

*Print &
new media
design*

**REDIT
MEDIA**

Nollasta on lyhyt matka ykköseksi
Yritysilmeen rakentaminen Redit Medialle

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoiluinstituutti

Viestinnän koulutusohjelma

Multimediatuotanto

*Opinnäytetyö
Kevät 2009
Anssi Mahlamäki*

Tiivistelmä – Abstract

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU

Viestinnän koulutusohjelma / multimediatuotanto
ANSSI MAHLAMÄKI

Nollasta on lyhyt matka ykköseksi Yritysilme Redit Medialle

Opinnäytetyö 25 sivua
Toukokuu 2009

Avainsanat: Yritysilme, visuaalinen ilme,
uskottavuus, imago, maine, identiteetti.

Opinnäytetyöni on Redit Median yritysilmeen suunnittelu ja toteutus. Työ sisältää valmiin yritysilmeen Redit Median käyttöön.

Kirjallisessa osassa käsittelen uskottavuuden rakentamista nolla asetelmasta yritykselle/ suunnittelijalle edullisesti. Käyn myös läpi vaiheittain mm. logon, typografian, käyntikortin ja verkkosivuston suunnittelua ja toteutusta.

The topic of my final project is the creation and realization of business look for Redit Media. Work will include a complete business look for Redit Media to use.

The theory part discusses the making of credibility from zero position for company or a designer inexpensively. I will guide you through the designing of the logo, typography, calling card and website in stages.

Sisältö

Tiivistelmä / Abstract	
Johdanto	5
Redit Media lyhyesti	6
Tavoitteet	7
Logon ensiaskeleet	9
Logon sommittelua ja värejä	11
Valmis Logo	13
Typografia	15
Käyntikortin ensiaskeleet	16
Valmis käyntikortti	17
Verkkosivustosta	18
Valmis verkkosivusto	20
Loppusanat ja arviointi	24
Lähteet	25

JOHDANTO

Perustin tammikuussa 2009 asiakkaani toivomuksesta toiminimen Redit Media, joka toimii eräänlaisena katoksena freelance toiminnalleni. En aio tehdä opinnäytetyöni ohelle minkäänlaista graafista ohjeistoa, sillä kaikki materiaali tulee minun omaan käyttöni. Yritysilmeen tulee toimia painettuna ja digitaalisena. Ja kaikki tämä on tarkoitus tehdä todella edullisesti!

Päämääränä on uskottavuuden rakentaminen uudelle yritykselle, jolla ei ole kuin muutama oikea työ portfolioissa ja tuottaa houkutteleva visuaalinen kokonaisuus. Ilmeestä ei ole tarkoitus tehdä aikaa kestävää. Aion tässä tapauksessa käyttää pientä kokoa hyväkseni. Ja koska kyseessä on freelancer-suunnittelijan ilme, persoonallinen lähestyminen on jopa suotavaa. Ilme saa alkaa elämään heti kun se on valmis. Jo ennenkuin tämä työ on julkaistu, monet sen osat ovat jo muuttuneet, kasvaneet tai kokonaan kadonneet. Tämän on harkittua ja odotettavaa, jos en kykene hallitsemaan sitä, niin olen jo valmiiksi väärässä paikassa.

Persoonallinen identiteetti huomataan, mutta liiallinen rohkeus saattaa aiheuttaa päinvastaisen reaktion, sillä erikoisuuden tavoittelussa liikutaan pitkälti esteettisen ja epäesteettisen välimaastossa.

REDIT MEDIA

LYHYESTI

Redit Media on vuonna 2009 perustettu Anssi Mahlamäen printti- ja digimedian suunnittelutoimisto. Vaikka Redit Media on yksi ihminen, se tekee valmiita tuotteita yhteistyökumppaneittensa avulla (mm. Suomen Erikoislääkäriyhdistyksen jäsenlehti on kokonaan tuotettu Redit Median kautta).

En halua rimpuilla monen pienen asiakkaan kanssa. Haluan tarkentaa muotoiluni sellaisille asiakkaille, jotka ostavat minulta sellaisia palveluita, mitä minä haluan myydä.

