

**Petri Suni**

**GRAAFISEN ILMEEN SUUNNITTELU**

**Esimerkkiyrityksenä JatecMa OY**

**Opinnäytetyö  
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
Mediatekniikan koulutusohjelma  
Joulukuu 2015**

**TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ**

<b>Yksikkö</b> Ylivieska	<b>Aika</b> Joulukuu 2015	<b>Tekijä/tekijät</b> Petri Suni
<b>Koulutusohjelma</b> Mediatekniikka		
<b>Työn nimi</b> GRAAFISEN ILMEEN SUUNNITTELU. Esimerkkiyrityksenä JatecMa Oy		
<b>Työn ohjaaja</b> Timo Taari		<b>Sivumäärä</b> 20
<b>Työelämäohjaaja</b> Marko Männikkö		
<p>Tämän opinnäytetyön aiheena oli suunnitella verkkosivut, liikemerkki, mainospohja sekä käyntikortti JatecMa Oy:lle. Yritykseltä puuttui verkkosivusto, joka minua pyydettiin tekemään, mutta laajensin aihetta, jotta pystyin käyttämään sitä opinnäytetyöni aiheena.</p> <p>Verkkosivujen suunnittelussa käytettiin Adobe Dreamweaver -ohjelmaa. Sivuston toteuttamisessa rakenne on määritetty HTML-merkintäkieltä. Tyylimuotoilut tehtiin CSS-tyylinhallintakielellä.</p> <p>Liikemerkin, mainospohjan sekä käyntikortin suunnittelussa käytettiin Adobe Photoshop -ohjelmaa. Suunnittelun pohjana käytettiin aikaisemmin luomaani liikemerkkiä. Tilaaja toivoi, että yksinkertainen teema ja värimaailma säilyvät myös opinnäytetyöhöni liittyvissä elementeissä.</p> <p>Teoriaa työni suunnitteluun hankin internetistä löytyvistä artikkeleista ja kirjoista. Käyttämäni kirjat ovat Typografian käsikirja, Verkojulkaisun typografia, Web-suunnittelu, CSS tehokas hallinta ja Www-suunnittelu.</p> <p>Opinnäytetyön tuloksena syntyi suunnitelman mukaan välittömästi käyttöön otetut www-sivut ja liikemerkki. Näiden lisäksi tulevaisuutta varten suunnittelin kaksi erilaista versiota käyntikortista ja lehti-mainoksesta.</p>		

<b>Asiasanat</b> käyntikortti, lehtimainos, liikemerkki, typografia, verkko-ohjelmointi, www-sivut
---

**ABSTRACT**

<b>CENTRIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES</b> Ylivieska	<b>Date</b> December 2015	<b>Author</b> Petri Suni
<b>Degree programme</b> Media Technology		
<b>Name of thesis</b> CREATING VISUAL IDENTITY. JatecMa Oy as an example		
<b>Instructor</b> Timo Taari	<b>Pages</b> 20	
<b>Supervisor</b> Marko Männikkö		
<p>Subject of this thesis was to create website, business card, logo and newspaper advertisement to a company called JatecMa Oy. Company did not have website so I was asked to create one. I expanded subject to include other elements, so I could use the subject as my thesis.</p> <p>Website was created with Adobe Dreamweaver. Page structure was made in HTML and style sheets with CSS.</p> <p>I used Adobe Photoshop to create logo, newspaper advertisement and business card. All visual elements conform to design of JatecMa Oy's old logo. Client requested, that new designs included to my thesis should maintain simple theme and colors from previous logo.</p> <p>For a theory, I used books Typografian käsikirja, Verkkojulkaisun typografia, Web-suunnittelu, CSS tehokas hallinta and Www-suunnittelu. Also several web articles were used.</p> <p>As a result of this thesis, I developed website and logo, which will come to use immediately. Also for the future, I created two designs for business card and newspaper advertisement.</p>		
<b>Key words</b> business card, logo, newspaper advertisement, typography, web-pages, web-programming		

## **KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY**

Client

Käyttäjä, joka ottaa yhteyttä palvelimeen.

CSS (Cascading Style Sheets)

Tyylitiedosto HTML-dokumentin ulkoasun muotoiluun.

Elementti

Yleisesti käytetty muoto HTML-dokumentin rakenteista. Esimerkiksi div-elementti.

Filezilla

Sovellus joka mahdollistaa yhteydenpidon FTP-palvelimen kanssa.

Footer

Verkkosivuston alatunniste, tässä tapauksessa sivuston alalaidassa oleva palkki joka sisältää y-tunnuksen ja puhelinnumeron.

FTP (File Transfer Protocol)

Protokolla, jonka avulla käyttäjä voi siirtää tietoja palvelimelle.

Header

Verkkosivuston ylätunniste, tässä tapauksessa JatecMa Oy:n liikemerkki.

Host

Palvelintietokone.

HTML

WWW-sivuston rakenteen määrittelemiseen tarkoitettu merkintäkieli.

TCP (Transmission Control Protocol)

Protokolla, joka mahdollistaa käyttäjän ja palvelimen välisen yhteydenpidon.

**TIIVISTELMÄ**  
**ABSTRACT**  
**KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY**  
**SISÄLLYS**

<b>1 JOHDANTO</b> .....	<b>1</b>
<b>2 WWW-SIVUSTON SUUNNITTELU JA TOTEUTUS</b> .....	<b>2</b>
<b>2.1 Sivuston tekemisessä käytetyt kielet</b> .....	<b>2</b>
<b>2.1.1 HTML-kieli</b> .....	<b>3</b>
<b>2.1.2 CSS-kieli</b> .....	<b>3</b>
<b>2.2 Hierarkia</b> .....	<b>4</b>
<b>2.3 Sivuston rakenne</b> .....	<b>4</b>
<b>2.4 Sivuston testaaminen mobiililaitteilla</b> .....	<b>5</b>
<b>2.5 Palvelin ja domain</b> .....	<b>6</b>
<b>3 LIIKEMERKKI</b> .....	<b>8</b>
<b>3.1 Liikemerkin tarkoitus</b> .....	<b>8</b>
<b>3.2 Liikemerkin suunnittelu</b> .....	<b>9</b>
<b>4 KÄYNTIKORTTI</b> .....	<b>11</b>
<b>4.1 Käyntikortin tarkoitus</b> .....	<b>11</b>
<b>4.2 Typografia</b> .....	<b>11</b>
<b>5 MAINOSPOHJA</b> .....	<b>13</b>
<b>5.1 Muotoilu</b> .....	<b>13</b>
<b>5.2 Typografia</b> .....	<b>16</b>
<b>6 TULOKSET JA POHDINTA</b> .....	<b>18</b>
<b>LÄHTEET</b> .....	<b>20</b>
<b>KUVIOT</b>	
KUVIO 1. Esimerkki Sivuston hierarkiasta .....	4
KUVIO 2. Sivuston testaaminen mobiililaitteissa .....	6
KUVIO 3. Soneran liikemerkin muutos .....	8
KUVIO 4. Coca-Colan, Microsoftin ja Osuuspankin liikemerkit .....	9
KUVIO 5. JatecMa Oy:n liikemerkki .....	10
KUVIO 6. JatecMa Oy:n käyntikorttimalli 1 .....	12
KUVIO 7. JatecMa Oy:n käyntikorttimalli 2 .....	12
KUVIO 8. Kalajokiseudun mainosasettelut .....	14
KUVIO 9. Pieni mainospohja .....	15
KUVIO 10. Suuri mainospohja .....	16
KUVIO 11. Antiikva ja Groteski .....	17

