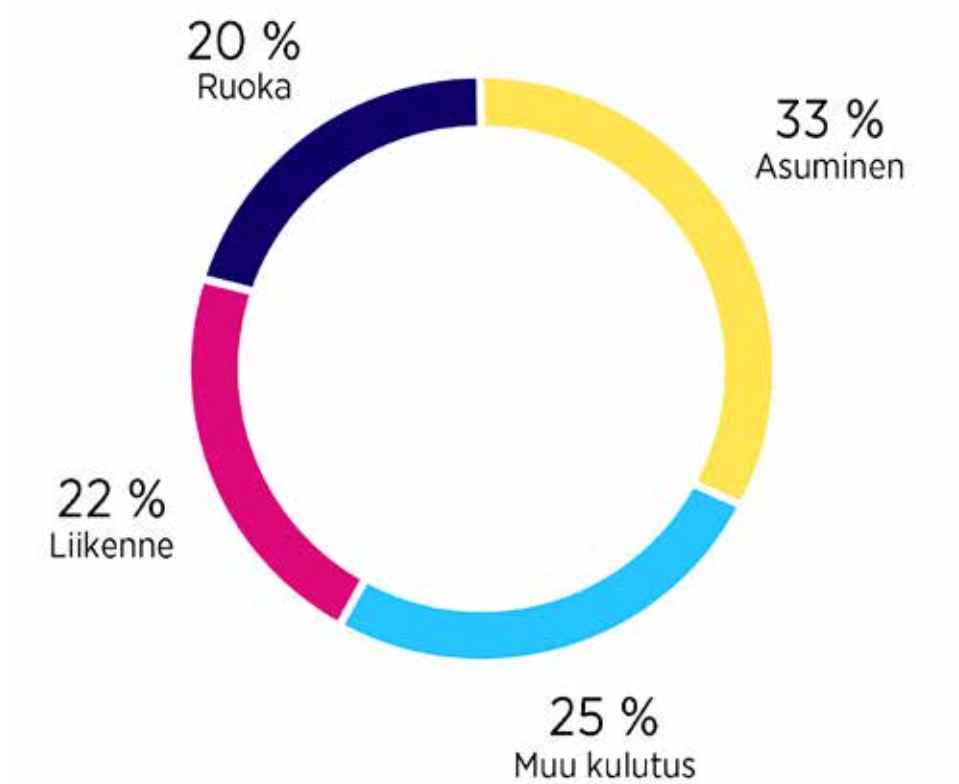
Kuvitusikonit

Ikoneita voidaan käyttää tarkentamaan tai selittämään aihetta, tai kuvittavina elementteinä elävöittämään tekstiä.



Isometrinen kuvitus

Kuvitustyyli, jota voidaan hyödyntää aina kun se koetaan valokuvaa tai muita keinoja tehokkaammaksi.



Infografiikka

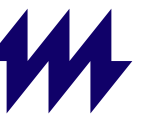
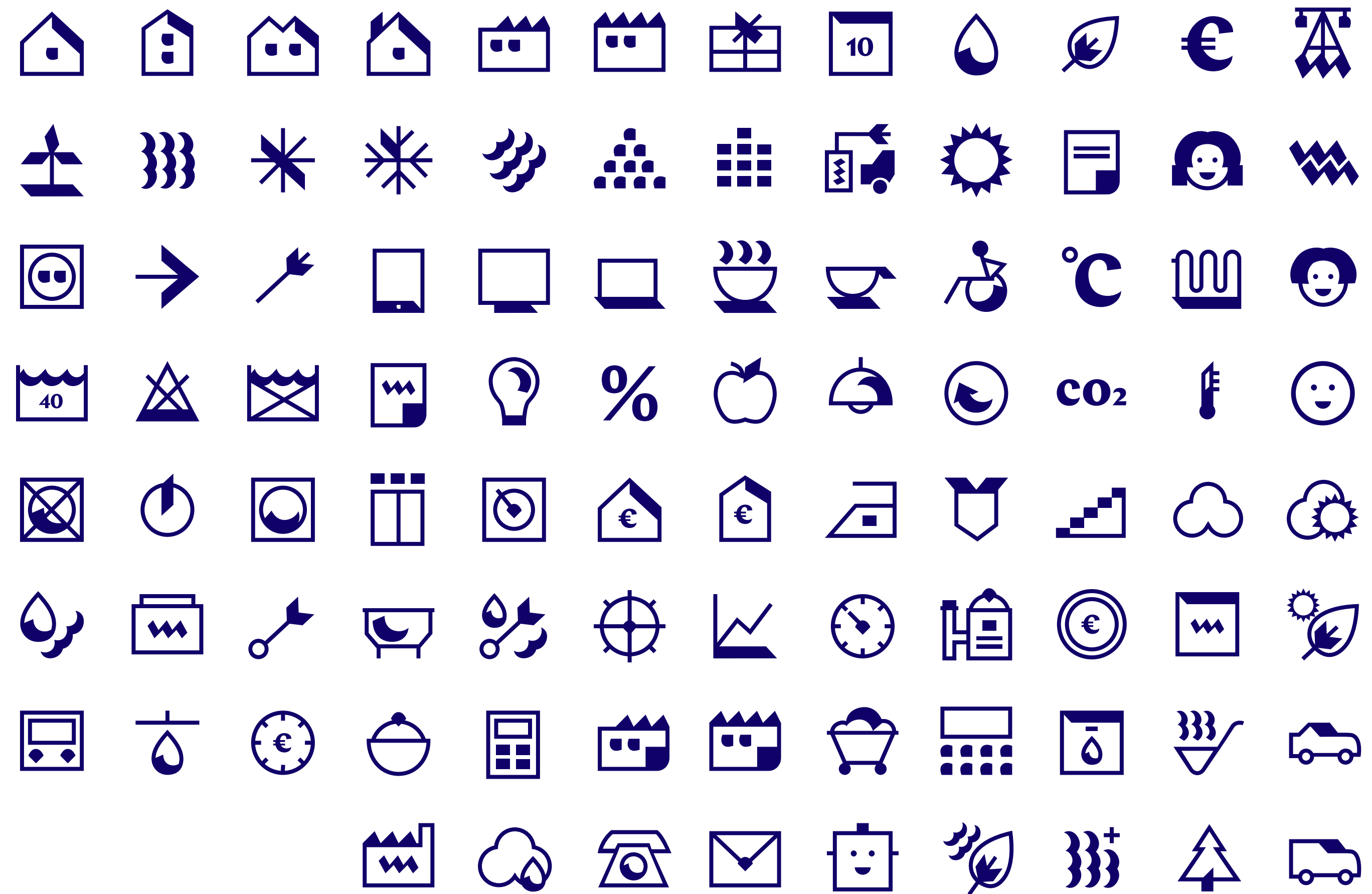
Infografiikan avulla visualisoidaan tietoa ymmärrettävään muotoon.

Kuvitusikonit

Kuvitusikonit ovat ilmeeltään ilmavia ja särmikkäitä. Ikoneita voidaan käyttää tarkentamaan tai selittämään aihetta, tai kuvittavina elementteinä elävöittämään tekstiä. Väritystä voidaan vaihtaa brändivärien puitteissa, mutta muuten ikoneiden tulee aina olla yksivärisiä. Kuvitusikonit eivät ole käyttöliittymissä käytettyjä ikoneita vaan niitä tulee käyttää kuvitusmaisesti.

Verkkoympäristön ikonien määrittely on tarkemmin kuvattuna Design systemissä.

Kuvitusikonit





Isometrinen kuvitus

Kuvitustyyli on leikkisää aaltomaista viivan kaartumista yhdistettynä yksinkertaisiin muotoihin. Väreinä käytetään pääasiallisesti Helenin omaa väripalettia, mutta harkinnan mukaan kokonaisuuden huomioonottaen voidaan lisätä muitakin värejä. Väripinnat ovat tasaisia, liukuvärejä tai ääriviivoja ei pääasiallisesti käytetä. Kuvitusten perspektiivi on isometrinen.





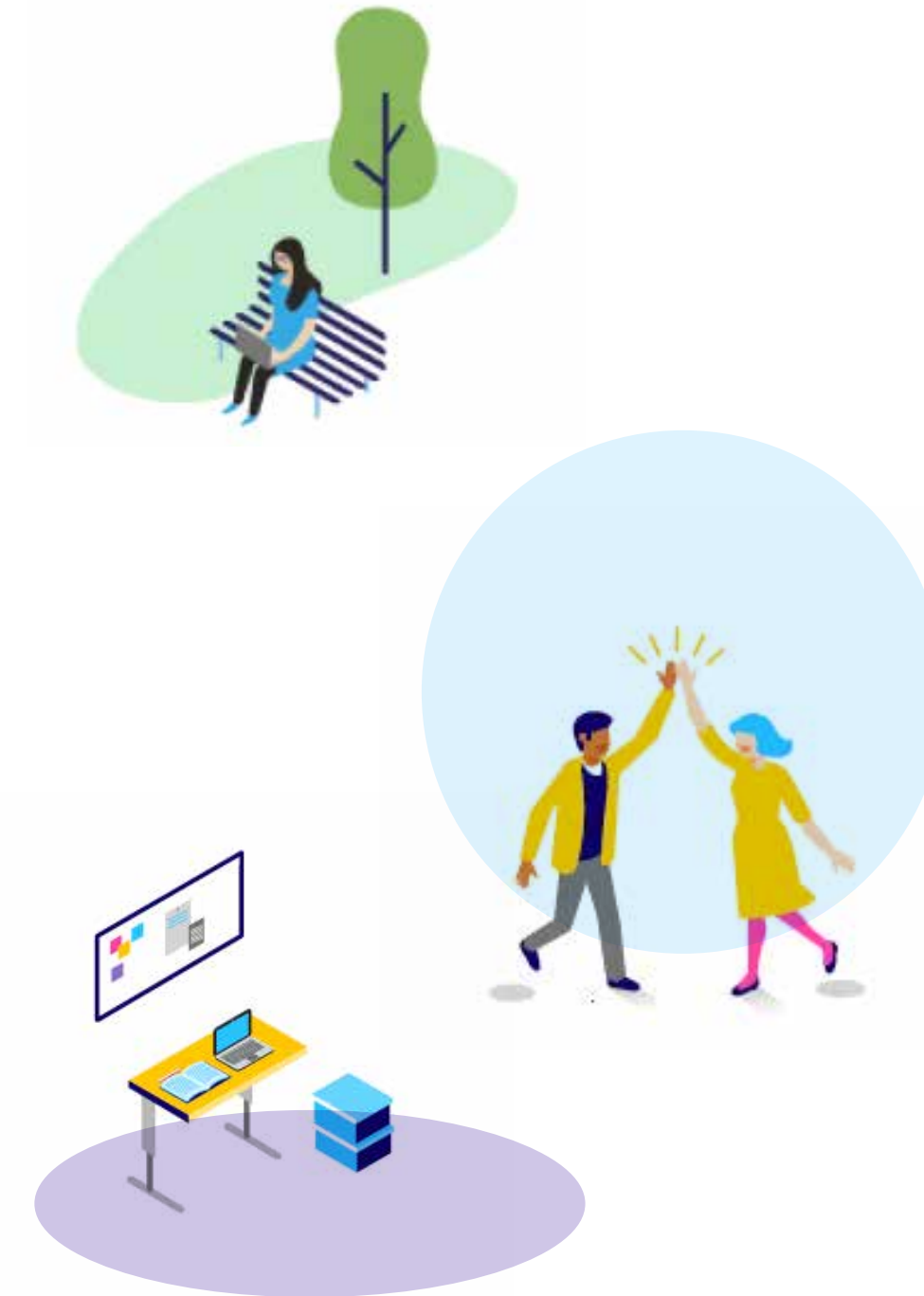
Kuvitusten käyttö



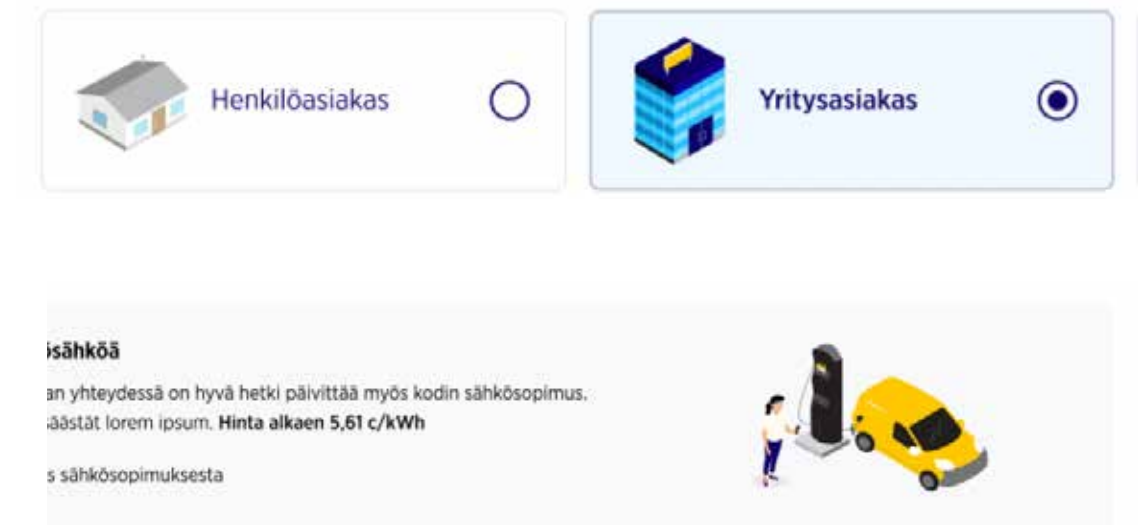
Laajat kuvituskokonaisuudet
Lähtökohtaisesti tilataan kuvittajalta.
Käytetään samoin tavoin kuin valokuvaa -
herättää huomiota & tunteita.



Olemassa olevien kuvitusten yhdistely
Poimitaan kirjastosta elementtejä ja
yhdistellään ja muokataan tarpeen
mukaan.



Yksittäinen kuvitus
Rikastetaan kuvitus värillisellä
taustapinnalla.



