

Helsingin ravintoloiden yhteinen viestintämateriaali ruokamatkailun kasvun tueksi



Kuva: Woodward Creative

Helsinki

Sisällysluettelo

Siirry kohtaan klikkaamalla otsikkoa

Johdanto – Materiaalin tarkoitus ja miksi käyttää sitä?	1
• Aloita tästä: neljä nopeaa tapaa käyttää materiaalia	2
Helsingin ravintolakulttuurin ydinviesti	3
• Helsingin ravintolakulttuurin identiteetti ja kansainvälinen positiointi – 4 pilaria	4
• Helsingin ravintolakulttuurin identiteetti ja kansainvälinen positiointi – 4 pilaria	5
◦ 1. Urbaani luonto ja villiruoka ovat osa Helsingin infrastruktuuria.....	6
◦ 2. Helsinki on nuori ruokakaupunki, jota ei määrittele yksi ainoa ruokaperinne.....	7
◦ 3. Syötävän kokoinen ruokakaupunki	8
◦ 4. Rento huippulaatu	9
• Miten tämä näkyy eri ravintolatyypeissä	10
Do's & Don'ts – Näin liität ravintolasi Helsinkiin käytännössä.....	11
• Do's and Don'ts – käytännön esimerkkejä.....	12
• Do's and Don'ts – käytännön esimerkkejä.....	13
Q&A – Media-apu: valmiit vastausesimerkit	14
• “Minkälainen ruokakaupunki Helsinki on?”.....	15
• “Kun vieras astuu ravintolaasi, mitä toivot hänen huomaavan ensimmäisenä?”	16
• “Mikä erottaa Helsingin muista pohjoismaisista ruokakaupungeista?”	17
• “Mikä tekee ravintolastasi matkustamisen arvoisen?”.....	18
Hyödyllisiä linkkejä ja taustatietoa	19
Kiitos ja lisätuki	20

Johdanto: Materiaalin tarkoitus ja miksi käyttää sitä?

Tämä materiaali auttaa sinua puhumaan omasta ravintolastasi osana Helsinkiä tavalla, joka vahvistaa sekä tarinaasi että koko kaupungin vetovoimaa. Tarkoitus ei ole “hypettää Helsinkiä”, vaan tarjota valmiita sanamuotoja ja esimerkkejä, joiden avulla liität tekemisesi Helsingin vahvuuksiin niin, että viesti toimii mediassa, kumppaneille ja vieraille.

Kun ravintolat sanoittavat Helsinkiä samansuuntaisesti, kaupungista tulee helpommin tunnistettava ruokakohte. Se tukee yhtä aikaa sekä kansainvälistä että kotimaan matkailua. Toimittajan ja matkailijan on helpompi ymmärtää, mikä tekee Helsingistä omintakeisen ruokakohteen, ja muualta Suomesta tulleen ja paikallisen yleisön on helpompi nähdä, miten rikas ja helposti koettava ruokakaupunki Helsinki on.

Miten sanat rakentavat kiinnostusta

Helsingin ruokakenttä ei myy itse itseään, vaan se kirkastuu sen kautta, miten siitä puhutaan. Helsinki kannattaa sanoittaa kokonaisuutena: torit ja kauppahallit, kahvilat ja leipomot, tislaamot ja baarit sekä ravintolat muodostavat yhdessä kaupungin “syötävän” arjen. Kun osaamme kuvata tätä monipuolisuutta ja saavutettavuutta selkeästi, ja muistamme, että Helsinki kuuluu maailman kestävimpiin matkakohteisiin, kiinnostus kasvaa sekä koko ravintolakenttää että yksittäisiä ravintoloita kohtaan.

Missä tätä materiaalia voi käyttää:

- Verkkosivuilla
- Mediavastauksissa
- Asiakasviestinnässä ja keskusteluissa vieraiden kanssa
- Sosiaalisessa mediassa
- Esittelyissä ja tapahtumakuvauksissa
- Yhteistyössä matkailutoimijoiden kanssa

Aloita tästä: neljä nopeaa tapaa käyttää materiaalia



Lisää yksi Helsinkiin liittyvä lause verkkosivuille, sosiaaliseen mediaan tai menuun.



Käytä avainlauseita mediassa ja kun kuvailet ravintolaasi verkossa, vieraille tai yhteistyökumppaneille.