## 1 JOHDANTO

Sain tuttavaltani pyynnön tuottaa www-sivusto hänen yritykselleen sen perustamisvuonna 2012. Sivujen tekeminen jäi tuolloin suunnitteluasteelle, kunnes sain idean käyttää sivustoa osana opinnäytetyötäni. Keskusteltuani yrittäjän kanssa päädyin ottamaan opinnäytetyön aiheeksi verkkosivuston, liikemerkin, käyntikortin ja mainospohjan suunnittelemisen. Www-sivut ja liikemerkki tulivat yrityksen käyttöön alkuperäisen suunnitelman mukaan. Mainospohjan ja käyntikortin käyttöönottoa suunnitellaan mahdollisesti tulevaisuudessa. Www-sivujen suunnitteluun käytettiin Adobe Dreamweaver -ohjelmaa, joka oli itselleni tutuin sivujen suunnitteluun käytettävä ohjelma.

Toimeksiantaja oli JatecMa Oy, joka tuottaa työnjohto-, trukki- ja suunnittelupalveluita yrityksille ja yksityisille asiakkaille. Olen suunnitellut yritykselle aikaisemmin logon, joka päivitettiin opinnäytetyön ohessa yksinkertaisempaan ja siistimpään versioon.

Yritykselle tärkein asia oli saada yksinkertaiset verkkosivut, joilta tulevat asiakkaat saavat helposti tietoa yrityksen toiminnasta. Kaupparekisterissä yrityksen toimialaksi on määritetty varastointi, joten ilman verkkosivuja asiakas ei saa selkeästi tietoja yrityksen toimialasta, ja usein yhteydenotot liittyivät virheellisesti varastotilan kyselyihin.

Käyntikortti ja lehtimainospohja eivät tule välittömästi yrityksen käyttöön, mutta ne suunniteltiin valmiiksi tulevaisuutta varten. JatecMa Oy ei ole vielä tähän mennessä käyttänyt lehtiä yrityksen markkinointiin, joten mainospohja tulee olemaan vain varalla, jos markkinointia päätetään laajentaa myös lehtiin. Käyntikortti, liikemerkki ja mainospohja on suunniteltu Adobe Photoshop -ohjelmalla.

Opinnäytetyön lähteinä käytettiin www-suunnittelun pohjana Jukka K. Korpelan ja Tero Linjaman kirjaa Web-suunnittelu, Jakob Nielsenin Www-suunnittelu, Andy Buddin, Cameron Mollin ja Simon Collisonin CSS tehokas hallinta, Jukka K. Korpelan Verkkojulkaisun typografia ja muutamaa verkkojulkaisua. Kirjoista löytyy tietoa www-suunnittelusta, syventävää tietoa CSS:stä ja verkossa esitettävästä typografiasta.

Mainospohjan ja käyntikortin suunnitteluun liittyvää asiaa löytyy Markus Itkosen Typografian käsikirjasta ja verkkoartikkeleista.

## 2 WWW-SIVUSTON SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Tarkoituksena oli luoda JatecMa Oy:lle yksinkertainen nettisivusto, joka antaa nykyisille ja tuleville asiakkaille informaatiota yrityksen toiminnasta. Aikaisemmin ongelmana oli ollut asiakkaiden epätie-toisuus yrityksen toiminnasta. Koska kaupparekisterissä toimialaksi on määritetty varastointi, johti se usein siihen, että asiakkaat kyselivät varastotiloja, joita yritys ei vuokraa. Sivuston luomiseen sain käy-tännössä vapaat kädet, joten suunnittelu tapahtui omien visioideni pohjalta. Tämän jälkeen esitin luo-mukseni tilaajalle, jonka toivomusten ja näkemysten pohjalta tein muutoksia sivustolle. Kahden luon-noksen jälkeen alkoi olla selvillä, minkälainen lopullinen sivusto tulee olemaan. Tästä eteenpäin suun-nitteleminen sujui nopeasti kohti sivuston lopullista versiota.

Tilaajalla oli selkeä näkemys siitä, mitä sivusto pitää sisällään, mutta ulkonäön ja hierarkian pohjalta avaimet jäivät omiin käsiini. Ainoa toive oli, että asiakkaat saavat selkeän ja informatiivisen kuvan yri-tyksen toiminnasta ja sen palveluiden laajuudesta. Näkemykseni mukaan rakensin sivuston hierarkian siten, että navigointipalkissa näkyvien otsikoiden alta löytyy kaikki tieto mitä sivustolla on tarjolla. Koska informaatiota oli maltillisesti, oli selkeää, että alasivuja ei tarvita ja silti kaikki tieto oli helposti löydettävissä. Päädyin sijoittamaan navigointipalkin ylätunnisteen eli headerin alle, kokeiltuani ensin, miltä se näyttää sivuston vasemmassa laidassa. Navigointipalkki näytti huomattavasti selkeämmältä ja paremmalta ylätunnisteen ja sisältöosion välissä.

JatecMa Oy:n tapauksessa sivuston pääasiallinen tarkoitus on antaa tietoa tuleville asiakkaille yrityksen toiminnasta, sekä esitellä referenssejä tuotetuista suunnittelutöistä. Tämän takia sivuston päivitystarve on vähäinen, joten päätin ohjelmoida koko sivuston itse, vaikka aluksi harkitsin Wordpressin käyttämistä sivuston sisällönhallintajärjestelmänä. Wordpress on todella helppokäyttöinen alusta verkkosivustojen luomiseen ja ylläpitoon, jonka takia sen käyttö sivuston pohjana on nykyään todella suosittua. Muita suosittuja julkaisujärjestelmiä ovat muun muassa Drupal, Joomla sekä CMS Made Simple.

