

KARELIA AMMATTIKORKEAKOULU
Muotoilun koulutusohjelma

UUDEN PALVELUN MAINOSKAMPANJAN
ULKOASUN SUUNNITTELU

Sonja Sorsa
Opinnäytetyö
(osakorvaavuus 8 op)
kevät 2015

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	3
2 LÄHTÖKOHDAT	3
3 TOIMEKSIANTO	4
3.1 Tavoitteet	
3.2 Aikataulu ja kustannukset	
4 TOTEUTUS	5
4.1 Ideointi	
4.2 Työskentely	
4.3 Kehitysehdotukset ja jälkikäsittely	
5 POHDINTA	12
LÄHTEET	14

Toimeksiantaja



1 JOHDANTO

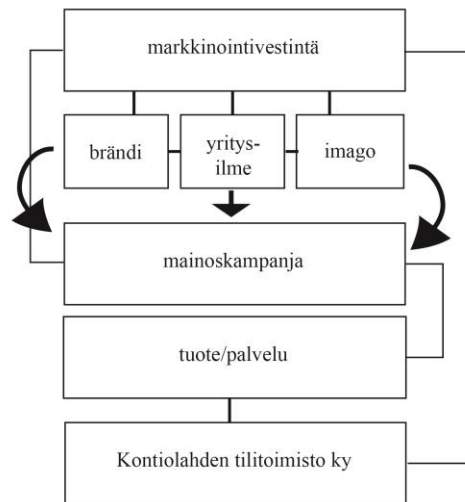
Toimeksiantona oli suunnitella Kontiolahden Tilitoimisto Ky:n uudelle palvelulle, web- myynti- ja ostoreskontra, pienimuotoisen mainoskampanjan ulkoasu. Mainoskampanjan tavoite oli tiedottaa vanhoja asiakkaita palvelun olemassaolosta, sekä hankkia uusia asiakkaita korostaen palvelun tuomia etuja ja hyötyjä. Tuotetta mainostettiin asiakkaille esitteellä, joka lähetettiin kuukausittaisen kirjanpitoraportin mukana joko paperilla tai sähköisesti. Lisäksi yrityksen verkkosivuille lisättiin esittely uudesta palvelusta.

Toimeksiantajan, Kontiolahden Tilitoimisto Ky, näkökulmasta työ oli tarpeellinen, koska mainoskampanjan avulla voitiin nostaa esille uuden palvelun saatavuus. Toimeksiantaja oli hankkinut käyttöönsä uuden tietokoneohjelmiston, ja hankinnan kannattavuuden takaamiseksi tarvittiin mainoskampanjaa hankkimaan palvelulle käyttäjiä. Tärkein syy mainoskampanjan tekemiseen oli uuden palvelun olemassaolosta tiedottaminen. Lähtökohtana uuden ohjelmiston hankkimiselle oli toimeksiantajan halu laajentaa palvelutarjontaa.

Mainoskampanjasta saatua hyötyä toimeksiantajalle arvioitiin sen perusteella, kuinka moni asiakas kiinnostui palvelun käyttöönotosta mainoskampanjan perusteella. Tulevaisuudessa olisi myös mahdollista tutkia, kuinka moni asiakas pidemmällä aikavälillä ottaa palvelun käyttöön, ja miten monta uutta asiakasta uusi palvelu on tuonut. Sähköinen reskontra yleistyy tulevaisuudessa ja toiminta kehittyy jatkuvasti. Näin ollen mainoskampanjan ja esitteen päivittäminen ovat myös jatkotyömahdollisuuksia. Lisäksi palvelun kehittyessä ohjelmiston lisäpalvelujen markkinoinnissa on jatkotyömahdollisuus.

2 LÄHTÖKOHDAT

Viitekehykseen (kuvio 1) keskeisinä käsitteinä kuuluvat markkinointiviestintä ja mainoskampanja. Markkinointiviestinnän keinoin luodaan Kontiolahden Tilitoimisto Ky:n palvelulle mainoskampanja, yrityksen brändin, imagon ja yritysilmeen mukaisesti. Toimeksiantajan imagon voisi kiteyttää seuraavasti: luotettava ja aikaansaava yritys, jolta on helppo saada apua.