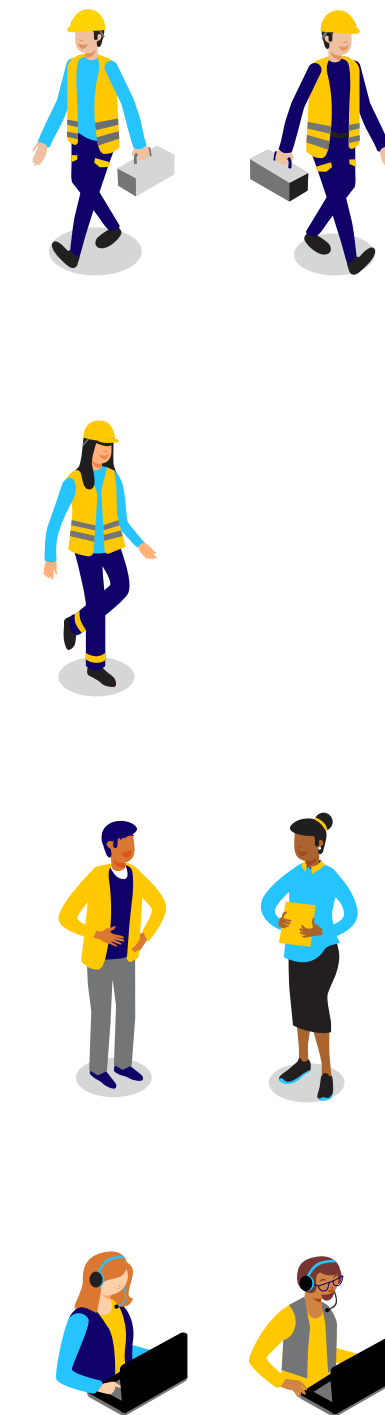
Funktion esittäjä
Ikonimainen esitystapa- kuvitus asian
selkeyttäjänä, funktion kuvaajana.



Ihmiset/asiakkaat



Työntekijät

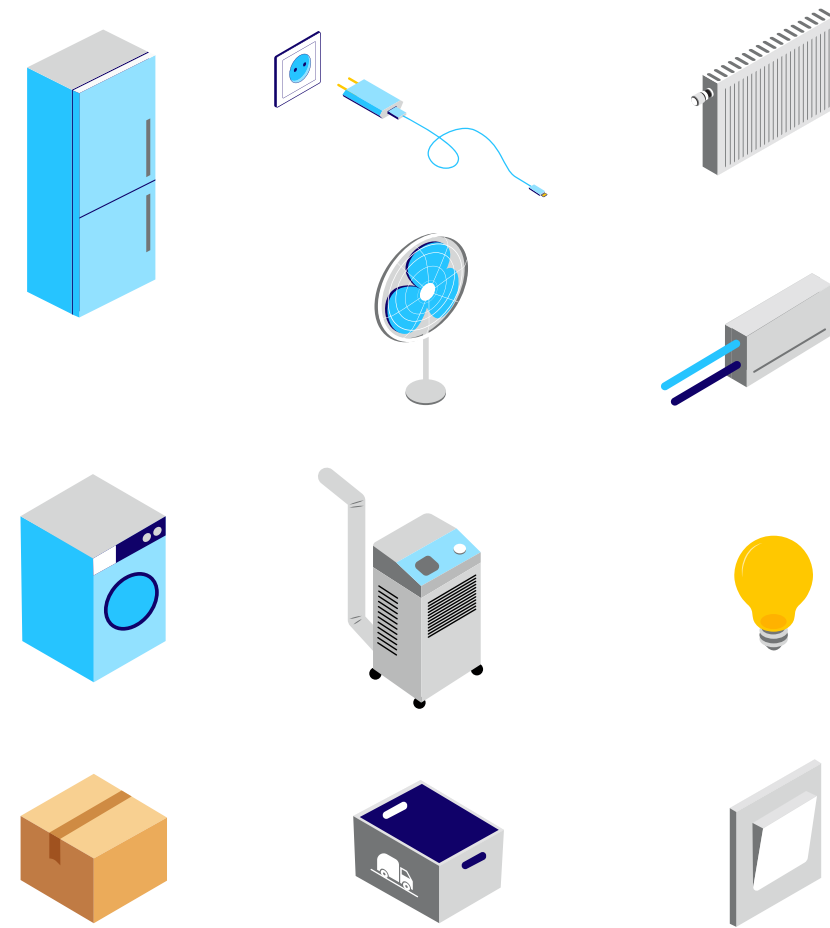
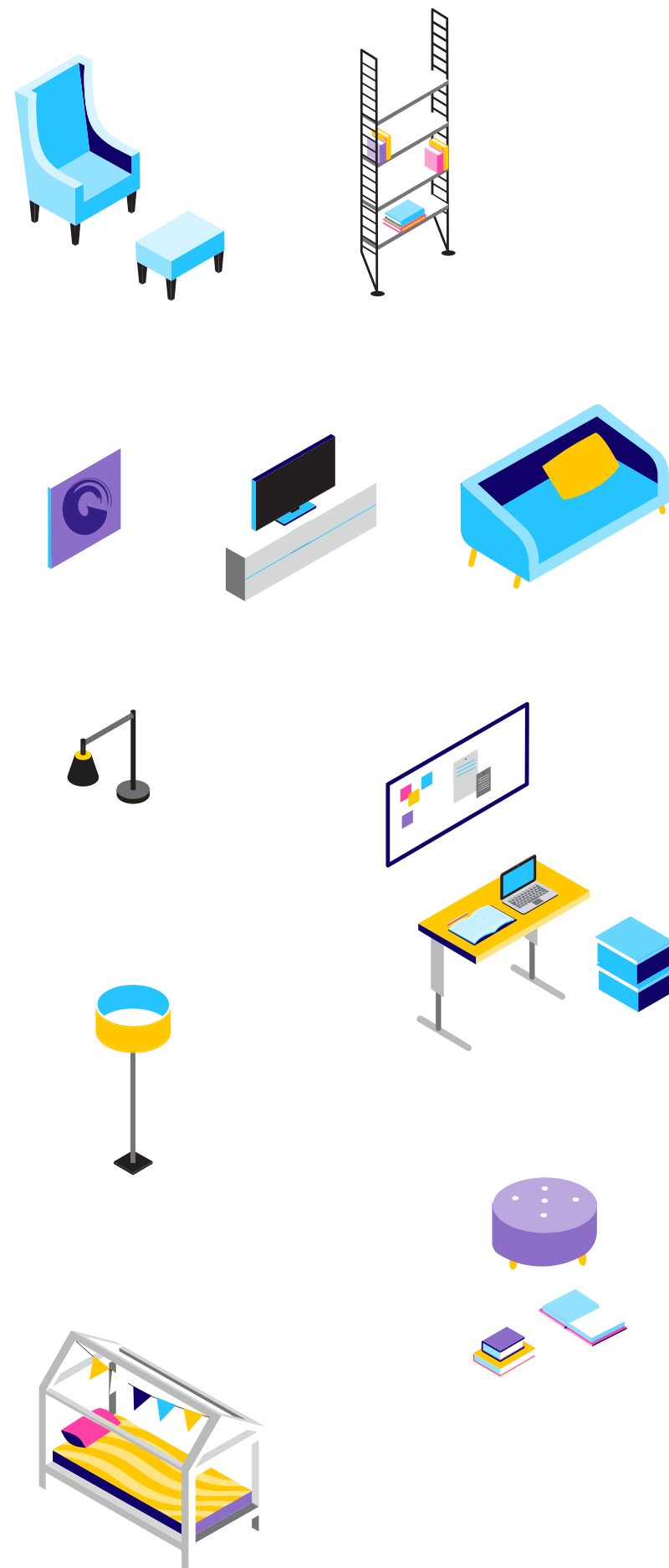


