

Nina Grönlund

## IDEASTA TUOTTEEKSI



Tradenomi

Tietojenkäsittely

Syksy 2016



KAJAANIN  
AMMATTIKORKEAKOULU  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## TIIVISTELMÄ

**Tekijä(t):** Grönlund Nina

**Työn nimi:** Ideasta tuotteeksi

**Tutkintonimike:** Tradenomi (AMK), tietojenkäsittely

**Asiasanat:** tuotekuvitus, verkkokauppa, visuaalinen identiteetti, brändi

Opinnäytetyössä perehdytään tuotekuvitukseen, näiden ohessa luotavan visuaalisen identiteetin rakentamiseen sekä markkinapaikkoihin, joissa tuotekuvituksista tuotettavia tuotteita voi myydä. Tavoitteena on suunnitella ja toteuttaa viiden eri tuotteen tuotesarja, sekä näihin tuotteisiin sopiva visuaalinen ilme.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käydään läpi tuotekuvitusteoriaa, tuotteiden ohessa luotavan visuaalisen identiteetin rakentamiseen liittyvää teoriaa sekä tarkastellaan trendejä ja kohderyhmää. Käytännön osuudessa käydään läpi tuotekuvitusten suunnittelu ja toteutusprosessit sekä tarkastellaan tuotteiden koko suunnittelukaarta luonnoksista valmiisiin tuotteisiin. Osuudessa suunnitellaan myös tuotteiden markkinointiin ja myymiseen liittyviä brändätyjä oheistuotteita sekä tuotteiden takana olevan yrityksen visuaalinen identiteetti logoineen.

## ABSTRACT

**Author(s):** Grönlund Nina

**Title of the Publication:** From Idea to Final Product

**Degree Title:** Bachelor of Business Administration, Business Information Technology

**Keywords:** product illustration, online shop, visual identity, brand

The thesis presents product illustrations, visual identity that is built alongside the product illustrations and markets where products made from product illustrations can be sold. Goal is to design and implement a product line consisting of five different products and to design and implement a fitting visual identity for the products.

The theory part will study the theory behind product illustrations and the visual identity that is built alongside the product illustrations, as well as research trends and target audience. The part that focuses on the making of the products explains the process of designing product illustrations and implementing the designs to products, starting from sketches and ending to final products. Branded by-products, as well as visual identity and logo for the company behind the products are also being designed for the purpose of marketing and selling the end products.

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	1
2 LÄHTÖKOHDAT .....	2
2.1 Taustaa .....	2
2.2 Oma taiteilijatausta.....	4
2.3 Tuotekuvitusten suunnittelusta.....	5
2.4 Visuaalisesta ilmeestä.....	6
2.5 Kohderyhmä ja trendit .....	9
3 TUOTTEIDEN TEKEMINEN.....	11
3.1 Valitut tuotteet ja teema.....	11
3.2 T-paita.....	12
3.3 Tarra-arkki.....	15
3.4 Nappikorvakorut .....	18
3.5 Muki.....	21
3.6 Emalipinssi .....	25
4 VISUAALISEN IDENTITEETIN RAKENTAMINEN .....	29
4.1 Logoista.....	29
4.2 Logon ja avatarin suunnitleminen.....	30
4.3 Kauppojen oheistuotteet.....	34
5 LOPUKSI.....	36
LÄHTEET .....	38

## SYMBOLILUETTELO

- CMYK-värimalli      CMYK on nelivärimalli, jota käytetään yleisesti paino- ja tulostustöissä. CMYK tulee sanoista cyan, magenta, yellow ja black. Esimerkiksi useimmat kotitulostimet käyttävät tätä värimallia. (De Soto 2013, 167.)
- Leikkuuvara      Leikkuuvara on vara, joka leikataan pois tulostetusta kuvasta ja mahdollistaa esimerkiksi sen, että reunoille asti kuvitettu kuva ei painosta tullessaan sisällä valkoisia reunoja ja että kuvitukset, jotka on haluttu sisällyttää kuvaan, eivät ole liian lähellä reunaa ja täten leikkaudu pois. (Solutions Rubiks 2016.)
- RGB-värimalli      RGB tulee sanoista red, green ja blue. RGB-värimallia käytetään esimerkiksi tietokoneiden ruuduissa. Tätä värimallia käytetään usein kuvituksissa, jotka ovat käytössä vain sähköisessä muodossa. (De Soto 2013, 174.)

## 1 JOHDANTO

Nykyään on tarjolla monia erilaisia alustoja ja markkinapaikkoja, joissa itsenäiset taiteilijat voivat joko myydä omia tuotteitaan suoraan kuluttajille tai tarjota omista kuvituksista tuotettavia tuotteita välikäden kautta. Kolme tällä hetkellä suosituinta markkinapaikkaa on Etsy, Redbubble ja Society6.

Opinnäytetyön aiheena on kuvituskonseptin suunnitteleminen viiteen eri tuotteeseen sekä näiden tuotteiden ohessa rakennettavan brändin ja visuaalisen ilmeen luominen. Tuotteiksi valittiin t-paita, tarra-arkki, nappikorvakorut, muki ja emalipinssi. Opinnäytteessä käytettävät tuotteet valittiin sosiaalisessa mediassa suoritetun kyselyn avulla, tarkastelemalla tuottajien tarjoamia hintoja sekä sen perusteella, mitkä tuotteet ovat olleet suosittuja aikaisempien myyntitilastojen perusteella. Tuotteet on pyritty toteuttamaan yhteneväisiksi valitsemalla kaikissa tuotteissa toistuva teema. Opinnäytteessä käydään lyhyesti läpi myös tuotekuvitusten tekemiseen sekä visuaalisen ilmeen rakentamiseen liittyvää teoriaa sekä tutkitaan trendejä ja kohderyhmää.

Opinnäytteen teososuudessa käydään vaihe vaiheelta tuotteiden kuvitusten luominen luonnoksista valmiisiin tuotteisiin. Lopuksi käsitellään tuotteisiin soveltuvan visuaalisen ilmeen rakentamista sekä suunnitellaan ja toteutetaan tähän liittyviä oheistuotteita kuten postitusmateriaalit, käyntikortit sekä kauppojen bannerit ja logot.

Valisin omasta alastani eli peligrafiikoista poikkeavan aiheen opinnäytteeseen kiinnostuksesta tuotekuvituksia kohtaan. Mielestäni myös tämä voi olla hyödyllinen aihealue hallita, vaikka olisikin peligraafikko. Varsinkin pienissä indie-peliyrityksissä on hyötyä graafikosta, joka hallitsee peligrafiikoiden ohella myös esimerkiksi tuotekuvitusten ja markkinointimateriaalien tekemisen. Haluan tämän opinnäytteen avulla auttaa myös kanssataiteilijoita ja taideopiskelijoita saattamalla heidät tietoiseksi eri mahdollisuuksista saada lisäansioita oman taiteen avulla.

## 2 LÄHTÖKOHDAT

### 2.1 Taustaa

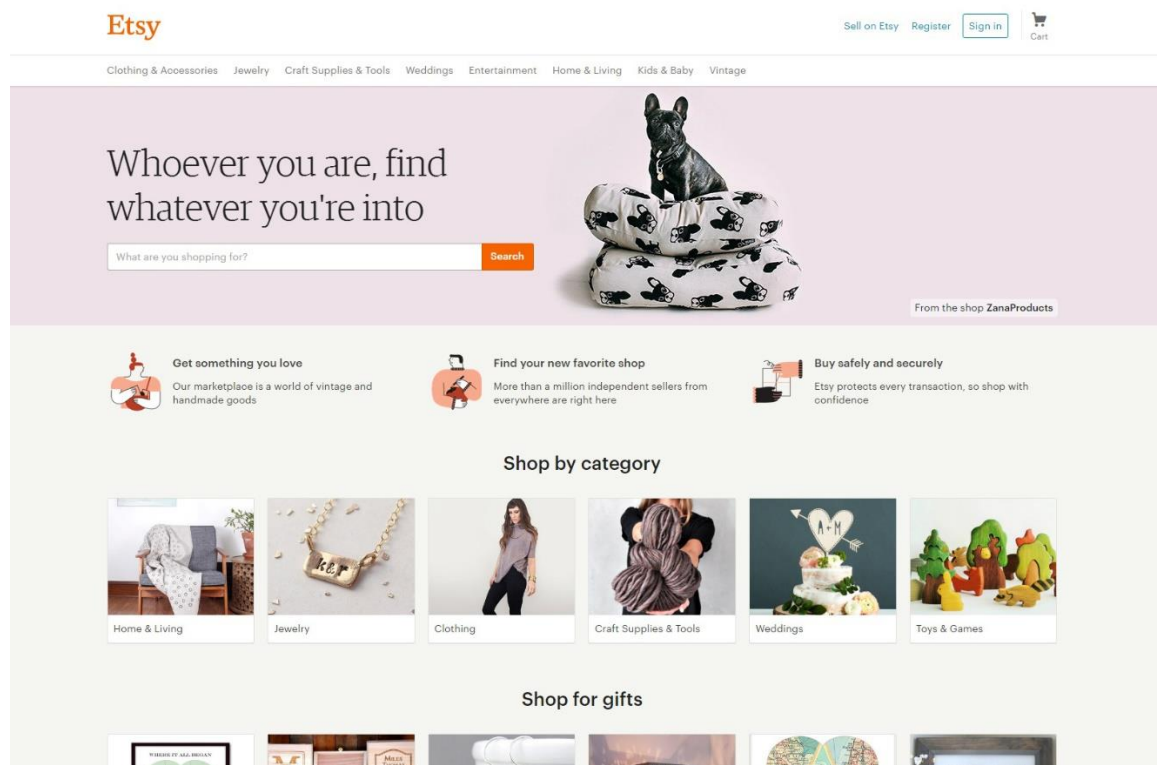
Erilaiset internetin markkinapaikat ovat kasvattaneet suosiotaan viime vuosina, ja nykyään taiteilijoiden onkin helpompaa myydä taidettaan ja mahdollisia oheistuotteita verrattuna internetaikakautta edeltävään aikaan. Yksi suosituimmista markkinapaikoista on Etsy. Etsy on internetmarkkinapaikka, jonne kuka tahansa voi luoda oman verkkokaupan. Etsy on suunnattu taitelijoille, käsityöläisille ja askartelu- sekä vintage-tavaroiden jälleenmyyjille. Oman Etsy-verkkokaupan ulkoasua voi muokata esimerkiksi luomalla verkkokaupalle oman logon sekä bannerin. Etsy tarjoaa myös mahdollisuuden laajempaan oman verkkokaupan kustomointiin sekä verkkokaupan oheen rakennettavan nettisivun kuukausimaksua vastaan. Mikäli tyytyy Etsyn tarjomaan verkkokaupan ulkoasuun, on oman verkkokaupan perustaminen Etsyyn kohtuullisen vaivatonta ja edullista ja täten antaa mahdollisuuden oman verkkokaupan perustamiseen ilman suuria alkuinvestointeja.

Toinen taidepiireissä suosittu alusta omista kuvituksista tuotettavien tavaroiden myymiseen on erilaiset internetmarkkinapaikat, jotka myyvät kuvituksista tuotettavia printtituotteita, kuten esimerkiksi mukeja ja tyynejä. Nämä alustat poikkeavat Etsyn kaltaisista markkinapaikoista hoitamalla mm. tuotteiden myymisen, valmistamisen, postittamisen asiakkaille sekä asiakaspalvelun ja markkinoinnin. Kaksi suosituinta kyseisiä printtituotteita tuottavaa markkinapaikkaa on Redbubble ja Society6. Oman profiilin sekä kaupan luominen onnistuu helposti kummassakin mainitussa markkinapaikassa, ja omaa profiilia sekä kauppasivua voi muokata Etsyn tapaan omanlaisekseen luomalla oman logon sekä bannerin.