Kuvio 1. Viitekehys.

Yrityksellä oli jo olemassa valmis yritysilmelogoineen ja värimaailmoineen. Yritysilmeen suunnittelu kuului aikaisempaan harjoitusprojektiin vuosina 2013 - 2014. Mainoskampanjan ulkoasu tein olemassa olevan markkinointimateriaalin kanssa yhteensopivaksi. Yrityksellä ei ole aikaisemmin ollut varsinaisia mainoskampanjoita; lehtimainoksia sekä verkkomainontaa on hyödynnetty vain satunnaisesti. Nyt tarve oli ensisijaisesti markkinoida uutta palvelua. Sen ohessa tavoite oli vahvistaa yrityksen olemassa olevaa brändiä ja imagoa markkinointiviestinnän keinoin.

3 TOIMEKSIANTO

3.1 Tavoitteet

Uutta palvelua haluttiin markkinoida yrityksen olemassa oleville asiakkaille sekä potentiaalisille uusille asiakkaille. Mainoskampanjalla haluttiin tuoda asiakkaiden tietoisuuteen uuden palvelun hyödyt sekä saada asiakkaat kiinnostumaan uuden palvelun käyttöönotosta ja ostamisesta. Mainoskampanjassa markkinoitiin palvelua ensisijaisesti vanhoille asiakkaille. Uusien asiakkaiden hankinta ei ole yrityksessä etusijalla, sillä asiakasmäärää ei ole tarkoitus suuressa määrin kasvattaa.

Mainoskampanja toteutettiin esitteellä, joka laitettiin kirjanpidon kuukausiraporttien liitteenä asiakkaille postitse tai sähköpostin liitteenä. Tämä oli kustannustehokas ja helppo tapa saada viesti perille kaikille vanhoille asiakkaille. Lisäksi verkkosivuilla julkaistiin esittely palvelusta. Näin verkkosivuilla vierailevat potentiaaliset uudet asiakkaat voivat tutustua palveluun.

Mainoskampanjan viesti pyrittiin tuomaan mahdollisimman selkeästi esille. Kampanjassa korostettiin uuden palvelun hyötyjä asiakkaalle. Esitteen tarkoituksena oli vastata kysymykseen, miksi palvelu kannattaa ostaa. Graafisen suunnittelijan tehtävänä oli tässä tapauksessa tuoda toimeksiantajan haluama viesti mahdollisimman selkeästi ja ymmärrettävästi esille. Toimeksiantajan imago on luotettava ja aikaansaava yritys, jolta on helppo saada apua taloushallinnollisissa asioissa. Tätä imagoa pyrittiin vahvistamaan uudella kampanjalla ja se toteutettiin yrityksen arvojen, luotettavuuden ja helposti lähestyttävyyden, mukaisesti.

3.2 Aikataulu ja kustannukset

Tavoitteena oli saada mainoslehtinen tammi- tai helmikuussa lähetettävien kirjanpitoraporttien mukaan, mikä myös toteutui. Nettisivuille mainos laitettiin samoihin aikoihin. Tämän jälkeen seurasi opinnäytetyön raportointi ja tuotosten jatkomuokkaus toimeksiantajalta toiveiden mukaan. Kokonaisuudessaan opinnäytetyö valmistui huhtikuussa 2015.

Mainoskampanjan materiaali- ja postituskustannuksista vastasi toimeksiantaja. Toimistoalan yrityksellä oli mahdollisuus tulostaa mainokset itse, eikä näin ollen tarvinnut hyödyntää painotalon palveluja. Muita kustannuksia kampanjasta ei aiheutunut, joten kokonaiskustannukset olivat pienet. Mainoskampanjan suunnittelusta ei maksettu palkkaa opinnäytetyöntekijälle.

