



# IMAGOLAHJAN SUUNNITTELU

METROPOLIA AMMATTIKORKEAKOULU  
MUOTOILIJAN (AMK)  
MUOTOILUN TUTKINTO-OHJELMA/TEKSTIILISUUNNITTELU  
OPINNÄYTETYÖ  
KEVÄT 2020

LAURA LAINE

## TIIVISTELMÄ

---

<b>TEKIJÄ(T)</b>	Laura Laine
<b>OTSIKKO</b>	Imagolahjan suunnittelu
<b>SIVUMÄÄRÄ</b>	46 sivua+5 liitettä
<b>AIKA</b>	29.2.2020-17.4.2020
<b>TUTKINTO</b>	Muotoilun tutkinto-ohjelma
<b>TUTKINTO-OHJELMA</b>	Muotoilun AMK
<b>SUUNTAUTUMISVAIHTOEHTO</b>	Tekstiilisuunnittelu
<b>OHJAAJA(T)</b>	Lehtori Tiina Karhu Lehtori Ville-Matti Vilkka
<b>AVAINSANAT</b>	tuotesuunnittelu, lahja, kortti, palvelumuotoilu

Opinnäytetyön aiheena oli suunnitella Metropolia Ammattikorkeakoulun tekstiilisuunnittelualalle imagolahja. Lahja suunnitellaan konsepti tasolle, ja helposti muokattavaksi yhteistyökumppanin tarpeiden mukaan.

Imagolahja suunnitellaan yhteistyökumppanin toiveiden mukaan. Lahjan tulee korostaa koulun arvoja ja aatteita.

Imagolahjaan tarvittava tutkimus tapahtuu tutkimalla Metropolian etusivuja, haastattelemalla Metropolian työntekijöitä sekä tekemällä lahjan protoilla testejä ja kirjaamalla tulokset ylös.

Työssä tutkitaan oman työprosessin etenemistä ja tuotesuunnittelua palvelumuotoilun kautta.

## ABSTRACT

---

<b>AUTHOR(S)</b>	Laura Laine
<b>TITLE</b>	Business gift desingin
<b>NUMBER OF PAGES</b>	46 pages+5 appendices
<b>DATE</b>	29.February.2020-17.April.2020
<b>DEGREE</b>	Bachelor of Culture and Arts
<b>DEGREE PROGRAMME</b>	Degree Programme in Design
<b>SPECIALISATION OPTION</b>	Textil design
<b>INSTRUCTOR(S)</b>	Lecturer Tiina Karhu Lecturer Ville-Matti Vilkkka
<b>KEYWORDS</b>	product design, gift, card, service design

The subject of my thesis was to design a promotional gift for the textile design sector of Metropolia University of Applied Sciences. The gift was to be designed at the concept level so that it could be easily customized according to the needs of the business partner.

The promotional gift was to be designed according to the wishes of the business partner. The gift was to emphasize the values and ideas of the school.

The methods applied in the design process of the promotional gift were studying the front pages of Metropolia, interviewing Metropolia employees and testing out gift prototypes and documenting the results.

In this project, the progress of the work process and product planning is studied through service design.

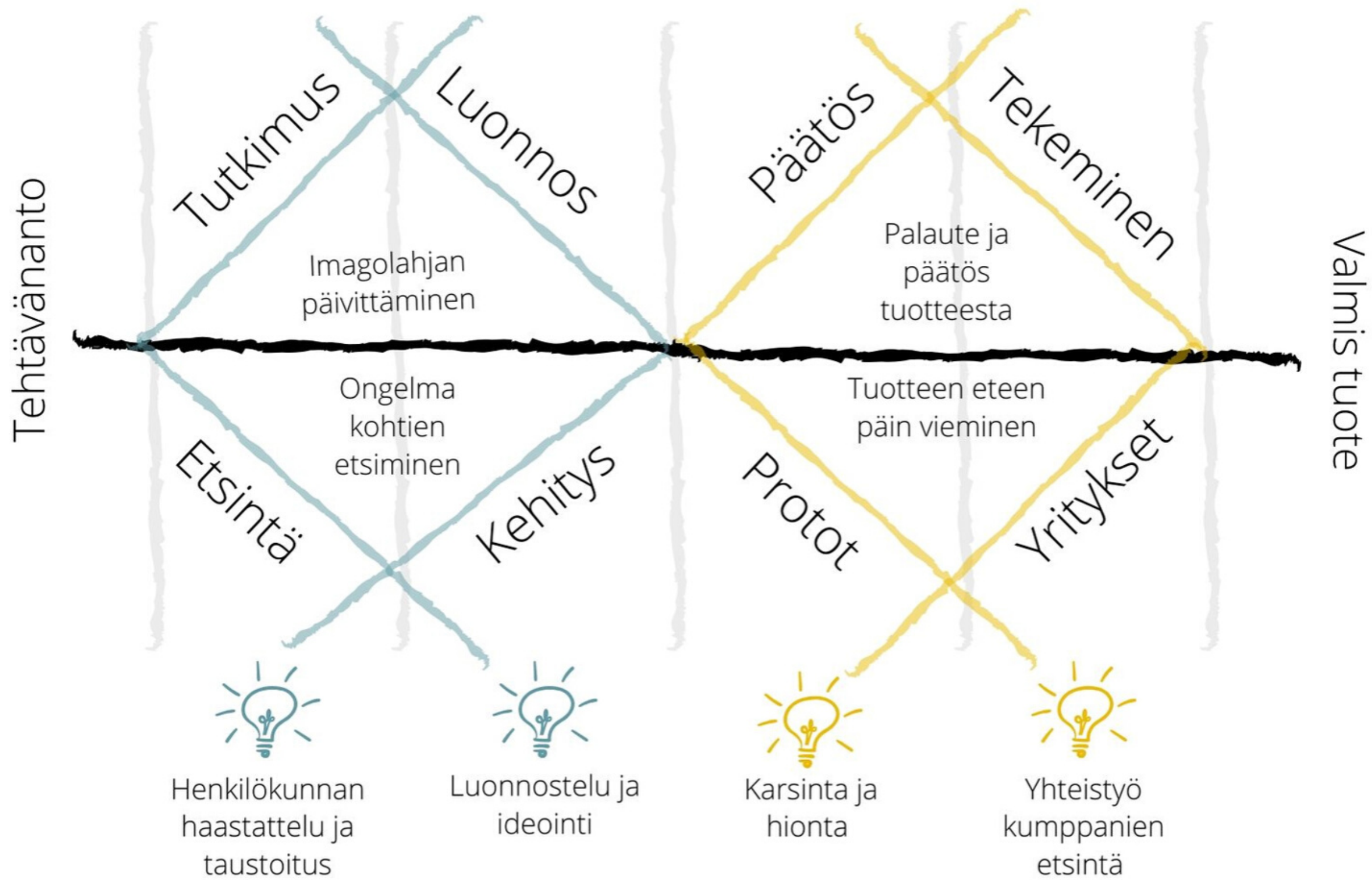


# SISÄLLYS

---

1	Johdanto	1	8	Korttien painaminen	24	13	LAHJATUOTE	38
2	Työn rakenne	2	9	Lahjatuotteen suunnittelu	25-26	14	KORTIT	39
3	Alkumietteet	3	10	Helsingin kahvipaahtimo	27-28	15	Hinnasto	40-41
4	Metropolia AMK	4-5	11	Testit	30	16	Imagolahjan tulevaisuus	42-43
5	Toiveet	6		11.1 Omat havainnot	29	17	Loppupohdinta	44-46
6	Valmistelut	7		11.2 Tulokset	30		Lähteet	
	6.1 Tiedonkeruu	8-10		11.3 Kahvi testit	31		Viitteet	
	6.2 Graafiset ohjeet	11-14		11.4 Testien tulokset	31			
	6.3 Värikartta	15-16	12	Kahvipaketin suunnittelu	32			
7	Korttien suunnittelu	17-22		12.1 Etikettien luominen	33-34			
				12.2 Valitut mallit	35			
				12.3 Fontit ja kieli	35-36			
				12.4 Inspis-kahvin lopullinen malli	37			





Kuva 1. Timantti kaavio

# 1. JOHDANTO

---

Opinnäytetyön aihe on suunnitella Metropolia Ammattikorkea koulun Tekstiilisuunnittelu linjalle edullinen ja korkealaatuinen imagolahja.

Lahjan tulee korostaa koulun arvoja ja tulee toteuttaa yhteistyökumppanin toiveiden mukaan. Lahjan ilme täytyy olla sellainen jota voitaisiin käyttää myös muiden opiskelulinjojen mainonnassa, jos lahjaa lähdetään kehittämään koko koulun tuotteeksi. Suunnitelma jätetään konsepti tasolle palvelumuotoilun työnä.

Imagolahjaan kuuluu kaksi osaa; kortti, joka toimii tekstiilialan käyntikorttina sekä lahjatuote joka toimii markkinointi välineenä.

Ensin perehdyn tutkimaan Metropolian historiaa ja sen arvoja, josta jatkan haastattelemalla Metropolian henkilökuntaa. Haastatteluissa otan selvää, millaisia mielikuvia Metropolia antaa ja millaisena koulu tunnetaan.

Tämän jälkeen jatkan tekemällä valmistelut itse suunnittelua varten. Tutkin Metropolian graafista ohjeistusta ja otan ohjeet huomioon, jotta työni on käyttökelpoinen mainostuksessa.

Graafiset ohjeet otetaan myös huomioon värikartan suunnittelussa. Suunnittelen luokkatoverini Elisa Penttilän kanssa värimaailman, ja suunnittelemme tuotteiden hinnoittelun.

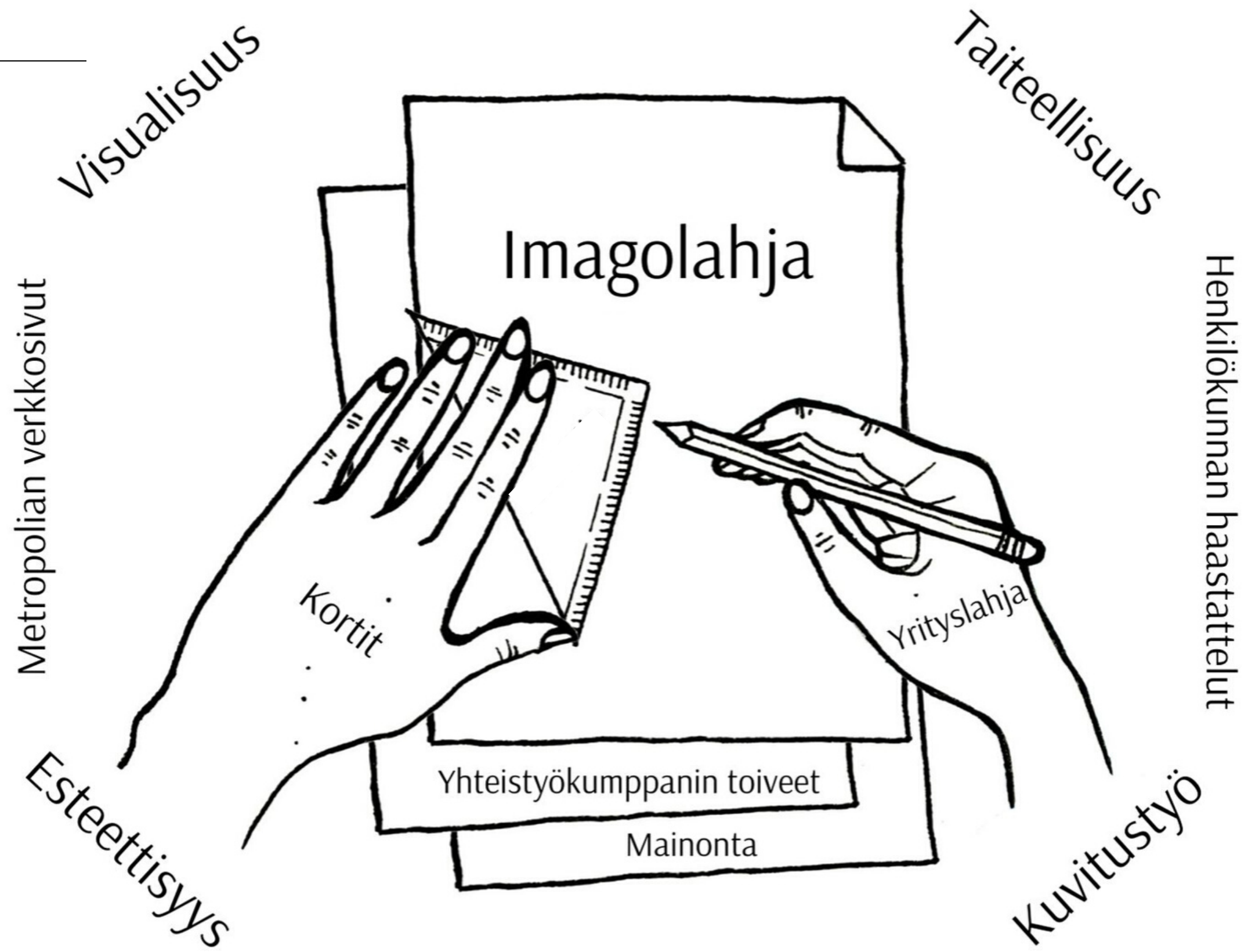
Valmisteluiden jälkeen alan valmistamaan tuotteita tietojeni ja toiveiden pohjalta. Etsin tuotteiden valmistamiseen mahdollisimman helpon mutta edullisen ratkaisun, kuitenkin ottaen huomioon yhteistyökumppanin arvot ( katso edellinen kuva).

Lopuksi teen arvion lahjan hinnastosta sekä pohdin työssäni imago lahjan kehittämisestä ja sen mahdollisuuksista tulevaisuudessa.

Työssäni haluan luoda onnistuneen imago lahjan opiskelu linjalleni, joka kestää aikaa ja korostaa niitä asioita, jota meidän alallamme ja koulussamme arvostetaan. Haluan työlläni kehittää itsessäni kuvittajana sekä muotoilijana.

## 2. TYÖN RAKENNE

---





### 3. ALKUSANAT

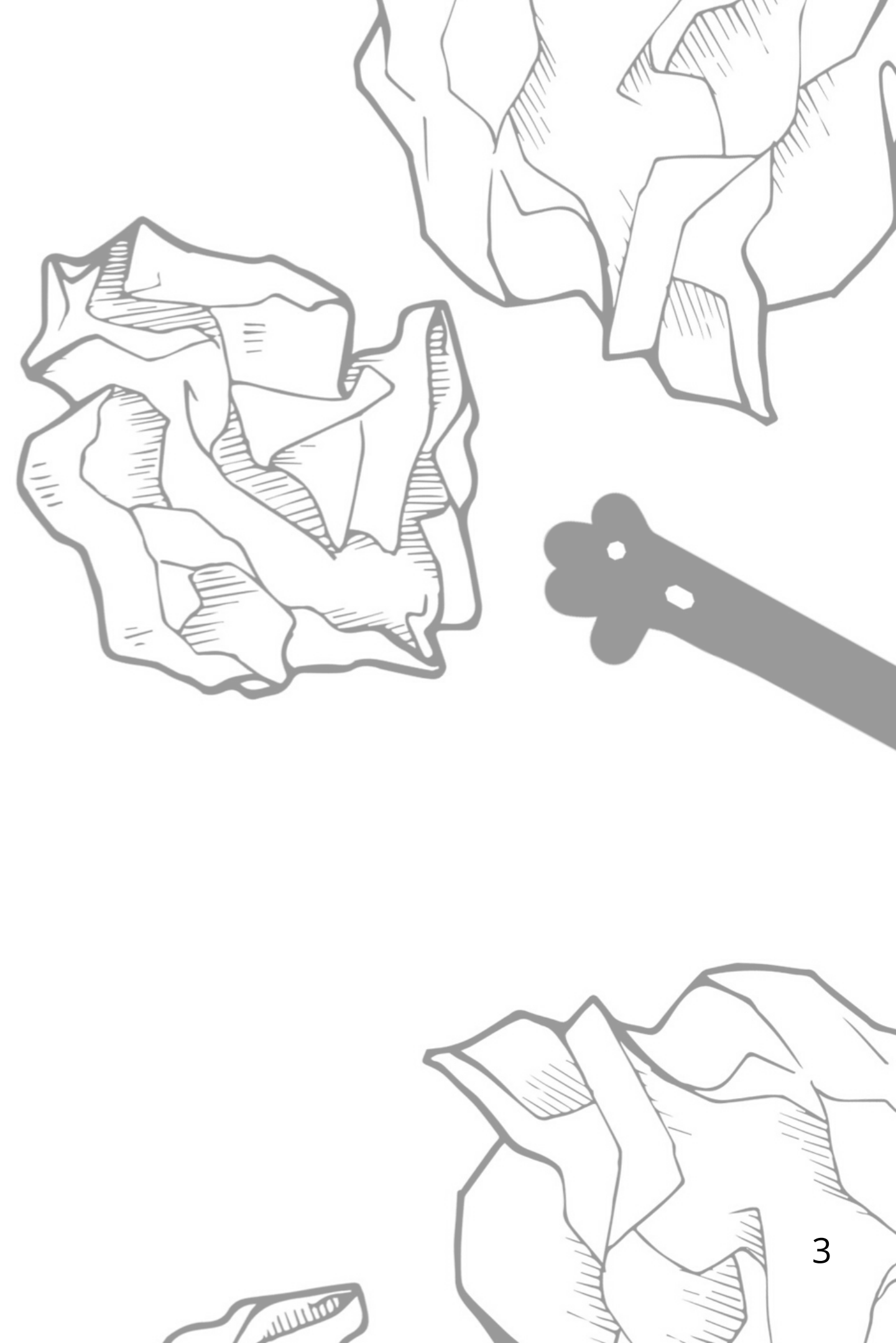
---

Päädyin tähän työhön hyvien sattumien kautta. Olin ensin suunnitellut tekeväni toiselle yritykselle kuosisuunnittelumalliston ensi kesää varten, mutta suunnitelmat kaatuivat näkemyksellisiin eroihin.

Onnekseni Metropolia Ammattikorkeakoulun tekstiilisuunnittelun puolen opettajalla oli idea, josta kiinnostuin todella. Piirtäminen ja kuvittaminen ovat itselleni tärkeitä taitoja. Itselläni on myös kokemusta kuvittamisesta, joten tiedän mihin varautua.

Olen ollut hieman huolissani siitä, miten yrityslahjan suunnitteleminen onnistuu, sillä vaatimukset ovat kovat. Olen kuitenkin avoin, ja odotan että keksin jotakin, josta voin ylpeänä sanoa sen olevan opinnäytteeni.

Henkilökohtainen tavoitteeni on suunnitella erinomainen opinnäytetyö, sillä kuvitustyö kiinnostaisi minua todella paljon tulevaisuudessa. Tämä on minulle suunnittelijana ja kuvittajana näytön paikka.



## 4. METROPOLIA

---

Metropolia haluaa näkyä ja olla vahvemmin mukana yhteiskunnan kehityksessä. Käsittelen kappaleessa yrityksen historiaa, nykyistä tilannetta, tavoitteita ja sen tulevaisuutta.

Nämä tiedot ovat tärkeitä kuvituksieni kannalta, sillä niitä hyödyntäen pystyn tuomaan kuvituksiini viittauksia koulun historiasta.

## TULEVAISUUS

---

Vaikka Metropolian opiskelijat ovat tehneet ja tulevat tekemään tulevaisuuden ratkaisuja, ovat tavoitteet silti melko kovat.

Vuonna 2020 julkaistussa Metropolian strategialistauksessa korostetaan keskittymistä tämän päivän yhteiskunnallisiin haasteisiin, hyvinvoinnin edistämistä sekä kestävän talouden kehittämistä.

Myös konkreettiset ilmiöt ovat niitä haasteita, joita otetaan vastaan ja joihin pyritään löytämään ratkaisu. Niitä ovat mm. ylikulutus, ilmaston lämpeneminen, eriarvoisuus yhteiskunnassa sekä teknologian mahdollisuudet ja haasteet. (Metropolian innovaatiokehittymät 2020).