Tavoitteet

Yritysilmeellä haluan antaa asiakkaille kuvan että pystyn monipuolisiin suunnittelutehtäviin mediasta riippumatta. Haluan kuitenkin pitää kaiken yksinkertaisena ja välttää turhaa kikkailua. Pyrin selkeään viestintään joka herättää luotamusta ja aktivoi asiakasta ottamaan yhteyttä. Verkkosivusto on hyvä paikka näyttää interaktiivista osaamistaan. Jo muutamalla hyvällä idealla saa kasaan melko näyttäviä ilmeitä jotka eivät vaadi monimutkaisia toteutuksia.

Tarkoitus on esitellä valmis tuote ja raaputtaa hieman pintaa, jonka mahdollisuudet ovat loputtomat. Itseasiassa jokaisesta osa-alueesta voisi kirjoittaa kirjan, (ja niin on myös tehty) mutta se ei ole tässä tapauksessa tarkoitus, vaan tarkoitus on näyttää miksi kirjan voisi kirjoittaa.

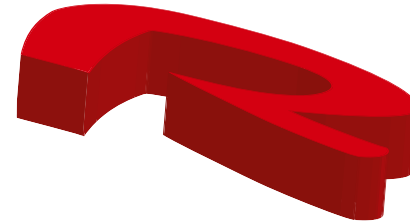
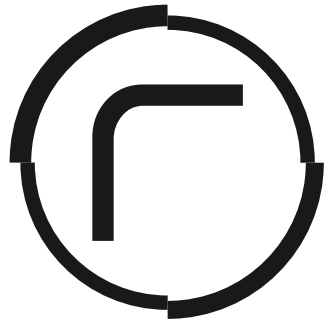
Työ jonka teen imagoni eteen on vain esimerkki siitä työstä, jonka olen valmis tekemään asiakkailleni.

Suurin haaste on suunnitella tuore, "nuorekas" ilme joka ei juutu perus muottiin, mutta on silti selkeä, uskottava ja nousee esiin muiden seasta. Ajattelen tämän hetkistä yritysilmettäni häivähdyksenä tästä hetkestä. Ikäänkuin juurina kehittyvälle ja kasvavalle, myös hieman rönsyilevälle ilmeelle, johon voin aina palata hakemaan referenssejä ja inspiraatiota. Toivon että en myöhemmin katso tätä muotoilua häpeillen, vaan sen sijaan inspiroituisin siitä yhä uudelleen tulevaisuudessa.

Sattumanvaraiset elementit nitoutuivat yhteen, puhtaaksi kokonaisuudeksi.

Ennen kuin aloin edes tekemään luonnoksia saati sitten suunnittelemaan, etsin inspiraatiota muiden suunnittelijoiden yritysilmeistä muunmuassa creattica.com sivustolta (entinen faveup.com) ja modernista web-suunnittelusta fwa.com sivustolta, joissa molemmissa on listattuna yrityksille tehtyjä ilmeitä ja web- sivustoja. Otin elementtejä sieltä täältä ja aloin rakentamaan omaa ilmettäni. Varsinaista benchmarkkailua en harrastanut ilmeen rakentamisessa. Monet aluksi hyviltä tuntuneet ideat hylkäsin suoraan, mutta muutamat roikkuivat väkisin melkein loppuun asti. Tätä vaivaa esiintyi varsinkin verkkosivuston suunnittelussa.

Logon ja yrityksen ensiaskeleet



Logon typografian ensiaskeleet

redit media

Redit media

Redit media

REDIT MEDIA

Redit media

Kokeilua

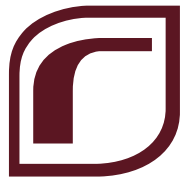
redit 
media

redit 
media


reditmedia


redit

Värivaihtoehtoja



reditmedia



reditmedia



reditmedia



reditmedia

LoGo

Logo on yhtiön, järjestön, yhteisön tai muun vastaavan graafinen tunnus, joka rakentuu logotyyppistä ja symbolimerkistä, tai vain toisesta niistä. Logotyyppi on vain nimestä muodostuva merkki, jolla on vakiintunut visuaalinen kirjoitustapa.