Nosta esiin tekijät ja tarina, kun kuvailet ravintolaasi mediassa, verkossa, vieraille tai yhteistyökumppaneille.



Ohjaa vieraita muihin ravintoloihin. Se vahvistaa koko Helsingin ravintolakenttää.

Helsingin ravintolakulttuurin ydinviesti

Helsinki on syötävän kokoinen ja saavutettava ruokakaupunki, jossa urbaani luonto, meri, metsä ja satokaudet ovat osa arkea ja näkyvät suoraan lautasella niin ravintoloissa kuin kodeissa. Sitä ei sido mikään yksittäinen koulukunta: asema kaupunkina, joka ei kuulu selvästi idän, lännen, etelän tai pohjoisen ruokaperinteisiin, antaa tekijöille vapauden inspiroitua, yhdistellä ja innovoida omalla tavalla. Lopputulos on villi, rento ja odotuksista vapaa ravintolakenttä, jossa huippulaatu ja palvelu tuntuvat mutkattomasti monessa muodossa.



Kuva: Woodward Creative

Helsinki

Helsingin ravintolakulttuurin identiteetti ja kansainvälinen positiointi – 4 pilaria

Ruotsi nojaa elämäntapaan ja “fika”-mielikuvaan. Tanska fine diningin ja rennon kaksijakoiseen vetovoimaan. Norja suurieleisiin luontokokemuksiin. Helsinki on ruokakaupunki, jossa kaupunki itsessään on syötävä: luonto, ihmiset, verkostot ja arjen toimivuus tekevät ruokaelämyksistä helposti koettavia ja omaleimaisia.

Lähde: [Visit Finland Comparing Nordic Food Tourism Marketing](#)



Kuva: Woodward Creative

Helsinki

1 **Urbaani luonto ja villiruoka ovat osa Helsingin infrastruktuuria:** Kestävät raaka-aineet ovat Helsingissä osa arkea ja kaupungin infrastruktuuria, ja villi ajattelu näkyy lautasella sesonkien mukana.

2 **Helsinki on nuori ruokakaupunki, jota ei määrittele yksi ainoa ruokaperinne:** Helsinki sijaitsee idän ja lännen välissä eikä sitä määrittele yksi koulukunta, joten tekijöillä on lupa yhdistellä vaikutteita ja innovoida omalla tavalla.

3 **Syötävän kokoinen ruokakaupunki:** Kompakti kaupunki ja toimiva arki tekevät ravintolakentästä helposti koettavan. Hyviä paikkoja on tiheästi ja niihin pääsee vaivatta.

4 **Rento huippulaatu:** Helsingissä laatu ei vaadi pönötystä. Huippuosaaminen näkyy palvelussa, käsityössä, raaka-aineissa ja yksityiskohdissa, mutta tunnelma pysyy mutkattomana ja urbaanina.

Urbaani luonto ja villiruoka ovat osa Helsingin infrastruktuuria

Avainlauseita

Luonto on osa kaupungin arkea. Retki keskuspuistoon alkaa jo eteläiseltä Töölönlahdelta, ja villiruoan kerääminen on kaupunkielämän saumaton jatke.

Villiraaka-aineet ja kestävät raaka-ainevalinnat ovat arjen käytäntö, ei harvinaisuus. Siksi ne näkyvät luontevasti sekä ravintoloissa että kodeissa sesongin mukaisena arjen luksuksena.

Sesongit ohjaavat Helsingin ruokakulttuuria poikkeuksellisen suoraviivaisesti. Luonnon läheisyys tekee sesonkien vaihtelusta osan arkea, joka näkyy niin toreilla kuin ravintoloiden menuissa.



Helsinki on nuori ruokakaupunki, jota ei määrittele yksi ainoa ruokaperinne

Avainlauseita

Helsinki on idän ja lännen risteyksessä ja verrattain nuori ruokakaupunki. Siksi sitä ei määrittele New Nordic tai mikään yksittäinen perinne. Tekijöillä on vapaus inspiroitua, yhdistellä ja innovoida leikkisästi omilla ehdoillaan.

Pohjoinen raaka-aine ja maailmalta tulevat ideat kohtaavat Helsingissä luontevasti. Pohja on pohjoisessa, mutta maut ja tekniikat eivät ole sidottuja yhteen koulukuntaan.

Vapaus näkyy ravintolakentässä monimuotoisuutena. Eri keittiöt ja tyyli elävät rinnakkain, ja uudet ideat löytävät nopeasti paikkansa.