## NYKYHETKI

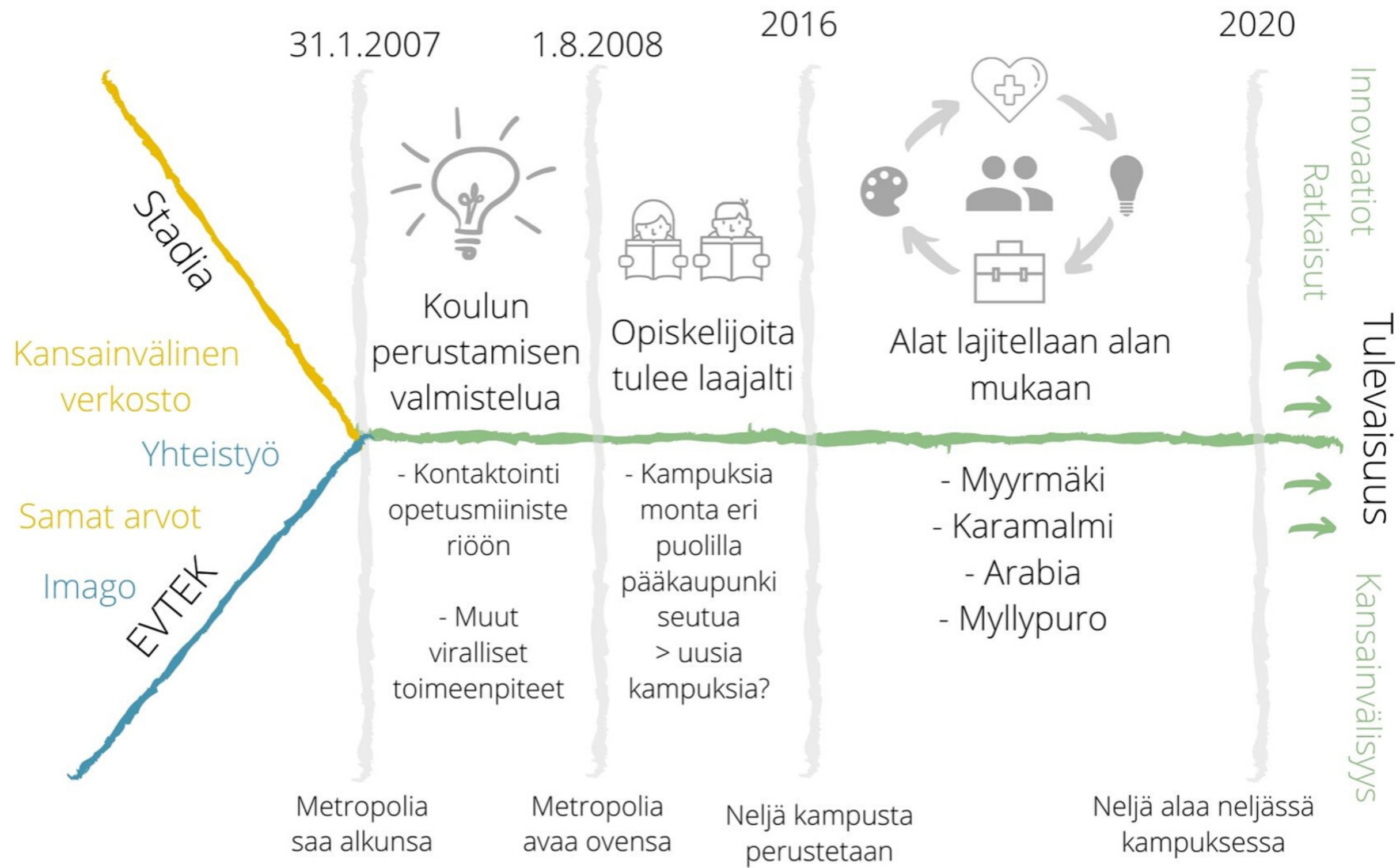
---

Alkuun Metropolian toimipaikkoja oli pitkin pääkaupunkiseutua, joista vuosien 2016-2020 aikana siirryttiin Metropolian neljälle kampukselle.

Myyrmäessä opiskellaan liiketaloutta, tekniikkaan liittyvät alat ovat Karamalmilla, Arabiassa toimivat kulttuurialat ja pääkampus Myllypurosta löytyvät terveysalat ja rakennustekniikat.

Metropolia on tämän 13 vuoden aikana ehtinyt tekemään paljon. Vuonna 2018 Metropolia oli hakijamäärältään Suomen suurin korkeakoulu, ja opiskelijoita on kaiken kaikkiaan 16 400. Se on myös työllistänyt 920 henkeä, joista opetustyötä tekee 570 henkeä. (Tiedot tarkistettu; 18.3.2020).

# AIKAJANA



Kuva 2. Aikajana



## 5.TOIVEET

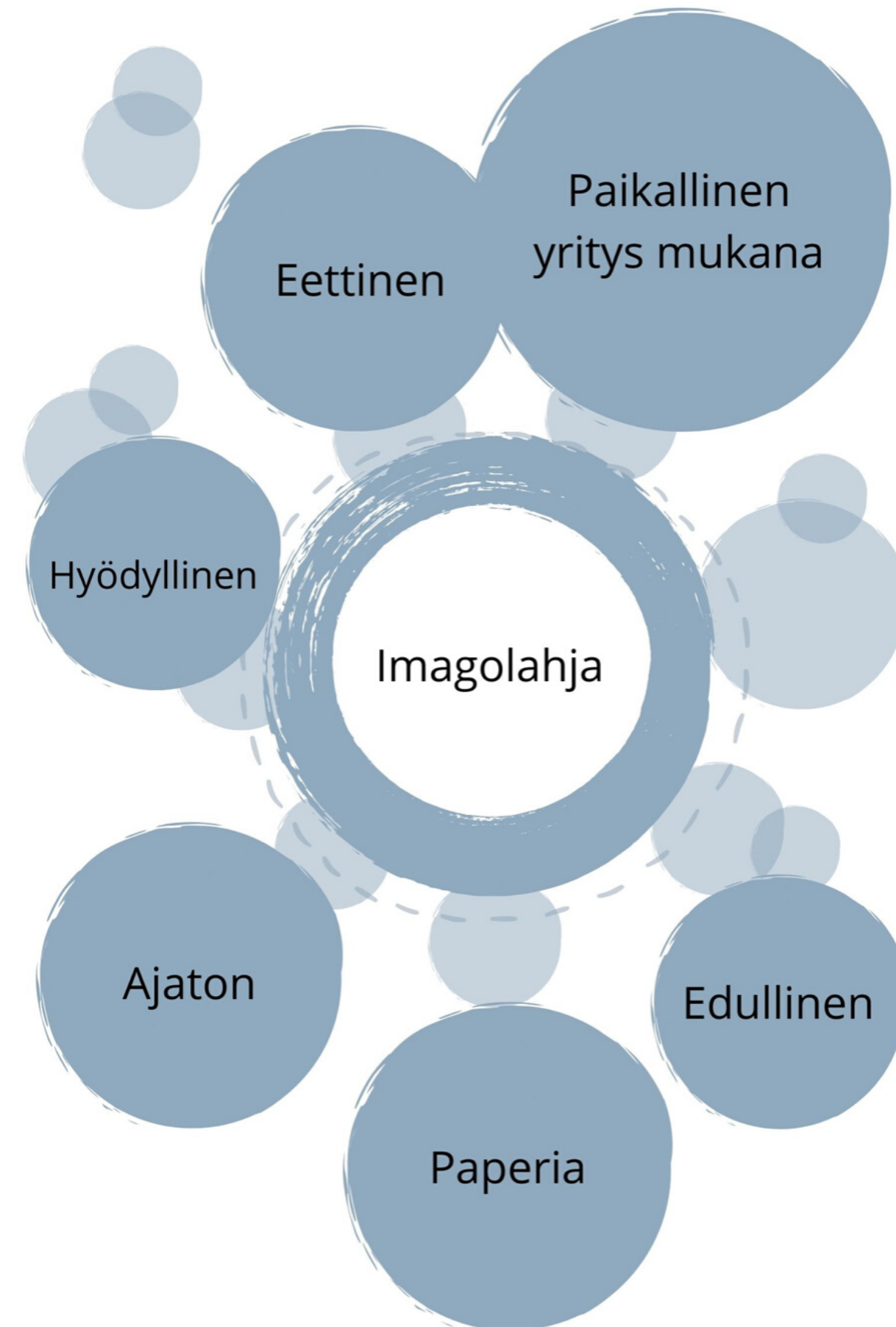
---

Tavatessani tehtävänantajani Metropolian Tekstiilisuunnittelualan lehtorin Tiina Karhun, minulle annettiin imagolahjan kriteerit.

Imagolahjan kriteereiksi annettiin, ettei lahjan tulisi olla kovin kallis. Tämä sen takia, koska monesti suuret yritykset ja oppilaitokset pihistelevät säästöyistä ensin niistä.

Sen lisäksi lahjan haluttiin olevan paperitavaraa, helposti käsiteltävää sekä todellisuudessa hyödyllistä. Lisäksi toivottiin, että lahja edustaisi niitä aatteita, joita Metropolia haluaa edustaa. Näitä aatteita ovat mm. eettisyys, ajattomuus sekä vastuullisuus. Lahja saa olla humoristinen.

Toivottiin myös, että lahjan toteuttamiseen käytetään paikallisia, helsinkiläisiä, yrityksiä. Tämä saattaa vaikuttaa hintaan, mutta toisaalta ottamalla huomioon pienet yrittäjät ja ympäristöseikat, tuetaan Metropolian aatteita.



Kuva 3. Imagolahjan kriteerit



## 6. VALMISTELUT

---

Jotta varsinainen suunnittelu työskentelyni sujuisi joutuisasti ja tehokkaasti, päätin käyttää hyödyksi aikaisemmin oppimiani kikkoja sekä käyttää edellisten vuosieni kuvia, printtejä, kangastilkkuja sekä kuoseja korttien luomiseen. Kuvia saatettiin muokata niin, että se vastaa teeman värejä tai tunnelmaa.

Välillä oli todella hankalaa löytää varsinkin kaikista varhaisimpia töitani, sillä kuvat niistä olivat muistitikulla, joka oli kadonnut. Onneksi olin tallentanut joitakin kuvia pilvipalveluihin, joista sain tallennettua ne itselleni muistiin.

Jos kuvissani kuvattiin tekniikoita, joista minulla ei ollut tilkkua, pyysin luokkalaisiltani lupaa käyttää heidän kankaitaan.

Myös sähköiset seikat valmisteltiin, opinnäytepohjat ladattiin valmiiksi ja lisäksi perehdyin graafiseen suunnitteluun vaadittaviin työkaluihin.

## 6.1 TIEDONKERUU

---

Jotta ymmärtäisin Metropolian tarpeet, minun oli tarpeellista haastatella henkilökuntaa. Haastatteluiden tavoitteena oli saada selville, millaisena metropolialaiset haluavat mainostaa Metropoliaa ja otan selvää myös koulun arvoista ja tavoitteista.

Keskustelin aiheesta muutaman Metropolian henkilökuntaan kuuluvan kanssa, ja haastattelin kahta perusteellisemmin aiheen tiimoilta.

Seuraavassa kappaleessa perehdyn viestintäsuunnittelijan Satu Orkolan (vastaa Metropolia.fi:n ilmeestä) kanssa ja Tiina Karhun (tekstiilisuunnittelun lehtori) haastatteluihin.

## METROPOLIAN HENKILÖKUNNAN HAASTATTELU

---

## KOULUN IDENTITEETTI MAINOSTUKSESSA

---

Satu Orkolan mukaan Metropolia haluaa mainostaa itseään energisenä, yhteisöllisenä, urbaanina, helposti lähestyttävänä, asiantuntevana ja uniikkina. Nämä välittyvät hyvin koulun etusivujen ilmeestä sekä tunnelmasta.

Sen lisäksi koulun suuruus ja vastuullisuus ovat asioita, jota tuodaan esille hyvin (viittaa Tiina Karhun haastatteluun). Orkola kertoo, että Metropolia on myös perillä tämän hetken trendeistä ja ajankohtaisuudesta. Tämä näkyy esimerkiksi paperin vähäisenä kulutuksena. Koulun esitteet jäävätkin (Orkolan 2019 mukaan) useasti paikalleen, sillä koulusta kiinnostuneet päätyvät katsomaan mielellään koulun etusivuja sähköisesti.



## YRITYSLAHJA

---

Haastateltavilla oli hyvin samankaltaiset ajatukset ja näkemykset, mitä tulee yrityslahjoihin.

Metropolian henkilökunnalla on tapana antaa yrityslahjoja tärkeille yhteistyöhenkilöille tai muiden oppilaitosten rehtoreille. Nämä lahjat ovat vaihdelleet tilanteen mukaan litalan Kivi tuikkukiposta avainnauhoihin, heijastimista Metropolian opiskelijoiden suunnitteliin neuleviltteihin. (Orkola, 28.1.2020).

Neuleviltit ovat olleet arvokkaimpia lahjoja. Viltti luovutetaan vain tärkeissä tilaisuuksissa, kuten esimerkiksi koulun vuosipäivänä, Orkola kertoo.

Yrityslahjoja annetaan nykyisin hyvin harvoin, sillä ihmiset eivät yleensä edes odota mitään lahjaa. Kyse on ennemminkin siitä, koetaanko tilanne sellaisena, että koulun on suotavaa antaa lahja. Nämä tilanteet voivat olla esim. vierailut ulkomaisessa oppilaitoksessa.

Karhu kertoo myös, että Metropolialla on ollut yrityslahjoja, jotka voisivat ilmaista paremmin koulun identiteetistä ja osaamisesta.

## VIESTI

---

Lahjoilla halutaan viestittää oppilaitoksen ammattitaitoa, ja halutaan tuoda opiskelijoiden osaamista esille (Orkola kertoo 28.1.2020). Lisäksi tärkeänä osana on viestiä lahjan saajalle, kuinka ylpeä oppilaitos on opiskelijoistaan.

Lahjan ei tulisi olla kuitenkaan mitään arvotonta halpatuotantoa, sillä Metropolia haluaa viestiä vastuullisuudesta ja ekologisuudesta!

Viesti on myös hyvin tärkeä. Kenelle, mihin ja miksi ovat tärkeitä kysymyksiä hyvän yrityslahjan suunnittelussa. Orkola ja Karhu olivat sitä mieltä, että lahjassa täytyy näkyä selvät merkit siitä, mistä se on saatu.

Yrityksen värien ja logon täytyy olla näkyvissä, kuitenkin viemättä huomiota itse lahjasta. Esimerkiksi pelkästään yrityksen logo saattaa olla tylsä tai jopa häiritsevä ja lahja saattaa jäädä hyllylle pölyttymään.

## TOIVEET

---

Orkolan mukaan Metropolia haluaa korostaa yrityslahjoissaan niitä piirteitä, joilla se kuvailee itseään. Lisäksi lahjan tulee olla kaunis, mieluiten arjen esine, joka kulkeutuu helposti mukana. Hyödyllinen, ajaton, mutkaton, ekologinen ovat tärkeitä sanoja suunnittelussa.

Kriteerit täyttäviä lahjoja voisivat olla siis esimerkiksi kangaskassit, avainnauhat, heijastimet ja ekologiset toimistotarvikkeet.

Karhu toivoi, että lahjat olisivat laadukkaita suomalaisia tuotteita. Lahjassa tulisi näkyä myös merkityksellinen tarkoitusperä, kuten tässä tapauksessa opiskelijoiden osaaminen. Lisäksi lahjan tulisi noudattaa oppilaitoksen arvoja eli sen tulisi olla käyttökelpoinen ja kestävä.

## LOPPUTULEMA

---

Metropoliassa on ollut imagolahjana ja yrityslahjana hyviä, miellyttäviä ratkaisuja, jotka ovat olleet koululle edullisia vaihtoehtoja. Kumminkin lahjoista ei näe sitä opiskelijoiden osaamista, jota toivottaisiin näkyvän enemmän.

Lahjan tulee olla ristiriidaton viestin kanssa, miten koulu haluaa mainostaa itseään, kuten esim. kuinka luoda laadukas suomalainen tuote mahdollisimman halvalla.

Käytännöllisyys ja arkisuus lahjoissa oli tavoiteltavia asioita. Se, miten tuote on mukana arjessa, on hyvin tulkinnan varainen. Tämä saa minut miettimään, onko lahja tarkoitettu kotiin, kouluun vai työpaikalle.

## 6.2 GRAAFISET OHJEET



Koska tuotteeni menee oppilaitoksen ulkopuoliseen käyttöön ja tuotteeseen on siitä syystä asetettava koulun logo, on tärkeää perehtyä koulun logojen käytöstä ja variaatioista.

Graafiset ohjeet löytyivät helposti Metropolian opiskelijoiden OMA-palvelusta. Henkilöstölle tarkoitettussa graafisessa ohjeistuksessa annettiin tarkat tiedot, miten ja mihin logoja käytetään sekä annettiin tarkat koodit koulun teemaväreistä.

## VÄRIT

Metropolian teemaväri on oranssi ja se on hyvin tunnistettava koulun ulkopuolellakin. Värejä on hieman päivitetty vuoden 2019 väreistä, jotta värit olisivat helpompikäyttöisiä viestinnässä ja mainonnassa.




### PÄÄVÄRIT

	Oranssi PMS Orange 02 1CMYK 0   75   100   0 RGB 255   80   0 HTML ff5000
	Harmaa PMS Cool Gray 11 CMYK 0   0   0   75 RGB 90   90   90 HTML 53565a

- Kauniin oranssi sävy, joka kuvastaa menemistä eteenpäin sekä läheisyyttä.

- Tumma harmaa antaa sopivasti kontrastia lämpimälle oranssille.

### APUVÄRIT

	Lime (vihreä) PMS 382 CMYK 45   0   100   0 RGB 194   213   0 HTML c2d500
	Turkoosinsininen PMS 2995 CMYK 100   0   0   0 RGB 0   160   225 HTML 00a0e1
	Magenta (punainen) PMS 219 CMYK 0   100   0   0 RGB 230   0   125 HTML e6007d
	Keltainen PMS 106 RGB255   240   0 HTML fff000
	Musta Valkoinen

-Apuvärejä käytetään koulun mainonnassa päävärien kanssa.

- Apuvärien idea on erottaa koulun mainonnassa asiat toisistaan ja näin selkeennyttää ilmettä.

- Apuvärit ovat vain mausteena pääväreille, eikä niitä tule käyttää yksinään vaan aina päävärien kanssa.

## LOGO

Metropolian logon käyttäminen vaatii erityistä tarkkuutta ja täsmällisyyttä. Löysin tästäkin tietopaketin Metropolian graafisen suunnittelun tiedostoista, josta tein yhteenvedon.

Logot voidaan jakaa logojen neljään perusryhmään: A, B, C ja näiden englanninkielisiin versioihin.



- Logon on suunnitellut DesignConcept Oy:n Juha Pohjola.
- Logo kuvastaa organisaation, yksilön tai ryhmän nousukierrettä.
- Ajaton ja raikas ja antaa myös mielikuvitukselle valtaa.

### PERUS LOGO

LUOKKA A.



- Tasapainoisin logo valinta.

- Sopii esitteisiin ja melko suurille pinnoille.

### PIKKU TUNNUS

LUOKKA B.



- Jos käytettävä tila on hyvin pieni, esim; kortit tai pienet yrityslahja esineet.

### ISO TUNNUS

LUOKKA C.



- Suurta logoa käytetään kuvitus töihin, kuten pienehköissä julisteissa.

### ENGLANTI VERSIOT



- Englannin kielisissä versioissa logon oltava suurempia jotta tekstit näkyisivät paremmin.



Mitä tulee logojen käyttöoikeuksiin sekä logon liittämisestä Metropolian tuotteeseen tai palveluun, täytyy tietää logojen tuotekohtaiset ehdot. Tämä tieto on ajankohtaista, mikäli tuote brändätään koko Metropolian organisaation käyttöön.

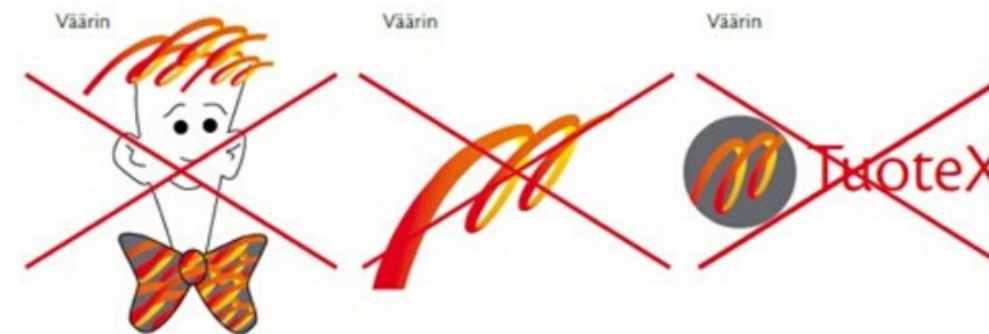
## PALVELUYKSILÖIDEN LOGOT



- Palvelutöiden logoissa lisämääreen voi hyväksyä ainostaan oman kouluopiston toimitusjohtaja rehtori. Tämän jälkeen materiaali viedään eteenpäin mainostoimistoon.

