



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Kiia Komulainen

Tasapainoisempaa ajanhallintaa opiskelussa

Asiakaslähtöisen opiskelijan lukuvuosikalenterin suunnittelu

Opinnäytetyö

Kevät 2021

SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Kulttuurituottaja (AMK)



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketoiminta ja Kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Kulttuurituottaja (AMK)

Suuntautumisvaihtoehto: Visuaalinen kulttuurituottaja

Tekijä: Kiia Komulainen

Työn nimi: Tasapainoisempaa ajanhallintaa opiskelussa – Asiakaslähtöisen opiskelijakalenterin suunnittelu

Ohjaaja: Juhani Haarala

Vuosi: 2021

Sivumäärä: 42

Liitteiden lukumäärä: 3

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tuotteistaa ja taittaa tuotekehitysproduktiona Seinäjoen opiskelijapalvelut Oy:lle uniikki päiväämätön lukuvuosikalenteri, joka on suunniteltu ja räätälöity opiskelijoita varten. Kalenterin avulla vahvistetaan yrityksen arvolupausta ja asemaa opiskelijoita palvelevana yrityksenä. Teoriaosuudessa selvitetään teknisiä toteuttamistapoja vertailemalla jo markkinoilla olevia kalenterituotteita ja niiden kokonaisuuksia ja pohditaan hyvää asiakaslähtöistä tuotetta. Keskityn tuotteen teknisen toteutuksen suunnitteluun asiakaslähtöisyyden ja toimeksiantajan kanssa järjestettyjen suunnittelukokouksien, avoimen haastattelun ja haastattelukyselylomakkeen kautta. Kirjoitan prosessinkuvauksen työn vaiheista.

Tietoa kalenterin suunnitteluprosessia varten kerättiin haastattelemalla toimeksiantajaa avoimen haastattelun sekä kyselylomakkeen avulla. Opinnäytetyön produktiivisena osana tehtiin yritykselle prototyyppi lukuvuosikalenterista. Sen avulla aineistoa kerättiin kohderyhmältä kyselylomakkeen avulla mahdollisia jatkokehitystä ja tuotteen lopullista lanseerausta varten tulevaisuudessa, joka tulee tapahtumaan tämän opinnäytetyön raamien ulkopuolella. Lukuvuosikalenterista tehtiin päiväämätön, jotta toimeksiantaja saa lanseerata tuotteen heille optimaalisena ajankohtana.

¹ Asiasanat: kalenteri, asiakaslähtöisyys, graafinen suunnittelu, taitto, kuvitus

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: Cultural Management

Specialisation: Visual Management

Author/s: Kiia Komulainen

Title of thesis: More balanced time management in study - Designing a customer-oriented student calendar

Supervisor(s): Juhani Haarala

Year:2021

Number of pages: 42

Number of appendices:3

The aim of this thesis was to commercialize and layout a unique undated school year calendar as a product development product for Seinäjoki Student Services Ltd. The calendar was designed and tailored especially for students. The calendar reinforces the company's value proposition and position as a company that serves students. In the theoretical part, the technical implementation methods are investigated by comparing the calendar products already on the market, and what they consist of, and the attributes of a good customer-oriented product is discussed. I focus on designing the technical implementation of the product observing customer orientation and through planning meetings with the commissioner, an open interview, and an interview questionnaire. I write a process description of the stages of the work.

Information for the calendar design process was gathered by interviewing the commissioner through an open interview and using a questionnaire. As a productive part of the thesis, a prototype of the school year calendar was made for the company. It was used to collect data from the target group using a questionnaire for possible further development and the final launch of the product in the future, which will take place outside this thesis process. The school year calendar was made undated, so that the commissioner could launch the product at an optimal time for them.

¹ Keywords: calendar, customer orientation, graphic design, layout, illustration

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä	2
Thesis abstract	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo	6
Käytetyt termit ja lyhenteet.....	8
1 JOHDANTO.....	9
2 KALENTERI ASIAKASLÄHTÖISENÄ TUOTTEENA.....	11
2.1 Kalenterimania	11
2.2 Kohderyhmä – opiskelijat	14
2.3 Mikä tekee hyvän asiakaslähtöisen tuotteen?.....	15
3 KALENTERIN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS	17
3.1 Kalenterin koko ja sisältö.....	18
3.1.1 Kokovaihtoehdot	19
3.1.2 Sisältö	20
3.2 Graafinen suunnittelu	22
3.2.1 Visuaalinen ilme.....	23
3.2.2 Värit	26
3.2.3 Typografia.....	28
3.2.4 Kalenterin taitto	29
4 PROTOTYYPPI	35
4.1 Kalenterin prototyyppi.....	35
4.2 Kalenterin painotekniset tiedot	36
5 PALAUTE JA JATKOKEHITYS	38
5.1 Toimeksiantajan palaute	38
5.2 Opiskelijoilta kerätty palaute.....	38
5.3 Mahdolliset jatkokehitykset.....	40
6 YHTEENVETO JA POHDINTAA	42
LÄHTEET	43

LIITTEET.....45

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuva 1. Seinäjoen opiskelijapalvelut Oy:n opiskelijakalentereita vuosien varrelta (2021)	10
Kuva 2. Bullet journal, Kuukausiaukeaman suunnittelua, Muistivihko Nuuna L.	12
Kuva 3. Onnellisuuskalenteri, tekijä Sanna Sporrong	13
Kuva 4. Scribble A5 kokoinen lukuvuosikalenteri 2021-2022. (Kualähde Suomalainen kirjakauppa -verkkokauppa).....	13
Kuva 5. Hobonichi weeks ja personal size päiväamätön kalenteri.....	14
Kuva 6. Hahmoluonnostelua	24
Kuva 7. Kuvakaappaukset Instagram-kyselystä ja opiskelijoiden antamista vastauksista.	25
Kuva 8. Kuvitusluonnosteluita opiskelijoiden antamien kyselyvastausten pohjalta.	26
Kuva 9. Prototyypistä tehty mock-up presetti (Kualähde; Graphigburger.com-sivusto).	36
Kuva 10. Bookcover muistikirjat, lukunauha, kynäpidike ommeltu ja wire (Kualähde: Hiltunen,V. Bookcover Oy).....	37
Kuvio 1. Projektin yleinen kulku. Taulukko jäljitetty Onnistu Projektissa -kirjasta (Kettunen 2003).....	17
Kuvio 2. Havainnekuva kalentereiden eri käyttökoista	19
Kuvio 3. Väri vaihtoehdot kalenterin visuaalista ilmettä varten.	27
Kuvio 4. Kuvituskuvan kehitysvaiheet.....	28
Kuvio 5. Kirjasintyyppivaihtoehtoja.	29
Kuvio 6. Kuukausisivu ehdotus.	31
Kuvio 7. Viikkoaukeaman ehdotus nro 1. Toimeksiantajan toiveiden mukainen.	31

Kuvio 8. Ehdotus nro. 2. Variaatio toimeksiantajan toiveen pohjalta.....	32
Kuvio 9. Viikkoaukeaman ehdotus nro.3. Vertikaalinen näkymä oman ideoinnin pohjalta tehty.....	32
Kuvio 10. Havainnekuva 3x4 modulaari ruudukosta ja käyttöesimerkkejä.....	33
Kuvio 11. Kuvio viikkoaukeamasta modulaariruudukkoja ja marginaaleja apuna käyttäen....	34
Kuvio 12. Viikkoaukeaman oikeassa alakulmassa vaihtuvat teemat.	34
Kuvio 13. Havainnollistava kuvio mahdollisesta tehtävälisteruokasta.	41
Taulukko 1. SWOT-analyysi	18

Käytetyt termit ja lyhenteet

Personifikaatio	Personifikaatio on elottoman elollistamista. Personifikaatiolla voidaan elollistaa esimerkiksi jokin käsite ja tehdä siitä ihmisen kaltaisen olennon. Vaikka kasvit ja eläimet ovat elossa, personointia on tehdä niistä enemmän ihmisen kaltaisia.
Rokyu	Japanilaisessa kalenterissa oleva kuuden päivän jakso, jonka sanotaan ennustavan hyvää tai huonoa onnea kyseisinä päivinä.
Tone of voice	Miten yrityksesi luonne tulee esiin sen sanoissa, sekä kirjoitettuna että puhuttuna. Kyse ei ole siitä, mitä sanoa, vaan pikemminkin tavasta, jolla sanot sen, ja vaikutelman, jonka se antaa kaikille asiakkaille, jotka lukevat tai kuulevat yritystä.
Mindfulness	Hyväksyvä tietoinen läsnäolo – on sekä ajankohtainen että perinteinen tapa harjoittaa tietoisuutta, huomionkiinnittämistä ja hetkessä olemista.
Mockup	Mockup on mallin täydellinen renderointi yhdellä tai useammalla asiakkaan tuotteella, kuten käyntikorteilla, paperitavaroilla ja opasteilla. Monimutkaisempi mallinnus saattaa näyttää asiakkaan kirjan kirjahyllyssä tai lukijan käsissä ja näyttää ympäristön missä tuotetta käytetään tai on esillä.
Adobe Illustrator	Vektorigrafiikkaan perustava piirto-ohjelma, jota käytetään esimerkiksi grafiikan, esitteiden, julisteiden, käyntikorttien ja logojen suunnitteluun ja toteutukseen.
Approt	Approt (juontuu sanasta approbatur) ovat tapahtumakonsepti, jonka ideana on kiertää rastipaikkoja leimoja tai muita suoritusmerkintöjä keräten. Rastipaikkoina toimivat useimmiten erilaiset baarit, ravintolat ja kahvilat. Kierroksen lopuksi suoritukset palkitaan esimerkiksi haalarimerkein tai muin palkinnoin.
Adobe Indesign	Tulostus- ja digitaalisen median asetteluun ja sivun suunnitteluohjelmisto.

1 JOHDANTO

Opinnäytetyönäni suunnittelen ja toteutan päiväämättömän kalenterin Seinäjoen opiskelijapalvelut Oy:lle aiheena ja työnimenä ”Opiskelijan lukuvuosikalenteri”. Suunnittelemani kalenteri voidaan mahdollisesti lanseerata tulevaisuudessa Opiskelijapalveluiden verkkomyyntiin, jonka avulla mahdollistetaan yrityksen myynnin kasvu ja näkyvyys opiskelijoille palveluna tuottavana yrityksenä sekä kilpailukyky kalenterimyynnissä.

Tuotesuunnittelu eritoten kiinnostaa aikaisempien kokemusten perusteella työharjoitteluiden kautta markkinointitoimistoissa. Tämän opinnäytetyön kautta syvennän omaa osaamista ja teorian oppimista tuotesuunnittelijana, etenkin asiakaslähtöisyyden kautta. Kiinnostus kalenterisuunnitteluun tulee pari vuotta sitten aloitetun bullet journaling harrastuksen kautta. Kalenterimania-sivustolla (2021) selitetään Bullet journalingin olevan Ryder Carrolin kehittämä ajan- ja tehtävähallintasysteemi, jonka ideana on edetä isoista kokonaisuuksista pienempiin ja yhdistää perinteisen kalenterin, tehtävälisterit ja muistiinpanot. Bullet journal tehdään yleensä alusta asti tyhjiin muistikirjaan. Kyseistä systeemiä tullaan todennäköisemmin refleктоimaan kalenterin suunnitteluvaiheessa. Opiskelijoille suunnattuja opiskelun ja arjen käyttöön tarkoitettuja kalentereitakaan en ole paljoa havainnut markkinoilla, ainakaan edes kilpailuun asti.

Toimeksiantajanani toimii Seinäjoen opiskelijapalvelut Oy. Opiskelijapalveluiden tavoitteena on tarjota AMK-opiskelijoille edullisia, mukavia ja opiskelijaystävällisiä palveluita. Palveluihin muun muassa kuuluvat tapahtumien järjestäminen, haalareiden ja haalarimerkkien myynti, opinnäytetöiden kansitus sekä sauna- ja kokoustila Tornisaunan vuokraaminen. Opiskeluvuosieni aikana olen suunnitellut opiskelijapalveluille erilaisia haalarimerkkejä myyntiin ja tapahtumien visuaalisia ilmeitä. Ollessani opiskelijakunta SAMO:n hallituksessa markkinointi- ja viestintävastaavana syksyllä 2018, teimme opiskelijapalveluiden toimitusjohtaja Henni Välimaan kanssa paljon yhteistyötä. Syksyllä 2020 työskennellessäni opiskelijakunta SAMOlla palvelusihteerinä, ilmeni yhteinen intressi Välimaan kanssa kalenterin tuottamisesta. Oma haluni oli toteuttaa opinnäytetyö tuotesuunnitteluna, joka kohdistuisi tarkemmin kalenterisuunnitteluun. Välimaa toi ilmi halun ja tarpeen uniikille ja pelkästään opiskelijoille suunnatulle kalenterille, joka tuotettaisiin myyntiin asti Opiskelijapalveluiden verkkokaupassa. Seinäjoen opiskelijapalvelut ja opiskelijakunta SAMO ovat aikaisempina vuosina tuottaneet opiskelijoille ilmaiseksi jaettavan, A6-kokoisen vuosikohtaisen kierrekalenterin.



Kuva 1. Seinäjoen opiskelijapalvelut Oy:n opiskelijakalentereita vuosien varrelta (2021)

Opinnäytetyö on toteutettu projektityönä, minkä tavoitteena on tuotteistaa Seinäjoen Opiskelijapalveluille ajaton opiskelijakalenteri, joka palvelee optimaalisesti opiskelijan tarpeita. Tuotteen tulee olla visuaalisesti selkeä, miellyttävä, helppokäyttöinen ja mahdollisimman hyödyllinen, ajan- ja tehtävähallinnan sekä itseohjautumisen apuvälineenä. Selvitän alkuun työssäni teknisiä toteuttamistapoja vertailemalla jo markkinoilla olevia kalenterituotteita ja niiden kokonaisuuksia. Keskityn tuotteen teknisen toteutuksen suunnitteluun asiakaslähtöisyyden ja toimeksiantajan kanssa järjestettyjen suunnittelukokouksien, avoimen haastattelun ja haastattelukyselylomakkeen kautta. Jotta yritys voi lanseerata tuotteen markkinoille silloin kun se on heille ajankohdallisesti ja taloudellisesti sopivin, tuotteistetaan kalenteri ajattomasti. Tuotteesta tehdään prototyyppi, jonka avulla kartoitetaan lanseeraus- ja jatkokehittämismahdollisuudet kohderyhmälle suunnatun kyselylomakkeen avulla.

2 KALENTERI ASIAKASLÄHTÖISENÄ TUOTTEENA

2.1 Kalenterimania

Luulisi että paperisten kalentereiden käyttö olisi vähentynyt digitaalisten sovellusten myötä, muttei näin ole kuitenkaan tapahtunut. Laihonen (2017) toteaa Ylen artikkelissaan, ettei digitalisaatio ole laskenut paperisten kalentereiden suosiota niiden käytännöllisyyden ja erilaisten teemojen vuoksi. Tasku- ja seinäkalentereita valmistetaan ja myydään Suomessa 12 miljoonaa vuodessa. Siponmaa (2020) kertoo kalenterivalikoimien kasvaneen ja joukosta löytyy laaja kirjo erikoiskalentereita. Seinäkalentereiden ulkonäköön kiinnitetään tavallista enemmän huomiota ja kuinka toimivia ne ovat omaan tilanteeseen. Tämä toteamus varmasti pätee myös taskukalentereihin.

Kokemuksiini ja havainnoiteihin erilaisten sosiaalisen media-alustoilla olevien harrasteyhteisöjen palstakeskusteluihin, sekä markkinoilla myynnissä oleviin kalentereihin peilaten, uskon yhä useamman kuluttajan olevan kiinnostunut taskukokoisen teemakalenterin käytöstä elämän- ja ajanhallinnan sekä itseohjautumisen apuvälineenä. Paperinen kalenteri digitaaliseen verrattuna tuo itsessään jo omanlaisensa arvokkuuden tunteen. Myös bullet journaling -ilmiö on säilyttänyt suosiotaan ja on kasvanut korona-pandemian aikana. Kalentereiden monimuotoisuus on kasvanut muutaman vuoden aikana ja tietynlainen personifointi erilaisiin käyttötarkoituksiin näkyvät selkeämmin.