4 TOTEUTUS

4.1 Ideointi

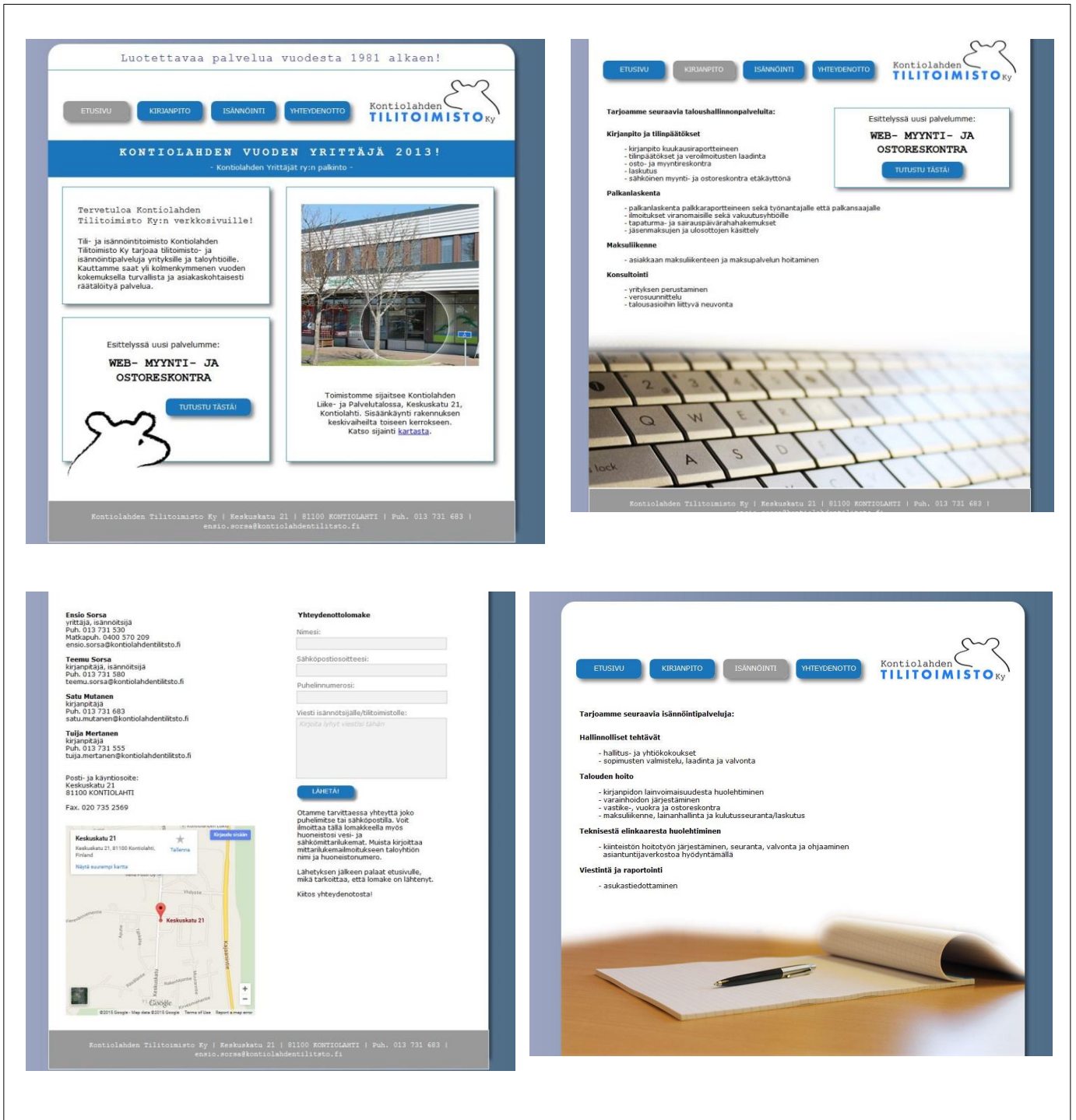
Aloitin suunnittelun palauttamalla mieleeni aiemmin suunnittelemani yritysilmmeen yksityiskohtia. Aikaisempaan projektiin kuului logon, käyntikorttien, verkkosivujen ([www.osoite www.kontiolahdentilitoimisto.fi](http://www.kontiolahdentilitoimisto.fi)) ja lehtimainoksien suunnittelua. Kontiolahden tilitoimiston imago on helposti lähestyttävä ja luotettava yritys. Yritysilmme tukee imagoa selkeydellään, rauhallisuudellaan sekä asiallisuudellaan. Mainoskampanjan ulkoasussa käytettiin samaa värimaailmaa ja kuvitusta kuin yrityksen verkkosivuilla ja muussa markkinointimateriaalissa. Seuraavana kuvia aiemmasta markkinointimateriaalista (kuvat 1 – 3).