- Jos luodaan koulun nimissä palvelu taikka tuote, sen nimi tulee Metropolian logon alle harmaalla. Fontti on sama kuin Metropolian logossa.

## KIELLETYT VARIATSIOT



- Metropolian logoa ei saa käyttää suunnitellun palvelun tai tuotteen omassa logossa.

- Logoa ei saa venyttää tai leikata.

## LOGON VÄRIT

Tärkeää on myös se, että ei sekoita koulun teemavärejä logon väreihin. Samoja sävyjä saatetaan käyttää, mutta niiden käytössä on eri sääntöjä, joihin on hyvä tutustua ennen varsinaisen työn tekemistä.

IHANNE



- Logon tulee olla hyvin selkeästi nähtävillä, ja taustan tulee olla mahd. kuvioton ja vaalea.

- Mainonnassa on hyvä, jos tausta ei olisi liian tumma, esim. musta.

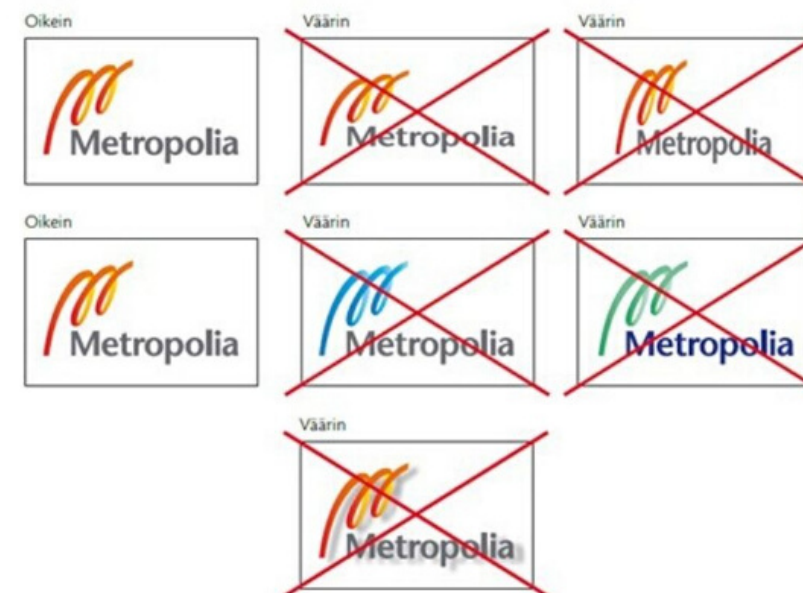
- Taustan on hyvä olla vaaleimmillaan valkoinen, tummimmillaan tumman harmaa

Kuva 7. Logojen värit

## SALLITUT VÄRIVAIHTOEHDOT



## KIELLETYT VARIATSIOT



- Logossa tulee noudattaa annettuja kokoja.  
- Logoa ei saa kutistaa tai litistää.  
- Värejä ei saa muuttaa tai luoda uusia.  
- Logossa ei saa olla varjostusta

Kuva 8. Logojen värit

## 6.3 VÄRIKARTTA

---

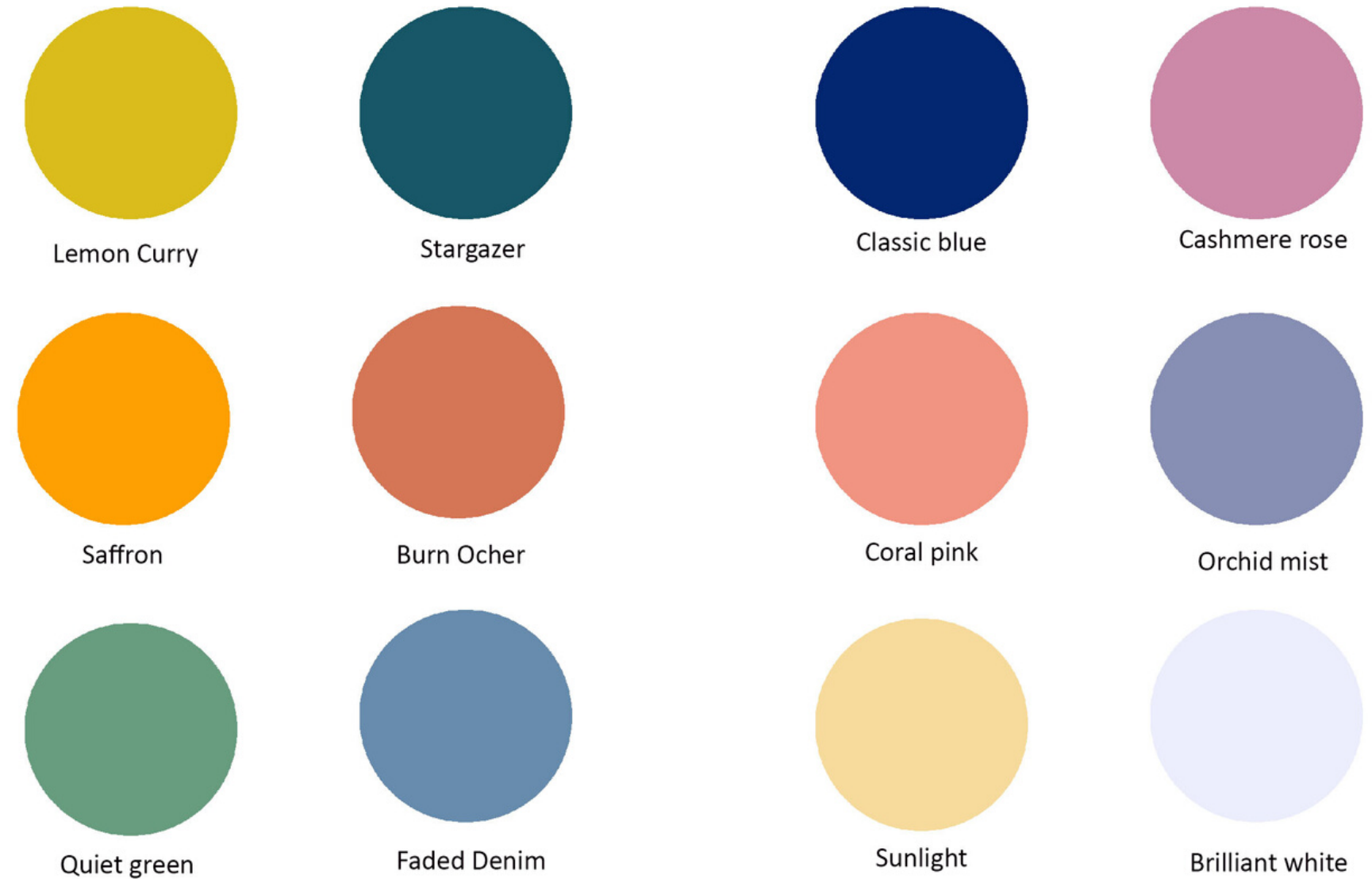
Ensin suunnittelin Elisa Penttilän kanssa yhtenevän värimaailman. Tämä sen takia, koska meidän opinnäytetöissämme on sama tehtävänanto, joten tuotteiden tulee sopia yhteen värillisesti.

Haimme väreiltä herkkää ja rauhoittavaa tunnelmaa, joiden ohessa käytetään mausteena muutamaa tai vain yhtä koulun teemaväriä. Teemaväri ei ohjeistuksen mukaan tarvitse olla täysin sama, mutta hyvin lähellä sen tulee olla.

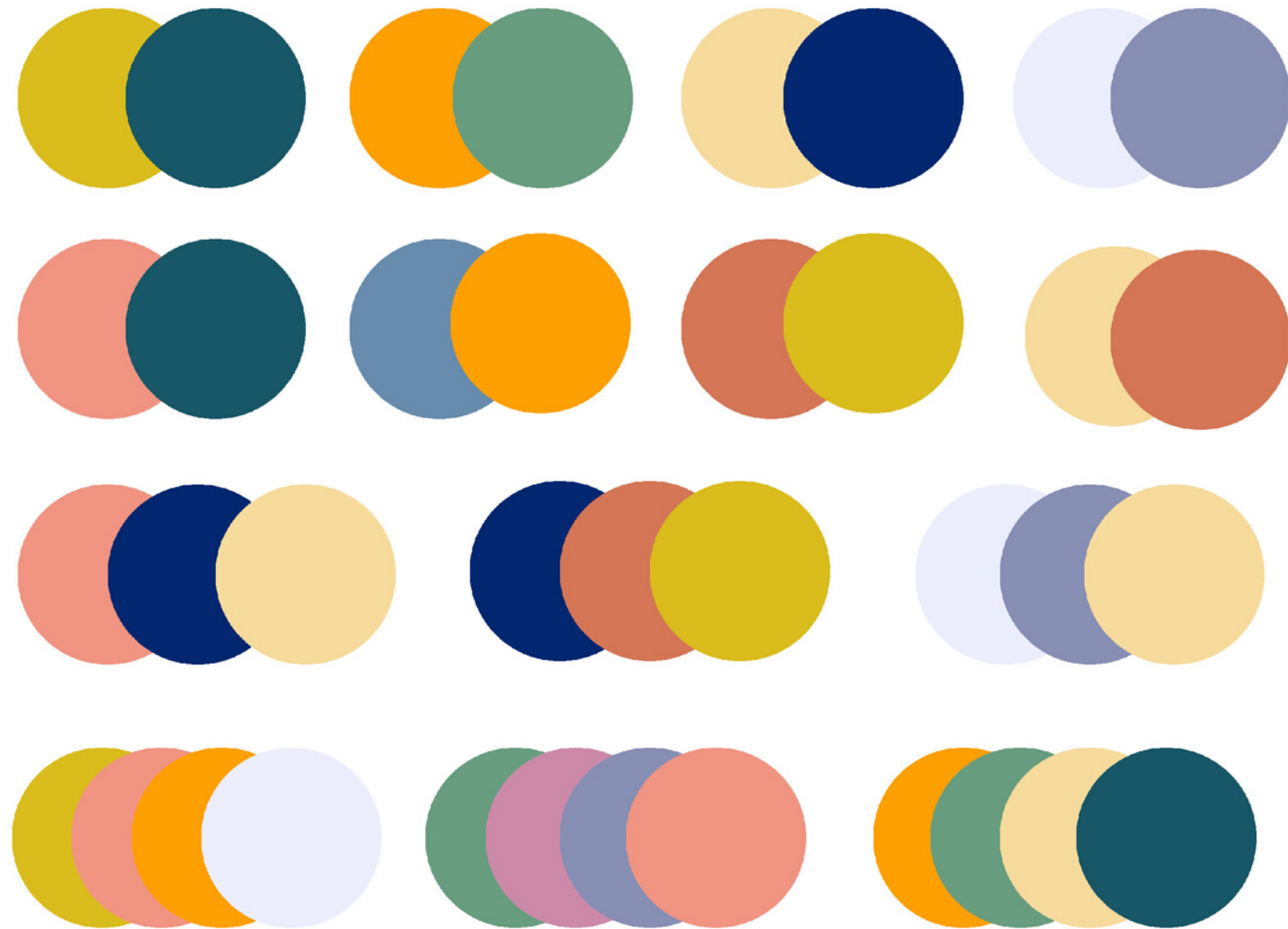
Tutkin edellisissä kappaleissa Metropolian historiaa ja sen teemavärejä. Metropolian toiminta alkoi vuonna 2007, mikä vei minut tutkimaan sen vuoden trendivärejä. Tuona vuonna suosittuja värejä olivat mm. magenta ja farkunsininen.

Tämän jälkeen lähdin yhteistyökumppanin toiveiden mukaisesti tutkimaan vuoden 2020 trendivärejä, jotka olivat mm. klassinen sininen sekä koralli.

Levitin nämä värit Photoshopilla sekaisin ja poimimme värien seasta sävyt, jotka loisivat yhtenevän ja rauhoittavan värimaailman. Koska suunnittelutyöni pohjautuu korttien ulkonäköön, värikarttani on laajempi kuin Elisan.



Kuva 9. Värikartta



Kuva 10. Väriperheet

Koska koulun teemaväreihin kuului oranssi, sävy "saffron" on onneksi tarpeeksi lähellä tätä kyseistä oranssia. En voinut kuitenkaan käyttää täysin samaa väriä, koska se on liian intensiivinen sävy näiden rauhallisten värien rinnalla.

Tutkittuani asiaa tarkemmin, kortteihin ei ollut tarpeellista liittää oppilaitoksen teemavärejä, mutta logojen käyttöohjeita täytyy kuitenkin noudattaa tarkasti.

Jotta korttien suunnittelu jatkuisi mahdollisimman yksinkertaisesti ja joutuisasti, suunnittelin valituista sävyistä "väriperheet".

Tämä tarkoittaa sitä, että luon 3-5 sopivan värisävyn ryhmiä, jotka ovat väritunnelmiltaan mahdollisimman erilaisia. Mitä enemmän on väritettävää, sitä värimaailmaltaan laajempi väriperhe tarvitaan.

Tämä toimintatapa on hyvä myös silloin, jos yhteistyökumppani haluaa juuri tietyn värisiä kortteja tai tavoittelee korteista tiettyä tunnelmaa.





## 7. KORTTIEN SUUNNITTELU

---

Tapaamisessamme Tiina otti puheeksi, että toivoisi korttien tyylin muistuttavan ensimmäisen harjoitteluni tussilla piirrettyjä kuvituksiani.

Tein vuonna 2019 talven työharjoitteluni Laura Ann-ompelimossa, Turussa. Siellä tein Laura Hannulan ompelijamestarin tutkinnon opinnäytetyöhön kuvitukset.

Kuvitukset liittyivät vaateiden epäekologisuuteen sekä vakavaan saasteongelmaan sekä tekstiilien kierrätykseen. Tekniikka oli tussit, ja kuvista toivottiin mustavalkoisia. Eri viivoilla saatiin eri tummuusasteita ja koska aiheena pääosassa oli tekstiilit, piirsin tekstiilien pinnat hyvin tarkasti.

Ainoa poikkeus tyylistä olisi, ettei vaikutelma ole niin vakava, suorastaan pelottava. Vaikka piirustustekniikka olisi sama, niin tunnelma on rennompia, ja kasvoja kuvataan rauhoittavina ja kauniina. Lisäksi kuvituksissa toivottiin näkyvän ne asiat, millä Metropolian tekstiilisuunnittelu haluaa markkinoida itseään.

## IDEOINTI

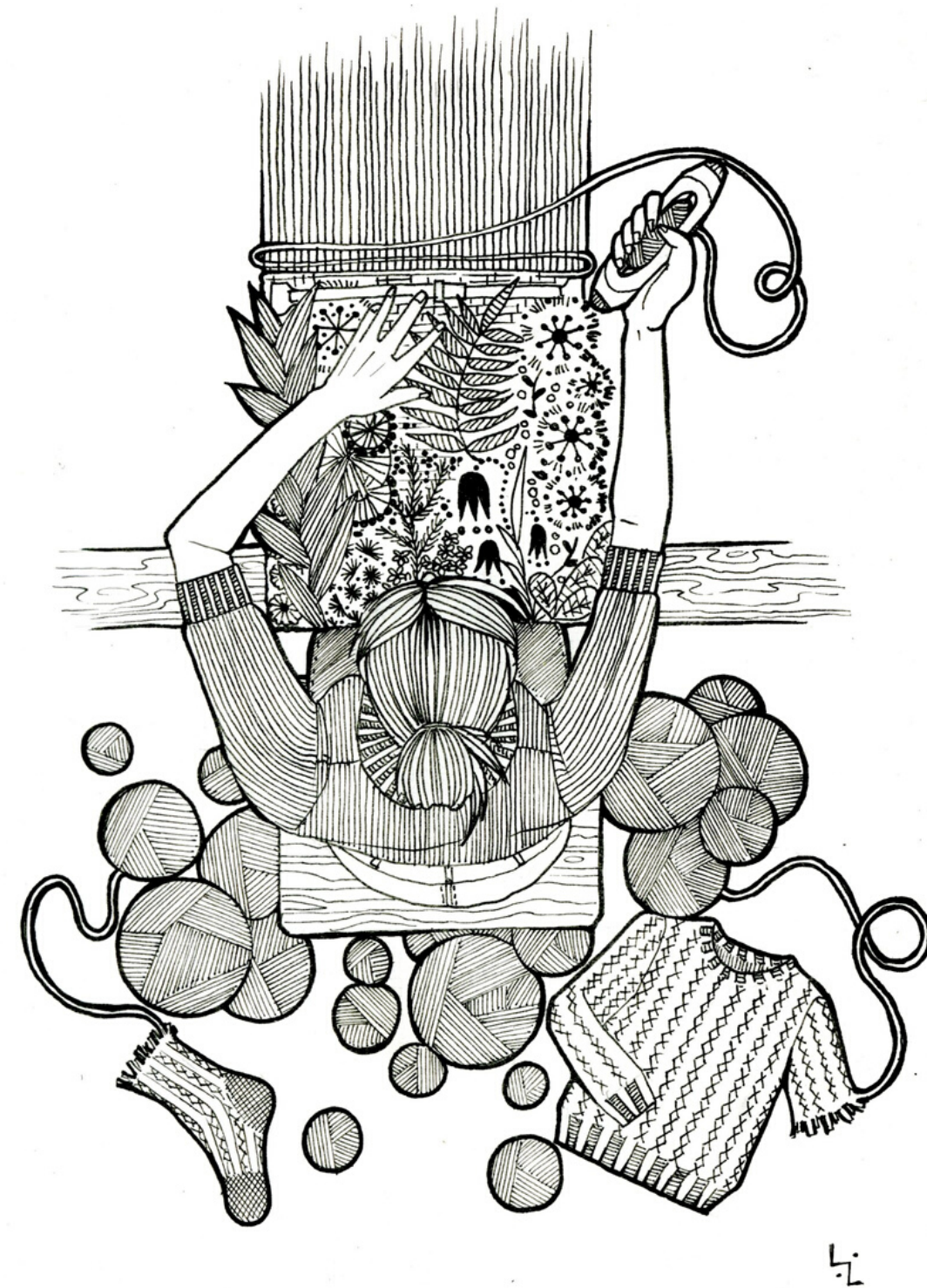
---

Mieleeni tuli heti eri tekniikat tekstiilinsuunnittelusta ja protoiluista, sillä niistä saisi hyvinkin kauniita ja rauhoittavia kuvituksia. Nämä tekniikat olisivat mm. Indigovärjäys, seulapainanta, kudonta, neulonta, tietokoneprintti, virkkaus ja käsinmaalaus. Kuvakulmat työskentelystä olisivat pääosin ylhäältä, edestä ja takaa, jotta kuvasta kävisi paremmin ilmi mitä siinä tapahtuu.

Printtien hahmot haluttiin kuvata nuorina aikuisina, jotka olisivat mahdollisimman erinäköisiä. Naisia, miehiä ja määrittelemättömiä, suomalaisia ja ulkomaalaisia. Lyhyitä, pitkiä, kiharia ja suoria hiuksia, tatuoinnit ja lävistykset ovat myös realistista asettaa työhön, sillä niitä näkee paljon luovilla aloilla.

Värit kortteihin saadaan muokkaamalla Photoshopilla kankaita ja kuoseja, jotka sopisivat väriensä puolesta teemaan. Sen lisäksi muokkasin vesivärikokeilujani värimaailmaan sopiviksi ja loin niistä kuoseja. Kuosit ovat pääosin minun tekemiäni, mutta olen halukas lainaamaan luokkalaisten teoksia heidän luvillaan.

Sen lisäksi käytän hyvin pieniä määriä vesivärejä, jotta ulkoasu olisi monipuolisempi.