Valmis Logo ja yritysmerkki

Päädyin käyttämään kahta eri logoa nimiteknisistä syistä. Pelkkä Redit ei mennyt läpi kaupparekisteriin ja jouduin keksimään liitteen loppuun. Valitsin median sillä se kuvastaa mielestäni eniten sitä mitä haluan tehdä. Eli tuotantoja moneen eri mediaan. Multimediaan. Kokeilin luonnosteluvaiheessa monia eri sommittelutapoja, värejä ja typografiaa (esimerkkeinä aikasemmilla sivuilla ehkä ne uskaliaimmat) ja huomasinkin että tein paljon turhaa työtä, sillä yritykseni identiteetti ei ollut vielä kunnolla selvä edes itselleni. Lopulta kuitenkin päädyin modernistiseen bauhaus tyyliin ja linjoihin. Logon fontiksi valitsin Reznor Broken nimisen ilmaisfontin johon tein pieniä muutoksia. Merkin r-kirjaimen otin myös ilmaisfontista nimeltä Randi. Se näyttää ylös ja oikealle vievän kaistan muotoiselta ja siinä on aika futuristista ilmettä. Futurismia huokuvaa merkkiä hieman tasoitellen ja kirjaimen muotoja mukailen piirsin ympärille lehden muotoisen elementin. Väriksi valitsin Pantone 7547 C värin. Siitä lisää vähän myöhemmin.

Hain todella simppeleä ilmettä.

En halua leimautua yritysilmeeni perusteella tekemään vain tiettyjä asioita sillä yhteistyökumppaneitteni avulla kykenen toteuttamaan hyvinkin erilaisia tuotantoja. Portfoliossani on jo monta hyvin erityyppistä työtä ja haluan jatkaa samoilla linjoilla.



reditmedia

Typografia

Yhtenäistä graafista linjaa haettaessa typografian tulisi tukea Redit Median imagoa. Halusin klassisen fontin joka edustaa sekä kirja- että lehtitaittoa. Lisäksi fontin pitäisi olla "ilmainen". Päädyin Adobe Garamondiin sillä se tuli taitto-ohjelman mukana Pro fonttina, eli siitä on monta eri leikkausta. Lisäksi myös paljon muita opentypen mahdollistamia ominaisuuksia ja se on hyvä kontrasti muuten niin "groteskiin" ilmeeseen. Garamond on antikva eli päätteellinen kirjasintyyli. Alkuperäiset leikkaukset on suunnitellut Ranskalainen Claude Garamond 1530-luvulla josta Adobe on tehnyt digitaaliseen muotoon oman versionsa. Otin työhöni mukaan myös toisen fontin, Myriadin. Myriad on humanistinen sans serif joka pohjautuu käden liikkeisiin ja sopii hyvin pehmentämään kovaa ilmettäni Garamondin seurassa. Joidenkin suunnittelijoiden mielestä Myriad on aivan liikaa käytetty fontti ja sitä se on myös minun mielestäni. Se ei kuitenkaan tee siitä huonoa. Haasteeni onkin käyttää sitä tavalla, jossa se ei näytä väsyneeltä. Myriadin pro fontti tuli myös taitto-ohjelmani mukaan.

Myriad Pron eri leikkauksia:

Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

Adobe Garamondin eri leikkauksia:

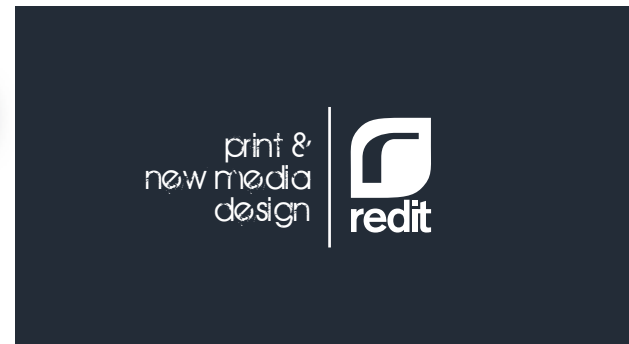
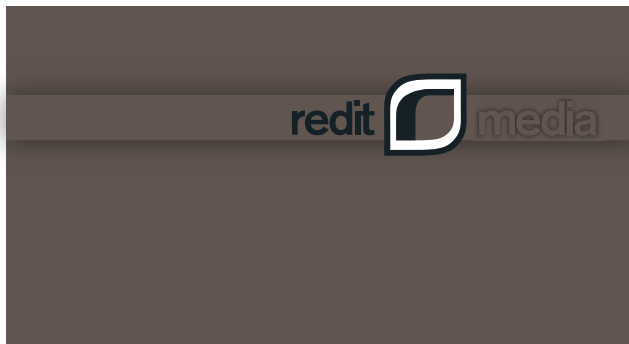
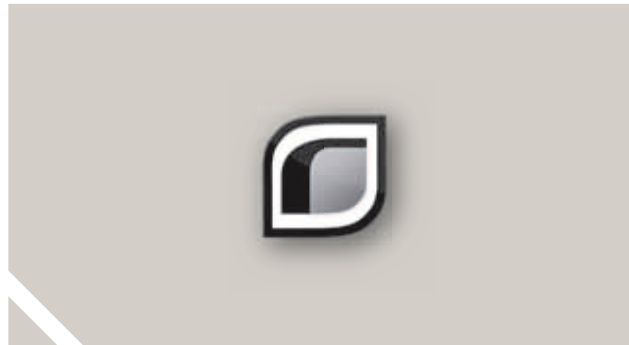
Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