Kuva 1. Logo ja käyntikortit.



Kuva 2. Vasemmalla lehtimainos Pielisjokiseudussa 30.1.2014 ja oikealla kiitosmainos Kontiolahden yrittäjät ry:n vuoden yrittäjä palkinnosta 2013 Karjalaisessa 31.12.2013.



Kuva 3. Verkkosivujen ulkoasua.

Yritysilmeen ideointi lähti aikoinaan liikkeelle logosta. Halusin siihen mukaan jonkun kuvallisen elementin tekstin lisäksi. Toimeksiantaja valitsi logoluonnoksistani käyttöön karhun silhuetin. Tämä kuvallinen elementti tuo esille yrityksen kotipaikkakunnan. Tilitoimisto palveleekin erityisesti paikallisia yrityksiä ja taloyhtiöitä, joten on hyvä, että logossa paikallisuus tulee esiin.

Logon toiseksi fontiksi valittiin Courier New, koska yritys käyttää monissa asiakirjoissaan kyseistä fonttia. Toinen groteski fontti valittiin rinnalle tuomaan nykypäiväisyyttä perinteisen Courier New -fontin ollessa hieman vanhanaikainen. Verkkosivuille leipätekstiin valittiin verkkoystävällinen Verdana. Verkkosivuilla käytetään sekä vaihtelua tuomaan että yhtenäisyyden vuoksi myös Courier Newtä.

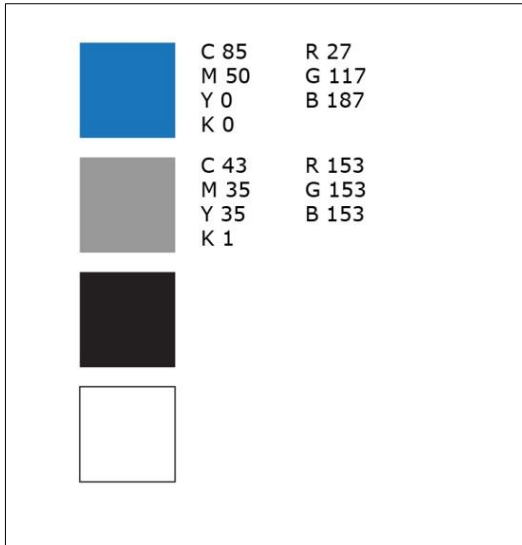
Markkinointimateriaalin värimaailmaan päädyin tavoitteiden pohjalta. Toimeksiantajan toiveena oli rauhallisuus ja selkeys. Näiden toiveiden pohjalta valinnat olivat sininen, harmaa, musta (lähinnä teksteissä) ja valkoinen. Kylmää värimaailmaa elävöittävät kuvituskuvat. Logon piirroksenomainen karhusilhuetti ja itse ottamani valokuvat lisäävät helposti lähestyttävyyden vaikutelmaa. Valokuvien kuvitusideat (näppäimistö ja vihko + kynä) tulivat suoraan työympäristöstäni ja sopivat hyvin verkkosivujen kuvitukseksi.

Mainoskampanjan ideointi alkoi näistä lähtökohdista. Koska olemassa oli jo valmis yritysilme, mainoskampanjaa varten ei tarvinnut tehdä kovin paljon uutta ideointia. Sommittelu ja asiasisältö nousivat työskentelyvaiheen keskeisimmiksi osiksi.

4.2 Työskentely

Uuden palvelun mainoskampanjan suunnittelu lähti liikkeelle A4-kokoisesta esitteestä. Tekstejä hiottiin yhdessä toimeksiantajan kanssa ammattikielestä mainoskampanjaan sopivaksi ja helpommin ymmärrettäviksi. Asiasisältöä muokattiin pikkuhiljaa työskentelyvaiheessa sekä toimeksiantajan että omien huomioideni perusteella. Itse mainoksen laatijan ominaisuudessa kiinnitin huomiota tekstin muokkaamiseen myyvämpään suuntaan ja ammattikielen vähentämiseen. Toimeksiantaja puolestaan huolehti asiasisällön oikeellisuudesta ja olennaisimpien asioiden esille tuomisesta.