Kuva: Woodward Creative

Helsinki

Syötävän kokoinen ruokakaupunki

Avainlauseita

Helsinki on syötävän kokoinen ruokakaupunki. Kaupunki on kompakti ja siellä on helppo liikkua. Toimiva joukkoliikenne ja lyhyet etäisyydet tarkoittavat, että poikkeuksellisen laadukas ja monipuolinen ravintoloiden, baarien ja kahviloiden kirjo on kävelymatkan päässä.

Helsingin ruokakulttuuri on sosiaalista ja mutkatonta. Pop-upit, vierailukeittiöt ja yhteisölliset illalliset syntyvät nopeasti, ja uudet ideat siirtyvät tekijältä toiselle luontevasti.

Helsingissä saavutettavuus on myös sosiaalista: ihmiset löytävät toisensa helposti. Kaupunki on matalahierarkkinen ja helposti lähestyttävä, joten ravintolat, brändit ja kulttuuritoimijat tekevät yhteistyötä luontevasti ilman raskaita välikäsiä.



Kuva: Julia Kivelä

Rento huippulaatu

Avainlauseita

Helsingissä laatu ei vaadi seremoniaa. Huippuosaaminen näkyy palvelussa, käsityössä, raaka-aineissa ja yksityiskohdissa, mutta tunnelma pysyy mutkattomana ja urbaanina.

Helsingissä fine dining -osaaminen valuu arkeen. Sama kunnianhimo näkyy bistroissa, viinibaareissa ja kortteliravintoloissa. “Rento” ei tarkoita kompromissia.

Helsingissä kunnianhimo näkyy koko skaalalla. Se ulottuu Michelin-tason illallisista torikahveihin ja nopeisiin ruokapysähdyksiin.



Kuva: Anders Husa & Kaitlin Orr Husa

Miten tämä näkyy eri ravintolatyypeissä?

Bistrot

Helsingin vahvuus näkyy rentona huippulaatuna. Ruoassa, viinissä ja palvelussa on kunnianhimoa, mutta tunnelma pysyy elävänä ja mutkattomana. Korkea taso ja helppo lähestyttävyyys kulkevat rinnakkain.

Esimerkki: “Helsingissä fine dining -osaaminen valuu arkeen. Sama kunnianhimo, mutta rennommin.”

Kortteliravintolat

Helsinkiläisyys näkyy arkisena kunnianhimonä. Kokemus on helposti lähestyttävä, mutta laatu näkyy raaka-aineissa, tekemisen tasossa ja siinä, että kokonaisuus on huolella ajateltu.

Esimerkki: “Helsingissä yksinkertainenkin tehdään kunnianhimoisesti, eikä rento tarkoita kompromissia.”

Fine dining -ravintolat

Helsinkiläisyys näkyy erityisesti tarkkuutena, käsityönä ja sesonkien herkkyytenä. Taso on korkea ja yksityiskohdat hiottuja, ja lähellä olevat raaka-aineet sekä luonnon rytmi ohjaavat sitä, mitä lautaselle päätyy.

Esimerkki: “Helsingissä fine dining rakentuu tarkkuudesta, sesonkien herkkyydestä ja luonnosta, joka on aidosti lähellä.”

Baarit

Helsinkiläisyys näkyy matalana hierarkiana, yhteisöllisyytenä ja luontevina yhteistyöinä. Kaupungissa ihmiset ja tekijät löytävät toisensa helposti, ja siksi vierailut, pop-upit ja yhteiset ideat syntyvät mutkattomasti.

Esimerkki: “Helsingissä tekijät ja ideat kohtaavat helposti. Siksi yhteistyöt, vierailut ja yhteiset ideat syntyvät mutkattomasti.”

Kansainväliset ravintolat

Helsingin vahvuus näkyy vapaudessa yhdistellä vaikutteita ja tuoda oma näkökulma osaksi kaupungin ruokakulttuuria. Helsinkiä ei määrittele yksi ruokaperinne tai koulukunta.

Esimerkki: “Helsingissä voi kokata omista lähtökohdista ilman että täytyy mahtua yhteen muottiin.”

Kahvilat ja leipomot

Helsingin vahvuus on saavutettavuus ja matala kynnyys. Pienet hetket kahvin, leivonnaisen tai aamiaisen äärellä ovat olennainen osa sitä, miten kaupunkia koetaan.