Quick Brown Fox Jumps Over The Lazy Dog

Käyntikortin eri vaiheita

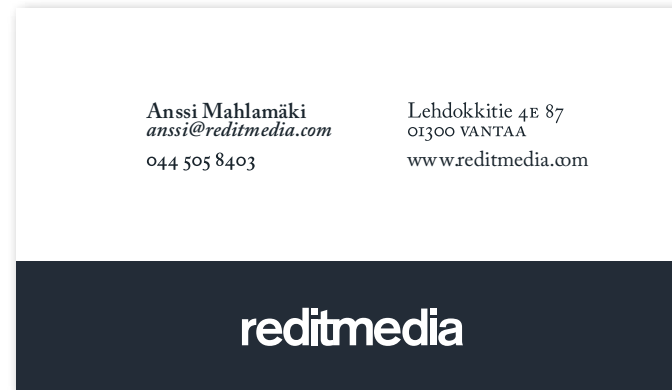
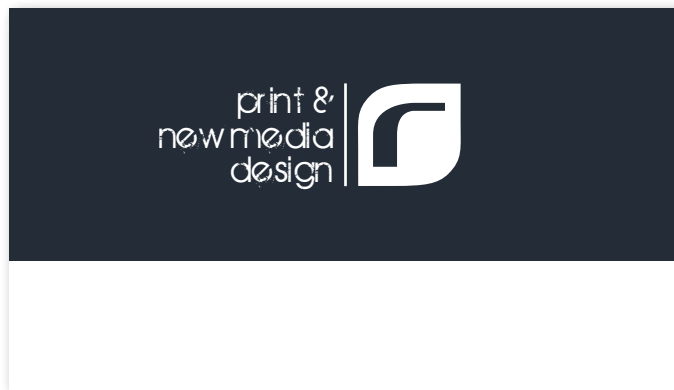


Käyntikortti

Käyntikortti on tavallisimmin valkoiselle kartongille painettu noin luottokortin kokoinen kortti, johon on painettu omistajansa nimi, yhteystiedot sekä erittäin usein myös yhtiön tunnus ja yhteystiedot. Suomessa käyntikortit ovat tavallisesti mitoiltaan 90 mm x 50 mm.

Valmis kaksipuolinen käyntikortti

Käyntikortissa on samaa yksinkertaista ilmettä kuin logossa. Väripinta on jaettu kultaisen leikkauksen mukaan johon, sekä tekstit että kuvat on keskitetty, sekä vaaka että pysty suunnassa. Se antaa huolitellun ilmeen ja kuvan yksityiskohtiin paneutumisesta. Fonttina kortin etupuolella käytin Gyom Séguinin Birth of a Hero -fonttia joka on eräänlainen grunge versio Herb Lubalinin 1920 -luvulla suunnittelema Avant Gardesta saman nimisen lehden käyttöön. Fontti on maksullinen yrityskäytössä, mutta sain Gyom Séguinilta luvan käyttää sitä tämän kerran käyntikortteissani ilmaiseksi. Väriksi valitsin siniharmaan Pantone 7547 C, sillä se viestii tasapainoisuudesta, luotettavuudesta ja huipputeknologiasta.