Tämän jälkeen ulkoasu muokkautui tekstien ympärille olemassa olevista kuvituselementeistä. Verkkosivuilla käytetty aiemmin valokuvaamani ja käsittelemäni kuvituskuva muokkautui myös esitteeseen sopivaksi. Värimaailma, joka koostuu sinisestä, harmaasta, mustasta ja valkoisesta (kuva 4), on yhtenäinen verkkosivujen sekä muun markkinointimateriaalin kanssa.



Kuva 4. Värät.

Seuraavaksi muokkasin saman mainoksen sisällön verkkosivuille alasivuksi. Alasivulle johtavat painikkeet sekä etusivulta että kirjanpitolivelle. Sisällöltään verkkosivujen esittelysivu vastaa lähes täysin varsinaisen esitteen sisältöä. Hinnat toimeksiantaja halusi tietoisesti jättää verkkosivuilta pois.

Lisäksi suunnittelin sähköpostiin liitettävän kuvabannerin, josta voi klikkaamalla siirtyä suoraan verkkosivujen mainokseen. Bannerissa keskityin perusajatuksen, ”helppoa sähköistä kirjanpitoa ajasta ja paikasta riippumatta”, esille tuomiseen. Banneria on tarkoitus käyttää sähköpostissa, esimerkiksi tarjousta asiakkaalle lähetettäessä. Näin viestin saaja pääsee helposti yhdellä klikkauksella verkkosivuille tutustumaan palveluun tarkemmin.

Mainoskampanjaan valittiin samat fontit kuin muussa yritysilmessä. Verkkosivujen fontit Courier New ja Verdana istuivat hyvin sekä esitteeseen että banneriin. Käytetyistä fonteista muodostuu mielestäni hyvä kokonaisuus.

Kampanjan ja ulkoasun tavoitteista pidettiin kiinni ja lopputuloksesta tuli toivotunlainen; selkeä, rauhallinen, helposti ymmärrettävä sekä asiallinen. Ulkoasu on hyvin yhtenäinen yritysilmän kanssa. Turhaa koristelua pyrittiin tarkoituksellisesti välttämään ja korostamaan palvelun tuomia hyötyjä asiakkaille. Seuraavaksi tuotokset (kuvat 5 - 7).

Esittelyssä uusi palvelumme:

WEB- MYYNTI- JA OSTOESKONTRA

HELPPOA SÄHKÖISTÄ KIRJANPITOA AJASTA JA PAIKASTA RIIPPUMATTA!

Palvelun keskeiset hyödyt:

- kirjanpito on ajan tasalla, koska tehdyt tapahtumat päivittyvät nopeasti kirjanpitoon
- palvelut ovat kirjanpidon kanssa täydellisesti integroidut
- helppokäyttöisyys; toiminnot ovat käytettävissä vaivattomasti selaimen kautta ajasta ja paikasta riippumatta
- tilitoimiston ja asiakkaan välisen yhteistyön ja kommunikaation parantuminen
- vältty moninkertaiselta käsittelyltä, kuten laskujen etsinnältä, mapitukselta ja maksumuistutuksilta
- säästöä laskujen käsittelykustannuksista
- ei päivityksiä eikä varmuuskopiointia

Ostolaskut:

- nopea ostolaskujen (paperi- ja verkkolaskut) asiatarkastus, hyväksyntä ja maksatus ilman erillistä maksuliikenneohjelmaa

Myyntireskontra:

- voi hoitaa vaivatta laskujen syöttämisen, tulostamisen ja/tai verkkolaskuaineiston muodostamisen
- saatavien seurannan ja perinnän hoitaa tilitoimisto
- mahdollisuus myös tulostuspalveluun

VAPAUTA AIKAASI JA KESKITY YRITYKSESI YDINTOIMINTAAN!