Kuvitusten lataaminen ja oman profiilin sekä kauppasivun perustaminen Redbubblen kaltaisille sivustoille on ilmaista. Myynnin tapahtuessa sivusto ottaa välistä provision esimerkiksi tuotteiden valmistuskustannuksia ja markkinointia varten ja maksaa loput tuotteen myynnistä saatavat rahat kuvituksen tehneelle

taiteilijalle. Tämänkaltaisilla markkinapaikoilla yhdestä tuotteesta saatava voitto saattaa olla usein pienempi kuin esimerkiksi taiteilijan myydessä samaisen tuotteen itse Etsyn kautta. Tuotteiden myyminen saattaa kuitenkin olla näillä sivustoilla helpompaa, ja joissakin tapauksissa esimerkiksi Redbubblesta saatavat tulot saattavat olla huomattavastikin isommat verrattuna Etsyyn. Redbubblesta ja Society6:sta saatavat tulot ovat myös lähes täysin ns. passiivista tuloa, eli taiteilija voi ladata kuvituksensa kyseisille sivustoille eikä hänen tarvitse sen jälkeen tehdä muuta kuin odottaa palkkioita mahdollisesti myytävistä tuotteistaan.

Tässä opinnäytetyössä paneudutaan suunnittelemaan tuotteita, jotka sopisivat myytäväksi esimerkiksi aiemmin mainituissa Etsy-verkkokaupassa (Kuva 1) sekä Redbubblen ja Society6:n kaltaisilla sivustoilla. Opinnäytteessä suunnitellaan myös tuotesarjaan sekä taiteilijaidentiteettiin soveltuva visuaalinen identiteetti. Tavoitteena on luoda yhtenäinen tuotesarja sekä tuotesarjaan soveltuva visuaalinen ilme, jota voidaan hyödyntää tuotteiden myynnissä.



Kuva 1. Kuvakaappaus Etsyn etusivulta (Etsy 2016)

## 2.2 Oma taiteilijatausta

Olen taustaltani peligraafikko. Peligrafiikoiden ohella myös tuotekuvitusten sekä tuotepakkausten suunnittelu on lähellä sydäntä. Vapaa-aika kuluukin usein pohtien uusia tuotekuvituksia. Kuvitustyylini on hyvinkin laaja-alainen ja olen kiinnostunut monista eri kuvitustyyleistä sekä erilaisista työkaluista. Tämä onkin sekä suurin haasteeni että myös etuni taiteilijana. Mikäli haluaa myydä omista kuvituksista tehtyjä tuotteita, siitä on hyötyä, jos on saanut kerättyä suuren kannattajajoukon sosiaalisessa mediassa. Tämä on huomattavasti vaikeampaa, mikäli ei ole kyennyt luomaan itselleen omaa taidebrändiä tai visuaalista identiteettiä. Toivonkin opinnäytteen auttavan tämän identiteetin luomisessa.

Kipinä taiteeseen lähti liikkeelle, kuten monella taitelijalla, siitä kun sain lapsena ensimmäistä kertaa vahaliidun käteeni. Nuoruus kului piirtäen hahmoja eri animaatio-sarjoista. Jossain vaiheessa aikuisuus astui kuitenkin elämään ja jätin piirtämisen lähes kokonaan. Pysin löytämään paikkani yhteiskunnasta jonain muuna kuin taiteilijana, koska uskoin kuuluisaan myyttiin joka sanoo, että taiteilijana ei voi tehdä elantoa. Positiivinen käänne elämäni tuli vuorotteluvapaan myötä. Jätin kaiken taakseni ja lähdin lähes vuodeksi matkustamaan ympäri Aasiaa. Matkalla minulla oli paljon aikaa miettiä omaa elämääni ja aloin myös piirtää entistä enemmän. Matkalla ajatus erilaisesta tulevaisuudesta vahvistui ja mietin mitä haluaisin tehdä tulevaisuudellani mikäli voisin tehdä mitä vain. Vastaus oli, että halusin tehdä jotain mikä olisi tekemisissä pelien tai taiteen kanssa. Palatessani takaisin Suomeen hainkin opiskelemaan peligrafiikkaa ja huomasin pian sen olleen yksi parhaista päätöksistä elämässäni.

Ensimmäiset opiskeluvuoteni käytin perehtymällä sekä koulussa että vapaa-ajalla peligrafiikoiden tekemiseen. Pian myös tuotekuvitusten tekeminen alkoi kiinnostaa, ja olenkin perehtynyt tähän viime vuosina yhä enemmän. Haluaisinkin tulevaisuudessa joko peligrafiikan ohella tai täysipäiväisesti tehdä tuotekuvituksia ja myydä näistä tehtyjä tuotteita. Olenkin tämän opinnäytteen kirjoittamisvuonna suunnitellut ensimmäiset tuotekuvitukseni ja myynyt niistä tehtyjä tuotteita. Olen suunnitellut kuvituksia esimerkiksi paitoihin ja kodin tekstiileihin (Kuva 2) sekä suunnitellut ja toteuttanut pieniä esineitä kuten rintamerkkejä ja akryylistä tehtyjä

avaimenperiä. Tässä opinnäytteessä haluan perehtyä lisää tuotekuvitusten tekemiseen sekä suunnitella uusia tuotteita.



Kuva 2. Kaksi esimerkkiä aikaisemmista tuotekuvituksista

### 2.3 Tuotekuvitusten suunnittelusta

Tuotekuvitusten suunnittelulla tarkoitetaan sananmukaisesti kuvitusten suunnittelua tuotteisiin. Tuotekuvitus on yleensä kaupallista kuvittamista, ja sitä näkee esimerkiksi kaupoissa myytävissä kuluttajatuotteissa kuten vaatteissa ja kodintekstiileissä. Tuotekuvitusten tekemiseen käytetään nykyään monia eri työkaluja perinteisestä käsinpiirretystä taiteesta 3D-ohjelmien avulla luotuihin kuvituksiin.

Hyvän tuotekuvituksen edellytyksenä on yleensä myös kohderyhmän ymmärtäminen. Useat yritykset, jotka käyttävät tuotekuvituksia tuotteissaan, tutkivatkin tuotteidensa kohderyhmiä hyvin tarkasti. Kohderyhmätutkimuksia toteutetaan esimerkiksi tutkimalla aikaisempien asiakkaiden mieltymyksiä ja ostotottumuksia. Jos yritys tekee tuotteita ottamatta huomioon tuotteiden kohderyhmää ja kohderyhmän vaatimuksia, se on usein kohtalokasta. Jotta yrityksen tuotteet menestyisivät, on kohderyhmän tarkastelun lisäksi onnistuttava myös muotoilussa, markkinoinnissa sekä suunnittelussa. (Äijö 2004, 1.)

Onnistunut tuotesuunnittelu minimoi mahdolliset tappiot, joita syntyy, mikäli kehitetty tuote tai tuotekuvitus ei myy. Monet yritykset kärsivät usein tappioita epäonnistuneiden tuotekehitysten seurauksena. Monesti jopa yli puolet tuotekehityksistä epäonnistuu, mikä osaltaan vaikuttaa tuotteiden kehityksestä koituvien kustannusten kasvuun. Tuotesuunnittelun onnistumiseen tai epäonnistumiseen vaikuttavat usein myös tuotteen suunnitteluvaiheessa tehdyt valinnat (esim. saatetaan valita halvempi tuotevalmistaja ja valmis tuote ei vastaa laatutarpeita), ulkopuolisten tekijöiden muuttuminen (esim. asiakkaiden tarpeet ja muiden yritysten markkinoille tuomat tuotteet) ja tuotekehitykseen varattu aika sekä siihen investoidut varat. (Äijö 2004, 6.)

Jotta tuotesuunnittelu onnistuisi parhaalla mahdollisella tavalla ja jotta tuotekuvitukset olisivat myyviä, kannattaa yleensä panostaa myös vallitsevien taikka tulevien trendien tutkimiseen. Tämä on sitä helpompaa, mitä lyhyempi aika on käytettävissä tuotteen suunnitteluun. Mikäli tuotetta kehitetään kauan, on trendien seuraaminen suhteellisen vaikeaa ja silloin kannattaa panostaa teemoihin, jotka ovat aina myyviä.

#### 2.4 Visuaalisesta ilmeestä

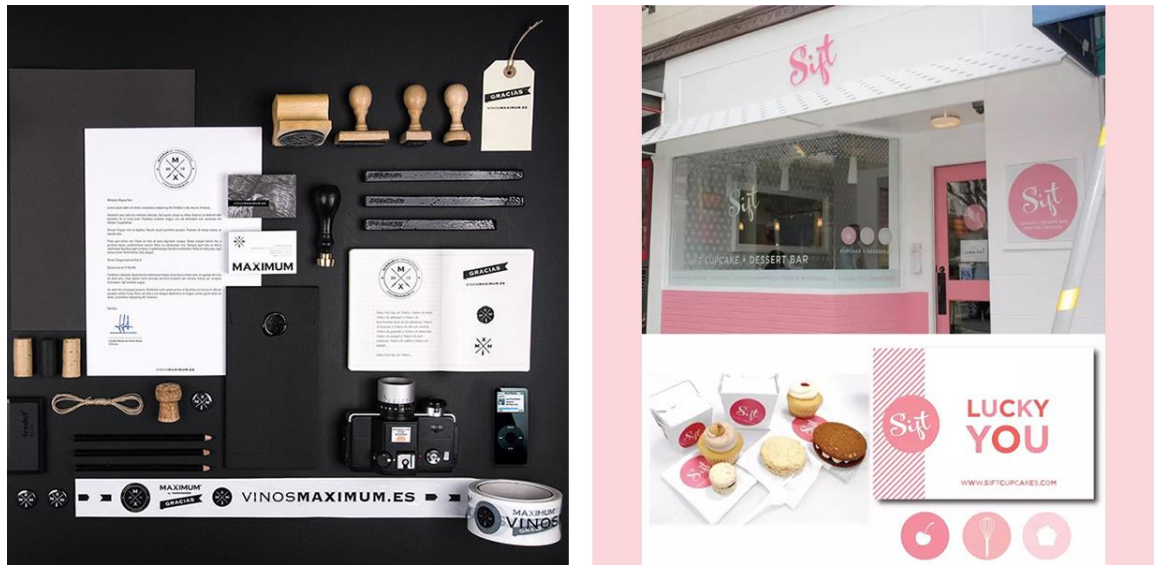
Hyvän visuaalisen ilmeen luomiseen kannattaa panostaa, oli kyseessä sitten itsenäinen taiteilija taikka iso yritys. Nykyaikana kun yrityksiä ja tuotteita on markkinoilla paljon, on yritysten entistäkin tärkeämpää rakentaa hyvä visuaalinen ilme, joka on sekä yksilöllinen, mieleenpainuva että haluttu. Hyvä visuaalinen ilme vaikuttaa yleensä yrityksen talouskasvuun positiivisesti. Jopa pienillä yksityiskohdilla voi olla suuri merkitys ja pienetkin yksityiskohdat auttavat yritystä jäämään asiakkaan mieleen. Esimerkiksi käyntikortteihin voidaan käyttää materiaalina käsintehtyä paperia, mikä on pieni, mutta hyvinkin mieleenpainuva yksityiskohta. (Victionary 2014.)