Verkkosivusto

Tyypillisiä verkkosivuja ovat ihmisten, yritysten, organisaatioiden, instituutioiden ja hallintoelimien kotisivut. Verkkosivuja käytetään myös tiedonjakamiseen ja liiketoimintaan. Näiden lisäksi on olemassa sivuja, joiden tarkoitus ei ole kertoa tietoa jostain määritetystä asiasta, vaan esimerkiksi koota muiden sivujen tiedot niin, että käyttäjät voivat niitä hakea. Muita verkkosivutyyppejä ovat esimerkiksi portaali ja keskustelupalsta.

Suurimman osan ajasta käyttäjät viettävät muiden sivustoilla

Pyörää ei kannata keksiä uudelleen. Yleensä yksinkertainen on paras, koska nettissä vierailevalta voi odottaa varsin lyhyttä pinnaa. Asia pitää tuoda selkeästi esiin ja muotoilun pitää olla helposti kulutettavaa. Erikoisempia elementtejä kannattaa käyttää vain mausteena.

Sivuston ensimmäinen layout



Valmis verkkosivusto

Ensimmäiset versiot sivustosta tein jo ennen kuin logoni oli edes valmis. Siitä johtuen ulkoasu aikasemmalla sivulla poikkesi hyvin paljon siitä mihin loppujenlopuksi päädyin. Myös muutama elementti kuten valikon Birth of a Hero -fontti sekä viirin lailla riippunut Redit logo sivuston yläkulmassa oli taakkana melkein loppuun asti. Pidän edelleen kovasti Redit-viirin ideasta ja aionkin löytää sille jotain käyttöä jossain muualla. Sivustolle se ei nimittäin enää sovi.

Sivusto on kokonaan englanniksi, ajattelin sitä kautta tavoitella eri asiakaskuntaa. Tällä hetkellä kontaktini ovat aika hyvät työelämässä ja kaikki projektini on tähän asti saatu tuttuja suosituksilla. Netin kautta toivon saavuttavani ulkomaalaisia asiakkaita sekä yleensä nuorempaa kohderyhmää, joka puhuu jo kohtuullista englantia. Tekstiä ei ole paljon, kaikki oleellinen on sanottu mahdollisimman lyhyesti. Kaikki sisältö on käyty läpi ihka aidon copywriterin avustuksella.

Sivuston pääväreiksi valitsin mustan ja valkoisen. Puhun nyt tässä väristä, vaikka musta ja valkoinen eivät sitä väriopillisesti olekaan, sillä käytännössä ne sitä kuitekin ovat. Musta on rohkea, voimakas ja painava väri. Melkein yhtä tehokas kuin punainen, mutta on siinä mielessä erilainen, että se on samalla tärkeä ja asiallinen. Suorakulmien sisälle sijoitin tekstin valkoisena, joka ei printti puolella olisi kovin käytännöllistä, mutta netti on paljon joustavampi media. Yksi mustan kiinnostavimpia ominaisuuksia on se että se saa muut värit hyppäämään esiin. Hyvällä suunnittelulla ja muutamalla värillä voi sivuston selaaaja ohjailta esimerkiksi tässä tapauksessa ottamaan yhteyttä.

Valkoinen on aliarvostettu väri ja usein sitä ei edes huomata. Valkoinen antaa muotoilulle ja typografialle tilaa hengittää vahvojen mustien suorakulmien kanssa. Valkoinen ei missään nimessä tarkoita tylsää. Oikea käyttö mahdollistaa todella hienostuneen ilmeen ja saa huomion kiinnittymään sisältöön. Musta ja valkoinen yhdessä tehostavat tätä vielä entisestään ja saavat sisällön suorastaan hyppäämään katsoja silmään.

Mustan sivumerkitykset

Paha, voimakas, surullinen, hienostunut, virallinen, konservatiivinen, tärkeä, salaperäinen, seksikäs, kapinoiva, häijy, intensiivinen, kypsä, kehittynyt, muodikas, tyylikäs, elegantti. trendikäs, itsevarma, ja liittyy myös kuolemaan ja yöhön

Valkoisen sivumerkitykset

Puhdas, tasapainoinen, luotettava, iloinen, puhdas, tuore ja liittyy myös hyvyyteen, avioliittoon, rauhaan, sekä talveen ja kylmään

REDIT

sivulla kerrotaan heti kuka tekee, mitä tekee ja missä. Samaan aikaan alkaa alla pyörimään vähän yli minuutin mittainen romantisoitu esittely, siitä minkälaista palvelua lupaan asiakkailleni. Videon taustalla soi rauhallinen kappale jonka minulle sävelsi Janne Virta. Puhelinumeroa ei tarvitse kauaa etsiä, sillä se on oikeassa yläkulmassa pikaista yhteydenottoa varten ja näkyy samassa paikassa joka sivulla.