Kuva 11. Inspiraatio kuva



## TYÖJÄRJESTYS

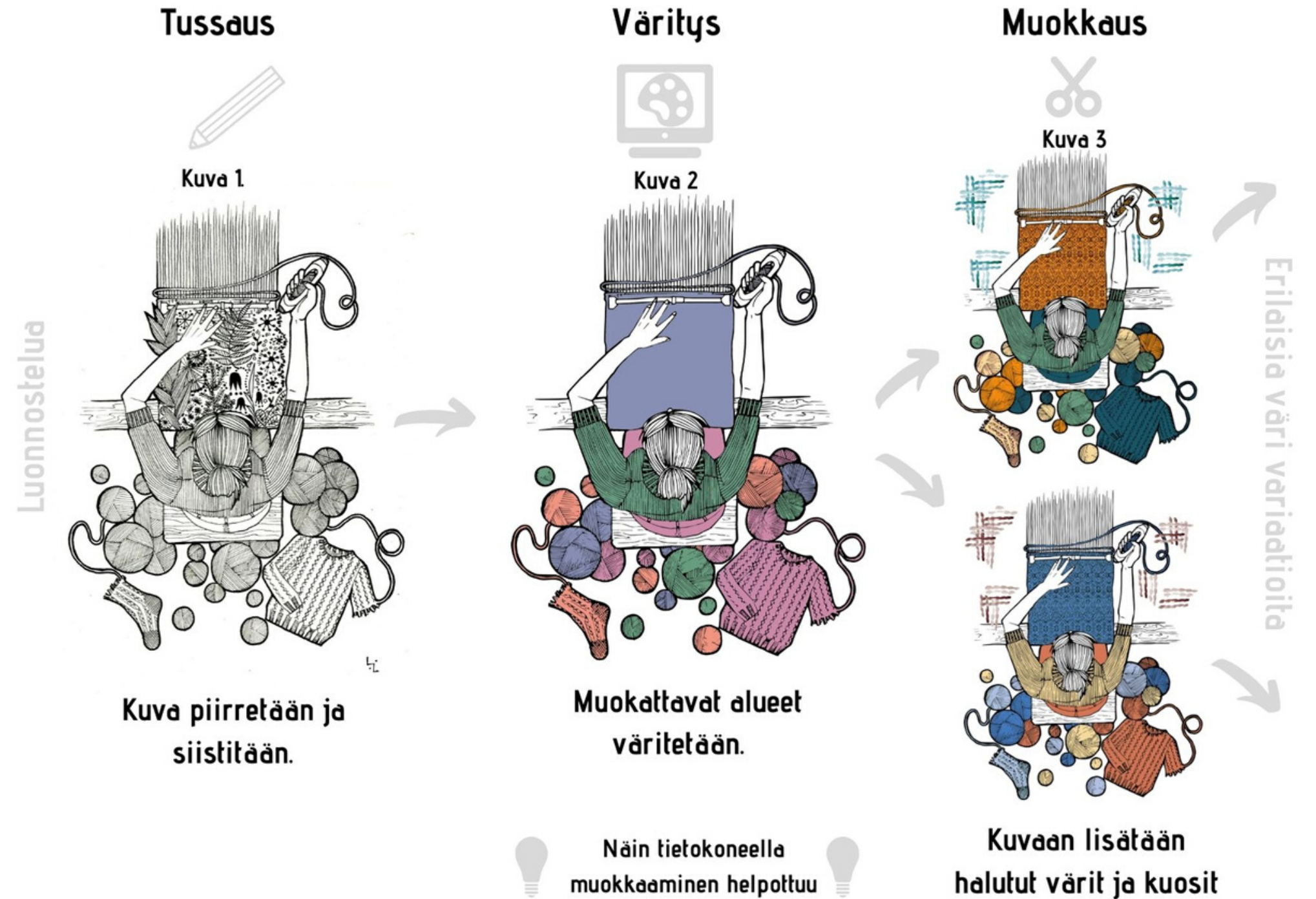
Kuten mainitsin aikaisemmin, tärkeää luovassa suunnittelussa on suunnitella myös sujuva ja nopea tapa työjärjestys.

Työjärjestys menee pääosin jotakuinkin niin että ensin tussaan piirustuksen. Jotta saisin hahmoihin elävyyttä, tussasin hahmojen ääriiviat ensin 2.0 kärkisellä tussilla ja ulkoiset ääriiviat rajasin 5.0 kokoisella tussilla (kuva.11). Tämän jälkeen skannasin piirustukset ja muokkasin ne Adobe Illustrationilla niin, ettei kuvissa ole mitään muita värejä kuin musta ja valkoinen.

Tämän jälkeen vien printin muokattavaksi Photoshoppiin ja värityn työn siellä.

Koska väritys tapahtuu sähköisesti, teen yhdestä piirustuksesta useita väri vaihtoehtoja, sillä se alkuperäinen versio on turvassa muokkaamattomana.

Värityn printin ensin hyvin yksinkertaisesti muutamilla väreillä, jotta Photoshop toiminnan "taikasauva" työkalulla voin kumittaa kaikki samanväriset pinnat ja näin liittää helposti kuosin halutulle paikalleen.



Kuva 12. Korttien työjärjestys

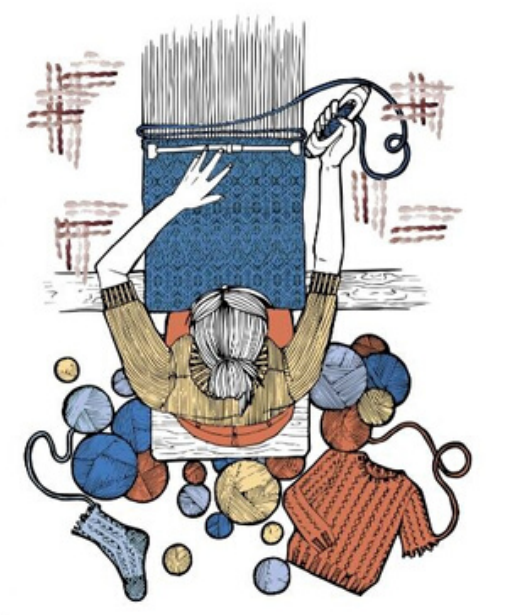
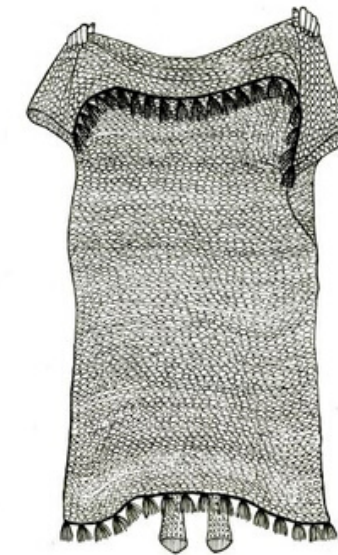
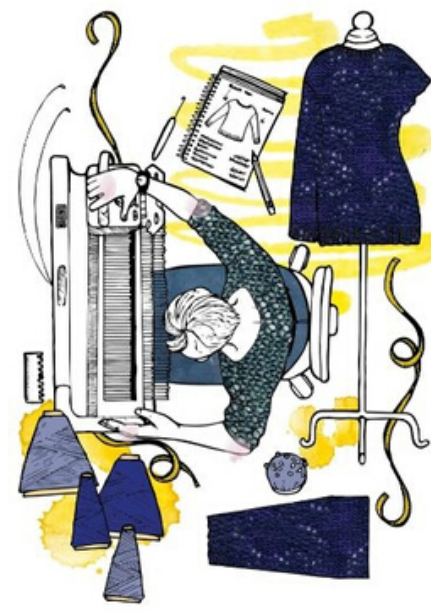
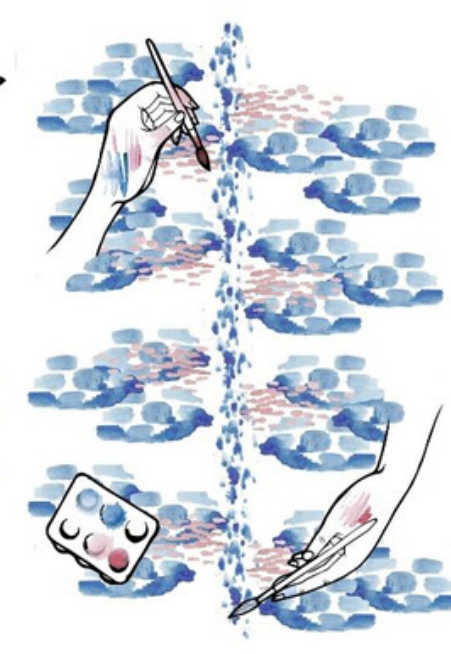
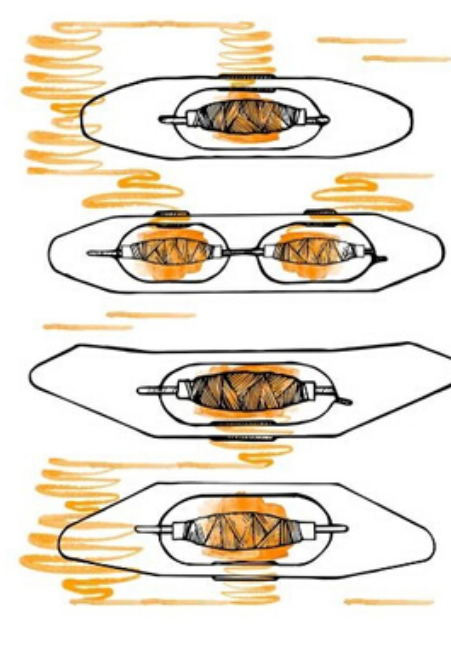


## KARSIMINEN

Tavatessani yhteistyökumppanini teimme välikatsauksen korttien printteistä.

Yhteistyökumppani piti printtien taiteellisesta ja rauhoittavasta ilmeestä, ja hän piti myös korttien värimaailmasta.

Yhteistyö kumppani halusi vielä yhden printin, jossa näkyisi vielä digiprinttaus sekä tietokoneella suunnittelu työskentely. En ollut niihin kumminkaan tyytyväinen, joten niitä ei valittu lopullisiksi printeiksi.



Kuva 13. Karsitut kortti mallit





Kuva 14. Valitut mallit

## VALITUT MALLIT

Päädyimme lopulta valitsemaan yhden printin, joka olisi täysin valmis ja loppujen printtien mallien tulisi välittää tätä samaa tunnelmaa.

Yhteistyökumppani piti kovasti Indigo-värjäys kuvasta, jossa käytin viiden värin väriperhettä. Tässä väriperheessä oli "Classic blue", "Faded denim", "Sun light", "Lemon curry" ja mausteena "Cashmere rose". Tunnelma on hyvin rauhoittava ja viileän tuntuinen.

Halusin vielä lisätä "Quied green" ja "Saffron" sävyiset kortit mukaan, sillä ne sopivat niin hyvin yhteen sinisten sävyjen kanssa yhteen.

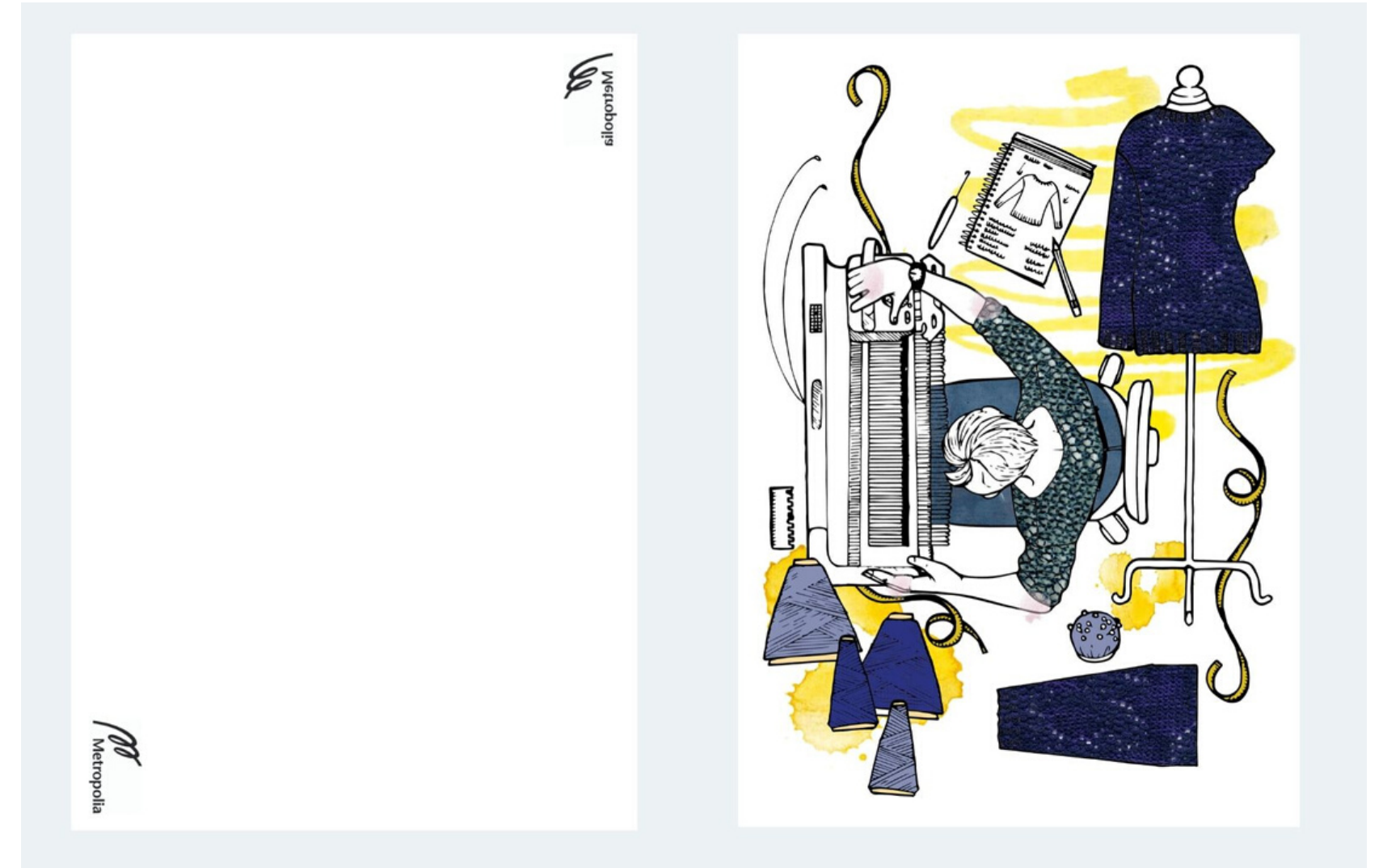
Koska yksi valituista malleista oli muokkaus piirustuksesta, jonka tein harjoittelupaikkani pomon diaesitykseen, oli asiallista kysyä lupaa kuvan käyttöön. Saimme luvan käyttää printtiä korteissa.

Korttien takaosaan en paljoa panostanut, sillä mielestäni korttien printeissä oli jo niin paljon asiaa, ettei takaosa vaatinut mitään kovin monimutkaisia ideoita.

Tärkein elementti oli liittää Metropolian logo kortin takaosaan, joka oli minimivaatimus, sillä kortti toimii kuitenkin tekstiilisuunnittelualan markkinointi välineenä.

Olin jo tutkinut logojen käytöstä ja variaatioista, ja tiesin jo mitä logoa saan ja kannattaa käyttää. Päätin ottaa käyttöön Metropolian negatiivisävyisen logon, sillä sitä suositeltiin pinnoille, jotka ovat todella pieniä. Musta logo valkoisella pohjalla valikoitui pohjaväriin mukaan, ja klassinen oranssi logo olisi näkynyt valkoisella pohjalla melko huonosti niin pienellä pinnalla.

Olin tyytyväinen siihen miltä lopputulos näytti. Kortin takaosa antaa vapauden siitä, miten ja mihin voi kirjoittaa viestin sekä sinne voi piirtää myös täysin vapaasti tekstiviivojen puuttuessa.



Kuva 15. Korttien toinen puoli



## 8. KORTTIEN PAINAMINEN

---

Kun mallit olivat melkein jo valmiita, oli aika etsiä painotaloa. Tämä osoittautui yllättävän haastavaksi, sillä läheltä Arabianranta ei meinannut löytyä sopivia helsinkiläisiä yrityksiä.

Kysyessäni myös korttien hinnoista ja laadusta monesti ymmärrettiin väärin, sillä monet luulivat minun tarkoittavan käyntikortteja. Myös monien yritysten tulostustyöt tehdään ulkomailla, ja näin termi ”suomalainen yritys” voi olla harhaan johtava.

Kokeilin värejä printtaamalla kortit ensin Adigillä, mutta päädyin vaihtamaan printti yritystä pahvalikoiman ja laadun perusteella.

Löysin Ipress oy:n, joka toimii lähellä Metropolian Arabiakampusta. Heidän ideologiansa sopivat hyvin yhteen koulun aatteiden kanssa, sillä Ipressin pahveista suurin osa ovat ekologisia ja he lajittelevat hukkapaperin kierrätykseen. Sen lisäksi heidän jakeluissaan käytettävät autot ovat sähkö- ja biokaasuilla toimivia. ([www.ipress.fi/ymparisto/](http://www.ipress.fi/ymparisto/) mukaan)

## IPRESS OY

---

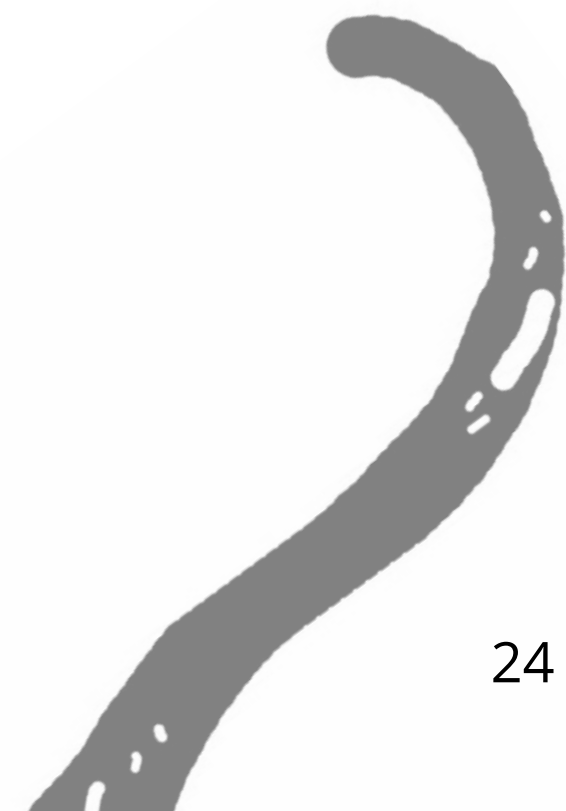
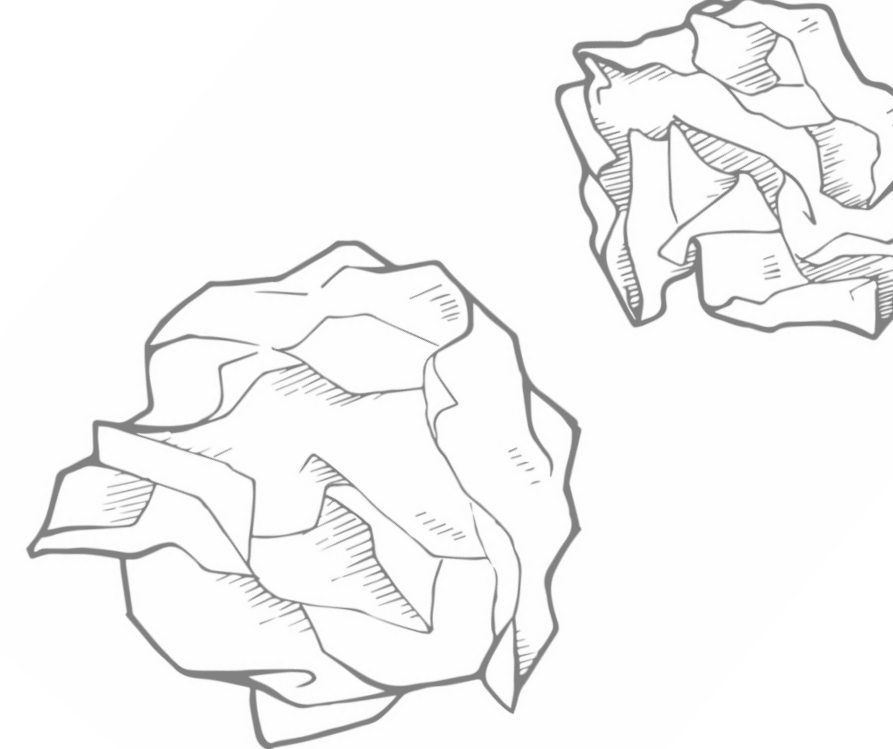
Ipressillä oli laaja valikoima ekologisista kartongeista ja pahveista. Lisäksi eri pahvi vaihtoehdoilla oli erilaisia matta-, kiilto-, sekä puolimatta vaihtoehtoja. En valitettavasti saanut pahvinäytteitä omalla printillä, mutta antaessani kuvan printistä yritys pystyi etsimään referenssejä jo valmiista tuotteista.