Koti

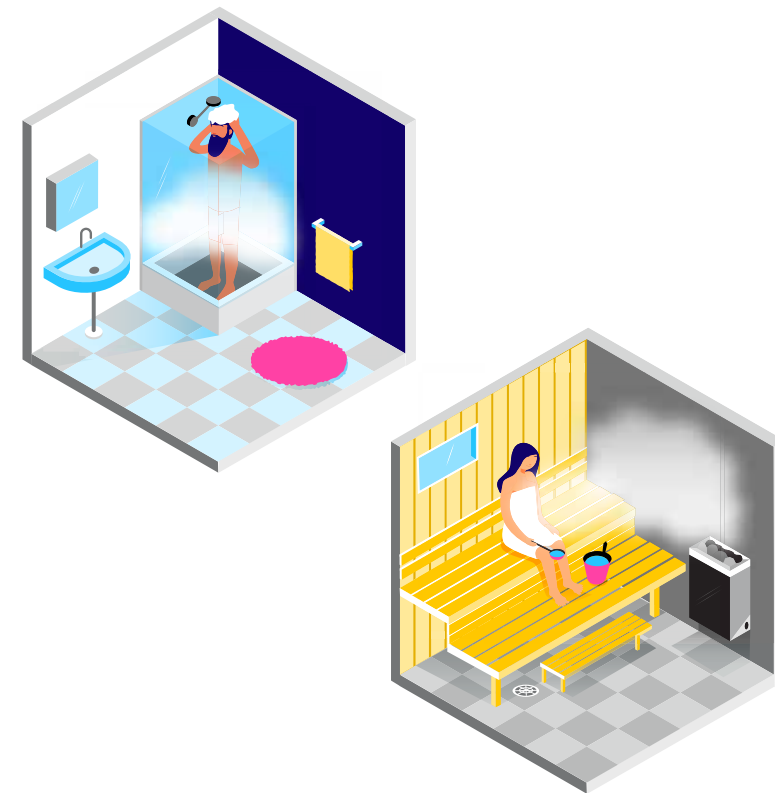




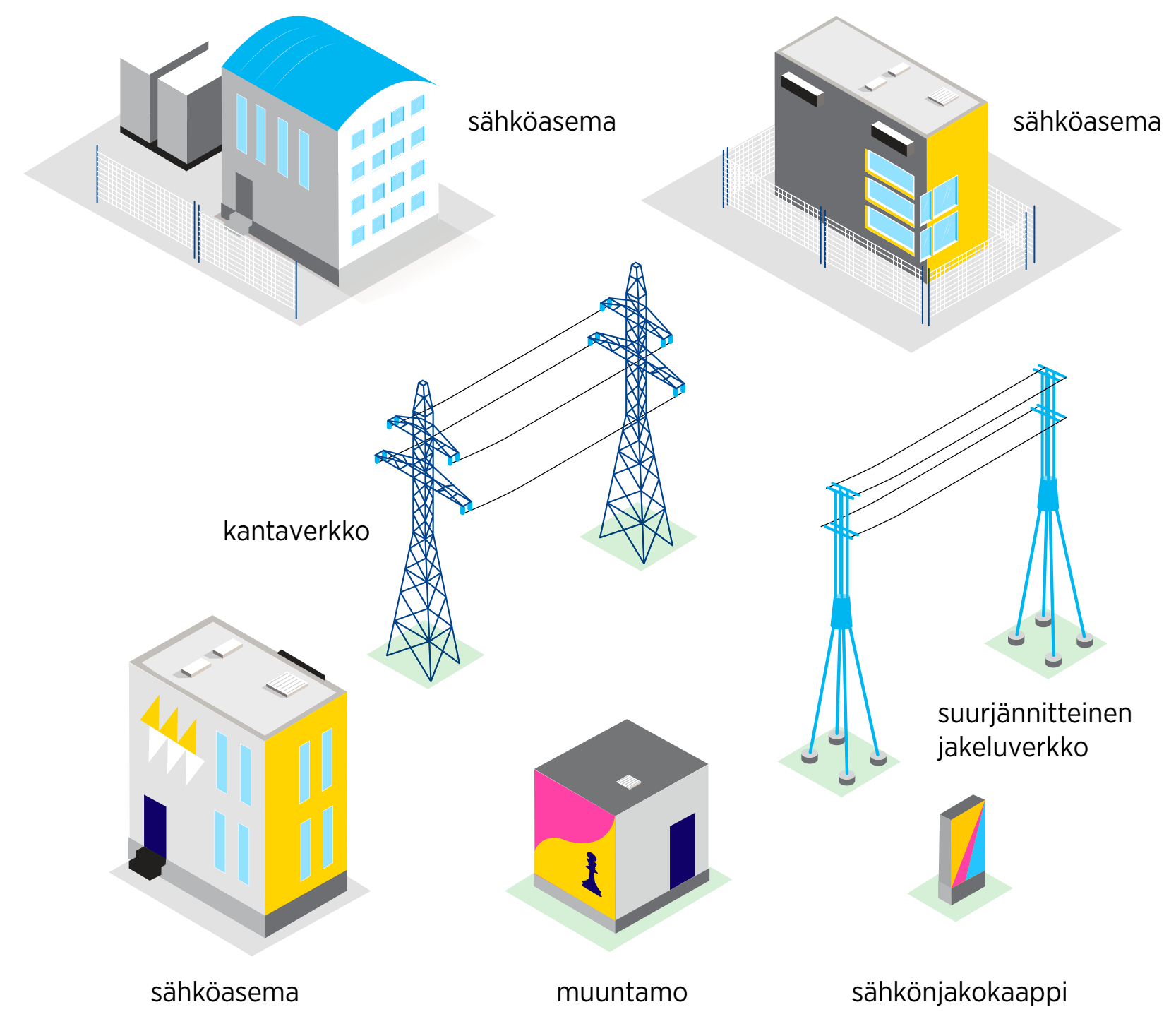
Koti



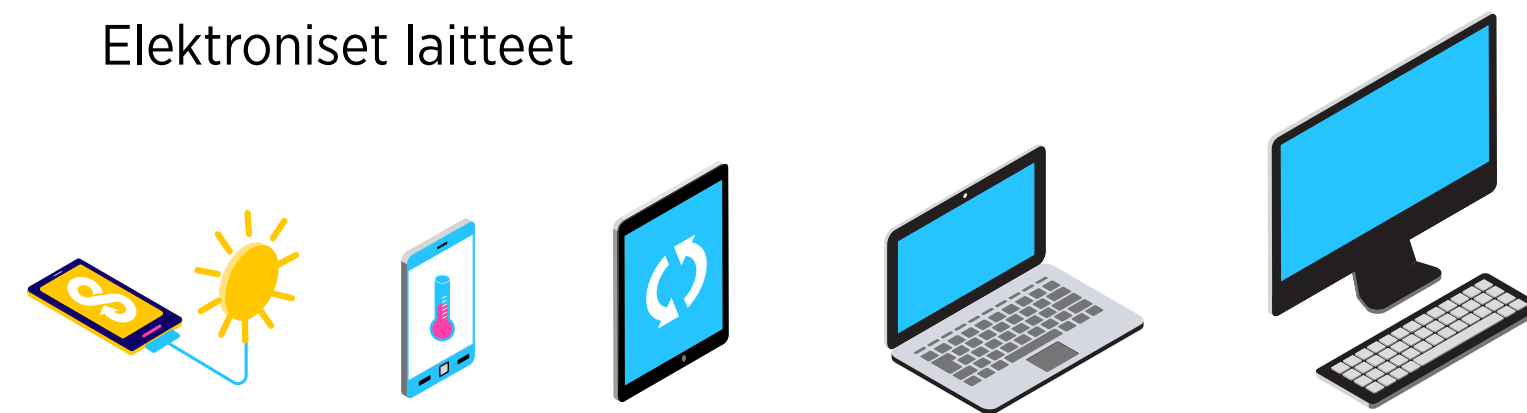
Tilat



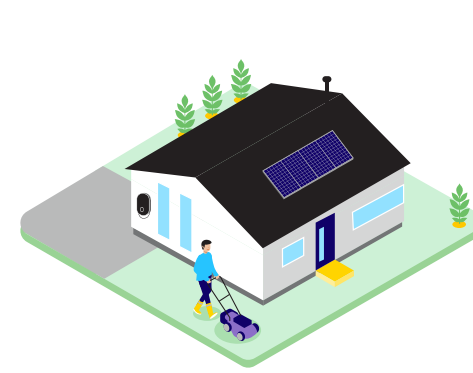
Sähkönkulku



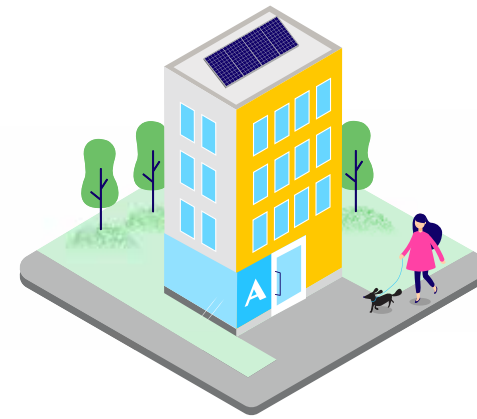
Elektroniset laitteet



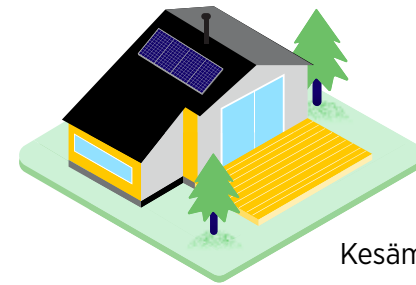
Rakennukset



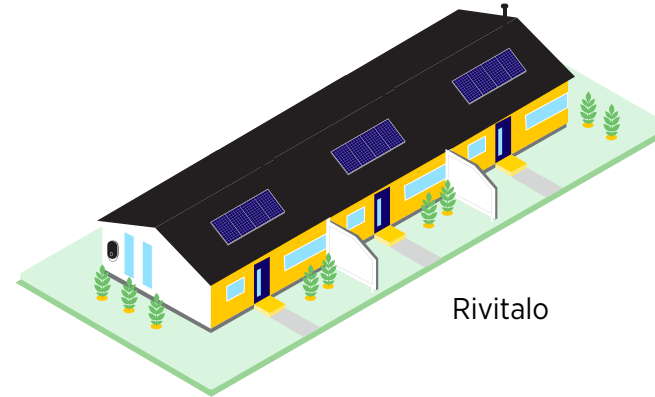
Omakotitalo



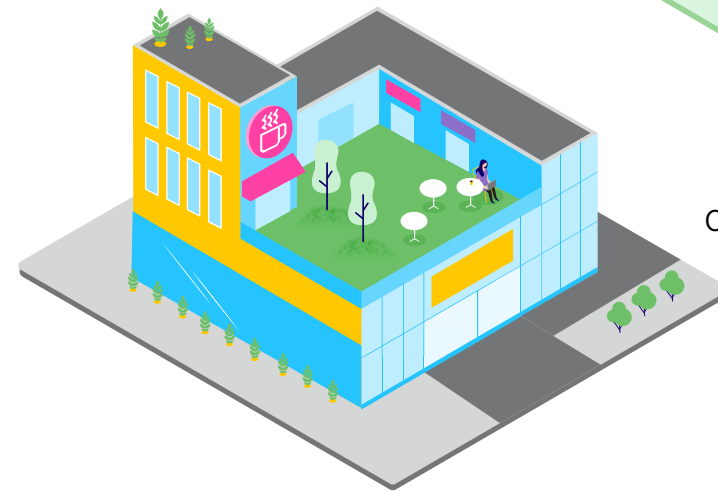
Kerrostalo



Kesämökki



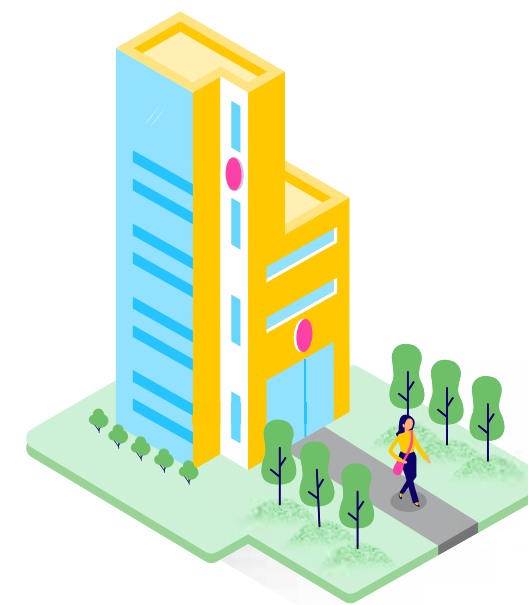
Rivitalo



Ostoskeskus



Kauppa

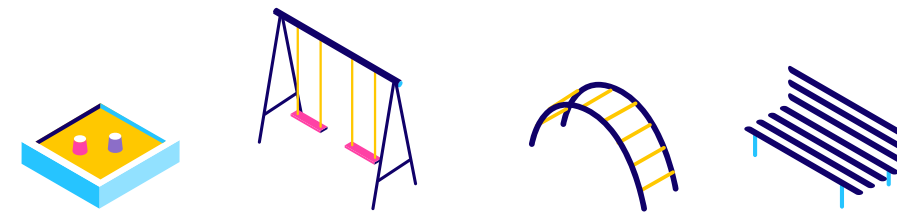


Julkinen toimistorakennus

Puut ja kasvit



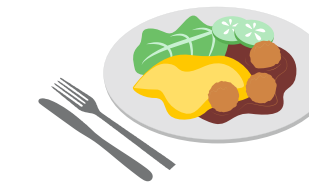
Pihakalusteet



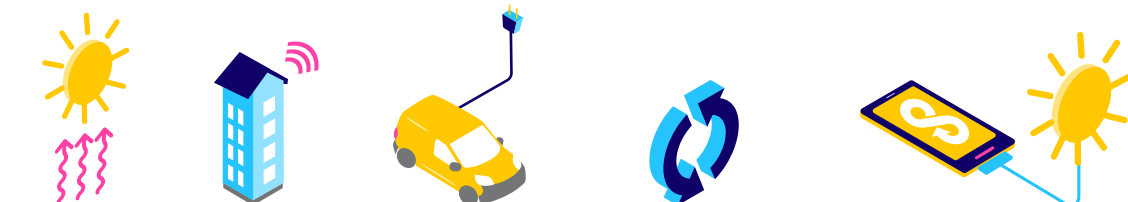
Kulkuvälineet



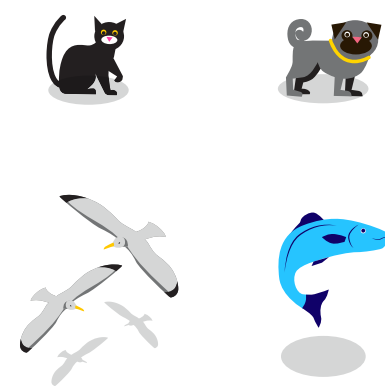
Ruoka



Ikonit/merkit

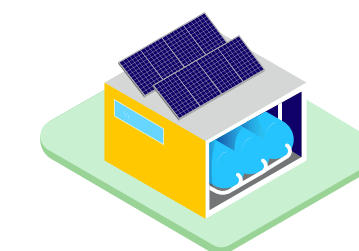
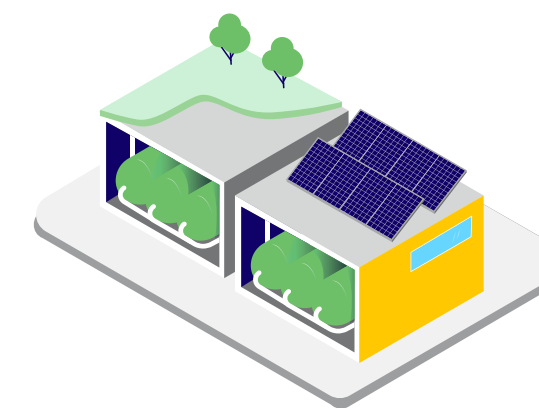
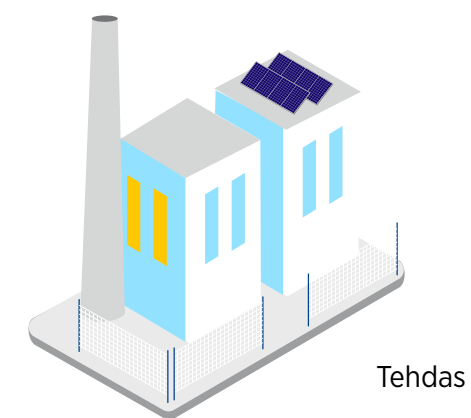
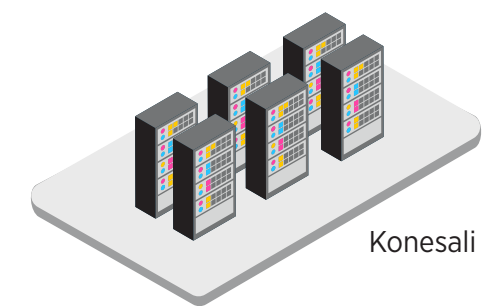
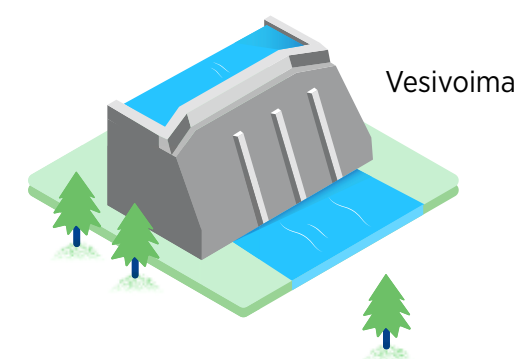
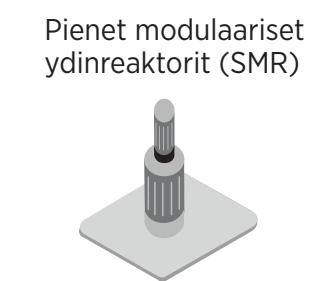
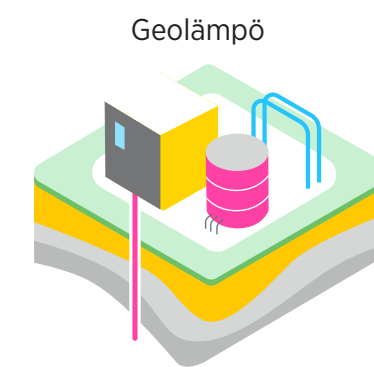
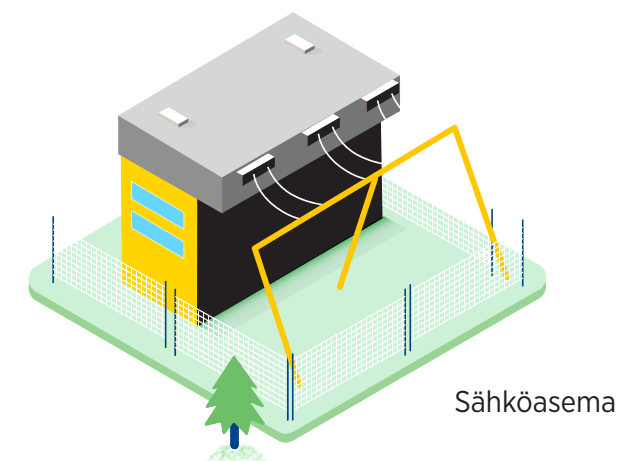
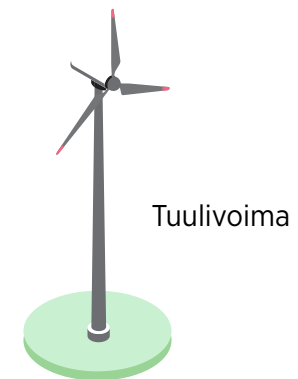
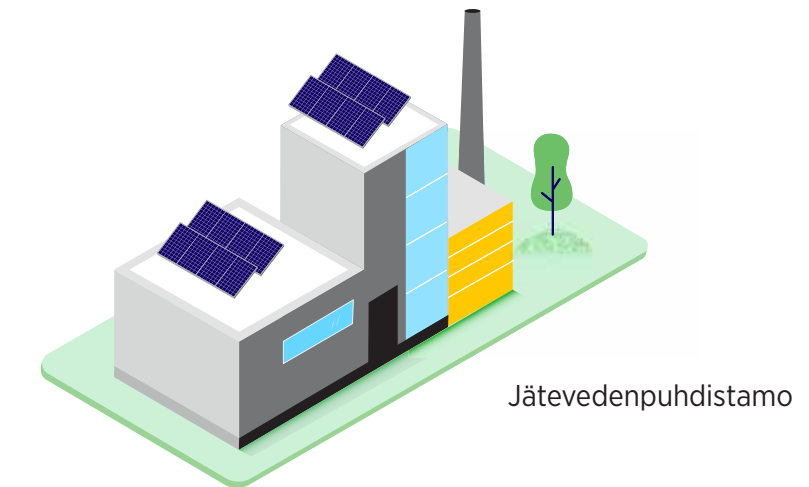
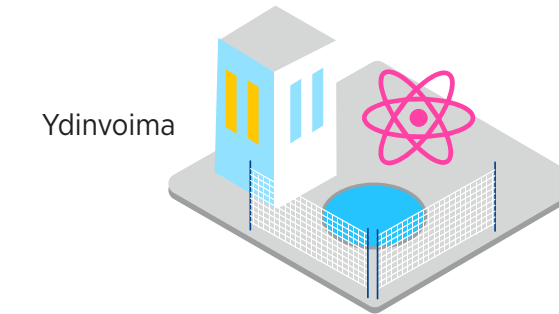
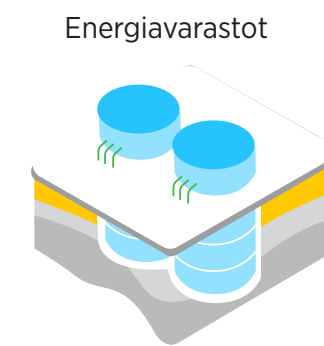
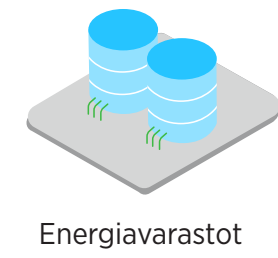
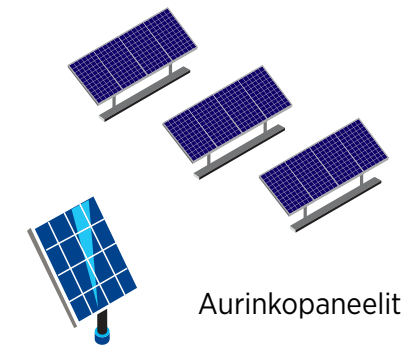