SERVICES

sivulla kerrotaan tarjoamani palvelut ja paljastetaan muutamalla rivillä vähän enemmän Redit Mediasta. Siellä on myös sivuston ainoa väri-ilottelu, sillä kun osoittimen vie palveluiden päälle, paljastuu eri osa alueista hauskoja mietelauseita värikkäissä laatikoissa.

WORK

osiossa on 7 sivun mittainen flash-lehti jossa esitellään tekemiäni töitä. Tällä hetkellä lehti on melko uniikissa käytössä, sillä en ole nähnyt flash-lehteä käytettävän missään tällä tavalla. Olen kyselty muiltakin alan ihmisiltä, jotka eivät myöskään ole nähneet sovellusta samanlaisessa käytössä.

CONTACT

sivulla näkyy yhteystietoni ja oikealla on myös lomake, jolla voi kysyä tarjousta, antaa palautetta tai vaikka kertoa hyvän vitsin. Vasemmasta alakulmasta voi myös ladata itselleen taustakuvan jossa on pienellä alakulmassa oleva redit median logo. Halusin antaa jotain ilmaista, jossa on tunnelmaa. En halunnut sen takia laittaa logoa kovinkaan isolla.

REDIT

SERVICES

WORK

CONTACT

BLOG

Welcome.

**Redit Media is a design agency of Anssi Mahlamäki.
A freelancer designer combining the functional and the beautiful.**

Good looking design, which is not only good looking, but easy to use, read and understand.
I work in networks of people directly for clients or as a freelancer. So even your need is a single
freelancer or a full media team, Redit Media can help you. Have a look around and then say hello...

This is
a tryout to
an award show **not**

REDIT

SERVICES

WORK

CONTACT

BLOG

Redit Media

**is a small and efficient design unit with a passion for
creating websites, images and print work. Product, service
or company, I deliver great results for every case and client.**

I make a lot of stuff, but primary I am a designer.
These services provided below are trough me and my partners.

GRAPHIC DESIGN

PRINT

BRANDING

PHOTOGRAPHY
& RETOUCHING

WEB DESIGN

VIDEO

every
picture tells
a story

REDIT

SERVICES

WORK

CONTACT

BLOG

Show Case

I put some of my works for you to glance through.
Just click or drag the **corners**.



**Membership journal for
the Finnish Association
of Medical Specialists**

currently
available 

Copyright © 2009 Anssi Mahlamäki: Redit Media. All Rights Reserved.

REDIT

SERVICES

WORK

CONTACT

 **UNDER
CONSTRUCTION**

Anssi Mahlamäki
anssi@reditmedia.com Vantaa, FINLAND
+358-44-505.8403

Please feel free to contact me as I'm always
looking to take on new projects, or just tell me
a good joke using the form to the right.

Name:

Email:

Message/ Request a quote:



download
wallpaper 

Copyright © 2009 Anssi Mahlamäki: Redit Media. All Rights Reserved.

Lopuksi

Tiedän. Kirjallinen olisi voinut syventyä yrityilmeeseen enemmän teoreettisella tasolla. Toivon kuitenkin että kuvat kertovat suunnitteluprosessistani enemmän kuin kirjallinen "lahjakkuuteni". Olen varsin tyytyväinen tekemääni työhön ja mielestäni se on tasapainoinen

LÄHTEET

Kirjallisuus

Tad Crawford - The Graphic Design Business Book
Patric McNeil - The Web Designer's Idea Book
Epica - Book Twenty One Europe's Best Advertising
Sussner Design co - Letterhead & Logo Design
Robert Bringhurst - The Elements of Typographic Style
Jari Parantainen - Sissimarkkinointi

Web

www.pingstate.nu
www.pollitasta.fi
www.sissimarkkinointi.fi
www.faveup.com
www.wikipedia.org