Kävin Ipressin tiloissa paikan päällä arabianrannassa tutustumassa tarkemmin valikoimaan ja kysyin Ipressin Vesa Matsonilta eri valikoimista sekä pigmenteistä. Yrityksestä löytyi kaksi sopivan tuntuista vaaleille korteille sopivaa pahvi laatua, joista kiinnostuin eniten.

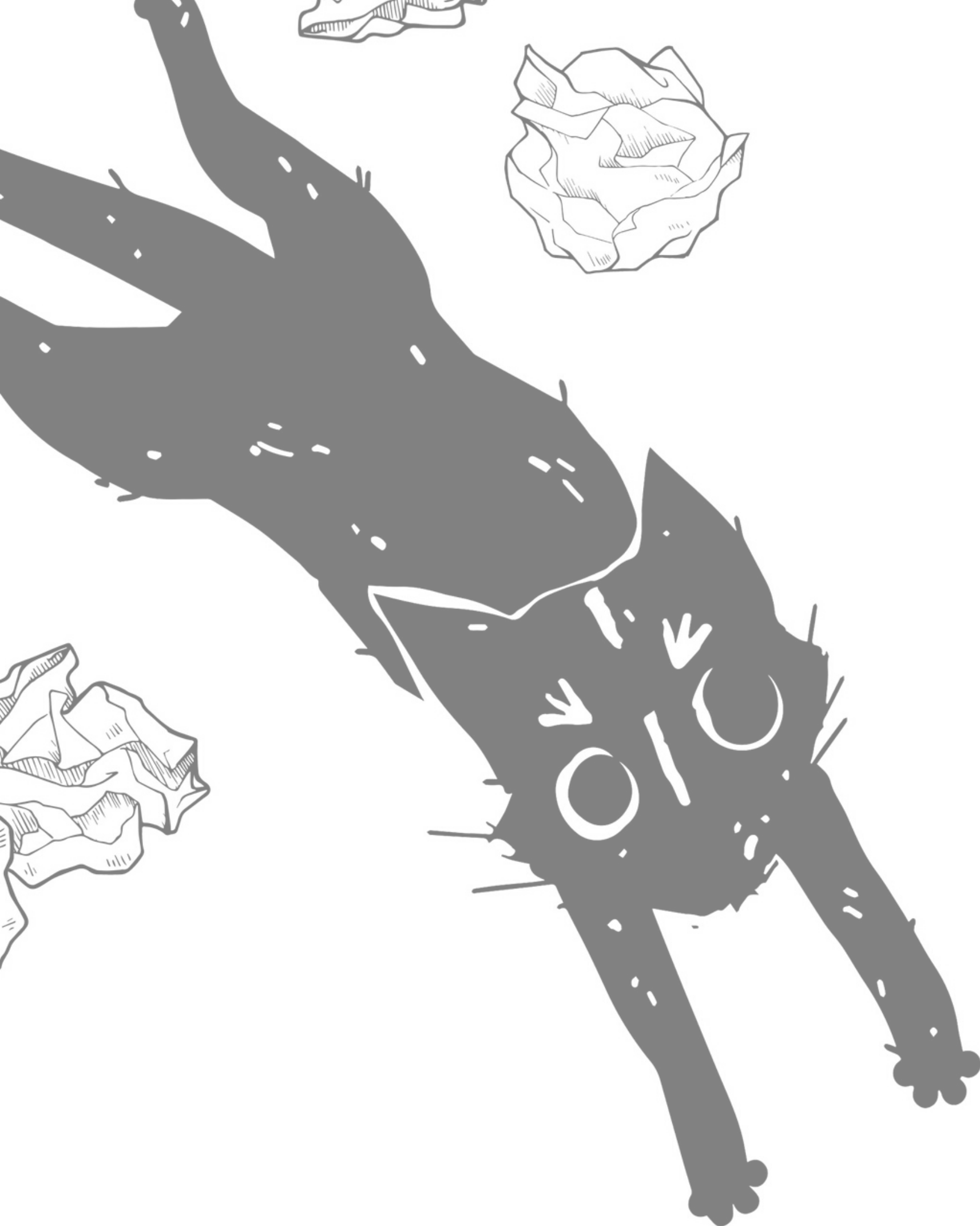
Ipressiltä löytyi Nautilus Classic 300 g pahvia, joka oli valmistettu täysin kierrätyskuidusta. Pahvi oli puolikiiltävää, ja pigmentit tulivat kauniisti esille. Sininen oli hyvin pigmenttinen, ja kuva oli tarkka.

Kuten vähän jokaisessa ekologisessa pahvissa, tuntu oli hieman veltto, ja se taittuu helposti. Toinen pahvi vaihtoehto Ipressiltä oli Invercote G 350 g. Se on Kiilto pohjainen, ja näin pigmentti tulisi hyvin esille. Pidin pahvin jämäkkydestä, eikä se taittunut niin helposti mitä Nautilus Classic 300 g.

Päädyn lopulta A6 kokoisen 350 g Invercote G- ekopahviin.







## 9. LAHJATUOTTEEN SUUNNITTELU

---

### 9.1 MUTKIA MATKASSA

---

Koin jonkin ideallisen krampin pitkästä ajasta opiskeluaikani. Ajatukset harhailivat laidasta laitaan,

Voiko se olla jotain, joka ei liity tekstiiliin? Mutta jos se ei liity tekstiiliin, miksi ihmeessä tekstiiliala antaisi sellaisen lahjan? Mistä saada persoonallinen imagolahja, joka on aina tilattavissa, on melko edullinen eikä ole mitään turhaa?

Lamaantuminen tuntui kamalalta. Koitin päästä tästä eroon katsomalla netistä ideoita, tyhjentämällä pääni kunnolla. Se tuntui vaikealta, sillä takaraivosani sykki paha tunne siitä, etten saa tehtyä mitään.

Koitin koota joitain ideoita seuraavaan yhteistyö kontakti tapaamista varten. Ideat harhailivat DIY-settien sekä ruokalahjojen sekasotkussa, mutta ainoa selkeä visio oli pakkausten ilme ( luonnoksia lahjaideoista liitteessä; 3).

Onneksi seuraavalla yhteistyökumppanin tapaamisella sain juteltua Tiina Karhulle pahasta ideoitteni puutteesta, josta saimme muotoiltua tästä ideoiden sekasotkusta oivan yrityslahjan, joka on mutkaton ja siinä näkyy paikallisuus sekä tekstiilisuunnittelun kosketus.

Yksi näistä ideoistani oli tilata pikakahvia omalla etiketillä netistä. Tuotteen ideana on nauttia laadukasta ja herkullista suomalaista kahvia ystävän kanssa, joka myös rentouttaa ja rauhoittaa mieltä (katso liite; 3).

Sen sijaan että tilaisimme kahvin netistä, päätimme tilata sitä paikalliselta kahvin valmistajalta taikka kahvipaahtimoilta. Sekä pikakahvin sijaan tilaisimme suodatinkahvia taikka papuja. Tässä otetaan huomioon paikallisuus sekä ekologiset seikat.

Pidin ideasta todella! Tuotteessa tulisi juuri se "Vau! mistä tätä saa?"-fiilis. Enää piti vain etsiä läheltä yritys, joka toteuttaisi visiomme.

Lopulta löysin Vallilasta paahtimon, jotka olivat suostuvaisia tekemään tilauksesta yrityksille ja oppilaitoksille kahvia. Tämä paahtimo valikoitui parhaaksi vaihtoehdoksi, sillä se sijaitsi koulun lähellä sekä heidän arvonsa sopivat yhteen yhteistyökumppanin aatteiden kanssa.

Enää pitää valita sopiva kahvi, joka on sopivan lempeä, olematta kumminkaan laimeaa.



## 10. HELSINGIN KAHVIPAAHTIMO

---

Tapasin Helsingin kahvipaahtimon Aki Aunolan Päiväkahvibaari Kakkosessa, Helsingin Vallilassa. Tarkoituksena oli suunnitella kahvisekoitus heidän kahveistaan, joka edustaa Metropolian aatteita sekä samalla tutustun kahvilaatuihin sekä kahvin valmistukseen.

### HISTORIA

---

Helsingin kahvipaahtimo sai syntynsä Aki Aunolan ja Benjamin Andbergin ajatuksesta. Pienien yrittäjien ahdinko suurien välikäsien takia oli hankala, ja nämä kaksi miestä halusivat löytää oman tiensä ratkaistaksensa tämän ongelman. Se tie oli kahvi! Kahvi, joka olisi mutkaton, ajaton ja herkullista. Ja mikä tärkeintä, pieniä kahvin viljely yrittäjiä tuettaisiin.

Helsingin kahvipaahtimon perusti Benjamin vuonna 2011 Helsingin Vallilaan, josta seuraavaksi perustettiin Päiväkahvibaari ykkönen. Ensimmäistä kahvisekoitusta ei varmuudella tiedetä, mutta klassikoiksi ovat nousseet vaalea paahto NO.2, NO.3 melko tummana vaihtoehtona ja sekä espresso sekoitus FIFTY-SIXTY.

### NYKYPÄIVÄ

---

Helsingin kahvipaahtimo toimii Helsingin Vallilassa, Työpajankadulla. Samaisessa osoitteessa on Päiväkahvila kakkonen, jossa pääsee nauttimaan päivän kahvin teurastamolla.

Heillä luotetaan klassikoihin, mutta jos kehitetään niin Benjamin ja kahvisekoitusten tekijä Erja jauhavat ja sekoittavat uusia sekoituksia. Samaisessa osoitteessa, rakennuksen toisessa päässä toimii paahtimo, jossa paahtetaan ja jauhetaan kahvia jopa 100-800kg päivässä.

### TOIMINTA

---

Kahvi tulee papuina soraan kasvattajilta, ja suurimmaksi osaksi sitä tulee Afrikasta, Etiopiasta sekä Brasiliasta. Viimeisimpiin eriin kuului 20 000 kg kahvipapuja, jotka saapuvat kuivattuina ja vielä vihreinä.

Kahvipavut kaadetaan suureen paahtimoon, jossa se paahtetaan joko niin että papu tuoksuu ja väri on tasaisen tummanruskea tai paahtamalla pitempään saadaan pavun pinnalle rasvaa, joka tuo kahviin hapokkuutta.

Tuoksutestin jälkeen pavut viedään jauhettavaksi tai suoraan pavuista pussitettavaksi. Pussitus sekä etikettien suunnittelu ja kiinnitys tehdään paikan päällä, hallin takaosissa.

Kahvi on parhaimmillaan tuoreeltaan jauhettuna, sillä se päästää silloin runsaasti hiilidioksidia ja aromit ovat näin vahvemmat.

## KAHVI YRITYSLAHJANA

---

Kahvi on melko yleinen ja moniulotteinen yrityslahja. Laadukasta kahvia arvostetaan sekä löytämällä juuri oikean, oman sekoituksen, saadaan lahjasta erityinen sekä haluttu.

Kahvipussit sekä etiketin tulostus kuuluvat hintaan.

Kahvi pusseja saa useissa väreissä, mutta etiketin värityksissä ja kuvioinneissa saa revitellä rauhassa. Sen lisäksi etikettiä saa printattua mattana, kiiltona tai keskikiiltävänä. Useasti etiketit suunnitellaan verkkosovelluksella, Canvalla, ja tiedostoiksi pitää valita PDF. Leikkuuvarat pitää merkitä tiedostoon.

## Kahvipussien värit



Kuva 16. Kahvipussien värit



## 11. TESTIT

---

Kun olin vierailut Helsingin kahvipaahtimolla, alkoivat testit. Koitin löytää parhaimman kahvisekoituksen. Aki Aunola suositteli sekoittamaan heidän klassikoitaan niin, että saan sopivan uniikin sekoituksen aikaiseksi. Sain mukaan testejä varten neljä klassikkoa. Klassikoista kerron tarkemmin aiemmassa kappaleessa. ( s.27, luku 10. ).

Testit tein kotonani, ja kirjasin ylös paljon laitoin mitäkin kahvisekoitusta, veden määrän sekä kokeilinko makuja maidolla vai ilman. En käyttänyt makeutusaineita. Sen lisäksi kirjasin ylös havaintoja happamuudesta, vahvuudesta ja muista makuun liittyvistä seikoista.

### 11.1 OMAT HAVAINNOT

---

Vaikka sain tarkat ohjeet mitoista, oli silti haastavaa saada oikeanlaista makua aikaiseksi. Ensimmäinen erä FIFTY-SIXTY:llä ja NO.2 oli laimeaa. FIFTY-SIXTY ja BULI sekoituksella mausta tuli melko vahva, mutta tylsä.

Onneksi Aki oli auttanut minua alkuun jo vierailuni aikana, sillä hän antoi mukaan yhden hyvän kahviyhdistelmän, joka koostui NO.3:sta ja BULI:n sekoituksesta. Tämä sekoitus oli oikein maukas, mutta pelkäsin sen olevan ehkä liian tavallinen.

Huomasin että FIFTY-SIXTY toi sekoitukseen hieman marjaisan maun ja oli melko hapokas. Tämä erikoinen maku upposi minuun, mutta melko tuju maku voi säikäyttää ensimmäisellä maistiaisella.

Kokeilin tätä kahvia kolmeen tuttuuni ja yksi heistä sanoi maun olevan jopa kitkerä, vaikka omaan makuuni se oli sopivan vahvaa. Tämä hapokkuus ja vahvuus on FIFTY-SIXTY:lle ominaista, ja päädyin käyttämään sitä enemmänkin mausteena kuin pääraaka-aineena.

## 11.2 TULOKSET

---

Tein viikon aikana kymmenen makutestiä, joista karsin kolme jatkoon. Lopullisen päätöksen tekisi yhteistyökumppani, joten oli aika tehdä pieni koe.

Pakkasin nämä kolme sekoitusta pusseihin, ja pussit numeroitiin yhdestä kolmeen. Numerot ovat satunnaisesti valittu, eli siis oma suosikkini ei siis ollut pussissa numero yksi.

Yhdestä pussista saatavan purumäärällä saa kaksi kuppia kahvia, joten makuja voi testata maidolla ja ilman. Ainoa, joka tiesi, mitä kahveja pusseissa oli ja kuinka paljon, oli minä.

Pyysin yhteistyökumppania seuraavalla tapaamiskerrallamme kokeilemaan makuja, makeutusaineilla haluttaessa. Havainnot ja yhteistyökumppanin tulisi kirjoittaa ylös jokaisesta sekoituksesta mitä hän piti mausta.

Testin idea oli, että yhteistyökumppani pystyisi valitsemaan sopivan yhdistelmän tietämättään mitä juo.

## MITÄ PUSSEISSA OLI?

---

Taulukko 1.

Pussi 1	BULI 1/3	NO. 2 2/3
Pussi 2	BULI 2/3	NO. 2 1/3
Pussi 3	FIFTY SIXTY 1/3	BULI 2/3

### 11.3 KAHVI TESTIT

---

Tapasin yhteistyökumppanin 4.3.2020 ja sain kokeilun tulokset.

Yhteistyökumppani oli kokeiluttanut kahviseoksia muotoilualan opiskelijoiden kanssa, ja tämä ryhmä koostui noin kymmenestä hengestä (mukaan lukien yhteistyökumppanin). Makuja testattiin ilman maitoa.

Jokainen henkilö maistoi kaikkia kolmea seosta, joista he kertoivat yhteistyökumppanille havaintonsa ja valitsivat parhaimman seoksen.

### 11.4 TESTIEN TULOKSET

---

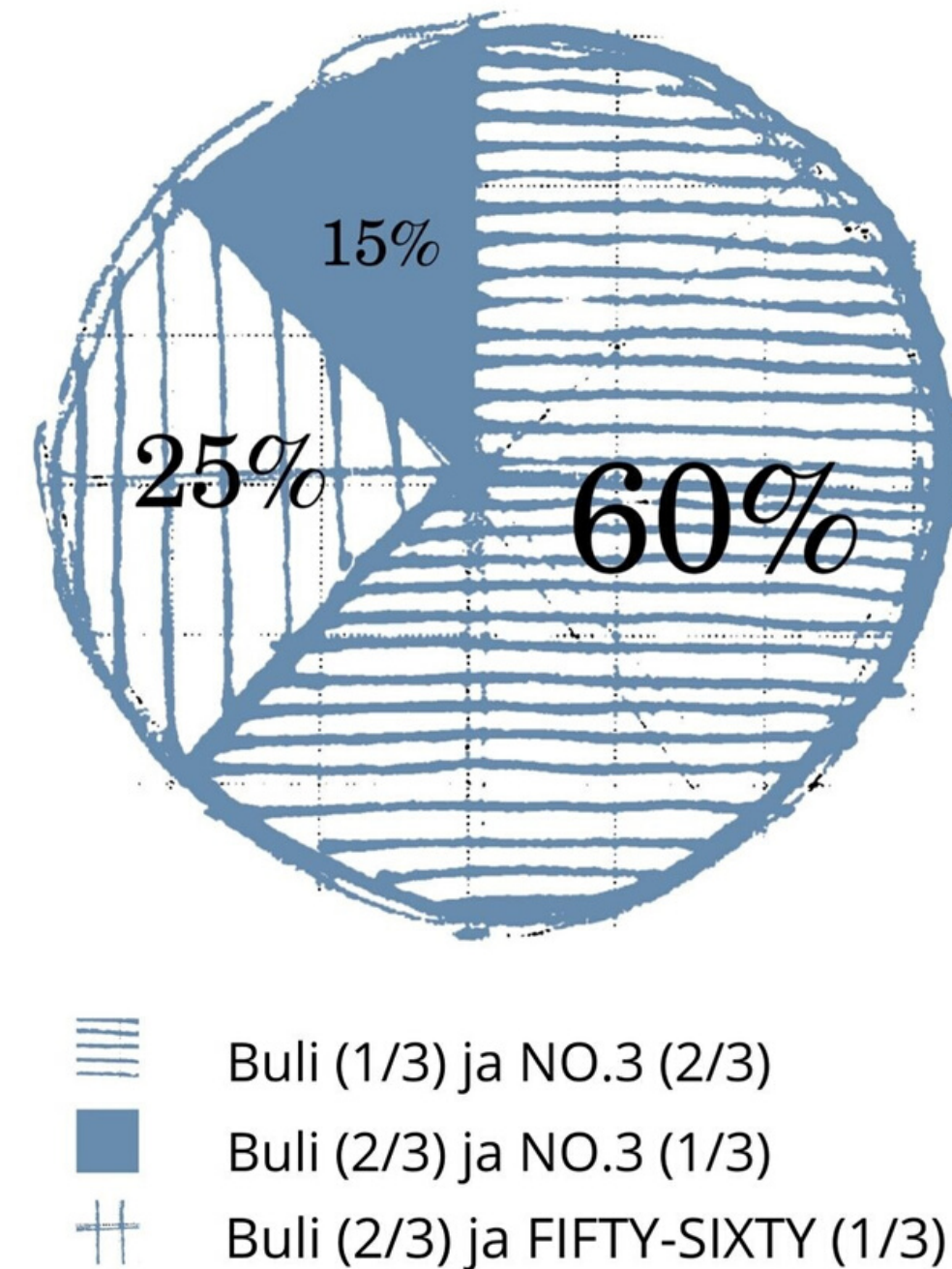
Testiryhmän suosikiksi nousi kolmikokon vaalein sekoitus, pussi numero 1. Kahvisekoitus. Sekoituksessa oli vaaleapaahtoa, johon oli lisätty pieni määrä espresso-sekoitusta. Maku oli palautteen mukaan tasapainoinen ja ei ollut kitkerää mustana juotuna.