Tässä opinnäytteessä tarkastellaan itsenäisen taiteilijan esille tuomaa visuaalista ilmettä eli taiteilijaimagoa, jonka taiteilija tai taiteilijan tuotteita myyvä taiteilijan oma yritys luo ympärilleen. Visuaaliseen ilmeeseen voi vaikuttaa esimerkiksi

värivalinnoilla, logovalinnoilla, verkkokaupan ulkoasuun liittyvillä valinnoilla sekä tuotteiden esilletuomiseen ja tuotepakkauksiin liittyvillä valinnoilla (Kuvat 3 ja 4). Kuvitusten ja logojen lisäksi myös materiaalivalinnoilla ja tuotekuvilla on merkitystä. Esimerkiksi ekologisia elintarvikkeita myyvän yrityksen kannattaa ottaa ekologisuus huomioon myös visuaalista ilmettä suunnitellessaan vaikkapa käyttämällä ekologisia tuotepakkauksia ja käyttämällä luonnon elementtejä, kuten puuta tuotekuvissaan.



Kuva 3. Esimerkki yrityksen visuaalisesta ilmeestä. Amanda Jewellin suunnittelema visuaalinen identiteetti käsintehtyjä kukka-asusteita myyvälle yritykselle. (Jewell 2015.)



Kuva 4. Kaksi esimerkkiä erilaisista visuaalisista identiteeteistä. Vasemmalla Taninotanino-viiniyrityksen identiteetti ja oikealla Sift-kakkukaupan identiteetti. Jos yritysten identiteetit vaihtaisivat paikkoja, identiteetit eivät enää toimisi kovinkaan hyvin ja antaisivat yrityksistä hyvinkin erilaisen tunnun kuin nyt. Esimerkiksi leikkisän kakkukaupan väreiksi ei useinkaan sovellu musta liiaksi käytettynä ja laadukkaita viinejä myyvälle viiniyritykselle ei välttämättä sopisi pastellisävyt. (Deluxemodern Design 2013; Spain Creative 2012.)

Kuvitusten käyttäminen yritysten visuaalista ilmettä suunniteltaessa on nykyään hyvinkin suosittua verrattuna valokuviiin. Kuvitusten etuna valokuviiin verrattuna on se, että niillä voidaan kuvata asioita ja tilanteita, joita ei pystyisi valokuvilla kuvaamaan ja vain mielikuvitus on rajana kuvituksia suunniteltaessa. Tuotteet, joiden visuaaliseen ilmeeseen on tuotu taiteellisia taikka käsintehtyjä elementtejä, ovat usein arvostettuja ja haluttuja kuluttajien keskuudessa. Esimerkiksi kauniit tuotepakkaukset herättävät kuluttajissa samoja tuntemuksia kuin taideteokset ja saattavat jopa johtaa kyseisten tavaroiden keräilyyn samalla tavalla kuin taidetta keräilläään. Hyvät tuotepakkaukset ovat yksilöllisiä ja kertovat tuotteen takana olevan yrityksen imagosta taikka siitä, millaisia luovia tavoitteita yrityksellä on oman yritysimgon rakentamiseen liittyen. (Victionary 2014.)

Kun yritys tai itsenäinen taiteilija rakentaa visuaalista ilmettä yrityksensä ympärille, on hyvä miettiä myös sitä, mitä haluaa kokonaisuudessaan luoda (yrityksen visuaalisen ilmeen lisäksi esim. tuotteet ja palvelut, joita yritys tarjoaa), mitä sillä

pitää saavuttaa ja saavutetaanko sillä se elämäntyyli tai yrityksen elämänkaari, joka halutaan saavuttaa. Vahva visuaalinen ilme kertoo yrityksen tai taiteilijan olemuksesta, ja tämä tulisi olla asiakkaiden helposti luettavissa. Myös kohderyhmän sekä mahdollisten kilpailevien yritysten ja taiteilijoiden tarkasteleminen on hyödyllistä. (Lindeback 2014.)

## 2.5 Kohderyhmä ja trendit

Opinnäytteen kirjoittajan kohderyhmää ja aikaisempaa asiakaskuntaa tutkittiin, jotta saataisiin parempi käsitys siitä, mitä tuotteita kannattaa jatkossa kehittää. Tässä opinnäytteessä tutkittu aikaisempi asiakaskunta ei ole yhtä laaja kuin suurilla yrityksillä, mutta antaa kuitenkin suuntaa siihen, mitkä tuotteet myyvät parhaiten.

Kohderyhmänä ovat n. 15-35-vuotiaat henkilöt, jotka käyttävät joko sosiaalista mediaa ja internetin kuvanjakosivustoja, kuten Instagram, Twitter ja Tumblr haluamiensa tuotteiden löytämiseen tai jotka vierailevat itsenäisten taiteilijoiden kuvista tuotettavia printtituotteita myyvillä kauppasivustoilla, kuten Society6 ja Redbubble. On vaikeaa sanoa varmuudella, ovatko aiemmat asiakkaat olleet pääasiassa naisia vai miehiä, mutta asiakkaat, jotka pystyttiin tunnistamaan, olivat pääosin naisia. Suurin osa aikaisemmista asiakkaista on ollut amerikkalaisia. Toiseksi eniten asiakkaita on tullut Englannista, Australiasta ja Saksasta.

Aikaisemmista myyntitilastoista käy ilmi, että ylivoimaisesti myydyimmät tuotteet ovat olleet tarroja. Toiseksi eniten on myyty t-paitoja, mukeja, rintamerkkejä ja akryylisiä kännykkä- ja laukkukoristeita. Jotta saataisiin enemmän tietoa siitä, mitkä tuotteet kiinnostavat nykyisiä asiakkaita, toteutettiin kysely sosiaalisessa mediassa. Kyselyn perusteella asiakkaat haluaisivat nähdä valikoimissa uutena tuotteena joko metallisia pinssejä, akryylisen standeen (akryylistä valmistettu, litteä hahmo jalustalla) tai koruja, kuten nappikorvakorut, rannekoru tai kaulakoru.

Opinnäytettä varten tutkittiin myös taidepiireissä vallitsevia trendejä. Trendeillä tarkoitetaan teemoja, jotka ovat suosittuja nykyhetkessä. Artistina trendien seuraaminen on kannattavaa, varsinkin jos myy taideteoksista valmistettavia

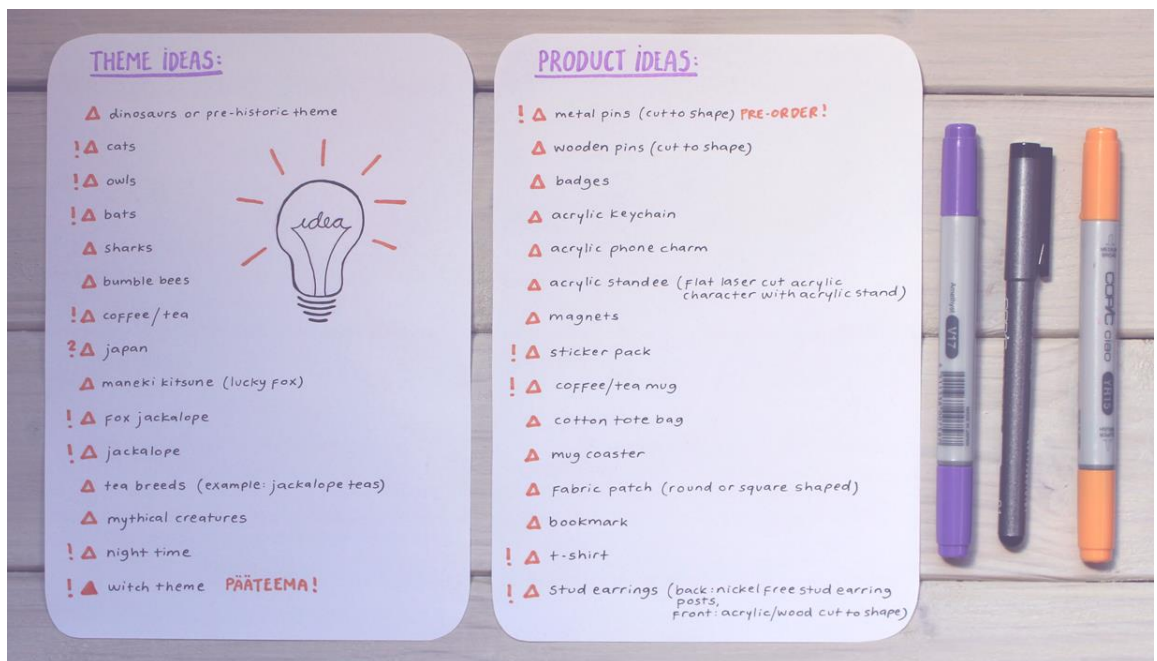
kuluttajatuotteita vaikkapa Etsyssä tai Redbubblesissa ja trendien seuraaminen lisää usein myyntiä. Trendejä voi etsiä esimerkiksi vierailemalla isojen ketjujen kotisivuilla tai kaupoissa ja kiinnittämällä huomiota näissä kaupoissa usein toistuviin teemoihin, väreihin ja kuvioihin. Myös lehdistä, elokuvista ja vierailemalla toisten kuluttajatuotteiden kuvituksia suunnittelevien artistien sivustoilla voi saada ideoita siihen, mitkä teemat ovat trendikkäitä. Trendejä ei kuitenkaan kannata seurata orjallisesti, vaan kannattaa pitää mielessä oma taiteilijaidentiteetti, jotta erottuu massasta. (Crompton 2016.)

Tutkittaessa vallalla olevia trendejä huomattiin, että tällä hetkellä ainakin seuraavat teemat näyttävät olevan suosiossa: viherkasvien lehdet, kukat, kissat, karhut, hirvet, ketut, jänikset, pöllöt, lepakot, pandat, yksisarviset, dinosaurukset, noita-teema, tähdistö ja avaruus. Väreistä ja materiaaleista näyttävät olevan suosiossa murrettu pastellisävyt, kulta, hopea, valkoinen yhdistettynä mustaan ja harmaaseen sekä luonnolliset materiaalit kuten puu, puuvilla ja luonnonkivi. Opinnäytteen kirjoittajan aikaisempia myyntitilastoja tarkastellessa huomattiin, että seuraavat teemat ovat olleet suosiossa viime aikoina: Noita-teema, kahvi, tee, söpöt eläimet, tähdistö ja avaruus. Monet viime aikoina myydyimmistä tuotteista sisälsivät siis monta teemaa, jotka todettiin myös trendikkäiksi, kun tarkasteltiin vallalla olevia trendejä.

### 3 TUOTTEIDEN TEKEMINEN

#### 3.1 Valitut tuotteet ja teema

Teeman miettiminen aloitettiin jo ennen trendien ja tällä hetkellä suosiossa olevien teemojen tutkimista, ja kiinnostavista aiheista koottiin 15 aiheen lista (Kuva 5). Listassa oli sattumalta monta tällä hetkellä suosiossa olevaa teemaa. Kyseiset teemat olivat: dinosaurukset, pöllöt, kissat, lepakot, kahvi, tee, kettu, jackalope (myyttinen jänisolento sarvilla), tähdistö ja noita-teema. Yksittäisen eläimen valitseminen teemaksi todettiin liian rajaavaksi, joten lopulliseksi teemaksi valikoitui noita-teema. Tähän teemaan pystyy halutessaan sisällyttämään muitakin suosittuja teemoja. Voi esimerkiksi tehdä kuvituksen, jossa on noidan kissa tai vaikkapa noidan teekuppi.



Kuva 5. Alustavaa tuotteiden ja teeman ideointia

Alustava tuotteiden miettiminen aloitettiin samoin kuin teeman miettiminen jo ennen kohderyhmän tutkimista ja sosiaalisessa mediassa suoritettavaa kyselyä. Koottiin 15 mahdollisen tuotteen lista (Kuva 5) ja tutkittiin samalla, mitkä tuotteet olisivat mahdollisia valmistaa, kun otetaan huomioon valmistuskustannukset ja eri tuotteiden saatavuus valmistajilta. Tiedossa oli entuudestaan kaksi hyvää

valmistajaa Euroopan alueelta, jotka on todettu hyväksi, koska näitä oli käytetty aiemmissakin tuotekehitysprojekteissa. Lopullisiksi tuotteiksi valikoituivat t-paita, tarra-arkki, nappikorvakorut, muki ja emalipinssi.

