



# OLEMME SIELLÄ, MISSÄ ASIAKKAAMMEKIN OVAT

*Olemme tehneet pitkäjänteistä työtä tehostamalla toimintaa nostamalla verotuksen automaatioastetta, lisäämällä sidosryhmiltä saatavien tietojen määrää ja sähköistä tiedonkeruuta, ottamalla käyttöön uusia työvälineitä ja tuottamalla uusia sähköisiä palveluja.*

## **VEROKORTTI JA VEROILMOITUS – PARHAAT HITTITUOTTEET**

Verokorttien ruuhka huippu osuu aina vuoden ensimmäisille viikoille, kun asiakkaat hakevat uuden vuoden muutosverokortteja. Jälleen kerran vuoden ensimmäiset päivät olivat puhelinpalvelun huippuaikaa: kolmen päivän aikana vastasimme lähes 70 000 puheluun. Normaalisti vastattujen puhelujen määrä vaihtelee 10 000 – 16 000 puhelua päivässä.

Apua verokorttiruuhkien taltuttamiseksi toivat pop up -pisteet. Verohallintolaiset jalkautuvat tammikuun ensimmäisillä viikoilla kauppakeskuksiin ja kirjastoihin, joissa ihmisiä opastettiin tilaamaan ja tulostamaan muutosverokortti verkosta itse.

## **AINA INKERI ANKEINEN VAUHDETTI VERKKOILMOITTAMISTA**

Tavoitteena on saada yhä useampi korjaamaan veroilmoituksensa verkossa. Vuoden 2017 markkinointikampanjan keulakuvana oli suuren suosion saaneen MTV3 viihdeohjelma Putouksen voittanut Aina Inkeri Ankeinen. Aina Inkerin siivittämänä verkkoilmoittajien määrä kasvoi yli 10 prosenttia yhteensä noin 840 000 asiakkaaseen.

Veroilmoitusten korjaajia neuvottiin ja autettiin myös iltaisin. Verojen yönä 4.5.2017 verotoimistot kahdellatoista paikkakunnalla pitivät ovensa auki klo 23:een asti. Myös chat palveli asiakkaita ruuhkaisimpina iltoina aina klo 21:een asti.

## **NUORTEN VEROKAMPUS AVATTIIN – VEROTTAJA JALKAUTUI FESTAREILLE**

Verottaja vastasi kysyntään avatessaan nuorille suunnatun Verokampus-sivuston. Verokampuksessa neuvotaan, kuinka tulee toimia, jos tulot tulevatkin tubettamisesta tai muista uusista tulonlähteistä.

Nuoria opastettiin veroasioissa myös Mikkelin Jurassic Rockissa. Festareilla esiteltiin Verokampusta ja elämäntilanteita, joissa nuori kohtaa verottajan.

## **UUSILLE YRITTÄJILLE ERITYISTÄ TUKEA**

Haluamme, että veroasiat sujuvat oikein ja mahdollisimman vaivattomasti heti alusta lähtien. Vuoden 2017 erityisenä kohderyhmänä olivat uudet yrittäjät, joille muun muassa soitettiin yrityksen rekisteröinnin yhteydessä, lähetettiin uutiskirjeitä yrityksen perustamiseen liittyvistä veroasioista, julkaistiin ohjausvideoita YouTubessa ja pidettiin verkkoseminaareja – myös englanniksi.

## **UUDISTUNUT AJANVARAUS KOKO MAAHAN**

Ajanvarauspalvelu otettiin käyttöön viidessä eri vaiheessa kattaen vuoden lopussa kaikki verotoimistot. Palvelu on osoittautunut tehokkaaksi sekä asiakkaalle että virkailijalle. Ennen varattua käyntiä virkailija soittaa asiakkaalle ja pyrkii hoitamaan asian jo puhelimesta. Keskimäärin 40 prosenttia käynneistä hoituu näin, eikä asiakkaan tarvitse tulla toimistoon lainkaan. Yksi ajanvarauksen kehittämiskohde lähitulevaisuudessa on palveluvalikoiman laajentaminen.