Esimerkki: “Helsingissä hyvä kahvi ja syötävä ovat aina lähellä. Laatu on osa arkea.”

Do's & Don'ts – Näin liität ravintolasi Helsinkiin käytännössä

Tämä osio auttaa sinua käytännön esimerkkien kautta hahmottamaan, miten voit hyödyntää Helsingin kansainvälistä medianäkyvyyttä ja yhteisiä ruokaviestejä vahvistaaksesi omaa asemaasi, saadaksesi lisää näkyvyyttä ja rakentaaksesi tekemisellesi selkeän kontekstin. Kun liität ravintolasi tarinan osaksi Helsingin vahvuuksia, et puhu vain omasta paikastasi irrallaan, vaan asetat sen osaksi ruokakaupunkia, jota media ja matkailijat ymmärtävät ja haluavat kokea.

Kuva: Woodward Creative

Helsinki

Do's and Don'ts

Do 01 – Puhu ensin ravintolasi erityisyydestä. Helsinki tuo lisäarvoa, mutta ei ole pääviesti

Miksi: Media rakentaa jutun usein järjestyksessä keittiömestari → ravintola → kaupunki. Helsinki-kulma toimii parhaiten, kun se tukee ravintolan omaa tarinaa.

- DO: “[Ravintolatyypinä] olemme luonteva osa Helsingin rikasta ravintolakenttää. Meillä se näkyy erityisesti siinä, että [valitse 1–2 avainlausetta]: **villiraaka-aineet** ovat osa arjen käytäntöä • **Helsinkiä ei määrittele mikään yksittäinen perinne**, joten meillä on vapaus inspiroitua, yhdistellä ja innovoida leikkisästi omilla ehdoillamme • **laatu ei vaadi seremoniaa.**”

Do 02 – Korosta rentoa mutta kunnianhimoista ravintolakulttuuria

Miksi: Tämä on vahva ja helposti ymmärrettävä erottautumistekijä. Kunnianhimo näkyy loistavassa palvelussa ja yksityiskohdissa, ei suuressa fanfaarissa ja/tai pönötyksessä.

- DO: “Helsingissä laatu ei vaadi suurta seremoniaa: hyvä palvelu, tarkka käsityö ja mutkaton tunnelma erottavat meidät.”

Do 03 – Puhu Helsingin matalahierarkkisesta ja helposti lähestyttävästä ravintolakulttuurista

Miksi: Tämä on konkreettinen “scene proof”: yhteyden saaminen on helppoa, ja yhteistyö syntyy luontevasti myös yli kulttuuri- ja toimialarajojen. Se tekee paikasta kiinnostavamman myös kumppaneille ja medialle.

- DO: “Helsingissä on matala hierarkia ja ihmisiin on helppo saada yhteys. Ravintolat, brändit ja kulttuuritoimijat löytävät toisensa ilman turhaa byrokratiaa. Siksi pop-upit, vierailukeittiöt ja yhteistyöt syntyvät täällä poikkeuksellisen helposti.”

Do's and Don'ts

Don't 01 – Älä kuvaile Helsinkiä vain yhden tyylin kautta

Miksi: Helsinki ei ole yhden muotin kaupunki. Jos puhe tyypistyy yhteen tyyliin, suuri osa kentästä jää ulkopuolelle.

- DON'T: "Helsinkiä määrittää pohjoismainen ruokaperinne."
- DO: "Helsinkiä ei määrittele mikään yksittäinen ruokaperinne, sillä kaupunki on idän ja lännen risteyksessä sijaitseva verrattain nuori ruokakaupunki. Siksi tekijöillä on vapaus inspiroitua, yhdistellä ja innovoida omilla ehdoillaan, ja se näkyy ravintolakentässä monimuotoisuutena."

Don't 02 – Älä vertaa Helsinkiä jatkuvasti muihin pohjoismaisiin ruokakaupunkeihin

Miksi: Vertailu tekee Helsingistä helposti version jostakin toisesta ja heikentää omaa kulmaa. Media ja yleisö ymmärtävät kaupungin paremmin, kun kuvaat sen omilla, todennettavilla vahvuuksilla.

- DON'T: "Helsinki muistuttaa Kööpenhaminaa..."
- DO: "Helsinki erottuu omilla vahvuuksillaan: se on helposti saavutettava ruokakaupunki, jossa urbaani luonto näkyy lautasella ja laatu ei vaadi seremoniaa."