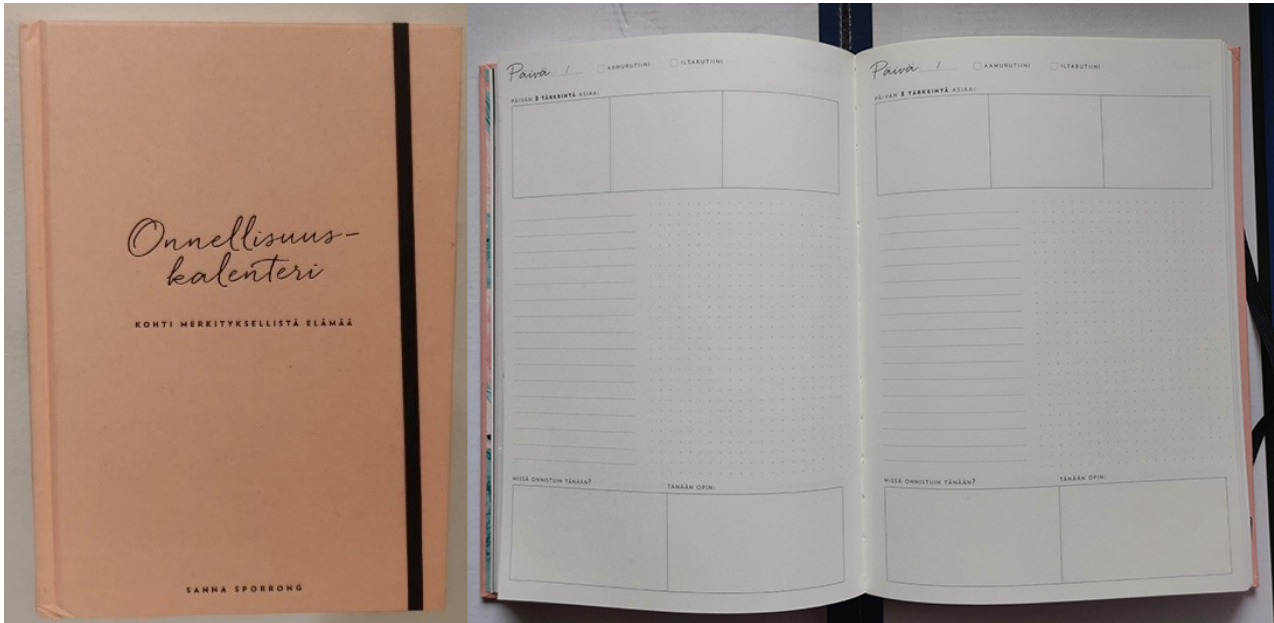
Vaihtoehtoja kuluttajille on tullut muutaman vuoden aika niin suunnattomasti, että siitä itsestään voisi tehdä erillisen tutkimus- ja analysointiraportin, joten esitän seuraavaksi muutaman kalenterin, joita joko käytän itse tai olen kohdannut tavaramyymälöiden hyllyillä ja tuttavapiirissäkin. Omakohtaisesti käytän Bullet journalia (kuva 2), jonka avulla ylläpidän omaa visuaalista luovuuttani ja kirjaan kalenterin omaisesti tapahtumia sekä erilaisia listauksia. Bullet journaliin merkitään yleensä tulevaisuusloki, kuukausiloki, viikko- tai päiväloki. Tulevaisuusloki on yleensä puolesta vuodesta vuoteen ja siihen merkitään kuukauden päivät ja luodaan yleiskatsaus menoista ja tavoitteista. Viikko- ja päivälokeilla keskitytään askareisiin, menoihin ja tapahtumiin sekä muistettaviin asioihin. Bullet Journalissa yleisesti kirjataan ajatuksia ylöslennosta ja käytetään tehtäväpainotteisia listauksia, millä voi seurata esimerkiksi omaa hyvinvointia, unenlaatua, päivittäisiä rutiineja tai kirjata ylös suosikki tv-sarjoja, musiikkia tai kirjoja. Bullet Journalin käyttäjiä varmasti kiehtoo sen monimuotoisuus ja muuntautumiskyky,

koska sitä voi tehdä hyvin yksinkertaisesti kirjaten kynällä ylös listaukset ja tehtävät tai sen avulla taas luovat käyttäjät pääsevät tekemään kalenterista käyttäen apuna erilaisia käsityön välineitä hyvin omannäköisen ja persoonallisen. Kaikessa yksinkertaisuudessaankin Bullet Journaling täsmällisyytensä, systeeminsä ja rungon tekemiseen menevän ajan takia voi olla joidenkin kalenterikäyttäjien mielestä pois luotaan työntävä. Haluaisin kuitenkin tuoda konseptisuunnittelun aikana Bullet Journalissa käytettäviä metodeja kalenterin sisältöön mukaan.



Kuva 2. Bullet journal, Kuukausiaukeaman suunnittelua, Muistivihko Nuuna L.

Ruotsalaisen Sanna Sporringin suunnittelema Onnellisuuskalenteri, pohjautuu arjen selviytymisstrategioiden ja myönteisten asioihin keskittymiseen. Se sisältää työkaluja, joiden avulla kalenterin käyttäjä voi harjoittaa tasapainoisempaa elämään rutiinien kautta, luoda uusia ylläpitäviä tapoja, helpottaa priorisoimaan oikeita asioita, keskittyä tavoitteellisuuteen, tuottavuuteen ja menestymiseen kalenterin käyttäjän valitsemilla elämäalueilla. (kuva 3). Kalenterin aukeama koostuu päiväämättömistä päiväsiivuista, koska se mahdollistaa käyttämään kalenteria silloin kun kalenterin omistaja kokee sen tarpeelliseksi omassa ajanhallinnassaan. Sporrong painottaa sitä, ettei kalenteria tarvitse käyttää päivittäin vaan sitä saa käyttää joustavasti toisen kalenterin ohella, ikään kuin päivittäisenä tehtävälistana.



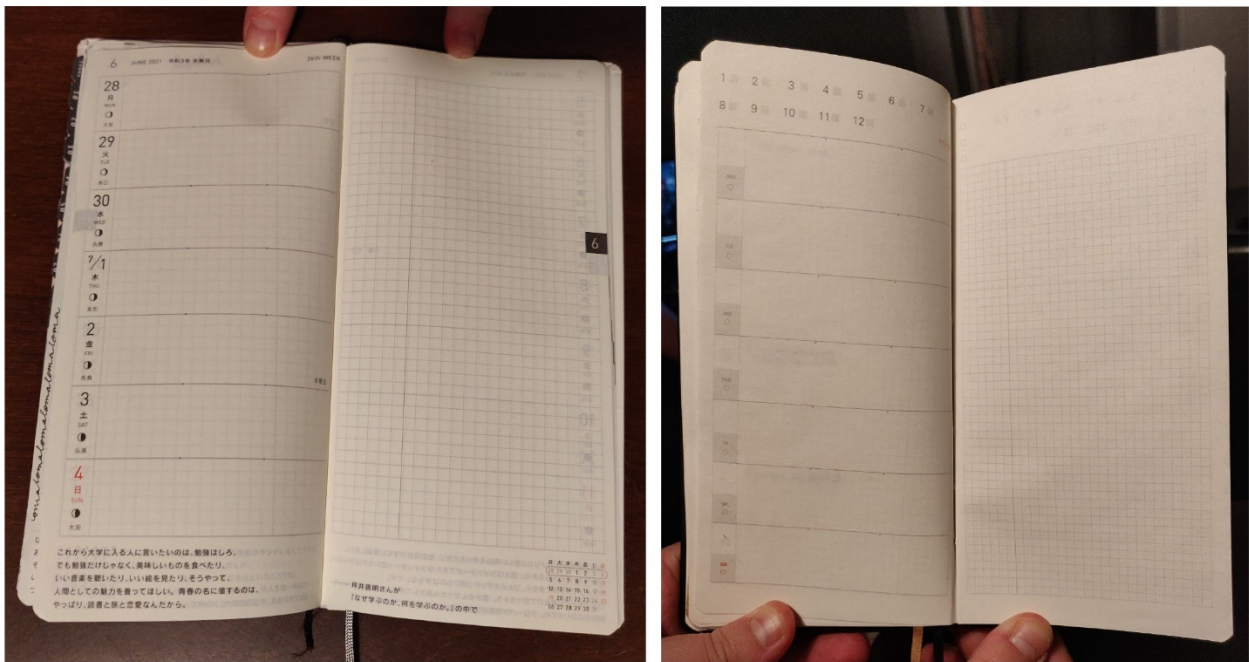
Kuva 3. Onnellisuuskalenteri, tekijä Sanna Sporrong

Kolmantena esimerkkinä hyvästä personifikoitusta kalenterista toimii A5-kokoinen päivätty Scribble lukuvuosikalenteri (kuva 4.), jossa on annettu paljon tilaa vertikaalisille listoille, minkä avulla käyttäjä voi täyttää omat yksilölliset tarpeensa viikko- ja kuukausitasolla. Kalenteria voi värittää oman mielensä mukaan ja etukannessa on muovitasku, johon voi vaihtaa oman kansikuvan. Myös päivätty viikkoaukeama on jaettu päiväkohtaisiin laatikoihin ja aukeaman alaosaan on vasemmalta oikealle tehty tehtävä- ja vapaamuotoiset listaukset. Nämä ominaisuudet kyseisessä kalenterissa antavat luovuutta ja valinnan varaa tehdä kalenterista käyttäjänsä näköisen ja tarpeiden mukaisen.



Kuva 4. Scribble A5 kokoinen lukuvuosikalenteri 2021-2022. (Kuvälähde Suomalainen kirjakauppa -verkkokauppa).

Japanilaisessa Hobonichi Techo weeks kalenterissa (kuva 5, vasen) viikonpäivät ovat horisontaalisesti vasemmalla puolella ja oikealla sivulla on vapaata tilaa muistiinpanoille. Hobonichi Weeks on vuoden mittainen ja se sisältää n. 240 sivua, mitkä sisältävät päivätyt vuosi-, kuukausi- ja viikkoaukeamat, 70 sivua ruutupaperia muistiinpanoja varten sekä muita japanilaiseen kulttuurin omaavia kalenterimerkintöjä, kuten kuunvaiheet ja rokyo. Sivumäärästään huolimatta kalenteri on vain 9mm paksu ja on pitkän lompakon kokoinen, mikä tekee kokonaisuudessa kalenterista hyvin kompaktin ja helposti kuljetettavan. Samankaltaisessa personal plannerissa, jossa tekijän tietoja ei ollut (kuva 5, oikea), kalenteri antaa mahdollisuuden merkitä aukeamalle päivämäärän ja kuukauden itse. Tämä mahdollistaa kalenterin käyttäjää aloittamaan kalenterin käytön haluamansa ajankohtana.



Kuva 5. Hobonichi weeks ja personal size päiväämätön kalenteri

2.2 Kohderyhmä – opiskelijat

Seinäjoen Opiskelijapalveluiden tähdätty kohderyhmä vahvasti koostuu nuorista, noin 20–30 -vuotiaista opiskelijoista ja opiskeluiden ohella töissä käyvistä nuorista aikuisista. Tälle kohderyhmälle tarjotaan erilaisia palveluita ja tapahtumia asiallisen rennolla otteella, jotka tuovat lisäarvoa opiskelijaelämän aikana koettuihin hetkiin. Opiskelijapalvelut kannustavat opiskelijoita osallistumaan yrityksen toimintaan mukaan erilaisin keinoin. Myös tämän kautta yritys ylläpitää läheisen yhteyden opiskelijoihin ja siihen, minkälaisia tarpeita heille voi syntyä

tai aikaisempien tarpeiden kehittämistä. Tolvanen (2012) kertoo, että kohderyhmäänsä voi ymmärtää menemällä heitä lähelle sekä osoittaa aitoa uteliaisuutta ja innostusta. Opiskelijapalvelut toteuttavat luonnollisesti tätä ymmärrystä jo edellä mainittujen metodien ja tekemisen kautta. Kalenterin taittajana olen itsekin opiskelija, joten kuulun sitä kautta kohderyhmään. Omien aikaisempien kokemusten, kuten opiskelija-aktiivina toimimisen, itse tutkinto-opiskelun, verkostoitumisen ja opiskelijaystävien kanssa tapahtumissa käymisen kautta ymmärrän itsekin kohderyhmää ainakin tarvittavin vaatimuksin.

2.3 Mikä tekee hyvän asiakaslähtöisen tuotteen?

Jos alkuun miettii tekijän ja toimeksiantajan sisäistä asiakassuhdetta, niin erittäin tärkeää sen suhteen hoitamisessa on Kettusen (2003, 34–35) mukaan asiakkaan kuuntelu ja säännöllinen raportointi projektin etenemisestä. Toimitettavat raportit todentavat projektin edistymistä, vaikkei se olisi konkreettisesti edistynytkään. Toimeksiantajan kanssa kasvotusten ja etänä käytyjen kokoustamisien aikana otin aina muistiinpanoja tarvittavista huomioista ja muutoksista kalenterin suunnitteluun liittyen. Työskentelimme projektin suunnitteluvaiheen aikana paljon etänä, mutta yleisenä viestinnän välineenä käytimme Facebook Messenger -viestintäsovellusta, koska se on alustana molemmille hyvin tuttu kanava viestiä ja muutenkin toiminut aikaisempienkin projektien aikana, joten se oli luonnollisin valinta. Pidimme etäkokouksia kerran viikossa neljän viikon aikavälillä peilataksemme projektin edistymistä ja aina kalenterin taiton tai kuvituksen edetessä, laitoin kuvakaappausta toimeksiantajalle nähtäväksi. Toimeksiantajan kanssa kommunikointi näiltä osin oli moitteetonta ja molemminpuolista kehitysideointia, palautetta tai kritiikkiä, uskalletaan antaa avoimesti. Asiakkaan mielistelemisen ei ole tuotekehityksen kannalta hyvä asia, vaan tekijän on uskallettava tuoda sellaisiakin asioita esille, mitkä ei välttämättä toimi tuotteessa. Asiakasta ei saa tietenkään väheksyä, vaan arvostava, asiallinen kommunikointi ovat avaimia hyvin hedelmälliseen produktion. Asiakas kuitenkin voi yllättää ja vastaavasti tuoda tuotekehitykseen sellaista tietoa, mitä tekijällä itsellään ei ole.

Kun miettii asiakasta ja heidän yrityksensä kohderyhmää, on mielestäni erityisen tärkeää tuoda tuotteeseen yrityksen arvolupausta ja "tone of voicea" esille. Tolvanen (2012, 68) määrittelee teoksessaan Kohtaaminen– ymmärrä kohderyhmääsi hyvän yrityksen arvolupauksen seuraavasti.

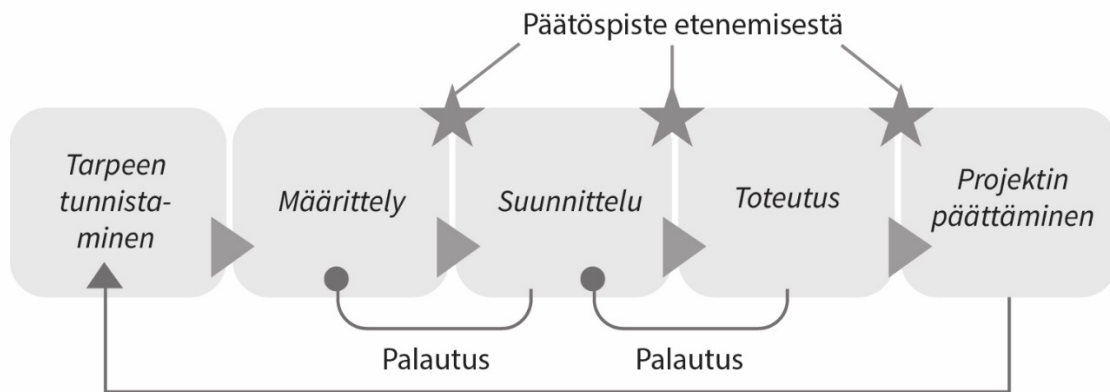
1. On laadittu kohderyhmän näkemyksen pohjalta
2. On kohderyhmälle relevantti, brändille uskottava ja kilpailijoista erottuva
3. Suuntautuu tulevaisuuteen

Tein toimeksiantajille avoimen lomakekyselyn (liite 1), jonka avulla yritin avata itselleni selkeämmäksi yrityksen arvomaailmaansa. Käytin kyselyä hyväksi myös kalenterin suunnitteluvaiheessa. Seinäjoen opiskelijapalveluiden arvot ja asenteet koostuvat opiskelijaystävällisyydestä, suvaitsevaisuudesta, jokainen yksilö saa olla oma itsensä omien vahvuksiensa kautta. Opiskelijapalvelut haluavat opiskelijoiden näkevän heidät asiallisena, mutta rentona ja että opiskelijat tietäisivät yrityksen olevan heitä varten ja vastavuoroisesti Opiskelijapalvelut näkevät opiskelijat ihanina ja innolla erilaisiin tapahtumiin ja toimintaan osallistuvia. Jo aikaisemmassa kappaleessa todenneena ja kohderyhmään kuuluvana Seinäjoen Opiskelijapalveluilla ei ole ongelmaa toteuttaa arvolupaustaan näiltä kolmelta osalta, koska yritys työskentelee hyvin tiiviisti opiskelijoiden kanssa sekä parissa ja on mukana opiskelijoiden arjessa hyvin monimuotoisella tavalla ja miettii uusia kehitysmahdollisuuksia omaan toimintaansa, kuten opiskelijalle suunnatun kalenterin tuottamista.