## **VERKKOSEMINAARIT TULIVAT MESSUJEN TILALLE**

Jalkauduimme vuoden 2017 aikana messuille yhdeksän kertaa. Määrä on ollut laskussa, koska verkkoseminaarit ovat korvanneet käynnit erilaisissa tapahtumissa. Verkkoseminaarit tavoittavat kohderyhmästä ylivoimaisesti suuremman osan. Lisäksi ne ovat asiakkaille ilmaisia ja vievät vähemmän aikaa niin asiakkailta kuin järjestäjiltä.

Pidimme vuoden aikana yhteensä 15 verkkoseminaaria. Kaikki seminaarit ovat edelleen nähtävänä vero.fi:ssä ja YouTubessa.

## **VERO.FI UUDISTUI**

Kesäkuussa veroasioitaan selvitteleviä asiakkaita ilahdutettiin uudistuneella vero.fi-sivustolla. Ulkoasusta tuli entistä napakampi samalla kun hakuominaisuudet paranivat. Tekstit tiivistyivät ja kielenhuollossa kiinnitettiin jälleen kerran huomiota ymmärrettävyyteen ja selkeään kieleen.

Vero.fi on ylivoimaisesti suosituin palvelumme. Sen sivuilla käy vuosittain 23 miljoonaa veroasioihin vastausta etsivää asiakasta. Vero.fi:ssä palvelevat myös chat, OmaKysymys ja Vastauspankki.

## **SOSIAALISESSA MEDIASSA**

Läsnäolo ja vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa ovat luonteva tapa olla tekemisissä asiakkaiden ja sidosryhmien kanssa. Olemme avanneet sosiaalisen median kanavia rohkeasti vuodesta 2014 alkaen, ja niissä läsnäoloa on testattu, suunniteltu ja seurattu.

Olemme aktiivinen Twitter-tili @Verouutiset ja seuraajiemme määrä kasvaa päivä päivältä. Avoimia työpaikkoja markkinoimme Twitterissä @Verorekry-tilillä sekä LinkedInissä. Kannustamme myös henkilöstöä aktiiviseen sosiaalisen median hyödyntämiseen ja tuemme heitä palvelujen suunnitelmallisessa käytössä.

## **VERONKANTAJA – PUHETTA PYKÄLIEN TAKAA**

Vuoden 2017 lopussa aloimme julkaista podcast-sarjaa nimeltä Veronkantaja. Se tarjoilee kiinnostavimmat aiheet ja ilmiöt verotukseen liittyen.

Joulukuun lopussa olimme käsitelleet podcasteissa kasvuyrityksiä ja Kiinaa, robotiikkaa, harmaata taloutta ja verovajetta. Yhteensä jaksojamme on kuunneltu vuoden 2018 alkuun mennessä vajaa tuhat kertaa. Se on hyvä startti. Kuuntele Veronkantaja -jaksot ilmaiseksi Soundcloudissa

## **TYÖNTEKIJÄLÄHETILÄÄT OVAT SOSIAALISESSA MEDIASSA KUIN KOTONAAN**

Työntekijälähettiläs on työntekijä, joka omalla vuorovaikutuksellaan edistää asiantuntijuuttaan ja organisaationsa hyvää mainetta. Toiminta perustuu vapaaehtoisuuteen ja työntekijä voi viestiä työpaikkansa lähettiläänä sekä sosiaalisessa mediassa että esimerkiksi osallistumalla erilaisiin tapahtumiin.

Verohallinnon työntekijälähettiläät ovat vuoden pestinsä aikana saaneet positiivista huomiota ja palautetta vuodesta 2016 lähtien. Neljä verohallintolaista sometti aktiivisesti vuoden 2017 työntekijälähettilään roolissa. Työntekijälähettiläät osallistuivat omien kiinnostuksen kohteidensa mukaan oppilaitosvierailuille, sidosryhmäyhteistyöhön ja sosiaalisen median sisällöntuotantoon omilla tai organisaation kanavissa.