Hinnat alkaen 20 euroa/palvelu/kk + alv 24 % sekä avauskulut

Lisätietoja Teemu Sorsalta:

Sähköposti: teemu.sorsa@kontiolahdentilitsto.fi

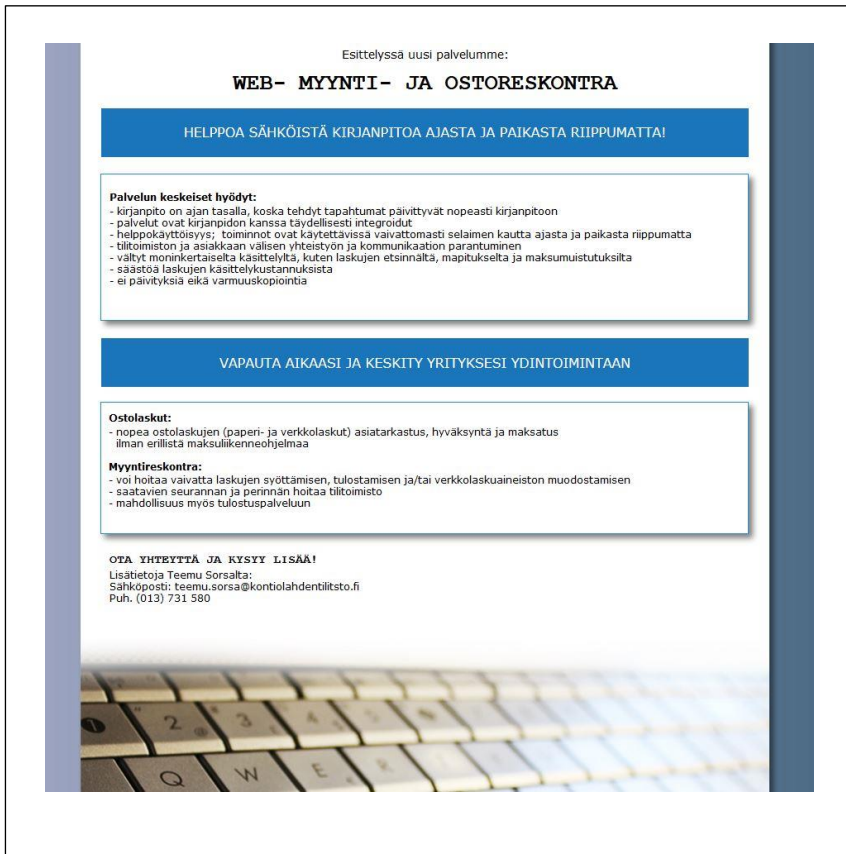
Puh. (013) 731 580

OTA YHTEYTTÄ JA KYSY LISÄÄ!



Kontiolahden
TILITOIMISTO Ky

Kuva 5. Esite, paperi tai sähköinen pdf-tiedosto, koko A4.



Kuva 6. Sähköinen esite verkkosivuilla.



Kuva 7. Mainosbanneri sähköpostiin.

4.3 Kehitysehdotukset ja jälkikäsitteily

Toimeksiantajalta saadut kehitysehdotukset koskivat lähinnä tekstin asetelua ja asiasisällön muokkauksia. Palautetta ulkoasun suhteen ei niinkään tullut, vaan toimeksiantaja oli tyytyväinen aikaansaannoksiini. Yhdessä toimeksiantajan kanssa asiasisältö muokattiin lopulliseen muotoonsa.

Opinnäytetyön ohjaajalta saatu palaute koski fonttikokoa otsikoissa sekä kuvituksen lisäämistä esitteeseen. Lisäksi sain kehitysidean jonkun kolmannen fontin käyttöönotosta vaihtelun lisäämiseksi esimerkiksi otsikoissa sekä läpikuultavan pinnan käytöstä logon alla esimerkiksi mainosbannerissa,

samaan tapaan kuin aiemmissa lehtimainoksissa. Tekstien kokoa korjasin vielä viimeistelyvaiheessa. Kuvitusta en lähtenyt lisäämään, sillä pelkäsin sen heikentävän päätavoitteiden, selkeyden ja helppolukuisuuden, toteutumista.