Eläimet





Tuotantomuotoja, energiaratkaisuja ja laitoksia



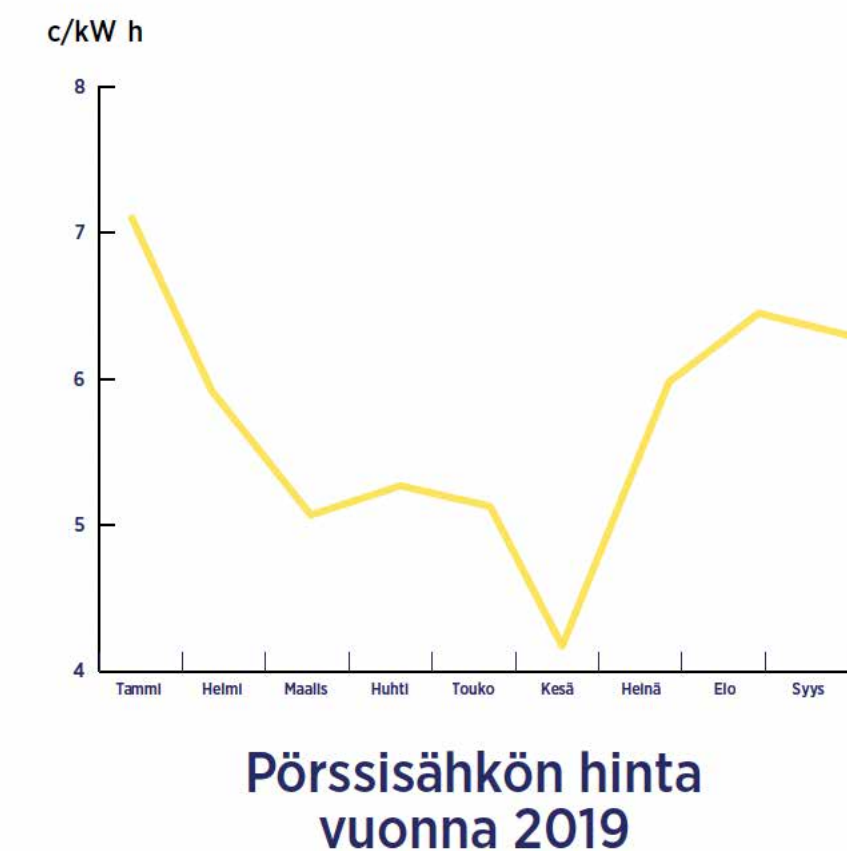
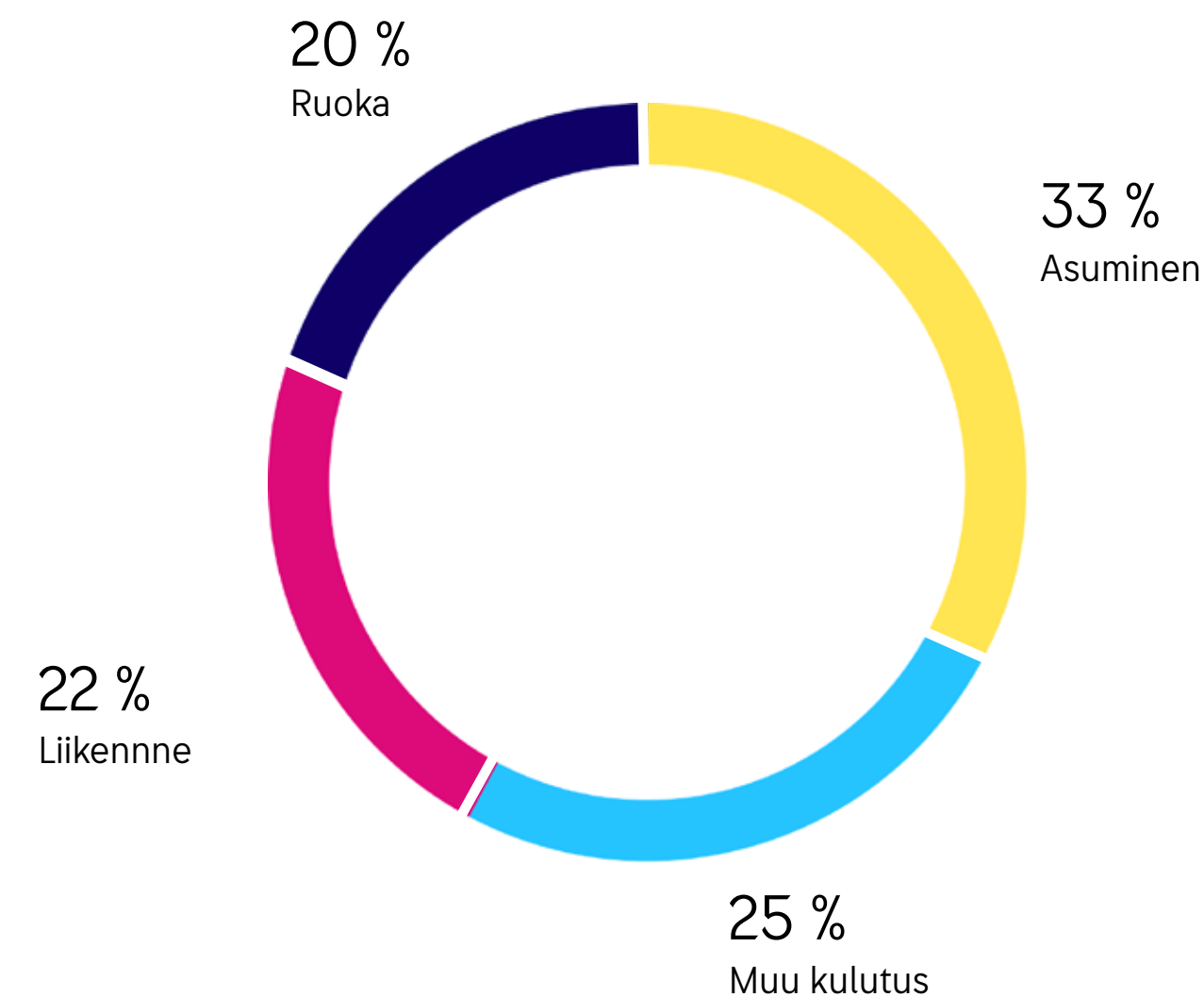
Infografiikka

Infografiikka edustaa samaa visuaalista kieltä kuin brändin muutkin graafiset elementit. Muodot ovat selkeitä ja tasavärisiä. Liukuvärejä ei käytetä, ellei datan esittämistapa sitä vaadi. Tärkeimmät linjat saavat olla paksumpia, ja niiden rinnalla käytetään tarvittaessa luettavuuden tukena ohuempia linjoja (esim. asteikot). Yksinkertaisimmissa graafeissa voi leikitellä paksulla linjalla graafisena keinona. Linjatyyli lainaa ikonien reilua viivanpaksuutta.

Otsikoissa, leipäteksteissä ja muissa pidemmissä selitteissä, sekä teksteissä käytetään Gotham Narrow -fontin eri leikkauksia.

Laajemmat infografiikkakokonaisuudet yhdistelevät brändinmukaista typografiaa, kuvituksia, ikoneita, sekä graafeja. Powerpoint-ohjelman graafityyleistä löytyy oma ohjeistonsa.

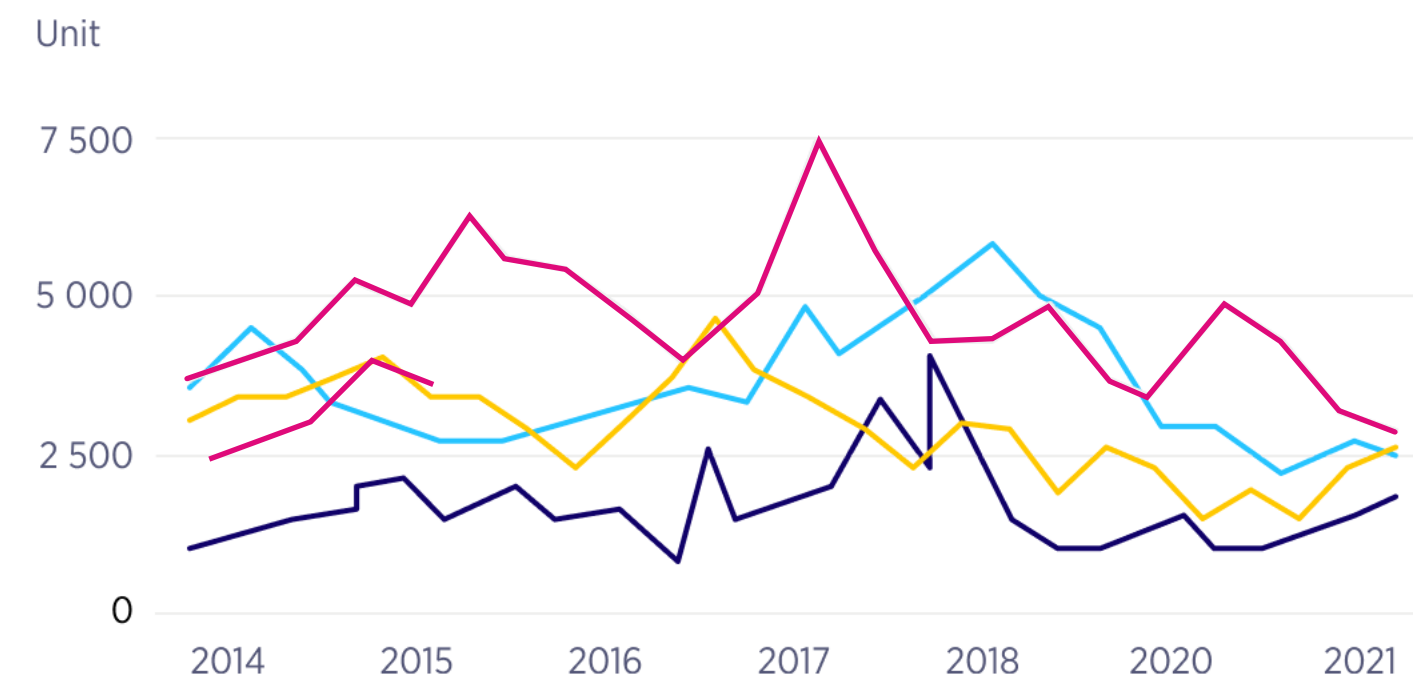
Keskivertosuomalaisen hiilijalanjäljen muodostuminen



