

# APO\_VIITEARKKITEHTUURI



## Muutostenhallintaprosessi

Hiljaisen tiedon siirtoprosessi lähti käyntiin vuoden 2021 alusta, ja 17.3.2022 siirryttiin uuteen käytänteeseen Aallon tilitoimistossa, jonka yhteydessä ilmeni tarve uudistaa logo nykytasolle. Aiemmissa aihioissa on näkyvissä vielä vanha logo. Toimintamallit 9001:2015 V 4.1 on vaihdettu uusi logo. Mahdolliset muut muutokset tuottavat uuden laatukäsikirjaversioon 4.2. Version 4.1 kantta on täydennetty myös ekologolla.



Metatietona tulee tietää ja hallita muutosprosessi, eli muutokset yrityksen toiminnassa. Kun logo muuttuu ja otetaan käyttöön, se aiheuttaa päivitysprosessin, jossa on otettava huomioon eri tahot ja tavat, joissa ao. logoa on käytetty tai tullaan käyttämään.

Logomuutoksen impulssina ja genoomina (lähtökohtana) oli ajanmukaistamisen tarve, joka tuli konkreettisesti esiin Aallon tilitoimiston laskutuspuhjan uusimisen yhteydessä. Jo edellinen ratkaisu oli kohdannut teknisiä ongelmia ja oli epätydyttävä. Vetäytyjän työssään hyödyntämissä kehitteissä on mukana mm. D\_II meemikaava, jossa alkujaan oli viisi eri tekijää, sittemmin sen täydentyi kahdella muulla ja sellaisena sitä on mahdollista käyttää myös strategisena välineenä.

Yrityksen logo on yrityksen kasvot. Logon uusiminen moderniksi edustaa kasvojen nuorennusleikkausta ja/tai tyylin muuttumista. Logomuutos on yleensä pitkä ja vaivalloinen prosessi. Tässä tapauksessa idea oli selvä, toteutus kesti työparilta Samuli ja Marita kaksi tuntia kokeiluineen, mikä on harvinaisen tehokasta luovaa toimintaa. Yrityksen kehitteissä on ollut vuosina 2020–2021 mukana tarinallisuus, joten tämä edustaa tuotakin aspektia logon syntytarinana, jonka voi esittää meemikaavaa hyödyntäen. Makuasia on, jäsentääkö tarinan juonen ensin meemikaavana ja sitten sanallistaa kaavan, vai luoko ensin tarinan, jonka sitten mallintaa.

## Logon synty

Alun perin logon idean pohjana oli fasilitaattori Samuli Romanin luoma kuva työnimeltä ”salo”, josta muotoutui esiin palapelin osanen ja siitä edelleen osa Vahvacon-logoa. Uudistuksessa pyrittiin ilmentämään keventämään imagoa ja nuorentamaan logoilmettä dynaamisempaan suuntaan, siksi kursiivikirjaimet ja yläosa ilman vahvennusta. Kokonaisuus pidettiin samanhenkisenä kuin ennenkin.



ENNEN

->



NYT 03/2022 alkaen.

Edellä on kuvattu genomivaihetta, syntyä ja esitetty, millaisena logo on ilmennyt ja jatkossa ilmenee, tällöin on kyse fenoomista, mikä suoraan johtaa johdannossa mainittuun päivitystarpeeseen. On huomioitava missä kaikissa kohteissa logoa käytetään, ja kun törmää vanhaan logoon, niin se on muistettava päivittää uuteen. Tärkeimpiä näistä ovat:

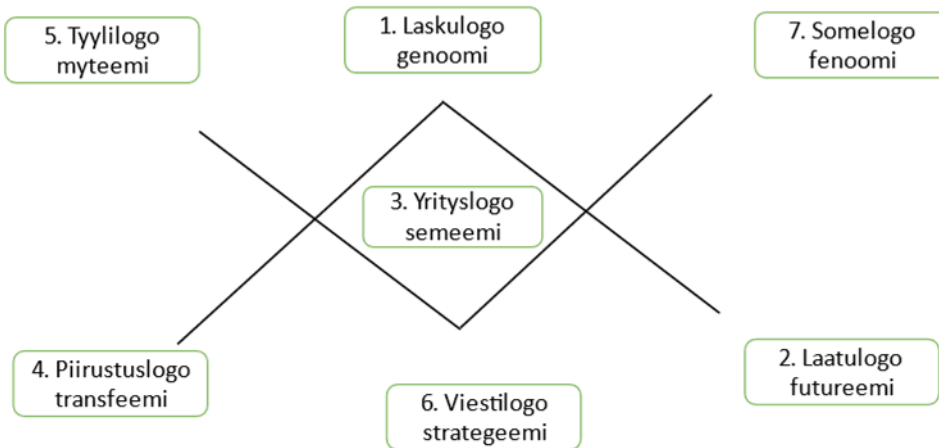
- 1) Aallon tilitoimiston Vahvaconin laskutus pohja (**genoomi**, syntyprosessi)
- 2) Laatuasiakirjat, toimintamallit kk. & viitearkkitehtuuri (**futureemi**, sisäinikäyttö)
- 3) Tarjous- ja sopimusasiakirjat (**semeemi**, yritystunnus, imago, tunnistaminen)
- 4) Projektidokumentaatioasiakirjat (**transfeemi**, mustavalkologo)
- 5) Rekisterit ja raportit (**myteemi**, tyylitaju)
- 6) Viestintäkäyttö (**strategeemi**, uudistuminen)
- 7) Somekäyttö (**fenoomi**; kotisivu yms.)