Kalenterin tarkoituksena on myös varmasti vahvistaa enemmän yrityksen jo olemassa olevaa vahvaa arvoa, mitä Opiskelijapalvelut on kehittänyt toiminnallaan vuosiensa aikana. Mutta uskon että kalenterin tuotteistamisen takana on kuitenkin lopulta puhdas halu tehdä yrityksen ja opiskelijoiden näköinen kalenteri, joka palvelee heitä. Yrityksen nimikin sen kertoo, että se palvelemassa opiskelijoiden erilaisia tarpeita. Näiden pohdintojen osalta, en koe uhkaksi sitä, etteikö toimeksiantajan kanssa opiskelijoille suunnitellusta kalenterista saisi hyvää asiakaslähtöistä tuotetta.

3 KALENTERIN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Projektityöt jakautuvat yleensä vaiheisiin (Kuvio 1). Ensimmäinen vaihe on yleensä tunnistettu tarve ideasta, joka on hyvä ja kannattava toteutettavaksi. Opiskelijapalveluiden tarve on kehittää opiskelijoille suunnattu ja räätälöity lukuvuosiskalenteri, joka palvelee käyttäjän tarpeita lähes moitteettomasti ja on tarpeellinen arjen ajanhallinnan apuväline.



Kuvio 1. Projektin yleinen kulku. Taulukko jäljitetty Onnistu Projektissa -kirjasta (Kettunen 2003).

Kettunen (2003) avaa kuinka projektityön tarkoituksena on saavuttaa jokin ennalta määritelty tavoite ja selkeärajainen tehtävä. Projektilla tulee olla asiakas eli projektin tuloksena syntyvän työn vastaanottaja. Kyseessä on siis tuotekehitysprojekti ja työssäni on sisäinen asiakas, eli toimeksiantajani, jonka kanssa kehitetään tuote, mikä mahdollisesti lanseerataan markkinoille prototyypistä saadun palautteen avulla. Kettunen jatkaa, että projektista kuuluu yleensä iso osa varsinaisen tuoteidean keksimiseen ja löydetyn idean tekniseen ja kaupalliseen kehittämiseen. Tässä projektissa on alusta lähtien heti selkeä idea ja kenelle tuote suunnata. Haasteena on se, kuinka räätälöidä kalenteri opiskelijan tarpeita mielessä pitäen sekä kuinka saada tuotteesta sellainen, että se herättää potentiaalisessa ostajassa tarpeen saada ja käyttää tuotetta. Kyseessä on siis täsmällinen tavoite, mutta epämääräisillä lähtökohdilla. Osa alkuperäisistä ideoista tulee varmasti päätymään tuotteeksi asti, osa tulee varmasti karsiutumaan tuotekehitysprojektin aikana. Projektin suunnitteluvaiheen ja ensimmäisen prototyypin valmistumisen jälkeen tulemme toimeksiantajan kanssa keräämään palautetta asiakkailta, jotta tuote saataisiin tulevaisuudessa riittävän valmiiksi ensimmäisestä tuotantoversiosta lähtien. Tässä vaiheessa saadun palautteen jälkeen todennäköisemmin palaamme toimeksiantajan kanssa suunnitteluvaiheeseen kalenterin jatkokehittämistä varten,

koska markkinoille tulevat tuotteet ja palvelut ovatkin hyvin pitkälle valmisteltuja. Projektin päätökseen saattaminen tapahtuu siis tämän opinnäytetyön ulkopuolella. Tämä opinnäytetyö käsittelee kalenterin ensimmäisen prototyypin.

Projektin alkuun muodostettiin SWOT-analyysin selkeyttämään työn ja sen prosessin mahdollisista vahvuuksista, haasteista sekä riskeistä. Nelikenttäanalyysi oli hyvä tehdä siksi, että sen tuloksia pystyttäisiin hyödyntämään suunnitteluprosessin aikana.

	VAHVUUDET	HEIKKOUEDET
SISÄISET ASIAT	<ul style="list-style-type: none"> -tekijän vahva visuaalinen silmä ja tekniset taidot -yhteistyö toimeksiantajan kanssa on sujuvaa, kannustavaa ja jouhevaa -aihe innostava ja motivoi työstämään hyvää materiaalia 	<ul style="list-style-type: none"> -itse kalenterisuunnittelusta ei löydy paljoa kirjallista materiaalia, ainakaan helposti saatavaa -kokonaisvaltainen dynamiikka takkuilee -aikataulutus ei olekaan realistinen
ULKOISET ASIAT	<ul style="list-style-type: none"> -kalenteri tuo lisää asiakkuuksia toimeksiantajalle -kalenteri saa huomiota harrastuspiireissä -yhteistyö toimeksiantajan kanssa jatkuu tuotteen jatkokehittämistä varten 	<ul style="list-style-type: none"> -kalenteri ei tuota tarpeeksi tuloja kompensoimaan valmistuskuluja -kalenteri ei erotu edukseen kilpailijoistaan -kalenteri ei täytä vaatimuksia siitä mitä on kehitetty ja suunniteltu toimeksiantajan kanssa
	MAHDOLLISUUDET	UHAT

Taulukko 1. SWOT-analyysi

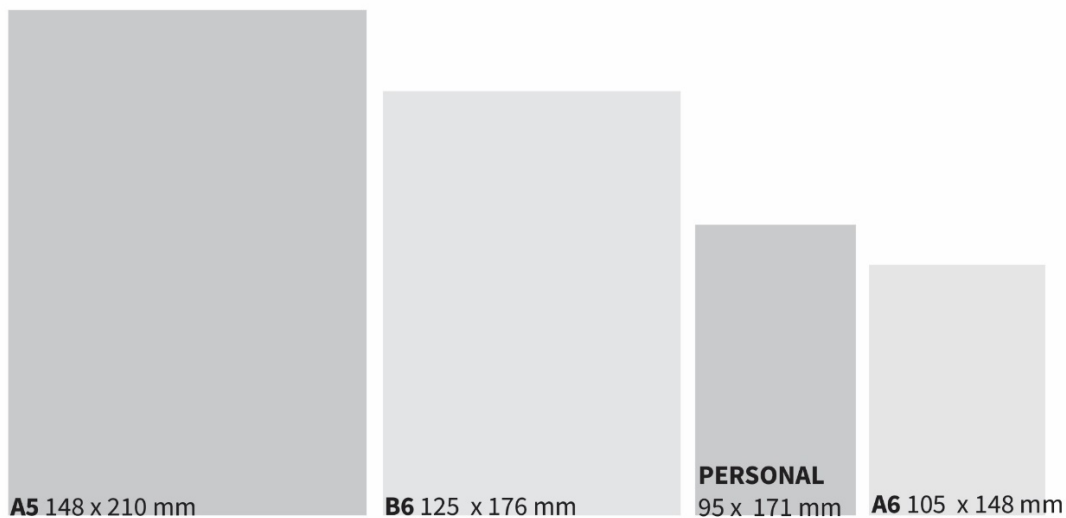
3.1 Kalenterin koko ja sisältö

Toimeksiantajan kanssa pidetyn projektin aloittamis- ja suunnittelukokouksen aikana pidin avoimen haastattelun toimeksiantajalle, jossa lähtökohtaisesti käsiteltiin sitä, mitä toimeksiantaja itse kalenterilta toivoo ja minkälainen kalenteri tulisi olla sisällöllisesti sekä ulkonäöllisesti. Avoimen haastattelun pohjalta kirjasin ylös ideoita, sekä tein kokouksen jälkeen

toimeksiantajalle vielä tarkennetun lomakekyselyn (liite 1), johon voisin välillä palata kalenterin suunnitteluvaiheessa. Jälkeenpäin katsottuna lomakkeessa oli muutamia kysymyksiä, jotka eivät välttämättä olleet tarpeellisia suunnitteluprosessin kannalta. Joillakin kysymyksillä oli tarkoitus kartoittaa myös toimeksiantajan omaa suhdetta kalenteriin ja ajanhallinnan toteuttamiseen, mitkä koin tärkeiksi tietää.

3.1.1 Kokovaihtoehdot

Haastattelun alkuvaiheessa esittelin toimeksiantajalle kalentereiden eri käyttökokovaihtoehtoja (kuvio 2). Kokovaihtoehdot olivat A5, B6, Personal Size ja A6. Pienintä kokoa oli käytetty aikaisempien julkaistujen ilmaisten taskukalentereiden kokona, joten se oli ennemminkin vertailtavana näkökulmana muihin kalenterikokoihin. Toimeksiantaja oli jo kuitenkin heti suunnittelun alkuvaiheessa esittänyt toiveen isommasta kalenterista.



Kuvio 2. Havainnekuva kalentereiden eri käyttökoista.

Personal size oli myös havainnollistavana esimerkkinä pienestä, mutta hyvin kompaktista kalenterista. Koitimme mieltä kalenteria myös sen kannalta, että se olisi helposti mukana kulkeva ja siinä olisi tilaa erilaisille listauksille, merkinnöille, kirjoittamiselle ja luovuudelle. A5-kokona on hyvin universaali ja molemmat toimeksiantaja, että suunnittelija käytämme sen kokoista kalenteria. Päädyimme kuitenkin lopulta B6-kokoon, koska se vaikutti juuri sopivalta kokonaisuudelta molempien kuljetettavuuden ja kirjoittamisen osalta. Se ei ollut liian iso, mutta siinä oli hyvin tilaa kaikille asioille mitä kalenterissa halusimme sisältävän.

3.1.2 Sisältö

Kalenterin sisällön puolesta heti ensimmäinen, melkeinpä itsestään selvä asia oli se, että kalenteri sisältäisi omistajatiedot, kalenterin tekijöiden saatekirjeen kalenterin omistajalle, kuukausi- ja viikkoaukeamat sekä kalenterin pituus oli vuoden mittainen. Se miksi kalenteri sisältäisi saatekirjeen oli se, että opiskelijalle välittyisi yrityksen oma arvolupaus. Kalenteri olisi suunniteltu juuri opiskelijaa itseään mielessä pitäen ja kalenteri palvelisi monipuolisesti käyttäjää.

Toimeksiantajan omat toivomukset viikkoaukeamasta oli horisontaalinen, jossa viikonpäivistä arkipäivät jaottuisivat aukeaman oikealle puolelle ja aukeaman vasemmalla puolella olisivat viikonlopun päivät ja tarvittavaa tilaa muistiinpanoille ja tehtävälisauksille. Toimeksiantaja totesi arkipäivinä olevan enemmän mietittävää tehtävien ja mahdollisten tapaamisten ja tapahtumien suhteen.

Merkinnät ja listaukset voisivat vaihdella pienimuotoisesti eri aukeamilla viikkojen kuluessa. Jokaisella aukeamalla ei tarvitsisi olla sama yhtenäinen muoto, vaan nämä teemat voisivat tuoda kalenterin käyttäjälle mielekästä vaihtelua viikkoihin. Ehdotin teemojen määräksi 5 kappaletta, jotka toistuisivat kalenterin viikkoaukeamissa. Toimeksiantajan mielestä tämä oli hyvä määrä.

Suunnittelimme teemojen aiheet seuraavasti:

- Piirrä viikkotunteesi tähän, jossa kalenterin käyttäjä saisi viikon lopussa piirtää tai kirjoittaa tunteen siitä, mikä edesmenneestä viikosta jäi.
- Viikon arvosana, jota oli aikaisemminkin käytetty SAMOn ja Seinäjoen Opiskelijapalveluiden lukuvuosi 18-19 taskukalenterissa. Toimeksiantajalta tämä ominaisuus oli kalenterista jäänyt mieleen ja halusi käyttää sitä tässäkin kalenterissa. Käyttäjä saa siis viikon päätteeksi parilla lauseella palata viikon hyviin tai huonoihinkin kohokohtiin ja antaa siitä arvosanan. Arvosana-asteikkona päätimme käyttää 6/5, koska se sisältäisi sanaleikin, jonka käyttäjä varmasti ymmärtäisi.
- Jatka piirrosta. Alakulmaan tehtäisiin tähän teemaan liittyen pintapuolinen pieni piirros, jota käyttäjä saisi itse jatkaa haluamallansa tavalla. Tämän avulla tuotaisiin lisää luovuutta kalenteriin.

- Viikon sitaatti. Käyttäjä saisi kirjata tähän viikon aikana kuullun hyvän, hauskan tai nokkelan sanonnan, aforismin tai ihan itse sitaatin tai pienen runon mikä resonoi sillä hetkellä käyttäjälle.
- Top 3. Tämä teeman olin nähnyt yhdessä kalenterissa aikaisemmin ja koin että se olisi hauska ja ytimekäs asia tiivistää viikolla tapahtuneita positiivisia asioita.

Aikaansaamisen taika – näin johdatat itseäsi -teos selittää, kuinka tavoitteiden avulla voimme tarttua tehtäviin ja valikoida niitä keinoja ja tekemisiä, jotka vievät meitä kohti asettamaamme tavoitetta. Tämän tavoitteen ympärille asetettu suunnitelma, mieleemme alkaa automaattisesti ohjata meitä toimimaan sen mukaisesti. Monet opiskelutehtävät saattavat olla meille mieluisia ja voivat kehittää meitä haluamaamme suuntaan mutta jos voimme käsitellä niitäkin itsemme kautta saattavat innostus ja motivaatio tekemiseen kasvaa edelleen. Positiivisten ja negatiivisten ajatusten suhde on 3:1 siten, että yhtä negatiivista ajatusta kohden positiivisia ajatuksia olisi 3. Positiivisia ajatuksia tulee olla negatiivisia enemmän, että hyvinvointimme ja mielialamme pysyisivät miellyttävinä. Mielikuvat vaikuttavat siihen, miten koemme asiat. Haasteita voidaan ajatella myös kehittämisen sekä oppimisen mahdollisuuksina, jos niistä luodaan innostava ja positiivinen mielikuva. Positiivisesti kokevat ihmiset suoriutuvat elämän haasteista negatiivisesti asioita kokevia paremmin. Positiiviset ajatukset auttavat näkemään mahdollisuuksia ja ajattelemaan optimistisesti. Uskomalla mahdollisuuksiin ja ne paremmin huomioon ottamalla, auttaa se meitä tavoittelemaan itsellemme tärkeitä asioita. Siksi omia ajatuksiaan ja tunteitaan kannattaa harjoitella johtamaan (Pihlaja 2018, 21,132.)

Näiden ajatusten myötä koin, että kalenteri voisi sisältää oman aukeamansa, johon opiskelija saisi kirjata unelmiaan ja tavoitteitaan kalenterin alkuun ja vuoden kuluessa palata aukeamalle katsomaan saavutuksiaan. Myös aukeama omien haasteiden selättämiseksi ideana mielestäni oli hyvä ylläpitämään opiskelijan hyvinvointia ja mielialaa, koska koin nämäkin osa-alueet tärkeiksi olla kalenterissa. Mietimme myös kalenteriin omaa listausaukeamaa, mihin opiskelija voisi listata tärkeät tentit, tapahtumia ja vapaa-ajalla tapahtuvaa toimintaa, sekä asioita mitä haluaisi hankkia tai tehdä kuluvan vuoden aikana. Tämä listausaukeama tulisi kalenterin alkupuolelle. Kalenterin loppuosaan oli tärkeää jättää muutama aukeama myös tyhjille pistesivuille, jotka käyttäjä saa vapaamuotoisesti käyttää joko muistiinpanoille tai mihin ikinä käyttötarkoituksiin käyttäjä ne itse sopivimmaksi kokee.

3.2 Graafinen suunnittelu

Kalenterin graafisen ilmeen kannalta sain toimeksiantajalta hyvin vapaat kädet luovaan prosessiin, koska heillä itsellään ei ollut tarkkaa näkemystä tai vaatimusta kalenterin ulkoasusta. Aikaisempienkin toimeksiantajan kanssa tehtyjen projektien pohjalta, toimeksiantajalle oli muodostunut vahva luotto visuaalisiin näkemyksiini ja taitoihini.