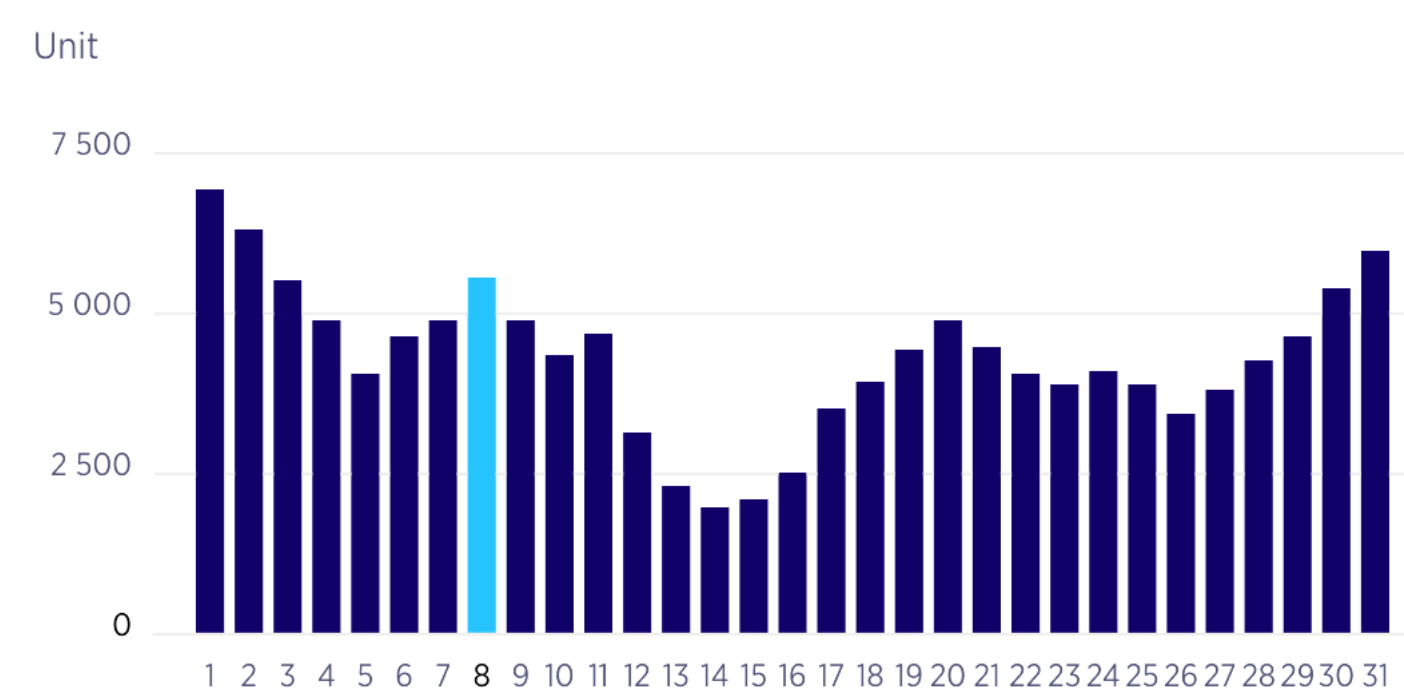


Infografiikka, esimerkkejä

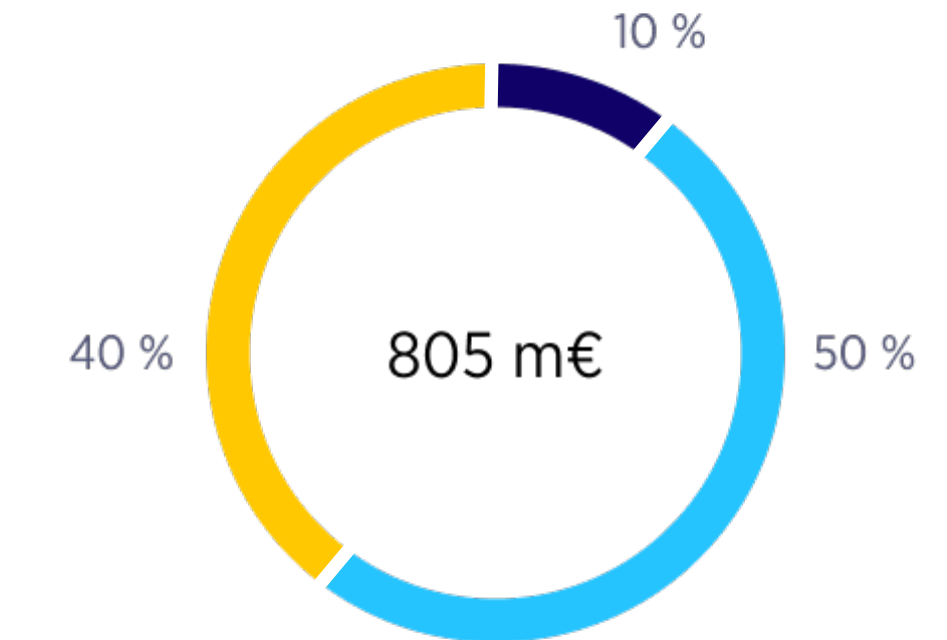
Viivakaavio



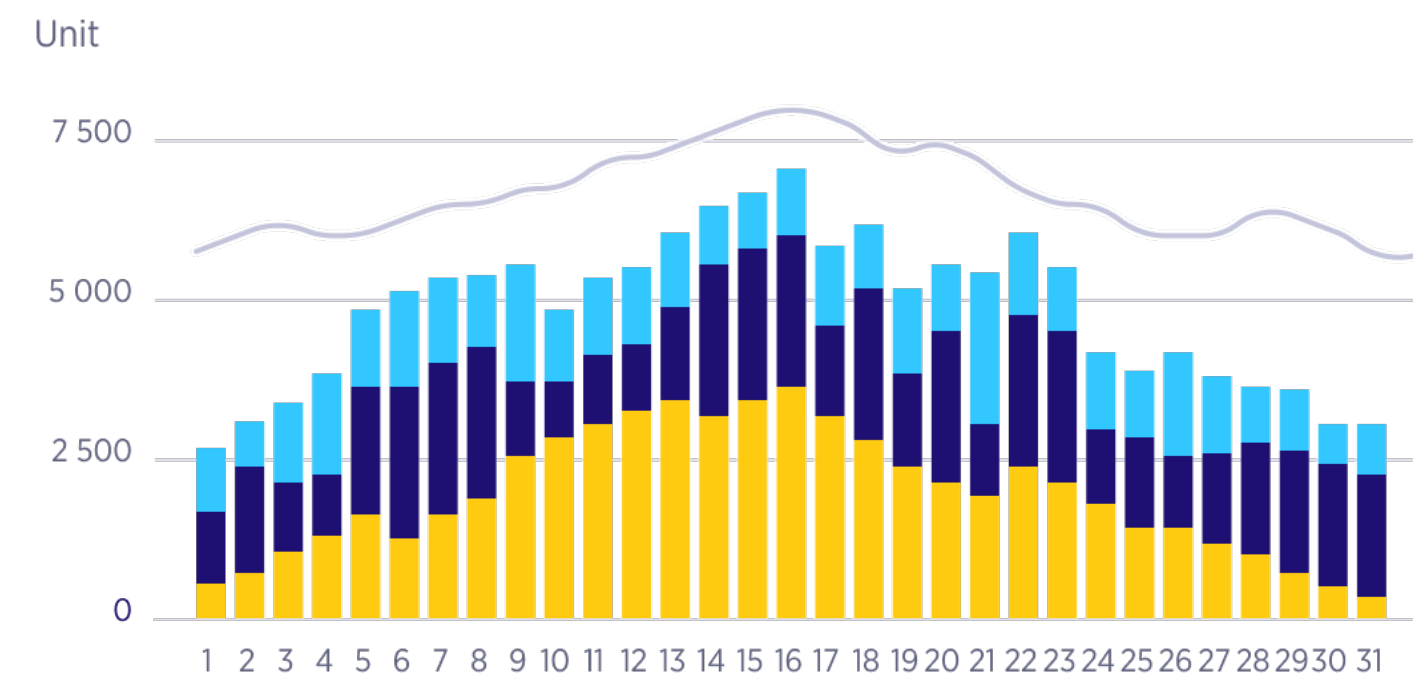
Histogrammi



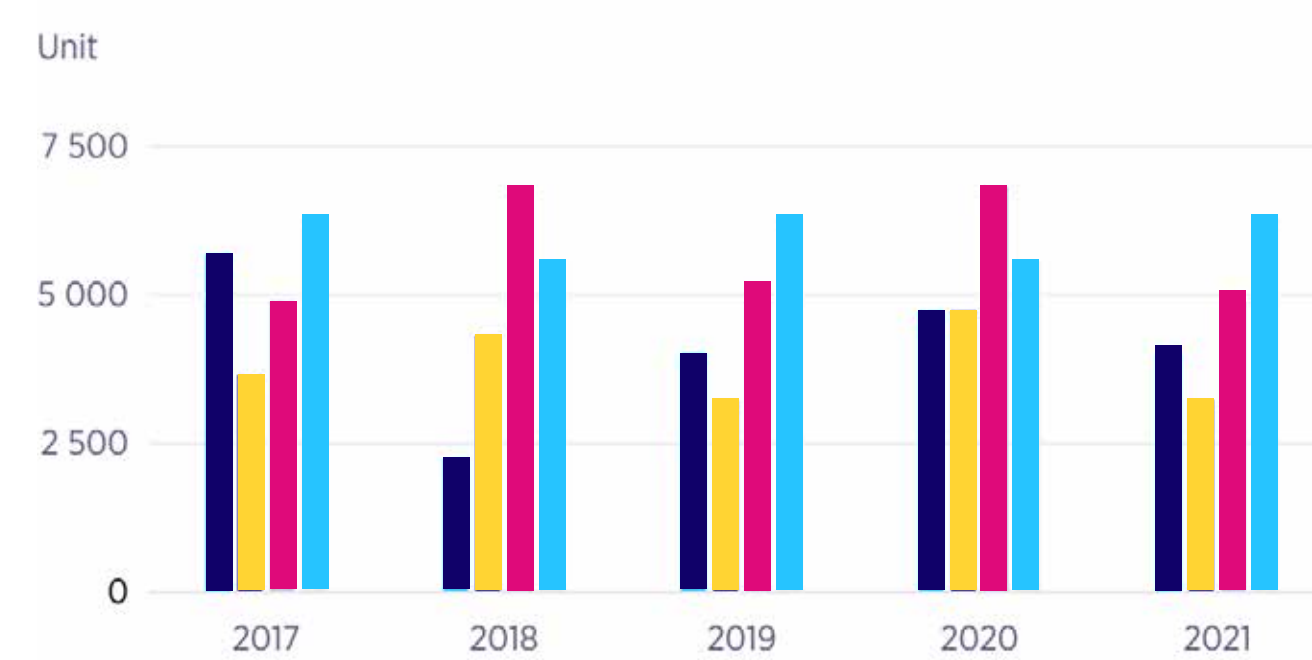
Ympyräkaavio



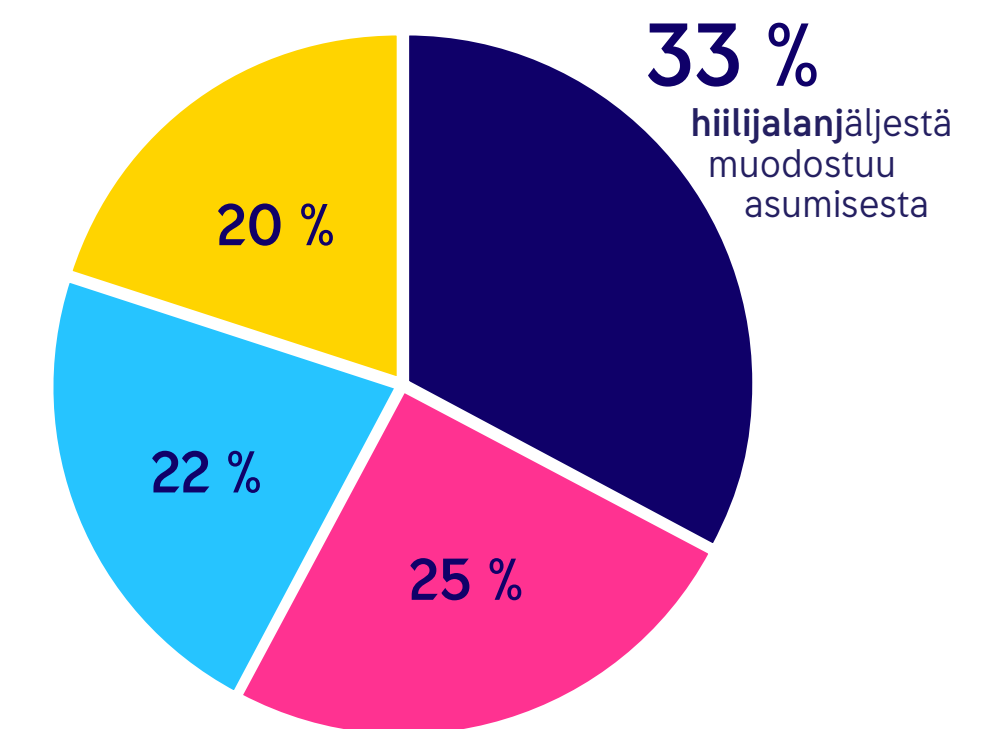
Jaettu pylväsdiagrammi

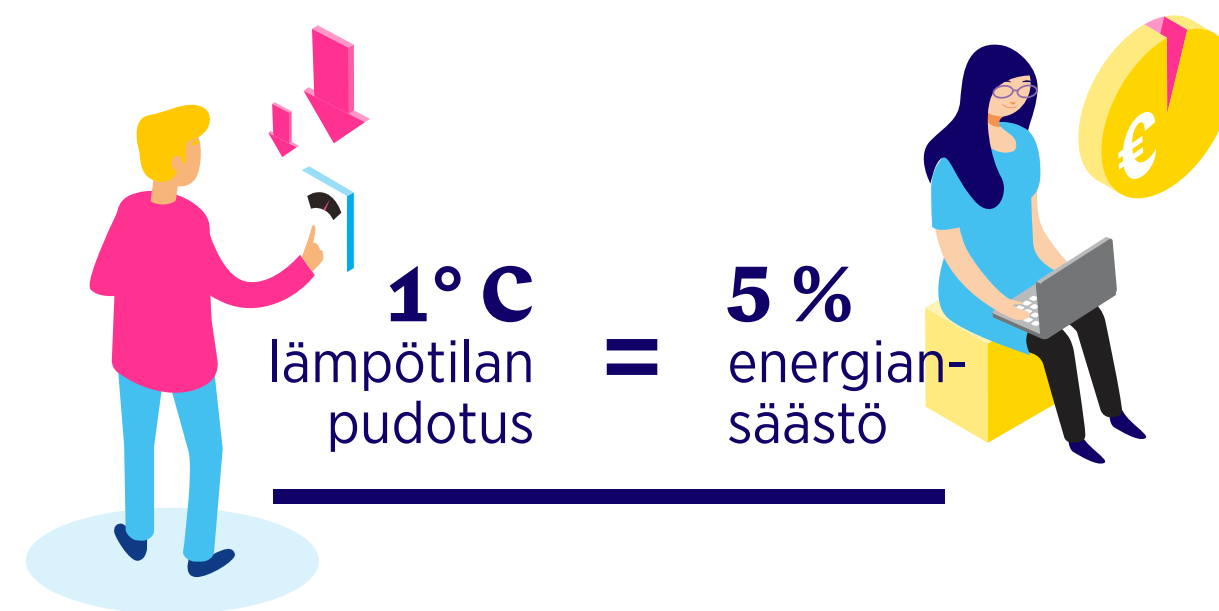
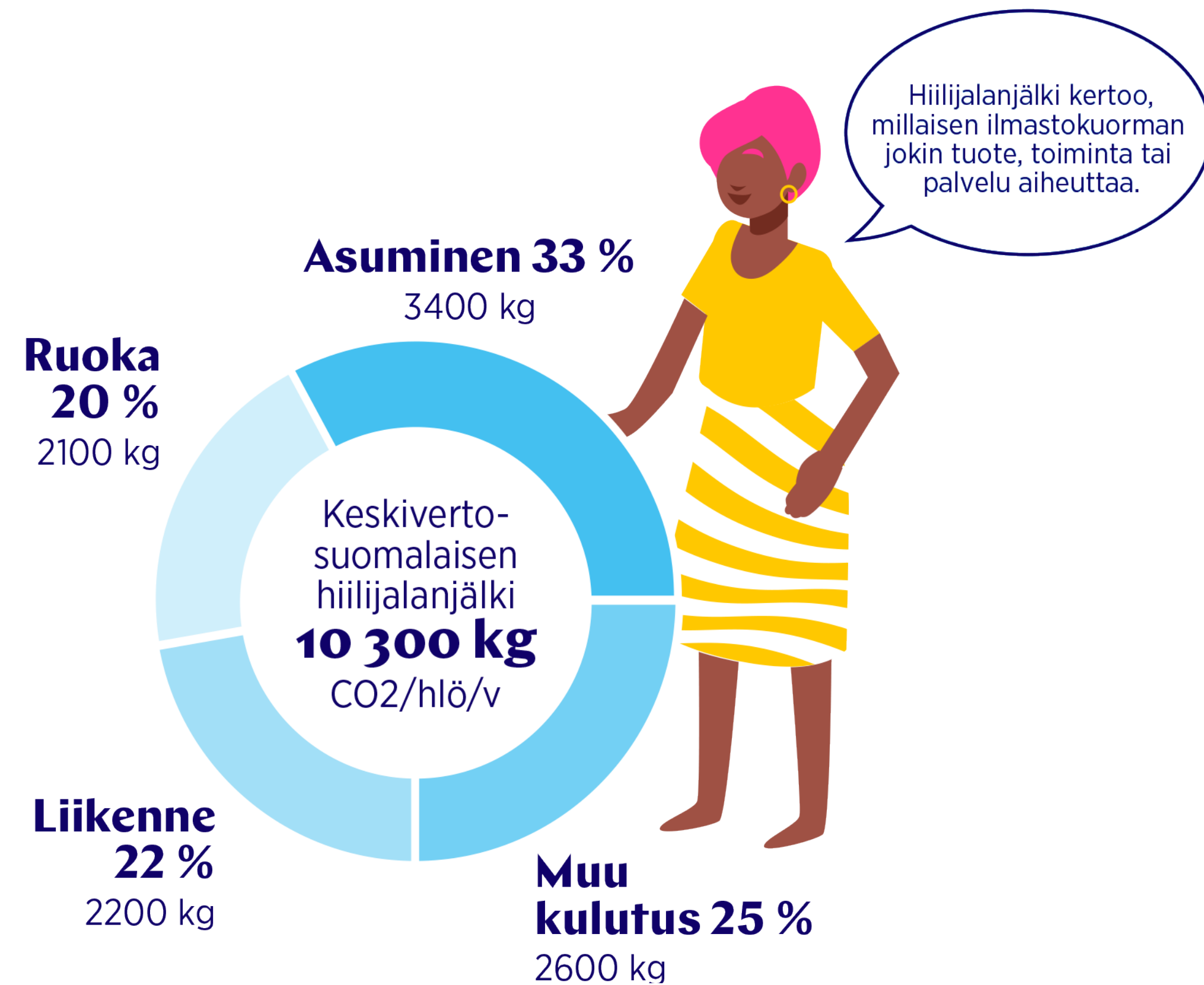


Pylväsdiagrammi



Piirakkadiagrammi





Hintaräiskäle

Hintaräiskäle on lähtökohtaisesti aina väriltään Miami, Valo tai Aurinko. Räiskäleitä voidaan skaalata sisällön mukaan. Räiskälepohja soveltuu vain taktiseen markkinointiin ja sähkönhintojen ilmoittamiseen. Älä käytä sitä kuvien tai suurempien tekstimassojen pohjana ja asettele määreet aina esimerkin mukaisesti.