Don't 03 – Älä käytä "Nordic"-sanastoa ilman konkreettista Helsinki-todistetta

Miksi: Sanat kuten Nordic/paikallinen/sesonki/vastuullinen eivät erotu, ellei mukana ole yhtä havaittavaa yksityiskohtaa, jonka voi kirjoittaa ja muistaa. Helsinki-kulma syntyy todisteesta, ei adjektiivista.

- DON'T: "Teemme paikallista, sesonginmukaista ja vastuullista pohjoismaista ruokaa."
- DO: "Teemme sesongin mukaista ja vastuullista ruokaa, koska Helsingissä luonto on osa kaupunkielämää ja arkea. Siksi raaka-aineiden vaihtelut näkyvät luontevasti lautasella."

Q&A – Media-apu: valmiit vastausesimerkit

Tämä osio on tehty tilanteisiin, joissa ravintolalta kysytään yksinkertaisia mutta ratkaisevia kysymyksiä toimittajan haastattelussa, mediapitchissä, kansainvälisen vieraan kanssa tai kumppanuusneuvottelussa. Hyvä vastaus ei ole pitkä, vaan selkeä ja todennettava: se kertoo, mikä tekee ravintolastasi kiinnostavan ja liittää sen Helsinkiin tavalla, joka vahvistaa sinun toimintaasi ja avaa kaupungin vahvuudet ymmärrettävästi.



Kuva: Svante Gullichsen

Helsinki

“Minkälainen ruokakaupunki Helsinki on?”

Pilari: Syötävän kokoinen ruokakaupunki

Helsinki on ruokakaupunki, jossa ravintolakenttään on helppo astua sisään ja josta saa paljon irti. Myös lyhyellä vierailulla ruoka on yksi nopeimmista tavoista ymmärtää kaupunkia. **Kaupunki on syötävän kokoinen: kompakti mittakaava ja lyhyet etäisyydet tekevät ravintolasta toiseen liikkumisesta vaivatonta.**

Pilari: Urbaani luonto & Vapaus perinteistä

Helsinki on ruokakaupunki, jossa ravintolakenttään on helppo astua sisään ja josta saa paljon irti. Myös lyhyellä vierailulla ruoka on yksi nopeimmista tavoista ymmärtää kaupunkia. **Urbaani luonto ja satokaudet näkyvät arjen ruoanlaitossa, ja koska Helsinkiä ei määrittele yksi ainoa ruokaperinne tai koulukunta, vaikutteita yhdistellään vapaasti.**

Jos haluat muokata: vaihda tai lisää avainlause.

“Kun vieras astuu ravintolaasi, mitä toivot hänen huomaavan ensimmäisenä?”

Pilari: Vapaus perinteistä

Toivon, että vieras huomaa rentouden. **Meillä [ravintolan nimi] se näkyy leikkisänä tyylinä, joka ei yritä mahtua yhteen muottiin tai kategoriaan.** Tunnelma on rento, mutta taso on korkea, ja juuri se tasapaino tuntuu hyvin helsinkiläiseltä.

Pilari: Rento huippulaatu

Toivon, että vieras huomaa rentouden. **Meillä [ravintolan nimi] se tarkoittaa laatua ilman turhaa seremoniaa: palvelu on huomioivaa ja rauhallisen varmaa heti ensimmäisestä hetkestä alkaen.** Tunnelma on rento, mutta taso on korkea, ja juuri se tasapaino tuntuu hyvin helsinkiläiseltä.

Jos haluat muokata: vaihda tai lisää avainlause.

“Mikä erottaa Helsingin muista pohjoismaisista ruokakaupungeista?”

Pilari: Vapaus perinteistä

Helsinki ei ole rakennettu yhden “pohjoismaisen mallin” varaan. **Se näkyy vapaudessa yhdistellä vaikutteita pohjoiselta pohjalta ilman, että tarvitsee mahtua yhteen koulukuntaan.** Lopputulos on ravintolakenttä, joka tuntuu ajankohtaiselta, rauhallisen itsevarmalta ja omalta.

Pilari: Rento huippulaatu

Helsinki ei ole rakennettu yhden “pohjoismaisen mallin” varaan. **Siksi täällä korkea taso ei vaadi yhtä ennalta määrättyä jäykkää muotoa tai seremoniaa.** Keittiössä pidetään taso korkealla ja palvelu on varmaa, lämmintä ja luontevaa. Lopputulos on ravintolakenttä, joka tuntuu ajankohtaiselta, rauhallisen itsevarmalta ja omalta.