### 2.1 Sivuston tekemisessä käytetyt kielet

Sivuston tekemisessä käytetyt kielet ovat HTML-merkintäkieli (Hyper-Text Markup Language) ja CSS-tyylinhallintakieli (Cascading Style Sheets).

### 2.1.1 HTML-kieli

HTML tarkoittaa rakenteellista merkkaukieltä. HTML käsittelee muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta vain tekstiä, mutta se saattaa sisältää viittauksia esimerkiksi kuva- tai äänitiedostoihin. Viitteesaan muun tyyppiseen dokumenttiin, HTML ilmaisee kyseisen dokumentin sijainnin, jolloin kyseinen dokumentti, esimerkiksi kuva näkyy HTML-tiedostossa. Koska tietotekniikan merkkaukieliä käsittelevät tietokoneet, ovat ne ennalta hyvin tarkasti ja täsmällisesti määriteltyjä (Korpela & Linjama 2005, 70). Sanalla rakenteinen tarkoitetaan tekstin jakamista omiin kokonaisuuksiinsa, jolloin niiden käsitteleminen on jälkeempään helpompaa. Sivusto voidaan jaotella omiin yksittäisiin elementteihinsä, joille voidaan luoda sääntöjä, jotta ne esiintyvät jatkossa aina samalla tavalla käytettäessä. Esimerkiksi otsikkoelementeille, jotka esiintyvät kuudessa eri tasossa muodossa <h1> - <h6> voidaan antaa määrittämiä fontteihin liittyen, jolloin ne näkyvät aina käytettäessä samalla tavalla ilman niiden määrittämistä jokaisella käyttökerralla. Samalla tavalla määrittämiä voidaan luoda muillekin ennalta määritetyille elementeille. HTML on typografisesti merkityksellinen, koska css:llä tehdyt muotoilusäännöt kohdistuvat HTML-kielessä määriteltyihin elementteihin (Korpela 2010, 36).

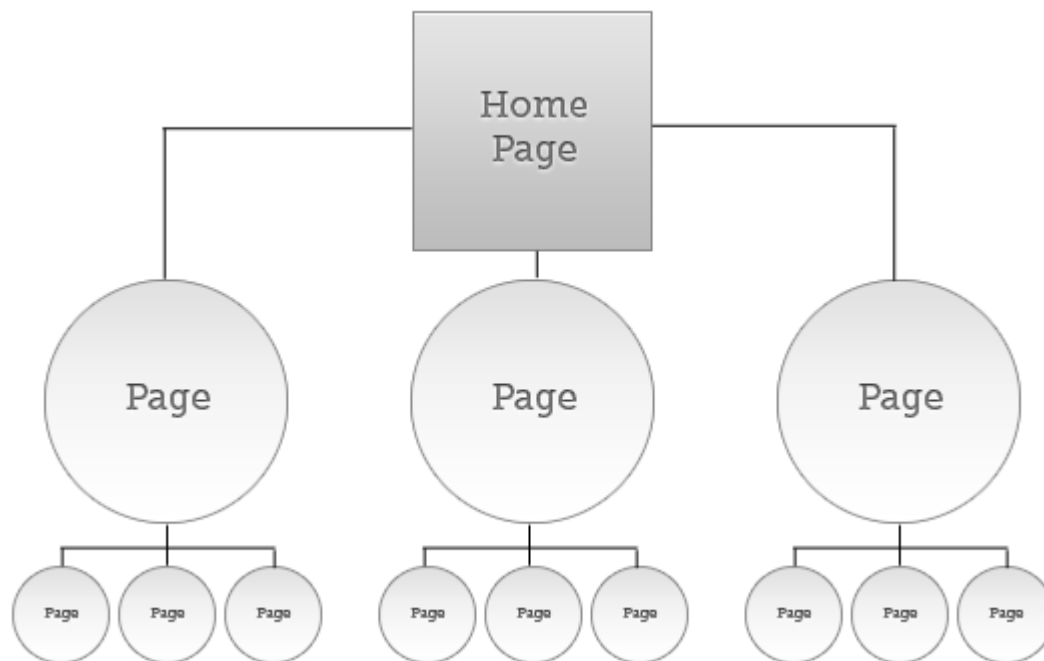
### 2.1.2 CSS-kieli

CSS on tekniikkaa, joka mahdollistaa tyyliohjeiden yhdistämisen esimerkiksi HTML- tai XML (Extensible Markup Language) -tiedostoihin. CSS-tyylitiedoston määrittäykset koskevat tässä tapauksessa tiedoston graafista ulkoasua. CSS on rakennekuvausta, jolla annetaan ulkoasuohjeita HTML-elementeille. Vaikka CSS sisältää merkkaukieliin verrattuna laajan skaalan määrittämiä, vaatii se toimiakseen merkkaukielillä määritettyä sisältöä. CSS:llä tehty määrittäykset voivat olla todella tarkkoja, koska niillä voidaan vaikuttaa yksittäisten sanojen muotoiluun, tai parhaassa tapauksessa jopa yksittäisen kirjainten näkymiseen dokumenteissa. Tyylitiedostoa voi käyttää kahdella tapaa, upottamalla sen osaksi sivuston HTML-tiedostoa, tai linkittämällä erillisen tyylitiedoston osaksi sivustoa. Jakob Nielsen kehottaa kirjassaan WWW-suunnittelu käyttämään aina linkitettyä tyylitiedostoa, koska tällä tavalla pystytään muotoilemaan koko sivuston ulkoasua yhtä tiedostoa muokkaamalla. Jos tyylitiedosto on upotettu osaksi HTML-tiedostoa, joudutaan tyylimäärittämiä muokkaamaan erikseen jokaisessa HTML-tiedostossa. (Nielsen, 2000 77 – 81.)



## 2.2 Hierarkia

Kun sain sivuston materiaalin käsiini, oli heti selvää että sivusto ei tarvitse syvää hierarkiaa, jotta kaikki tarpeellinen tieto saataisiin järkevästi esitettyä sivuilla.



KUVIO 1. Esimerkki sivuston hierarkiasta (Six Revisions)

Sivuston hierarkia on rakennettu yksinkertaisiin ryhmiin, joiden määrän sivuston sisältämä informaatio määräytti. Alaryhmille ei ollut tarvetta, joka on hyväksi sivuston esteettömyyttä ajatellen. Informaation löytyminen vaikeutuu sitä mukaa, kun sivuston rakenne syvenee alaryhmien mukana.