Kun tuotteille suunnitellaan ja rakennetaan identiteetti, pakkauksen avulla voi brändin asemoida tarkasti markkinoille. Yrityksen näkökulmasta pakkaus on merkittävää kilpailuetua lisäävä elementti. On tärkeää huomioida pakkauksen personoivan, toistavan ja tukevan tuotetta sekä koko yrityksen kokonaisvaltaista viestintää vahvistamalla toivottua brändimielikuvaa. Tuote ei tule pärjäämään markkinoilla laajasti, jos sen pakkaus ei ole aidosti kiinnostava. Räätelöity omannäköisesti suunniteltu ja muotoiltu pakkausratkaisu tuotteelle takaa entistä viimeistellymmän toimituksen. Houkutteleva, omalle tuotteelle kehitelty pakkaus on osa brändiä ja tukee rakennettavaa tuotemielikuvaa. Pakkaus on tuotekehityksessä tehokas markkinointi ja siihen kannattaa panostaa kokonaisvaltaisesti (Villanen, 2020, 120–123).

Vaikka Villanen (2020) painottaakin tässä tarkemmin pakkaussuunnittelun, voi näitä periaatteita kuitenkin myös peilata kalenterin graafisen suunnittelun puolelle. Onhan kalenterinkin kansi itsessään tuotteen pakkaus ja se mikä ensimmäisenä herättää huomion ja kiinnostuksen kuluttajassa. Suunnittelun alkuvaiheessa, tiesin haluavani kalenterin graafisen ilmeen henkivän Opiskelijapalveluiden sekä itse opiskelijoiden olemusta. Visuaalisen ilmeen keskiössä olisi tavalla tai toisella opiskelijat itse sekä heidän arkeensa kuuluvia teemoja. Toimeksiantajille tehdyn kyselyn (Liite 1) perusteella, värit sekä synonyymit, mitkä tulivat yrityksestä sekä opiskelijoista mieleen, olivat hyvin samankaltaisia.

Näitä kuvailevia sanoja muun muassa olivat;

- vihreä
- valkoinen
- energisyys
- iloisuus
- rento, mutta asiallinen
- ulospäinsuuntautunut
- mukava

Varmistin toimeksiantajalta, ettei kalenterin tarvitsisi myötäillä yrityksen omaa visuaalista ilmettä tai värimaailmaa, koska toimeksiantajalla on suunnitelmissa tulevaisuudessa päivittää yrityksen ilmettä ja ulkoasua. Kalenteria ilmettä tulitaisiin työstämään pitäen mielessä yrityksen arvolupausta ja miellelyhtymiä.

3.2.1 Visuaalinen ilme

Toimeksiantajan pyynnöstä kalenterin sisällön elävöittämiseen haluttiin lisättävän graafisia elementtejä. Visuaalisen ilmeen alkusuunnitteluvaiheessa mietittiin vaihtoehtoisesti kuvituskuvia tai illustratiivista typografiaa, joka muodostuisi erilaisista opiskelijaa kannustavista tsemppausviesteistä tai lausahduksista, jotka kuuluvat opiskelijan puhekielelliseen repertuaariin nykyaikana. Graver ja Jura (2012, 157) selittävät katsojan rekisteröivän illustratiivisen typografian kuvana. Käyttämällä konstikkaampaa ja isolla luonteella varustettua kirjasintyyppiä, sillä on valta erottua edukseen ja vaatii katsojan lisähuomiota.

Tästä huolimatta Arnold (2015) perustelee syitä, miksi kuvat puhuvat sanoja paremmin. Ihmiset ovat visuaalisia olentoja ja prosessoivat kuvia 60,000 kertaa nopeammin kuin sanoja ja kuvien avulla voidaan helpommin välittää monimutkaista informaatiota. Kuvilla on vaikutus vaikuttaa mielialoihimme ja ne jättävät vaikutuksen sekä herättävät tunteita onnesta, surusta ja muista tuntemuksista. Ne resonoivat ihmisten kanssa ja niillä on tapa antaa lukea rivien välistä sekä auttavat kertomaan katsojalle tarinan. Tarinankerronta on vahva myyntitekniikka, koska se sallii yhteyden ja samaistumisen katsojiin. Oikein valitut aiheet edistävät yhteyttä. Tarkasti valikoidut kuvat ja teemat auttavat erottumaan tai vastaavasti jättävät huomioimatta.

Illustratiivisessa typografiassa on paljon mahdollisuuksia luovan ja näyttävän kuvakokonaisuuden luomiseen, mutta kallistuin kuitenkin kuvituskuvien tekemiseen ja käyttämiseen kalenterin visuaalisessa ilmeessä. Syyt tähän päätöksen olivat juuri niiden tarinankerronnallisen mahdollisuuden ja samaistumisen sekä yhteyden tunteen kalenterin käyttäjän puolesta. Kuvitukseen pystyy myös tuomaan mielikuvituksen ja visuaalisen leikkittelyn kautta asioita, joita ei ole olemassa ja jotka ovat tyyliteltyjä tai hieman epärealistisia (Kuvitus antaa tilan visuaalisuuden leikille, 2018). Aloitin kuvituskuvien työstämisen luonnostelemalla raakaluonnoksia kuvissa esiintyvistä hahmoista. Kuvat tulitaisiin tekemään vektorigrafiikkana Adobe Illustrator -piirto-ohjelmaa apuna käyttäen, joten tämä funktio täytyi pitää mielessä luonnosteluita tehdessä. Vektorigrafiikat ovat pisteitä, viivoja, käyriä ja muotoja, jotka

perustuvat matemaattisiin kaavoihin. Kun vektorikuvatiedostoa skaalataan, sen tarkkuus ei ole alhainen eikä sen laatu heikkene, joten se voidaan mitoittaa kuinka suureksi tai pieneksi kun sitä on tarve skaalata (What is vector art? [viitattu 9.5.2021]). Vektorigrafiikalla voi luoda jännittäviä visuaalisia toiminnallisia mahdollisuuksia kuvituskuvia tehdessä.

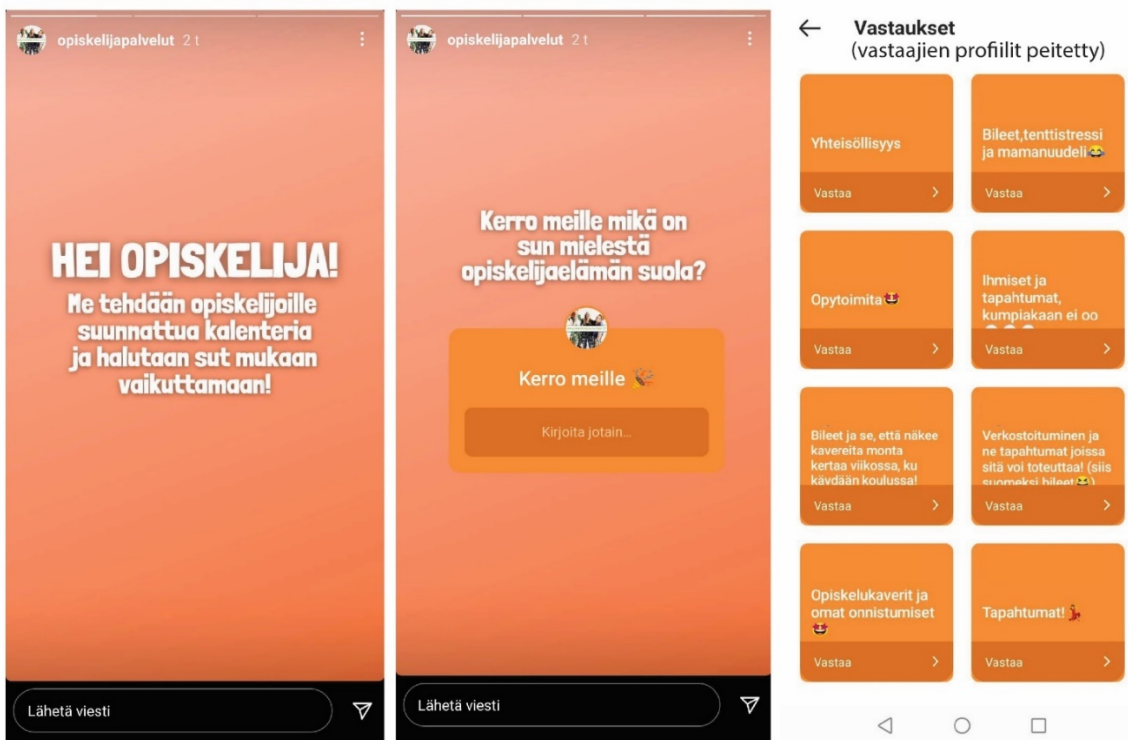
Hahmoja suunnitellessa tein kolme erilaista versiota, jossa ensimmäisessä hahmon muoto koostui sulavista, hieman liioitelluista linjoista ja muodoista. Toinen hahmoversio oli omaan piirrostyyliin pohjautuvaa, sarjakuvamaista, hieman yksityiskohtaisempaa linjausta ja muotoilua. Kolmannessa koitin luoda hahmon erilaisten matemaattisten muotojen, kuten kolmio-, neliö- ja ympyrämuotojen ympärille, lisäten hieman myös sulavampaa liikettä hahmon raajoihin. Lopullinen hahmojen kielimuoto tuli koostumaan ensimmäisen ja toisen hahmoluonnostelun yhdentymisellä.



Kuva 6. Hahmoluonnostelua.

Halusimme osalistaa toimeksiantajan kanssa yrityksen asiakaskuntaa, eli opiskelijoita kuvituskuvien suunnittelussa. Jotta vastauksia saataisiin nopeasti kuvitusten suunnitteluprosessin aloittamiseen, teimme pienen kyselyn sosiaalisen median alustan Instagramin kautta yrityksen omaa profiilia käyttäen (kuva 7). Instagram on sosiaalisen median alustana hyvin nopea ja tehokas viestinnän osalta. Kysyimme sovelluksessa olevan Instagram-tarinat ominaisuuden kautta siitä, mikä on opiskelijaelämän suola? Tällä kysymyksellä haluttiin siitä tulleiden vastauksien perusteella kartoittaa mahdolliset kuvituskuvien teemat. Yleisimmät vastaukset tarinaan olivat yhteisöllisyys, verkostoituminen, kanssaopiskelijat, tapahtumat ja

omat onnistumiset. Näiden vastausten pohjalta luonnostelin neljä kuvituskuvaa sekä kansikuvan, joita tulitisiin käyttämään kalenterissa (kuva 8). Kuvilla halusin viestiä nimenomaisesti opiskelijoiden välistä yhteisöllisyyttä, kaveruutta, yksilöllisiä onnistumisen tunteita sekä opiskelijalle itselle mieluisia tai arkea rauhoittavia tekijöitä, kuten esimerkiksi mindfulness tai musiikin kuunteleminen. Toimeksiantajan vaatimus kalenterin kansikuvasta oli luoda kuvituskuva, joka on ulkoilmajuhlan, kuten Vapun tai opiskelijoille suunnatun Approjen tapainen, joka henkii hauskuuden, ilon, yhteisöllisyyden ja positiivisten värien tunnetta.



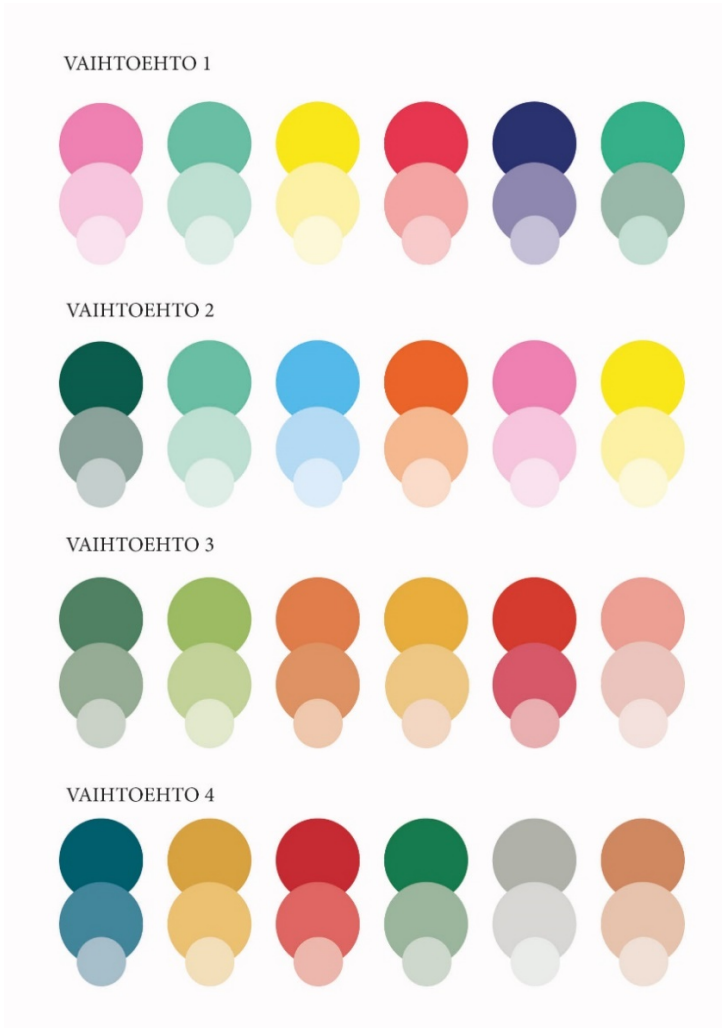
Kuva 7. Kuvakaappaukset Instagram-kyselystä ja opiskelijoiden antamista vastauksista.



Kuva 8. Kuvitusluonnosteluja opiskelijoiden antamien kyselyvastausten pohjalta.

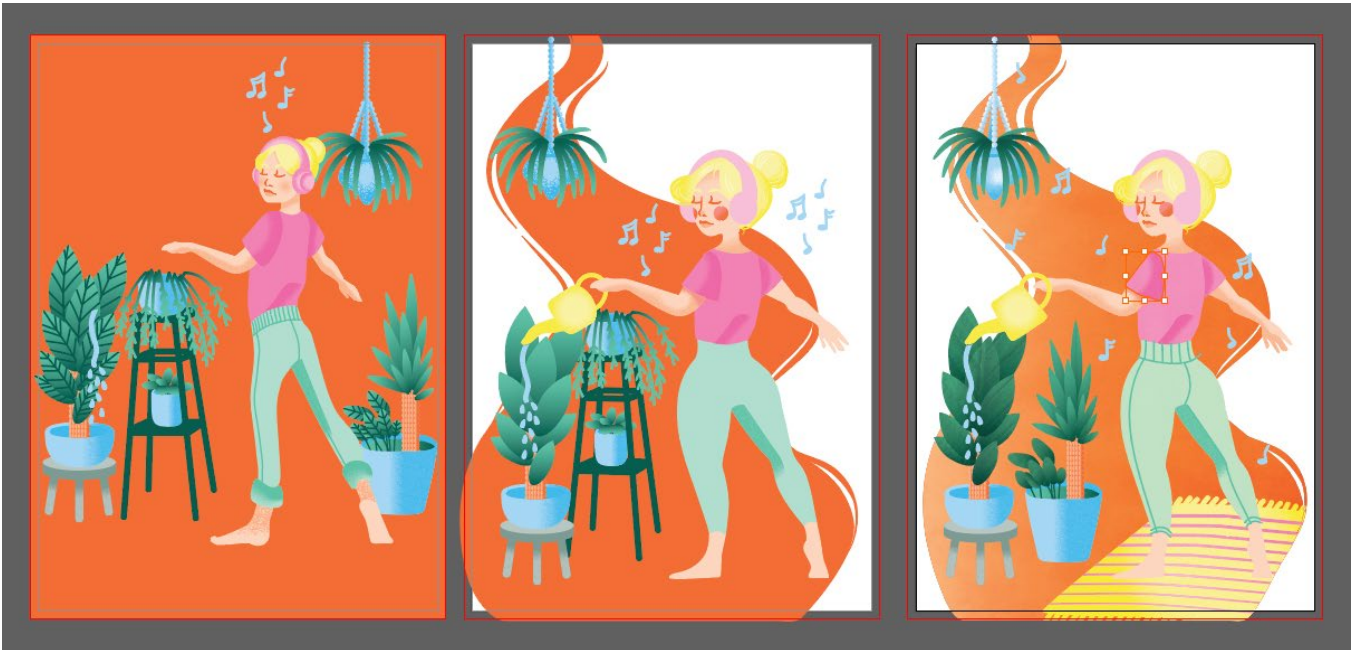
3.2.2 Värit

Suunnittelin neljä erilaista väripalettia (kuvio 2) toimeksiantajan kanssa tehdyn avohaastattelun pohjalta, sekä yrityksen arvomaailmaan ja henkeen perustuen. Toimeksiantaja mainitsi erikseen toivovansa vihreän värin käyttöä kalenterissa ja ehdoton ei oli violetin värin käyttö. Väripalettien lähtökohtina oli olla värejä, jotka herättävät positiivisia tunteita. Pääsääntöisesti palettia tulisi käyttää kalenterin kuvituskuvia tehtäessä, käyttäen myös päävärien erilaisia tooneja ja murroksia. Liian kirkkaita värejä ei kuitenkaan kannattanut valita, koska kyseessä on painotuote, joka tullaan painamaan CMYK-värijärjestelmää käyttäen. Tämä lyhenne tulee sanoista Cyan (syaani), Magenta (magenta), Yellow (keltainen) ja Key (avainväri eli musta). Painamiseen käyttäessä, puhutaan yleensä neliväripainosta, jossa kaikki neljä osaväriä painetaan paperille erikseen. (Värijärjestelmät, [viitattu 9.5.2021]). Kirkkaat värit eivät välttämättä toistu hyvin tällaisessa painossa.