Jälkikäteen katsottuna fonttikokoja leipätekstissä verkkosivuilla olisi voinut suurentaa. Lisäksi paperiesitteen otsikko kaipaa mielestäni vieläkin jonkinlaista korostusta, mahdollisesti vielä suurempaa fonttikokoa. Esitteen ja verkkosivujen päivitys kuuluvat jatkossakin vastuulleni, joten voin tehdä mahdolliset korjaukset seuraavien päivitysten yhteydessä. Esimerkiksi kolmannen fontin käyttöä voisi jatkossa lisätä. Lehtimainoksessa olen aiemmin käyttänyt myös fonttia Segoe UI, jonka käyttöä voisi laajentaa muuallekin. Kaikki ohjaajalta saadut kehitysehdotukset eivät ehtineet lopulliseen esiteversioon, mutta tulevaisuudessa niistä on varmasti hyötyä.

5 POHDINTA

Lopputulokset ovat toivotunlaiset sekä itseni että toimeksiantajan mielestä. Mainoskampanjan voidaan sanoa onnistuneen, sillä sen perusteella useat yrityksen asiakkaat kiinnostuivat sähköisestä kirjanpidosta. Käyttönottaneiden asiakkaiden määrä on toki pieni koko asiakasmäärään verrattuna. Täytyy kuitenkin ottaa huomioon, että muutos on asiakkaalle iso, ja monet yrittäjät kokevat paperisen kirjanpidon edelleen helpompana. Kuitenkin jo muutamien asiakasyritysten ottaessa uuden palvelun käyttöön, voidaan sanoa, että kampanjassa onnistuttiin. Tulevaisuudessa palvelun käyttäjien määrä varmasti lisääntyy ja tälläkin hetkellä on asiakkaita, jotka harkitsevat asiaa. Etenkin suuremmille yrityksille palvelusta on erityistä hyötyä paperipinojen vähetessä. Tärkeänä tavoitteena oli tuoda palvelua esille asiakkaille. Nyt etenkin ensisijaisen kohderyhmän, vanhojen asiakkaiden, tietoisuuteen on tuotu palvelun olemassaolo.

Opinnäytetyötä tehdessä opin erityisesti asiakkaan, eli tässä yhteydessä toimeksiantajan, mielipiteiden huomioon ottamista ja yhteistyön hallintaa asiakasyrityksen kanssa. Kaikki harjoitusprojektit lisäksi kehittävät graafisen suunnittelun teknistä ja ammatillista osaamista, niin tämäkin. Jälkikäteen katsottuna itse tuotoksiin voisi vieläkin tehdä pieniä muutoksia, joista aikaisemmassa luvussa kerroin. Seuraavalla päivityskerralla saaduista kehitysehdotuksista on varmasti apua.

Erityisesti projekti kehitti kokonaisuuden hallintataitojani. Mainoskampanja on hyvin yhtenäinen yritysilmeen kanssa. Opinnäytetyön myötä mieleeni hahmottui asiakasyrityksen graafinen ohjeisto,

jota ei kuitenkaan ole varsinaisesti missään vaiheessa tehty. Jos graafista suunnittelua tekisi useampi henkilö, olisi ohjeistuksen kirjoittaminen olennaista. Tällä hetkellä ohjeisto on kuitenkin vain minun päässäni.

Opiskelun keskivaiheilla alkanut sujuva yhteistyöni asiakasyrityksen kanssa jatkuu vielä opinnäytetyön jälkeenkin. Verkkosivujen päivittäminen ja muun markkinointimateriaalin suunnittelu kuuluu minulle myös jatkossa. Niinpä esitettäkkin tullaan vielä varmasti päivittämään. Lisäksi toimeksiantaja haluaa mahdollisesti mainostaa jatkossa varsinaisen palvelun lisäpalveluita. Näin ollen pian valmistuvalla graafisella suunnittelijalla on ainakin yksi pitkäaikainen asiakas.

LÄHTEET

HAASTATTELUT

Toimeksiantajan edustajat Ensio Sorsa ja Teemu Sorsa.

- haastattelu 10.11.2014
- haastattelu huhtikuu 2015