## 2.3 Sivuston rakenne

Sivustolla on hyvin pelkistetty rakenne, jonka pohjana on käytetty div-elementtejä. Div-lyhenne tulee sanasta division, joka kääntyy suomenkielelle kyseisessä tapauksessa sanaksi lohko. Sivuston rakentaminen on aloitettu jakamalla sen eri osat omien div-elementtien sisään, joille on määritetty oma id eli yksilöivä nimi. Yleisesti ymmärretään, että Div-elementit ovat rakenteellisia muotoiluja, mutta näin ei kuitenkaan ole. Div-elementit tarjoavat kuitenkin mahdollisuuden jakaa dokumentti rakenteellisiin alueisiin. (Collison, Budd, Moll 2007, 7.)

Omat osiot on ohjelmoitu headerille, navigointipalkille, sisältö-osiolle sekä footerille. Headerin kooksi on määritelty siinä näkyvän liikemerkin pikselimääräinen koko 1024 x 150, kun loppujen osioiden korkeus on määritetty muuttumaan sisällön mukaisesti. Navigointipalkin leveys vastaa headerin pikselimääräistä leveyttä, kun taas sisältö- ja footer-osioden leveys on 800 pikseliä. Alkuperäisessä suunnitelmassa sisältöosiointiin oli tarkoitus määrittää sama pikselimäärä jokaiselle sivulle, mutta sisällön määrän suuren vaihtelun takia päädyin tähän ratkaisuun, koska tyhjäksi jäävä osuus oli esteettisesti huonon näköinen.

Sivuston ulkoasun määrytykset tulevat CSS-tiedostosta. Jokaiselle edellisessä luvussa mainitulle osiolle on omat määrytyksensä tyyli-tiedoston sisällä. Käyttämäni määrytykset olisi voinut toteuttaa myös HTML-kielellä, mutta CSS-tyyli-tiedoston avulla sivusto oli huomattavasti kätevämpi ja helpompi toteuttaa. CSS-tyyli-tiedoston voi linkittää useaan eri HTML-tiedostoon, jolloin ulkoasuun liittyviä tyyli-ohjeita ei tarvitse kirjoittaa useaan eri dokumenttiin. Määrytykset koskevat elementtien kokoa, fontteja, marginaaleja sekä värejä.

## **2.4 Sivuston testaaminen mobiililaitteilla**

Sivuston toiminta mobiililaitteilla on yritykselle nykymaailmassa todella tärkeää, joten päädyin testaamaan sivustoa muutamilla erilaisilla älylaitteilla. Googlen maajohtaja Anni Ronkaisen mukaan matkapuhelin on yhä useammin ensimmäinen ja ainoa väylä verkkoon. Googlen toukokuussa 2014 teettämän selvityksen mukaan 56 % vastanneista Suomalaisista jättää sivuston käyttämisen älypuhelimella yhteen kertaan, jos sivusto ei toimi puhelimella. (Yrittajat.fi.) Testin tarkoituksena oli selvittää, vastaako sivusto nykyisen mobiilihakujen määrän luoman tarpeen näkyä esteettömänä myös mobiililaitteissa. Testi sisälsi erikokoisia laitteita iOS-, Android-, ja Windows-käyttöjärjestelmillä (KUVIO 2).

	Näytön koko "	Selaimet
Windows	4"	Explorer
	5"	Surfy
		Opera
		Maxthon
Android	4,5"	Safari
	7"	
	10.1"	
Apple	4"	Firefox
	4.7"	Opera
	10.1"	Chrome
		UC Browser

KUVIO 2. Sivuston testaaminen mobiililaitteissa (Phonearena)

Vaikka sivuston ohjelmoinnissa ei ole keskitytty erikseen mobiililaitteiden toimintaan, skaalautui se kuitenkin jokaisella testaamallani laitteella oikein näytölle. Huomasin, että sivun yksinkertaisen ja kevyen rakenteen vuoksi erillistä mobiilisivua ei tarvita, koska sen toiminta täytti tarpeet mobiililaitteilla. Laajamittaisempaa ja tarkempaa analyysia en alkanut mobiililaitteilla suorittamaan, koska mielestäni tämä antoi tarpeeksi pohjaa sille, että sivusto toimii laajalla skaalalla mobiililaitteissa. Harkitsin laitteiden resoluution lisäämistä testiin, mutta tarkemman harkinnan jälkeen en nähnyt sitä tarpeelliseksi.

## 2.5 Palvelin ja domain

Palvelimeksi kutsutaan tietokoneita, jotka toimivat verkossa tarjoten palveluita käyttäjilleen. Palvelimilla on useita eri käyttötarkoituksia käyttäjän tarpeiden mukaisesti. Sovelluspalvelimet mahdollistavat palvelimelle asennettujen sovellusten käyttämisen verkon kautta. Tällaisessa tapauksessa käyttäjän tietokoneelle asennettu ohjelma ottaa yhteyden palvelintietokoneeseen, jonka jälkeen käyttäjä pääsee käsiinsä palvelimelle asennettuihin sovelluksiin. Tiedostopalvelimet ovat verkossa toimivia tallennustiloja, jotka antavat käyttäjälle mahdollisuuden siirtää ja säilyttää tiedostojaan verkossa. Pilvipalvelut ovat eräänlaisia tiedostopalvelimia, jotka ovat nykyään todella suosittuja helppokäyttöisyytensä ja mobiililaitteissa joustavan toimintansa ansiosta. JatecMa hyödyntää verkkosivujen ohessa Dropbox-palvelua

referenssien esittelyssä. Koska yrittäjällä ei ole kokemusta verkkosivujen ylläpidosta, oli tämä helppo ratkaisu referenssien esittelyyn, koska tiedostojen siirtäminen pilveen on äärimmäisen yksinkertaista.

Verkkosivustoja ylläpitää www-palvelin. Tilaaja oli hankkinut yritykselleen www-palvelimen ja domain-palvelun jo ennen kuin otin projektin vastaan. Tästä johtuen en ole ollut mukana kyseisten palveluiden hankkimisessa. Lisäksi JatecMa hankki samalta palveluntarjoajalta sähköpostipalvelimen yrityksen henkilöstölle. Sivusto siirrettiin palvelimelle perinteisesti FTP (File Transfer Protocol) -palvelimelle kirjautumalla Filezilla-sovelluksella. FTP on tiedonsiirtomenetelmä, joka käyttää TCP (Transmission Control Protocol) -protokollaa luodakseen yhteyden asiakkaan (client) ja palvelimen (host) välille. TCP-protokolla tarkoittaa lyhyesti tietoliikenneprotokollaa, joka mahdollistaa tietojen siirtämisen kahden verkossa olevan tietokoneen välillä luotettavasti. Se pitää myös huolen, että koneiden lähettämät paketit saapuvat oikeassa järjestyksessä vastaanottajalle.