Toiseksi suosituin 25 % suosiolla saavutti pussi numero 3. Tämä oli minulle yllätys, sillä tämä sekoitus oli kolmikokosta vahvin maultaan. Palautteen mukaan se muistutti rankalaista paahtoa, ja oli hyvinkin hapokas. Tämä oli myös yhteistyökumppanin suosikki.

Vain 15 % suosion sai pussi 2, jonka sisältö on muuten sama kuin pussi 1, mutta kahvisekoitukset ovat päinvastainen määrä. Maku on siis hapokkaampi, mutta maku oli ehkä liian hyökkäävä.

Olin tyytyväinen tuloksiin, sillä pidin itsekin voittajasekoituksesta. Maku toimii maidolla ja ilman, ja makeutusaineilla maku oli kuulemma hyvä.

Kaavio 1. Tulokset





## 12.KAHVIPAKETIN SUUNNITTELU

---

Helsingin kahvipaahtimolla oli entuudestaan hyvin laaja valikoima eri värisiä pusseja kahveille. Asiakkaan etiketit tulostetaan paikan päällä, valinnan mukaan mattana tai kiiltona. Etiketit ovat tarralappuja, joten etikettien desingin vaihto onnistui helposti.

Valitettavasti kahvipusseihin ei saanut printattua omavalintaista kuosia, mutta etikettien tyylillä sai leikkiä rauhassa. Niinpä päätin valita pussien väriksi ruskean, sillä se oli juuri sopivan neutraali väri balanssoimaan värikkäitä etikettejä.

Pussin värikäs ja taiteellinen ilme syntyisi etiketistä, ja niinpä etiketin mallia voisi muuttaa vaikkapa joka vuosi.

Ehdoton haaste oli suunnitellussa etiketin pieni koko. 99mm ja 124mm on hyvin pieni alue, ja suuriraporttisista kuoseista ei läheskään mahtunut tuohon.

Yksi vaihtoehto oli jättää näkyviin vain osa kuosin elementeistä. Järkevintä on käyttää geometrisia kuoseja, joissa ei olisi paljoa yksityiskohtia.

Käytin etiketteihin kuoseja, jota suunnittelin korttien suunnittelun aikana. Värit ovat samat kuin korteissa jotta ne sopisivat mahdollisimman hyvin yhteen. Kuosit ovat tunnelmaltaan rauhoittavia ja yksinkertaisia.



Kuva 17. Valittu kahvipussi

## 12.1 ETIKETIN LUOMINEN

---

Aki Aunola (esiteltiin luvussa 11.) suositteli etiketin luomiseen ja suunnitteluun Canvaa joka on graaffiseen työskentelyyn tarkoitettu verkkosivu.

Tämä verkkosivu oli minulle entuudestaan jo tuttu, ja olin todella iloinen tästä tiedosta sillä Canvalla suunnittelu on todella nopeaa ja voin suunnitella näin monta kaunista etiketti omilla kuoseilla. Lisäksi luomalla oman tilin Canvaan, voi suunnittelumallit tallentaa pilveen tai jakaa sieltä suoraan linkkinä henkilöille, jotka eivät Canvaa käytä.

Etikettien luomisessa pitää vain tallentaa tiedosto PDF-tiedostona ja ottaa suunnittelussa huomioon leikkuuvarat.

## ETIKETTIMALLIT

---

Koitin olla monipuolinen etikettien tyylien kanssa, mutta koitin pitää värimaailman samana mitä korteissa.

Suunnittelin suurimman osan yksipuolisiksi etiketeiksi, mutta kokeilin muutamissa malleissa kaksi osaista etikettiä, jossa kahvin keittämiseen tarvittavat tiedot löytyvät takana olevasta etiketistä. Näin kuosille jää enemmän tilaa.

Mitä tulee Metropolian graafisen suunnittelun ohjeistukseen (käsittelin graafisista ohjeista tarkemmin luvussa; 6.2) on minun suunniteltava etiketti helposti muokattavaksi, mikäli tuote viedään koulun yleiseen käyttöön.

Koska kahvipaketti on toistaiseksi vain tekstiilisuunnittelualan oma lahja, on etiketissä mainittava tämä erikseen eikä Metropolian logoa voi siis käyttää vielä. Tämä ei päde kortteihin.

Kokeilin laittaa myös muutamaan etikettimalliin jonkun mietelauseen, joka liittyisi luovuuteen tai kahvinjuontiin. Koitin etsiä ja pohtia, olisiko meidän alallamme tai koululla jotain hokemaa tai lausahdusta, joka olisi jäänyt sisäpiirin jutuksi.

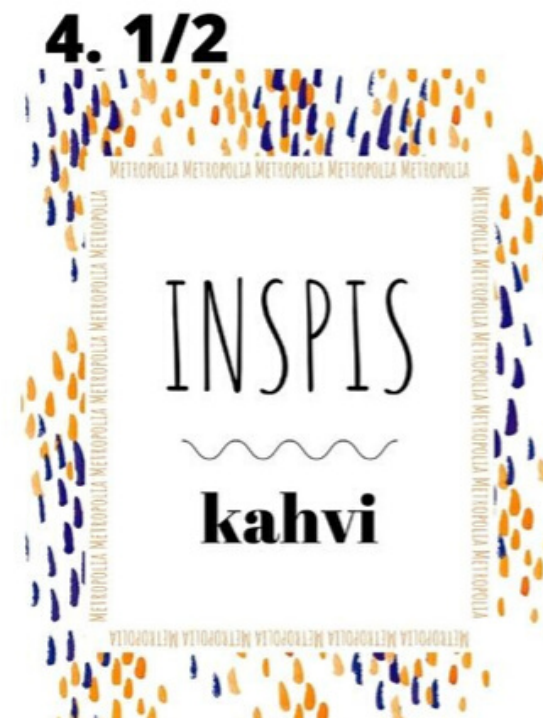
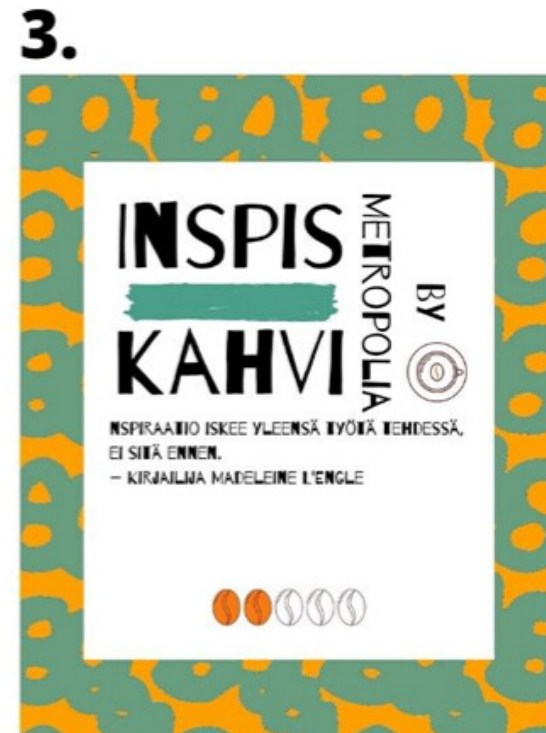
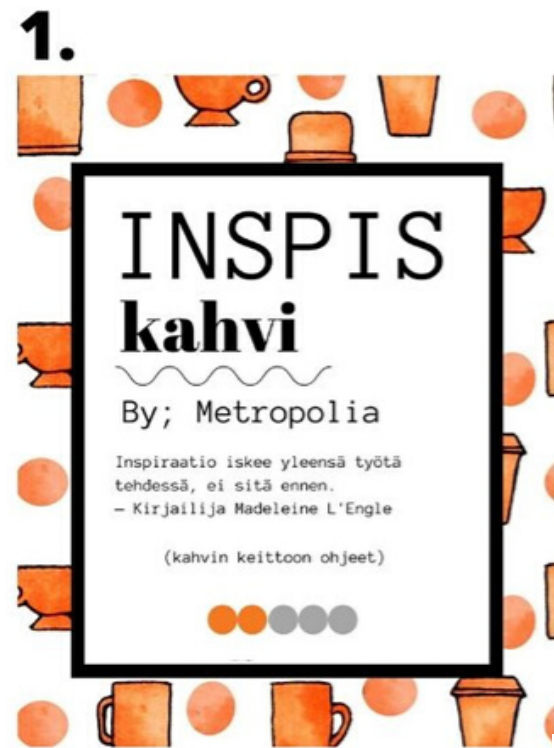
Päädyin lopulta etsimään netin syövereistä jotain mietelauseita, ajatuksena että ne tulisivat olemaan vain väliaikaisia ratkaisuja, kunnes löydän parempaa tilalle.

Löysin yhden suomalaisen sananparren "Ken kahvia säästää, hän vieraita vihaa." ([tunturisusi.com/kahvi/sananparret](https://tunturisusi.com/kahvi/sananparret)).

Tämä oli sopivan hauska, hieman naljaileva heitto joka sopisi hyvin etikettiin. Toinen lausahdus joka liittyi luovuuteen oli "Inspiraatio iskee yleensä työtä tehdessä, ei sitä ennen." Tämän aforismin oli kirjailija Madeleine L'Englen mietteitä ([hyvejohtajuus.fi/aforismit](https://hyvejohtajuus.fi/aforismit)).

Yhteistyökumppani piti erityisesti Madeleinein lausahduksesta, sillä se oli samaistuttava ja luovilla aloilla tärkeä seikka. Pidin myös siitä, joten päätin jättää tuon aforismin etikettiin.

# ETIKETTIKOKEILUT



Kuva 18. Etikettien mallit



## 12.2 VALITUT MALLIT

---

Päädymme kuudesta mallista kahteen, malleihin numero 1. ja 3. Yhteistyökumppani piti etikettien humoristisesta ilmeestä, joka välittyi fontti-valinnassa. Näistä malleista tekisin kymmenen eri versiota, joihin kokeilen erilaisia ryhmitelmiä ja asetelmia tekstin sijainnista ja koosta.

Päätin jättää etiketeistä kahvin vahvuusasteen kokonaan pois, sillä se vei liikaa tilaa, eikä ollut välttämättä niin tärkeää tietoa. Sen lisäksi halusin kokeilla, miltä tekstit näyttävät eri kuoseilla.

Tässä kohtaa myös täytyy muistaa Metropolian graafiset ohjeistukset.

## 12.3 FONTIT JA KIELI

---

Koska suunnittelin etiketit alkujaan Canvalla, käytin siitä saatuja fontteja. Käytin etiketti 1. mallissa ensimmäisellä rivillä "Anonymous Pro"- ja tokalla rivillä "Abril Fatface" fonttia. Mietelauseessa käytin myös "Anonymous Pro"-fonttia. Mallissa 3. käytin myös Canvan "Barrio"-fonttia.

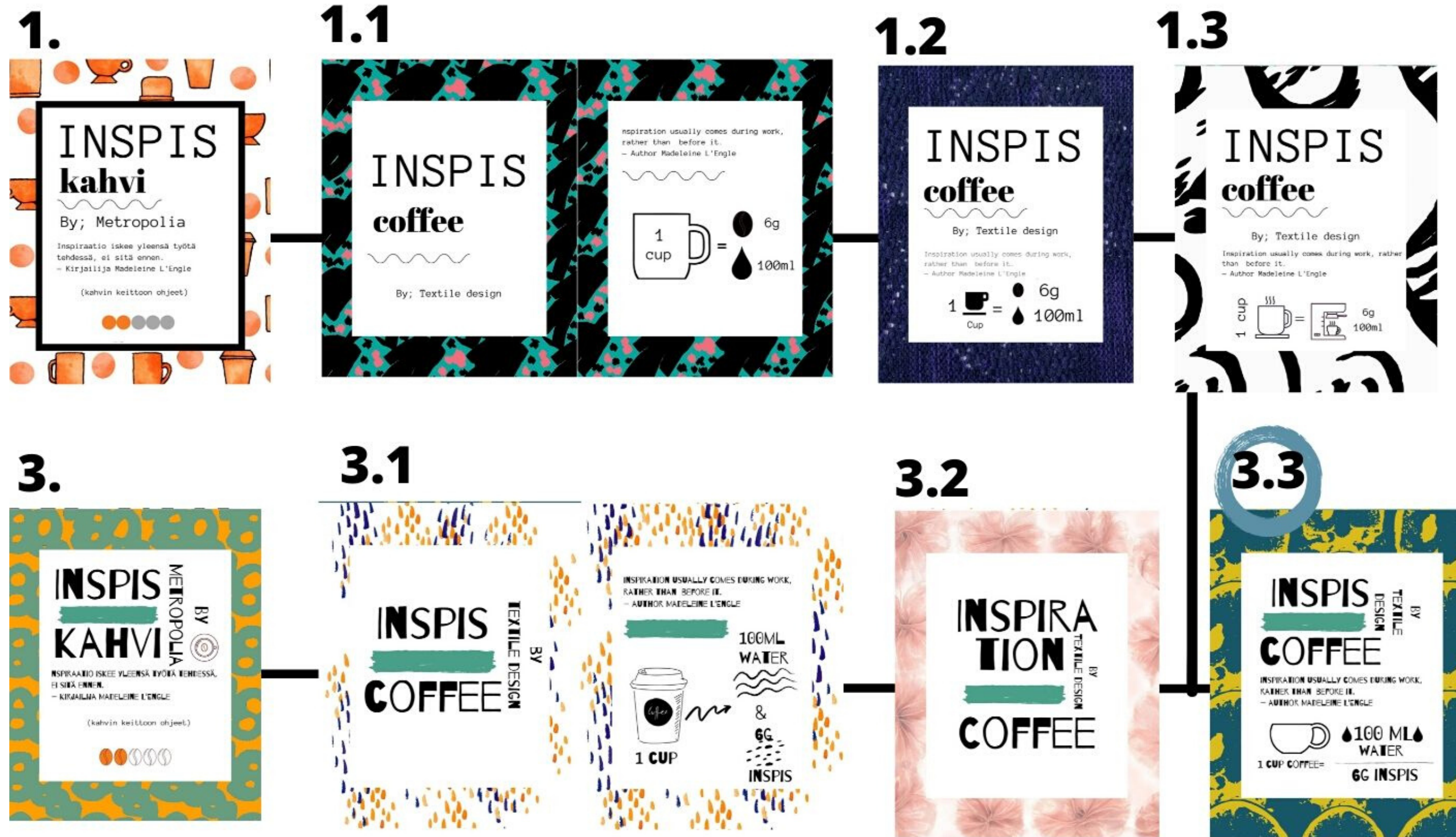
Etiketin kieli tulisi todennäköisesti englanniksi, koska Inspis-kahvia annettaisiin todennäköisesti enimmäkseen ulkomaalaisille vieraille.

Paketissa on ylipäättään hyvin vähän tekstiä, mutta paketissa oleva mietelause tulee englanniksi. Ajattelin käyttää kumminkin kahvin keittämisoheisiin paljon symboleita jotta kahvinkeiton kanssa ei tulisi varmasti kielimuuria.

Olin kumminkin alkuun hieman päättämätön siitä, tulisiko englannin kieliseen kahvipakettiin myös "Inspis-coffee" vai pitäisikö nimi vaihtaa ymmärrettävämmäksi "Inspiration-coffee";ksi. Inspis olisi hienon hieno viittaus alaan, sillä monesti kuulee sanottavan alallamme "iski kova inspis".

Tämän johdosta päätin pitää tuotteen nimen Inspis.

## TOINEN KARSINTA



Kuva 19. Toinen karsinta



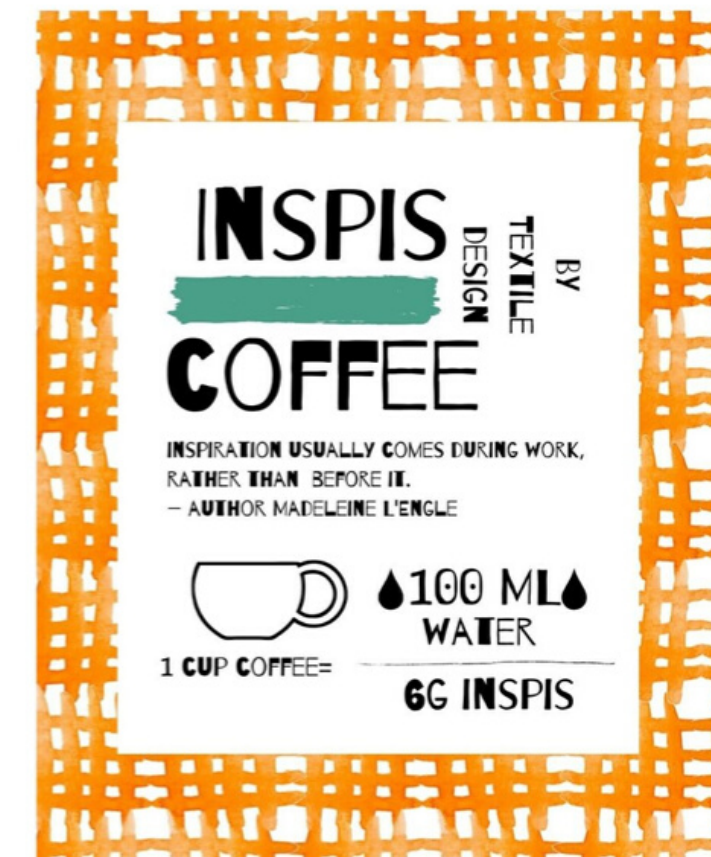
## 12.4 INSPIS-KAHVIN LOPULLINEN MALLI

---

Päädyn lopulta etiketti 3. malliin. Perusteena sen rentous sekä hauskuus. Lisäksi se toimii yllättävän hyvin erilaisten kuosien kanssa.

Etiketti on helposti muokattavissa, mikäli Metropolia haluaa ottaa sen yleiseen käyttöön.

Pidän siitä, kuinka paketin design kuvaa itse tuotteen sisällön fiilistä. Kahvia kuvailtiin tasapainoiseksi, ja pehmeäksi. Lisäksi Madeleinein aforismi oli mukava lisä, joka täydentää lahjan tunnelmaa.



Kuva 20. Inspis-kahvin lopullinen malli



# INSPIS COFFEE

## 13. LAHJATUOTE

Suunnittelin Metropolian Tekstiilisuunnittelualalle imagolahjaksi paikallista kahvia, joka on pakattu ja tuotettu yhteistyössä Helsingin kahvipaahtimon kanssa.

Kahvissa on Helsingin kahvipaahtimon keskivaaleaa kahvipaahtoa, joka on maustettu espressolla. Kahvipussi on sisältöineen 250 grammainen, ruskea pussi, joka kauniisti korostaa värikästä etikettiä.

Etiketti on helposti muokattavissa tarpeiden mukaan, ja oiva opiskelijoiden töiden esittelyyn. Etiketistä huokuu huumori ja iloisuus, ollen kumminkin asiallinen.



**”INSPIRAATIO ISKEE  
YLEENSÄ TYÖTÄ TEHDESSÄ, EI SITÄ ENNEN.”  
-KIRJAILIJA  
MADELEINE L'ENGLÉN**

INSPIROIVA

MUTKATON

ILOINEN  
HAUSKA  
TAITEELLINEN  
LUOVA  
RAUHOITAVA



Kuva 21. Lahjatuote



## 14. KORTIT

Kortit on suunniteltu käytettäväksi tekstiilian käyntikortteina, johon voi kirjoittaa tervehdyksen. Kortin materiaaliksi valikoitui Ipressin 350g Invercote G- ekologinen pahvi, joka korostaa printin värejä kauniisti.

Korteista huokuu rauhallisuus sekä tekemisen ilo. Ne ovat ideoiltaan hyvin yksinkertaisia, ja mutkattomia. Kortit ovat sopivan erilaisia, ja ne sopivat hyvin yhteen kahvipaketin kanssa.



Metro  
Metropöytä

Metro  
allioqntam



Metro  
Metropöytä

Metro  
allioqntam



Metro  
Metropöytä

Metro  
allioqntam



Metro  
Metropöytä

Metro  
allioqntam

## 15. HINNASTO

---

### HELSINGIN KAHVIPAAHTIMON HINNASTOT

---

Luvussa kerron työni hinnan tuote kerrallaan. Hinnasto perustuu tarjouspyyntöihin, jotka tein sähköisesti sähköpostitse.

### MAKSUEHDOT JA TIEDOT

---

Etiketin ja paketin hinta kuuluvat hintaan, ellei tarvitse tilata asiakkaalle sellaista pussia, jota valikoimissa ei ole.