Kuvio 3. Väri vaihtoehdot kalenterin visuaalista ilmettä varten.

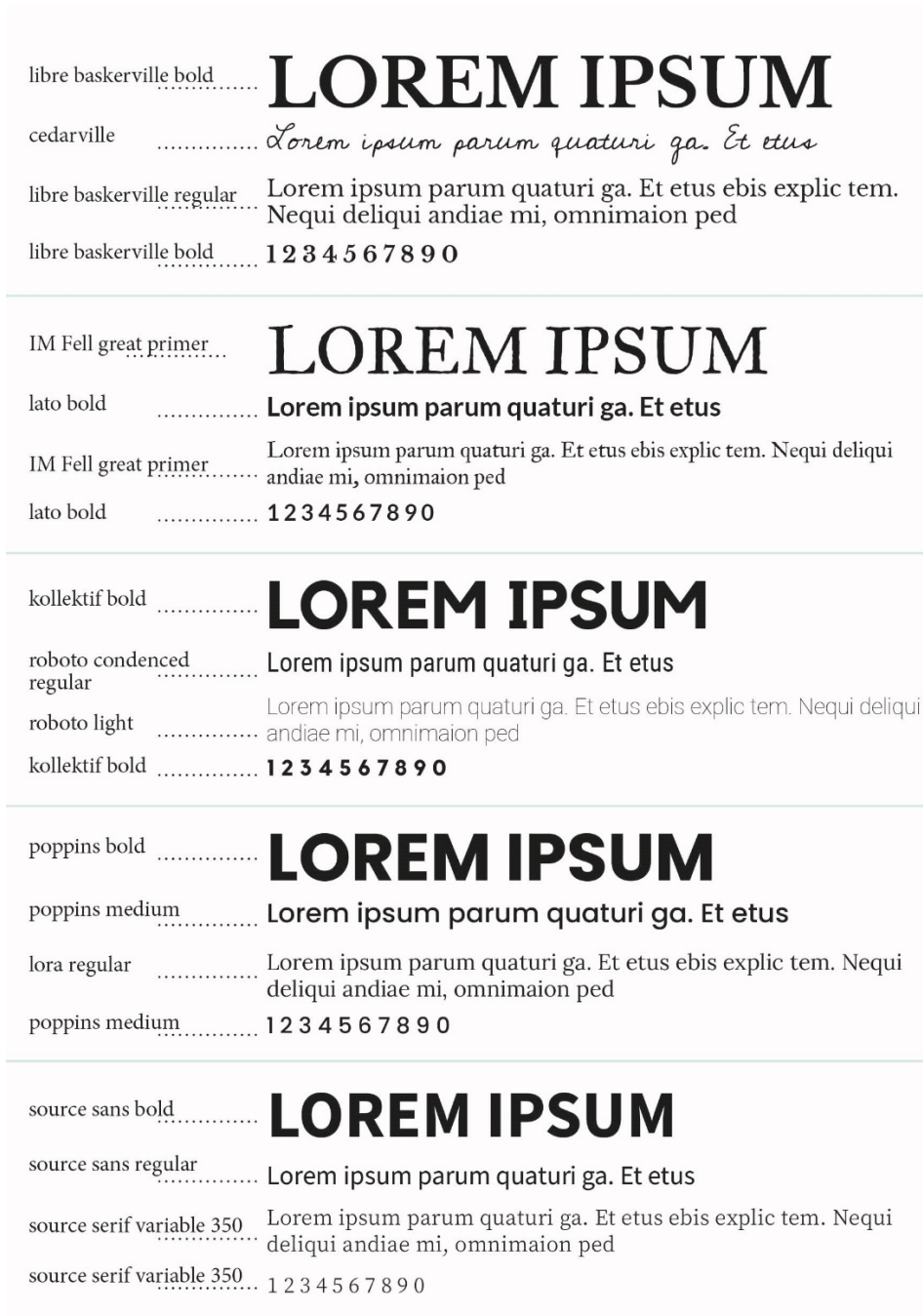
Toimeksiantaja valitsi vaihtoehtoista numeron 2 ja tämän myötä aloin työstämään Adobe Illustratorilla kuvituskuvia. Ensimmäinen kuva kävi läpi kolme kehitysvaihetta (kuvio 3). Toimeksiantaja oli tyytyväinen ensimmäiseen kuvitukseen, mutta oman intuition pohjalta lähdimme kehittämään kuvituskuvaa vielä eteenpäin. Hahmoa aloin muokkaamaan enemmän aikaisempien kahden ensimmäisen hahmoluonnosten mukaiseksi. Koin myös, että koko sivun täyttävä väritausta on liian tukkoinen ja hahmo leijuu tyhjän päällä. Aloin luomaan erilaisia graafisia muotoja, joita tulitisiin käyttämään kuvituskuvien taustalla, sekä tuomaan ilmavuutta ja yhtenäisyyttä kalenterin aukeaman kokonaisvaltaiseen ilmeeseen. Elävöittäakseni muotoja, lisäilin erilaisia tekstuureita sekoittaen ilmaisia kuvapankkikuvia hyödyksi käyttäen. Valitsin kuvapankkikuvia siten, että niitä saisi käyttää myös markkinointiin. Kaikki valmiit kuvituskuvat ovat nähtävissä tämän opinnäytetyön liiteosiossa (liite 3).



Kuvio 4. Kuvituskuvan kehitysvaiheet

3.2.3 Typografia

Typografia valikoitui kokeilemalla erilaisia vaihtoehtoja fonttikirjastoista, joiden uskoin sopivan kalenteriin. Koitin etsiä persoonallisia, universaaleja, visuaalisesti miellyttäviä, mutta kuitenkin lukijalle helppolukuisia kirjaisimia mitä kalenterissa tulitaisiin käyttää. Pidin myös mielessä kirjasintyyppiä valittaessa, että niiden lisenssit mahdollistavan käytön myös markkinointitarkoituksessa. Google Fonts -verkkosovellus on fonttikirjasto, joka mahdollistaa täysin fonttien käytön markkinoinnissa. Lopulta kyseisen sovelluksen kautta karsiutui omat suosikkini joista toimeksiantaja sai tehdä lopullisen valinnan häntä visuaalisesti miellyttävimmän kirjasintyyppien suhteen (kuvio 3). Toimeksiantajan mieleen ryhmä, missä olivat source sans – ja source serif -kirjasinperheestä olevat vaihtoehdot, koska ne olivat selkeät ja siistin näköiset sekä toivat kivaa kontrastia keskenänsä. Source sans -kirjasintyyppin vahvaa (bold) tyyliä harvemmallalla merkkivälityksellä tulitaisiin käyttää kalenterin otsikoinneissa suuraakkosin sekä kuukausi- ja viikkoaukeama sivuilla, ja Source serif -kirjasintyyppiä kalenteriin tulevissa tekstiosioissa ja numeroinnissa. Itkonen (2012) toteaa, että pionaakkosia on helpompaa lukea kuin suuraakkosia helppolukuisuuden ja tunnistettavuuden kannalta, mutta tässä tapauksessa uskoin groteskin kirjasintyyppin käyttämisen olevan vain etu otsikoinneissa siinä olevan luonteen takia ja näin kiistanalaisesti väittäen sen olevan helppolukuista oikein asetulla kirjasinkoolla ja -välityksellä. Kokeilimme myös käyttää kursivaa Cedarville -kirjasinperhettä eri kohtiin kalentereissa, mutta se oli loppujen liian naisellinen toimeksiantajan mielestä kalenterin sisällä, vaikka olikin visuaalisesti hyvin miellyttävä.



Kuvio 5. Kirjasintyyppivaihtoehtoja.

3.2.4 Kalenterin taitto

Lähestyessä uutta projektia, yksi ensimmäisistä näkökohdista, niiden loputtomien mahdollisuuksien takia, on huomioida sisältöalueen rakenne, mahdollisuudet kokosuhteiden elämiseen ja tapa miten lukija on vuorovaikutuksessa tuotteen kanssa. Tai mitenkä tuotetta tullaan pitämään käsissä tai tasolla. Sisällön toimivuutta ei saa vaarantaa esteettisesti miellyttävän koon vuoksi. Kuitenkin kun ihmiset ovat kehittäneet sivun historian, on syntynyt vakiosuhteita, jotka ovat selvästi miellyttävämpiä kuin muut, ja katsoja lukee usein

suunnitteluun historiallisen ja esteettisen kontekstin. Sisällöllä on suuri merkitys lopullisen sivun rakenteen määrittämisessä sekä koot ja mittasuhteet ovat synnyntäisesti mukavampia vuorovaikutuksessa toisiinsa tai ovat yksinkertaisesti miellyttävämpiä silmälle. Matemaattiset operaatiot, jotka perustuvat lukuihin, kuten esimerkiksi π (pii), näkyvät uudestaan ja uudestaan sivusuhteissa (Graver & Jura 2018, 92-94).

Lähtiessäni suunnittelemaan kalenterin taittoa Adobe Indesign -suunnitteluohjelmistolla, halusin että kalenterin sivut olisivat hyvin ilmavan oloisia ja käyttäjän vapaasti muokattavissa oman näköiseksi. Tässä vaiheessa tein suunnitelamaehdotukset vapaammalla kädellä ottamatta huomioon sen enempää teknisempiä taiton osuuksia, koska ne olivat kuitenkin muokattavissa, kun valinnat olivat tehty aukeamien suhteen. Tein kuukausisivusta (kuvio 6) yhden ehdotelman, ja viikkoaukeamista 3. Ensimmäinen ehdotus oli toimeksiantajan toivomusten mukainen (kuvio 7.) Toinen ehdotus oli toiveiden pohjalta tehty variaatio rajatumasta laatikkomaisemmasta aukeamasta, jossa viikonpäivät olivat yhdellä sivulla ja toiselle oli jätetty tilaa muistiinpanoille ja listauksille (kuvio 8). Viimeinen ehdotus oli oman ideoinnin pohjalta tehty vertikaalinen versio, jossa viikonpäivät jakautuivat koko aukeaman pituudella ja päiväruudukoiden alapuolelle oli jätetty tilaa tehtävälisauksille sekä tapaseurannalle (kuvio 9). Toimeksiantaja lopulta päätyi ideointini pohjalta tehtyyn aukeamaan, koska se oli helppolukuinen ja silmä pystyi helposti seuraamaan perässä vasemmalta oikealla sitä katsoessa ja laittaessa merkintöjä pohjaan. Tapaseuranta ruudukko kuitenkin poistettiin ja tilaa annettiin enemmän tehtävälisaukselle. Kuukausisivuun toimeksiantaja oli tyytyväinen, mutta toivoi että sivusta tehtäisiin kokonainen aukeama, johon lisätään ehdotus nro.2 muistiinpano sivu. Toimeksiantajan perustele tälle pyynnölle oli se, että jos aukeamalla olisi kaksi kuukausisivua, voisi se tuottaa turhia paineita ja sekavuuden tunnetta kalenterin käyttäjälle. Olisi myös hyvä, että aukeamallekin saisi tehdä enemmän merkintöjä kuukauden kuluessa.


Kuukausinäköymä

MA	TI	KE	TO	PE	LA	SU

Tärkeät päivät

Kuukauden tavoitteet

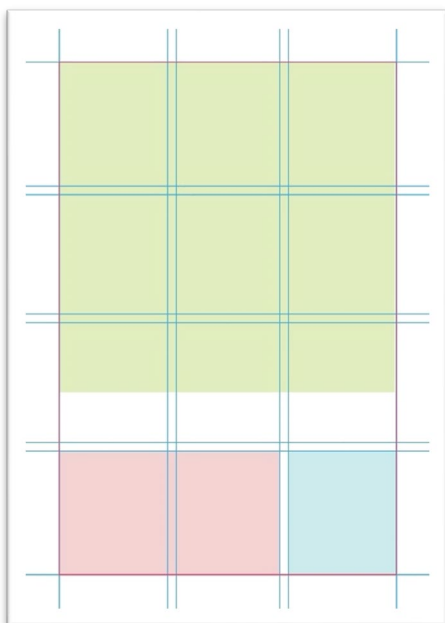
Kuvio 6. Kuukausisivu ehdotus.

Kuukausi:	Viikko:	LA/	SU/
MA/			
TI/		To do:	Miten meni niinku omasta mielestä?
KE/			
TO/			
PE/			
			Piirrä sun tunne tähän
			

Kuvio 7. Viikkoaukeaman ehdotus nro 1. Toimeksiantajan toiveiden mukainen.

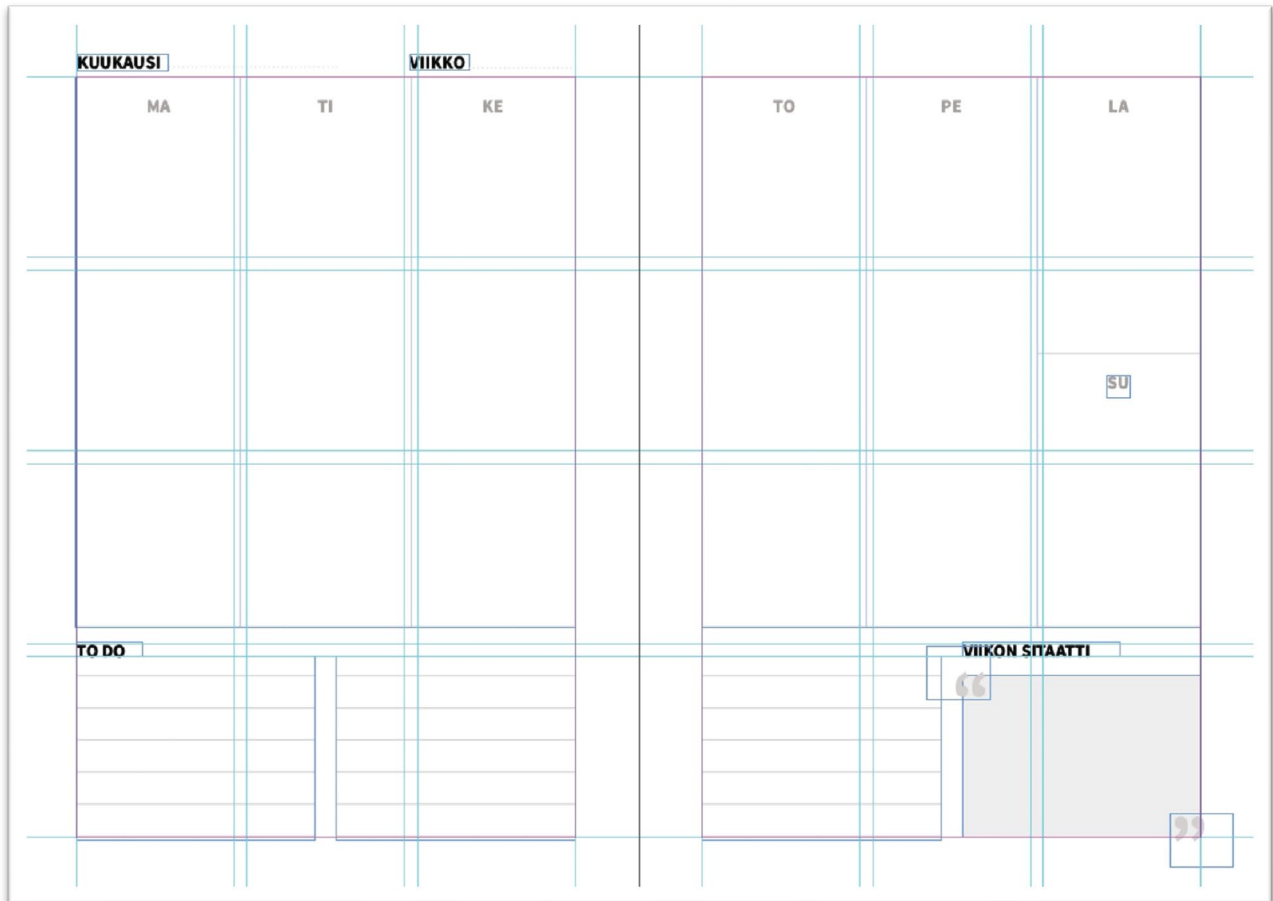
Kun kuukausi- ja viikkoaukeamat sekä muu sisältö oli hyväksytty toimeksiantajalla, otin apuvälineeksi taiton hiomiseen modulaariset ruudukot 3x4 suhdanteella, sekä mietin tarkemmin aukeaman marginaaleja. Modulaarinen ruudukko tuli toistumaan tavalla tai toisella kokonaisvaltaisesti kalenterin taitossa ja se auttoi myös jäsentelemään kalenterin muita osioita, otsikointia ja tekstin asettelua. Ruudukolla ja marginaaleilla ei kuitenkaan ollut käyttötarvetta värityskuvaa ja pistesivuja tehtäessä. Kalenterin marginaalit tulivat olemaan ylä- ala-, ulko- ja sisäsisennyksineen 15 mm. Halusin käyttää mahdollisimman paljon tilaa sisältöä varten, mutta yritin ottaa myös huomioon kalenterisivujen leikkaukset. Marginaalien tarkoituksena on kuitenkin suojata myös sisältöä. Tulostuksen ja leikkauksen vaihtelujen vuoksi reunusten rajaaminen estää sisällön tahattoman leikkaamisen. Ne estävät myös sisällön peittämisen lukijan peukaloilla (kirjan tai esitteen tapauksessa). (Graver & Jura 2018, 96). Toinen syy oli myös, että jos käyttäjä haluaisi koristaa kalenteriaan, olisi myös tilaa asetella sivujen reunalla kulkevia koristeteippauksia tai tarroja.