URL(Uniform Resource Location) on Internetissä yleisesti käytössä oleva osoiterakenne. Esimerkkinä URLin rakenteesta toimii <http://www.jatecma.fi/trukkipalvelut.html> joka viittaa kirjoitusasuun mukaisesti JatecMa Oy:n verkkopalvelimella olevaan trukkipalveluiden alasivuun. Vaikka protokollaosan (http://) kirjoittaminen ei ole tarpeellinen, on se merkattu esimerkkiin selkeyttämisen vuoksi. URL:n eri osioiden erottimena toimii kauttaviiva (/). Ensimmäiseksi URL kertoo protokollan olevan http, joka on verkon yleinen yhteyskäytäntö. Tämän jälkeinen osio kertoo sivuston Domain-nimen olevan Jatecma.fi. Viimeisenä URL yksilöi palvelimelta sijainnin, käyttäen tiedoston nimeä palvelimen sisällä. (Korpela & Linjama 2005, 407.)

Domain tarkoittaa www-sivuston verkkotunnusta. Se viittaa verkkosivuston IP-osoitteeseen, joka esiintyy numeerisessa muodossa, esimerkiksi 212.50.215.15, jota voi käyttää myös palvelimelle yhdistettäessä. Tämä ei kuitenkaan ole kannattavaa, koska sivuston numeerisen osoitteen muistaminen on vaikeaa ja se voi muuttua esimerkiksi palvelinlaitteiston uudistumisen yhteydessä (Korpela & Linjama 2005, 409).

### 3 LIIKEMERKKI

Graafisten elementtien suunnittelun aloitin omien näkemyksieni pohjalta. Olin suunnitellut jo aikaisemmin yrittäjän toivomuksesta nimilogon, joka oli aika päivittää verkkosivujen toteuttamisen yhteydessä. Kyseessä on pieni yritys, joten tämä oli mielestäni oikea vaihtoehto. Yritys toimii alalla, jonka näkyvyys ei ole kovinkaan suurta normaalien ihmisten arjessa, joten tunnettavuutta olisi vaikea rakentaa liikemerkillä, joka ei kerro suoraan, mistä yrityksestä on kysymys. Värimaailma oli aikaisemmin suunnittelemani liikemerkissä mustavalkoinen, jota lähdin soveltamaan ja päädyin muuttamaan logon päävärin siniseksi jättäen tekstin valkoiseksi, kuten se oli aikaisemmassakin versiossa. Esittelin suunnitelmani yrittäjälle, mutta hän oli jo mieltynyt mustavalkoiseen värimaailmaan, joten sininen väri hylättiin ja palattiin mustavalkoiseen väriyhdistelmään.

#### 3.1 Liikemerkin tarkoitus

Toinen opinnäytetyöhön liittyvä osuus oli liikemerkin suunnittelu. Liikemerkin tehtävä on tuoda yritykselle tunnettavuutta ihmisten silmissä. Tästä syystä liikemerkit ovat pitkäikäisiä, koska hankittua tunnettavuutta ei kannata menettää turhaan uuden liikemerkin takia. Päivityvät liikemerkit kuvastavat usein kokonaisuudessaan yrityksen uudistumista. Esimerkkinä voidaan käyttää Suomalaista teleoperaattoria Soneraa, joka fuusioituessaan Ruotsalaisen Telian kanssa otti samassa yhteydessä Telian brändin omaan käyttöönsä (KUVIO 3).



KUVIO 3. Soneran liikemerkin muutos (Sonera)

Useat jo legendaarisiksi muodostuneet liikemerkit ovat kokeneet hyvin maltillisia muutoksia vuosien varrella. Ne ovat luoneet yritykselleen tunnettavuuden, jonka hankkiminen nykymaailmassa on todella

vaikeaa, ellei jopa mahdotonta. Jotkut väriyhdistelmät tuovat helposti mieleen jonkun kuuluisan liikemerkin vaikka niitä käytettäisiin jossakin muussa yhteydessä. Coca-Colan punavalkoinen ikonisella fontilla, Microsoftin lippu värillisine neliöineen sekä kotimaisen Osuuspankin oranssilla pohjalla olevaa %-merkkiä tyylitellysti muistuttava liikemerkki ovat esimerkkejä pitkään säilyneistä merkeistä. Jokainen on kokenut vuosien varrella muutoksia modernimpaan suuntaan, mutta idea ja värimaailma ovat säilyneet alkuperäisen merkin kaltaisena (KUVIO 4).



KUVIO 4. Coca-Colan, Microsoftin ja Osuuspankin liikemerkit (Coca-Cola, Microsoft, Osuuspankki)

### 3.2 Liikemerkin suunnittelu

Suunnittelin liikemerkkiä pienelle yritykselle, joten nimen näkyminen liikemerkissä oli oikea ratkaisu, koska esimerkiksi Osuuspankin tapaisen symbolisen liikemerkin kautta tunnettavuuden tekeminen olisi yritykselle vaikeaa. Yrittäjän toivomus oli säilyttää mustavalkoiset värit, jotka olivat vakiintuneet yrityksen käytössä jo aikaisemmin suunnittelemani liikemerkin johdosta.

Liikemerkki on ensimmäinen suunnitelluista elementeistä, joten värimaailma ja tyyli pohjautuvat kaikissa sen asettamiin rajoihin. Alkuperäisessä suunnitelmassa merkin ulkorajat oli pyöristetty keskustaa kohti, mutta uudessa suunnitelmassa merkki muuttui suorakaiteen muotoiseksi. Se näytti huomattavasti paremmalta verkkosivun headerina kuin pyöristetyillä laidoilla oleva, koska halusin ehdottomasti sijoittaa navigointipalkin headerin alle. Tässä tapauksessa pyöristetty laita ei kuitenkaan sopinut ollenkaan

sivuston yläosaan. Näistä syistä liikemerkin muoto vakiintui samaksi verkkosivuilla ja painotuotteissa. (KUVIO 5.)

Liikemerkkiin valittu tekstin fontti on AR Julian, joka näytti omaan silmääni hyvältä. Tekstiin on tuotu syvyyttä lisäämällä sisäiset varjostukset. Tämä luo katsojan silmälle efektin logon kaksitasoisuudesta.



KUVIO 5. JatecMa Oy:n liikemerkki

## 4 KÄYNTIKORTTI

Kolmas osuus opinnäytetyössä oli käyntikortin suunnittelu. Käyntikorttia ei ole tarkoitus ottaa käyttöön ainakaan välittömästi, mutta se suunniteltiin valmiiksi mahdollisesti tulevaa käyttöä varten.