Maksuun kuuluu 10 päivän netto.

Mahdollinen kuljetus asiakkaalle maksaa 9,90 euroa.

Taulukko 2.  
Tilausmäärä 0-19kg/kk

Määrä (kpl)	Määrä (g)	Hinta ALV 0%	Hinta ALV 14%	Hinta Kg
1	250	5,95	6,78	23,30
4	1000	-	-	18,90
12	3000	-	-	18,90

Taulukko 3. Tilausmäärä  
yli 20kg/kk

Määrä (kpl)	Määrä (g)	Hinta ALV 0%	Hinta ALV 14%	Hinta Kg
1	250	5,25	5,99	21,00
4	1000	-	-	18,90
12	3000	-	-	18,90



## IPRESSIN HINNASTO

---

Taulukko 4.  
A6-kokoisen 350 g Invercote G pahvisen korttin hinta

Määrä (kpl)	Hinta ALV 0%	Hinta ALV 24%	Hinta/kpl ALV 24%
100	56	69,44	0,60
300	74	91,76	0,30
500	105	130,20	0,26

## MAKSUEHDOT JA TIEDOT

---

Maksu ehdot ovat 14 päivää.

Tuotteelle ei kuulu kuljetusta (lyhyeen matkan takia).

Halvimmillaan siis lahja, johon kuuluu;

1 kpl 250 g paketillinen kahvia

ja

1 kpl kortin (sisältäen ALV.t),

tulisi lahja maksamaan yhteensä:

**6,77 € /LAHJA**

## 16. IMAGOLAHJAN TULEVAISUUS

---

Opinnäytetyöni aikana loin erilaisia skenaarioita ja mahdollisuuksia, miten tuotteet muuttuvat mahdollisesti tulevaisuudessa yhteistyökumppanin käytössä ja mihin suuntaan tuotteella olisi mahdollisuuksia edetä.

Tällä hetkellä tuote on sellaisessa muodossa, että sen visuaalista ilmettä voidaan muuttaa jatkuvasti. Tuotteen tilaus on suunniteltu mahdollisimman helpoksi ja nopeaksi ja tarvittavat kontaktit yrityksiin on kehitetty, jolloin kommunikointi on tulevaisuudessa helppoa ja vaivatonta.

## KEHITYS

---

Nyt kun imagolahja on saatu ankkuroitua tekstiilialalle, voidaan miettiä tuotteelle kehitys mahdollisuuksia.

Todennäköistä on, että imagolahjaa alettaisiin käyttää muidenkin Metropolian alojen tapahtumissa. Se vaatisi designin muuttamista koko koulun yhteiseksi tuotteeksi muokkaamalla koulun logon sekä tiedot paketin etikettiin. Tämä on positiivista kehitystä, sillä näin etikettiin saataisiin näkyviin yhä useampia opiskelijoiden töitä eri aloilta.



Kuva 23. Kehityspyramidi

Kun koko koulu tietäisi tuotteesta, on aika vaikuttaa koulun piiristä ulkopuolisiin tekijöihin, eli koulun vieraisiin.

Mietimme Aki Aunolan kanssa sitä, toimisiko Inspis-kahvi Metropolian Arabianrannassa toimivan Ravintola Luovan valikoimaan. Ravintolassa myydään edullisen lounaan lisäksi välipaloja sekä kahvia. Ravintola Luovassa käy paljolti vieraita syömässä lounaan, sillä lähialueella on paljon perheitä ja vanhuksia.

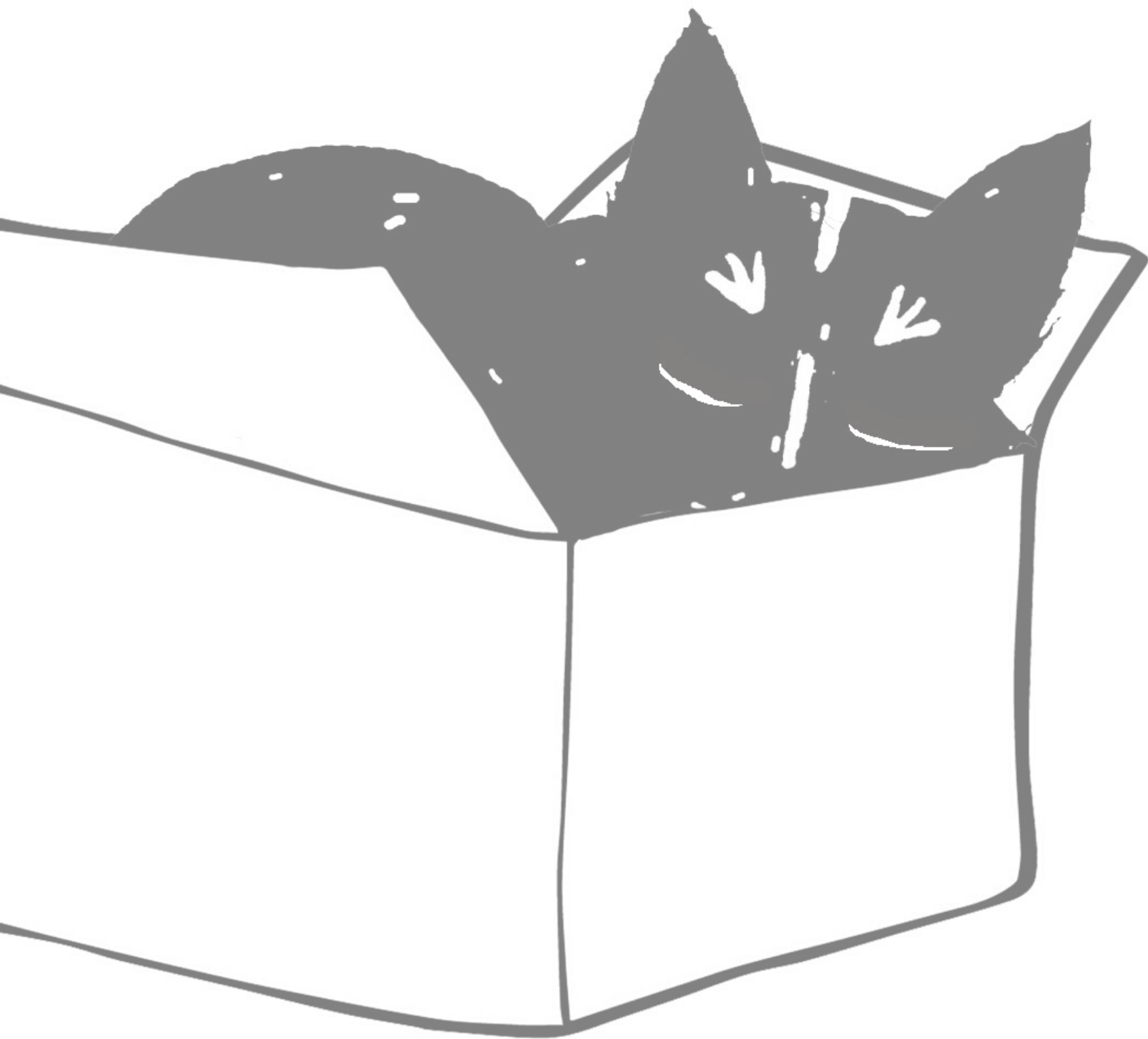
Mietimme, voisiko Inspis-kahvia myydä pusseina ja mahdollisesti suodatin kahvina. Näin saadaan mainostus toimimaan, sillä vaikka kahvin maistaminen jäisi yhteen kuppiin, idea koulun omasta kahvista leviää taatusti, kun kävijä kertoo vierailustaan ystävilleen.

Kun koko koulu tietäisi tuotteesta, on aika vaikuttaa koulun piiristä ulkopuolisiin tekijöihin, eli koulun vieraisiin.

Mietimme Aki Aunolan kanssa sitä, toimisiko Inspis-kahvi Metropolian Arabianrannassa toimivan Ravintola Luovan valikoimaan. Ravintolassa myydään edullisen lounaan lisäksi välipaloja sekä kahvia. Ravintola Luovassa käy paljolti vieraita syömässä lounaan, sillä lähialueella on paljon perheitä ja vanhuksia.

Mietimme, voisiko Inspis-kahvia myydä pusseina ja mahdollisesti suodatinkahvina. Näin saadaan mainostus toimimaan, sillä vaikka kahvin maistaminen jäisi yhteen kuppiin, idea koulun omasta kahvista leviää taatusti, kun kävijä kertoo vierailustaan ystävilleen.





## 17. LOPPUPOHDINTA

---

Vaikka alku oli todella takkuinen, olen tyytyväinen siitä mitä sain aikaiseksi. Vaikka teinkin itselleni aikataulua työtehtävistä, en tehnyt asioita siinä järjestyksessä mitä olin suunnitellut. Se ei itseäni haitannut, sillä sain kaiken kuitenkin ajoissa valmiiksi.

Vaikka myös suunnittelin timanttikaavion miten etenen työskentelyssä, en työskennellyt ihan sen mukaan ( lopullinen työjärjestykseni löytyy seuraavalta sivulta ). Muutokset ovat normaali asia suunnittelutyössä, ja se ei ole este vaan hidaste jos edes sitäkään.

Minä olin myös tyytyväinen siitä, kuinka vapaamuotoinen oma opinnäytetyöprojektini oli. Itselläni tuli usein havaintoja omasta työskentelystäni, jota en ollut huomannut ennen. Tästä hyvänä esimerkkinä korttien monivaiheinen suunnittelu-vaihe, jossa muokkasin kuvat helposti muokattaviksi. Myös yhteistyökumppani piti työn jäljestä ( palautteet työstä löytyvät liitteestä; 5 ).

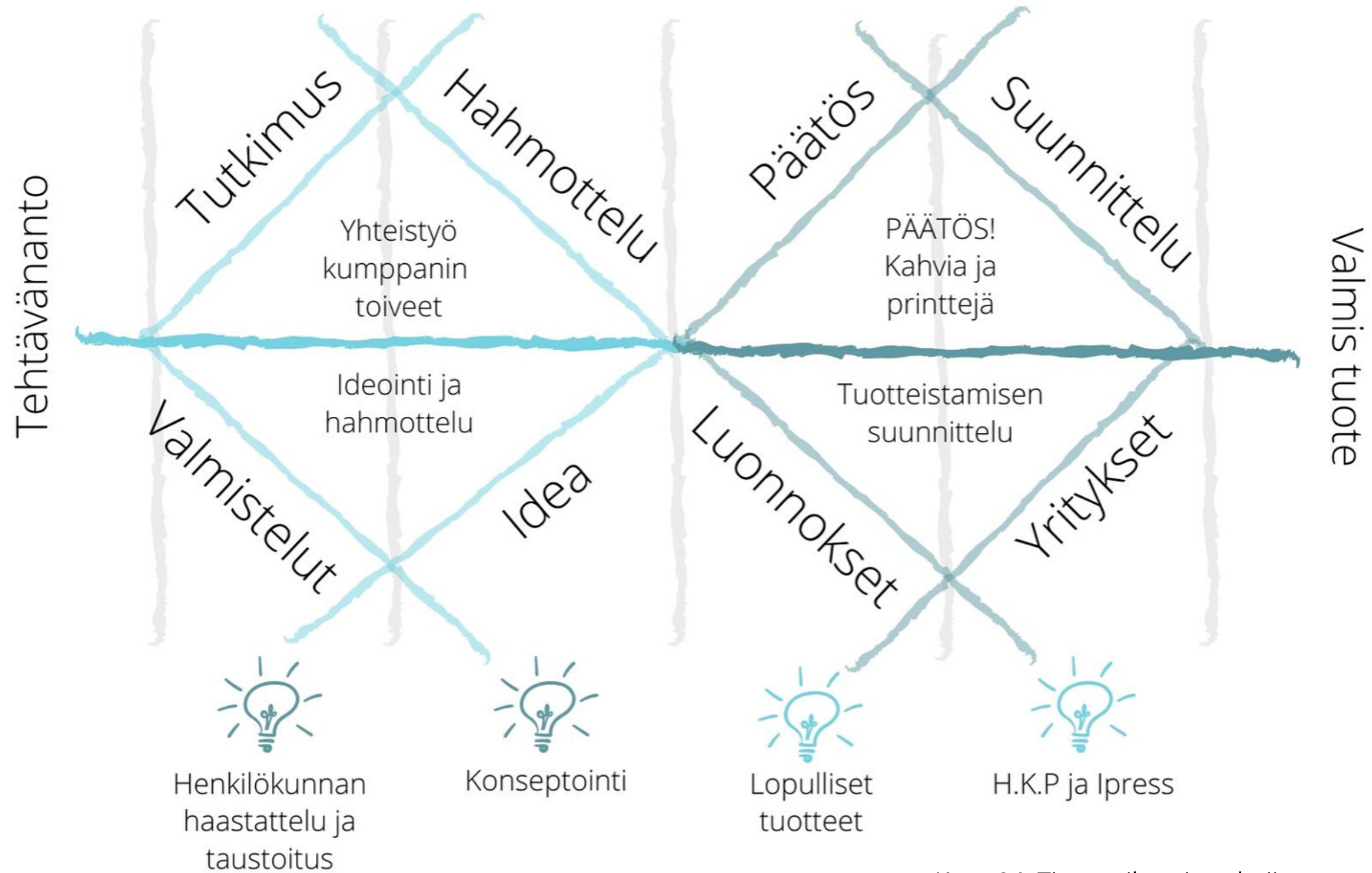
Sen lisäksi olin myös ylpeä itsestäni miten aktiivinen jaksoin olla etsiessäni sopivaa yritystä. Erityisesti Helsingin kahvipaahtimon kanssa työskentely oli miellyttävää ja kivutonta. Vaikka vaivaa näinkin etsinnöissä, on se sen arvoista.

Mitä tulee kuvitustyöskentelyyn, olin melko tyytyväinen siitä mitä sain aikaan. Itselläni oli tavoitteena tehdä kaikista tekniikoista kuvitukset, mutta oli niitä kuuluisia luomisen tuskan päiviä, kun mikään ei onnistu. Sain kumminkin kasaan mukavan ja nätin korttimalliston, joka kuvaa hyvin tekstiilisuunnittelua.

Vaikka työni on nyt valmis, sen on tarkoitus jatkua vielä. Oli puhetta, että tekisin animaation joskus tulevaisuudessa Metropolian tekstiilialalle ja olisin kyllä valmis työskentelemään vielä sen parissa. Jos Inspis-kahvi idea saa tuulta alleen, voi olla, että muutokset etikettiin teen minä.

Työ vahvasti ammattiidentiteettiäni kuvittajana. Tulen todennäköisesti tekemään tämän tyylisiä töitä jatkossakin, sillä tiedän nyt miten ja mihin varautua.

# TIMANTTIKAAVIO VALMIISTA TUOTTEESTA



Kuva 24. Timanttikaavio valmiista tuotteesta

## LUOVAN TYÖN MUISTILISTA

---

Olen listannut alle tekemiäni havaintoja, jotka aion muistaa jatkossa tulevissa suunnittelu töissäni.

## TUTKI

---

Tee kaikki mahdollinen tutkimustyö ennen varsinaisen työn tekemistä, jos vain mahdollista, sillä se nopeuttaa työskentelyä paljon eikä tarvitse tehdä rankkoja muutoksia sitten jälkikäteen.

## HYÖDYNNÄ

---

Mitä opit kouluvuosisi aikana? Voiko sitä hyödyntää työssäsi? Vanhan uudelleenkäyttö on järkevää mitä tulee tehokkaaseen suunnitteluun.

Säästyin turhalta työltä, kun meillä oli lähtökohtana vanha piirustus työharjoitteluajoistani sekä Exelin käytön perusteiden muistiinpanot olivat tallella edellisiltä vuosilta.

## VARAUDU

---

Kuten työssäni huomattiin, tuli pari muuttujaa matkan varrella, oli se sitten karanteeni tai vain ihan aivokramppi. Laadi aina B-suunnitelma ja yritysyhteistyössä kannattaa etsiä varmuuden vuoksi toinen yritys, jos suunnitelmat peruuntuvat.

## LUO, KARSI, HIO

---

Lainatakseni Oscar Wilden sanoja, ei kannata rakastua yhteen ainoaan ideaan. Vaikka ensimmäiset ideat voivatkin tuntua silloin tajuttoman hyviltä ideoilta, on hyvä luoda useampia versioita, joista karsia ja hioa siitä ideasta timantti!

## PIDÄ HAUSKAA

---

Tämä on ehdottomasti tärkein seikka mitä tulee luovaan tekemiseen. Olen huomannut omassa työskentelyssäni sen, että jos työ ei ole mieluinen se myös näkyy työn jäljessä. Varsinkin kirjallinen tai tutkimusosuus voi olla kuivaa ja tylsää, mutta parhaimmassa tapauksessa se tuo niitä kuuluisia "ahaa"-kokemuksia.





# LÄHTEET

---

## Metropolia

### Metropolia 2020. Tulevaisuus

[www.metropolia.fi/fi/metropoliasta/organisaatio-ja-strategia/strategia-2017-2020](http://www.metropolia.fi/fi/metropoliasta/organisaatio-ja-strategia/strategia-2017-2020)  
( luettu 15.03.2020 )

[www.metropolia.fi/fi/metropoliasta/metropolian-tarina](http://www.metropolia.fi/fi/metropoliasta/metropolian-tarina)  
( luettu 15.03.2020 )

### Metropolia 2020. Nykyhetki

[www.metropolia.fi/fi/tutkimus-kehitys-ja-innovaatiot/innovaatiokeskittymat](http://www.metropolia.fi/fi/tutkimus-kehitys-ja-innovaatiot/innovaatiokeskittymat)  
( luettu 18.03.2020 )

[www.metropolia.fi/fi/metropoliasta](http://www.metropolia.fi/fi/metropoliasta)  
( luettu 18.03.2020 )

## Graafiset ohjeet

### Metropolian värit. 2020

[www.oma.metropolia.fi/henkilokunnalle/viestinta-ja-markkinointi/graafinen-ohjeisto/typografia/varit](http://www.oma.metropolia.fi/henkilokunnalle/viestinta-ja-markkinointi/graafinen-ohjeisto/typografia/varit)  
( luettu 03.02.2020 )

### Metropolian logo. 2020

[www.oma.metropolia.fi/henkilokunnalle/viestinta-ja-markkinointi/graafinen-ohjeisto/tunnus](http://www.oma.metropolia.fi/henkilokunnalle/viestinta-ja-markkinointi/graafinen-ohjeisto/tunnus)  
( luettu 05.03.2020 )

### Metropolian palveluyksilöiden logot. 2020

[www.twitter.com/metropoliabiz](https://www.twitter.com/metropoliabiz)  
( luettu 05.03.2020 )

### Metropolian kulttuurituotanto. 2020

[www.metropolia.fi/fi/opiskelu-metropoliassa/amk-tutkinnot/kulttuurituotanto#260cbc19](http://www.metropolia.fi/fi/opiskelu-metropoliassa/amk-tutkinnot/kulttuurituotanto#260cbc19)  
( luettu 25.03.2020 )

[www.wiki.metropolia.fi/display/kulttuurijahyvintiminno/Spring+2014](http://www.wiki.metropolia.fi/display/kulttuurijahyvintiminno/Spring+2014)  
( luettu 25.03.2020 )

## LIITTEET

---

Liite 1.

### Satu Orkolan haastattelu

### Viestintäsuunnittelu, Metropolia AMK

### Koulun identiteetti mainostuksessa

Metropolia haluaa markkinoida itseään energisenä, yhteisöllisenä, urbaanina, helposti lähestyttävänä, asian tuntevana ja uniikkina. Metropolia myös on hereillä tämän hetken trendeistä ja ajankohtaisuudesta. Tämä näkyy esim. paperin vähäisen kulutuksena, ja koulun esitteet jäävätkin useasti paikalleen sillä koulusta kiinnostuneet päätyvät katsomaan mielummin koulun etusivuja sähköisesti.

### Yrityslahja

Metropolian henkilökunnalla on tapana antaa yrityslahjoja tärkeille yhteistyö henkilöille tai muiden koulujen rehtoreille. Nämä lahjat ovat vaihdelleet tilanteen mukaan littalan Kivi-tuikkukiposta avainnauhoihin, heijastimista Metropolian opiskelijoiden suunnittelemiin neuleviltteihin.