Muki ja t-paita valikoituivat, koska nämä ovat olleet erittäin suosittuja tuotteita aiempien myyntitilastojen perusteella. Halusin myös kehittää ainakin kaksi isompaa tuotetta (verrattuna esim. pieniin asusteisiin). Mukeihin ja t-paitoihin suunniteltuja kuvituksia on myös helppo hyödyntää Redbubblen ja Society6:n kaltaisilla sivustoilla ja esimerkiksi t-paitakuvitukset toimivat usein todella hyvin myös muissa tuotteissa kuten esimerkiksi tyynyissä.

Nappikorvakorut ja emalipinssi valikoituivat sosiaalisessa mediassa tehdyn kyselyn perusteella. Nappikorvakorujen tuottaminen on myös suhteellisen kustannustehokasta ja kuvitusten suunnittelemisesta nappikorvakoruihin ei ole aikaisempaa kokemusta. Emalipinssien tuottaminen on suhteellisen kallista, mutta ne päätettiin kuitenkin ottaa osaksi valikoimaa niiden suuren suosion vuoksi ja koska kuvitusten suunnittelusta emalipinssihin ei ole aikaisempaa kokemusta. Emalipinssien materiaali on minulle myös entuudestaan tuntematon ja emalipinssien suunnitteleminen tuo näin positiivisen haasteen. Tarrat ovat usein suosittuja matalan hintansa vuoksi ja ovatkin yksi suosituimmista aiemmin myymistäni tuotteista. Tämän vuoksi päätin ottaa myös tarra-arkit valikoimiini.

### 3.2 T-paita

T-paidat ovat olleet yksi suosituimmista myymistäni tuotteista. En ole kuitenkaan koskaan tietoisesti suunnitellut t-paitakuvituksia, vaan piirtänyt hovin vuoksi vapaa-ajalla kuvia, jotka ovat osoittautuneet jälkikäteen hyväksi kuviksi käyttää esimerkiksi t-paidoissa. Halusinkin tämän vuoksi ottaa t-paidan osaksi opinnäytteen tuotesarjaa ja tutkia hieman enemmän myös t-paitakuvitukseen liittyvää teoriaa.

T-paitakuvituksia ja muita tuotekuvituksia tehdessä on tärkeää pitää mielessä tavara, johon kuvitusta on tarkoitus käyttää. Esimerkiksi t-paitakuvituksia tehdessä kannattaa miettiä, miltä kuva näyttäisi t-paidassa. Tähän voi käyttää apuna netistä

löydettäviä kuvia, joissa on kuvaton t-paita siinä sävyssä, minkä väriselle paidalle kuvaa on ajateltu käyttää. Luonnoksen tai valmiin kuvan voi esimerkiksi Photoshopissa mallintaa t-paidan päälle ja tarkistaa, että se näyttää hyvältä siinä. Paitakuvituksia ja muitakin tuotekuvituksia suunnitellessa kannattaa myös pitää mielessä ajateltu kohderyhmä. Esimerkiksi lapsiin vetoaa yleensä erilaiset paitakuvat kuin aikuisiin. Kohderyhmän lisäksi trendien seuraaminen saattaa olla hyödyllistä, mutta trendejä ei kannata kuitenkaan seurata orjallisesti. Vallallaan olevista trendeistä voi inspiroitua, mutta kannattaa miettiä myös tulevia trendejä, koska vallallaan olevat trendit saattavat olla jo ohitse siinä vaiheessa, kun niiden perusteella tehty tuotekuvitus pääsee tuotantoon. (Ng 2012.)

T-paidan kuvituksen idea lähti liikkeelle pienestä ja nopeasta luonnoksesta luonnosvihkossa. En tätä luonnosta piirtäessä vielä miettinyt t-paitakuvituksia. Sain teetä juodessani ja naapurin kissaa katsoessani idean kuvasta, jossa olisi kissa istumassa kirjapinon päällä, joka on teemukin vieressä. Idea jäi pitkäksi aikaa luonnosvihkoon, kunnes t-paitakuvituksia miettiessä muistin kyseisen kuvan. Sain ajatuksen käyttää tätä luonnosta opinnäytteeni t-paidan kuvituksena lisäämällä siihen ripauksen noita-teemaa. Kokosin ensiksi kansiollisen referenssikuvia sisältäen kissoja, mukeja ja kirjapinoja. Luonnostelin aikaisempaa luonnosta mukaillen idean suoraan Paint Tool SAI-piirto-ohjelmalla ja piirsin tätä digitaalista luonnosta mukaillen lopullisen kuvan (Kuva 6). Tein kuvan koossa 5000x5000 pikseliä, joka on yleensä tarpeeksi iso kuvakoko t-paitakuvituksia tehdessä. Toin kuvaan noita-teeman tekemällä kirjoista loitsukirjoja, laittamalla teemukiin pääkallon kuvan ja valitsemalla kissan väriksi mustan. Muut valitut värit olivat mm. eri lilan sävyjä, koska lilan sävyt toimivat yleensä todella hyvin noita-aiheisissa kuvituksissa.



Kuva 6. Ensimmäinen digitaalinen t-paitakuvan luonnos ja valmiiksi ajateltu kuva

Ensimmäisestä kuvasta puuttui kuitenkin mielestäni jotain ja se ei ollut tarpeeksi noita-aiheinen, joten jätin kuvan hautumaan. Jaoin kuitenkin kuvan sosiaalisessa mediassa ja löysin sieltä yllättäen avun pulmaani, kun eräs seuraajistani ehdotti noidan hatun lisäämistä kissalle. Kokeilinkin ideaa heti käytännössä ja tämä osoittautui juuri siksi puuttuvaksi palaseksi, jota kaipasin kuvaan. Lisäsin kuvaan myös hieman enemmän lilan sävyjä, ja tämän jälkeen kuva oli valmis tuotantoon.

T-paidat ovat suhteellisen kalliita tuottaa itse, mikäli ei omista kankaanpainantavälineitä ja jos paidat joutuu tilaamaan ulkopuoliselta myyjältä. Tämän takia päätin käyttää tätä kuvitusta vain myydäkseni tästä kuvasta tuotettavia paitoja Redbubblen kaltaisilla kauppasivuilla. Käyttämilleni kauppasivuille kuvat voi tehdä käyttämällä RGB-värimallia, ja olinkin tehnyt kuvan käyttäen tätä värimallia. Useat itsenäisten taiteilijoiden kuvista tuotettavia tuotteita myyvät kauppasivut tulostavat kuitenkin lopulliset kuvat t-paitoihin käyttäen CMYK-värimallia, joten tarkistin lopuksi vielä, että kuva näyttää hyvältä myös kyseisessä värimallissa. Laitoin lopullisen kuvan (Kuva 7) kokeeksi myyntiin muutamalle eri kauppasivulle sekä esittelin sen sosiaalisessa mediassa. Kuva onkin nauttinut jatkuvasta suuresta suosiosta ja valittiin pian myös päivän t-paitakuvaksi eräällä kauppasivulla. Alustava suunnitelma oli toteuttaa myös toinen paitakuvitus, koska ensimmäinen kuva ei aina välttämättä ole paras. Tässä tapauksessa kuitenkin onnistuin heti suhteellisen vaivatta luomaan hyvän

kuvituksen, joka on myös ollut todella suosittu, joten päätin pitää tämän kuvan lopullisena kuvituksena.



Kuva 7. Lopullinen t-paidan kuvitus

### 3.3 Tarra-arkki

Tarra-arkki valikoitui osaksi opinnäytteen tuotesarjaa tarrojen suuren suosion ja matalan hintansa vuoksi. Tutkiessani myyntitilastojani huomasin tarrojen olleen jo vuosia yksi suosituimmista tuotteistani, joita olen myynyt. Tarkastellessani tuottajien tarjoamien tuotteiden hintoja huomasin tarrojen olevan myös erittäin edullisia valmistaa. Valitsemani tuottajalla oli tarjolla kolme erikokoista tarra-arkkia (Kuva 8) ja päädyin valitsemaan näistä koon A6, joka on suurin piirtein normaalin postikortin kokoinen. En halunnut tätä isompaa tarra-arkkia, koska en nähnyt tarvetta isommalle arkille ja koska isompi arkki olisi ollut kalliimpi valmistaa ja hankalampi postittaa asiakkaille. Pienempi arkki taasen olisi myös ollut huono valinta, koska halusin sisällyttää n.10 kuvaa arkkiin ja pitää kuvat kuitenkin kohtuullisen kokoisina.



Kuva 8. Tarra-arkkiesimerkkejä Zap! Creativesin nettisivuilta (Zap! Creatives 2016)

Käytän itse paljon tarroja esimerkiksi kirjeiden koristeluun ja totesinkin tarra-arkin liittämisen osaksi tuotesarjaa hyväksi ajatukseksi, koska voisin käyttää tekemiäni tarroja myös itse esimerkiksi postittaessani tuotteita asiakkailleni. Pohdin aluksi, valitsenko tuotteeksi tarra-arkin vai sarjan isompia muotoonleikattuja tarroja ja päädyin lopulta valitsemaan tarra-arkin, koska se osoittautui kustannustehokkaammaksi ja koska sen suunnitteleminen olisi minulle mielenkiintoisempaa ja haastellisempaa. Jos pohdin omaa asiakaskäyttämistäni, niin ainakin itse ostaessani tarroja huomaan myös usein pitäväni enemmän tarra-arkeista verrattuna yksittäisiin muotoonleikattuihin tarroihin.

Aloitin tarra-arkin suunnittelemisen miettimällä noita-teemaan sopivia kuvituksia ja tein listan erilaisista noidan lemmikeistä ja noidan tavaroista. Jätin itse noidan pois, koska pidän enemmän eläinhahmojen ja erilaisten tavaroiden suunnittelemisesta ja piirtämisestä. Eläinhahmot ovat olleet myös yksi suosituimmista teemoista kauppasivullani. Keräsin kuvitusten alustavan miettimisen jälkeen liudan erilaisia referenssikuvia sisältäen esimerkiksi eläimiä, tavaroita, värejä ja tarra-arkkidesigneja. Tämän jälkeen luonnostelin paperille ajatuksia tarra-arkkiin liitettävistä kuvista (Kuva 9). Otin suunnitteluvaiheessa huomioon tarra-arkin suhteellisen pienen koon ja suunnittelin kuvitukset pitäen myös tämän mielessä.



tulostuisivat oikein tulostusvaiheessa. Siirsin tarra-arkin kuvitukset tuottajan sivuilta ladatulle Photoshop-mallipohjalle. Mallipohja sisältää kaksi eri tasoa, joista toiseen liitetään taustan kuvitus ja toiseen itse tarrojen kuvitukset. Mallipohjassa oli myös valmiina leikkuuvarat, joiden avulla taustan ja tarrojen kuvitukset pystyy asettelemaan helposti niin, ettei kuvituksista jää mitään pois, kun tiedostosta tuotetaan valmis tarra-arkki. Arkin kuvitusten asettelemisen jälkeen hienosäädin värejä ja tein tarra-arkin tekstit. Valitsin yhdeksi fonteista pikselilyyisen fontin, koska se sopi mielestäni hyvin arkin ulkoasuun ja koska asiakaskunnassani on paljon pelaajia ja tällainen fontti vetoaa usein tietokone- ja konsolipelejä pelaaviin asiakkaisiin. Arkin värit valikoituivat aiemmin tässä opinnäytteessä tekemiäni kuvitusten perusteella. Valitsin värimaailman, joka sopisi tuotesarjani kokonaisilmeeseen ja noita-teemaan.