15⁰⁰
€/kk

5⁷⁹
c/kWh



15⁰⁰
€/kk

5⁷⁹
c/kWh



Verkkoympäristö



Digitaalinen ympäristö

Verkkoratkaisujen visuaalinen ilme pohjautuu Helenin visuaalisen ilmeelle, mutta ratkaisujen osalta visuaalista konseptia ja linjauksia on tarkennettu verkkoon soveltuvaksi ja saavutettavaksi.

Verkkoratkaisujen ohjeistus löytyy Helenin Design systeemistä.

 KOTI YRITYKSET TALOUKSIOT HELEN OY SV | EN Kirjaudu

Etusivu Sähkö Lämmitys Jäähdytys Aurinkopaneelit Sähköauton lataus Asiakaspalvelu

Taloukset > Lämmitys > Tutustu lämmitystarjoamaan



Tutustu lämmitystarjoamaan

Helen on taloyhtiöiden luotettava kumppani energianurkassa. Helen tarjoaa taloyhtiöille monipuolisen ja laajan lämmön tuotteenvalikoiman, joka sisältää kaukolämmön, maalämmön sekä energian käyttöä tehostavat ja täydentävät lämmitysratkaisut ja lisäpalvelut. Helen tarjoaa maalämpöä ja kaukolämpöä, josta molempia voi harkkia itselleen sopivalla hinnottelutavalla.

Kaukolämpö



Kiinteistölämpö

Kaukolämmön hinta pysyy muuttamattomana. Se on ennustettavasti arvostavalle asiakkaalle.

Tutustu kaukolämpöön



Kaushintainen kaukolämpö

Kaushintaisessa kaukolämmössä hinta vaihtuu sähkön pörssihinnan mukaisesti neljä kertaa vuodessa.

Täydennä kaukolämpöä energiatehokkailla ratkaisuilla



Poistoilmalämpöpumppu

Loorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor.



Kiertolämpö

Loorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor.



Älykäs lämmönjakokeskus

Loorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor.



Uusiutuva kaukolämpö

Loorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor.

Kaukolämmön lisäpalvelut



Kiinteistövahti

Aurinkopaneelit tuottavat sähköä päivästä iltaan. Voit myös vuokrata aurinkopaneelin Helenin.



Huolto- ja valvontasopimus

Loorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor.



Patteriverkoston sähkö

Loorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor.



Päästötön sähkösopimus

Loorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor.

Maalämpö



 OMA HELEN YRITYS HELEN SV | EN Kirjaudu ulos

Etusivu Sähkö Lämmitys Jäähdytys Lataus Laskut Sopimukset Omat tiedot Asiakaspalvelu

Sähkönkäyttö

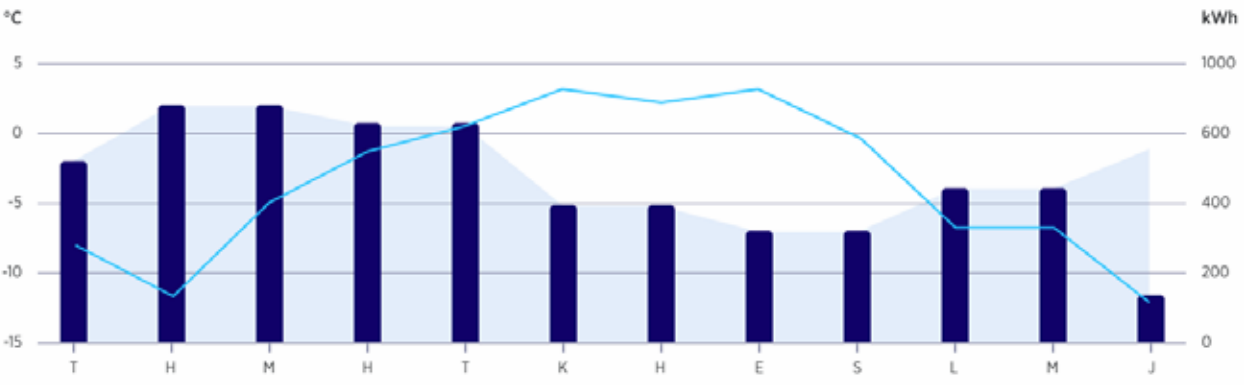
Kulutuksesi on pysynyt keskimäärin samalla tasolla kuin edellisenä vuonna.

Vuodet Vuosi Kuukausi Viikko Päivä

< 2021 > 2021

Lataa tiedostona

°C kWh



Kulutus kWh

Edellinen vuosi kWh

Ulkolämpötila °C

Tarkkuus Yksikkö Vertaa kulutusta

Päivä Tunti kWh €

Edelliseen vuoteen Edelliseen kuukauteen

Näytä kulutuksen rinnalla

Ulkolämpötila °C

Pörssisähkön hinta c/kWh

HINNAT

Yleissirto

Perusmaksu 5,51 €/kk

Siirtomaksu 4,07 c/kWh

SÄHKÖNKÄYTTÖSI ARJESSA

Tiedot ajalta 1.1. - 31.12.2021

Käytät päivittäin sähköä keskimäärin 4,8 kWh

Kulutat vähiten Perjantaisin

Pienin päiväkulutus 3,3 kWh

Kulutuksestasi yöllä (klo 22-7) tapahtuu 65 %

Kulutat eniten Keskiviikkoisin

Ennätyskulutus 28,6 kWh

MISTÄ SÄHKÖSI TULEE



51% ydinvoima

43% fossiiliset

5% uusiutuvat

VUOROKAUSIJAKAUMA

Tiedot ajalta <edellinen klo>

Suurin osa sähkön kulutuksestasi tapahtui yöllä 22-07. Vastaavissa talouksissa osuus on 45%. [Mihin vertailu perustuu?](#)

35% Päivä 07-22

65% Yö 22-07

65% Vastaavat taloudet

+3% ↑

Kulutukseksi yöllä on ollut hieman korkeampaa kuin edellisenä kuukautena

116

Kuvat



Helenin kuvamaailma

Helenin kuvamaailma on lämmin otos tai hetki ihmisten, yritysten tai heleniläisten elämästä ja arjesta. Kuvat kertovat lämminhenkistä, ihmisläheistä ja kiinnostavaa tarinaa, johon katsojan on helppo samaistua, ja jossa Helenin palvelut ovat läsnä luonnollisella tavalla. Kuvan katsoja jää miettimään mitä tapahtui ennen kuvaa tai mitä tapahtuu sen jälkeen. Helenin kuvissa erilaiset, eri-ikäiset ihmiset aktiivisissa tilanteissa tekevät kuvista luontevia, mielenkiintoisia ja helposti lähestyttäviä. Haluamme kuviemme peilaavan moniarvoisuutta, moninaista suomalaisuutta ja näyttää kuvissamme eri kulttuureja edustavia ja eri ikäisiä ihmisiä monipuolisesti. Kuvissa käytetään mahdollisuuksien mukaan heleniläisiä. Kun ollaan Helenin ympäristössä (esim. voimalaitoksilla), kuvissa ei voi käyttää muita kuin heleniläisiä.





Kuvamaailma rakentaa kiinnostavaa tarinaa elämän eri tilanteista. Energia on läsnä kuvissa aktiivisen tekemisen kautta, elementteinä tai suorana Helenin palveluna tai tuotteena. Kuvissa elämä näyttäytyy aktiivisen toiminnan kautta, ja niissä on vahva läsnäolon ja osallisuuden tuntu. Kuvakerronnassa ei synkistellä tai manipuloida todellisuutta. Tavoittelemme positiivista realismia.

Pyrimme kuvissamme korostamaan Heleniä asiakaskeskeisenä, luotettavana ja ystävällisenä energia- alan suunnannäyttäjänä. Kuvia otettaessa tai valittaessa on syytä huomioda, mille kohderyhmälle ja mihin tarkoitukseen niitä käytetään. Kuvan tulee olla samastuttava ja relevantti valitulle kohderyhmälle. Bränditunnistettavuutta voidaan lisätä käyttämällä yksityiskohdissa brändivärejä mukailevia elementtejä: asusteita, huonekaluja tai muuta pientä rekvisiittaa. Niiden määrä ja rooli kuvissa on syytä pitää maltillisena välttääksemme päälleliimatun tuntua.





Rajaaminen

Helenin kuvissa on vahva läsnäolon tuntu. Kamera osallistuu tilanteisiin ja menee tarpeeksi lähelle, jotta ihmisten aidot eleet ja reaktiot välittyvät parhaalla mahdollisella tavalla. Jos on mahdollista kuviin voidaan jättää tilaa esimerkiksi teksteille, mutta jokaisen kuvan rajaus tulee katsoa yksittäisenä tapauksena riippuen mediasta.



Tee näin

Vahva läsnäolon tuntu. Kamera menee tarpeeksi lähelle, jotta ihmisten aidot eleet ja reaktiot välittyvät parhaalla mahdollisella tavalla.



Älä tee näin

Liian kaukainen tilanteen rajaus etäännyttää ja vie herokuvalta tehoa. Kamera vaikuttaa ulkopuoliselta tarkkailijalta. Ihmisten eleet ja reaktiot eivät välity katsojalle.



Syväterävyys

Kuvamme ovat hetken ikuistavia, ja niissä on elämisenmakua sekä aktiivisuutta. Kuvissa voidaan käyttää laajaa syväterävyyttä tai niissä voidaan käyttää myös kapeaa syvyysterävyyttä, jolloin kuvattava kohde on kuvan keskiössä.



Tee näin

Kuva on lähes kauttaaltaan syväterävä, eli siinä on laaja syvyysterävyys.



Tee näin

Kuvissa voidaan käyttää kapeaa syvyysterävyyttä, jolloin huomio keskittyy tarkennettuun kohteeseen.



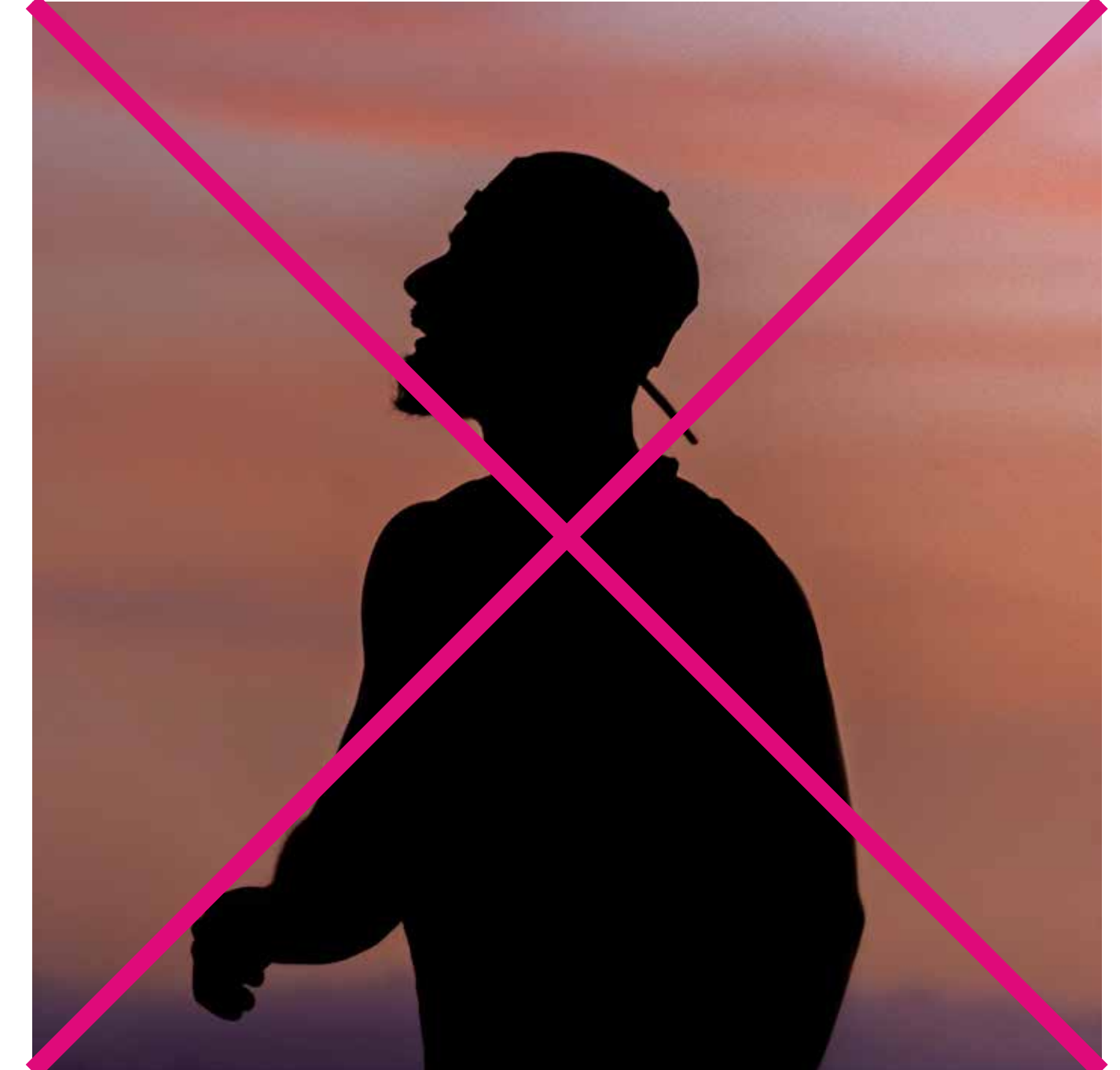
Valaistus

Kuvat tulee olla hyvin valaistuja ja niissä tulee käydä ilmi, mitä niissä tapahtuu. Vältetään vastavaloon kuvaamista ja pyritään välttämään taustan puhkipalamista.



Tee näin

Pidä huoli, että kuvat ovat hyvin valaistuja.



Älä tee näin

Kuvattava kohde kuvataan vastavaloon, jolloin kuvauskohde näkyy silhuettimaisena.



Kuvien värit

Helenin kuvat ovat värikkäitä ja värikylläisiä. Värikylläisyyden kautta kuviin saadaan elämänmakua ja voimaa. Johdonmukaisesti värikylläisyyttä käyttäen kuviin rakentuu meille omaleimainen tyyli joka eroaa positiivisella tavalla kilpailijoista.



Tee näin

Kuvassa näkyy paljon väriä ja yleisvaikutelma on värikäs ja värit ovat kontrastiset.



Älä tee näin

Liian kaukainen tilanteen rajausta etäännyttää ja vie herokuvalta tehoa. Kamera vaikuttaa ulkopuoliselta tarkkailijalta. Ihmisten eleet ja reaktiot eivät välity katsojalle.