### 4.1 Käyntikortin tarkoitus

Käyntikortin on tarkoitus antaa tärkeitä tietoja yrityksestä tilanteessa, jossa yrityksen edustaja tapaa potentiaalisen asiakkaan ja haluaa hieroa asiakassuhdetta. Yleisesti käyntikortin tarkoitus on kertoa kenen kanssa asiakas asioi ja näyttää tärkeimmät yhteystiedot kuten osoite ja puhelinnumero. Kortille ei tule kirjoittaa liikaa tietoa, jotta se pysyy selkeänä ja helppolukuisena. Käyntikortti on muodoltaan ja kooltaan yleensä pieni, suorakulmion mallinen kartonkikortti. Käyttämäni koko on 86 mm x 54 mm, joka vastaa pankkikortin kokoa. Käyntikortissa voi käyttää useita erilaisia koristeita, esimerkkinä kohokirjaimet ja leikkaukset.

### 4.2 Typografia

Painotuotteissa typografialla tarkoitetaan tekstin saattamista painovalmiiksi. Tämä sisältää tekstin asetelun, kuvien sijoittamisen tekstin yhteyteen sekä tekstissä käytettävien fonttien valitsemisen. (Korpela 2010, 10.) Typografia tarkoittaa ensisijaisesti tekstin muotoilua.

Suunnittelemani käyntikortti on vaakatasossa oleva kortti, jonka etupuolella on yrittäjän nimi, puhelinnumero, sähköposti ja yrityksen osoite. Taustapuolella näkyy yrityksen logo, jonka sisään on lisätty verkkosivujen osoite ilman www-merkintää paremman ulkonäön vuoksi (KUVIO 6). Lesa Snider kirjoittaa verkkoartikkelissaan, että kuvan käyttö on tärkeää käyntikortissa, jotta vähäisen tilan informaatioarvo saadaan käytettyä maksimaalisesti osaamisen kuvaamiseen (Macworld). En kuitenkaan tässä tapauksessa nähnyt järkeväksi pieneen korttiin monimutkaisen 3D-kuvion lisäämistä, koska se olisi ollut liian epäselvä ja esteettisesti huonon näköinen.





KUVIO 6. JatecMa Oy:n käytikorttimalli 1

Toiseen käyntikorttimalliin lisäsin molempien osakkaiden yhteystiedot ja vastuualueet yrityksessä. Ensimmäinen kortti on toimitusjohtajalle henkilökohtainen, mutta se ei sisällä tietoa yrityksen ydinosamisesta. Tämä ei ole jokaisessa tapauksessa välttämätöntä, koska käyntikortin ojentaessaan yrittäjä pystyy kertomaan yrityksen toiminnasta itse. Lisäksi kortti sisältää yrityksen verkkosivuston osoitteen, jonka avulla potentiaalinen asiakas saa helposti lisätietoa yrityksen toiminnasta. Toisessa käyntikorttimallissa taustapuoli on vastaava, mutta etupuolelle tuli osakkaiden nimet ja puhelinnumerot ja lyhyet kuvaukset vastuualueista. (KUVIO 7.)



KUVIO 7. JatecMa Oy:n käyntikorttimalli 2

## 5 MAINOSPOHJA

Neljäs osuus opinnäytetyössä oli suunnitella mainospohja paikallislehteen. Yritys on Kalajokinen ja toiminta keskittyy paikkakunnalle, joten mallipohjan suunnittelin Kalajokiseudun mainospaikkojen pohjalta. Lehden levikki on noin 4400 kappaletta ja lehti julkaistaan viikoittain. Tämä takaa hyvän näkyvyyden, jos lehtimainonta päätetään ottaa käyttöön yrityksessä. Tähän mennessä lehtimainonta ei ole ollut yrityksen käytössä.

### 5.1 Muotoilu

Valitsin kaksi kohtaa Kalajokiseudun mainoskartasta, johon kuvittelisin mainoksen sijoitettavan ja suunnittelin JatecMa Oy:n mainokset niihin sopiviksi (KUVIO 8). Ensimmäiseksi suunnittelin mainospohjan ilmoituskokoon 2/6 ylähylly, jonka leveys on 82 mm ja korkeus 65 mm (KUVIO 9). Suurempi mainospohja on suunniteltu alasivun puolikkaaseen pohjaan, jonka leveys on 254 mm ja korkeus 146 mm (KUVIO 10). Totesin näiden muotoisten mainosten tuovan hieman varianssia lehtimainonnan mahdollisuuksiin, ja ylähyllyn mainos antaa myös mahdollisuuden edullisempaan mainokseen, samalla kuitenkin säilyttämällä kohtuullisen näkyvyyden. Tätä pienempään tilaan mainoksen sovittaminen ei vaikuttanut järkevältä, koska pienempään mainokseen olisi mahtunut liian vähän informaatiota. Lisäksi yrittäjän on helpompi suunnitella mainontaansa, kun valinnanvaraa on enemmän kuin vain yksi ainoa tyyli.

## Määräkoiset ilmoitukset

	<b>Aukeama</b> korkeus 360 mm leveys 534 mm		<b>Premin nappipalkka</b> korkeus 35 mm leveys 35 mm
	<b>Koko sivu</b> korkeus 360 mm leveys 254 mm		<b>Koko ylähyly</b> korkeus 65 mm leveys 254 mm
	<b>Alasivu</b> korkeus 292 mm leveys 254 mm		<b>5/6 ylähyly</b> korkeus 65 mm leveys 211 mm
	<b>Puoli sivua</b> korkeus 175 mm leveys 254 mm		<b>4/6 ylähyly</b> korkeus 65 mm leveys 168 mm
	<b>Alasivun puolikas vaaka</b> korkeus 146 mm leveys 254 mm		<b>3/6 ylähyly</b> korkeus 65 mm leveys 125 mm
	<b>Alasivun puolikas pysty</b> korkeus 292 mm leveys 125 mm		<b>2/6 ylähyly</b> korkeus 65 mm leveys 82 mm
	<b>Alasivun kolmasosa</b> korkeus 292 mm leveys 82 mm		<b>1/6 ylähyly</b> korkeus 65 mm leveys 39 mm

KUVIO 8. Kalajokiseudun mainosasettelut (Kalajokiseutu)

Pienestä mainospohjasta löytyy tietoa yrityksen ydinsaamisesta, yhteystiedot sekä verkkosivuston osoite. Tässä on käytetty vain välttämättömiä tietoja yrityksestä, jotta kaikki tarpeellinen on saatu sovitettua suhteellisen pieneen tilaan. Mainoksessa käytetty fontti on AR Julian yhteystietoja lukuun ottamatta, jotka on kirjattu mainokseen Times New Roman -fontilla. Mainoksesta tuli hieman käyntikorttityylinen ja suunnittelin muuttavani alkuperäisen käyntikorttisuunnitelman tähän muotoon, mutta entistä pienemmäksi puristettaessa tämän tyylisestä kortista olisi tullut suttuinen, joten päätin säilyttää sen alkuperäisen suunnitelman mukaisena.