Modulaariset ruudukot (kuvio 10) ovat olennaisesti yhdistettyjä ruudukkoita, jotka koostuvat sekä sarakkeista että riveistä. Tämä yhdistelmä luo sarjan pieniä sisältöalueita, joita kutsutaan moduuleiksi, jotka voidaan yhdistää sekä pysty- että vaakasuunnassa, jolloin suunnittelija voi luoda lukemattomia erikokoisia ja muotoisia tilavyöhykkeitä. Tämän tyyppiset ruudukot ovat hyödyllisiä monimutkaisissa projekteissa, joissa on monia erikokoisia ja tärkeitä komponentteja, mutta voivat tarjota järjestyksen tunteen ja matemaattisen järkevyyden jopa yksinkertaisille julkaisuille (Graver & Jura 2018, 32.)



Kuvio 10. Havainnekuva 3x4 modulaari ruudukosta ja käyttöesimerkkejä.

Vaikkei esimerkiksi viikkoaukeama näitä apuvälineitä käyttäen muuttunutkaan radikaalisti, selkeytti se kuitenkin huomattavasti aukeamalla olevien moduuleiden skaalaamista haluttaviin kokoihin ja niiden jäsentelyä siistimmäksi (kuvio 11.). Viikkoaukeamilla vaihtelevat teematkin oli helpompi asetella, koska niillekin oli selkeästi rajattu alue (kuvio 12).



Kuvio 11. Kuvio viikkoaukeamasta modulaariruudiva ja marginaaleja apuna käyttäen.



Kuvio 12. Viikkoaukeaman oikeassa alakulmassa vaihtuvat teemat.

4 PROTOTYYPPI

Prototyypimalli soveltuu hyvin hankkeisiin, joissa on alkuvaiheessa vaikea tehdä yksiselitteistä määrittelyä projektin tavoitteista, jolloin se toteutetaan prototyypin kautta. Tehdään malli, jonka pohjalta kerätään palautetta ja kehitysehdotuksia ja onko tuote kannattavaa tuoda markkinoille. Näiden pohjalta tarkennetaan määrittelyitä ja suunnitelmia sekä toteutetaan seuraava prototyyppi tai valmis tuote, joka vastaa asetettuja vaatimuksia. (Kettunen 2003, 45.)

Projektin alusta lähtien, meillä oli toimeksiantajan kanssa selkeät visiot siitä mitä ja minkälaista tuotetta haluaisimme tuotteista. Prototyypin tekeminen johtui ennemminkin siitä, että halusimme palautteen ja kehitysehdotusten kannalta vielä mahdollisesti jatkokehittää kalenteria parempaan suuntaan valmiimmaksi tuotteeksi.

4.1 Kalenterin prototyyppi

Kalenterin koko muuttui suunnitteluvaiheessa B6-koosta A5-kokoon. Tarjouspyyntöä mahdollisille tulevaisuudessa tehtävälle painolle tehtäessä kartoittaaksemme mahdollisia kuluja, Kirjapaino Bookcover tarjosi kulullisesti samanhintaista versiota A5-kokoisesta kovakantisesta muistikirjasta, joka sisältää lukunauhan ja kynäpidikkeen, mitä B6-kokoisessa muistikirjassa vastaavasti ei ollut. Toimeksiantajan kanssa totesimme heti, että nämä ominaisuudet kalenterissa ovat hyödylliset ja varmasti nostaisivat kalenterin arvokkuutta.

Ensimmäinen prototyyppi on A5-kokoinen kovakantinen muistikalenteri, joka sisältää kokonaisuudessaan sataneljäkymmentäkahdeksan (148) sivua. Kalenterin ensimmäiset kymmenen (10) sivua sisältävät kalenterin omistaja -osion, saatekirjeen opiskelijalle, kaksi (2) kuvituskuvaa, Unelmat ja tavoitteet sekä Haasta itsesi posin (positiivisuuden) kautta! -osion ja listausaukeaman. Tämän jälkeen kalenterin kaksikymmentäneljä (24) sivua sisältävät kaksitoista (12) kuukausiaukeamaa, jonka jälkeen alkavat viisikymmentäkaksi (52) viikkoaukeamaa, joita on yhteensä sataneljä (104) sivua. Viikkoaukeamien puolella välissä on väritysaukeama, joka on kaksi (2) sivua. Viikkoaukeamien jälkeen kalenterin loppuun on varattu viisi (5) sivua pistesivuille. Pistesivuja ennen ja jälkeen on kaksi (2) kuvituskuvaa, jotka vievät kalenterista tilaa kolme (3) sivua. Prototyypistä tehtiin vielä 30 sivuinen PDF-tiedosto, joka ladattaisiin online-julkaisuksi verkossa selaamista varten. Tiedosto sisälsi kalenteriin

tehdyt etu - ja takakannen kuvitukset, kalenterin alkuosion, kuukausiaukeaman, väritysaukeaman, kaksi viikkoaukeamaa, pistesivuaukeaman ja kuvituskuvat.



Kuva 9. Prototyypistä tehty mockup presetti (Kuvälähde; Graphigburger.com-sivusto).

4.2 Kalenterin painotekniset tiedot

Mikäli kalenteri tulevaisuudessa lanseerataan, niin kalenterin tulee painattamaan Seinäjoella sekä Espoossa toimiva Kirjapaino Bookcover. Toimeksiantaja on aikaisemminkin tehnyt yhteistyötä kirjapainon kanssa teettäessä opiskelijakunta SAMOn historiikkia. Pyysimme Bookcoverilta tarjouspyyntöä 100 kpl kalenterin painattamiselle.

Kalenteri olisi kovakantinen, A5-kokoinen (kuva 10). Kalenterin sisuksena käytettäisiin Arctic matt päällystetty 115 g/m² -painopaperia. Kansi olisi 2 mm kansipahvi, Arctic silk 130mg/2mg painopaperilla. Sidonta olisi kovakansisidonnalla, valkoisilla esilehdillä MultiOffset 120/mg², päänauhalla sekä puhtaaksileikkauksella. Kirjassa olisi myös lukunauha ja ommeltu kynäpidike, joka nostaisi heti kalenterin arvokkuutta.

Painotiedosto lähetetään kirjapainolle pdf-muodossa, jossa kirjan sisuksen sivuilla on 3mm leikkausvarat. Painotiedostossa täytyy ottaa huomioon myös kannen mitat, joka siihen tulee esimerkiksi kuvituskuva.

Kannen mitat ovat seuraavat:

- Kannen leveys: 15 mm kääntövara + kansi 146 mm + taive 7mm + selkä 14mm + taive 7 mm + kansi 146 mm + 15 mm kääntövara = 350mm
- Korkeus: 15 mm kääntövara + kansi 216 mm + kääntövara 15mm = 246 mm



KUVA POISTETTU

Kuva 10. Bookcover muistikirjat, lukunauha, kynäpidike ommeltu ja wire (Kualähde: Hiltunen,V. Bookcover Oy)

5 PALAUTE JA JATKOKEHITYS

5.1 Toimeksiantajan palaute

Toimeksiantaja oli erittäin tyytyväinen kalenterin ensimmäisen prototyypin lopputulokseen. Välimaa kuvaili kalenterin ulkoasua ja sisältöä upeaksi ja täydelliseksi. Kalenteri oli taitettu toimeksiantajan toiveita ja yhteistä ideointia mielessä pitäen ja se oli toteutettu sen mukaisesti. Kalenteriprojekti meni toimeksiantajan mielestä kokonaisvaltaisesti todella hyvin ja toimeksiantajan päässä olevat visiot ja ideat saatiin todella hyvin paperille.

Aikataulu oli tiukka, mutta tekijä onnistui tekemään ihan hurjan ison työn lyhyessä ajassa ammattimaisesti. Kalenteri on upea ja uniikki, jonka toivomme valtaavan markkinat. Palautteessa oli ruusuja ja risuja kuvituksesta, joka totta kai jakaa mielipiteitä. Pitää vielä miettiä mitä sen kanssa tehdään, mutta kaikkea ei voi miellyttää, se on selvä. Palautteessa oli paljon kehuja sisällöstä ja se on kyllä mahtava. Palautteessa oli myös, että olisi hyvä, jos kalenterissa olisi SeAMKin juttuja, MUTTA tämä kalenterihan on kaikille Suomen opiskelijoille.
– Välimaa, H. Toimitusjohtaja. Seinäjoen Opiskelijapalvelut Oy.

Toimeksiantaja toivoo, että kalenteri tullaan julkaisemaan jossain vaiheessa, jos kysyntää on ja opiskelijoiden tekemän palautteen myötä niitä olikin jo jonkin verran.

5.2 Opiskelijoilta kerätty palaute

Prototyypin valmistuttua halusimme lopuksi vielä toimeksiantajan kanssa kartoittaa lanseeraus- ja jatkokehittämismahdollisuudet kohderyhmälle suunnatun avoimen kyselylomakkeen avulla Facebook ja Instagram sosiaalisen median alustoja avuksi käyttäen. Teimme toimeksiantajan yrityksen profiilialustoille julkaisun, minkä kautta pääsi avoimeen kyselytutkimukseen ja selaamaan sähköistä versiota kalenterista. Virtanen (2020) toteaa, mikäli kehitystyötä tehdään ilman että asiakkaisiin pidetään yhteyttä kehitysprosessin aikana ei tiedetä, onko siitä muotoutumassa asiakkaalle hyödyllinen tai lisäarvoa tuottava tuote.

Välissä tapahtuvan nopean palautteen mittaamisen avulla ymmärretään, miten toimintoa tulisi kehittää, jotta asiakkaan kokemus paranisi heidän haluamaan suuntaan ja siten lopulta parantaisi konkreettisia tuloksia. Näihin ja prototyyppiin liittyvät odotusarvot ja positiivinen ilmapiiri saavat tukea, mutta samalla siihen liittyy ”puolivillaisesta” suhtautumisesta, joka voi riskeerata paljon (Gert & Korhonen 2016, 166–174).

Verkkokysely on toteutettu Google forms -kyselytutkimustyökalulla. Kysely (Liite 2) käynnistettiin 7.8.2021 iltapäivästä, ja siitä on kerätty dataa tähän opinnäytetyöhön 9.5.2021 noin kello 16:00 asti. Prototyyppiä pääsi sähköisesti selaamaan Heyzine Flipbooks -verkkosovelluksen kautta, johon saa ladattua pdf-tiedoston, joka konvertoidaan sähköisesti selattavaksi lehtiseksi. Tähän mennessä kyselyyn osallistui yhteensä 37 henkilöä. Verkkokysely oli käynnissä vain hetken aikaa, mutta riittävän vastaajamäärän vuoksi kyselystä sai varteenotettavia tuloksia. (Välimaa & Komulainen 2021.)

Tänä aikana saadun palautteen myötä kalenterin vastaanotto oli suurimmaksi osaksi positiivinen ja varteenotettavia kehitysehdotuksia kalenterin sisällöstä tuli monipuolisesti. Vastaajat pitivät eritoten kalenterin selkeästä ulkoasusta väreine ja fontteineen, yksinkertaisuudesta, kuinka siitä saisi helposti oman näköisen ja henkilökohtaisen sekä kuinka kalenterissa oli tilaa luovuudelle ja kirjoittamiselle. Viikkoaukeama oikean sivun alakulmassa vaihtuvine teemoineen oli myös vastaajien mielestä erittäin kiva lisä. Muutamat vastaajat kertoivat tarpeesta kattavalle tehtävälistaukselle lukukaudelle tai kursseille.

Kalenterin kansikuva ja kuvitukset jakoivat mielipiteitä. Moni vastaajista piti kuvien värikkydestä, visuaalisesta toteutuksesta ja sen tuomasta positiivisista tunteista. Toiset kaipasivat hillitympää värimaailmaa ja kuvitus oli vähän ehkä lapsellinen. Väritysaukeama jakoi tasaisesti mielipiteitä puolesta ja vastaan. Eräs vastaajista ehdotti muidenkin kuvituskuvien kääntämistä mustavalkoisiksi, jotta kalenterin käyttäjä itse saisi värittää kaikki kuvat mieluisikseen. Muutamalla kyselyyn vastaajalle heräsi kysymys siitä, että onko kalenteri kuitenkin liian feminiininen ja ostaisivatko miesopiskelijat välttämättä kalenteria tästä syystä. Ohessa vielä suoria lainauksia kyselylomakkeeseen vastanneiden opiskelijoiden palautteesta.

- Hieno kalenteri! Pidin väreistä, yksinkertaisuudesta ja selkeydestä. Kuukausiaukeamat ja viikkoaukeamat olivat ihanan selkeät. Alun listaaukeama oli kiva, missä pystyi listaamaan esim. Tenttipäivämääriä. Jäin ehkä kaipaamaan sille aukeamalle listaa, jonka olisi saanut otsikoida itse, omien tarpeiden mukaan. Toki, jos hankkisin kalenterin niin liimaisin päälle sen otsikon mitä haluaisin listata.
- Ulkonäkö liian kirjava aikuisopiskelijan ja bujoilijan näkökulmasta katsottuna. Haaste-sivut erinomainen ajatus ja esimerkki näistä inspiroiva! Tenteille tekisin oman aukeaman, jolloin tilaa olisi esim. lukuaikatauluja varten. Eikä tentit suotta sekoittuisi toisiin listoihin. Lukulista olisi hyvä lisä, eli saisi kaikki tarvittavat matskut yhdelle aukeamalle ja esim. merkattua, mitkä on netissä, mitkä omia/kirjaston kirjoja. Kuukausi- ja viikkoaukeamat erittäin toimivan

näköisiä! Niissä on tarpeeksi tilaa! Kovakantinen kirja auttaa lennossa kirjaamiseen, mutta pöytätyöskentelyssä voi tulla ongelmia auki pysymisen kanssa. Opiskelijalle paras vaihtoehto spiraaliselkämys ja siihen kovat kannet? Lisäisin kalenteriin vielä vuosijanan, josta näkisi esim projektien tai kurssien aikajanat (ja paljon odotetut lomat). Ihanaa, että on kehitetty opiskelijoille oma ja melko muokattavissa oleva kalenteri, joka ei ole niin kankea, kuin itse käyttämäni opiskelupaikkojen tarjoamat kalenterit! Jatkaa hyvää työtä!

- Ihanan värikäs ja simppele kalenteri 😊
- Ulkoasu ei miellyttänyt omaa silmää, vaikutti lähinnä ala- tai yläastelaisen kalenterilta. Idea kuitenkin loistava.

