



VI FINNS DÄR VÅRA KUNDER OCKSÅ FINNS

Vi har gjort ett långsiktigt arbete med att effektivisera verksamheten genom att öka automationen inom beskattningen, öka mängden information och elektronisk informationsinsamling från intressentgrupper, införa nya verktyg och lansera nya e-tjänster.

SKATTEKORT OCH SKATTEDEKLARATION – DE STÖRSTA HITTARNA

Skattekortsköerna är alltid längst under de första veckorna av året när kunder ansöker om ändringsskattekort för det nya året. Än en gång var det rusning i telefontjänsten: under tre dagar svarade Skatteförvaltningen på närmare 70 000 samtal och tusentals meddelanden via chatten. Normalt varierar mängden samtal mellan 10 000 och 16 000 per dag.

Pop up-diskarna förkortade skattekortsköerna. Under de första veckorna i januari besökte Skatteförvaltningens medarbetare köpcentrum och bibliotek för att instruera personer att själv beställa och skriva ut ändringsskattekort på webben.

AINA INKERI ANKEINEN SATTE FART PÅ E-DEKLARATIONERNA

Vårt mål är att allt fler ska rätta sina skattedeclarationer på webben. Stjärnan i vår marknadsföringskampanj 2017 var sketchfiguren Aina Inkeri Ankeinen från det populära underhållningsprogrammet Putous på MTV3. Med hjälp av Aina Inkeri ökade antalet kunder som deklarerade via webben med över 10 procent till ca 840 000.

De som rättade skattedeclarationer fick rådgivning även om kvällarna. På skatternas natt 4.5.2017 höll skattebyråer på tolv orter öppet till kl. 23. Även chatten betjänade kunder under de mest hektiska kvällarna till kl. 22.

VEROKAMPUS FÖR UNGA ÖPPNADES – SKATTEMYNDIGHETEN BESÖKTE FESTIVALER

Skattemyndigheten svarade på efterfrågan genom att öppna webbplatsen Verokampus. Där får man råd hur man ska agera om inkomsterna kommer från sociala medier eller andra nya inkomstkällor.

Unga fick också skatteinformation på Jurassic Rock i S:t Michel. På festivalen presenterades Verokampus och olika livssituationer där unga kommer i kontakt med skattemyndigheten.

SÄRSKILT STÖD FÖR NYA FÖRETAGARE

Vi vill att skatteärendena ska skötas korrekt från första början så smidigt som möjligt. En särskild målgrupp under 2017 var nya företagare som vi ringde upp bland annat när företag registrerades. Dessutom skickade vi nyhetsbrev om skattefrågor relaterade till etablering av företag, publicerade instruktionsvideor på YouTube och ordnade webbseminarier – även på engelska.

NY TIDSBOKNING I HELA LANDET

Tidsbokningstjänsten infördes i fem faser, och i slutet av året omfattade den alla skattebyråer. Tjänsten har visat sig vara effektiv för både kunder och tjänstemän. Före det bokade besöket ringer en tjänsteman upp kunden för att sköta ärendet redan per telefon. I genomsnitt 40 procent av ärendena sköts per telefon och kunden behöver inte besöka en byrå. Ett utvecklingsobjekt när det gäller tidsbokning är att utvidga serviceutbudet inom den närmaste framtiden.

WEBBSEMINARIER I STÄLLET FÖR MÄSSOR

Under 2017 deltog vi i nio mässor. Antalet har sjunkit, eftersom webbseminarierna har ersatt besöken på olika evenemang. Webbseminarierna når en klart större andel av målgruppen. Dessutom är de avgiftsfria för kunderna och kräver mindre tid av både kunderna och arrangörerna.

Under året ordnade vi 15 webbseminarier. De kan fortfarande ses på skatt.fi och YouTube.

SKATT.FI FÖRNYADES

I juni förnyades skatt.fi. Designen blev klarare och sökfunktionen förbättrades. Texterna blev mer koncisa, och i språkvården fästes uppmärksamhet vid förståelighet och klarspråk.

Skatt.fi är vår överlägset mest populära tjänst. Webbplatsen besöks årligen av 23 miljoner kunder som söker svar på skattefrågor. Skatt.fi har också chatt, EgenFråga och Svartsbanken.

SOCIALA MEDIER

Närvaro och växelverkan i sociala medier är en naturlig kontaktkanal för kunder och intressenter. Vi har aktivt lanserat kanaler i sociala medier sedan 2014 och testat, planerat och följt upp vår närvaro i dem.

Vi är aktiva på Twitter-kontot @Verouutiset och på Facebook med profilen Verohallinto. Våra följare ökar varje dag: till exempel på Facebook har vi över 10 000 följare. Vi utannonserar lediga arbetsplatser på Twitter-kontot @Verorekry och på LinkedIn. Vi uppmuntrar också personalen att aktivt utnyttja sociala medier och stöder den i en planmässig användning av tjänsterna.

VERONKANTAJA – DISKUSSIONER FRÅN BAKOM PARAGRAFERNA

I slutet av 2017 publicerade vi podcast-serien Veronkantaja. Den tar upp intressanta teman och fenomen relaterade till beskattning.

I slutet av december behandlade vi tillväxtföretag och Kina, robotik, grå ekonomi och skattefel. Fram till början av 2018 har avsnitten lyssnats knappt tusen gånger. Det är en bra start.

ARBETSTAGARAMBASSADÖRERNA KÄNNER SIG SOM HEMMA I SOCIALA MEDIER

En arbetstagarambassadör främjar sin expertis och sin organisations goda anseende genom växelverkan. Verksamheten är frivillig, och arbetstagaren kan fungera som arbetsplatsens ambassadör både i sociala medier och till exempel genom att delta i olika evenemang.

Skatteförvaltningens arbetstagarambassadörer har fått positiv uppmärksamhet och respons sedan 2016. Fyra medarbetare var aktiva arbetstagarambassadörer i sociala medier 2017. Arbetstagarambassadörerna deltog enligt sitt intresse i besök på läroanstalter, intressentsamarbetet och innehållsproduktion i sociala medier via egna eller organisationens kanaler.