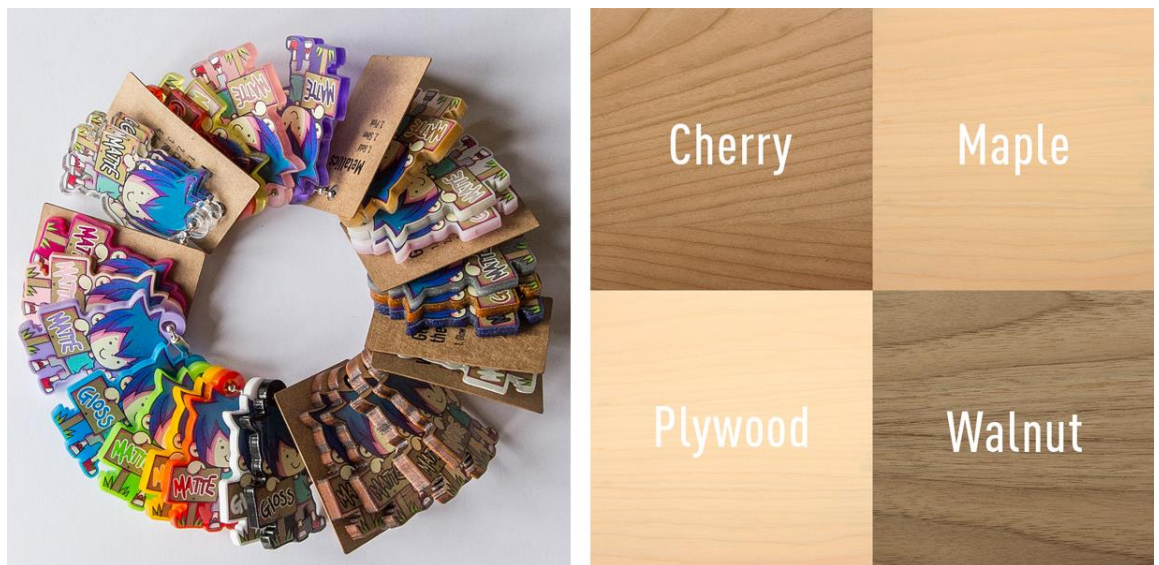
Kuva 10. Lopullinen tarra-arkin kuvitus ja valmiit tarra-arkit

### 3.4 Nappikorvakorut

Nappikorvakorut päätyivät osaksi opinnäytteen tuotesarjaa sosiaalisessa mediassa tehdyn kyselyn perusteella. Olen myös itse miettinyt jo pitkään nappikorvakorujen ottamista osaksi tuotevalikoimaani. Nappikorvakorujen tuottaminen on suhteellisen edullista ja taiteen tekeminen näihin suhteellisen helppoa ja nopeaa korvakorujen pienen koon vuoksi. Toinen aikaisemminkin

käyttämistäni tuottajista tarjoaa useita eri pohjavaihtoehtoja, joille korvakorujen kuvitus painetaan tuottajan toimesta. Valittavana on erisävyisiä akryylejä ja eri puolajeista valmistettuja pohjia (Kuva 11).

Korvakorujen pohjat leikataan tuottajan toimesta muotoon, jonka voi itse valita. Voi esimerkiksi tehdä peruspyöreän malliset korvakorut tai kuvituksen reunoja seuraten leikatut korvakorut. Tuottaja tarjoaa myös useita eri kokovaihtoehtoja, jonka kokoisiksi he voivat leikata korut. Pienin tarjolla oleva koko on 0,5 tuumaa eli n. 1,3 cm, ja päädyin valitsemaan tämän koon. Paljon tätä isompi koko ei usein toimi kovinkaan hyvin nappikorvakorujen pohjana. Kuvituksen sisältävän puisen tai akryylisen koruosan lisäksi nappikorvakorujen valmistamiseen tarvitaan korupohja eli itse korun kiinnitysosa, jolla korvakoru kiinnitetään korvaan. Korvakorujen pohjia voi tilata edullisesti esimerkiksi Etsystä. Kannattaa kuitenkin muistaa pyrkiä valitsemaan luotettava myyjä ja täysin nikkelittömät pohjat.



Kuva 11. Zap! Creativesin tarjoamia materiaaleja nappikorvakorujen pohjiin (Zap! Creatives 2016)

Aloitin nappikorvakorujen suunnittelemisen miettimällä noita-teemaan sopivia kuvituksia ja hakemalla referenssikuvia samantyyllisistä korvakoruista. Löysin yllättävän vähän referenssejä muotoonleikatuista puisista nappikorvakoruista, joissa on printattu kuva, joka ei ole valokuva. Referenssien huono saatavuus ja kokemattomuus nappikorvakorujen suunnittelussa asetti omat haasteensa korujen suunnitteluun. Luonnostelin aluksi erilaisia kuvitusideoita paperille.

Suunnittelin käyttäväni myös näihin nappikorvakoruihin noidan sijaan erilaisia noita-teemaisia eläinhahmoja ja esineitä. Luonnostelin aikaisempaa tarra-arkkia ideoidessa monta hyvää ideaa, jotka toimivat hyvin pienissä tavaroissa, joten päätin sisällyttää myös muutaman näistä ideoista korvakoruideoihin.

Luonnosteluvaiheen jälkeen siirsin luonnokset Photoshop-piirto-ohjelmaan ja tein luonnoksia seuraten kahdeksan lopullista kuvitusta. Tämän jälkeen etsin internetistä kuvan, jossa oli nappikorvakoruja käyttävä nainen ja kokeilin kuvituksia tämän kuvan päälle, jotta näkisin, miltä tekemäni kuvat näyttäisivät pienemmässä koossa ja itse käytössä. Huomasin, että muutama tekemistäni paljon yksityiskohtia sisältävistä kuvituksista ei toimisi näin pienessä koossa. Kyseiset kuvitukset näyttivät suhteellisen sotkuisilta ja sekavilta pienessä koossa ja karsinkin nämä pois lopullisista korukuvituksista.

Jäljelle jäi neljä kuvaa: kissan kallo, lehti ja kaksi erilaista noidan taikalientä sisältävää pulloa (Kuva 12). Lehti ei sinänsä liity noita-teemaan, mutta halusin kuitenkin sisällyttää myös tämän kuvituksen korvakoruvaihtokantaan, koska se näyttää hyvältä ja toimii hyvin koruissa. Se sopii myös tuotevalikoimaan, koska samainen kuva on sisällytetty tarra-arkkiin. Taikaliemipulloihin valitsin kaksi erisävyistä lientä, sinisen ja punaisen. Valitsin nämä sävyt, jotta korut vetoaisivat laajempaan asiakaskuntaan. Noidista ja kemiasta kiinnostuneiden lisäksi nämä korvakorut vetoaisivat väriensä puolesta myös pelaajiin. Esimerkiksi useassa massiivisessa monen pelaajan verkkoroolipelissä on käytössä taikavoimapulloja ja usein kaksi eniten käytössä olevaa taikalientä on sininen taikavoima ja punainen taikavoima.

Lopullisten korukuvitusten valitsemisen jälkeen tulostin vielä kuvat pienessä koossa ja kokeilin niitä eri pohjavaihtoehtojen päälle. Tuottajalta voi tilata pientä korvausta vastaan näytepakkauksen, joka sisältää kaikki eri pohjavaihtoehdot, ja tämä on hyvinkin hyödyllinen pohjaa valittaessa korvakoruihin tai muihin laserleikattuihin tavaroihin. Päädyin valitsemaan pohjaksi vaalean puun. Tämä näytti hyvältä kaikkien valittujen kuvitusten kanssa ja puu on itsessään materiaalina yleensä kalliimman näköinen kuin akryyli, joten tämä saattaa toimia hyvänä myyntivalttina. Vaalea puu valikoitui tumman sijaan, koska tuottaja tarjoaa sen halvempaan hintaan verrattuna tummaan puuhun.

Materiaalin valinnan jälkeen latsasin tuottajan sivuilta Photosop-mallipohjan ja siirsin korukuvitukset tälle pohjalle. Mikäli tilaa useamman eri kuvan, jokainen eri kuvitus pitää laittaa omalle mallipohjalleen. Korujen mallipohja on tarra-arkin pohjan tapaan CMYK-värimallissa ja sisältää eri tasoja (Kuva12). Tasojen avulla voi oman kuvituksen lisäksi esimerkiksi kertoa, haluaako kuvituksen päälle kiiltävän pinnan ja minkä mallisen reunuksen haluaa korulleen. Korvakorujen puisten kuvaosien tilaamisen jälkeen viimeiseksi askeleeksi korujen valmistamisessa jääkin sitten vain korujen kokoaminen liimaamalla kuvitusosa korupohjaan (Kuva 12).



Kuva 12. Lopulliset korvakorujen kuvitukset ja valmiit korvakorupohjat

### 3.5 Muki

T-paitojen tapaan myös mukit ovat olleet yksi suosituimmista isoimmista tuotteista, joita olen myynyt. En ole aiemmin tehnyt mukeihin kuvituksia miettimällä alusta asti mukiin sopivaa kuvitusta, vaan piirtänyt vapaa-ajalla kuvia, jotka ovat myöhemmin osoittautuneet hyväksi tuotekuviksi mukeihin. Näiden seikkojen vuoksi halusinkin sisällyttää myös mukin opinnäytteen tuotekokoelmaan. Muki on t-paidan tapaan hyvinkin iso tuote, jonka valmistuskustannukset ovat suhteellisen korkeat ja muki on myös hankala tuote postittaa asiakkaille. Tämän vuoksi muki

tulee olemaan saatavilla ainoastaan Redbubblen kaltaisilla kauppasivuilla, joissa myyn omista kuvistani tuotettavia tuotteita.

Alustavasti mietin kahta eri vaihtoehtoa mukin kuvaksi; korppi tai lepakko. Tulin lopulta siihen tulokseen, että korppi sopisi paremmin tämän opinnäytteen teemaan ja tekemäni korppikuvitus myös näytti mielestäni hyvältä mukin kuvaksi. Lisäsin korppikuvaan lentävän korpin lisäksi teemukin. Muki tai mukissa oleva tee onkin toinen noita-teeman lisäksi tässä tuotesarjassa vallitsevista teemoista. Lisään usein tekemiini kuvituksiini teemukin. Tee ja kahvi ovat myös kaksi suosituinta teemaa kauppasivuillani. Päätinkin näiden seikkojen vuoksi lisätä teemukin myös suureen osaan tämän opinnäytteen tuotteista.