Kyselyssä tiedusteltiin myös sitä, hankkisiko vastaaja kyseisen kalenterin, mikä olisi kalenterille sopiva hinta ja haluaisiko opiskelija ostaa kalenterin lisäksi siihen teemallisesti kuuluvia tarroja? Yli puolet kyselyyn vastanneista vastasivat kyllä tai ehdottomasti. Arviolta yksi kolmasosa taas puolsi ei, mutta suurinta osaa näistäkin vastauksista perusteltiin siten että, kyselyyn vastaajalla oli jo käytössä itselleen toimiva kalentersysteemi. Muutamia ehkä vastauksia tuli, joissa parissa pohdittiin sitä, että lopullisen päätöksen tekisi kalenterin hinta. Hintaa koskevan kysymyksen pohjalta, kalenterin hintahaarukka meni alle kymmenestä (10) eurosta jopa kolmeenkymmeneen (30) euroon asti. Arviolta kalenterin hinnaksi vastauksien keskiarvon perustella tulisi viisitoista (15) euroa. Kysymys tarroista sai suurimmaksi osaksi myöntäviä vastauksia, joissa mielipiteet siitä pitäisikö tarrat kuulua jo valmiiksi kalenteriin vai saisiko niitä ostettua erikseen jakautuivat hyvin tasaisesti.

5.3 Mahdolliset jatkokehitykset

Kun yritys kerää tietoa asiakkaiden reaktioista ja käyttäytymisestä sekä toiveista, tämän tiedon pohjalta tuotetta voidaan parantaa ja hioa edelleen tai korjata tarpeen mukaan, tai tuotekehityksen kohde voidaan myös hylätä. Tämä jopa hiomattomien tuotteiden testaus on uuden ajan tapa lanseerata tuotteita ja samalla kartoittaa markkinaa ja kiinnostusta niille. Tämä haastaa osaltaan uudenlaiseen ajatteluun. (Villanen 2020, 109.)

Kalenterista saadun palautteen perusteella kalenteri kaipaisi vielä pienimuotoisia muutoksia ja lisäyksiä, jotta sen voisi ajatella lanseerauskelpoiseksi. Kalenterin viikkoaukeama ja muu sisältö ja värimaailma saivat enimmäkseen positiivista palautetta, jotenka todennäköisemmin niiden taittoon ei tulisi puuttumaan sen enempää. Kuukausiaukeaman ruudukkoa voisi

6 YHTEENVETO JA POHDINTAA

Kalenterin prototyyppi otettiin vastaan erittäin positiivisesti sekä toimeksiantajan että opiskelijoiden antaman palautteen myötä. Prototyypistä pidettiin, se toteutti tarkoitustaan ja sille olisi potentiaalisia ostajia. Kuitenkin palautteista myös nousi ilmi vielä kalenterin pienimuotoiselle kehitystarpeelle. Näitä kehitystarpeita on tärkeä ottaa huomioon, jotta tuotteesta varmasti saataisiin yhä enemmän yrityksen arvolupauksen mukainen, vaikka se sitä jo suurimmaksi osaksi onkin. Kalenteria tullaan siis vielä jatkokehittämään toimeksiantajan kanssa tulevaisuudessa.

Opinnäytetyö kuitenkin saavutti tavoitteensa ja opinnäytetyön tekijä ymmärsi toimeksiantajan toiveita ja näkemyksiä kalenterin suunnitteluprosessin suhteen. Sisäisen asiakassuhteen välinen kommunikointi etätyöskentelystäkin huolimatta toimi moitteettomasti. Aikataulu oli projektityön suhteen hyvin tiukka, ja ulkoisten tekijöiden takia venähtikin suunniteltua pidemmäksi, mutta projektin ensimmäinen prototyyppi saatiin toteutettua tekijän omien suunniteltujen aikamäärien sisällä.

Toivottavaa olisi sekä tekijän että toimeksiantajan toimesta, että kalenteri saataisiin jatkokehityksen jälkeen valmiiksi lanseerattavaksi tuotteeksi ja se vetoaisi tuotteena ja oivana ajanhallinnan apuvälineenä mahdollisimman moneen opiskelijaan ympäri Suomen, eikä pelkästään Seinäjoen ja Etelä-Pohjanmaan alueella. Tätä varten olisi hyvä suunnitella kalenterin lanseeraussuunnitelma, jotta kalenteri saisi varmasti toivottua näkyvyyttä.

Opinnäytetöitä kalenterisuunnittelusta on tehty aikaisemmin muutama, mutta ne ovat vahvasti keskittyneet päivättyjen taskukalenterien tekemiseen ja niiden visuaalisiin elementteihin. Olisin toivonut saavani käsiini enemmän tietoa ja näkemystä kalentereiden varsinaisesta taitosta. Tästä ei muutenkaan löytynyt helposti taustatietoa tai jos mahdollista kirjallisuutta aiheesta löysi, oli aineiston saaminen hyvin hankalaa. Sen olisi melkein joutunut ostamaan ja tarvittavia resursseja tekijällä siihen ei valitettavasti ollut. Muuten tarvittavaa tietoa asiakaslähtöisyydestä, taitosta, graafisesta suunnittelusta ja siihen kuuluvista osa-alueista löytyi kiitettävästi.

LÄHTEET

- Arnold, A. 29.9.2015. 5 reasons why images speak louder than words. [Verkkoartikkeli]. LinkedIn. [Viitattu 8.5.2021]. Saatavana: <https://www.linkedin.com/pulse/5-reasons-why-images-speak-louder-than-words-gabe-arnold/>
- Gerdt, B. & Korhonen, K. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus: työkalupakki. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Graafinen. 2015. Värijärjestelmät. [Verkkosivu]. [Viitattu 9.5.2021]. Saatavana: <http://www.graafinen.com/suunnittelu/varit/varijarjestelmat/>
- Hardcover Book MockUp #2. 2017. [Mockup]. Graphigburger. Saatavana: <https://graphicburger.com/hardcover-book-mockup-2/>
- Hiltunen, V. 2021. Bookcover muistikirjat, lukunauha, kynäpidike ommeltu ja wire. [Kuva]. [Viitattu 9.5.2021]. Seinäjoki: Bookcover Oy.
- Itkonen, M. 2012. Typografian käsikirja. 4.painos. Helsinki: RPS-yhtiöt.
- Kalenterimania 2018. Kalenteritermistö auki – bullet journal. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 4.5.2021]. Saatavana: <http://www.kalenterimania.com/2018/03/kalenteritermistö-auki-bullet-journal/>
- Kettunen, S. 2003. Onnistu projektissa. Juva: WS Bookwell Oy.
- Laihonen, K. 2017. Kalentereita myydään yhä 12 miljoonaa – ”Ihmiset haluavat nähdä nimipäivät” [Verkkojulkaisu]. Yle (Yle uutiset). [Viitattu 4.5.2021]. Saatavana: <https://yle.fi/uutiset/3-9380646>
- Pihlaja, S. 2018. Aikaansaamisen taika – näin johdat itseäsi. Atena Kustannus Oy. 35–38.
- Scribble A5 lukuvuosikalenteri 2021-2022. [Kuva]. [Viitattu 8.5.2021]. Suomalainen Kirjakauppa Oy. Saatavana: https://cdn.shopify.com/s/files/1/0061/0372/8217/products/7332696104827_326577_2048_4000x.progressive.jpg?v=1611168751
- Scribble A5 lukuvuosikalenteri 2021-2022. [Kuva]. [Viitattu 8.5.2021]. Suomalainen Kirjakauppa Oy. Saatavana: https://cdn.shopify.com/s/files/1/0061/0372/8217/products/7332696104827_326601_2048_4000x.progressive.jpg?v=1611168751
- Siponmaa, K. 2020. Sähköinen kalenteri ei ole syönyt paperialmanakan suosiota [Verkkojulkaisu]. Yle (Yle uutiset). [Viitattu 4.5.2021]. Saatavana: <https://yle.fi/uutiset/3-11680986>

- Todd, D. Ei päiväystä. What is vector art? [Verkojulkaisu]. Adobe. [Viitattu 9.5.2021]
Saatavana: <https://www.adobe.com/creativecloud/illustration/discover/vector-art.html>
- Tolvanen, J. 2012. Kohtaaminen – Ymmärrä kohderyhmääsi. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Villanen, J. 2020. Kehitä tai kuihdu – käsikirja muutoksessa pärjäämiseen. Helsinki: Basam Books Oy.
- Välimää, H. 2021. Toimitusjohtaja. Seinäjoen opiskelijapalvelut Oy. Haastattelu 1.4.2021.
- Väyrynen, S. 2018. Kuvitus antaa tilan visuaalisuuden leikille. [Verkkolehtiartikkeli]. Kide 39 (4), 7 [Viitattu 30.3.2021]. Saatavana: https://issuu.com/ulapland/docs/kide_4_2018_issuu

LIITTEET

Liite 1. Kyselypohja kalenterin suunnitteluun liittyen

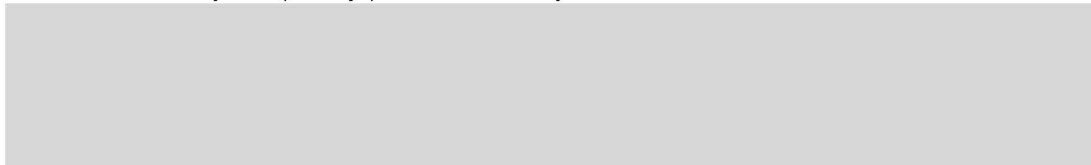
Liite 2. Googleforms -kyselytutkimus opiskelijoille ja Heyzine Flipbooks -verkkosovelluksen näkymä.

Liite 3. Kalenterin taitto

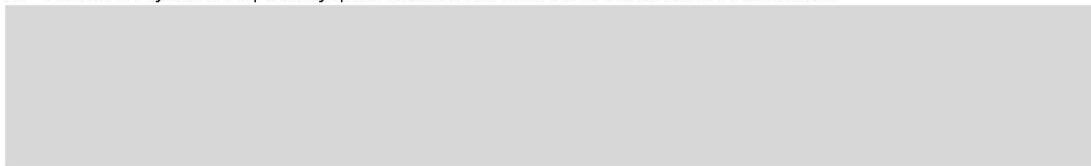
Liite 1. Kyselypohja kalenterin suunnitteluun liittyen

KYSELY SEINÄJOEN OPISKELIJAPALVELUT OY:LLE KALENTERISUUNNITTELUUN LIITTYEN

1. Mitkä ovat Seinäjoen Opiskelijapalveluiden arvot ja asenteet?



2. Millainen ajattelet Opiskelijapalveluiden olevan? Mitä mielikuvia se herättää?



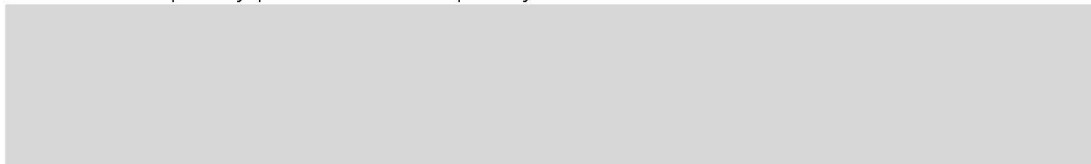
3. Kuvaile Opiskelijapalveluita väh. viidellä sanalla tai väreillä:



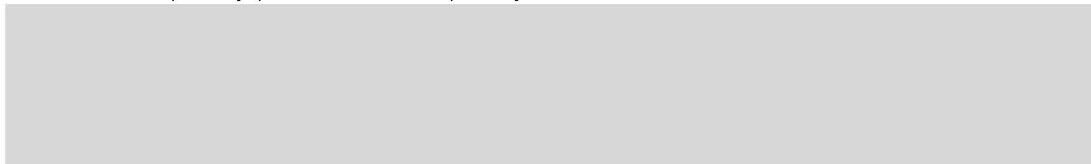
4. Kuvaile SeAMKin opiskelijoita väh. viidellä sanalla tai väreillä:



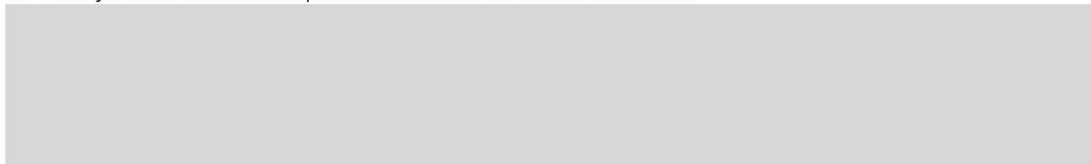
5. Millaisena Opiskelijapalvelut haluavat opiskelijoiden näkevän heidät?



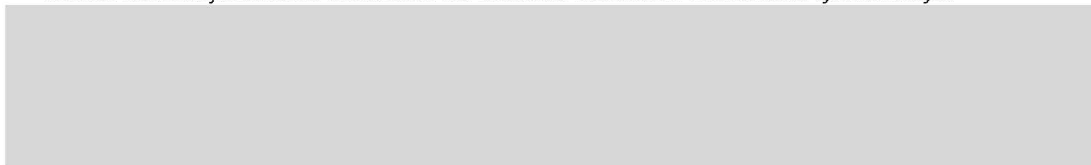
6. Millaisena Opiskelijapalvelut näkevät opiskelijat?



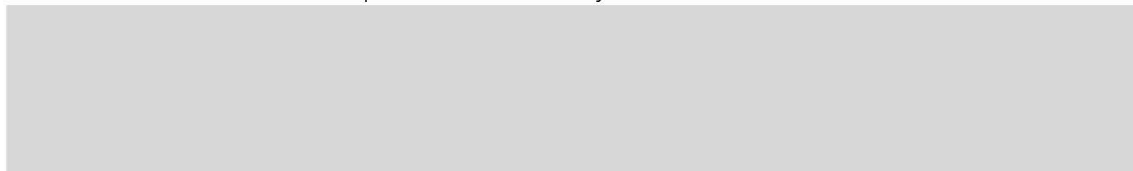
7. Mikä ja ketkä vaikuttavat päätöksentekoonne asioita tehdessä?



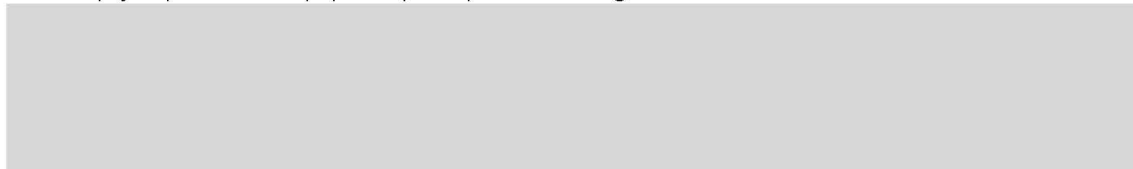
8. Kuinka teidän yrityksessä suhtaudutaan ajanhallinnallisiin metodeihin ja miten niitä toteutetaan? Luovaa kaaosta jatkuvassa flowtilassa vai kellontarkkaa suunnitelmallista työskentelyä?



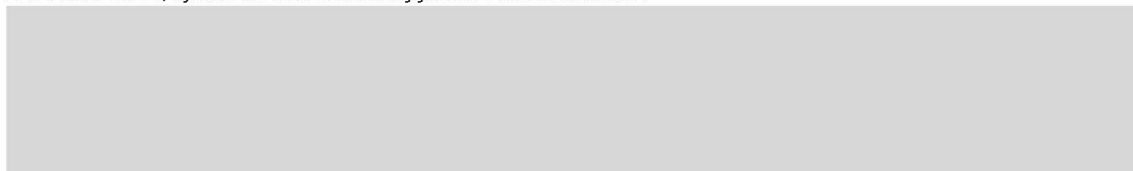
9. Miksi itse uskot kalenterin tarpeen olevan tärkeä arjen hallinnassa?



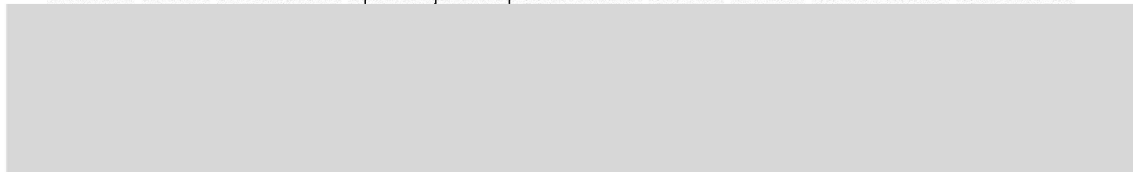
10. Kumpi jompi vai molempi parempi? Paperinen vai digitaalinen kalenteri?