KUVIO 9. Pieni mainospohja

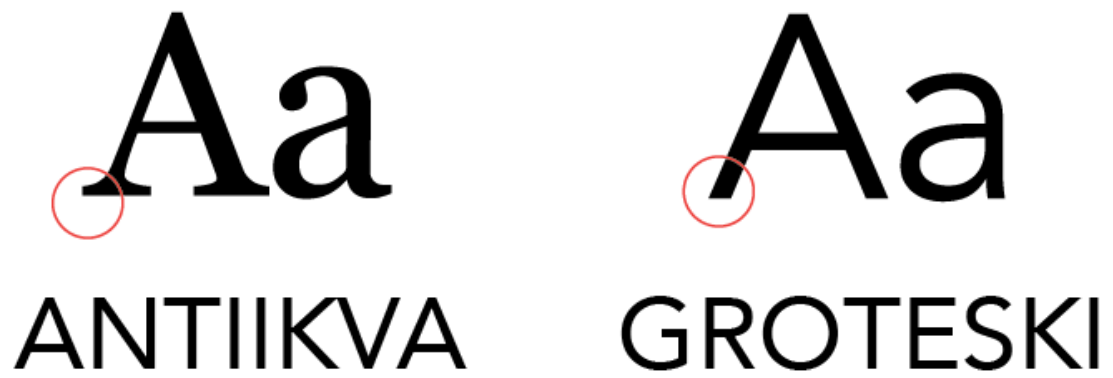
Suurempaan mainokseen suunnittelin vain pohjan ja jätin sisältöosuuden tyhjäksi. Tässä tapauksessa yrittäjällä on vapaat kädet käyttää valitsemiaan tietoja, jos yrityksessä ryhdytään lehtimainontaan. Pohjaan on suunniteltu valmiiksi liikemerkki, osakkaiden yhteystiedot ja verkko-osoite. Suuremmassa mainospohjasuunnitelmassa kuvien käyttökin on mahdollista ja jopa suotavaa, koska näin suuren sisältöosan täyttäminen pelkällä tekstillä tekisi mainoksesta huonosti luettavan, vaikka se sisältäisikin oikeaa asiaa yrityksestä. Yläosan yrityksen nimen ja verkkosivuston osoitteen kirjoitin AR Julian -fontilla, kuten liikemerkin esittämisessä on ollut tapana, mutta muu tieto mainoksen vasemmassa laidassa mustalla pohjalla on kirjoitettu Times New Roman -fontilla. Myös sisältöosion tekstinä on tarkoitus käyttää kyseistä fonttia.



KUVIO 10. Suuri mainospohja

## 5.2 Typografia

Painotuotteissa käytetään fontin tyyppinä yleisesti antiikvaa, joka tarkoittaa päätteellistä fonttia (serif). Antiikva on luettavaa fonttityyppiä, kun taas päätteetön fonttityyppi eli groteski on katselemista varten. Antiikva mukailee käsin kirjoitettua tekstiä. Kirjainten pystysuorat viivat ovat paksumpia, koska käsin kirjoitettaessa alaspäin vedettävät viivat ovat ylöspäin viiston vedettyjä viivoja vahvempia. Kirjasintyyppin perässä oleva sana serif viittaa sanaan päätte. Groteski on sen sijaan päätteetöntä tekstiä, jossa kirjainten viivat ovat tasapaksut ja fontti on päätteetöntä. (Itkonen 2007, 11.) Tähän viitataan sanalla sans, joka on ranskaa ja tarkoittaa ”ilman”, jolla tarkoitetaan päätteettömyyttä. (KUVIO 11.)



KUVIO 11. Antikva ja Groteski (Digipeople)

## 6 TULOKSET JA POHDINTA

Opinnäytetyön tuloksena syntyi JatecMa Oy:lle informatiivinen verkkosivusto, joka antaa tarpeellisen tiedon nykyisille ja tuleville asiakkaille yrityksen toiminnasta. Tämä oli yrittäjälle työn tärkein elementti. Lisäksi yritys sai päivitetyn liikemerkin käyttöönsä sekä reserviin käyntikortin ja mainospohjan, joita se voi käyttää tulevaisuudessa, jos tarvetta ilmenee. Yrityksen ongelma oli jo aikaisemmin mainittu kaupparekisterissä oleva toimialamerkintä, joka aiheutti aiheettomia yhteydenottoja varastotiloihin liittyen, vaikka yrityksellä ei ole vuokratiloja. Työn valmistumisen kanssa oli vaikeuksia ja se venyi alkuperäisen aikataulutukseni yli reilusti, mutta alkusyksystä tehdyn uuden suunnitelman rajoissa pysyin aika hyvin ja sain työn valmiiksi.

Verkkosivuston rakentaminen ei ollut itselleni täysin uutta. Olen aikaisemmassa elämäni vaiheessa opiskellut it-alaa ja siellä HTML:n perusteet tulivat tutuiksi. Muutamia hyvin pelkistettyjä verkkosivuja olen HTML:llä toteuttanut, mutta CSS oli tuttua vain ammattikorkeakoulun oppitunneilta. Ohjelmana Dreamweaver oli suhteellisen uusi tuttavuus, mutta sen käyttö tuntui itselleni luontevammalta verrattuna oppitunneilla käytettyyn Microsoft Expression Web -ohjelmaan. Aloitin verkkosivuston suunnittelun jo alkuvuodesta 2015, mutta se jämähti paikoilleen keväällä, kun aikaa ei vain tuntunut riittävän. Vaikka työ oli aloitettu jo alkuvuodesta, suurin osa työstä valmistui Lokakuussa, jolloin sain hieman motivaatiota työn suunnitteluun kiireestä ja ajatuksesta, että tämän työn jälkeen opiskelu on vihdoinkin ohitse.

Verkkosivujen suunnittelussa minulla oli alusta asti selkeä visio siitä, miltä sivujen tulisi näyttää, mutta suunnitelma muuttui matkan varrella reilusti, koska en saanut sitä mitenkään visuaalisesti sen näköiseksi kuin olisin toivonut. Ulkonäkö jäi hyvin pelkistetyksi, mutta yrittäjälle tärkein asia oli saada asiakkaille tärkeää informaatiota Internetiin, joten tyydyin nykyiseen sivustoon, jonka yrittäjä hyväksyi muutaman palautteen ja muutosehdotuksen jälkeen.