Viltit ovat arvokkain lahja, ja se luovutetaan vain tärkeissä tilaisuuksissa, esim. koulun vuosipäivänä yms. Näitä annetaan hyvin harvoin nykyään, sillä ihmiset eivät vaadi mitään lahjaa. Kyse on enemmän siinä koetaanko koululla tilanne sellaisena, että koulun on suotavaa antaa lahja. Nämä tilanteet voivat olla esim. vierailut ulkomailla koululla.

### Viesti

Lahjoilla halutaan viestittää koulun ammattitaitoa, ja halutaan tuoda opiskelijoiden osaamista esille. Lisäksi tärkeänä osana on viestiä lahjan saajalle, kuinka yllpetä koulu on opiskelijoistaan.

Lahja ei saa olla kumminkaan mitään krääsää, sillä Metropolia haluaa viestiä vastuullisuudesta ja ekologisuudesta!

Viesti on myös hyvin tärkeä. Kelle, mihin ja miksi ovat tärkeitä kysymyksiä hyvän yrityslahjan suunnittelussa. Lahjassa täytyy näkyä selvät merkit siitä, mistä se on saatu. Yrityksen värien ja logon täytyy olla näkyvissä, kumminkin olematta tyrkky. Esimerkiksi pelkästään yrityksen logo on tylsä jopa häiritsevä, ja lahja jää pölyttymään kaapin perukoille. Eli ns. hienovarainen mainostus on in!

### Toiveet

Orkolan mukaan Metropolia haluaa korostaa yrityslahjoissaan niitä piirteitä, joilla se kuvailee itseään. Lisäksi lahjan tulee olla kaunis, mieluite arjen esine, joka kulkeutuu helposti mukana.

Hyödyllinen, ajaton, mutkaton, ekologinen ovat tärkeitä sanoja suunnittelussa. Lahja ei saa maksaa malttaita, sillä rahoituksessa yrityslahjoissa on tapana nuukailla.

Näitä esimerkkejä katsoen esim. Kangaskassit, avainnauhat, heijastimet ja toimisto tarvikkeet (ekologiset) ovat oiva lahja.

## LIITTEET

---

Liite 2.

### Tiina Karhu haastattelu

#### Tekstiilisuunnittelun Lehtori, Metropolia AMK

*Kerro vähän miten päädyit metropoliaan töihin.  
Millainen mielikuva metropoliasta oli silloin?*

Tulin töihin Metropolian edeltäjään, EVTEK Muotoiluinstituuttiin eli mielikuvaa ei ollut.

*Miten tutustuit metropoliaan? (mainos? kaveri kertoi?)*

kts. edellinen vastaus.

*Millä sanoilla kuvailisit metropoliaa?*

Suuri ja monipuolinen  
koulutustarjoaja, hyvässä ja pahassa!

*Millaisena kouluna metropolia tunnettaisiin  
tulevaisuudessa?*

Laajana, monipuolisena ja korkeatasoisena  
kouluttajana.

*Millaisia yrityslahjoja metropolialla on  
ollut?*

Give away -tuotteita: kynät,  
muistitikut, kassinpidikkeet (täysin turha!) ym.  
Keskihintaiset: kangaskassit,  
sateenvarjot, kirjat, marimekon/iittalan tuotteita, Fazerin sininen suklaa,  
kävelysauvat  
Kallis hintaluokka: neulepeitot

*Millaisen lahjan haluaisit saada  
metropolialta?*

En välttämättä ole kohderyhmää,  
mutta antaisin mielelläni laadukkaan suomalaisen tuotteen, jossa olisi joku  
"juju", esim. siinä näkyisi opiskelijoiden osaaminen. Ja mielellään  
käytännöllinen, ei mitään turhaa!



## LIITTEET

---

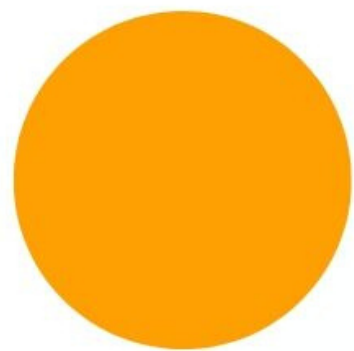
Liite 3.

### Lahjatuotteen suunnittelu

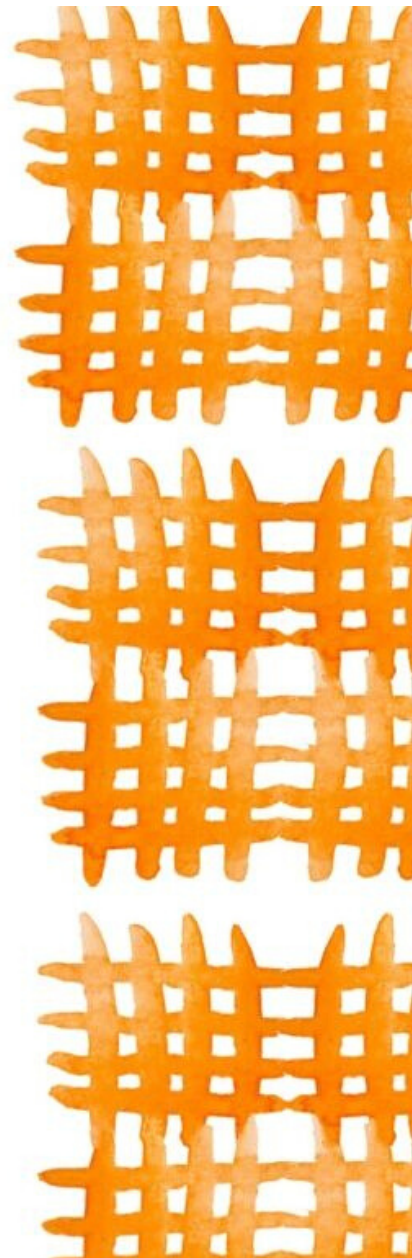
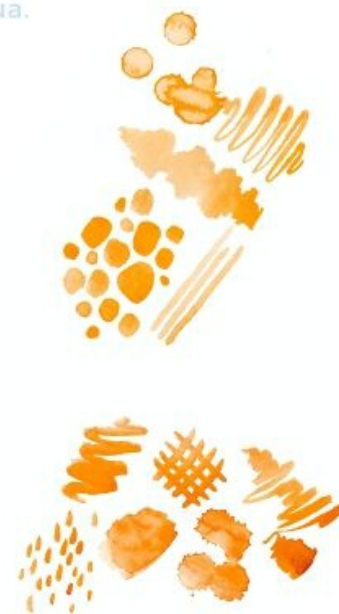
## PAKKAUKSEN VÄRI JA TYYLI

Oranssi= koulun yksi teemaväri

- Sopii logon kanssa yhteen.
- "Ruutis" sopii hyvin kassin tarkoitukseen ja mainos ideaan, kuvaa hyvin tekstiilisuunnittelua.



Saffron



## LIITTEET

---

Liite 3.

Lahjatuotteen suunnittelu

### YRITYSLAHJA 1

## KUKAN SIEMENIÄ

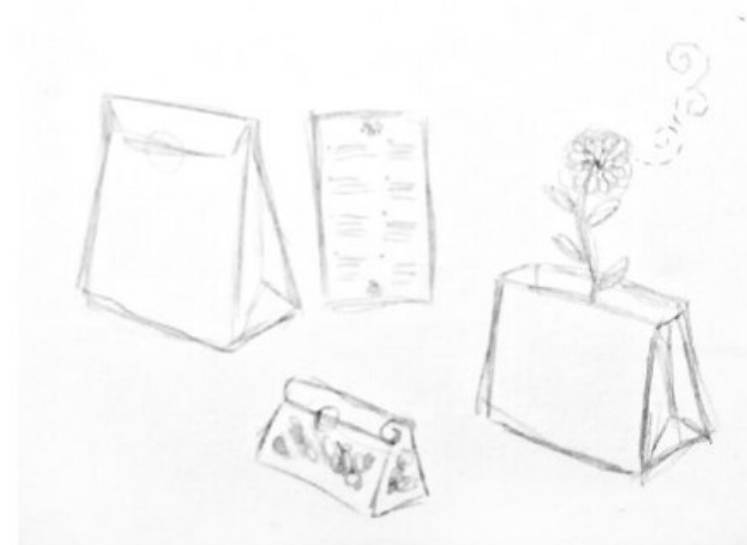
#### LAHJAAN KUULUU;

- PAERINEN PUSSI TAI PAHVINEN RASIA (KASVATUKSEEN).

- HOITO-OHJEET

- VÄHÄN MULTAA (EN OLE SELVITTÄNYT MISTÄ TILATA SUORAAN).

HINTA:



"HARMI ETTEN VOI LÄHETTÄÄ KUKKIA..."

#### RUUSUT:

- EDULLINEN  
- KAUNIS  
- RAIKASTAA ILMAA.  
- LUO VIIHTYVYYTTÄ  
- TEKEMISEN ILO

#### RISUT:

- EI SOVELLU HENKILÖILLE JOTKA EIVÄT OLE HYVIA KASVIEN KASVATUKSESSA.

### YRITYSLAHJA 2

## PEUKALONAUHA SETTI

#### LAHJAAN KUULUU;

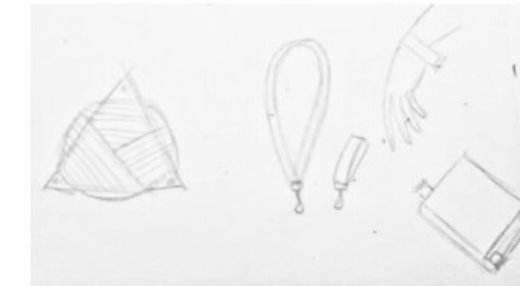
- LANKAA N. 2M PITUISEEN NAUHAAN.

- KUDONTAA AUTTAVA PAHVI (ETTEI LANGAT SEKOITU).

- VALMISTUS OHJEET

- "PAPUKAIJOJA" AVAINNAUHOJA VARTEN.

HINTA:



"SE VOI OLLA MITÄ VAIN, TAI VAIKKA VAIN NAUHA"

#### RUUSUT:

- SUOMALAINEN TUOTE.  
- PERINTEINEN TEKNIikka.  
- TEKEMISEN ILOA.  
- SIDOS OPPIA.

#### RISUT:

- KALLIIMPI KUIN 5 EUROA.  
- VAATII NÄPPÄRYTTÄ (VOI MYÖS TEHDÄ ESIM. JOS VANHEMPI HENKILÖ, VOI TEHDÄ LASTEN KANSSA-YHTEISTÄ HAUSKAA TEKEMISTÄ).

### YRITYSLAHJA 3

## RUUSUKE ORIGAMI

#### LAHJAAN KUULUU;

- 8KPL 5CM X 5CM KOKOISIA PAPERI LAPPUJA.

- OHJEET

- RINTANEULAN

HINTA; N.



"HALUSIN MUISTAA SUA KUKKASIN".

#### RUUSUT:

- EDULLINEN  
- SOMISTE  
- TEKEMISEN ILO

#### RISUT:

- EI SOVELLU IHAN KAIKILLE



# LIITTEET

Liite 3.

## Lahjatuotteen suunnittelu

### YRITYSLAHJA 4

## INSPIS KAHVI

PIKAKAHVI SUKLAA 50 G OMALLA ETIKETILLÄ

**-TUOTTEESEEN KUULUU;**

**- OHJEET KANKAAN VARJAYKSEEN KAHVILLA**

**HUOM! LÖYTYY MYÖS SUOMESSA PAAHDETTUA PERUS KAHVIA**

**HINTA; 5,90/KPL (MIN.TIL.100KPL)  
MAINOSLAHJAVERKKOKAUPPA.FI**



**"TILANNE VAATII KAHVIA".**

**RUUSUT:**  
**- SUOMALAISET RAKASTAVAT KAHVIA.**  
**- PYSTYY HYÖDYNTÄMÄÄN KANKAAN VARJAYKSESSÄ.**  
**- OPISKEIJAT ARVOSTAISIVAT KOVASTI.**

**RISUT:**  
**-EI LIITY PAPERIIN MUUTEN KUIN ETIKETIN SUUNNITTELUSSA.**

### YRITYSLAHJA 5

## HÄTÄ KASSI

HAUSKA LAHJA, JOSSA OPISKELUUN LIITTYVIÄ TUOTTEITA

**-TUOTTEESEEN KUULUU;**

**-KASSI ( PAPERI TAI KANGAS).**

**NUUDELIT OMALLA PAKKAUKSELLA.**

**- KARKKIA, PURKKA?**

**- "YKSI KUPPI KAHVIA, KIITOA!" ( PIKAKAHVI ANNOSPUSSI)**

**- SADEVIITTA, JOKA ON VALMISTETTU MAISSITARKKELYKSESTÄ.**

**-HEIJASTIN?**

**HINTA; N. 5-7 EUROA/LAHJA  
MAINOSLAHJAVERKKOKAUPPA.FI**



**" EI HÄTÄÄ, OLET HYVISSÄ KÄSISSÄ"**

**RUUSUT:**

**- OPISKELIJOITA HUOMIOON OTTAVA LAHJA.**

**- MAINOSTUSTA OPISKELIJOIDEN OSAAMISESTA (PAKKAUKSET VOI SUUNNITELLA ITSE).**

**- EI SISÄLLÄ MITÄÄN TURHAA.**

**-HAUSKA.**

**-MELKO EDULLINEN**

**- SISÄLTÄÄ TUOTTEITA, JOTA KANNATTAA OLLA MUKANA.**

**RISUT:**

**-RUOKA ALLERGEENIT?**

**- MITEN KASSISTA SAISI MAINOSMAISEN, OLEMATTA TYLSÄ?**

**- HINTA VOI NOUSTA**

Itä mainstarkkelyksestä

4/5



## LIITTEET

---

Liite 4.

### Aki Aunolan haastattelu

### Helsingin kahvipaahtimo

### Taustoja hieman

Helsingin kahvipaahtimo sai syntynsä Akin ja Benjaminin ajatuksesta. Pienien yrittäjien ahdinko suurien välikäsien takia oli hankala, ja nämä kaksi miestä halusivat löytää oman tiensä ratkaistaksensa tämän ongelman. Se tie oli kahvi! Kahvi, joka olisi mutkaton, ajaton ja herkullista. Ja mikä tärkeintä, pieniä kahvin viljely yrittäjiä tuettaisiin.

Helsingin kahvipaahtimon perusti Benjamin vuonna 2011 Helsingin Vallilaan, josta seuraavaksi perustettiin Päiväkahvibaari ykkönen. Ensimmäistä kahvisekoitusta ei varmuudella tiedetä, mutta klassikoiksi ovat nousseet vaalea paahto NO.2, NO.3 melko tummana vaihtoehtona ja sekä espresso sekoitus Fifty Sixty.

### Nykypäivä

Helsingin kahvipaahtimo toimii Helsingin Vallilassa, Työpajankadulla. Samaisessa osoitteessa on Päiväkahvila kakkonen, jossa pääsee nauttimaan päivän kahvin teurastamalla.

Heillä luotetaan klassikoihin, mutta jos kehitetään niin Benjamin ja Erja jauhavat ja sekoittavat uusia sekoituksia. Samaisessa osoitteessa, rakennuksen toisessa päässä toimii paahtimo, jossa paahtetaan ja jauhetaan kahvia jopa 100-800kg päivässä.

### Siitä kahvista vielä

Kahvi tulee papuina soraan kasvattajilta, ja suurimmaksi osaksi sitä tulee Afrikasta, Etiopiasta sekä Brasiliasta. Viimeisimpiin eriin kuului 20 000kg kahvipapuja, jotka saapuvat kuivattuina ja vielä vihreinä.

Kahvipavut kaadetaan suureen paahtimoon, jossa se paahtetaan joko niin että papu tuoksuu ja väri on tasaisen tummanruskea tai paahtamalla pitempään saadaan pavun pinnalle rasvaa, joka tuo kahviin hapokkuutta.

Tuoksu testin jälkeen pavut viedään jauhettavaksi tai suoraan pavuista pussitettavaksi.

Pussitus sekä etikettien suunnittelu ja kiinnitys tehdään paikanpäällä, hallin takaosissa. Kahvi on parhaimmillaan tuoreeltaan jauhettuna, sillä se päästää silloin runsaasti hiilidioksidia ja aromit ovat näin vahvemmat.

### Kahvi yrityslahjana

Kahvi on melko yleinen ja moniulotteinen yrityslahja. Laadukasta kahvia arvostetaan sekä löytämällä juuri oikean, oman sekoituksen, saadaan lahjasta erityinen sekä haluttu.

Pussit kahville sekä etiketin tulostus tapahtuu paahtimolla. Kahvi pusseja saa useissa väreissä, mutta etiketin väriyksissä ja kuvioinneissa saa revitellä rauhassa. Sen lisäksi etikettiä saa printattua mattana, kiiltona tai kesti kiiltävänä. Useasti etiketit suunnitellaan Canvalla, ja tiedostoiksi pitää valita PDF. Leikkuuvarat pitää merkitä tiedostoon.

## LIITTEET

---

Liite 5.

### Yhteistyökumppanin palaute työstä

#### Tiina Karhu

Laura Laineen opinnäytetyö, Imagolahja, suunniteltiin 1. vaiheessa Metropolia Ammattikorkeakoulun (muotoilun tutkinto-ohjelman) tekstiilisuunnittelun pääaineen käyttöön. 2. vaiheessa imagolahjan käyttöä voidaan laajentaa kulttuurialalle tai tarvittaessa koko ammattikorkeakoulun käyttöön.

Laadukkaille ja oivaltaville lahjoille on tarvetta kotimaisten ja ulkomaisten yhteistyökumppaneiden kanssa toimiessa. Imagolahjan tulee olla käytännöllinen, ekologinen ja viestiä myös lahjan antamisen jälkeen oppilaitoksen arvoista.

Lauran suunnittelemat edullisen hintakategorian tuotteet, kortit ja Inspis-kahvi, vastaavat näihin tavoitteisiin erittäin hyvin. Ne ovat käyttökelpoisia, valmiita ja kertovat lahjan saajalle opiskelijoiden osaamisesta, mikä oli toimeksiantajan toive. Laura on onnistunut tuomaan tuotteisiin myös huumoria ja iloa!

*Helsingissä 8.5.2020 Tiina Karhu, Metropolia Ammattikorkeakoulu*

#### Ville-Matti Vilkka

Lauran opinnäyte kuulostaa lukijasta hyvin henkilökohtaiselta, kuin lukisi päiväkirjaa. Muotoilu onkin usein henkilöstä kumpuavaa ja sen vuoksi myös siihen kohdistuva mielipiteenvaihto koetaan voimakkaana.

Opinnäytteessään Laura käy rautalankamaisen selkeästi läpi suunnittelutyönsä reunaehdoja, jotka tulevat toimeksiantajan kautta.

Lukijana tässä hyvin suoraviivaisessa suunnittelutyössä jään vähän kaipaamaan visuaalista näkökulmaa luovaan prosessiin, missä näkyisi piirroksia ja niiden tussaus yms. ihan oikeasti eikä vain oppikirjamaisena esityksenä. Opari kun on suunnitteluprosessi ensisijaisesti. Youtubessakin näkyy, että katsojia kiinnostaa, miten joku juttu tehdään eikä niinkään miten yleisellä tasolla asioita esitetään.

Niin ja olisi mukava nähdä myös kaikkea sitä, mitä syntyi pitkin suunnittelua: kuten karsitut ja keskeneräiset luonnokset. Suunnitelu on se mihin olisi hyvä fokusoitua lopputuloksen sijaan.

Sitten ensimmäinen kysymys: Kerrot lahjatuotteen yhteydessä, että yksi idea oli kahvi. Olisi kiva kuulla mitä kaikkia ideoita oli tuossa rinnalla? Oparista on ikävä lukea, että taustalla on kaikkea kivaa ja mukavaa, josta vain vihjaillaan lukijalle.

Kysymys kaksi: Suomessa on varmaan satoja paahtimoita. Mikä oli paahtimon valintakriteeri? Ja toisaalta voisit perustella, miksi tuon kahviasian esittely on olennaiseta muotoulun oparissa, se kun on oma taidonala? Ymmärrän kyllä että muotoilijat ovat hyvin uteliaita ja tiedonhaluisia, mutta joskus on viisautta myös tehdä työnjakoa.

Ja toki myös kahvietikettien suunnitteluprosessi olisi ollut kiva nähdä.

Lopuksi voisit kertoa, miten luovan työn muistiliasta toimi/ei toiminut sun oparissa?