Värikäsittely ja mustavalkokuva

Valitsemme ja käytämme lähes aina värikuvia. Mustavalkokuvia ja sävytettyjä kuvia pyritään välttämään. Kuvien jälkikäsittelyssä pyritään luonnonmukaisiin, värikylläisiin ja lämminsävyisiin kuviin, joissa on kontrastia. Kuvia ei saa ylikäsitellä. Yleisvaikutelman pitää kuitenkin pysyä modernina. Mustavalkokuvia voidaan käyttää, kun kyseessä on aidosti vanha kuva. Helen Ventures poikkeaa kuvien sävytyksiltään ja väreiltään muusta Helenin kuvamaailmasta.



1.

Kuvat eivät saa olla väriavaruudeltaan kapeita, silloin kuvien sävyt näyttävät haaleilta. Eikä kuvat saa taittaa liikaa tiettyyn sävyyn.

2.

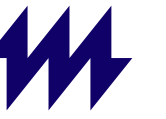
Kuvia ei saa muuttaa kauttaaltaan jonkin muun sävyiseksi. Tästä Helen Ventures on poikkeus.

3.

Kuvia ei vaalenneta opasiteetilla tai muulla keinoin.

4.

Mustavalkokuvia, käytetään vain erikoistapauksissa ja pyritään välttämään ellei kyseessä ole aidosti vanha, mustavalkoinen kuva.



Ihmiset

Kuvissamme vältetään keinotekoista vaikutelmaa. Tärkeää on, että kuvien hetket ja tilanteet tuntuvat aidoilta ja luontevilta, ja tunnelmaan on helppo samaistua. Kuvissa on huolehdittava, että ihmiset eivät poseeraa väkinäisesti, eikä yleisvaikutelma ole teennäinen. Kuvissa käytetään mahdollisuuksien mukaan heleniläisiä. Kun ollaan Helenin ympäristössä (esim. voimalaitoksilla), kuvissa ei voi käyttää muita kuin heleniläisiä.



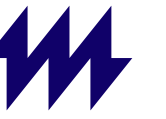
Tee näin

Kuvissa erilaiset, eri-ikäiset ihmiset aktiivisissa tilanteissa tekevät kuvista luontevia, mielenkiintoisia ja helposti lähestyttäviä.



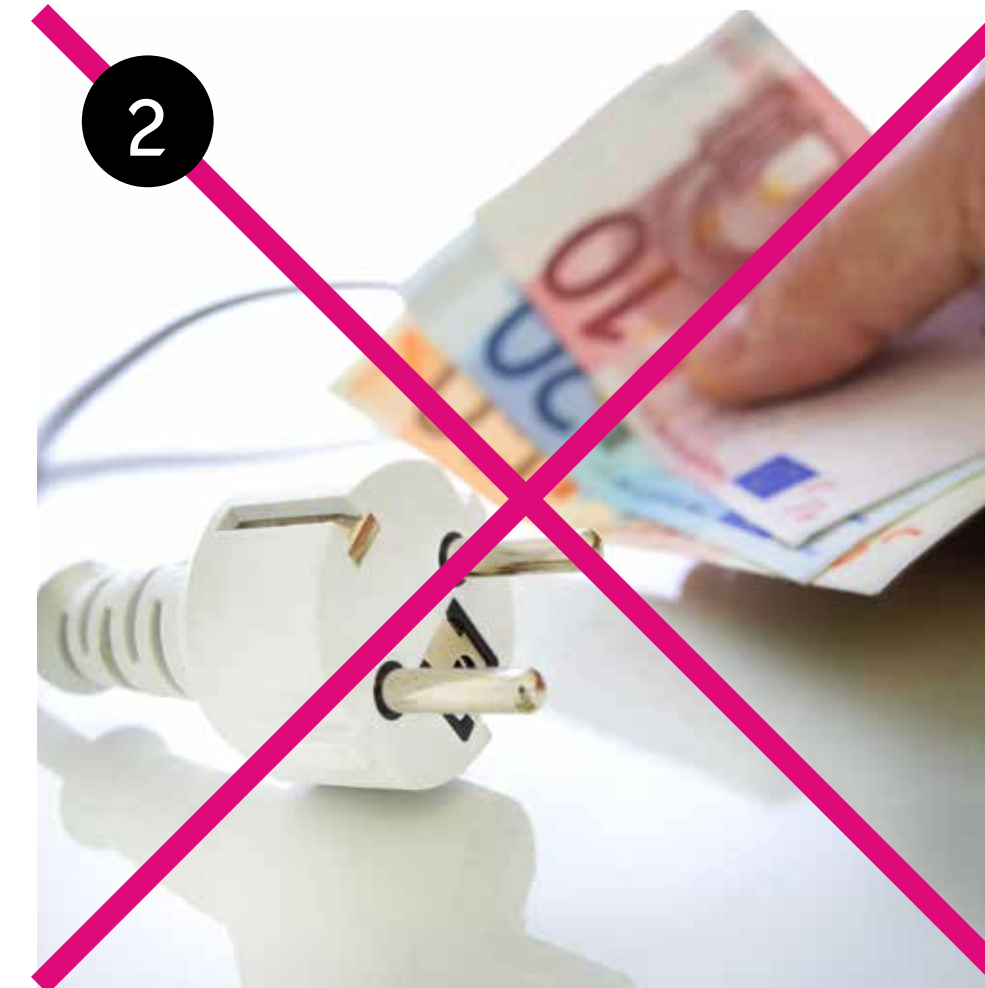
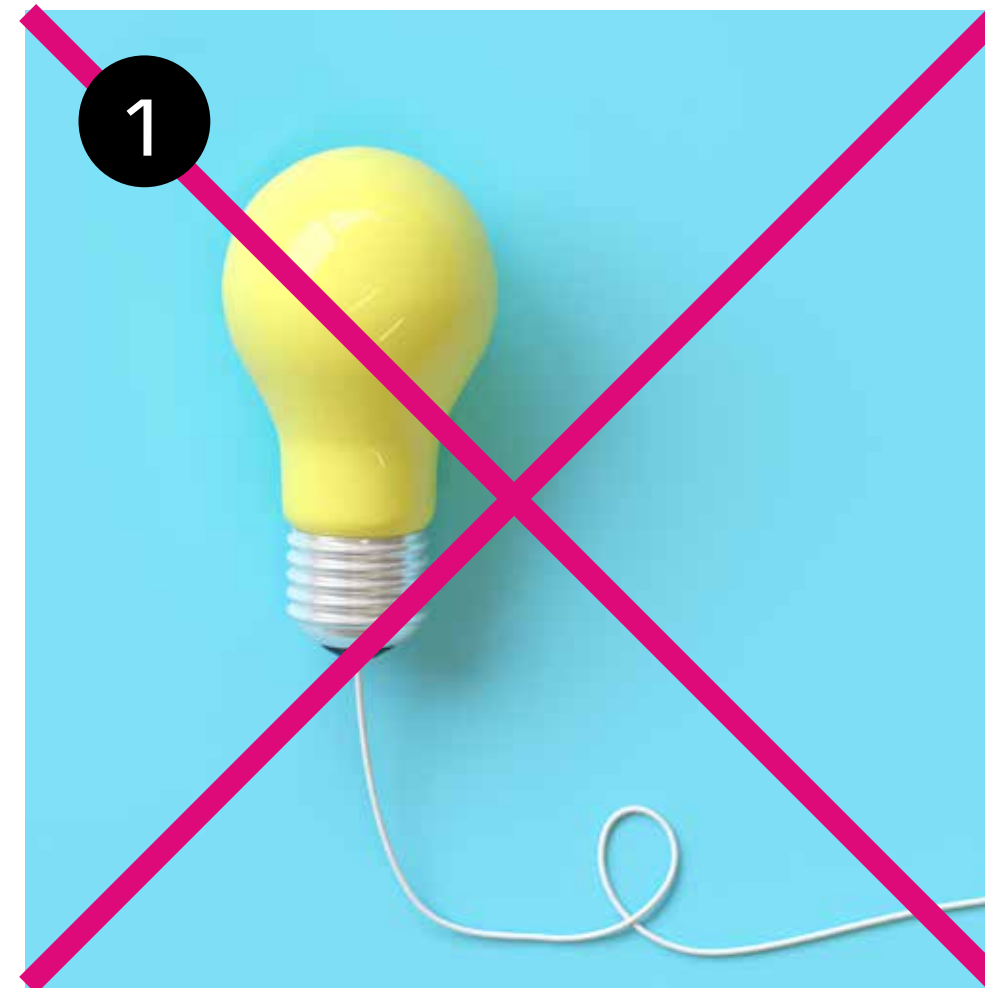
Älä tee näin

Ihmiset vaikuttavat keinotekoisilta tai tilanne näytellyltä.

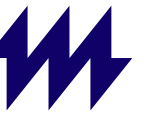


Vältettäviä kuvaratkaisuja

Helen on asiakaskeskeinen, luotettava ja ystävällinen suunnannäyttävä, jonka kuvat kiinnittyvät tähän hetkeen. Haluamme olla lämmin ja läheinen, joka tulee näkyä myös kuvavalinnoissa. Pyrimme rakentamaan kuvamaailmastamme modernin ja oman näköisiä.



1.
Herokuvissa pyritään välttämään studioimaiset "syvätyt" kuva-aiheet.
2.
Liian asetellut kuvatilanteet. Asettelu luo epäaidon mielikuvan.
3.
Rakennetut kuvat. Esim. kuvan päälle tuodaan grafiikkaa.
4.
Epäaidot tilanteet ja liian teennäiset ihmiset.





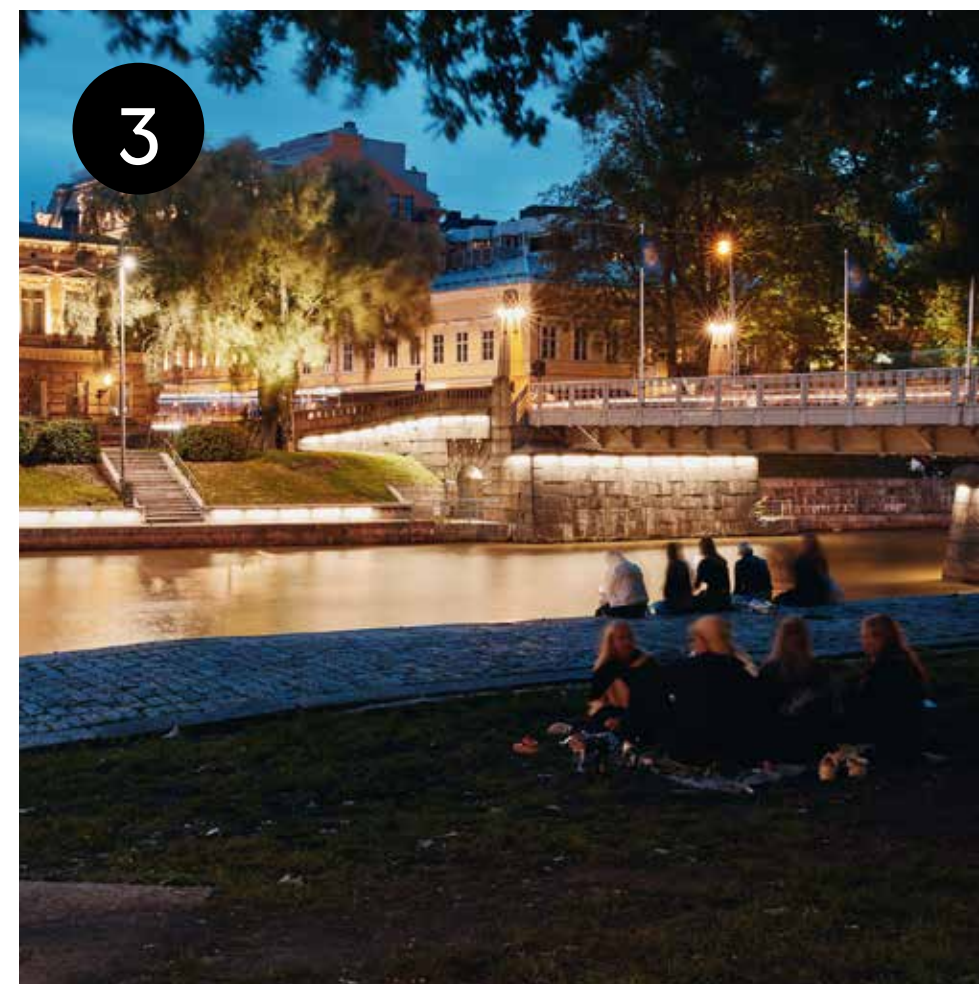
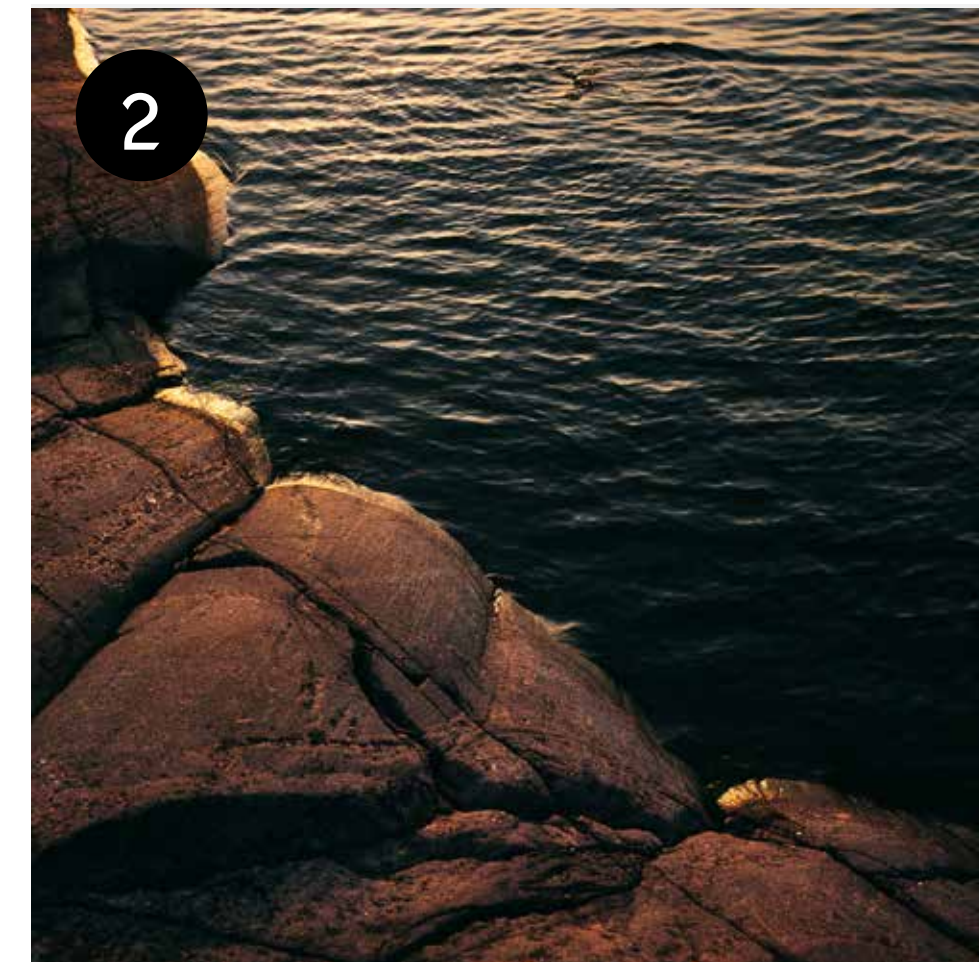
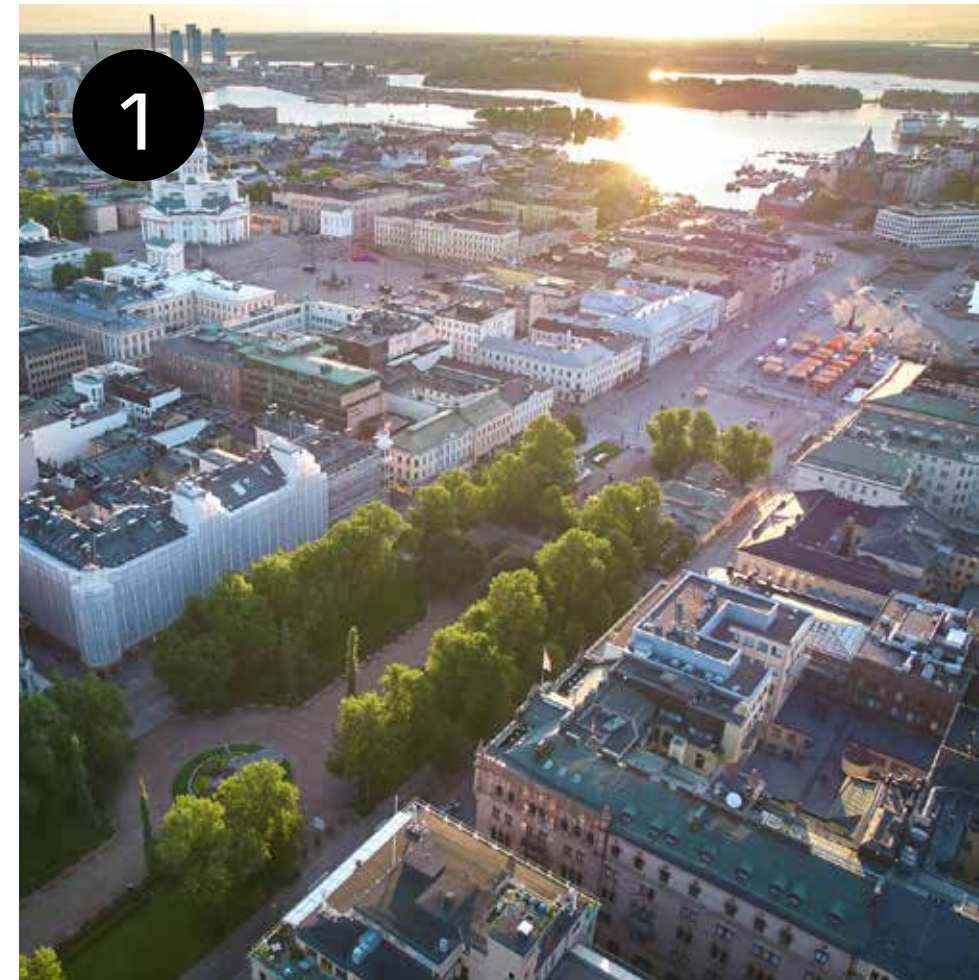
Helenin kaupunki- ja maisemakuvat