Logouudistuksen merkitystä voi pohtia seitsemän perustekijän avulla ugramella, joka sekin kuuluu kehityskaaren kohteisiin koodilla D\_VI, jonka osat kertovat erilaisista logon käytön yhteyksistä, logorooleita. Kuvio osoittaa näiden kahden erikoiselta vaikuttavan kehitteen olevan tehokkaita arjen toiminnan analysoinnin ja kehittämisen työvälineitä. Logo vaikuttaa moneen ja sen systemaattinen käyttö luo osaltaan yrityskuvaa ja imagoa ulos päin. Oleellista on ymmärtää, mikä logorooleista on tulevaisuudessa se tärkein tekijä, jolla vaikutetaan yrityksestä saatavaan mielikuvaan. Yhtenäinen tapa toimia on jo tullut mainittua, ja laatulogot on jo mainittu tulevaisuustekijänä eli futureemina.

Logo edustaa aina yritystä, joten johdon on oltava logonsa näköinen, Vahvacon logo pyrkii neutraaliuteen ja tuo samalla esiin LVIA-tekniikan osaamista osana talotekniikan ja rakentamisen elintärkeää kokonaisuutta. – We want to be a piece of your cake! –

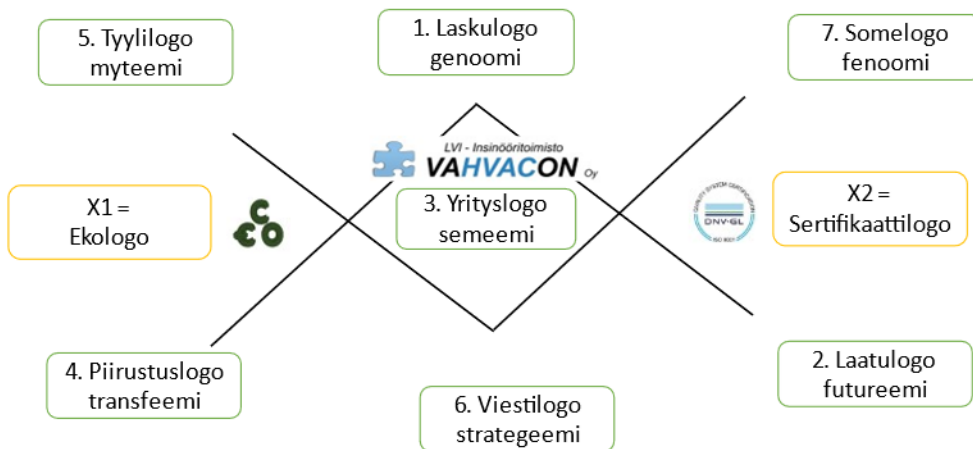
## Logoroolit

Työstettäessä logouudistusta, on meemijaolla synnytettyillä logorooleilla ohjaava vaikutus tarvittaviin toimenpiteisiin. Alkun perin logomeemejä on seitsemän, mutta ugrameksi mallinnettuna, saadaan selville toiminnan iso kuva.



Kaavio. Logoroolit perusastelmana.

Logolla ja sen käyttötavoilla rakennetaan tunnettuutta, brändiä, imagoa. Logo voi olla arvokas APO-tekijä, kun se assosioituu hyvään tuotteeseen. Alussa on esitetty yrityksen matkan varrella Studio Meemimiksauksen luoma Vahvaconin ekologo, joten se muodostaa ilman muuta imagonrakennuksessa yhden logotyyppin, toinen on sertifiikaattilogo, joka on todiste toimivasta johtamisjärjestelmästä ja laadukkaasta toiminnasta.



Kaavio. Logoroolien rixh picture, iso kuva.