Jos haluat muokata: vaihda tai lisää avainlause.

“Mikä tekee ravintolastasi matkustamisen arvoisen?”

Pilarit: Urbaani luonto & Rento huippulaatu

Tänne kannattaa matkustaa, koska tarjoamme jotain, joka tuntuu aidosti helsinkiläiseltä: korkean tason, jossa **sesongit sekä meren ja metsän läheisyys näkyvät luontevasti tekemisessä. Kunnianhimo ei vaadi suurta seremoniaa**, vaan laatu tuntuu tarkkuudessa, maussa ja kokonaisuudessa.

Pilarit: Vapaus perinteistä & Rento huippulaatu

Tänne kannattaa matkustaa, koska tarjoamme jotain, joka tuntuu aidosti helsinkiläiseltä: oman, persoonallisen tavan **yhdistellä vaikutteita ilman että meidän tarvitsee mahtua yhteen muottiin. Kunnianhimo näkyy korkeana tasona ja mutkattomana tunnelmana**, joka on Helsingille luonteva tapa erottua.

Jos haluat muokata: vaihda tai lisää avainlause.

Hyödyllisiä linkkejä ja taustatietoa

Kuvapankki

[MyHelsinki-Kuvapankki](#)

Helsingin matkailu- ja tapahtumadata

[DataLokki: matkailu- ja tapahtumatietoa Helsingistä](#)

Ravintolasuosituks

[Helsingin Kaupungin Food Guide](#)

[MyHelsinki: Miltä Helsinki maistuu?](#)

[Michelin Guide Helsinki](#)

[Anders Husa: The Best Restaurants in Helsinki](#)

[Aldantew: Helsinki Restaurant Guide](#)

Tapahtumat ja festivaalit Helsingissä

[MyHelsinki: Ajankohtaisia tapahtumia](#)

[Kaupunkitilat: Ajankohtaiset tapahtumat](#)

[Kaupunkitilat: Teurastamon tapahtumakalenteri](#)

Artikkeli: Helsingin aseointi ruokakaupunkina

[MyHelsinki: International Flavours in Helsinki](#)

Suomalainen ruokakulttuuri ja raaka-aineet

[Visit Finland: Finnish food culture and must-try local ingredients](#)

Helsinki vertailussa muihin pohjoismaisiin pääkaupunkeihin

Vuonna 2025 Helsinki sijoittui vertaisarvioihin perustuvassa sentimenttiverailussa Tukholman ja Kööpenhaminan edelle sekä koko ruoka- ja juomapalveluissa että ravintoloiden osalta. Vertailu perustuu analysoituun arvosteludataan muun muassa Google-, TripAdvisor-, Quandoo-, DinnerBooking-, TableOnline- ja Yelp-palveluista, ja arvioista 60,1 % tuli ulkomaisilta asiakkailta. Helsingissä oli vuoden 2025 viimeisellä neljänneksellä yhteensä 2635 ravitsemisalan toimipaikkaa.

Lähde: Tilastokeskus, toimipaikkalaskuri

Kiitos!

Helsingin ravintolakulttuuri rakentuu ravintoloista, niiden tekijöistä ja kohtaamisista. Kun kerromme omasta tekemisestämme selkeästi ja liitämme sen Helsingin vahvuuksiin, syntyy kuva Helsingistä ruokakaupunkina, jonka media, matkailijat ja yhteistyökumppanit ymmärtävät nopeasti ja joka kasvattaa kiinnostusta koko kenttää kohtaan.

Voit käyttää tätä opusta juuri sinulle sopivalla tavalla: poimia sieltä yksittäisiä palasia tai hyödyntää sitä kokonaisuutena. Käytä Q&A-vastauspohjia sellaisinaan tai muokkaa itsellesi sopiviksi, kun puhut median tai yhteistyökumppaneiden kanssa. Valitse muutama avainlause, joita toistat johdonmukaisesti kotisivuilla, omissa viestinnässä ja asiakaskohtaamisissa, tai ota opas käyttöön tiimin kanssa, jotta sama kieli ja Helsinki-kulma näkyvät arjessa kaikissa kohtaamisissa.

Lisätuki: Business Helsinki / yritysluotsit@hel.fi

Kuva: Woodward Creative

Helsinki