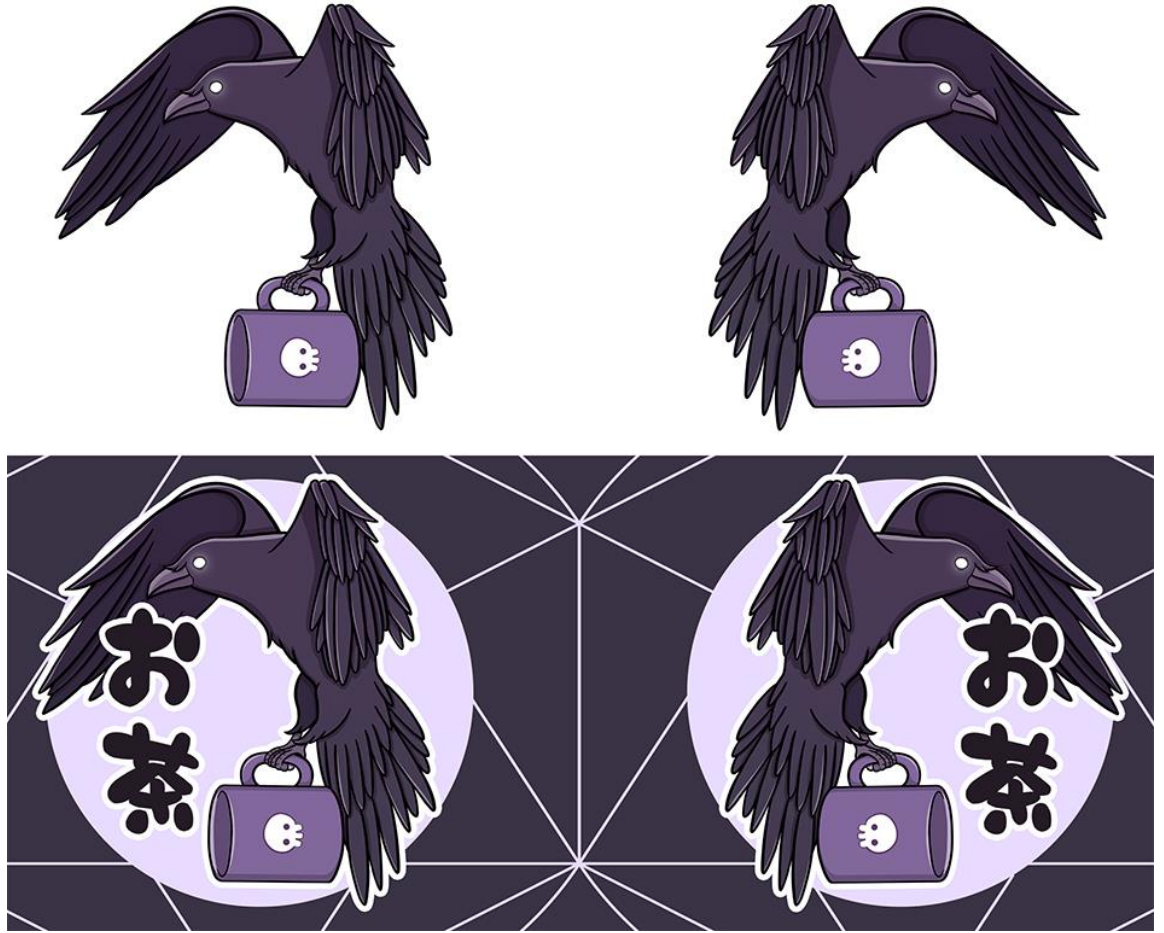
Mukin kuvitus lähti liikkeelle aiemmin opinnäytteen kirjoittamisvuonna tehdyistä kuvista, joista toisen tein tusseilla ja toisen vesiväreillä (Kuva 13). Kumpikaan näistä kuvista ei mielestäni sopinut sellaisenaan mukin kuvaksi ja huomasin näitä kuvia myöhemmin tarkastellessani myös muutaman virheen esimerkiksi anatomiassa, joten päätin muokata toista kuvista digitaalisesti ja tehdä tämän jälkeen hiotun digitaalisen version kuvasta. Kokeilin myös toista aiemmin tehtyä kuvaa mukin päälle varmistaakseni, että tämä kuva sopisi hyvin mukin kuvitukseksi.



Kuva 13. Ensimmäiset mukikuvat

Lopullisen kuvituksen tein digitaalisesti käyttäen Paint Tool SAI- ja Photoshop-piirto-ohjelmia. Paint Tool SAI:ta käytin ääriviivojen piirtämiseen ja alustavien värien valitsemiseen. Tämän jälkeen siirsin kuvan Photoshop-piirto-ohjelmaan Redbubblesta ladatun Photoshop-mukipohjan päälle, jotta tekemäni mukin kuvitus olisi tehty käyttäen oikeita mittasuhteita. Muokkasin Photoshopissa myös hieman värejä sekä tein taustan kuvituksen. Mietin aluksi laittavani taustalle noita-teemaisia esineitä, mutta totesin, että tämä näyttäisi liian sekavalta, joten päädyin valitsemaan taustalle geometrisia kuvioita. Tein taustan kuvion koko mukin ympäri kietoutuvaksi kuvioksi, jotta mukin kuvituksesta tulisi yhteneväisempi. Väreiksi valikoituivat tässäkin tuotekuvassa noita aiheeseen sopivat musta, harmaa ja valkoinen sekä lilan eri sävyt.

Päädyin lopulta tekemään kuvasta kaksi eri versiota, toisen ilman taustaa ja tekstiä ja toisen taustalla ja japaninkielisellä tekstillä, joka tarkoittaa teetä (Kuva 14). Yksi mielenkiinnon aiheistani on Japani ja liitänkin usein japanin kielellä kirjoitettuja tekstejä kuvituksiini. Tämän vuoksi olenkin liittännyt myös useaan tässä opinnäytteessä nähtävään kuvitukseen japaninkielisiä tekstejä. Tämä ei sulje pois noita-teemaa ja sopii hyvin myös tähän teemaan. Tekemässäni mukin kuvituksessa teksti oli kuitenkin suhteellisen isossa osassa kuvaa, ja koska kaikki eivät välitä japanin kielestä, päätin tehdä myös tekstittömän version kuvasta. Tein tekstittömästä versiosta myös hieman pelkistetyimmän poistamalla taustan kuvituksen. Lopuksi testasin molempaa versiota mukiin Redbublessa, jotta näkisin, onko mukin keskelle tarkoitettut kuvat keskitetty oikein (Kuva 15) ja muokkasin keskitystä vielä hieman Photoshopissa.



Kuva 14. Lopulliset mukin kuvitukset



Kuva 15. Lopulliset mukin kuvitukset aseteltuna mukeihin

### 3.6 Emalipinssi

Emalipinssit ovat tällä hetkellä todella suosittuja. Myös sosiaalisessa mediassa tehdyn tuotekyselyn tuloksena ehdotettiin emalipinssejä osaksi tämän oppinäytteen ohella tuotettavaa uutta tuotekokoelmaa. Emalipinssit ovat kuitenkin suhteellisen kalliita valmistaa, ja niitä joutuu tilaamaan suhteellisen ison määrän, joten niiden valmistaminen on myös aika riskialtista. Aluksi mietin tekeväni emalipinssin ennakkotilaustuotteena, jotka valmistettaisiin, mikäli pinssit nauttivat kohtuullisen suuresta suosiosta ja saisin kerättyä tarpeeksi ennakkotilauksia, mutta tulin lopulta siihen tulokseen, että se ei välttämättä onnistuisi ja päätin valmistautua ottamaan riskin ja tilata pinssit ilman ennakkotilausta, mikäli pinssien kuvitus olisi onnistunut.

Emalipinssejä on kahta eri laatua: pehmeämaloitu ja kovaemaloitu (kuva 16). Pehmeämaloitu pinssi eroaa kovaemaloidusta olemalla enemmän kolmiulotteinen. Pehmeämaloitussa pinssissä ääriviivat voi selkeästi tuntea pintaa koskettamalla, kun taas kovaemaloidun pinssin pinta tuntuu koskettaessa sileältä. Pehmeämaloitu pinssi valmistetaan painamalla pohjan päälle ääriviivat metallista, täyttämällä ääriviivojen sisäiset värialueet yhdellä kerroksella väriainetta ja leikkaamalla pinssi muotoon. Kovaemaloitu pinssi taas valmistetaan täyttämällä ääriviivojen sisäiset värialueet usealla kerroksella väriainetta niin, että väriaine on samalla korkeudella kuin ääriviivat ja viimeistelemällä pinssi vielä lopuksi kiinnittämällä väriaineet korkeassa lämpötilassa.

Tämän viimeistelyprosessin seurauksena kovaemaloidut pinssit ovat kestävämpiä kuin pehmeämaloitut pinssit. Päätin tekeväni kovaemaloituja pinssejä niiden kestävyuden vuoksi. Tarkastelin emalipinssejä tuottavan yrityksen hintoja ja hintaero pehmeämaloituihin pinsseihin verrattuna ei myös ollut suuri. (Zap! Creatives 2016.)



Kuva 16. Pehmeäemaloitu pinssi (vasemmalla) (Zap! Creatives 2016) ja kovaemaloitu pinssi (oikealla) (PardonMyTone 2016)

Aloitin pinssien suunnittelun pohtimalla noita-teemaan sopivia kuvia, hakemalla internetistä referenssikuvia emalipinsseistä ja tekemällä luonnoksia paperille (Kuva 17). Valitsin pinssien kooksi halkaisijan 30mm. Koska pinssit olisivat suhteellisen pienikokoisia, otin tämän huomioon suunnitteluvaiheessa ja suunnittelin kuvia, jotka toimisivat myös pienessä koossa. Otin mukaan muutaman idean, joita käytin tarra-arkkia tehdessä, koska näissä ideoissa oli monta hyvää ideaa jotka sopisivat myös pinsseihin.

Kävin luonnosteluvaiheen aikana tarkastelemassa käyttämäni tuottajan sivuilla olevaa emalipinssien suunnitteluohjetta. Käyttämäni tuottaja tarjoaa emalipinssejä tilatessa ilmaisen suunnittelupalvelun, joten pinssejä suunnitellessa ei välttämättä tarvitse tietää paljoakaan pinssien valmistamisesta ja suunnittelemisesta. Jos on valmiuksia suunnitella pinssit itse ja haluaa varmistua siitä, että lopputulos on juuri sellainen kuin itse haluaa, kannattaa pinssit kuitenkin suunnitella mahdollisimman pitkälle itse ja tällöin kannattaa tarkastella tuottajan tarjoamia ohjeita.

Ohjeista käy ilmi esimerkiksi, että jokainen väri tulisi erottaa toisistaan metallisella reunuksella jotteivat värit sekoitu keskenään kun ne ruiskutetaan pinsseihin. Metallisten ääriviivojen tulisi myös olla tarpeeksi paksuja (min. 0,2mm), yksittäisten värialueiden ei tulisi olla liian pieniä (min. halkaisija 0,3mm) ja väreinä tulisi käyttää Pantone-värejä, joita käytetään yleisesti painotaloissa. Tuottajan

tarjoama suunnittelupalvelu kuitenkin muuntaa värit ilmaiseksi Pantone-väreiksi, joten pinssisuunnitelman voi hyvin lähettää myös esimerkiksi käyttäen RGB-värimallia. Päätin tehdä kuvat RGB-värimallissa, mutta otin muut tuottajan ohjeet huomioon suunnitteluvaiheessa. (Zap! Creatives 2016.)



Kuva 17. Emalipinssien luonnostelua

Luonnosteluvaiheen jälkeen valitsin luonnoksista neljä parhaimman näköistä ja parhaiten emalipinssiksi sopivaa kuvaa: kissan, lepakon, taikaliemipullon ja teemukin. Skannasin valitut luonnokset, siirsin ne Paint Tool SAI-piirto-ohjelmaan ja piirsin valmiit kuvat luonnoksia mukailen tehden niihin muutaman muutoksen (Kuva 18). Valitut kuvat ja värimaailma valikoituivat jälleen pitäen noita-teema mielessä. Siirsin valmiit kuvat vielä lopuksi Photoshop-piirto-ohjelmaan ja kokeilin miltä ääriviivat näyttäisivät, kun käytetään eri metalleja (Kuva 18). Tein tämän hakemalla internetistä ilmaisia metallitekstuureja ja maskaamalla nämä ääriviivojen päälle.