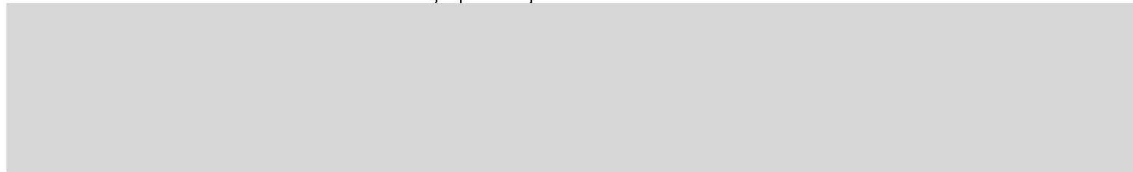
11. Miksi tarve/ajatus heräsi tehdä myyntiin vuosikalenteri?



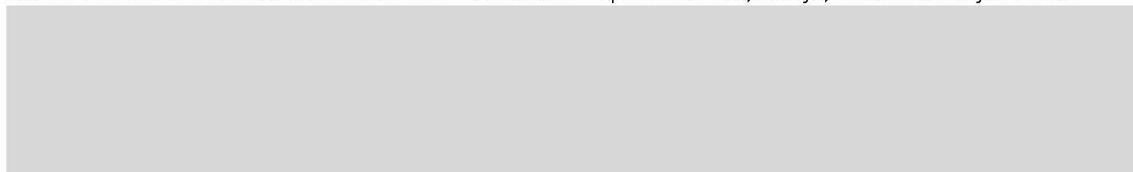
12. SeAMKin opiskelijoille on aikaisemmin toimestanne jaettu ilmaiseksi A6-kokoinen vuosikalenteri. Uskotko tämän vaikuttavan opiskelijoiden päätökseen hankkia tai olla hankkimatta kalenteria?



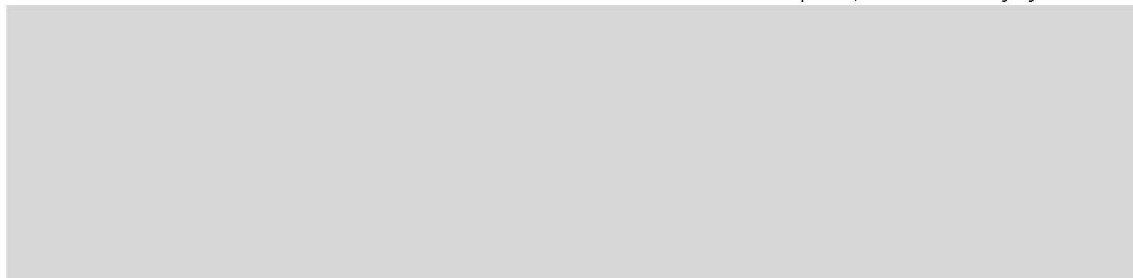
13. Mikä tekee Opiskelijapalveluiden kalenterista muista edukseen erottuvan ja hyvän ajanhallinnan apuvälineen teidän asiakaskunnallenne/opiskelijoille?



14. Mitä muita asioita haluaisit kalenterin sisältävän? Tapaseurantaa, listoja, mielikuvaharjoituksia?



15. Kerro muutamalla lauseella parhain muistosi Opiskelijapalveluista. Oliko se joki tapahtuma? Työyhteisön kanssa koettu hauska hetki? Asiakaskohtamiset? Jos on useampikin, saa luetella lyhyesti.



Kiitos kysymyksiin vastaamisesta :)

Liite 2. Google forms -kyselytutkimus

Heippa opiskelija!

Kerro meille mielipiteesi kalenterista! Kalenterin on suunnitellut meidän koulun opiskelija oppinnäytetyönä.

Kalenteri tulee olemaan A5 koossa ja kovilla kansilla varustettuna.

"Tämä kalenteri on omistettu sinulle, opiskelija! Halusimme luoda kalenterin, joka palvelee opiskelijaa ja on opiskelijan näköinen. Kalenteri on uniikki ja juuri sinulle suunniteltu!

Tämän päivämäärättömän kalenterin voit aloittaa milloin vain sinulle sopii ja voit tehdä kuukausi- ja viikkoaukeamista juuri sinun kaltaisesi. "Keep it simple" tai koristele kynin, tarroin ja teipein, ihan miten itse oman fiiliksen mukaan haluat! Olemme lisänneet kalenteriin myös asioita, jotka toivottavasti tuovat pieniä positiivisuuden palasia hetkiisi.

Toivomme, että kalenteri tulee palvelemaan tarpeitasi ja on sinun arkesi ajanhallinnan ja itseohjautumisen oiva apuväline, jota käytät mielelläsi ja haluat palata siihen yhä uudelleen ja uudelleen."

Mikä olisi sopiva hinta kalenterille? Kalenteri on vuoden mittainen.

Oma vastauksesi _____

Ostaisitko tarroja joissa on saman tyylinen kuvitustyyli kuin kalenterissa? Mm. "Treenit", "Tentti" ja yleisiä positiivisia tsemppilauseita.

Oma vastauksesi _____

Avoin palaute

Oma vastauksesi _____

Ajatukset kalenterista (risut ja ruusut)

Oma vastauksesi _____

Hankisitko kalenterin?

Oma vastauksesi _____

Lähetä

Heyzine flipbooks -verkkosovelluksen näkymä

Opiskelijan Lukuvuosikalenteri

Seinäjoen opiskelijapalvelut Oy

Uniikki päiväämätön lukuvuosikalenteri ja juuri opiskelijoille suunniteltu!



UNELMAT JA TAVOITTEET

Tähän sivulle voit kirjata ylös tai piirtää oman mielikuvan siitä, mitä unelmia tai tavoitteita haluaisit toteuttaa tulevan vuoden aikana. Vuoden lopussa voit palata takaisin sivulle ja katsoa, mitä kaikkea sait aikaan vuoden aikana. Voit olla todella ylpeä saavutuksistasi!

Powered by
Heyzine
Flipbooks

Liite 3. Kalenterin taitto

KALENTERIN KANSIKUVITUS



KALENTERIN OMISTAJA

Nimi _____

Tutkinto-ohjelma _____

Osoite _____

Sähköposti _____

Puhelinnumero _____

Some _____

SINULLE KALENTERIN OMISTAJA

Tämä kalenteri on omistettu sinulle, opiskelija! Halusimme luoda kalenterin, joka palvelee opiskelijaa ja on opiskelijan näköinen. Kalenteri on uniikki ja juuri sinulle suunniteltu!

Tämän päivämäärättömän kalenterin voit aloittaa milloin vain sinulle sopii ja voit tehdä kuukausi- ja viikkoaukeamista juuri sinun kaltaisesi. "Keep it simple" tai koristele kynin, tarroin ja teipein, ihan miten itse oman fiiliksen mukaan haluat! Olemme lisänneet kalenteriin myös asioita, jotka toivottavasti tuovat pieniä positiivisuuden palasia hetkiisi.

Toivomme, että kalenteri tulee palvelemaan tarpeitasi ja on sinun arkesi ajanhallinnan ja itseohjautumisen oiva apuväline, jota käytät mielelläsi ja haluat palata siihen yhä uudelleen ja uudelleen.





UNELMAT JA TAVOITTEET

Tähän sivulle voit kirjata ylös tai piirtää oman mindmapin siitä, mitä unelmia tai tavoitteita haluaisit toteuttaa tulevan vuoden aikana. Vuoden lopussa voit palata takaisin sivulle ja katsoa, mitä kaikkea sait aikaan vuoden aikana. Voit olla todella ylpeä saavutuksistasi!

HAASTA ITSESI POSIN KAUTTA!

Opiskelijan arjessa voi olla välillä raskaitakin hetkiä ja siksi ajatukset helposti näissä tilanteissa virittyvät negatiivisiksi. Mielikuvat vaikuttavat siihen miten koemme asiat. Tällä mielikuvaharjoituksella haluamme helpottaa taakkaasi! Kuvittele siis haasteesi, kirjoita se ylös ja keksi sekä kirjaa 3 positiivista asiaa tai apukeinoa alapuolelle, millä saat suoritettua haasteen helpommin ja nopeammin.

HAASTE

Tärkeä tentti on lähestymässä, eikä minua kiinnosta olleenkaan valmistautua tai lukea sitä varten :(

- 1 kuuntelen lempimusiikkiani tenttiaineistoa luettaessa
- 2 tenttiaineiston luettuani läpi palkitsen itseni pienellä herkulla :)
- 3 hyvin valmistautuneena itse tentin suorittaminen sujuu helpommin!

HAASTE

- 1
- 2
- 3

HAASTE

- 1
- 2
- 3

HAASTE

- 1
- 2
- 3

HAASTE

- 1
- 2
- 3

HAASTE

- 1
- 2
- 3

HAASTE

- 1
- 2
- 3

HAASTE

- 1
- 2
- 3

HAASTE

- 1
- 2
- 3

HAASTE

- 1
- 2
- 3

HAASTE

- 1
- 2
- 3

HAASTE

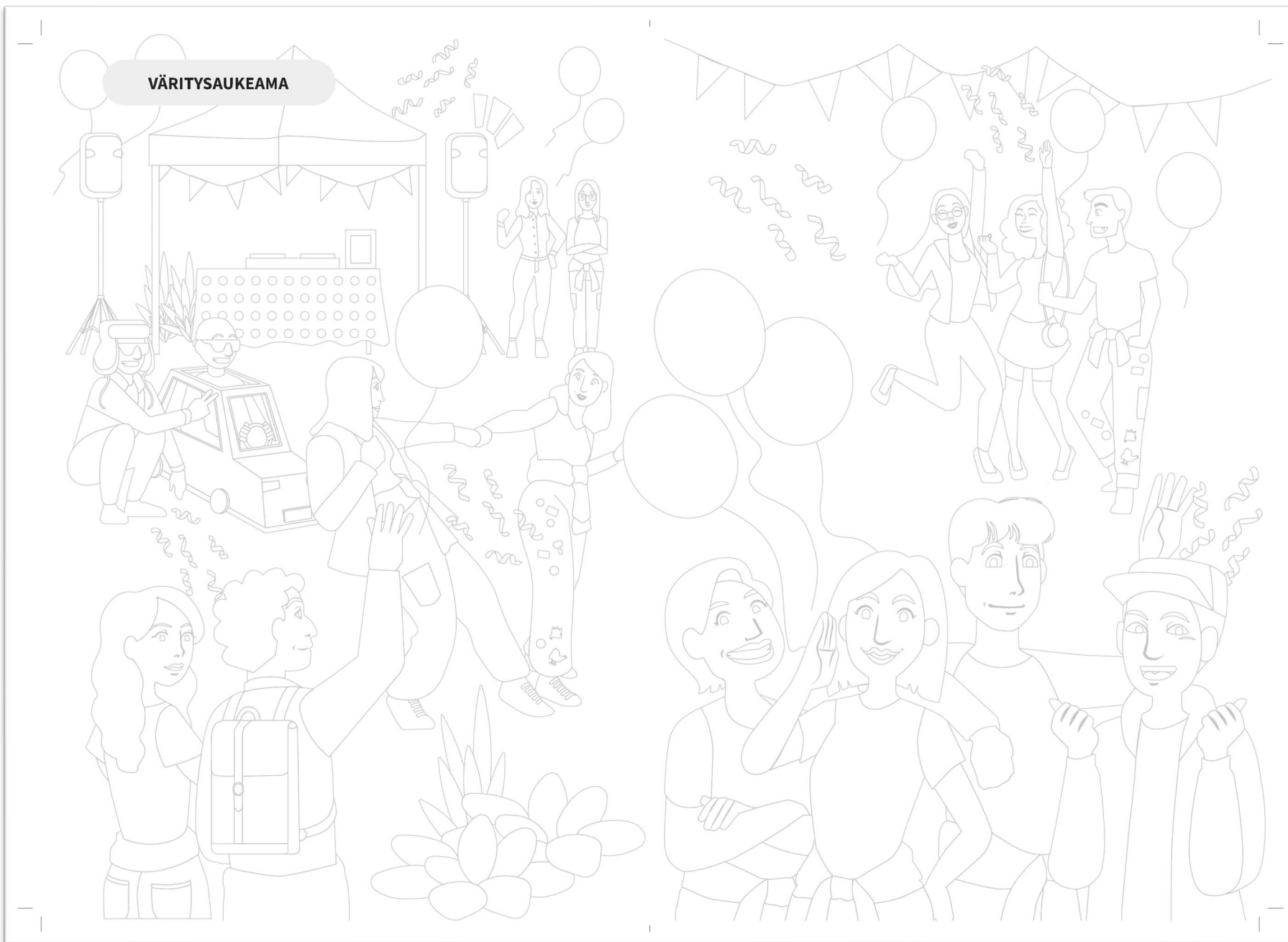
- 1
- 2
- 3

HAASTE

- 1
- 2
- 3

HAASTE

- 1
- 2
- 3



VÄRITYSAUKEAMA



KUUKAUSI

VIIKKO

MA	TI	KE

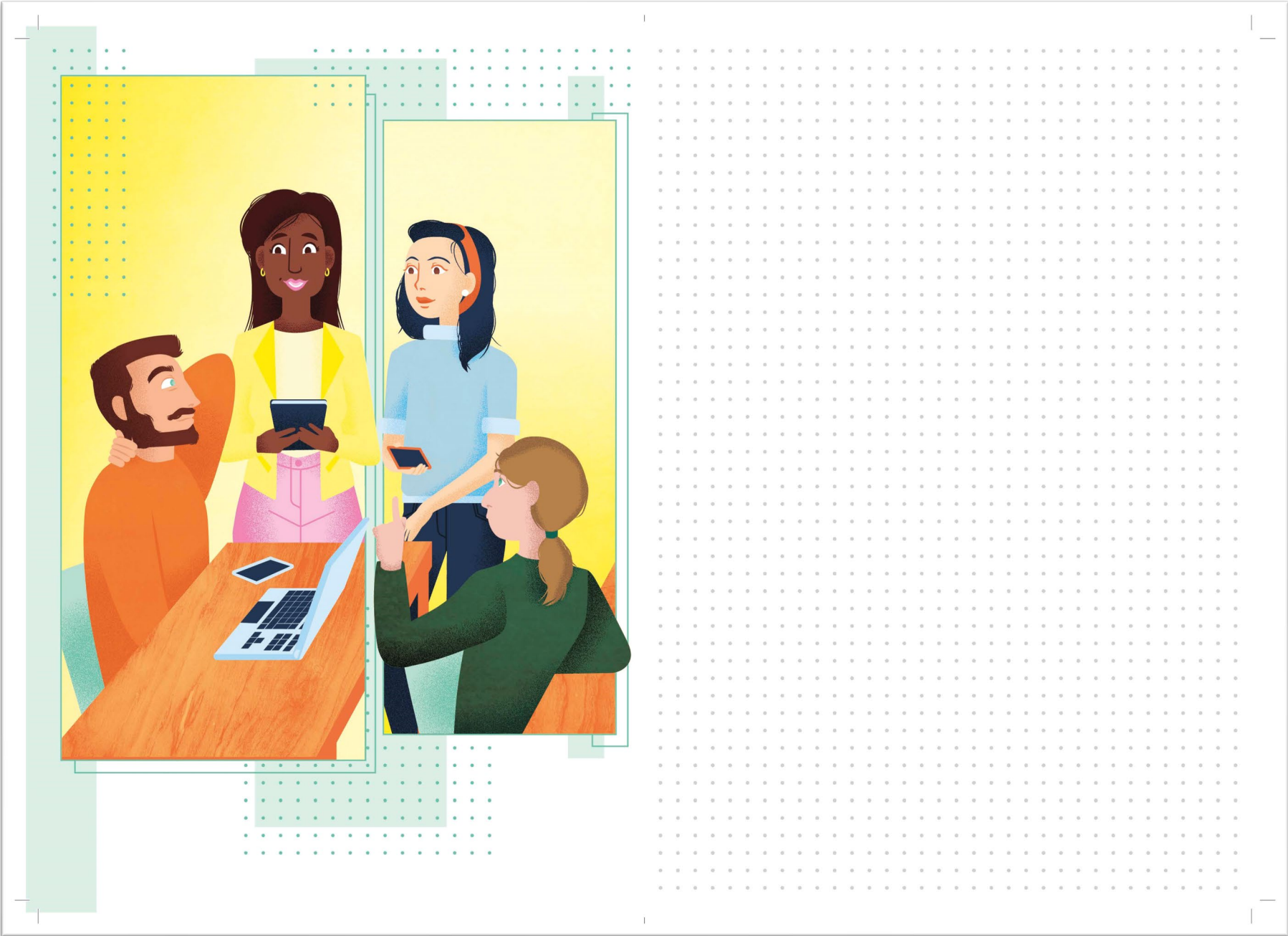
TO	PE	LA
		SU

TO DO

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

VIIKON SITAATTI

_____	“ _____ ”





© Seinäjoen Opiskelijapalvelut Oy 2021
Ulkoasu ja taitto: Kiia Komulainen

Painettu Suomessa