Sivuston ulkoasu on omaa käsialaani, johon sisällytin yrittäjän näkemyksiä hänen palautteensa pohjalla. Tekstisisällön lisäksi saadussa muodossa verkkosivuille pienten muutosten kera. Sisällön suunnittelusta vastasi JatecMa Oy ja minun tehtäväkseni jäi sisällyttää se verkkosivulla nähtävässä muodossa.

Sivuston päivityksestä sovimme yrittäjän kanssa tulevaisuudessa tarpeen mukaan. Mitään selkeää suunnitelmaa siitä ei ole, mutta sovitusti päivitän sivustoa tulevaisuudessa jos tarvetta ilmenee. Yksityiskohdista sovitaan, kun päivityksen tarvetta ilmenee.

Koska verkkosivusto ei ollut itsessään riittävä opinnäytetyön aiheeksi, neuvottelin yrittäjän kanssa ja päädyin lisäämään opinnäytetyön aiheeseen myös liikemerkin päivityksen sekä käyntikortin ja lehtimainospohjan suunnittelun. Nämä osat työstä suunnittelin Adobe Photoshop -ohjelmalla, joka oli itselleni tuttu ohjelma useista koulutöistä ja oppitunneilta. Liikemerkki koki vain maltillisen päivityksen, oikeastaan vain siistimisen ja muotoilin. Aikaisemmassa oli hieman turhia elementtejä, jotka tekivät sen ajoittain epäsiistin näköiseksi. Vision uudesta muodosta sain yksinkertaisesti verkkosivujen headerin muotoa mallintaessani.

Käyntikortista tein ehkä tusinan verran hieman erilaisia versioita, koska jostain syystä jokainen versio näytti omaan silmääni enemmän tai vähemmän kolkolta. Viimeisin versio, joka työhön päätyi, tyydytti omaa silmääni. Koska tavoitteena oli luoda siisti ja yksinkertainen käyntikortti, jätin kaikki hienostelut ja ylimääräiset muotoiluun liittyvät kikkailut pois.

Kalajokiselle pienyritykselle mainospohjan suunnittelussa oli selvää, että paras mahdollinen paikka mainostaa on Kalajokiseutu. Lehdellä on hyvä levikki Kalajoella ja sen lähialueilla, joten en harkinnut muita vaihtoehtoja missään vaiheessa. Mainospohjan suunnittelussa en käyttänyt mallina oikeastaan mitään aikaisempaa mainosta, koska visioni tämän suhteen oli ehkä kaikkein selkein kaikista työn osuksista. Niinpä mainospohjan suunnittelu oli ehkä nopeimmin toteutettu kaikista työn osista.

Kokonaisuudessaan työn tekeminen oli itselleni vaikeaa, koska ajanpuute ja motivaatio olivat hukassa opiskelusta pitämäni väli vuoden ja viimeisenä opiskeluvuotena täysipäiväisen työviikon, opiskelun ja harrastusten aiheuttaman ajanpuutteen takia. Kuitenkin löydettyäni pienen kiinnostuksen valmistumiseen työ alkoi edetä hyvin ilman sen suurempia vaikeuksia. Verkkosivujen ulkoasussa jäi ehkä eniten miettimisen aihetta, mutta ne kelpasivat tilaajalle, joten en nähnyt enää tarpeelliseksi muokata niitä enempää. Kaiken kaikkiaan olen suhteellisen tyytyväinen työni tulokseen siihen panostamaani työmäärään nähden.



## LÄHTEET

Coca-Cola. Liikemerkki. Www-dokumentti. Saatavissa:

<http://www.coca-cola.co.uk/stories/history/advertising/the-logo-story/>. Viitattu 28.10.2015.

Collison, S., Budd, A. & Moll, C. 2007. CSS tehokas hallinta. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Digipeople. Antiikva ja Groteski. Www-dokumentti. Saatavissa:

<http://www.digipeople.fi/fi/typografia-kauneuden-aakkoset/>. Viitattu 25.10.2015.

Itkonen, M. 2007. Typografian käsikirja. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Kalajokiseutu. Mediaopas 2014. Www-dokumentti. Saatavissa:

[http://mediaopas.kp24.fi/Data/22d61105-f3ec-4443-954e-f47bb35bc059\\_Mediatie-dot\\_KS%202014\\_kp24.pdf](http://mediaopas.kp24.fi/Data/22d61105-f3ec-4443-954e-f47bb35bc059_Mediatie-dot_KS%202014_kp24.pdf). Viitattu 28.10.2015.

Korpela, J. 2010. Verkkojulkaisun typografia. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino Oy.

Korpela, J & Linjama, T. 2005. Web-suunnittelu. Porvoo: WS Bookwell.

Macworld. How to design your own great looking businesscard. Www-dokumentti. Saatavissa:

<http://www.macworld.com/article/2877255/how-to-design-your-own-great-looking-business-cards.html>. Viitattu 4.11.2015.

Microsoft. Liikemerkki. Www-dokumentti. Saatavissa:

<https://www.microsoft.com/en-us/legal/intellectualproperty/trademarks/usage/logo.aspx>. Viitattu 28.10.2015.

Nielsen, J. 2000. Www-suunnittelu. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.

Osuuspankki. Liikemerkki. Saatavilla:

<https://www.pohjola.fi/pohjola/media/kuvapankki/op-pohjola-ryhman-liikemerkki-ja-logot?cid=331016651>. Viitattu 28.10.2015.

Phonearena. Käyttöjärjestelmät. Www-dokumentti. Saatavissa:

[http://www.phonearena.com/news/Best-new-Android-iOS-and-Windows-Phone-apps-of-February-2014\\_id53617](http://www.phonearena.com/news/Best-new-Android-iOS-and-Windows-Phone-apps-of-February-2014_id53617). Viitattu 28.10.2015.

Six Revisions. Www-sivun hierarkia. Www-dokumentti. Saatavissa:

<http://sixrevisions.com/usabilityaccessibility/information-architecture-101-techniques-and-best-practices/> Viitattu 28.10.2015.

Sonera. Liikemerkki. Www-dokumentti. Saatavissa:

<https://www.sonera.fi/medialle/kuvapankki/showMedia?tag=25d8d04f-7e20-442f-8633-76e08c1cb805>. Viitattu 28.10.2015.

Yrittajat.fi. Mobiilisivut kuntoon tai asiakas tekee rajun ratkaisun. Www-dokumentti. Saatavissa:

<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/uutisarkisto/a/etusivun-uutiset/mobiilisivut-kuntoon-tai-asiakas-tekee-rajun-ratkaisun/>. Viitattu 28.10.2015