Tuottaja tarjoaa normaalien värien lisäksi myös glitter värejä ja halusinkin kokeilla tätä taikaliemipullokuvaan, joten hain internetistä myös glitter tekstuurin, jonka maskasin kyseisen kuvan päälle (Kuva 18). Viimeistelyvaiheen aikana neljästä kuvasta karsiutui pois kaksi, koska en halunnut investoida neljään eri emalipinssiin ja koska kaksi kuvista ei mielestäni näyttänyt tarpeeksi hyviltä

käytettäviksi pinsseihin. Kaksi jäljelle jäävää kuvaa näytti kuitenkin todella hyviltä, joten päätin tilata näistä valmiit emalipinssit. Valitsin toiseen pinssiin kultaiset reunukset, ja toiseen hopeiset reunukset (Kuva 18). Emalipinssien valmistaminen kestää tuottajan puolesta sen verran kauan, että en valitettavasti kerennyt liittämään kuvia valmiista pinsseistä tähän opinnäytteeseen.



Kuva 18. Pinsseiksi ajatellut kuvat (vasemmalla) ja lopulliset valitut pinssikuvat (oikealla)

## 4 VISUAALISEN IDENTITEETIN RAKENTAMINEN

Olen miettinyt oman visuaalisen ilmeen ja taidebrändin rakentamista jo muutaman vuoden. Tämä on aina tuntunut suhteellisen vaikealta, koska mielenkiintoni kohteet, ja näin myös taiteeni, on hyvinkin laaja-alaista. Olen kuitenkin huomannut viime vuosina, että suurin osa tuotekuvituksistani on ollut samaa tyyliä noudattavia: sarjakuvamaisia yksinkertaisilla varjostuksilla. Aloitinkin oman visuaalisen identiteetin rakentamisen pienelle yritykselleni pitäen tämän mielessä.

Mietin aluksi mitä kaikkea tarvitsisin yhtenäisen ilmeen rakentamiseen. Tarvitsisin logon sekä mahdollisesti myös avatarin, joita voisin käyttää kauppasivuillani, postittaessa tuotteita asiakkaille ja sosiaalisessa mediassa. Tarvitsisin myös bannerin, jota voisin käyttää nettikaupoissani kuten Etsyssä ja Redbubbllessa. Digitaalisen bannerin ja logon lisäksi minun pitäisi tehdä fyysinen käyntikortti, jonka voisin liittää Etsy tilauksiin ja miettiä postitustuotteita, kuten esimerkiksi osoitetarrojen ulkonäköä.

### 4.1 Logoista

Lähes kaikilla yrityksillä on nykypäivänä oma logo. Logoja on yleensä kahdenlaisia: kuvallisia logoja ja tekstilogoja. On myös logoja, joissa on sekä tekstiä että kuva. Hyvä logo kuvastaa yritystä ja sen avulla yritys on helppo erottaa toisista yrityksistä. Logoja voidaan käyttää esimerkiksi yrityksen markkinointimateriaaleissa ja sosiaalisessa mediassa. (LogoBee 2016.)

Hyvän logon luomiseen kannattaa panostaa ja se voi vaikuttaa paljonkin siihen miten asiakkaat näkevät yrityksen ja kuinka hyvin yritys menestyy. Logon ei aina tarvitse olla kirjaimellinen ja logon luomiseen voi käyttää myös mielikuvitusta. Esimerkkinä Applen logon omena, joka ei sinänsä liity mitenkään tietokoneisiin, mutta kuvastaa yrityksen virtaviivaisen tyylikkää ja laadukkaita tuotteita. Applen logo on hyvin yksinkertainen, ja onkin tärkeää muistaa, että yleensä logoa suunniteltaessa ei kannata tehdä liian monimutkaista logoa. Liian värikkään logon tekemistä kannattaa yleensä välttää ja useimmissa tapauksissa väreiksi kannattaa

valita maksimissaan kaksi väriä. Logoa suunniteltaessa kannattaa pitää mielessä myös väripsykologia ja eri värien herättämät tunteet. On hyvä suunnitella logo ensiksi mustana ja valkoisena. Jos logo ei näytä hyvältä näitä kahta väriä käyttämällä se ei useinkaan näytä hyvältä myöskään muissa väreissä. (BlueSodaPromo 2013.)

Jos kuvallisen logon oheen tai itsenäisenä logona suunnitellaan tekstillinen logo, kannattaa tekstilogon luomiseen panostaa yhtä paljon kuin kuvallisen logonkin luomiseen ja valita käytetty fontti huolella. Värien tapaan eri fontit luovat erilaisia mielikuvia, ja myös tekstillisen logon pitää sopia yrityksen identiteettiin. Tekstilogo suunniteltaessa kannattaa pitää sama ohjenuora mielessä, kuin kuvallistakin logoa suunniteltaessa: ei kannata tehdä liian monimutkaista tekstiä. Tekstin pitää olla luettavissa ja liiallista efektien käyttöä kannattaa välttää. Erilaisia efektejä kuten gradientteja voi kuitenkin käyttää hillitysti, mutta logon pitää toimia myös ilman näitä efektejä. Lopuksi kannattaa pitää mielessä, että logoa voi aina uudistaa. Mikäli vanha logo tuntuu tunkkaiselta ja ei enään palvele yrityksen identiteettiä, on syytä harkita uuden logon luomista. (BlueSodaPromo 2013.)

## 4.2 Logon ja avatarin suunnittelu

Aloitin logon suunnittelun jo opinnäytteen kirjoittamista edeltävänä vuonna ja luonnostelin erilaisia jänisaiheisia logoja pitkin vuotta. Otin nämä luonnokset myöhemmin lähempänä opinnäytettä uudestaan esille ja luonnostelin näiden lisäksi muutaman uuden jänis- ja sarvieläinaiheisen logon sekä erilaisia logotekstejä (Kuva 19). Hain myös referenssikuvia kivan näköisistä ja omaan brändiini sopivista logoista ja visuaalisista ilmeistä ja kokosin näistä moodboardejä Pinterestiin, sekä tutustuin logosuunnittelua käsittelevään teoriaan. Halusin logoon jonkinlaisen eläimen, koska piirrän usein eläimiä. Eläimet ovat usein myös sympaattisia ja haluan luoda taidebrändilleni positiivisen kuvan. Jänis valikoitui, koska samaistun jäniksiin ja olen jo pitkään miettinyt, että jos joskus perustan yrityksen, sen nimi pitäisi olla Black Bunny Company.

Taidebrändini nimi ei tule kuitenkaan olemaan tämä vaan Nikury. Olen käyttänyt taiteilijanimeä Nikury jo pitkään ja pidän siitä edelleen, joten se on vakiintunut taidebrändini nimeksi. Nimi oli alunperin Nikuryu, joka on tehty yhdistämällä Nina ja ryu, joka tarkoittaa japaniksi lohikäärmettä. Niku tarkoittaa japaniksi lihaa. En aluksi tiennyt tätä, ja tuntui hieman hassulta ottaa taiteilijanimeksi lihaa syövä lohikäärme, kun en aikoinaan syönyt lihaa lainkaan. Kuitenkin siirryin myöhemmin lihansyöjäksi ja nimi oli jo vakiintunut, joten en halunnut muuttaa sitä liikaa. Lyhensin kuitenkin nimen myöhemmin Nikuryksi, koska se kuulosti mielestäni paremmalta.



Kuva 19. Logon luonnostelua

Logon ja maskottieläimen työstäminen lähti liikkeelle valitsemalla aiemmista luonnoksista yksi omaan silmään hyvännäköinen kuva, joka sopii brändiini. Se oli aiemmista suunnitelmista poiketen jäniksen sijaan sarvieläin (Kuva 20). Piirsin logon digitaalisesti käyttämällä Paint Tool SAI-ohjelman pen tool-työkalua, jonka avulla viivoista saa siistimmät ja suuremmat. Minulla ei valitettavasti ollut käytettävissä esimerkiksi Adobe Illustratoria, joka on hyvä logojen työstämiseen, mutta logoa ei tällä hetkellä tarvitse käyttää isossa koossa, joten sain hyvän lopputuloksen myös käyttämällä Paint Tool SAI:ta. En valinnut logoon tiettyjä värejä, vaan halusin että logo toimii useissa eri väreissä, jotta se toimisi eri taustoja vasten, esimerkiksi valokuvissa tai kauppasivujen bannereissa (Kuva 20).

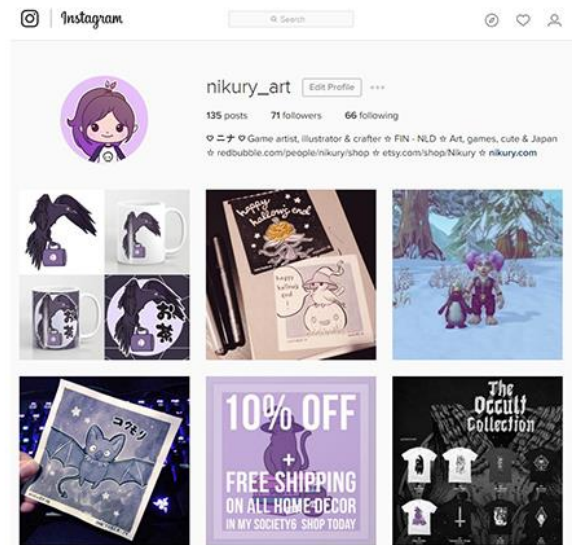
Alkuperäinen suunnitelma oli sisällyttää myös logoon japaninkielinen sana, koska pidän japaninkielestä. Tämä ei kuitenkaan näyttänyt hyvältä joten vaihdoin tämän kahdeksi viikinkiriimuksi, joista toinen tarkoittaa luomista ja toinen onnea (Kuva 20). Viikinkiriimut valikoituivat kiinnostuksesta viikinkiaikaa ja mystiikkaa kohtaan. Lisäsin logoon myös pensselin, jotta logo näyttäisi enemmän taiteilijalogolta (Kuva 20). Lopullinen logon maskotti näyttää hyvältä, mutta herää kysymys sopiiko tämä omaan taidebrändiini. En kuitenkaan voinut ajan puitteissa tehdä uutta logoa. Hyvän logon ja brändin luomiseen menee usein jopa vuosia ja tätä aikaa ei valitettavasti ole yleensä käytettävissä opinnäytteen tekemiseen. Pidinkin ensimmäisen tekemäni logon lopullisena ja annan ajan näyttää sopiiko tämä logo brändiini.



Kuva 20. Logon maskotti mallinnettuna värilliselle taustalle sekä valokuvan päälle

Logon herättäessä kysymyksiä, ja ollessani epävarma haluaisinko käyttää tätä esimerkiksi sosiaalisen median avatarina, halusin luoda myös erillisen avatarin, joka olisi omakuva. Olen tutkaillut muiden kanssataiteilijoiden sosiaalisia medioita ja taiteilijat joilla on avatarina oma kuva, joko valokuvan muodossa tai piirrettynä hahmona, tuntuvat usein lähestyttävimmiltä. Tein oman kuvani digitaalisessa muodossa käyttäen Paint Tool SAI- ja Photoshop-piirto-ohjelmia. Tein kuvasta iloisen ja sarjakuvamaisen, jotta se sopisi taidebrändiini ja antaisi positiivisen kuvan sekä taidebrändistä että brändin takana istuvasta taiteilijasta (Kuva 21).

Värit valikoituivat tässä opinnäytteessä tehtyjen tuotekuvitusten sekä muiden viimeaikaisten kuvitusten perusteella.



Kuva 21. Avatar ja avatarin ulkonäkö Instagram kuvanjakosivustolla

Avatarin ja logon maskotin lisäksi halusin suunnitella ja toteuttaa taidebrändilleni myös kirjoitetun logon. Voisin käyttää tätä esimerkiksi taiteeni ja valokuvieni vesileimana sekä kauppasivujeni bannereissa. Halusin logon, joka sopisi taidebrändiini, näyttäisi taiteelliselta sekä antaisi positiivisen kuvan. Logon tulisi toimia sekä mustana, valkoisena että myös muissa väreissä jotta sitä olisi helppo käyttää eri tilanteissa.