Helenin maisemakuvat ovat osa kaunista nykypäivän Suomea ja niissä korostuu tunnelma. Kuvat voivat olla niin urbaaneja ympäristöjä kuin luontokuviaakin. Helenin kaupunkikuvissa on edustettuina laajasti kasvukeskukset, Helsingin lisäksi mm. Tampere, Jyväskylä ja Oulu. Maisemakuvat sopivat hyvin osaksi kokonaisuuksia, joissa käytetään useampia kuvia tai kertomaan vertauskuvallisia ja abstraktejakin aiheita. Helenin maisemakuvissa energia on aina läsnä ja tunnelma kuvissa on tyyni ja rauhallinen. Niitä katsoessa mieli lepää.

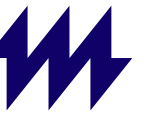


Helenin kaupunki- ja maisemakuvat

Kaupunki- ja maisemakuvilla on helppo kertoa vertauskuvallisia ja abstraktejakin aiheita. Kuvien yleisvalona on luonnonvalo, kuva-aiheet ovat rauhallisia, esteettisiä ja vertauskuvallisia ja niissä energia on aina läsnä.



1.
Kaupunki- ja maisemakuvat voivat olla dronekuvia.
2.
Luontokuvissa näkyy maisema tai ne voivat olla yksityiskohtia luonnosta.
3.
Kaupunkikuvat voivat olla iltakuvia jolloin valojen merkitys kuvissa korostuu.
4.
Kuvat ovat tunnelmallisia ja niissä on läsnä energia jossa muodossa.





Esimerkkejä



Uutiskirje





Otsikko 1 - lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lue lisää



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lue lisää

Lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lue lisää



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lue lisää



Lorem ipsum dolor sit ametm.
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam.

Lue lisää

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis

Lue lisää



Lorem ipsum dolor sit amet
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.



Lorem ipsum dolor
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.



Lorem ipsum dolor sit amet
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.

Sed do eiusmod tempor.

Lue lisää



Lorem ipsum dolor
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.

Lue lisää

Autamme mielellämme,
jos sinulle tylee kysyttävää
ota meihin yhteyttä.



Kysy
chatissa



Soita
meille



Lähetä
viesti



Osoitelähde: Helen Oy:n asiakasrekisteri.

Ota yhteyttä
©Helen Oy

Jos haluat peruuttaa tilauksen, klikkaa **tästä**.

Työmaakyltit



Näe energia uudessa valossa

Salmisaaren jäähdytyslaitoksen uusinta

Förnyelse av Sundholmens kylningsanläggning

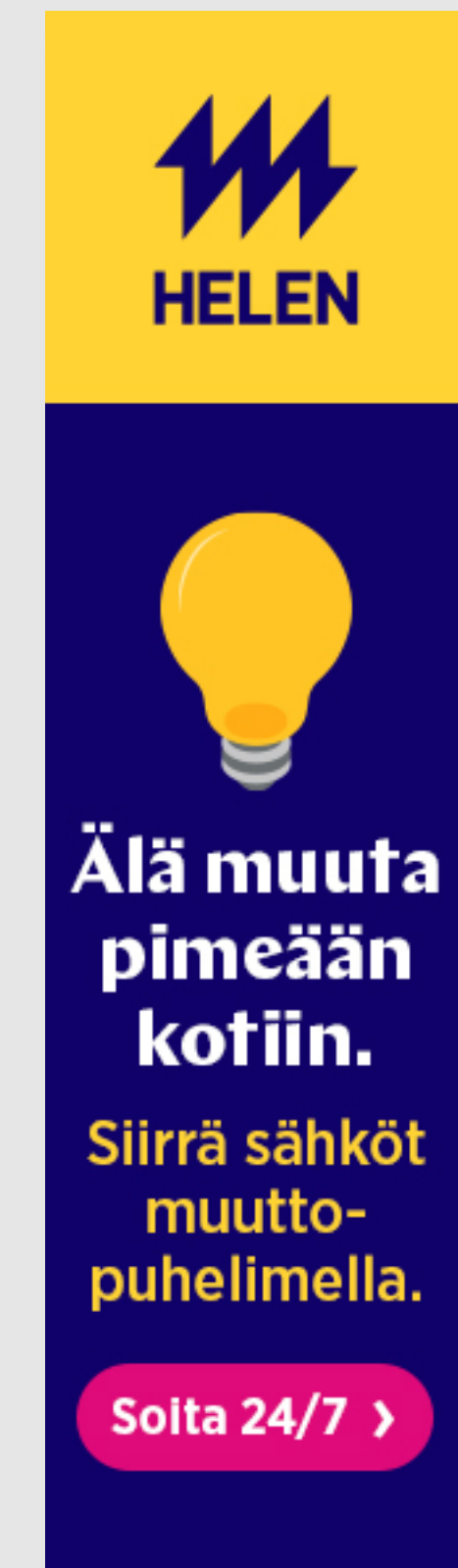
Työstä vastaa
För arbetet svarar
Helen Oy

Työmaavastaava
Arbetsledare
Janne Vääätäjä
050 511 0049

Työ valmistuu
Arbetet färdigt
08/2022



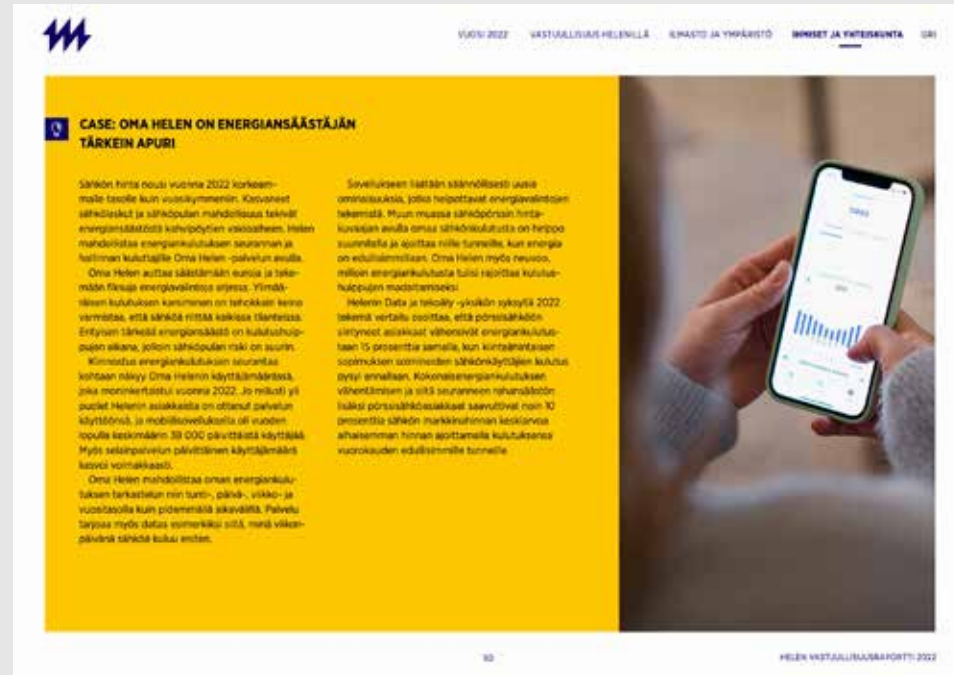
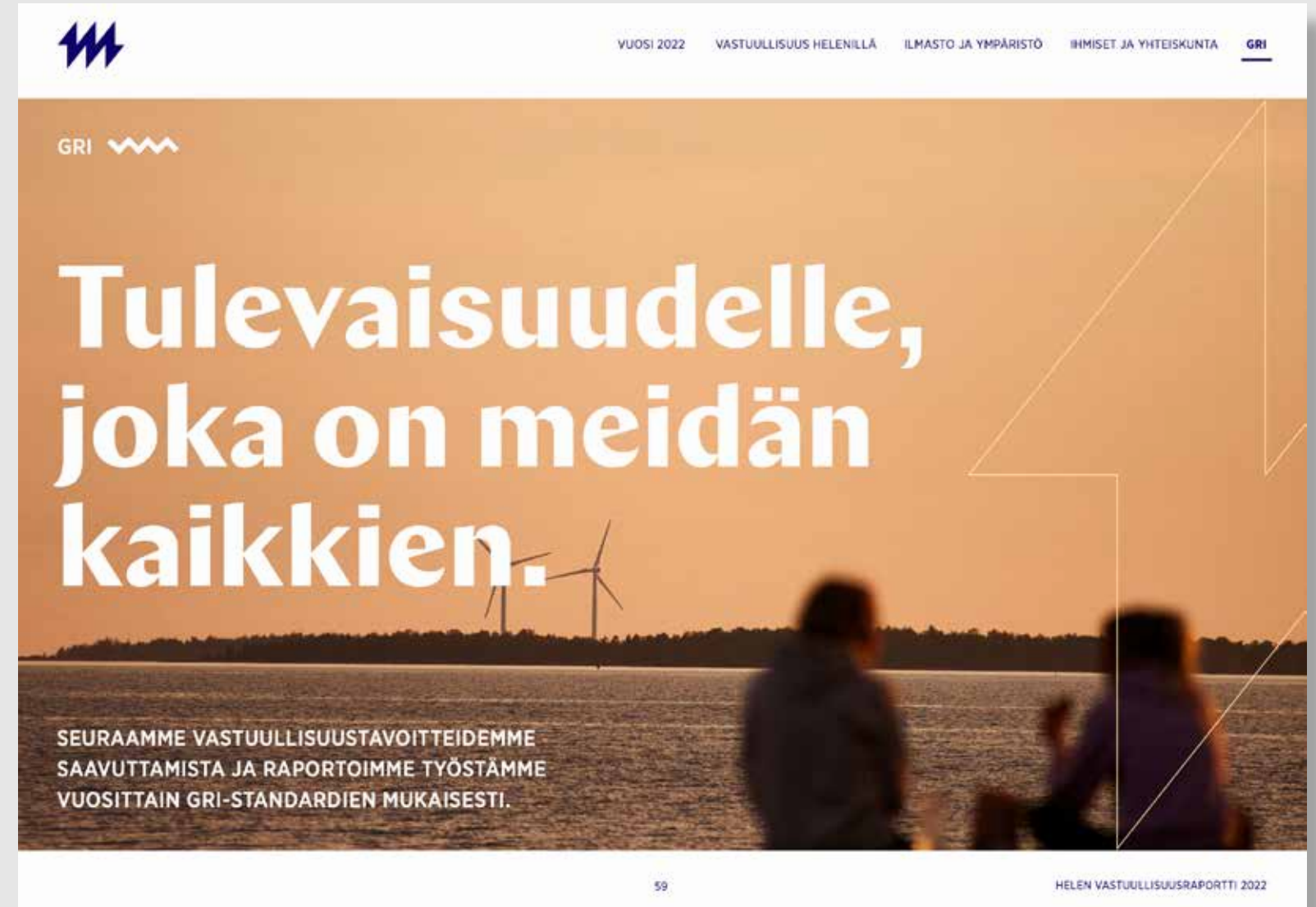
Digitaaliset bannerit



Esitteet



Vastuullisuus- raportti



Helen Lataus

Katso Latauksen ohjeisto täältä.



Helen Lataus

Katso Latauksen ohjeisto täältä.



Oma Helen