Valisin aluksi luonnoksista sopivimman ja aloin työstämään tätä Photoshopissa. En omaa kunnollisia työkaluja logotekstien työstämiseen, joten lähdin liikkeelle hakemalla luonnokseni tyylisiä, kaupalliseen tarkoitukseen sallittuja fontteja. Löydettyäni sopivan kirjoitin sanan nikury käyttäen tätä fonttia ja muokkasin fontin omanlaisekseni käyttämällä jälleen pen tool-työkalua siistien viivojen aikaansaamiseksi (Kuva 22). Halusin myös valita toisen fontin, jota voisin käyttää shop ja art sanojen kirjoittamiseen logofontin alle. Tämä on hyödyllistä esimerkiksi kauppasivujen banneria tehdessä. Toiseksi fontiksi valikoitui pikselityylinen fontti, joka tuo leikkisyyttä logoon ja kuvastaa peliartisti taustaani (Kuva 22).



Kuva 22. Kirjoitettu logo mallinnettuna valokuvan päälle sekä värilliselle taustalle

#### 4.3 Kauppojen oheistuotteet

Logon ja avatarin lisäksi suunnittelin kauppasivujen bannerit ja Etsy-kauppaa varten käyntikortin ja postitusmateriaalit. Suunnittelin nämä logon kanssa yhteneväisiksi. Kauppasivujen bannereita varten muokkasin aiempia tarrakuvituksia Photoshopissa ja tein niistä toistuvan kuvion, eli mikäli kuvia laittaa useamman vierekkäin kuva jatkuu saumattomasti (Kuva 23). Tämä helpottaa bannereiden tekemistä, ja kuviota voisi myöhemmin käyttää myös erilaisissa tuotteissa. Valitsin bannerin taustan sävyksi lilan tässä opinnäytteessä tehtyjen tuotteiden perusteella. Lisäsin taustan päälle myös sekä kuvallisen että tekstilogon (Kuva 23). Bannerin koko valikoitui kauppasivuilla ilmoitettujen suosituskokojen perusteella.



Kuva 23. Kauppasivujen banneri

Postitustuotteiksi suunnittelin kuoren päälle liimattavan osoitetarran, käyntikortin ja tarran, jonka voisin laittaa korvakorulaatikoiden päälle (Kuva 24). Käytin näihin kaikkiin hirvieläin logoa yhteneväisen ilmeen takaamiseksi. Valitsin postitustuotteille myös alustavat värit, jotka sopisivat tuotteisiini. Tulevaisuudessa postitustuotteiden värejä voisi muokata esimerkiksi sesongin mukaan tai valita värit myynnissä olevien tuotteiden perusteella. Tein kaikki postitusmateriaalit CMYK-värimallissa, jotta värit tulostuisivat oikein.

Käyntikortit on tulostettu laadukkaalle 230 g/m<sup>2</sup> mattapintaiselle paperille ja sisältävät nettiosoitteen, Etsy-kaupan osoitteen sekä Instagram profiilin osoitteen. Omaan myös esimerkiksi Twitter-tilin sekä monta muutakin kauppaa, mutta en halunnut liikaa tekstiä käyntikorttiin selkeyden vuoksi. Jos myy tuotteita Etsyssä tuotteiden kanssa postitettavassa käyntikortissa tulisi olla ainakin Etsy-kaupan osoite mahdollisia palaavia asiakkaita varten. Mikäli omaa nettisivut sen osoite on myös hyvä lisätä postitettaviin käyntikortteihin, ja kyseisille nettisivulle voi koota kaikki muut osoitteet, kuten sosiaalisen median ja muiden kauppojen osoitteet.



Kuva 24. Postitus- ja pakkausmateriaaleja sekä käyntikortit

## 5 LOPUKSI

Tarkastellessani lopuksi koko opinnäytetyöprosessiani ja siihen varattua aikaa voin sanoa, että opinnäytteeseen olisi pitänyt varata huomattavasti enemmän aikaa kun mitä siihen oli nyt käytettävissä. Pystyin onnekseni käyttämään hyödyksi joitakin aikaisemmin tekemiäni kuvituksia ja luonnoksia, mutta lopullinen opinnäyte olisi pitänyt aloittaa paljon ennen viimeistä syyslukukautta.

En ole vielä kovinkaan kokenut artisti, joten hyvien kuvien työstäminen vie paljon aikaa. Haen vielä myös hieman omaa tyyliäni. Nämä seikat vaikeuttivat ja hidastivat osaltaan prosessia. Kiire vaikutti esimerkiksi siihen, että en kyennyt tekemään useampia versioita töistä. Esimerkiksi logon kuvitus jäi nyt hieman auki. Tulen käyttämään nykyistä logoa toistaiseksi, mutta sitä joutuu luultavammin muokkaamaan jossain vaiheessa. Sairastuin myös opinnäytteen loppuvaiheessa, ja koska en kyennyt pitämään vapaita, loppuvaiheen töiden tekeminen ja tekstin työstäminen kipeänä oli todella vaikeaa ja tekstistä sekä töistä ei tullut niin hiottuja kuin olisin halunnut.

Visuaalisen ilmeen rakentaminen ja logon työstäminen oli tämän opinnäytteen selkeästi haastavin osio. Tuotekuvituksia olen työstänyt aikaisemminkin, joten niiden työstäminen sujui vanhan kaavan mukaan. Visuaalisen ilmeen ja logojen suunnittelusta minulla oli kuitenkin todella vähän kokemusta. Ilmeen luomista vaikeutti myös se, että taiteeni on edelleen suhteellisen laaja-alaista. Tämä johtuu joko siitä, etten ole löytänyt vielä omaa tyyliäni taiteilijana, taikka sitten siitä, että olen kiinnostunut niin monista eri tyyleistä ja materiaaleista. Kiinnostus eri tyylejä ja materiaaleja kohtaan jatkuu varmasti myös tulevaisuudessakin ja sitä hetkeä ei tule, että olisin valmis artistina, mutta toivottavasti tyylini kehittyy tulevaisuudessa enemmän omanlaisekseni. Toivon myös voivani luoda jotain, joka miellyttää, jossei muita niin ainakin omaa silmääni, ja tuo yhteen rakkauteni sarjakuvamaisia, söpöjä kuvituksia kohtaan ja kiinnostukseni synkempiä, realistisempia kuvituksia kohtaan.

Lopuksi voin todeta, niinkuin monet muutkin ovat aiemmin todenneet, että opinnäytetyö kannattaa ehdottomasti aloittaa ennen viimeistä lukukautta ja varata

siihen tarpeeksi aikaa. Tällöin lopputulos on huomattavasti parempi, opinnäytteen työstämisen aiheuttama stressi alhaisempi ja aikaa jää myös vapaa-ajan harrastuksiin opinnäytteen työstämisen ohella. Opin prosessissa kuitenkin paljon ja aion jatkaa tuotekuvitusten tekemistä ja omien kauppojen pyörittämistä myös jatkossa muiden töiden ohella. Olen myös erittäin tyytyväinen isoon osaan tässä opinnäytteessä tekemistäni kuvituksista ja tuotteista ja opin yhden erittäin tärkeän asian: ei kannata antaa omien taitojen taikka tyylin puuttumisen rajoittaa tekemistä vaan tehdä kuvituksia siitä huolimatta, koska vain tekemällä oppii ja kehittyy.

## LÄHTEET

BlueSodaPromo. (2013). Everything there is to know about logo design. (Viitattu: 28.10.2016). Saatavissa: <http://www.bluesodapromo.com/blog/logo-design.pdf>

Crumpton, Katie. (2016). Identifying trends with Katie Crumpton. (Viitattu: 7.10.2016). Saatavissa: <http://blog.redbubble.com/2016/09/identifying-trends-with-katie>

De Soto, Drew. (2013). Know your onions. Graphic design. BIS Publishers.

Lindeback, Roger. (2016). Building a brand is like building a house. (Viitattu: 9.10.2016). Saatavissa: <http://www.brandhousebook.com>

LogoBee. (2016). What is a logo? (Viitattu: 28.10.2016). Saatavissa: <https://www.logobee.com/feature3.htm>

Ng, Mike. (2012). 10 pro tips for better T-shirt designs. (Viitattu: 15.10.2016). Saatavissa: <http://www.creativebloq.com/design/guide-t-shirt-printing-designers-912867>

Solutions Rubiks. (2016). Bleed guidelines. What bleed is and how to use it properly. (Viitattu: 14.10.2016). Saatavissa: <https://rubiks.ca/EN/resource-center/useful-printing-tips.html>

Victionary. (2014). Illustrative branding. Smashing illustrations for brands. Viction workshop ltd.

Zap! Creatives. (2016). Enamel pins - design know-how. (Viitattu: 23.10.2016). Saatavissa: <http://www.zapcreatives.co.uk/enamel-pins--artwork-recommendations>

Zap! Creatives. (2016). What's the difference between hard and soft enamel?. (Viitattu: 23.10.2016). Saatavissa: <http://www.zapcreatives.co.uk/hard-enamel-pins-vs-soft-enamel-pins>

Äijö, Raila. (2004). Käyttäjäkeskeinen suunnittelu teollisuusorganisaatiossa. Helsingin kauppakorkeakoulu, pro gradu -tutkielma.

Kuvalähteet:

Deluxemodern Design. (2013). Sift kakkukaupan visuaalinen identiteetti. (Viitattu: 27.10.2016). Saatavissa: <http://deluxemoderndesign.com/2013/01/sweet/>

Etsy. (2016). Etsy markkinapaikan etusivu. (Viitattu: 27.9.2016). Saatavissa: <http://www.etsy.com/>

Jewell, Amanda. (2015). Visuaalinen identiteetti ja logo käsintehtyjä kukkasusteita myyvälle yritykselle. (Viitattu: 5.10.2016). Saatavissa: <http://www.behance.net/gallery/25202515/Floriography>

PardonMyTone. (2016). Kovaemaloitu pinssi. (Viitattu: 22.10.2016). Saatavissa: [https://www.etsy.com/listing/266101535/pastel-strawberry-enamel-pin-light-blue?ref=shop\\_home\\_active\\_1](https://www.etsy.com/listing/266101535/pastel-strawberry-enamel-pin-light-blue?ref=shop_home_active_1)

Spain Creative. (2012). Taninotanino-viiniyrityksen visuaalinen identiteetti. (Viitattu: 27.10.2016). Saatavissa: <http://www.spaincreative.es/productos/maximum-by-taninotanino>

Zap! Creatives. (2016). Nappikorvakorujen tekemiseen tarjolla olevat puiset materiaalit. (Viitattu: 14.10.2016). Saatavissa: <http://www.zapcreatives.co.uk/charms-and-pendants/custom-charms/custom-wooden-charms>

Zap! Creatives. (2016). Näytepakkaus sisältäen nappikorvakorujen eri pohjamateriaalit. (Viitattu: 14.10.2016). Saatavissa: <http://www.zapcreatives.co.uk/charms-and-pendants/custom-charms/sample-pack>

Zap! Creatives. (2016). Pehmeäemaloitu pinssi. (Viitattu: 22.10.2016). Saatavissa: <http://www.zapcreatives.co.uk/enamel-pins/soft-enamel-pins/soft-enamel-gold-plated-pins>

Zap! Creatives. (2016). Tarra-arkki esimerkkejä. (Viitattu: 14.10.2016).  
Saatavissa: <http://www.zapcreatives.co.uk/sticker-printing/sticker-sheets/sticker-sheets>

Kuvat, joiden lähteitä ei ole erikseen mainittu ovat opinnäytteen kirjoittajan käsialaa taikka poimittu kirjoittajan kauppasivuilta.